

تجانس السياسات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر :

مركزات استراتيجية من أجل تنمية متواصلة ومُستدامة

تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي

إحالة ذاتية رقم 2014/16

المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي

تجانس السياسات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر :

مرتكزات استراتيجية من أجل تنمية مُتواصلة ومُستدامة



” ... نجدد دعوتنا للحكومة من أجل توفير شروط التكامل بين مختلف الاستراتيجيات القطاعية، واعتماد آليات لليقظة والمتابعة والتقويم، تساعد على تحقيق التناسق فيما بينها، وقياس نجاعتها، وحسن توظيف الاعتمادات المرصودة لها، مع الاجتهاد في إيجاد بدائل للتمويل، من شأنها إعطاء دفعة قوية لمختلف هذه الاستراتيجيات.

“

جلالة الملك محمد السادس

مقتطف من الخطاب السامي الذي وجهه جلالة الملك إلى الأمة بمناسبة عيد العرش المجيد
يوم 30 يوليوز 2012

إحالة ذاتية رقم 16 / 2014

- طبقا للقانون التنظيمي رقم 09-60، المتعلق بالمجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، وقانونه الداخلي؛
- استنادا إلى قرار مكتب المجلس تكليف اللجنة الدائمة المكلفة بالشؤون الاقتصادية والمشاريع الاستراتيجية بإعداد تقرير ورأي حول الموضوع.
- وإستناداً إلى مصادقة الجمعية العامة بالإجماع على التقرير حول «تجانس السياسات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر : مُرتكزات استراتيجية من أجل تنمية مُتواصلة ومُستدامة»، بتاريخ 24 أبريل 2014.

يقدم المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي تقريره

تجانس السياسات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر :

مرتكزات استراتيجية من أجل تنمية مُتواصلة ومُستدامة

تم إعداد التقرير من طرف

اللجنة الدائمة المكلفة بالشؤون الاقتصادية والمشاريع الاستراتيجية

رئيس اللجنة : السيد العربي بالعربي

مقررة اللجنة : السيدة لطيفة بنواكريم

مقرر الموضوع : السيد أحمد رحو

الإيداع القانوني : 2014 MO 1917

ردمك : 7-9-9389-9954-978

ردمد : 2335-9234

المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي
مطبعة سيياما

الفهرس

15.....	تمهيد
17.....	ملخص
37.....	تشخيص حالة المغرب
38.....	1. سياسة اففتاح تجاري ذات حصيلة متباينة.....
42.....	2. تحليل عوامل التأثير في السياسة التجارية
42.....	2.أ. الهيئات المتدخلة في السياسة التجارية
44.....	2.ب. الاستراتيجيات القطاعية ذات الصلة بالتصدير
47.....	2.ج. أجهزة الترويج
50.....	2.د. موارد مستغل
51.....	2.هـ. إجراءات لتحفيز الاقتصاد
51.....	2.و. نقاط القوة/نقاط الضعف، والفرص/المخاطر السياسة التجارية للمغرب
56.....	(التحليل الرباعي SWOT)
61.....	تقرير تركيبى عن أفضل الممارسات
61.....	1. نموذج الحكامة والتنسيق
63.....	2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر
66.....	3. أجهزة الترويج
68.....	4. الاستفادة من الموارد
69.....	5. تدابير محفزة من أجل التصدير والاستثمار
71.....	التوصيات
75.....	أ. تحقيق التجانس في السياسات القطاعية
81.....	أ. التشاور والإشراك القوي للنسيج
87.....	أ. الترويج والدبلوماسية والسياسة الاقتصادية الدولية
95.....	أ. الذكاء الاقتصادي
99.....	ملاحق
101.....	الملحق 1: لائحة أعضاء اللجنة الدائمة المكلفة بالقضايا الاقتصادية والمشاريع الاستراتيجية
105.....	الملحق 2: دراسة مقارنة لأفضل الممارسات
185.....	الملحق 3: رأي اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية المتعلق بموضوع "العلاقات التجارية بين المغرب والاتحاد الأوروبي" في فبراير 26 فبراير 2014

لائحة الاختصارات

AELE :	الجمعية الأوروبية للتبادل الحر
ALE :	اتفاقية التبادل الحر
ALECA :	اتفاق التبادل الحر الشامل والمعمق
ALENA :	اتفاق التبادل الحر الأمريكي الشمالي
AMDI :	الوكالة المغربية لتطوير الاستثمار
ANAPEC :	الوكالة الوطنية لإنعاش التشغيل والكفاءات
ASEAN :	اتحاد دول جنوب شرق آسيا
ASMEX :	الجمعية المغربية للمصدرين
PIB :	الناتج الداخلي الخام
CCI :	اللجنة الاستشارية للواردات
CGEM :	الكونفدرالية العامة للمقاولات بالمغرب
CCG :	صندوق الضمان المركزي
CNCE :	المجلس الوطني للتجارة الخارجية
CNSS :	الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي
CRI :	المركز الجهوي للاستثمار
GAFTA :	الاتفاقية العربية الكبرى للتبادل الحر
GATT :	الإتفاقية العامة للتعريفات الجمركية و التجارة
IDE :	الاستثمارات الأجنبية المباشرة
IR :	الضريبة على الدخل
IS :	الضريبة على الشركات
OMC :	منظمة التجارة العالمية
ONIX :	المكتب الوطني لتأهيل الاستثمارات والصادرات
12P :	الأرضية الصناعية المندمجة
PME :	المقاولات الصغرى والمتوسطة

PNEI :	الميثاق الوطني للإقلاع الاقتصادي
R&D :	البحث والتنمية
ASMEX :	الجمعية المغربية للمصدرين
TVA :	الضريبة على القيمة المضافة
UE :	الاتحاد الأوروبي

لائحة البلدان التي شملتها الدراسة المقارنة

- ألمانيا؛
- الشيلي؛
- كوريا الجنوبية؛
- مصر؛
- الولايات المتحدة الأمريكية؛
- ماليزيا؛
- تونس؛
- تركيا.

لائحة الهيئات والخبراء الذين شملتهم جلسات الإنصات لأعداد هذه الدراسة

- السيد لحسن عبد المالك، مدير شعبة العلاقات الدولية بكلية الآداب والعلوم الاقتصادية والتسيير بجامعة لوميير، ليون 2؛
- مجموعة AR Corporation Group ؛
- الجمعية المغربية لصناعات النسيج والألبسة؛
- اللجنة الأوروبية؛
- المجلس الوطني للتجارة الخارجية؛
- التعاونية الفلاحية COPAG؛
- فيدرالية صناعات موادّ البناء؛
- الفيدرالية الوطنية للصناعات الغذائية؛
- الفيدرالية الوطنية للسياحة؛
- فدرالية الصيد البحري وتربية الأحياء المائية؛
- مؤسسة عبد الرحيم بوعبيد
- مجموعة عزبان؛

- المعهد الملكي للدراسات الاستراتيجية؛
- وزارة التجهيز والنقل؛
- مؤسسة تحدي الألفية؛
- رئاسة الحكومة؛
- شركة Invulys.

تمهيد

تميّزت سنة 2013 بدخول المغرب مرحلة جديدة من مراحل تعزيز انفتاحه وأندماجه في الاقتصاد العالمي، مع إطلاق المفاوضات الرامية إلى إبرام اتفاقية تبادل حرّ كامل ومععمق مع الاتحاد الأوروبي، وهو أمر يُعدّ سابقة في المنطقة. وقد استؤنفت المفاوضات حول اتفاقية التبادل الحر مع كندا في مستهل سنة 2014.

تندرج هذه المفاوضات في دينامية المبادلات والعلاقات مع باقي بلدان إفريقيا والخليج، وتأتي استكمالاً وإغناءً لمجموعة كبيرة من الاتفاقيات التجارية واتفاقيات التبادل الحر الموقّعة من طرف المغرب، ومجموعها خمسة وخمسون اتفاقية. ومن المتوقع أن تكون لها آثار إيجابية على الناتج الداخلي الخام، وعلى الواردات والقدرة الشرائية للمواطنين.

وبالموازاة مع ذلك، يواصل المغرب تفعيل استراتيجياته القطاعية الهادفة إلى ضمان التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد، انطلاقاً من مبدأ مفادُه لا فائدة من وجود إطار تشريعي للمبادلات ذي سمة ليبرالية، في غياب عرضٍ قابلٍ للتصدير يكون هاماً ومتنوعاً، والعكس صحيح.

في هذا الصدد، يهيبُ الخطابُ الملكيُّ الساميُّ، الذي ألقاه جلالة الملك محمد السادس، نصره الله وأيده، بمناسبة عيد العرش المجيد في 03 يوليوز 3102، بالحكومة ومختلف الفاعلين، أن يضاعفوا الجهود من أجل تفعيل منسجمٍ وفعالٍ لمختلف الاستراتيجيات القطاعية التي انخرطت فيها المملكة.

وطبقاً للفصل 6 من القانون التنظيمي 06-90، المتعلق بتنظيم وعمل المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، قرّر المجلس إعداد إحالة ذاتية في موضوع:

تجانس السياسات القطاعية واتفاقيات التبادل الحرّ

في هذا الإطار، كلف المجلس اللجنة الدائمة للقضايا الاقتصادية والمشاريع الاستراتيجية بإعداد تقرير في الموضوع.

وقد تمّ إنجاز هذا التقرير باعتماد مسلسلٍ تشاركيٍّ يقوم على التشاور، يشمل جلسات الإنصات لمؤسّسات عموميّة ودولية، وفاعلين خواصّ وخبراء، وإجراء مقارنة دولية منفتحة على أفضل الممارسات في ثمانية بلدان اختيرت على أساس ملاءمتها للموضوع المطروح.

لذلك تمثّل التوصيات، إذن، ثمرة تحليل للواقع الميداني، والانتظارات المعبر عنها خلال جلسات الإنصات، وأفضل الممارسات التي تمّ التوقّف عندها.

ملخص

إذا كان هناك عَصْرٌ ثابتٌ يَمُكِن الوُقوف عنده، في مختلف النماذج الناجحة في مجال التنمية الاقتصادية، فهو الانفتاح على المبادلات التجارية، وعلى الاستثمارات الدولية. ويبرز تحليل عدد من التجارب الدولية، بالفعل، أنّ جميع البلدان التي حققت تنمية مُستدامة كانت قد انخرطت في الانفتاح والعولمة بوصفهما عنصرين مُهيكليين لاقتصادها.

وباختياراته الاقتصادية والسياسية، التي تقوم على الانفتاح على العالم، منذ تسعينيات القرن الماضي، يكون المغرب قد أدرج بشكل واضح اقتصاده في مسار العولمة والمنافسة الدولية. وقد تجسّد هذا الانفتاح في انضمامه إلى منظمة التجارة العالمية وتوقيع اتفاقيات تبادل حرّ مع 56 دولة. لقد ساهم انفتاح الاقتصاد الوطني، مع ما رافقه من سياسة الدعم المنتظرة منذ ما يقرب من خمسة عشر عاماً¹، والاستثمارات الضخمة في البنية التحتية، في تحقيق النمو، الذي تسارعت وتيرته خلال عقد 2000. وإذا كانت بلادنا قد سارت في طريق التقدّم المستدام، فإنّ ذلك يظلّ غير كافٍ لرفع التحدي المتمثّل في تحقيق التحوّل الهيكلي للاقتصاد والتنمية البشرية، على غرار البلدان الصاعدة.

كما تجدر الإشارة إلى التفاقم الحادّ في عجز الميزان التجاري، وفي نسبة تغطية الواردات عن طريق الصادرات، ولا سيّما إزاء البلدان التي أبرم معها المغرب اتفاقيات للتبادل الحرّ.

مما لا شكّ فيه، إذن، أنّ انفتاح الاقتصاد يمثّل الوسيلة الملائمة والسليمة من أجل التنمية المستدامة للبلاد، مما يفضي إلى دعم تعزيز العرض الإنتاجي، وتحسين الرفاه الاجتماعي، ونوعية عيش المواطنين، فضلاً عن الإشعاع السياسي والثقافي. ولتحقيق هذه الأهداف، يتعيّن إعادة تأطير المقاربة الشمولية لهذا الانفتاح، وتوجيهه بصورة أفضل لفائدة تحوّل يعتمد استراتيجية قوية على مستوى العرض، ويضع آليات للمصاحبة والتنفيذ من شأنها الاستفادة من إمكانياته الكاملة. ومن المنتظر أنّ تتطوي هذه الاستراتيجية المتعلقة بالعرض على ميزة إيجابية مزدوجة: تلبية جزء كبير من الطلب المحلي (عرض بديل للواردات الضخمة)، وتحقيق ارتفاع في سلسلة القيمة التي تجعل الإنتاج الوطني تنافسيّاً في سوق التصدير.

حالة وتشخيص سياسة الانفتاح الاقتصاديّ

لقد وضعت بلادنا سياسات قطاعية طموحة لتحسين العرض الإنتاجي للتصدير، ولا سيّما في القطاع الصناعي (الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي). ومن ثمّ، فإنّ الدعم المُقدّم للعرض قد مكّن المغرب من احتلال مواقع جيّدة في مهن جديدة كان قليل الحضور داخلها، أو غائباً تماماً (السيارات، الطيران، ونقل الخدمات خارج بلد المنشأ "الأوفشورينغ"، ...) وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

1 - تميم التغطية الصحية، والزيادة الدورية في الحد الأدنى للأجور، وتخفيض الضريبة على الدخل IR، ودفع تعويضات هامة في إطار عملية المغادرة الطوعية، ورفع من الرواتب في الوظيفة العمومية، ونظام التعويضات، أو رفع قيمة المعاشات ...

ومع ذلك، فإن السياسات القطاعية، تجد صعوبة في تحقيق أهدافها. ذلك أن فرص العمل التي توفرت لقطاعات الإنتاج الجديدة لا تعوّض بالشكل الكافي المناصب التي فقدتها بعض القطاعات التقليدية (البناء والنسيج والجلد، على سبيل المثال)، وتبقى إلى حد ما ذات مؤهلات متوسطة. ذلك أن المقاربة العمودية لهذه الاستراتيجيات القطاعية، التي تعتمد على أطر مرجعية، وآجال محدّدة، ونتائج مرسومة، موضوعة بشكل مختلف من حالة لأخرى، مع أنها تشترك في نفس الأهداف المتعلقة بالنمو وبخلق فرص الشغل والقيمة المضافة، قد أثرت بشكل كبير على نجاعتها.

وعلاوة على ذلك، فإن عدم إشراك الشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين، وضعف إمكانياتهم، يؤثّر سلبا على مساهمتهم في تحديد وتنفيذ الاستراتيجيات القطاعية، وكذلك في الاستغلال الجيد لبُؤد اتفاقيات التبادل الحرّ. وأخيرا، فإن غياب الاستعداد الحقيقي لاتفاقيات التبادل الحرّ، وانعدام سياسات للمواكبة قصد الاستفادة منها، ولا سيما ما يتعلّق بالرّفْع من سلسلة القيمة والقدرة التنافسية، يفاقم من هذه الوضعية السلبية التي تعرفها السياسات القطاعية، وتؤكد على الحاجة الماسّة إلى تجانسها، وكذا تمكين الفاعلين الخواص والاجتماعيين المعنيين من الأدوات والوسائل اللازمة.

أهداف التقرير الحالي

انطلاقا من وعيه بالطابع المعقّد للوضعية والمشاكل المرتبطة بها، ورغبة منه في المساهمة في الإدلاء برأيه في هذا النقاش، انصبّ اهتمام المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي على التدابير التي يتعيّن اتخاذها من أجل الرّفْع من جودة آثار الاستراتيجيات القطاعية، وتحسين آثار اتفاقيات التبادل الحرّ على النمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية لبلادنا. فلا يتعلّق الأمر بالتخلي عن الاتفاقيات المبرمة مع البلدان الشريكة، ولا بالتخلي عن الدينامية التي تستهدفها الخطط القطاعية للتنمية. إن الهدف المنشود هو ضمان تحقيق تجانس قويّ لسياسات الإنتاج، عن طريق آليات مؤسساتية، والاستخدام العقلاني للموارد المشتركة، وملاءمة سياسة الإنتاج مع السياسة التجارية في السوق الوطنية والدولية.

بناءً على هذه الملاحظات، والتي أظهرت جلسات الإنصات أن هناك التقائية واسعة بشأنها بين الفاعلين المعنيين، وبالنظر إلى أن القصور المسجّل على مستوى التجانس، لتحقيق أهداف جميع الاستراتيجيات، يمثّل انشغالا كبيرا وعائقا أمام ما يصبو إليه المستقبل الاقتصادي للبلاد، فقد اختار المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، في إعداد هذا التقرير، تركيز عمله على هذه النقطة المفصلية، وألا يتناول المسألة عبر تحليلات تفصيلية، تتناول كلّ استراتيجية قطاعية على حدة، أو كلّ اتفاقية تبادل حرّ على حدة.

لذلك تمّت صياغة خمسة وعشرين توصية تتمحور تتعلق بأربعة محاور، وهي توصيات اعتمدت على عناصر التشخيص الداخلية القوية التي تكشف، بكلّ وضوح، عن وجود فراغ مؤسساتي في مجال تدبير التجانس بين سياسات العرّض (السياسات القطاعية)، وبين هذه الأخيرة وبين السياسة التجارية لبلادنا (اتفاقيات التبادل الحرّ وسياسة ترويج التصدير)، كما اعتمدت على نتائج المقارنات الدولية.

كما أنها توصيات تندرج في إطار استمرارية الخيارات الاستراتيجية الكبرى لبلادنا: اقتصاد مفتوح إلى حد كبير على المبادلات التجارية مع العالم الخارجي؛ سياسة عرّض تدعمها من برامج تنمية طموحة؛ سياسة اجتماعية،

موجَّهة نحو خلق فرص شغل مؤهَّلة، مع توزيع للثروات، وتغطية اجتماعية من شأنها الحد من الفقر، وضمان صعود طبقة متوسَّطة لها ذات دخل مشرَّف.

وهي تستند على معايير مقارنات دولية مع بلدان وقع عليها الاختيار لهذه الغاية لكونها نجحت في تحقيق تحوُّلها الاقتصادي (الشيلي وكوريا الجنوبية وماليزيا وتركيا)، أو بلدان تتزعم الاقتصاد العالمي (الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا)، أو بلدان تتبع بنجاح سياسة اقتصادية موجَّهة بشكل كبير نحو التصدير (مصر وتونس).

عوامل أساسية لسياسات تجارية دولية فعَّالة

تختلف البلدان الثمانية²، التي تمت المقارنة معها، قصد تحليل أفضل الممارسات، اختلافا كبيرا من الناحية الجغرافية والسياسية والاقتصادية والثقافية والتنموية. وتختلف فيما بينها أيضا من حيث الرهانات والمزايا والصعوبات التي يتعين عليها أن تقوم بتدبيرها. بيد أن تحليل هذه المجموعة المتنافرة مكن من الوقوف عند التوجهات المشتركة الكبرى.

من بين هذه البلدان، من المناسب التركيز على نموذج تركيا وكوريا الجنوبيَّة. وبالفعل، فخلال سبعينيات القرن الماضي، كان هذان البلدان يوجدان في مرحلة تنموية مماثلة للمغرب. غير أنَّهما اختارا في وقت مبكر جعل اقتصادهما منفتحا على المنافسة الدولية، وبالتالي نجحا في تحقيق إقلاع اقتصادي كبير. ويفتح تحليل مسارهما مجال الإمكانيات أمام المغرب الذي يمكنه الاستفادة من تسريع تنميته لتحقيق القفزة المطلوبة³.

1. نموذج الحكامة والتنسيق

تتميز العلاقة بين مختلف الفاعلين في أغلب البلدان المقارنة بالانسجام والتكامل. ولتحقيق هذا الهدف، تم إحداث مؤسسات وأجهزة وآليات تحت إشراف مسؤولين كبار في هرم الدولة. ويتم التعاون في ثلاثة مستويات، بين مؤسسات القطاع العمومي، وبين مؤسسات القطاع الخاص، وبين مؤسسات القطاع العمومي والخاص، ويتحقق ذلك بكيفية سلسلة إلى حد كبير، بهدف وحيد يسعى إليه الجميع، وهو الترويج لصورة البلاد. ويعدّ القطاع الخاص قوة اقتراحية حقيقية، كما يشكل مخاطبا يحظى بمكانة خاصَّة لدى الحكومة.

ويلاحظ، في معظم الأحيان، أن المنطق الذي يتحكم في إعداد الاستراتيجيات هو الإشراف والتعاون المتواصل والمستمر بين القطاعين العام والخاص، من أجل تحقيق عمل ملموس يأخذ بعين الاعتبار الواقع الملموس.

وتمكن الشراكة بين القطاعين العام والخاص من توزيع الأدوار فيما بينهما، بشكل مدروس ومعقلن، يسمح بالاستفادة المتلى من الطرفين، حسب مؤهلات كل طرف، وموارده، والكلفة، والأجال والنجاعة، والمخاطر، مما يعود بالنفع عليهما معا. ويعدّ القطاع الخاص عضوا في لجان قيادة الدراسات الاستراتيجية.

ويتم التعاون والتنسيق تحت وصاية أعلى سلطة في البلاد، سواء بوضع وزارة الاقتصاد والمالية مباشرة تحت وصاية الوزارة الأولى⁴، أو بتعزيز التعاون الوزاري عبر إنشاء لجنة وزارية مشتركة تضم كل الفاعلين الحكوميين المعنيين، ما يسمح بالاستثمار الأمثل للموارد، وبنجاعة أفضل في الإنجاز والعمل.

2 - ألمانيا، الشيلي، كوريا الجنوبية، مصر، الولايات المتحدة، ماليزيا، تونس، تركيا.

3 - وهي قفزة نوعية تستفيد من التجارب الموجودة.

4 - تركيا.

إضافة إلى ذلك، توجد في بعض البلدان فدرالية قوية للمشغلين⁵⁵، تسهّل الحوار بين أرباب العمل والنقابات، حول سياسة الأجور والنظام الجبائي وقوانين الشغل، وكل الإشكاليات الأخرى التي قد تؤدي إلى نُشوب نزاعات بين أرباب العمل والنقابات.

كما وضعت هذه البلدان ضمن أولوياتها تخفيف المساطر الإدارية، وعيا منها بالآثار السلبية للتعقيدات البيروقراطية على الاستثمار والتجارة عموما. كما أنّ إحداث الشبّاك الوحيد، لك "بيت المُصدّر" في تونس، و"فريق العمل الخاص" في ماليزيا، قد مكّن من تيسير الولوج إلى المعلومة، وتسريع المساطر الإدارية، من أجل الرفع من جاذبية البلاد، وجعل الإدارة أقدر على الاستجابة والمسايرة. ويهدف مخطط تحديث الإدارة العمومية في الشيلي إلى تقريب الدولة من المواطن، عن طريق تقديم الخدمات التي تلبي حاجياتهم، دون إضاعة وقتهم، ويتم ذلك بتبسيط المساطر الإدارية، واعتماد الخدمة الإلكترونية، وكمثال على ذلك مبادرة "الشيلي بلا ورق".

ومن ضمن أهداف الاستراتيجيات الموضوعية، جعل المقاولات الصغرى والمتوسطة في صميم مسلسل تنمية الاقتصاد وتأهيله، وهي تعد المحرك الرئيسي للنمو، ذلك أنها تضطلع بدور أساسي في إعداد العرض القابل للتصدير، وللاستعداد الأفضل لمواجهة انفتاح الأسواق، بل إنّ كوريا الجنوبية أحدثت لها مناطق صناعية خاصة.

كما تعتمد هذه البلدان اعتماد كبيرا، في مجال العلاقات التجارية، على الضغط عبر اللوبيات، مع الحرص على تتبع صورة البلاد وسمعتها. وهذا الدور يقوم به في الولايات المتحدة الأمريكية "مركز الترافع" Advocacy Center الذي يسهر على حماية المصالح التجارية الأمريكية عبر العالم. وبفضل التأثير الكبير الذي تحظى به الفدراليات الكبرى في القطاع الخاص، فإنها تتمكّن من تمثيل مصالحها والدفاع عنها وطنيا، وأيضاً على المستوى الدولي، عبر وسائل الضغط التي تمارسها، وعبر تعزيز شبكتها، خلال التظاهرات والأنشطة الترويجية.

وتتوفر كل من ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية على شبكة من الغرف الدولية للتجارة تشتغل مباشرة كآلية في خدمة السياسة التجارية للبلاد. وتوجد في الشيلي مؤسسة يطلق عليها اسم "صورة الشيلي"، تعمل على الحفاظ وعلى ترويج صورة منسجمة عن هذا البلد، مع ضمان انتشارها وإشعاعها في مختلف بقاع العالم. وتقوم هذه المؤسسة بدور نواة مركزية تلتقي عندها مختلف أعمال السلطات العمومية والخواص في الخارج، مما يسمح بتسيق أكبر للأعمال الترويجية.

إضافة إلى ذلك، تلجأ مجموعة من الدول للدبلوماسية الاقتصادية للترويج لنفسها، ففي الولايات المتحدة الأمريكية، هناك شبكة تمثيلية "المصلحة التجارية" في السفارات، وهناك أيضا في مصر شبكة للخدمة التجارية في السفارات، وفي الشيلي توجد وكالة لترويج الصادرات تُسمى "بروشيل" خاضعة لوصاية وزارة العلاقات الخارجية.

وتعتبر كوريا الجنوبية النموذج الأمثل والرّائد في مجال الحكامة والتسيق، بفضل الإجراءات التالية:

- تنسيق قوي بين القطاعات الوزارية، من أجل وضع وتفعيل استراتيجيات البلاد، ووزارة مكلفة بالاستراتيجية والمالية؛

- تنسيق قوي بين القطاعين العمومي والخاص، فالتجمّعات المهنية الأكثر تمثيلية للمقاولات (الغرف التجارية وجمعية المصدرين) تساهم في عملية صياغة السياسات الاقتصادية، داخل اللجان الاستشارية الخاصة المحدثة من قبل الحكومة، كما أنها تضطلع بدور الوسيط في حال تنازع المصالح بين القطاعين العمومي والخاص؛
- مشروعية وتمثيلية قوية للقطاع الخاص، لأربع جمّعات، ثلاث منها أنشئت بقانون (فيدرالية المقاولات الصغرى والمتوسطة، وجمعية المصدرين، وغرفة التجارة والصناعة) والرابعة بمبادرة من المقاولات الكبرى (فيدرالية الصناعيين الكوربيين)؛
- التقائية جهازها الترويجي، مع الوكالة المكلفة بالنهوض بالتجارة والاستثمار.

كما يعدّ النموذج الألمانيّ بدوره نموذجاً ناجحاً، خصوصاً على مستوى الحكامة، القائمة على التعاون الثلاثي الأطراف الذي يدمج الدولة وأرباب العمل والنقابات في وضع السياسة الاقتصادية والتجارية للبلاد، وعلى مستوى دور ومشاركة الجمعيات المهنية لأرباب العمل والنقابات.

وتتميز هذه الجمعيات بتمركز قويّ، وتمثيلية كبرى، ووفرة الموارد المادية والبشرية، الأمر الذي يسمح لها بالاضطلاع بدورها كاملاً في وضع الاستراتيجيات التّموّية للبلاد، والتأثير على صياغتها، وتفعيلها، وبالتالي حسن تمثيل الجماعات التي اختارتها، مع مراعاة المصلحة العامة للبلاد. ويسود بذلك منطق المسؤولية المشتركة على منطلق الاحتجاج والمطالبة.

وتعتمد الدولة، على المستوى المركزيّ، على لجنة وزارية مُشتركة تضمّ وزارات الاقتصاد والتكنولوجيات، والمالية والتعاون الاقتصاديّ والتنمية، والشؤون الخارجية. ويعود أمر الترويج للصادرات إلى ثلاث مؤسسات: وزارة الاقتصاد والتكنولوجيات، ووزارة الشؤون الخارجية، والغرف التجارية.

وتوجد هيئتان تاريخيتان تأسستا في 1950، تمثلان القطاع الخاص وهما : فيدرالية الصناعات الألمانية التي تمثل 32 جمعية و100 ألف مقاول، وتتوفر على شبكة دولية؛ وفيدرالية المشغّلين الألمان المكلفة بالسياسة الاجتماعية، وتمثل 52 فيدرالية وطنية و14 جهوية، وتتوفر على بنية منظّمة، بخبرة متميزة في مجال قانون الشغل والنظام الضريبي والحماية الاجتماعية...

علاوة على أنّ الفرقاء الاجتماعيين ينخرطون في حياة المقاولات على مستويين اثنين: تشريعياً لهم الحقّ، وباستقلالٍ عن الدولة، في تحديد الحدّ الأدنى للأجور، وتحديد شروط العمل، وذلك حسب كلّ فرع اقتصاديّ على حدة. ولم تتدخل الدولة في تحديد الحد الأدنى للأجور إلا في الآونة الأخيرة. كما تشارك النقابات في تدبير شؤون المقاول، بالمساهمة عبر اللجان الإدارية ولجان المقاول، ويسمّى هذ النموذجُ التدبيرَ المشترك بالطريقة الألمانية. وتبلغ نسبة المنخرطين في النقابات 18 % (تقارب نسبة 17 % المسجلة في دول منظمة التعاون للتنمية الاقتصادية)، مع وجود نقابات متحدة، تضمها كونفدرالية النقابات الألمانية بنسبة 80 % من إجمالي المنخرطين، وتتكوّن من 8 نقابات قطاعيّة، منها IG Metall للصناعة و Ver.di للخدمات.

ويستمد هذا النموذج قوّته من وحدة هيئاته التمثيلية على جميع المستويات: بدءاً من المقاول والمُستوى الجهوي فالوطني حتى الدولي، جاعلاً من العلاقات المهنية العامل الأساسي لتعزيز التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة.

2. الأستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

يمثل تأهيل الاقتصاد وتعزيز العرّض القابل للتصدير أولويات بالنسبة إلى مجموع الدّول موضوع المقارنة، وذلك قبل إقرار انفتاح السوق. ولهذا الغرض، تم البدء أولاً بوضع السياسة الصناعية قبل السياسة التجارية، لخلق الانسجام مع حاجيات البلاد وأهدافه التنموية. وتتوفّر كلّ البلدان المقارنة على استراتيجيات قطاعية طموحة، والعديد من هذه الاستراتيجيات موجّهة نحو التصدير. وتخضع هذه الاستراتيجيات للتحديد والتكييف المتواصلين.

وقد اضطرّت بعض البلدان إلى فتح اقتصادها على الخارج، والبحث عن أسواق جديدة، نظرا لعجز الطلب الداخلي على امتصاص العرّض الموجود. وخلال إعداد الاستراتيجيات القطاعية، يتمّ الأخذ بعين الاعتبار مجموع الفاعلين المعنيين بالاستراتيجية قبل اتخاذ القرار. وبعد وضع الاستراتيجية، تعيّن هيئة لقيادة وتقييم الاستراتيجية وتعديل مسارها وتوجّتها وتكييفها حسب التغيرات الطّرفية التي قد تؤثر في الوسط والسيناريوهات المتوقّعة.

فتركيا مثلا، أعدت استراتيجية قطاعية مخصّصة للتصدير، متناسبة مع توقعات النمو ومع عدد اتفاقيات التبادل الحرّ الموقّعة. وقد تمّ إعداد الاستراتيجية بتعاون وثيق مع القطاع الخاص، لأخذ بعين الاعتبار الاحتياجات الميدانية، والتمكين من أجرأتها بشكل أفضل. وبالنسبة لتركيا، تعدّ التجارة الخارجية محرّكا للنمو، وبالتالي، فهي تكيّف اقتصادها تبعا لهذه الرؤية. وتقوم بتنوع شركائها حسب العرض القابل للتصدير.

وقد أطلق الرئيس الأمريكي أيضا المبادرة الوطنية للتصدير سنة 2010، بهدف مضاعفة الصادرات الأمريكية في خمس سنوات. أما تونس، فقد أطلقت برنامجها لتطوير الصادرات في العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، بشراكة مع البنك العالمي. وتراهن الاستراتيجيات الموجّهة نحو التصدير على تنوع الأسواق والمنتجات المصدّرة، وعلى تشييط أعمال الترويج والرّفّع من جودة العرض القابل للتصدير.

وهناك تواصل دائم بين هيئات قيادة الاستراتيجيات وأعلى سلطة في البلاد، التي تُضفي الشرعية على البرامج، وتفرض ضرورة تحقيق نتائج إيجابية. فمن الضروري وجود حكومة قوية قادرة على اتخاذ قرارات جريئة وغير ظرفية، لتحقيق الأهداف التنموية المنشودة.

وعلى سبيل المثال، ففي الفترة ما بين سنتي 1965-1979، عقد رئيس كوريا الجنوبية اجتماعات متواصلة ومكثفة لتتبع الاستراتيجية الوطنية لتنمية البلاد: من بينها اجتماعات تخصّ إنعاش الصادرات، واجتماعات يتمّ فيه عرض التوجّهات الاقتصادية، بحضور مسؤولين كبار من القطاعين العمومي والخاص...

وقد كان لهذه الاجتماعات أثر حاسم في تفعيل الاستراتيجيات القطاعية وتحقيق المعجزة الكورية. ومكّن أيضا من تقاسم رؤية موحّدة بين القطاعين العمومي والخاص، وتحديد العراقيل، وتفعيل التحكيم. فمثلاً، عندما يلاحظ تأخر في إنجاز مشروع ما، يتمّ تحديد السبب، وإيجاد الحلّ بشكل فوريّ.

وتلعب وزارة الاستراتيجية والمالية اليوم دور تنسيق تحديد استراتيجيات كوريا الجنوبية، وتعمل على تتبّعها وتفعيلها. كما أنّ الوزير المكلف بهذا القطاع يشغل منصب نائب الوزير الأول.

ثمَّ إنَّ كوريا الجنوبية راهنتُ كثيراً على العنصر البشري، وعلى مجال البحث والتنمية، لمواكبة استراتيجياتها القطاعية. وسعياً إلى تشجيع التميّز والجودة، فهي تخصص جوائز عديدة للتفوّق يقدمها رئيس الدولة. وفي سنة 1964، تمَّ إحداث جائزة الرئاسة تُقدّم لأفضل مصدرٍ في اليوم الخاص بالتصدير سُمِّي "يوم التصدير".

وفي التعديل الوزاري لسنة 2014، أصبحت الحكومة التونسية تضمُّ وزيراً منتدباً لدى رئيس الحكومة، مكلفاً بتتبع وتنسيق الشؤون الاقتصادية، وكتابة دولة لدى وزير الاقتصاد والمالية مكلفة بالتنمية والتعاون. وهذان القطاعان الوزاريان يتكفلان بوضع الاستراتيجيات التنموية بشراكة مع المؤسسات المعنية، وتتبع وتقييم تنفيذها، وأيضاً بالتعاون الدولي. وهما يقومان بدور أساسي لضمان التنسيق والنجاحة في تفعيل الاستراتيجيات القطاعية، ويعبّدان الطريق أمام الولوج إلى التمويل الأجنبي للاستراتيجيات في إطار التعاون الدولي.

ويتبيّن من خلال الدراسة المُنجزة أنّ النهوض بالمقاولات الصغرى والمتوسطة وصناعة منتوجات مبتكرة ذات قيمة إضافية عالية يشكلان الهدف الأساسي للاستراتيجيات القطاعية. كما أنّ الاستثمار في مجال البحث المخصّص للتنمية يعدّ قطب الرّحى في مسلسل إنجاز أهداف النمو، ويمنح البلاد المعنيّ طابعاً خاصاً يميّزه عن غيره من البلدان المنافسة. علاوة على ذلك، فإلبدان الصّاعدة تراهن على تربية تكوين اليد العاملة للرفع من أسهمها وتنافسيتها في الأسواق الدولية.

وتتوفر كل هذه البلدان على آليات لمراقبة جودة المنتوجات للنهوض بعلامتها التجارية في العالم، وتقديم منتوجات خاضعة للمعايير الدولية. وهنا أيضاً، تتبيّن الأهمية القصوى لصورة البلاد، وارتباطها بعلامة تجارية جيدة، في إطار بناء سمعة البلاد والعمل على المحافظة عليها بوصفها عاملاً وازناً في مجال التسويق.

وفيما يخصّ التفاوض حول اتفاقيات التبادل الحر، تتوفر هذه البلدان على مفاوضين مؤهلين لهم كفاءات عالية ومتخصّصين في تقنيات التفاوض. وبفضل المعلومات الاستراتيجية المستقاة ميدانياً، يصبح بإمكانهم التفاوض من موقع قوة مع مخاطبيهم. فالشيلي مثلاً، أنشأت لجنة وزارية مشتركة مكلفة بالمفاوضات الاقتصادية الدولية، ولجنة لإشراك القطاع الخاص في المفاوضات.

ويتبين من خلال جرد الاختصاصات الممنوحة لوحدة الاستعلام الصناعي و"مصلحة منح التراخيص التجارية" (Trade Agreements Sector)⁶ أنّ الاستعلام الموظف في خدمة القطاع الصناعي والتجاري يشكل إحدى هذه الصلاحيات.

لهذا، فبمجرد ما تدخل اتفاقية التبادل الحر حيّز التنفيذ، حتى تستفيد منها الدولة استفادة فعلية. فالشيلي تراهن على اتفاقيات التبادل الحر الإقليمية، وتستغلها لتطوير التجارة بين بلدان المنطقة (92% من تجارة السلع مع شركائها المفضّلين). والولايات المتحدة الأمريكية لا تتخرط في مفاوضات اتفاقيات التبادل الحر إلا في مناطق تكون متأكّدة بأنها تتوفر فيها على امتيازٍ مطلقٍ في مجال المُبادلات التجارية. وهي تحرص على مراقبة وضمان تطبيق اتفاقيات التبادل الحرّ المبرمة بصراحة، عبر مركز Trade Agreements Sector المحدث سنة 2012.

وعلى مستوى الحماية التجارية، وضعت كل هذه البلدان آليات للحماية ضد الصادرات غير المشروعة. ففي تركيا توجد مديرية عامة للصادرات تدافع عن مصالح المصدرين الوطنيين باستعمال أدوات حماية تجارية ضد الصادرات التي تضر بالإنتاج الوطني. من جهتها، أنشأت مصر مصلحة منح التراخيص، وهو جهاز تابع لوزارة التجارة والصناعة يحمي الاقتصاد المصري من الممارسات التجارية غير المشروعة، وفي الوقت نفسه، يجري المفاوضات حول اتفاقيات التبادل الحر ثنائية الأطراف والإقليمية ومتعددة الأطراف، ويقوم بتدبيرها. وأرسّت ماليزيا آليات ضد الممارسات غير المشروعة سنة 1993، أما تونس فقد أحدثتها سنة 2000.

وبالنسبة للقطاع الخاص، فإضافة إلى إشراكه الفعلي في مفاوضات التبادل الحر، فإنه يستفيد من دورات تكوينية، وتقدم له الشروح الوافية لاستيعاب ما يتجُم عن هذه الاتفاقيات من انعكاسات فعلية، وتمكينه من الاستفادة منها. وفي الأخير، هناك الدور الهام الذي تضطلع به وكالات التنمية والتعاون لتوفير الشروط اللازمة لتطوير المبادلات التجارية. ففي بعض الأحيان، تقدم هذه الوكالات العون التقني لمساعدة البلدان على الاستعداد لخوض المفاوضات وتفعيلها فيما بعد. وخير مثال على ذلك الولايات المتحدة الأمريكية والشيلي. وفي بعض البلدان، يشمل التعاون تعزيز قدرات وكالات الإنعاش (تونس)، أو تقاسم التجارب حول نماذج النجاح (كوريا الجنوبية).

3. أجهزة الترويج

يمكن التمييز بين نموذجين اثنين من المؤسسات المكلفة بالترويج: النموذج الأول يولي إلى وكالة واحدة أمر إنعاش الصادرات والاستثمارات. كما في كوريا الجنوبية وألمانيا ومصر.

أما النموذج الثاني، فهو الذي تتوفر فيه الدولة على وكالة مكلفة بإنعاش الصادرات، ووكالة أخرى مكلفة بالسعي إلى جلب المستثمرين الأجانب. كما يلاحظ في باقي البلدان الأخرى موضوع الدراسة المقارنة. غير أن الخلاصة هي أن هناك اشتغالا على النقائيات الوكالات. ففرنسا تستعدّ لدمج وكالة Ubifrance والوكالة الفرنسية للمستثمرين الدوليين، مثلها في ذلك مثل أغلب البلدان الأوروبية (ICE في إيطاليا، وUKTI في المملكة المتحدة، وAgentschap NL في هولندا، وGTAI في ألمانيا، وغيرها).

وتقوم أعمال الترويج المشتركة بين مجموع الدول بتنظيم الأنشطة في الخارج (البعثات الاستكشافية، والبعثات التجارية، والمعارض)، وتنظيم أنشطة في البلد المصدر (دعوة المشترين المحتملين، وتنظيم معارض مهنية)، والقيام بحملات تحسيسية في البلدان المستهدفة.

بالإضافة إلى أن الوكالات تقوم بعرض أنشطة لدعم قدرات المقاولات المصدرة، والتكوين، والمساعدة على رسم الاستراتيجية على المستوى الدولي، والمساعدة في مرحلة الإعداد لولوج المعاملات الدولية لفائدة المصدرين الجدد أو عند تنويع الأسواق. وتقدم الوكالات المعلومات المفيدة بخصوص توجّهات الأسواق وفرص الأعمال، وذلك من خلال نشر رسائل إخبارية وتقارير موضوعاتية وغير ذلك.

ويعود الفضل في فعالية وكالات إنعاش الصادرات إلى المستوى المهني العالي لفرقها، والأنماط المتبعة في تنظيمها، وتلبية احتياجات زبائنها من المصدرين. فهي تتوفر جميعها على شبكة من المستشارين المتخصصين المقيمين بالخارج، الذي يقومون باستقاء المعلومات في الميدان ويضطلعون بدور المواكب للمصدرين، ويكونون أيضا بمثابة محطات على مستوى جهات البلاد.

ويعتبر البحث عن المعلومة، وتكوين قواعد معطيات استراتيجية وذات جودة، متممة بإنتاج معرفي مستخلص من التقارير ومن دراسات السوق، هي عوامل تجعل وكالات الإنعاش ذات فعالية عالية جدا . فالحصول على معلومات دقيقة يتيح القيام بالتشخيص، وإعادة تكييف أنشطة إنعاش الصادرات حسب تطور الأسواق. كما يتيح الشبكة الجهوية القرب من المقاولات وتنويع وتوسيع عرض الخدمات على المستوى الوطني. وعادة ما تكون المقاولات التي تشارك في الأنشطة الترويجية مطالبة بالاستجابة لمعايير دقيقة، من أجل الحفاظ على انسجام صورة البلاد التي يتم تسويقها في الخارج.

إضافة إلى النقاط المشتركة المذكورة أعلاه، يتميز كل بلد على حدة بخصوصيات تجدر الإشارة إليها:

- تتميز كوريا الجنوبية باستعمال التقنيات الحديثة للتعريف بالعرض الكوري، وتسهيل ربط العلاقات التجارية، وكذا بالخدمات المتقدمة التي يتم اقتراحها على المستثمرين الأجانب، والتي تصل إلى حد توفير حاضنة للمقاولات داخل مقر وكالة KOTRA الكورية.
- أما ألمانيا، فقد طوّرت تخصصا حقيقيا في تنظيم المعارض، مما يجعل منها مركز ثقل عالمي فيعدد من التظاهرات المهنية.
- في حين أنّ الشيلي تتميز بمقاربة مبتكرة لأنشطة الترويج للمقاولات. وتعد وكالة "بروشيل" الشيلية أول وكالة تتخبط على مستوى العالم في مبادرة التمويل التشاركي (crowdfunding) بطريقة مكثفة. وأعمال الإنعاش الشيلية⁷ تتجح في تسهيل إقلاع العلامات التجارية القطاعية، وتمكين هذا البلد من احتلال موقع الريادة في بعض القطاعات (الخمور، والطبخ، والفاواك والخضار الطازجة، وغير ذلك). وتتمتع المقاولات بالمساعدة بفضل برنامج نوعي لتحسين شروط التعبئة والتغليف والارتقاء بموقع منتوجاتها على المستوى الدولي.
- تمتلك ماليزيا برنامجا نوعيا خاصا للارتقاء بمستوى الطبخ المحلي، يُعرف باسم Malaysia Kitchen Program. وهو برنامج مندمج يرمي إلى خلق الطلب على الطبخ الماليزي، بما يرفع من عدد المطاعم الماليزية التي تعمل بالخارج، ويرفع بالتالي من صادرات المنتوجات الغذائية المحوّلة، ومكوّنات الأطباق والمنتوجات الفلاحية، كما يرفع من عدد السياح الذين يزورون البلاد.
- أما مصر فتعطي أهمية للصورة التي يتم تسويقها من قبل المقاولات ذات البعد الدولي. والقطاع الخاص المصريّ يساعد المقاولات على تسويق صورتها، من خلال تأهيل هويّتها البصرية، والمواكبة في بناء الصورة المؤسسية.
- وفي الولايات المتحدة، فإنّ تكتلات الضغط المصلحي، واستعمال الشبكات، تعدّ من مميزات العلامة الأمريكية. فالشبكة الدبلوماسية الأمريكية ذات الكثافة الكبيرة تتمّ تعبئتها كاملة، مما يعطي ثقلا كبيرا للعمل التجاريّ الأمريكيّ في العالم. ويعدّ المسعى المزدوج، المتمثل في اليقظة والضغط المصلحي، من صميم استراتيجية الجهاز الترويجي الأمريكي، علاوة على مركز Advocacy Center، الذي يمسك بارومترا للصّفقات التي تفوز بها المقاولات الأمريكية عبر العالم. ولا تردّد بنية التكتل المصلحي

7 - أعمال تستهدف الصناعات الغذائية: مسابقة للعلامات القطاعية، وبرنامج Saveurs du Chili، وبرنامج Chilean Wine Tour. للمزيد من التفاصيل انظر الملحق.

هذه، المكونة من شخصياتٍ رفيعة (من دبلوماسيين سابقين، وعسكريين سابقين) من تهيئة مجموع الأطراف المعنية، بما فيها البيت الأبيض والرئيس نفسه أحيانا، لجعل الحظوظ كلها لصالح أمريكا أثناء المفاوضات الصعبة.

- على صعيدٍ آخر، يتوفّر النموذج الأمريكي على رافعة مهمة بالنسبة للدبلوماسية الاقتصادية، وهي دمج أجهزة الصادرات والدبلوماسية والضغط اللّوبي. فالدبلوماسية الاقتصادية الأمريكية ليست مجرد مفهوم، بل هي حقيقة واقعية ملموسة، تتجسد في وجود مكاتب US Commercial داخل السفارات. كما يعدّ الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية من العناصر الأمريكية الرامية لغزو الأسواق الدولية.
- وبالنسبة لتركيا، فإنها تلجأ، من أجل الترويج لمنتجاتها، إلى الضغط المصلحي، مع استهداف المراكز المالية الاستراتيجية، مثل نيويورك ولندن، أو العملاق الصناعي الألماني، لتنظم هناك مؤتمرات سنوية رفيعة المستوى. أضفّ إلى ذلك أنّ أشغال القمة التركية-العربية تجري برعاية الوزير الأول، مما يعتبر إشارة قوية من تركيا في مجال الدبلوماسية الاقتصادية.
- ما يميز تونس هو البحث الدائم عن تسهيل المساطر والإجراءات أمام المقاولات، من خلال شبّك وحيد تجاري مفتوح سبعة أيام في الأسبوع على مدار الساعة.

4. الاستفادة من الموارد

يُكمن سبب تحقيق النجاح، في مختلف مستويات التصدير، في قيام القطاع العمومي من جهة والقطاع الخاص من جهة أخرى بتوفير كل الوسائل الملائمة لمواكبة المقاولات في تطوير أعمالها على المستوى الدولي.

تلعب الموارد البشرية والمالية دوراً كبيراً. ذلك أنّ أجهزة الترويج العمومية، في مجموع هذه البلدان، تتوفر على تمثيلات بالخارج وعلى المستوى المحلي. كما أنّ بعض الجمعيات المهنية للمصدّرين تتوفر على تمثيلات بالخارج.

والدول التي لها حضور واسع النطاق على المستوى الدولي هي الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية وألمانيا من خلال تمثيلاتها بالخارج: 128 مكتبا تجاريا في 80 سفارة بالنسبة إلى الولايات المتحدة، و121 محطة لوكالة KOTRA التجارية في 83 بلدا بالنسبة لكوريا، و125 تمثيلية للغرف التجارية والصناعية في 85 بلدا بالنسبة لألمانيا. وقد كان للاستثمار في الموارد من أجل الإنعاش الاقتصادي آثاراً إيجابية. فقد نتج عن الرفع بما قدره 10 % من ميزانية الفروع الدولية لوكالة KOTRA الكورية ارتفاع قدره ما بين 2.45 و6.34 % من الصادرات الكورية.

تتوفّر الدول التي شملتها الدراسة جميعها تقريبا على جمعيات للمصدّرين ذات تمثيلية، تمول نفسها ذاتيا وتضطلع بدور هام في الدفاع عن مصالح المقاولات، واقتراح تدابير للرفع من الصادرات، والقيام بأعمال ترويجية، والمساهمة في الإشعاع الاقتصادي للبلاد. فجمعية المصدّرين الكورية KITA تتوفر على ثمانية مكاتب في الخارج تتوزّع على ستّة بلدان، وقد وقعت اتفاقات تعاون مع 180 مؤسسة أجنبية. كما تتوفر الجمعية على مؤسسة تكوين Korea Trade Academy، وهي مؤسسة ذاتة الصّيت متخصصة في التجارة الدولية، توفر

تكوننا مستمرًا، ومعهد Institute for International Trade، الذي يتدخل في رسم السياسة التجارية والمفاوضات ثنائية ومتعددة الأطراف. أما جمعية المصدرين الشيليين، ASEXMA، فتتترح، علاوة على مؤسسة التكوين، حاضنة للمشاريع لفائدة المقاولات المصدرة.

ويسمح استعمال شبكة الغرف التجارية في الخارج باستثمار عمل القطاع الخاص والاستفادة منه في مجال إنعاش الصادرات، كما يمكن أيضا استقاء المعلومة من المصدر واستشعار فرص الأعمال. هكذا تتيح شبكة الغرف التجارية والصناعية الألمانية AHK لألمانيا تنظيم وجودها الترويجي في العالم وعلى ترابها الوطني، مع السعي الدائم إلى رفع الأداء إلى حده الأقصى، وخفض التكاليف، وقياس الأعمال المُنجزة بطريقة ملموسة. ويقع جزء من تمويل الغرف على عاتق الدولة، نظراً للوضع القانوني لتلك الغرف باعتبارها مؤسسات شبه عمومية، بينما يقع الجزء الآخر على عاتق القطاع الخاص، من خلال الخدمات المؤدى عنها.

كما تستفيد هذه البلدان من جالياتها بالخارج، للمساهمة في إدماجها في اقتصاد المعرفة. وخير مثال هو شبكة Chile Global، التي تم إحداثها من قبل مؤسسة "صورة الشيلي". وهذه الشبكة تتكون من 500 كفاءة شيلية مقيمة بالخارج، أو من أصدقاء الشيلي في الخارج، تضم تسعة بلدان. وتعد هذه الشبكة بمثابة نموذج لدى المنظمات الدولية.

وأخيراً، قد يلجأ الإنعاش الاقتصادي الى المنظمات الدولية من أجل التمويل، مثلما هو عليه الحال في تونس، التي لجأت إلى البنك الدولي، في العقد الأول من هذا القرن، لتمويل صندوق إنعاش الصادرات، Famex (22.5) مليون دولار أمريكي بالنسبة للنسخة الأخيرة)، في إطار برنامج تطوير الصادرات.

5. تدابير محفزة من أجل التصدير والاستثمار

تنقسم أهم التدابير المحفزة على التصدير إلى أربعة أنواع:

- عقود النمو للتصدير مع المقاولات المصدرة: تقوم الدولة بدعم قسم من النفقات التي تتحملها المقاولات لتطوير صادراتها، على أساس تقديم خطة أعمال للتصدير. وتختلف حصة دعم الدولة، والمبالغ الممنوحة، من دولة إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر حسب قطاعات النشاط؛
- آليات المساعدة لتمويل الصادرات: عموماً، يتم الحصول على القروض من بنك الدولة، على مثال بنك Eximbank الأمريكي للاستيراد والتصدير؛
- أنظمة التأمين على الصادرات: تتيح حماية المصدرين ضد الأخطار التي تتهدد السلعة بعد تصديرها؛
- نظام القبول المؤقت: يتيح الإعفاء الجمركي والضريبي للمواد المستعملة في صنع المنتجات الموجهة للتصدير.

أما أهم التدابير المحفزة على الاستثمار، فتتمثل في ما يلي:

- استهداف المناطق ذات الأولوية التي ينبغي تطويرها، وإحداث مناطق حرة لاجتذاب المستثمرين؛
- منح امتيازات ضريبية وجمركية؛

- منح الدعم للاستثمارات التي تبلغ حجماً معيناً، أو التي تتم في بعض القطاعات الاستراتيجية؛
- توفير البنيات التحتية الملائمة لتسهيل استقرار المقاولات بالبلاد (الشباك الوحيد للمستثمر، ومناطق صناعية مجهزة، وغير ذلك).

توصيات

أدى تحليل المسار المغربي، بمقارنته مع هذه التجارب الدولية، إلى بلورة 25 توصيات تتعلق بأربعة محاور مركزية.

1. تحقيق التّجانس في السياسات القطاعية

أمام مظاهر القصور، في مجال بلورة رؤية شاملة، وخلق التجانس بين الفاعلين وبين الاستراتيجيات، تبدو الحاجة ماسة إلى خلق دينامية تتدخل على المستوى الاستراتيجي والإجرائي، وتكون قادرة على تعزيز تجانس الاستراتيجيات القطاعية.

1. اعتماد مرجعية موحدة، مع أفق زمني وشبكات أهداف مشتركة

من الضروري العمل على تحقيق الانسجام بين مجموع الإسقاطات من خلال أفق موحد (2020 على سبيل المثال)، تشمل الأفق الخاصة على مستوى غالبية الاستراتيجيات القطاعية؛ والعمل من أجل تحقيق التوافق، على المدى القريب، بين زمن المخططات القطاعية وزمن المالية العمومية، عبر التعجيل بالاستفادة منذ الآن مما جاء به القانون التنظيمي الجديد الخاص بقانون المالية⁸، بحيث تتم عملية التفعيل على مدى ثلاث سنوات كاملة. فهذا التفصيل يجب من الآن فصاعداً أن يتضمن المحاور القطاعية وتلك المشتركة بين القطاعات، مع ضرورة تفعيل جهوي لكل منها.

2. "توطين جهوي" للاستراتيجيات القطاعية

من التوصيات المقترحة في هذا الشأن، تفعيل السياسات القطاعية الوطنية على المستوى الجهوي، تبعاً لمجموعة من التدابير المتكاملة: وضع آلية لاستقاء وتجميع المعلومة من الميدان، لبلورة كل استراتيجية على حدة، على أساس الخصوصيات والمؤهلات النوعية لكل جهة على حدة، ولكي تدمج في تلك الاستراتيجيات منذ البداية المحاور الملائمة للتفعيل الجهوي، لأن المقاربة تتيح التوفر على قواعد لتتبع وتقييم السياسات الجهوية؛ وخلق أقطاب تنافسية متخصصة في مجموع الجهات؛ ووضع عقود-برامج جهوية⁹؛ واعتماد مقاربة تشاركية مواطنة بصورة منتظمة، بدءاً من بلورة البرامج إلى تقييمها، مع إشراك المواطنين والفاعلين في مراقبة الأداء العمومي.

8 - نص مشروع هذا القانون هو حالياً في آخر مراحل المصادقة.

9 - انظر تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي حول النموذج التنموي الجديد للأقاليم الجنوبية.

3. وضع وتفعيل سياسة التقائية للموارد الاستراتيجية والمشاركة

إنّ غياب التشاور بين الفاعلين، على مستوى الولوج إلى الموارد الاستراتيجية (النادرة) المشتركة¹⁰، يعرّض هذه الموارد للاحتكار من طرف فاعل أو فاعلين متعدّدين، وذلك حسب موقع التأثير والأولويات الراهنة ودرجة الاستعجال. لذلك، فمن المناسب وضع إطارٍ إجرائيٍّ دائم، من خلال أمانة عامة أو أيّ هيئة مستدامة أخرى، تأخذ في اعتبارها الأهداف العامة للتنمية، وكذا الأهداف المرتبطة بمختلف الاستراتيجيات القطاعية، مع تنسيق ذلك كله حسب أفق زمني واحد، وتنظيمه من خلال تحكيم على أعلى مستوى (مستوى رئيس الحكومة إن اقتضى الأمر ذلك). ومن شأن نظام للإعلام يدمج مختلف البرامج، ويدعم أهمّ وسائلها وإنجازاتها، أن يتيح للفاعلين اقتسام أهدافهم والرّسم المشترك لمرّاحل تقدم مشاريعهم. منهجة إبرام العقود-البرامج مع الدولة في مجال قيادة

المؤسسات العمومية والجهات

هكذا، إذن، ستمكن الدولة، أو الجهة، أو المقاولّة العمومية من تحديد الالتزامات والأهداف التقنية والاقتصادية والمالية المرصودة، والوسائل اللازمة لبلوغها، وأنماط تتبع تنفيذها، ودمج فيها أيضا آثار ذلك على التنمية. ومن الممكن، بالموازاة مع ذلك، الشروع في مراقبة إنجازات المؤسسات. وتكون هذه العقود-البرامج كذلك موزّعة ومفضّلة على مدى ثلاث سنوات مكتملة.

4. الإشراف على تنفيذ وتبّيع وتقييم الأوراش القطاعية

يتيح إحداث لجنة وزارية مشتركة، برئاسة رئيس الحكومة، ضمان التتبّيع والتحكيم المستمرين، من أجل تفعيل منسجم للبرامج والاستراتيجيات المختلفة. وتجتمع للجنة الوزارية المشتركة بصفة شهرية، وتكون مؤلفة من الوزارات ذات الطابع الانتقائي¹¹، والوزارات المسؤولة عن الاستراتيجيات القطاعية. ويتم إعداد الأشغال ومضامينها من قبل لجنة للتبّيع، مع أمانة عامّة دائمة يمكن وضعها تحت إشراف الكتابة العامة لرئيس الحكومة. كما أنّ تنظيم مؤتمر حكوميّ سنوي، مكلف بالتبّيع والبرمجة الممتدة على مدى ثلاث سنوات، سيضمن التوافق والانسجام بين البرامج الاستراتيجية القطاعية وبرمجة الميزانيات القطاعية في إطار القانون التنظيمي الجديد للمالية. ولا يمكن ضمان استدامة هاتين الآليتين إلا من خلال المؤسسة التنظيمية.

5. تجميع السياسات العمومية في أقطاب موضوعاتية متجانسة

من شأن تجميع السياسات العمومية في أقطاب أنّ يضيف مزيدا من الوضوح على الخيارات الكبرى للسياسات العمومية، ويسهل التقاطع والتنسيق بين الفاعلين وبين الاستراتيجيات، ويشجّع التكامل بين القطاعات، ويضمن استدامة السياسات العمومية. أما الأقطاب المقترحة - على سبيل الاستئناس - فهي على الشكل التالي: الاقتصاد والانتاج، والبنيات التحتية والشغل، والتربية والبحث، والصحة والتضامن، والثقافة والتواصل، والعدالة، والأمن، والتعاون والعلاقات الدولية، والتنمية المستدامة والبيئة، مع العلم أنّ بالإمكان أنّ يستند هذا التوجه إلى بنية أخرى للقبطية، شريطة الاحتفاظ لها بانسجامها وسهولة أجرأتها.

10 - الماء، والطاقة، والعقار، والموارد البشرية وتكوينها، والبنيات التحتية والموارد المائية.

11 - الاقتصاد والمالية والداخلية والصناعة، والشؤون الخارجية، وغيرها.

11. التشاور والإشراك القوي للنسيج الإنتاجي

يجب أن يعمل القطاع الخاص على تطوير بنياته وهياكله، اعتباراً للدور المركزي الذي يقوم به في إعداد وتفعيل الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر. ويجب أيضاً أن يحظى بالدعم ويتم إشراكه في مختلف مسلسلات التبادل والتشاور. والشيء نفسه يصدق على باقي الفاعلين الأساسيين في تنمية البلاد (من منظمات نقابية ومجتمع مدني ومنظمات غير حكومية)، لتمكينهم من تشكيل قوة اقتراحية في النقاش الاقتصادي والمجتمعي الذي تشهده بلادنا.

6. تعزيز القدرات الوطنية في مجال الموارد البشرية

يخص هذا الدعم في الآن نفسه الهيئات التمثيلية للقطاع الخاص والمقاولات والنقابات والقطاعات الوزارية المعنية، وهو يقتضي: تكويناً مهنيًا ذا جودة، في تلاؤم مع حاجيات النسيج الإنتاجي؛ وتعدد أعمال التكوين والتوجيه لصالح المقاولات، في ميدان تدخل كل منها أولاً، ثم في مجالات التقنيات التجارية¹²، وسياسة أكثر انخراطاً من قبل الدولة في مجال التحفيز على التكوين المستمر وتسهيله. وينبغي للقطاع الخاص أن يعبر عن مزيد من الإرادة والرغبة في المبادرة عبر أعمال منظمة مدروسة في هذا المجال، وكذا الجمعيات المهنية التي لها مسؤولية في دعم المقاولات المنخرطة فيها، وخصوصاً المقاولات الصغيرة جداً والمقاولات الصغرى والمتوسطة؛ ودعم الموارد البشرية لقطاع التجارة الخارجية من أجل التكفل بالمفاوضات وتفعيل اتفاقيات التبادل الحر، مع تطبيق القانون حول الدفاع التجاري، وتنظيم تكوين لفائدة الموارد البشرية العمومية والخاصة يرمي إلى تحسين الخبرة الوطنية.

7. إعادة هيكلة الهيئات التمثيلية للقطاع الخاص

يجب أن تتوفر للقطاع الخاص القدرات والوسائل اللازمة للمساهمة الفعالة في إعادة تحديد السياسات القطاعية. ولذلك، فمن المناسب وضع إطار قانوني نوعي للمنظمات المهنية، مع مستويات تمثيلية، بهدف دعم هذا القطاع ودعم قدراته ودوره المؤسساتي.

على صعيد آخر، سيكون من المفيد العمل على بثّ الدينامية في أدوار اللجان الدائمة ومجالس الأعمال الثنائية، والشروع في إحداث مجالس أعمال مع كل البلدان التي تربطها اتفاقيات تبادل حر مع المغرب، ولكن أيضاً مع البلدان التي يعاني الميزان التجاري المغربي عجزاً حياً لها، ووضع برامج لدعم قدرات المنظمات المهنية وبنياتها الدائمة.

8. إدماج النقابات ومنظمات المجتمع المدني في دعم السياسات القطاعية والدولية

يجب أن يتوفر الشركاء الاجتماعيون على الإطار القانوني الأكثر ملاءمة، من أجل هيكلة أمثل وعلاقة مفصلة أفضل للأدوار التي تعود إليهم، بصفتهم قوات اقتراحية وفاعلين. ومراجعة قانون الجمعيات، في إطار الحوار الوطني حول المجتمع المدني، ينبغي لها أن تأخذ أيضاً في اعتبارها المسؤوليات والانتظارات الجديدة على هذا المستوى.

12 - الذكاء الاقتصادي واللغات الأجنبية والتنظيم القانوني وتقنيات التفاوض والمصادقة والاستفادة القصوى من المشاركة في المعارض، وغير ذلك.

9. تطوير الشراكات بين القطاعين العام والخاص PPP وتوسيع دائرة أهدافها

إنّ وضع سياسة وطنية لتطوير الشراكات بين القطاعين العام والخاص من شأنه أن يطور علاقات التكامل بينهما، من خلال الحوار بين الفاعلين المعنيين بالشراكات بين القطاعين العام والخاص، ووضع إطار قانوني قوي (عقود الشراكة)، وتوسيع الشراكات بين القطاعين لتشمل القطاعات غير التجارية. فبإمكان الشراكات بين القطاعين أن تقدّم حلولاً مبتكرة وأن تساهم في الرفع من فعالية تنفيذ المشاريع الكبرى. وبهذا الصدد، فإنّ التشاور بين الفاعلين المعنيين، في إطار لجنة وطنية للاستراتيجية تجمع بين القطاعين العام والخاص، تتيح ملاءمة الإطار القانوني للشراكات بينهما، وضمان شفافيته ونجاعته، وضمان تتبّعه ميدانياً وتنسيقه.

10. تأهيل الجانب القانوني المنظم للمعايير المغربية

يجب دعم الترسنة القانونية المغربية على مستوى معايير الصحة والسلامة والبيئة، وذلك بشراكة مع الهيئات المهنية، من أجل حماية تشمل المستهلك والإنتاج والسوق الوطنية معاً، والعمل في الوقت ذاته على ملاءمة تلك القوانين مع المعايير الدولية، وعلى وجه الخصوص مع الترسنة القانونية المعتمدة في الاتحاد الأوروبي، وخاصة في المجال الفلاحي والصناعي.

11. تشجيع ظهور مقاولات صغرى ومتوسطة وطنية بطلّة وبروز قاطرات كضيلة بخلق دينامية كبرى

في مسارها

تتطلب هذه المنظومة، التي تجعل المقاولات الصغرى والمتوسطة في صميم التنمية، تشجيع تطوير تجمّعات المقاولات بتمكين المقاولات الأعضاء التي تقدم سلعها من أجل التصدير من صفة مقاولات مصدرة، مما سيمكن من مضاعفة العرض المغربي الذي يعتبر ذا حجم صغير جداً، ومن جعل الطلب العمومي رافعة استراتيجية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية¹³، وإرساء قاعدة إلزامية الموازنة الصناعية والنقل التكنولوجي في المشاريع الكبرى، وتشجيع استثمار المقاولات في مجال البحث المنصب على التنمية، وإدراج هذا الأمر ضمن الأعمال القابلة للتمويل عبر عقود النمو للتصدير، وإعادة إعمال الاعتراف الوطني بالمقاولات المغربية البطلّة¹⁴.

12. ضمان استدامة عقود النمو للتصدير وتوسيع قاعدة المستهدفين

سيستفيد المغرب الشيء الكثير عن طريق ضمان ديمومة هذه الإجراءات التحفيزية بعد تقييمها. ومن بين التعديلات المقترحة رفع الحواجز القائمة، وإدماج الاستثمارات في الخارج، ووضع برنامج خاص لمواكبة المقاولات المبتدئة.

13 - طبقاً للرأي الذي أدلى به المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، في إطار الإحالة الذاتية رقم 2012/7.

14 - تعلق الأمر بتعزيز العرض القابل للتصدير بإعطاء الأولوية فيها للقطاعات التي يتوفر فيها المغرب على امتياز تنافسي قائم أو محتمل، وباستهداف أولاً في التصدير الأسواق التي يرتبط المغرب معها باتفاقيات تبادل حر أو التي تنطوي على مؤهلات نمو كبرى مثل لإفريقيا.

13. خلق تحفيزات ضريبية وتحيين نظام التمويل والتأمين على الصادرات

من بين التوصيات المقدمة في هذا الإطار إقرار النظام القانوني والضريبي للمصدر غير المباشر، وخاصة عبر إعفاء المُشتريات المحلية الموجهة للتصدير من الضريبة على القيمة المضافة، وتحيين نظام تمويل الصادرات والتأمين عليها بإعادة إقرار النسب التفضيلية على تمويل الصادرات (التمويل المسبق وتسبيق على عمليات الاقتراض في الخارج)؛ وتوسيع تغطية المخاطر المرتبطة بالظرفية عن طريق الشركة المغربية لتأمين الصادرات، وخلق منتجات جديدة لضمان التأمينات والاستثمار في الخارج، وضمان الكفالات وضمان خطر التصنيع وتوقف السوق عن العمل والتأمين المشترك.

14. تبسيط المساطر الإدارية ومساطر التجارة الخارجية قدر الإمكان

تتحقق عملية تبسيط المساطر عن طريق إنشاء بيت المصدر، بوصفه الشباك التجاري الوحيد الحقيقي؛ وتسريع وتيرة أجراء مشروع الشباك الافتراضي الوحيد لإجراءات التجارة الخارجية؛ وإلغاء تحقيق الإضاء بالنسبة إلى كل العقود التجارية، وتعويضه بتصريح الشرف خاضع لرسم إضافي مندمج تستفيد منه الجماعات المحلية ويحل محل واجب التبهر.

III . الترويج والدبلوماسية والسياسة الاقتصادية الدولية

من شأن مضاعفة عدد الموارد المستعملة في الترويج لصورة المغرب ولحضوره الاقتصادي، وتحسين توظيفها الرفع من قدرة العرض المغربي على استقطاب المستثمرين، وتحويل المغرب إلى قبلة للاستثمارات.

ويجدر في هذا الصدد:

15. مواصلة سياسة الانفتاح الاقتصادي على العالم وتحسين مردوديتها

ومن المفيد تعزيز هذا التوجه الاستراتيجي، عبر الإجراءات الآتية:

- اعتماد مساع خاصة لربط العلاقات بمناطق ودول يسجل الميزان التجاري معها عجزا، قصد اتخاذ إجراءات تسهل الولوج إلى هذه الأسواق، بهدف إعادة التوازن للمبادلات معها¹⁵، وتتطلب هذه الأعمال استعدادا كبيرا مسبقا قبل أي لقاءات ثنائية بين المسؤولين الحكوميين المغاربة ونظرائهم من الدول الأخرى المعنية، مع إشراك ممثلي القطاع الخاص (مثل "الأبطال الوطنيين") والبنوك الوطنية ذات الحضور الدولي؛
- تمشين الموقع الجيو-استراتيجي للمغرب ومؤهلاته باعتماد صيغ متعددة مبتكرة. ويجدر أيضا التركيز على وضعية المغرب كمركز مالي وأرضية لوجستية ومصدر فرص للخدمات المتعلقة بالاستثمارات والصادرات التي تستهدف أسواق إفريقيا الشمالية والوسطى والغربية، والبلدان المتوسطة، وأسواق أوروبا وتلك الواقعة في السواحل الشرقية الأمريكية. ويتعين هنا أساسا مضاعفة البعثات الموجهة (السوق/ الفئة المستهدفة) في مجال ترويج اسم المغرب في الخارج، بعد إعادة تحديد العناصر الإيجابية التي

15 - وخاصة مع الصين والاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية وتركيا.

تخدم صورة المغرب، وتشكيل فريق من مستوى عالٍ لتسويق اسمه. ويتعين أيضا اعتماد التشاور لتحديد الأهداف وخطط البعثات، لتفادي تعدد المتدخلين وازدواجية الاختصاصات وتداخلها، كما يقع أحيانا بين الاستثمار والتصدير والسياحة؛

- **العمل على الرفع من حجم التجارة الإقليمية، وخاصة بين البلدان المغاربية¹⁶**، عبر تخفيض كلفة المبادلات، وتحسين اللوجستيك، وتنسيق المبادلات، وتطوير العلاقات المباشرة بين فاعلي القطاع الخاص المغاربيين، وتحقيق تكامل أكبر بينهم لبلوغ الحجم المطلوب في مواجهة الأسواق المستهدفة، مما يمكن من اكتساب حصص أكبر عن طريق التكامل، تتجاوز حصة كل بلد على حدة؛
- **تطوير التعاون جنوب-جنوب¹⁷ وتموقع المغرب كشريك استراتيجي من أجل توسيع دائرة التعاون جنوب-جنوب**، عبر حصر حاجيات بلدان الجنوب في مجال التعاون، واقتراح مشاريع تعاون انطلاقا من تجربته في مجال الاستراتيجيات القطاعية¹⁸. ويجدر أن يأتي هذا العمل بالتساوق مع إعداد استراتيجيات عمومية خاصة لاكتساح أسواق إفريقية، ولا سيما مع بلدان الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا والمجموعة الاقتصادية والنقدية لوسط أفريقيا. ويجب أن تتجاوز العلاقة بهاتين المنطقتين اتفاقيات التبادل الحر وإقامة أطر شراكات متقدمة.

16. جعل السوق الداخلية رافعة للتنافسية الإنتاج الوطني عبر تشجيع مبادرات إنتاج عرض قادر

على تعويض الواردات

يجب هيكلة السوق الداخلية وإخضاعها لمعايير الجودة، وحماتها من الممارسات التي قد تمس باستقرارها وتمثل خطرا على المستثمرين¹⁹.

وقد يمثل تنظيم مناظرات في هذا الصدد مرحلة مهمة في أفق إغناء النقاش المذكور، وبناء مسعى قائم على التشاور يحظى بانخراط واسع.

وبالموازاة مع هذا المسلسل، سيتمكن التوجيه المأمول للطلب العمومي إلى جانب إجراءات تحفيزية أخرى، من استقطاب الاستثمارات الكفيلة بتغذية السوق الداخلية، عبر اقتراح عرض تنافسي لتعويض الصادرات.

17. تحسين قيادة واستغلال اتفاقيات التبادل الحر

ومن التوصيات المقترحة في هذا الشأن، اعتماد تدابير تستهدف تخفيض العجز التجاري واتخاذ إجراءات للدفاع التجاري:

16 - لا تمثل التجارة بين بلدان المنطقة سوى 2 % من التجارة الخارجية، أي أضعف حصة في العالم، وذلك رغم وجود اتفاقية تجارية بين هذه البلدان.

17 - إفريقيا وأمريكا الجنوبية وبلدان الخليج.

18 - على رأس القطاعات التي يمكن استهدافها الأشغال العمومية والسكن والصحة وتكنولوجيات الإعلام والتواصل والتربية والتكوين والمالية والصيدلية والزراعات الغذائية ومنتجات البحر والصناعة الملاحية.

19 - الاقتصاد غير المهيكل والتهريب الذي يترتب عنه وممارسات المنافسة غير الشريفة.

- محاربة تصريحات "الفوترة الناقصة" عند التصدير للقضاء على الممارسات التي لا تخدم التنافس الشريف، عبر تعزيز اللجنة المشتركة العمومية الخاصة لمحاربة الفوترة الناقصة التي استأنفت أعمالها سنة 2013؛
- توفير الخبرة الضرورية في مختلف القطاعات الحساسة (داخل الإدارات والقطاع الخاص)، قصد التمكن من ضبط السعر النهائي للسلع المستوردة؛
- إنجاز عمليات مراقبة مشتركة ومنسقة²⁰ للسلع المصدرة؛ وتحديد القطاعات الحساسة، ووضع آليات لليقظة والحماية من إغراق الأسواق؛
- تعزيز مراقبة مصدر الواردات المستفيدة من النظام التفضيلي لفرض احترام الالتزامات التي تعهد بها مختلف الشركاء التجاريين للمغرب. وسيمكن إنشاء لجنة وزارية مشتركة من تنسيق تطبيق التشريعات الجاري بها العمل وطنيا ودوليا.

ولتحقيق كل هذه الأهداف، يجب استيفاء العديد من الشروط الأساسية: ضمان ثبات وتحصيل وتعزيز قدرات الوفود المكلفة بالتفاوض حول اتفاقيات التبادل الحر وتفعيلها، ومأسسة الهيئة المكلفة بالتفاوض وتفعيل اتفاقيات التبادل الحر وإمادها بالكفاءات العالية الخبرة²¹. وفي هذا الصدد، يمكن تحويل اللجنة الاستشارية للواردات إلى لجنة للاتفاقيات التجارية.

وإضافة إلى ذلك، من الضروري جمع المعلومات التجارية²² ونشرها، مع تنظيم دورات تكوينية، وإصدار دلائل حول اتفاقيات التبادل الحر لفائدة المقاولات.

18. تحقيق التفاضلية تدخّلات الأجهزة المعنية بالترويج

من أجل خلق استراتيجية حقيقية في مجال علامة "المغرب" ولحسب فعالية أكبر، وتحقيق ترشيد الموارد، وضمان انسجام الخطابات التسويقية في الخارج، من الضروري تجميع الوكالة الوطنية للنهوض بالاستثمارات، والمركز المغربي للنهوض بالاستثمارات مغرب تصدير، ومغرب تسويق ومكتب المعارض للدار البيضاء داخل "قطب استراتيجي"، ويمكن توسيع هذا القطب ليشمل دار الصانع التقليدي والمكتب الوطني المغربي للسياحة. ومن أجل الترويج لصورة المغرب، ومنحه إشعاعا أكبر، يوصي المجلس، بالموازاة مع ذلك، بإنشاء مؤسسة صورة المغرب التي ستكفل على وجه الخصوص بتنسيق التواصل بين مختلف الفاعلين الوطنيين الأساسيين المعنيين بالسياسة التجارية لبلادنا وبين الفاعلين في الخارج.

20 - مؤسسات عمومية ومؤسسات قطاعية.

21 - كفاءات قانونية، وتجارية وتقنية، مع التخصص حسب القطاعات، بدعم من الخبرة الخاصة.

22 - المعطيات حول الرواج التجاري والعقبات التعريفية وغير التعريفية والاتفاقيات التجارية.

19. إطلاق تدابير ترويج جديدة بأثر قوية

يجب إعادة النظر في الأجهزة الترويجية للمغرب وإغناؤها :

خلق علامة "المغرب" مصحوبة بدفتر تحمّلات وتتبع صارم لمراقبة الجودة؛

- وضع برنامج دائم للدعم التسويقي لفائدة المقاولات الصغرى والمتوسطة التي تستجيب لمواصفات علامة "المغرب"؛
- إطلاق برنامج للتمويل التشاركي (crowdfunding) لتصدير المنتجات الجديدة، بمساعدة أراضيات إلكترونية مخصّصة لهذا الغرض²³؛
- تنظيم تظاهرات وطنية ودولية؛
- إرسال بعثات للتسويق التنفيذي، عموميّة وخاصة، للسعي إلى استقطاب أصحاب المشاريع؛
- إنشاء أرضية بيع عبر الأنترنت للمنتجات المغربية.

20. تعزيز وسائل مؤسسات الدولة والقطاع الخاص المكلفة بالترويج للمغرب

ولتحقيق هذا الهدف، يوصى بما يلي: الرّفْع من الميزانيات المخصّصة للترويج (الرّسم المفروض على قيمة الواردات، الذي سينتقل من 0,25% إلى 0,50% من مبلغ الواردات، قد يساهم في تحقيق هذا الهدف)؛ واللجوء إلى التعاون الدولي للحصول على وسائل تمويل أعمال ترويج الصادرات؛ وتعزيز دور التمثيليات الاقتصادية لكي تتحول إلى قوّة حقيقية لتسويق المغرب في الخارج؛ يجب أن تتوفر وكالة النهوض بالمغرب الجديدة على اثني عشر فرعاً على الأقل مخصصة في الأسواق الاستراتيجية بمقر لها في السفارات، إضافة إلى فروع أخرى داخل مندوبيات قطاع التجارة الخارجية، أو غرف التجارة، أو المراكز الجهوية للاستثمار.

وبالموازاة مع كل ذلك، يبقى من الضروري القيام بإعادة رسم أهداف بعثات جمعية المصدرين، مع الرفع من وسائلها. وستمثل مهامها في تمثيل المصدرين المغاربة، حمايتهم، ومدّهم بالمعلومات، وتكوينهم والترويج لهم؛ ونمط تمويلها يجب أن يصبح أكثر تنوعاً²⁴؛ وفي المدى المنظور، يجب على جمعية المصدرين أن تستهدف إنشاء مؤسسات مخصصة في التكوين المستمر، وفي البحث، ومواكبة خلق المقاولات، واستحداث عدد أكبر من غرف التجارة ثنائية الأطراف، وخاصة مع الدول التي أبرم معها المغرب اتفاقيات للتبادل الحر، أو تلك التي تسجّل معها مبادلاته عجزاً تجارياً.

21. جعل المغرب أرضية دولية لتنظيم المعارض الإقليمية

الهدف من هذا الإجراء استقطاب أكبر عدد ممكن من الفاعلين الدوليين، خاصة الرّبيّاء والمستثمرين من بلدان الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا (UEMOA) والمجموعة الاقتصادية و النقدية لوسط أفريقيا CEMAC والبلدان المغاربية ومجلس التعاون لبلدان الخليج العربية CCG.

23 - يستهدف هذا البرنامج المقاولات الصغيرة الراغبة في اختيار قدرة منتجاتها الجديدة على اكتساح الأسواق الدولية.

24 - خدمات مؤدّى عنها وأعمال احتضان، مع التوفر على عائدات عقارية.

١٧. الذكاء الاقتصادي

22. إنشاء هيئة وطنية للذكاء الاقتصادي

تكون هذه الهيئة تابعة لرئيس الحكومة، مكلفة بتعزيز وتركيز وقيادة الذكاء الاقتصادي. وستتأط بها مهام اليقظة وحماية التراث المعلوماتي والمساعدة على اتخاذ القرار وتنشيط مسعى للتأثير. وتحرر تقارير منتظمة لليقظة متعددة الموضوعات، موجهة خاصة لفريق قيادة الإصلاحات، ولكن أيضا الأقسام القطاعية وللمنظمات المهنية. ويمكنها في مرحلة ثانية أن تقدم معلومات وتحليل تحت الطلب إلى مقاولات يركز عملها على مجال التصدير. ويجب، إضافة إلى ذلك، أن تتوفر على خلية مشتركة مع وزارة الصناعة متعلقة بقضايا ذكاء الأسواق وتتبع التجارة الدولية.

ويمكن أن يشكل المجلس الوطني للتجارة الخارجية نواة انطلاق هذه الهيئة، وفي هذا الصدد، ينبغي مراجعة إطارها القانوني لمأسسة هذه المهمة الأساسية والاستراتيجية بالنسبة إلى السياسة التجارية للمغرب. ويجب ربطها شبكيًا مع باقي مصادر الذكاء الاقتصادي، لتعزيز المعلومات الصادرة عن مختلف المراد الأخرى الموجودة في المغرب. وأخيرًا، ستتوفر هذه الهيئة على أداة لممارسة الضغط ذي البعد التجاري. وستعمل كذلك على تنشيط مجموعة الأعمال القانونية للتأثير التي تمكن المغرب من احتلال مكانة متميزة لربح تلك الأسواق، لتتوفر لها إمكانية تعبئة الشبكة الدبلوماسية.

23. توفير المعلومات حول الفرص المتاحة

ويتحقق ذلك خاصة عبر تقاسم البحث والتحليل وتعميم طلبات العروض، حسب كل قطاع وكل بلد مستهدف على حدة، ونشرها بعدة لغات؛ وتعيين وترجمة مواقع الإنترنت لمؤسسات الترويج بلغات متعددة²⁵؛ وتنظيم دعم للقطاعات و/أو المقاولات المعنية للتموقع والتأثير في القرارات، على أساس المعلومات المحصل عليها والمحللة، المتعلقة بتطورات الحاجيات في الأسواق المستهدفة، وخاصة في إطار الإصلاحات الجارية أو المقرر إنجازها؛ وتوفير التشريع المغربي بعدة لغات، وخاصة بالإنجليزية. وستقدم مساعدة لإعداد هذه الأجوبة للاستشارات وطلبات العروض التي تعتبر مناسبة ومتلائمة مع الفاعلين الاقتصاديين الوطنيين.

24. إشراك أكبر للخبراء المغاربة داخل المغرب وخارجه في تنمية البلاد

يتم ذلك عبر إشراكهم في بعثات للمصلحة العامة، وبلاستفادة من مغاربة العالم لخلق شبكات مهيكلت لتبادل المعلومات.

تشخيص حالة المغرب

اختار المغرب، منذ ثمانينيات القرن الماضي، نهج سياسة التحرير الاقتصادي، بالموازاة مع اعتماد سياسة تجارية خارجية تجمع بين إطار ثنائي الأطراف وإطار متعدد الأطراف، مكرّساً بذلك انخراطه في تيارات التبادل والاستثمار الدوليين باعتباره خياراً استراتيجياً لا رجعة فيه.

وقد تجسّدت هذه السياسة في الانخراط النشط للمملكة في النظام التجاري متعدد الأطراف، وخصوصاً من خلال الانضمام إلى الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة، في 1987، وإصدار قانون جديد للتجارة في 1993، وتوقيع اتفاقيات مراكش في 1994، وانخراط بلادنا، بصفتها عضواً مؤسساً، في منظمة التجارة العالمية في 1995.

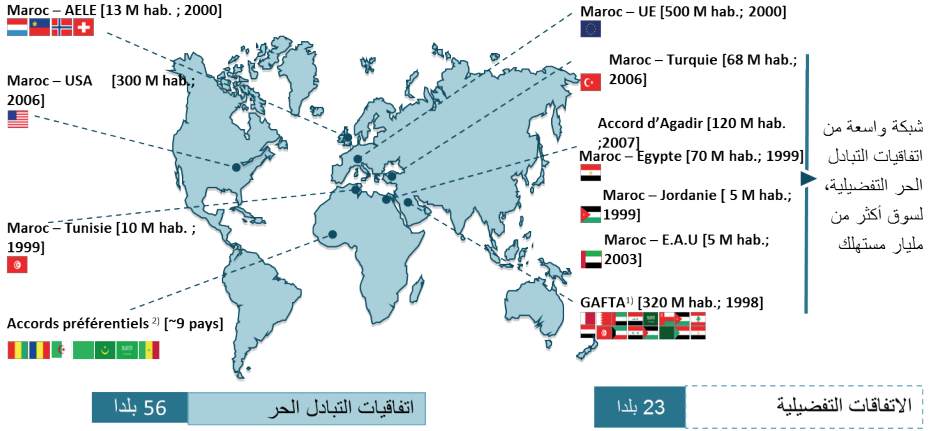
كما وقع المغرب، منذ 1998، اتفاقيات تبادل حرّ مع 56 بلداً، مما أتاح له ولوجاً إلى كتلة تقدّر بما يفوق مليار مستهلك، تمثل قرابة نصف الثروة العالمية وثلث التجارة العالمية: البلدان الأعضاء في الاتحاد الأوروبي والجمعية الأوروبية للتبادل الحر (في 2000)، وتركيا والولايات المتحدة (في 2006)، و18 بلداً في إطار اتفاقية GAFTA²⁶ (في 1998)، وبلدان اتفاقية أكادير، أي تونس ومصر والأردن (مع كل واحدة من البلدان على حدة في 1999، ثم في إطار اتفاقية أكادير في 2007)، والإمارات العربية المتحدة (في 2003).

وما تزال بلادنا تواصل نهج استراتيجيتها الانفتاحية، عبر تطوير علاقاتها التجارية مع مجموعات جهوية في أفريقيا: الاتحاد الاقتصادي والمالي لأفريقيا الغربية UEMOA، والمجموعة الاقتصادية والمالية لوسط أفريقيا CEMAC، ولكن أيضاً من خلال إجراء مفاوضات بشأن اتفاقيات جديدة.

كما بدأت المملكة أيضاً، منذ مارس 2013، مفاوضات مع الاتحاد الأوروبي من أجل إبرام اتفاقية تبادل حرّ كاملة ومعقّمة ALECA، جرت منها ثلاث جولات في أبريل ويونيو 2013 ويناير 2014. كما أجرت بلادنا أيضاً ثلاث جولات من المفاوضات لإبرام اتفاقية تبادل حر مع كندا، وانخرطت في مباحثات مع الشيلي من أجل إبرام اتفاقية تبادل حرّ في المستقبل.

وتمثّل طبيعة الاختيار النهائي لهذا الاندماج، الذي تنتهجه بلادنا، في تيارات التبادل الحر والاستثمارات الدولية مُسلّمة لا يضعها هذا العمل موضع شك. غير أنّ الملاحظة الموضوعية لعدد من المؤشرات، تبين أنّ طريقة تنفيذ سياسة الانفتاح الاقتصادي هذه بحاجة إلى مراجعة وتقويم وتحسين، لما فيه مصلحة البلاد.

وتُجمَعُ كلّ التحليلات على أنّ الموقع الاستراتيجي للمملكة يمثّل بالفعل امتيازاً تُحسد عليه بلادنا، غير أنّ هذا الامتياز لا تستثمر إمكاناته بما يكفي، كما يتضح ذلك من خلال التشخيص الذي يقدمه هذا التقرير.



1. سياسة انفتاح تجاري ذات حصيلة متباينة

انتقلت نسبة انفتاح الاقتصاد المغربي، في أقل من عشر سنوات، من 51.0 %، سنة 2000، إلى أكثر من 64 %، في 2012²⁷. كما أن بلادنا تحتل المرتبة 43 من أصل 138 اقتصاداً، حسب مؤشر تسهيل المُبادلات التجارية²⁸، أمام تركيا التي تحتل المرتبة 56، وأفريقيا الجنوبية التي تحتل المرتبة 59.

غير أن النتائج المُحققة في مجال التصدير والمساهمة في النمو، تبرز ضرورة الإسراع ببذل مجهودات للخروج بفائدة حقيقية من اتفاقيات التبادل الحر المُبرمة.

ذلك أن المغرب يواجه اختلالاً متزايداً في الميزان التجاري، بواردات تفوق وتيرتها ارتفاع الصادرات. ذلك أن نمو صادرات السلع والخدمات ارتفع بما معدله 7 % في السنة، في الفترة ما بين 2001 و2007، مقابل نمو للواردات معدله 11 % خلال الفترة نفسها. ورغم أن نسبة نمو صادرات السلع والخدمات بلغت 24 % في 2008، و31 % في 2010، مقابل 25 % في 2008، و13 % في 2010 بالنسبة للواردات، إلا أن نسبة تغطية الميزان التجاري واصلت انخفاضها، حيث قاربت 48,2 % في 2013 (مقابل نسبة معدلها 62.2 % خلال الفترة 2004-2000). وقد سجّلت كل من الواردات والصادرات خلال هذه السنة الأخيرة انخفاضا قدره 2 % و1,1 % على التوالي.

ونتج عن هذا الاتجاه تفاقم متواصل للعجز التجاري لبلادنا جعله يبلغ 3.24 % من الناتج الداخلي الخام في 2012، أي بتضاعف مقلق بلغ ما يقارب خمسة أضعاف ما بين 2000 و2012، منتقلاً من 7.43 مليار درهم (35 مليار دون احتساب السلع الطاقية والفسفاط) إلى أكثر من 200 مليار درهم.

27 - تقيس نسبة انفتاح اقتصاد معين بحجم النشاط المرتبط بمبادلات لسلع أو خدمات مع الخارج. وتُحسب تلك النسبة بجمع الصادرات والواردات وقياس نسبة ذلك إلى الناتج الداخلي الخام. وقد بلغت نسبة انفتاح المغرب خلال الفترة 2006-2011 ما معدله 60.5 %. وهي نسبة تفوق ما تسجله بلدان مثل مصر (39.5 %) والهند (35.8 %) وتركيا (43.6 %)، لكنها تبقى أدنى من نسب تحققها بلدان أخرى مثل تونس (86.9 %) والأردن (97.9 %).

28 - « Global Enabling Trade Report 2014 », المنتدى الاقتصادي العالمي 2014. ويراعي التصنيف أربعة مجالات هي: الولوج إلى الأسواق، والإدارة الحدودية، والبنية التحتية، والمحيط العملي.

وقد مثّلت الفاتورة الطاقية وحدها ما يربو على نصف قيمة الصادرات في متم 2012، وهي حصة ما فتئت ترتفع منذ تسعينيات القرن الماضي، مع معدّل ارتفاع يزيد بمرتين عن مجموع الواردات.

غير أنّ الطاقة ليست هي السبب الوحيد لتفاقم العجز التجاري، فحتى بدون احتساب الطاقة، فإن نسبة تغطية الميزان التجاري لا تتجاوز 4.63 %، مقابل 8.47 % في المجموع. أما استيراد سلع التجهيز، فيستهلك ما معدّله 8 % من الناتج الداخلي الخام، أي حوالي ثلثي الفاتورة الطاقية. ثم إنّ الميزان التجاري الغذائي بدوره سجل تردياً، منتقلاً من وضعية الفائض، بنسبة تغطية متوسطة تقارب 120 % في 2000، إلى نسبة لا تتعدى 73 % في 2012.

ويمكن وصف تطور هذا العجز التجاري اليوم بالبنوي، حيث أنّ تفاقمه مرتبط ارتباطاً وثيقاً بتحرير المبادلات في إطار اتفاقيات التبادل الحر من جهة، وبتطور الاستثمارات العمومية والبنيات التحتية والاستهلاك من جهة ثانية. ذلك أنّ حوالي 32 % من العجز التجاري الذي سجله المغرب في 2012 هو بمثابة نتيجة مباشرة لاتفاقيات التبادل الحر، ولمساهمة الصادرات في النمو الاقتصادي للبلاد تعدّ من هذا المنظور مساهمة سلبية، بمعدل قدره ناقص 1.1 نقطة من الناتج الداخلي الخام ما بين 2005 و2011.

أما حصة المغرب من السوق في التجارة العالمية، التي تُعتبر مؤشراً دالاً من مؤشرات التنافسية، فقد ظلت ضعيفة، بمعدل قدره 0.11 % خلال الفترة 2012-2000. بل إنّ هذا الرقم نفسه يُعدّ تراجعاً بالنسبة إلى عقد التسعينيات من القرن الماضي، حيث كان المعدل يبلغ حوالي 0.13 %، وذلك خلافاً لبعض البلدان المنافسة (حيث انتقلت مصر من 0.08 % إلى 17.0 % ما بين 2000 و2011، وانتقلت تركيا من 0.4 % إلى 0.7 % خلال الفترة نفسها). إنّ حصة المغرب من السوق في انخفاض متزايد، حتى حيال الاتحاد الأوروبي، شريكه التجاري الأول.

أضف إلى ذلك أنّ حوالي 40 % من الصادرات تتمّ في إطار اتفاقيات التبادل الحر، وهو ما يدلّ على أهمية الإمكانات غير المُستغلة، وذلك رغم أنّ هذه الحصة تختلف كثيراً باختلاف الاتفاقيات، حيث تبلغ 37 % مع الاتحاد الأوروبي، و40 % بالنسبة لاتفاقية أكادير، و68 % مع الولايات المتحدة، و82 % مع تركيا، و83 % مع الجمعية الأوروبية للتبادل الحر A.E.L.

ومع دخول الاتفاقية الفلاحية مع أوروبا حيز التنفيذ، مؤخراً، كان من المفروض أنّ ترتفع الصادرات باتجاه بلدان الاتحاد. غير أنّ المغرب يسجل، على وجه العموم، عجزاً تجارياً مع كلّ البلدان التي تربطه بها اتفاقيات تبادل حر، باستثناء الجمعية الأوروبية للتبادل الحر.

أما بخصوص التجارة المغاربية الداخلية، فإنّها تعادل 2.4 % من المبادلات الخارجية للبلدان الخمسة (مقابل 9 % بالنسبة لأفريقيا، و16 % بالنسبة لبلدان السوق المشتركة لدول أمريكا الجنوبية MERCOSUR، و25 % بالنسبة لبلدان جمعية بلدان جنوب شرق آسيا ASEAN). وبالتالي، فإن المنطقة المغاربية تعدّ الأقل اندماجاً في المبادلات على مستوى العالم، وهو ما يجعل كلّ واحد من بلدانها يخسر، حسب بعض الاقتصاديين، ما يربو على نقطتين من النمو في السنة.

ومن جهة أخرى، يُلاحظ أنّ هناك تركيزاً، في مدخل ومخرج التجارة الخارجية المغربية، على بعض المنتجات الحساسة. فأهمّ المنتجات عند المخرج هي الأسمدة والفسفاط والألبسة وخيوط وأسلاك الكهرباء، وهناك

عند المدخل ثلاث خانات من السلع تمثل وحدها 64% من الواردات: هي الطاقة والمنتجات نصف المصنّعة والمنتجات المصنّعة الموجهة إلى الاستهلاك.

يبين التحليل المفضل للواردات أن هناك ارتباطاً متزايداً للعمليات الإنتاجية بالمكونات المستوردة، مما يفضي إلى تسريع لاختراق السوق الداخلية من قبل المنتجات الأجنبية. وتبرز بعض التحليلات أن الواردات غير القابلة للانضغاط، خارج الهيدروكربون، تمثل 64% من مجموع الواردات، وأن المنظومة الإنتاجية تستورد، مباشرة أو بطريقة غير مباشرة، قرابة النصف (46.7%) من السلع الوسيطة التي تستهلكها. أما حسب فروع النشاط، فإن الحصة متميزة: 78% بالنسبة للنسيج والألبسة، و82.8% بالنسبة للصناعات المعدنية والميكانيكية والكهربائية IMME، و58.7% بالنسبة للصناعات الكيماوية وشبه الكيماوية.

وتترتب على ذلك قيمة مضافة ضعيفة للصادرات، وخصوصاً في ما يتعلق بأنشطة المُنَاوِلة، ومحتوى كبير من المنتوجات المستوردة في الإنتاج الموجه إلى السوق المحلية. أما الاستهلاك النهائي، فقد انتقلت نسبة إشباعه بالواردات من 10% إلى 18% في ظرف عشر سنوات، مع بلوغها حداً أعلى قدره 22% في 2008.

وقد بدأ يظهر تنوعٌ خفيفٌ على مستوى الصادرات، مع ارتفاع، على الخصوص، لحصة السيارات، وصناعات الطيران، ونقل الخدمات خارج بلد المنشأ (الأوفشورينغ). فقد سجلت صناعات الطيران، خلال الفترة 2008-2012، نمواً سنوياً بلغ معدله 15.2%، في حين سجلت صناعة السيارات في الفترة نفسها نمواً معدله 18.6%، وسجل الأوفشورينغ نمواً بلغ 14.1%. غير أن التنوع الإنتاجي للاقتصاد المغربي يظل أدنى بكثير من المعدل المسجل في البلدان الصاعدة. فالمغرب يصدر 42 منتوجاً لكل مليون نسمة، مقابل 55 منتوجاً بالنسبة لتركيا و130 بالنسبة لتونس و160 بالنسبة لماليزيا. وتمثل المهن العالمية الست بالمغرب (صناعة السيارات، وصناعات الطيران، والإلكترونيات، والنسيج والجلد، والصناعة الغذائية، والأوفشورينغ) أكثر من النصف (53%) من مجموع صادرات البلاد في 2012 (علماً بأن الفوسفاط يمثل لوحده ربع الصادرات). وبعض المهن العالمية بالمغرب تجد صعوبة في سبيل تطورها: زائد 1.1% بالنسبة للإلكترونيات، وزائد 2,5% بالنسبة للصناعات الغذائية، وزائد 0,4% بالنسبة للنسيج خلال الفترة 2008-2012. أما بخصوص المحتوى التكنولوجي، فإن قرابة نصف المنتجات المصنّعة المصدّرة تقوم على تكنولوجيا ضعيفة إلى متوسطة، من صنّف المنتجات ذات التكلفة المنخفضة، مما يدل على وجود نقص على الصعيد التقني لإنتاج الصناعات.

وأخيراً، فإن تزايد تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة، الذي كان واحداً من أهداف اتفاقية التبادل الحرّ المبرمة من طرف المغرب، أمرٌ يمكن ملاحظته في تزامن مع تفعيل تلك الاتفاقيات. فقد كان المعدل السنوي للاستثمارات الأجنبية المباشرة يبلغ 20.9 مليار درهم ما بين 200 و2007، ليرتفع إلى 28.4 مليار درهم ما بين 2008 و2010 (أي بزيادة قدرها 36%). أما في 2013، فقد بلغ مجموع الاستثمارات الأجنبية المباشرة ما قدره 40.2 مليار درهم، أي بارتفاع بلغ 25% بالنسبة إلى 2012.

غير أن هذا الارتفاع في الاستثمارات الأجنبية المباشرة لا يمكن أن يُعزى في معظمه إلى دخول تلك الاتفاقيات حيّز التنفيذ، بل هو مرتبط أكثر بعمليات حوصصة أو تفويتٍ لحصص الدولة، أو تفعيل لاستراتيجيات قطاعية (كالسياحة والصناعة وغيرها).

فبصرف النظر عن مفعول القاطرة لاتفاقيات التبادل الحر على الاستثمارات الأجنبية المباشرة، فإنّ الملاحظة المدعّمة تتيح الوقوف على أنّ العجز المتراكم منذ 2001 و2012 في الميزان التجاري مع الاتحاد الأوروبي، الذي يُعتبر الشريك الأوّل للمغرب على كلّ المستويات، بلغ 185 مليار درهم، مُبتلعاً بذلك مجموع الاستثمارات الأجنبية المباشرة والمساعدات التي قدّمها الاتحاد الأوروبي للمغرب خلال الفترة نفسها، هذا على حين انخفض نصيب الاتحاد الأوروبي من صادرات المغرب إلى 56.8 % في 2012 (مقابل 75.7 % في 2000)، مما يعدّ مؤشراً على تنوّع أسواق الصادرات المغربية.

وقد أبرز الفحص الأخير للسياسة التجارية المغربية، الذي أجرته منظمة التجارة العالمية في 2009، الخطوات التي حققتها المملكة²⁹، والمتمثلة في :

- أهميّة الإصلاحات الاقتصادية، وتنوّع برامج إعادة الهيكلة التي تمّ إطلاقها؛
 - تدعيم عدد من الأساسيات الماكرو-اقتصادية؛
 - الحدّ من ارتباط المغرب بالأنشطة التقليدية، من خلال تنوع اقتصاده في عدد من مجالات الصناعة والخدمات؛
 - الارتفاع الهامّ للاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
 - الاندماج التدريجي للمغرب في المنظومة التجارية متعدّدة الأطراف؛
 - تبسيط مساطر التجارة الخارجية؛
 - الحدّ من الحماية التعريفية.
- غير أنّ التقرير أشار كذلك إلى بعض أوجه القصور التي مازالت قائمة، وتتجلى في:
- المشاورات بين القطاعين العمومي والخاص لا تدمج بصورة كافية المقاولات الصغرى والمتوسطة، مما ينتج عنه امتياز في الولوج إلى المعلومة وإلى المفاوضات، تستفيد منه المقاولات الكبرى والقطاعات الاقتصادية الأفضل تنظيماً؛
 - ارتفاع الواردات بأسرع ممّا ترتفع به الصادرات، مما ينجم عنه تفاقم لعجز الميزان التجاري؛
 - تمثل الاتفاقيات التجارية ما يشبه "دعلاً" يعقّد الحكامة ويحدّ من وضوح ومصداقية النظام التجاري للبلاد؛
 - لا يستفيد مجموع التراب الوطني من النموّ الذي تحقّقه البلاد، وذلك بفعل الاختلالات القائمة ما بين الجهات.

29 - هذا رابط التقرير:

[https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE__Search/FE__S__S006.aspx?Query=\(\(%20@Title=%20morocco\)%20or%20CountryConcerned=%20morocco\)\)%20and%20\(%20\(%20@Symbol=%20wt/tpr/s/*%20\)\)&Language=FRENCH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true#](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE__Search/FE__S__S006.aspx?Query=((%20@Title=%20morocco)%20or%20CountryConcerned=%20morocco))%20and%20(%20(%20@Symbol=%20wt/tpr/s/*%20))&Language=FRENCH&Context=FomerScriptedSearch&languageUIChanged=true#)

يتبين من هذا أنه، ورغم كَوْن المغرب قد اختار الانفتاح الاقتصادي كخيار لا رجعة فيه، إلا أنه لا يبدو أنّ البلاد تتحكّم في مجموع آثار هذا الانفتاح وتداعياته. فقد اتبع الميزان التجاري خلال السنوات الأخيرة منحى تنازلياً بعجز يزداد تفاقماً، مما يهدد ببلوغ مستوى لا يستطيع الاقتصاد المغربي تحمّله. وبالتالي يبدو أنّه من الضروريّ القيام بخطواتٍ تصحيحيةٍ، مع الحفاظ على استمرارية الخيارات الاستراتيجية للبلاد، مفضّلة من خلال التوجّهات الملكية، أي السياسة الوطنية المرتبطة بأوروبا، والانفتاح على أفريقيا وبلدان الخليج العربي.

2. تحليل عوامل التأثير على السياسة التجارية

أ. الهيئات المتدخلة في السياسة التجارية

أهم المتدخلين في السياسة التجارية

الترويج والتنمية الدولية				رسم التوجهات الاستراتيجية	
المؤسسات العمومية				وزارات أخرى: الزراعة والصيد البحري، والسياحة، والصناعة التقليدية، والاقتصاد الاجتماعي والتضامني، والطاقة والمعادن، والشؤون الخارجية والتعاون، والاقتصاد والمالية	وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي
مؤسسات خاصة	مؤسسات صومية أخرى	مؤسسات تحت وصاية قطاع التجارة الخارجية	مؤسسات تحت وصاية وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي		
<ul style="list-style-type: none"> التفكيرية العامة لمقاولات المغرب، وهي مبادرة الشغلين المغربية SMAX، وهي الشركة المغربية لتأمين الصادرات ASMEX، وهي جمعية المصدّرين المغاربة الجمعيات المهنية القطاعية (الجمعية المغربية لصناعات النسيج والألبسة AMITH، والجمعية المغربية لصناعة وتجارة السيارات AMICA وغيرها)، وتنظّم أيضاً أعمالاً للترويج والإعلان 	<ul style="list-style-type: none"> وكالة التنمية الفلاحية: إنعاش الاستثمارات الفلاحية المكتب الوطني للتسيّاحة: مكتب إنعاش السياحة الشركة المغربية للهندسة السياحية المصاحيبين دار الصنعة: إنعاش الصناعة التقليدية المستثمرون الاقتصاديون لدى السفارات: إنعاش الصادرات وأجنادب مستثمرين أجانب 	<ul style="list-style-type: none"> المركز المغربي لإنعاش الصادرات، هو الأداة الفاعلة في مجال إنعاش صادرات المغرب من السلع ومن الخدمات المركز الوطني للتجارة الخارجية، يظطلع بنور مرصد للتجارة الخارجية المغرب تسويق هو المجمع للمعايير المغربية والمتوسطة الفلاحية مكتب معارض الدار البيضاء، ينظّم معارض مهنية 	<ul style="list-style-type: none"> الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات AMDI، مكلفة بتقنية وإنعاش الاستثمارات في المغرب الوكالة الوطنية لإنعاش المقاولات الصغرى والمتوسطة ANPME، تراكب المقاولات الصغرى والمتوسطة في مسائل التحديث وتحسين تنافسيتها 	<p>أطراف معنية تقع مجال الإنعاش الاقتصادي أو التسيير أو الاستثمار في تدفق دائرة تدخلها</p>	<p>مكلفة بتلوية وتفعيل السياسة الحكومية في مجال الصناعة والتجارة الداخلية والخارجية والتطوير جيات الحديثة</p>

يتّصف النموذج المغربي بتشتت للفاعلين العموميين والخواص، أي بهدرٍ كبيرٍ للطاقة وللسائل المالية والبشرية.

أضف إلى ذلك أنّ عدداً من المؤسسات العمومية تساهم في التنمية الاقتصادية الدولية للمملكة، حيث إن ما لا يقل عن 20 وزارة ووكالة تعد من بين الأطراف المعنية، كما أنّ بعض المؤسسات الخاصة منخرطة كذلك في الترويج الاقتصادي للبلاد.

وقد تمّ إطلاق محاولة لتحقيق الالتقائية بين الفاعلين العموميين في 2003، مع مشروع إحداث مكتب وطني لإنعاش الاستثمارات والصادرات (ONIX). وكان المشروع الأوّل يرمي إلى دمج المركز المغربي لإنعاش الصادرات (CMPE)، وإدارة الاستثمارات الخارجية سابقاً (AMDI)، ودار الصانع. وكان من المفروض في المكتب، الواقع مقرّه في الرباط، أن يضم مصالح خارجية، إضافة إلى المصالح المركزية، وعددٍ من التمثيليات بالخارج (بيوت المغرب).

وقد جاء هذا المشروع بناءً على الملاحظات التالية:

- تعدد المتدخلين على مستوى الترويج الاقتصادي للمغرب في الخارج، بينما تتكفل مؤسسة واحدة بمعالجة قضايا التصدير والاستثمار في العديد من البلدان ذات الأداء الاقتصادي الجيد (كوريا الجنوبية واليابان وغيرهما)؛
- عدم الاستغلال الجيد للموارد البشرية والمادية المتوفرة؛
- قيام كل مؤسسة بإنتاج ونشر مادتها الترويجية الخاصة (من كتيبات ومطويات ولوحات وأفلام وغيرها)، مما ينجم عنه تشتيت للصورة المُسوَّقة للبلاد، وعدم انسجام التواصل.

غير أنه لم يُكتب لهذا المشروع، في نهاية الأمر، أن يرى النور، وذلك بسبب المقاومة التي أبدتها مختلف الهيئات والقطاعات الوصية المعنوية.

واليوم، ورغم وجود هيئات رسمية للتنسيق بين مختلف الفاعلين العموميين، وبين الفاعلين الخاص، وبين الفاعلين العموميين والخاص، إلا أن أوجه القصور لا تزال قائمة. فالفاعلون لا يحدّون اقتسام المعلومة، والعمل الجماعي كفريق واحد، بقدر ما يفضلون التركيز على ما يرتبط مباشرة بمؤسستهم، أكثر بكثير مما يرتبط بالمصلحة المشتركة والاتقائية. هذا الغياب للتنسيق يعد من بين النقاط التي يتم التنبيه إليها عند كل فحص تقوم به المؤسسات والهيئات، وطنية ودولية، لسياسات بلادنا. فهي كلها تخلص إلى ضرورة وضع قواعد جديدة في مجال الحكامة والتنسيق.

أما في مجال مسلسل المُفاوضات الاقتصادية الدولية، فإن وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي، والقطاع المكلف بالتجارة الخارجية، يعملان بالتعاون مع وزارة الشؤون الخارجية والتعاون، من أجل تنسيق موقف الحكومة المغربية. وتساعدهم في هذا الشأن اللجنة الاستشارية للواردات CCI، التي تتمثل مهمتها في إبداء الرأي حول جميع المسائل المرتبطة بطلبات الحماية التعريفية أو باتخاذ تدابير تجارية ظرفية. وتتألف اللجنة، التي يرأسها ممثل وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي، من ممثلين عن مختلف الوزارات، وإدارة الجمارك والضرائب غير المباشرة، وممثل عن كل واحدة من الجمعيات المهنية التي تعتبر معنية أكثر من غيرها، وممثل عن فيدرالية الغرف التجارية والصناعية والخدماتية، وفيدرالية الغرف الفلاحية، وفيدرالية غرف الصناعة التقليدية. أما القطاع الخاص، فتمثله الكونفدرالية العامة للمقاولات بالمغرب، التي تتوفر على لجنة موضوعاتية حول استغلال اتفاقيات التبادل الحر والعلاقات الدولية الثنائية.

غير أن التوقيع على اتفاقيات التبادل الحر القائمة لم تسبقه دراسة لآثار من أجل قياس مفعول هذه الاتفاقيات التجارية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، من أجل الوقوف عند مظاهر الهشاشة، ووضع الخطط المناسبة للحفاظ على القدرة التنافسية لمختلف القطاعات.

ورغم أن بعض اتفاقيات التبادل الحر، كالاتفاقية الموقعة مع الاتحاد الأوروبي، قد صاحبها برامج دعم مالي وتقني ترمي إلى تسهيل عملية تأهيل الاقتصاد المغربي والاتقائية القانونية مع المعايير والمقاييس الدولية أو الأوروبية، إلا أن هذه التدابير لم تتح في نهاية المطاف بلوغ الأهداف المتمثلة في تعزيز القدرة التنافسية للمقاولات المغربية بما يجعلها قادرة على الاستفادة بطريقة أمثل من الفرص التي توفرها اتفاقيات التبادل الحر.

ولا يمثل المشروع الجديد المتعلق بالاتفاقية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب (ALECA)، الذي هو اليوم في مرحلة التفاوض، لا يمثل استثناءً في هذا المجال، إذ يكشف عن حدود طريقة التفاوض لدى الطرف المغربي، الذي لم يقم، على عكس نظيره الأوروبي، بدراسة للأثر ولا بعملية تشاور مُسبقة ومعقّمة مع القطاع الخاص، تشمل مجموع الفروع القطاعية المعنية من قريب أو من بعيد بهذه الاتفاقية. وبالتالي فإن مشروع الاتفاقية يثير بعض المخاوف المرتبطة بقدرة المفاوضات المغربية على دخول المنافسة مع نظيراتها الأوروبية، وما يقتضيه ذلك من ضرورة إعداد عملية تأهيل سواء على الصعيد الصناعي أم التنظيمي.

واستجابةً لهذه المخاوف، أطلق قطاع التجارة الخارجية، منذ تمّ مارس 2014، مسلسلًا جديدًا من المشاورات، من أجل الجمع بين القطاع الخاص والمجتمع المدني في المراحل المقبلة من مفاوضات الاتفاقية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب المذكورة، كما أنّ الوزارة تفكر على ما يبدو في إطلاق دراسة للأثر، والاعتماد على مساعدة مكتب قانوني لمواكبة المفاوضات.

وبصفة عامّة، يجري التفكير أيضا في تعديل القانون رقم 89-13، المتعلق بالتجارة الخارجية، من أجل ملاءمته مع التغيرات الحالية والمستقبلية للمبادلات التجارية الخارجية، مع تحديد المسؤوليات خلال عمليات التفاوض بشأن اتفاقيات التبادل الحرّ، وكذا المراحل الواجب اتباعها في إجراء تلك المفاوضات.

2. ب. الاستراتيجيات القطاعية ذات الصلة بالتصدير

لقد أرسى المغرب، منذ العقد الأوّل من هذا القرن، سياسته التتموية على أساس وضع استراتيجيات قطاعية مخصّصة. وقد كان رسم هذه الاستراتيجيات القطاعية يتمّ، في غالب الأحيان، بعد وضع السياسة التجارية والتوقيع على اتفاقيات التبادل الحرّ.

ورغم ذلك، فإنّ الاستراتيجيات القطاعية لم تدمج في تصوّرها مختلف الفرص والتحديات المرتبطة بتوقيع اتفاقيات التبادل الحرّ هذه، وذلك على عكس الممارسات الدولية التي يبيّن التحليل أنها تربط رباطًا وثيقًا بين محوريّ الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحرّ.

هناك على الأقلّ 14 استراتيجية قطاعية تمّ إطلاق أغلبها بعد الاتفاقيات الأولى للتبادل الحرّ، والتي تؤثر إما بطريقة مباشرة في التجارة الخارجية، عبر تطوير العرض القابل للتصدير أو الرفع من الواردات، وإما بطريقة غير مباشرة، عبر التأثير في المصالح المرتبطة بالتجارة، أو في تنافسية الاقتصاد.

كما ترمي تلك الاستراتيجيات إلى خلق المزيد من مناصب الشغل وتحسين شروط العمل، مع تأهيل أفضل لليد العاملة. وتشمل كلّ واحدة من هذه الاستراتيجيات، على الأقلّ في تصوّرها وبالنسبة للقطاعات الإنتاجية، أهدافًا مُرَقّمة بخصوص الأثر في النموّ الإضافي للنتائج الداخلي الخام وخلق مناصب الشغل.

أهم الاستراتيجيات القطاعية ذات الصلة بالتجارة الخارجية

- المخطط الاستعجالي (2009-2005)، ثم الميثاق الوطني للإقلاع الصناعي PNEI، في أفق 2015 (2009)؛
- استراتيجية رواج للتجارة والتوزيع، بأفق 2020؛
- مخطط المغرب الأخضر للفلاحة، بأفق 2020؛
- مخطط أليوتيس Halieutis لقطاع الصيد البحري، بأفق 2020؛
- استراتيجية المغرب إكسبور بلوس بأفق 2018، وهي استراتيجية الثنائية مُوجَّهة لإنعاش الصادرات؛
- رؤية 2010، ثم 2020 بالنسبة للسياحة؛
- الاستراتيجية الوطنية لتطوير التنافسية اللوجستية بأفق 2010؛
- المغرب الرقمي 2013 (في مرحلة التقييم لرسم مخطط جديد بأفق 2020)؛
- المخطط الاستعجالي للتربية والتكوين؛
- مخطط الطاقات المتجددة بأفق 2020؛
- رؤية 2015 للصناعة التقليدية؛
- الرؤية الاستراتيجية للتكوين المهني؛
- الاستراتيجية الوطنية للتعليم العالي؛
- برامج إنعاش الشغل والحماية الاجتماعية.

وبعد مرور أكثر من عقد من الزمن، يكشفُ الفحص العميق لنتائج هذه المخططات القطاعية المختلفة عن أوجه من القصور في مجال التنسيق والقيادة والتتبع، تمثل كلها عوائق تحول دون تنفيذها، ناهيك عن الغياب الكبير للتجانس على مستوى أسس العمل، وترقيم حاجيات هذه الاستراتيجيات القطاعية الوطنية في مجال الاستثمارات والموارد والتحليل والآفاق الزمنية.

فخلال مرحلة الإعداد، نجد أن كل قطاع يتصرّف في عزلة شبه تامة، ويبلورُ استراتيجيته بطريقة مستقلة، دون البحث عن الاستفادة من مفعول القاطرة للاستراتيجيات الأخرى، وعن ضمان الانسجام بين القطاعات والالتقائية بين الوزارات، والتآزر بين القطاعات والمؤسسات المعنية.

هكذا تأثر تفعيل الاستراتيجيات بظهور مشاكل في استعمال الوسائل، أمام ضرورة القيام بعمليات تحكيم لتعيين الموارد المالية والبشرية والعقارية والمائية والطاقية وغيرها.

في شهر فبراير من سنة 2013، انعقد الملتقى الوطني الأول للحكومة، حول موضوع حكامه الاستراتيجية والبرامج القطاعية، تحت رئاسة رئيس الحكومة. غير أنه لم يُفض بعد إلى خطة عمل تعطي وضوحاً أكبر لمجموع الفاعلين المعنيين، وتضع الهيئات والآليات اللازمة.

من جانبٍ آخر، مازالت الدولة لا تتوفر على فرق ميدانية قادرة على تطبيق خطط العمل والأهداف. وحتى في حال اللجوء إلى مهام مواكبة ميدانية، من قبيل مكتب تدبير المشاريع PMO، تتكفل بها مكاتب استشارية، فإن النتائج المسجلة تظل أدنى من الانتظارات التي تعبّر عنها المخططات.

أضف إلى ذلك أن أغلب التدابير تتم بطريقة معزولة، مما يجعل من التأزر والتفاعل أمورا غائبة. ولما كانت الكثير من التدابير غير مباشرة، فلا يمكنها أن تؤتي ثمارها إلا على المدى البعيد. وأخيرا، فإن قيادة كل واحدة من الاستراتيجيات تجري بطريقة مستقلة، دون تنسيق شمولي من خلال خارطة طريق شاملة لتنمية البلاد، والنتيجة، أنه لم يمكن الاستفادة من أي رافعة من الرافعات المحتملة. وحتى القيادة، في حال وجودها، تجري في الغالب على مستوى مغرق في المركزية، وقلما تكون منتظمة ومضبوطة.

وأخيرا، فإن مساهمة الاستراتيجيات القطاعية في النمو الاقتصادي للبلاد تظل متباينة.

فمستويات النمو، التي حققها المغرب خلال السنوات الأخيرة (4.8% كمعدل خلال الفترة 2012-2011) تعتمد بالأساس على مُحدّدين كبيرين:

- حصّة الناتج الداخلي الخام الفلاحي، التي تظل هامة، الأمر الذي يفسّر عدم الاستقرار النسبي الذي يطبع النمو، من أثر تأثر المواسم الفلاحية بالتساقطات المطرية؛
- السياسة التي تنتهجها الدولة تواصل، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، دعم الطلب الداخلي، وذلك بطرق عديدة منها:

- إطلاق مشاريع استثمارية كبرى من أجل تطوير البنيات التحتية وخدمة تنفيذ الاستراتيجيات القطاعية (فقد انقلبت نفقات الاستثمار للقطاع العمومي من 74 مليار درهم في 2007 إلى 186 مليار درهم في ميزانية 2014)؛

- تحسين القدرة الشرائية للمواطن، سواء من خلال الرفع من الأجور، ودعم أسعار المواد الأساسية (الدقيق والسكر والمواد البترولية) أم من خلال توسيع نطاق التغطية الاجتماعية.

وفضلاً عن ذلك، فإن غياب عرض إنتاجي كافٍ ومتنوع جعل تحسين القدرة الشرائية يفضي إلى نمو للطلب الموجه إلى الخارج، وبالتالي إلى ارتفاع قوي للواردات لا يستطيع نمو الصادرات تغطيته. وفي غياب سياسة ملائمة، وخصوصا على مستوى الطلب العمومي، فإن الاستثمارات العمومية تفضي هي أيضا إلى اقتناء تجهيزات مستوردة من الخارج، مما يزيد من عبء الواردات.

من هنا بدأ يظهر توافق حول ضرورة إعادة النظر في هذا النموذج التنموي، من أجل بلوغ الأهداف التالية:

- الحد من تفاقم عجز الميزانية؛
- التخفيف من الحجم العام للواردات، وخصوصا من خلال إنتاج عرض بديل، بموازاة مع تعزيز الاستراتيجيات القطاعية، بما يجعلها تؤثر في الصادرات؛

• تمكين المبادلات الخارجية من إحداث أثر إيجابي على النمو،

وبالتالي التوفر على سياسة موجهة نحو تطوير العرض عوض التركيز على دعم الطلب.

على صعيدٍ آخر، لم تتمكّن الاستراتيجيات القطاعية من تحقيق الأهداف المتعلقة بإحداث مناصب الشغل. ففي الوقت الذي ترمي فيه استراتيجية التصنيع (الإقلاع) إلى إحداث 220.000 منصبٍ شغل في أفق 2015، فإنّ هذا القطاع (الصناعة، بما فيها الصناعة التقليدية) شهد انخفاضاً سنوياً معدّله 25.000 منصبٍ شغل خلال الفترة 2009-2012.

علاوة على ذلك، وبغضّ النظر عن عدد مناصب الشغل المُحدثة، يُطرح كذلك سؤال طبيعة تلك المناصب، مع رغبة المغرب في التوجّه صوب انتهاج منطق البلد الأكثر تنافسية، ذي القيمة المُضافة العالية، وليّس صوب سياسة بلد الكلفة المنخفضة. وفضلاً عن أنّ هذه السياسة الأخيرة بعيدة عن متناول المغرب، نظراً إلى المُنافسة القوية للبلدان الداخلة في الاتحاد الأوروبي، فإنها بعيدة كذلك عن الاستجابة لحاجيات التنمية التي يتوقّ إليها المغرب.

يُضخ من تقرير للمجلس الوطني للتجارة الخارجية، صدر في 2013 حول "الاستراتيجيات القطاعية وحدود تحمّل العجز التجاري"، أنّ الاستراتيجيات القطاعية تساهم على المدى البعيد في الحد من العجز التجاري إذا جرى تفعيلها بطريقة أكثر تنسيقاً والتقاءً.

2.ج. أجهزة الترويج

أنشطة إنعاش الصادرات

تمّ إحداث المركز المغربي لإنعاش الصادرات في سنة 1976، لتغيير هويته البصيرية في 2009 وتصبح "المغرب تصدير"، وهو تغيير جاء نتيجة لرسم الاستراتيجية الجديدة لإنعاش وتنمية الصادرات، أي استراتيجية Maroc Export Plus، التي تمّ تبنيها في السنة نفسها.

ينظم "المغرب تصدير" مختلف الأنشطة الترويجية التقليدية، مثل مشاركة المغرب في المعارض والملتقيات المهنية في الخارج، وبعثات "أعمال لأعمال" business to business القطاعية، وبعثات الاستكشاف، ودعوة المشترين إلى المغرب. كما تقدّم هذه البنية أنشطة دعم للمقاولات، من خلال تنظيم تّكوينات في مختلف الميادين المرتبطة بالتصدير (ندوات تكوينية لتعزيز قدرات المقاولات، والتّركيز على سوق نوعية، وعمليات التصدير، وما إلى ذلك).

وقد تمّ تزويد الاستراتيجية الجديدة لإنعاش الصادرات، عند إطلاقها، بخارطة طريق بأهداف أكثر دقة، تميّز بين ثلاثة أشكالٍ من التدابير:

- التدابير القطاعية، التي تركز على إنعاش القطاعات ذات الأولوية في الأسواق المستهدفة، بهدف تسهيل عمل التصدير بالنسبة للمصدّرين المُكرّسين (النسيج والجلد، والصناعات الغذائية ومنتجات البحر، وصناعة السيارات، وصناعات الطيران، والكهرباء، والإلكترونيات، والأوفشورينغ). كما يتم تنظيم أعمال ترويجية جديدة، مثل القوافل الترويجية؛
- التدابير الائتقائية لليقطة، وإعداد المقاولات للمشاركة في الأنشطة الترويجية؛
- تدبير تنظيمي لإعادة هيكلة "مغرب تصدير".

وقد أحدثت الدولة، في إطار "المغرب تصدير"، صندوقاً لإنعاش الصادرات، مُخصّصاً لتمويلها، حيث يُخصّصُ الجزء الأكبر من هذا التمويل لعمود النمو للتصدير، التي يتكفل بتدبيرها قطاع التجارة الخارجية. ويرمي البرنامج إلى تمكين 375 مقاولاً مصدراً - أو بإمكانها أن تكون مصدراً - تتوفر على برنامج طموح لتطوير الصادرات، من الاستفادة من دعم مالي، من خلال المساهمة في النفقات المتعلقة بتحقيق وتنفيذ خطة عمل تسويقية أو تجارية، وذلك في حدود 80 ٪. وقد تمّ توقيع الاتفاق الخاصّ بهذا البرنامج في 2011، وإطلاق أوّل طلب ترشيدات في 2013، جرى بعده انتقاء 74 مقاولاً للنسخة الأولى من البرنامج.

كما وُضِعَ قطاعُ التجارة الخارجية كذلك برنامجاً للافتتاح عند التصدير، مما يتيح القيام بتشخيص للمقاول المصدّر، تليه مواكبة محددة الهدف، من أجل تحسّين استراتيجيتها في البيع، وإيجاد أسواق جديدة. وقد استفادت 1000 مقاولاً معنيّة بهذا البرنامج.

وأخيراً، فإنّ هناك تدبيراً نوعياً يهم دعم تكتلات الشركات 30. ويعتزم القطاع المساهمة في تكوين 55 تكتلاً في أفق 2015، من خلال تقديم مساعدة مالية ومنهجية عند إطلاقها وهيكلتها، ثمّ عند تطوُّرها وتعزيزها. وعلى صعيدٍ آخر، هناك تكوينات متخصصة في التجارة الخارجية يجري إحداثها حالياً، بشراكة مع كوريا الجنوبية.

أنشطة إنعاش الاستثمارات

تم إحداث الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات في سنة 2009، لتحلّ محلّ إدارة الاستثمارات. وتتمثل مهمتها في تنظيم أعمال الترويج للتعريف بفرص الاستثمار في المغرب.

وتقوم الوكالة بأعمال استكشافية، وأخرى رامية إلى اجتذاب المستثمرين، وذلك خلال ندوات عامة أو قطاعية، ومعارض متنقّلة، أو بمناسبة المشاركة في عددٍ من المعارض المهنية.

ومن شأن قياس فعالية هذه الأعمال الترويجية بمقياس إبداء الاهتمام من قبل المستثمرين وكذا الاستثمارات الفعلية، أن يتيح تحديداً أمثل وأدق لأهداف أعمال الوكالة.

الدبلوماسية الاقتصادية المغربية

خلال ندوة السفراء، التي نظّمها وزارة الشؤون الخارجية والتعاون يومي 30 غشت و1 سبتمبر 2013 في الرباط، تمّ تقديم رؤية جديدة للدبلوماسية الاقتصادية بحضور القطاع الخاص المغربي.

وتتمثل هذه الرؤية خارطة طريق حقيقية لترويج صورة المغرب على المستوى الدولي وضمان استدامة نموه. وهي تعوّل بالخصوص على التضامن بين الوسائل والتعاون القويّ بين القطاعين العمومي والخاص، من أجل تثمين مؤهلات وإمكانات تنمية المغرب على المستوى الدولي، واجتذاب استثمارات وشراكات جديدة حاملة للنمو المستدام.

رسالة صاحب الجلالة الملك محمد السادس للمؤتمر

- خارطة طريق للدبلوماسية الاقتصادية المغربية -

«...وفي هذا الصدد، فإننا ندعو دبلوماسيتنا إلى تقوية العمل من أجل الترويج للنموذج المغربي القوي والغني بفضل الإصلاحات العميقة التي أقدمنا عليها، وكذا الأوراش التنموية الكبرى التي نقودها في جميع المجالات، سواء للنهوض بالتنمية البشرية، أو في مجال السياحة والتنمية المستدامة والطاقات المتجددة وغيرها، فضلا عن الرصيد التاريخي للمغرب كبلد للانفتاح والتسامح، وفضاء لتعايش وتفاعل الحضارات والثقافات.

ومن هنا، فإن التعريف بالنموذج المغربي، ليس مجرد شعار فحسب، وإنما هو هدف استراتيجي سيمكن بلوغه من تحقيق كل فرص التعاون الممكنة في جميع الميادين. وبلوغ ذلك الهدف، يجب على حكومتنا إعطاء الأولوية لدبلوماسية اقتصادية مقدامة، قادرة على تعبئة الطاقات، بغية تطوير الشراكات وجلب الاستثمارات، وتعزيز جاذبية البلاد، وكسب مواقع جديدة، وتنمية المبادلات الخارجية.

كما ندعوها [الحكومة] للتسيق والتشاور مع مختلف الفاعلين الاقتصاديين، في القطاعين العام والخاص، للتعريف بالمؤهلات الاقتصادية التي تزخر بها بلادنا، وخاصة في القطاعات الإنتاجية الواعدة، بهدف المساهمة في تميمتها، وإرساء تعاون مؤسسي بين القطاعات الوزارية التي لها نشاط دولي في المجال الاقتصادي...».

وفي أعقاب هذا المؤتمر، اتفقت وزارة الشؤون الخارجية والتعاون والكونفدرالية العامة لمقاولات المغرب على خطة عمل تستهدف وضع المقابلة في صميم الاستراتيجية الدبلوماسية. ومن بين الاقتراحات التي عرضت للنقاش مسألة إنشاء خلية للذكاء الاقتصادي ولجنة للعمل الاستراتيجي.

وقد شكلت الجولة الملكية في شهري فبراير ومارس في أربع دول إفريقية (مالي، والكويت ديفوار، وغينيا كوناكري، والغابون)، بحضور وفد هام من أصحاب المقاولات، الانطلاقة الفعلية لخارطة الطريق هذه، كما أبرزت الأولوية التي تحظى بها الفارة الإفريقية، الشريك التاريخي للمغرب في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

ويبقى من الضروري تعزيز وسائل عمل هذه الدبلوماسية الاقتصادية، بالشروع أولاً في تقاسم الوسائل المتوفرة، عبر التقائية أفضل بين المؤسسات المكلفة، وأيضا بتعزيز المشاريع الاستثمارية وتقوية العرض القابل للتصدير، عبر تحسين مناخ الأعمال، وتسريع دينامية الاستراتيجيات القطاعية، وتعزيز إجراءات المؤكبة والتأهيل، ووضع آليات لليقظة الاقتصادية ملائمة تغطي مجموع الأسواق المُستهدفة.

وبصفة عامة، فإن استراتيجية تنمية وإنعاش الصادرات قد عززت أعمال التأهيل التي تقوم بها الدولة، لتحقيق استهداف أفضل للأعمال والأسواق، عبر إنجاز عمل يحقق التقاطع بين مزايا المغرب ومؤهلاته من جهة، وتطور الطلب العالمي من جهة ثانية.

ومن شأن اتخاذ تدابير أفقية جديدة، وتحقيق وضوح أفضل في العدة العامة أن يساعد المقاولات على الاستعداد الجيد لمواجهة المنافسة الدولية، وأن ظلت مع ذلك بعض الجوانب الهامة معلقة، من قبيل التجسيد الفعلي لترويج صورة المغرب وعلامته، والتأهيل الضروري للموارد البشرية العاملة في الأجهزة الترويجية.

2. د. موارد مستغلة

بلغت ميزانية الاستثمار ل"مغرب تصدير"، برسم سنة 2014، ما قدره 260 مليون درهم، وميزانية الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات 72 مليون درهم. وتتأتى ميزانية مغرب تصدير أساسا من الضريبة على الواردات، وميزانية الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات من دعم مقتطع من الميزانية العامة للدولة. وتبلغ الميزانية السنوية المخصصة في المغرب للنهوض بالصادرات (ميزانية مغرب تصدير) أقل من 0,14 % من مبلغ الصادرات السنوية.

وقد نظمت كل من "مغرب تصدير" والوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات 335 نشاطا ترويجيا سنة 2013 داخل المغرب وخارجه (بما في ذلك اللقاءات الثنائية بين المقاولات أعمال لأعمال).

وعلى المستوى التنظيمي، تشغل "مغرب تصدير" 80 أجيورا³¹، والوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات 96 أجيورا³².

وتتوفر "مغرب تصدير" على ستة مكاتب عبر العالم (في كل من باريس ومدريد وروما وفرانكفورت ونيويورك وديبي). ومن المنتظر أن تتوفر أيضا على فروع دولية، وهذا الإجراء لم يدخل حيز التنفيذ بسبب تعقيدات في المساطر الإدارية الخاصة بتوظيف أعوان في الخارج. أما على الصعيد الجهوي، فكل من مغرب تصدير والوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات لا يتوفران على أي تمثيلات. لهذا، فالمراكز الجهوية للاستثمار الخمسة عشر، التابعة لوزارة الداخلية، ممثلة في الولايات هي التي تشكل شبابيك استقبال المستثمرين.

وتوجد في الخارج تمثيلات أخرى ذات طابع ترويجي اقتصادي وتجاري للمغرب:

- المكتب الوطني المغربي للسياحة يتوفر على 13 تمثيلية في الخارج (باريس، ومدريد، ولشبونة، ونيويورك، ومونتريال، ولندن، وبروكسيل، ودوسلدورف، وزوريخ، ستوكهولم، وميلان، وموسكو، وبكين)؛
- دار الصانع التقليدي لها فرع بباريس؛
- أطلقت الوزارة المكلفة بالمغاربة المقيمين بالخارج برنامجا لإقامة مراكز ثقافية مغربية، بشراكة مع وزارة الشؤون الخارجية والتعاون. وتعد دار المغرب بمونتريال أول مركز من هذا القبيل شرع في العمل منذ يونيو 2012. وهناك مراكز أخرى قيد الإحداث: أمستردام، وباريس، وطرابلس، وتونس العاصمة؛
- تتوفر وزارة الشؤون الخارجية على مستشارين اقتصاديين في أهم السفارات؛
- تتوفر المؤسسة المستقلة لمراقبة وتنسيق الصادرات (EACCE) على مكتب يمثلها في بروكسيل.

31 - تضم مغرب تصدير 5 مديريات مركزية (التسويق والقطاعات والأسواق والتواصل والإدارية والمالية)

32 - تضم الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات 3 مديريات مركزية (الدعم والتنمية والاستثمار)، وثلاثة أقسام تابعة للمديرة العامة (الاستراتيجية والتسويق والموارد البشرية والافتحاض الداخلي).

أما على مستوى القطاع الخاص، فقد أنشئت الجمعية المغربية للمصدّرين (ASMEX) سنة 1982. وقد قامت سنة 2013 بدراسة لتحديد موقعها الاستراتيجي الجديد وتعزيز عرضها على صعيد الخدمات.

وتضم نسبيا عددا قليلا من الأعضاء، بلغ سنة 2011 مائة وعشرين منخرطاً على قاعدة تناهز 5000 مقالة مصدّرة. و90% من ميزانيتها مصدرها الدولة، وتستغلها لإنجاز أعمال ترويجية: قوافل التصدير في مختلف جهات المغرب (12 مدينة سنويا مع تركيب نهائي بمناسبة المناظرات حول التصدير)، والمشاركة في بعثات إلى الخارج (معارض، وصالونات، ولقاءات ثنائية بين المقاولات...)، وتنظيم موائد مستديرة مع المستشارين الاقتصاديين، بتناوب مع وزارة الشؤون الخارجية والتعاون.

ومن شأن التموّج الجديد للجمعية المغربية للمصدّرين، الذي من المقرر أن يفضي إلى إبرام عقد-برامج مع الدولة، أن يجعلها توسع دائرة خدماتها وتجعلها أكثر جاذبية، مع تنويع طرق ومصادر تمويلها.

أما عن الجمعيات المهنية القطاعية، فهي تفتقر إلى الموارد البشرية والمالية للاضطلاع بمهامها. وعلى سبيل المثال، يعمل في كل جمعية 4 مستخدمين في المتوسط. ويبلغ العدد الإجمالي لمستخدمي الجمعيات المهنية، خارج الكونفدرالية العامة لمقاولات المغرب أقل من 100 أجير.

وتتأتى ميزانيتها من عدة مصادر، أهمها:

- الرُسوم المفروضة على الواردات،
- العقود-البرامج مع الحكومة،
- انخرطات الأعضاء.

وقد ارتفعت نسبياً الموارد المادية المخصصة لعمليات الترويج، ولكنّها ظلت مع ذلك ضعيفة. وما زالت المساطر الإدارية تشكو من الأساليب العتيقة والتعقيدات، وسيكون من المفيد تبسيطها.

2. هـ. إجراءات لتحفيز الاقتصاد

اتخذت الدولة، في إطار الاستراتيجية الجديدة لإنعاش الصادرات، تدابير جديدة لتحفيز التصدير:

- عقود النمو للتصدير، وتهدف إلى تمكين المقاولات المصدرة أو الراغبة في العمل في مجال التصدير من الاستفادة من الدعم، وبذلك تتحول المقاولات المصدرة العرضية وغير العاملة في مجال التصدير إلى مقاولات مصدرة محترفة تشغل في مجال التصدير بشكل منتظم؛ وتستهدف فقط المقاولات العازمة على تحقيق حدّ أدنى من النموّ الإضافي لرقم المعاملات في مجال التصدير بنسبة +15%. ويمثل الدعم الممنوح 10% من رقم المعاملات الإضافي في التصدير، خلال ثلاث سنوات، بعد تقديم خطة أعمال للتصدير. وقد تبلغ نسبة الدعم 80% من النفقات الفعلية، مع تحديد السقف في 5 ملايين درهم لفائدة المصدّرين المهنيين (رقم المعاملات ما بين 50 و500 مليون درهم) ومليون درهم للمصدّرين الصّاعدين (رقم المعاملات أقل من 50 مليون درهم).

وتمكن هذه العقود من تمويل الفروع التجارية وبعثات الاستكشاف، واللقاءات الثنائية بين المقاولات، ودراسات الأسواق، وأعمال التواصل، والمشاركة في الصالونات، وأدوات لتدبير العلاقة بالزبائن، وقواعد المعطيات التجارية، والموقعة لدى سلاسل التوزيع، وأرضيات للتخزين والتوزيع، والتأمين على التصدير.

- دعم تكوين تجمعات المقاولات، عن طريق منح دعم قد يصل إلى 5,1 مليون درهم في مدة ثلاث سنوات،
- التكتف بالافتحاص عند التصدير لفائدة المقاول المصدرة.

إضافة إلى ذلك، واصلت الدولة العمل بالدعم بنسبة 80 % لفائدة مشاركة المقاولات المغربية في الصالونات المهنية والمعارض التي تدرج في إطار البرنامج الرسمي للمغرب.

وعلى صعيد التأمين-القروض، فإنَّ هناك ثلاث شركات هي: الشركة المغربية للمصدِّرين، و Euler Hermes و ACMAR و Cofale، حاضرة في السوق المغربية، إضافة إلى البنوك التجارية التي تقدِّم خدمات مماثلة عبْر حلول تمويل الصَّادرات. وأخيرا، تقترح البنوك المغربية أيضا حلول تمويل للصادرات، كحلٍّ بديل للتأمين-القرض، بحيث تمكِّن هذه التقيُّنة المصدِّرين من إعطاء مستحقَّاتهم إلى البنوك التي تتكلَّف بعملية الخصم.

وتقترح كذلك بشراكة مع الصندوق المركزي للتأمين لمنتجات لصالح المقاولات المصدرة، وخاصة Mezzanine Export التي تساهم بنسبة تمويل قد تصل إلى 40 % من برنامج الاستثمار بمعدل فائدة يبلغ 2 %؛ وضمان تصدير الذي يغطي 70 % من المخاطر التي تتحمَّلها البنوك في مجال قروض الاستغلال الممنوحة للمقاولات المصدِّرة؛ وتقديم ضمانات مرتبطة بأسواق التصدير، عبر ضمان التمويلات البنكية المرتبطة بالضمانات التي تطلبها المقاولات المغربية المقدمة لعروض الأعمال في إطار المناولة، أو التي رست عليها الصفقات، والمزودة بالمواد أو الخدمات في الخارج.

ويعاني المغرب من نقص في مستوى جمْع المعلومات، وإنتاج المعرفة عن طريق دراسات استراتيجية حول الأسواق والقطاعات. ونظراً لافتقار "مغرب تصدير" لفروع في الخارج، فإنه يظل عاجزاً إلى حدٍّ كبير عن القيام بعملية تتبع وبقطة من شأنها مد المقاولات بالمعلومات المناسبة والمُحيَّنة حول الأسواق والفرص. ونظرياً، يمكن للمستشارين الاقتصاديين في السفارات أن يضطلعوا بهذا الدور، في انتظار إحداث فروع تجارية.

ومن المفيد مدَّ المستشارين بوسائل عمل أفضل كي يتمكنوا من تقديم قيمة مضافة حقيقية للمقاولات (جودة المعلومات، وأدوات البقطة، والتكوين المناسب، ومعرفة جيدة بالقطاع، وإتقان اللغات الأجنبية).

وعادةً ما تشكّل أعمال الترويج في المغرب امتداداً للأنشطة المنجزة في السنوات الفارطة، مع انعدام أيّ قياس للأثار الناجمة عنها. إضافة إلى ذلك، لا يتم إخضاع المقاولات المشاركة في البعثات للاختيار الصارم.

وتتجه الأنشطة الترويجية أساساً نحو المقاولات التي تقوم بالتصدير المنتظم، مما يحدُّ من وُلوج المقاولات الصغرى والمتوسّطة إلى الأسواق الخارجية. وبغضِّ النظر عن برنامج النمو للتصدير، فإنَّ انعدام برنامج للدعم (غير الدعم المالي) ومواكبة المقاولين المبتدئين، لا يسمح بتنوع قاعدة المصدِّرين.

وعلى مستوى الاستثمار، يوفّر المغرب ثلاثة أنواع من فضاءات الاستقبال لفائدة المقاولات:

1. مناطق التصدير الحرة

أنشئت مناطق التصدير الحرة بمقتضى قانون 19-94 (الظهير رقم 1-95-1 بتاريخ 26 يناير 1995)، وهي كالتالي:

- منطقة التجارة الحرة بطنجة؛
- منطقتا التجارة الحرة بميناء طنجة المتوسط ومجاز ملوسة 1 و2؛
- منطقة التجارة الحرة بالداخلة والعيون؛
- منطقة التجارة الحرة لتخزين المحروقات: قبانة والناصور؛
- التجارة الحرة للتصدير بالقنيطرة.

وتتمثل التحفيزات الممنوحة في مناطق التجارة الحرة المتعلقة بالإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة، ومن الرسوم الجمركية، ومن الضريبة على الأرباح خلال الخمس سنوات الأولى (8,75% خلال العشرين سنة الموالية)، ومن الضريبة على الدخل خلال الخمس سنوات الأولى (وتخفيض بنسبة 80% خلال العشرين سنة الموالية)، ومن الرسم المهني خلال 15 سنة، ورسوم تسجيل عقود تكوين الشركة والرّفْع من الرأسمال، وغياب أيّة قيود على تحويل الرأسمال أو نسبة الأرباح.

2. الأراضيات الصناعية المندمجة

يتضمّن برنامج الأراضيات الصناعية المندمجة أرضية موزّعة على أراضيات صناعية عامة وأخرى قطاعية وأخرى أحياء جهوية/وطنية. ولم يتمّ حتى اليوم استكمال بناء أي واحدة منها، وبعض الأراضيات الموجودة حالياً يجب إعادة النّظر في نمط تسويقها، والسّعي إلى تحسين جاذبيتها، وتتبع إنجاز الاستثمارات، طبقاً لدفتر تحمّلات يجنّب المضاربات العقارية.

ويسعى عرض القيمة لمشروع الأراضيات الصناعية المندمجة إلى تقديم ما يلي:

- عرض عقاريّ متنوّع ومرن؛
- عرض لوجستيكيّ مندمج؛
- شبّاك إداري وحيد، بحضور ممثلين عن الوكالة الوطنية لإنعاش الشغل والكفاءات، ومصالح الجماعات الحضرية، والمركز الجهوي للاستثمار، والصندوق الوطني للضمان الاجتماعي...؛
- عرض للتكوين المندمج.

وتجدر الإشارة إلى أن الأراضيات الصناعية المندمجة بكلّ من القنيطرة والنواصر وطنجة ووجدة تحظى بوضعية مناطق التجارة الحرة للتصدير.

3. مناطق الأنشطة الاقتصادية والمناطق الصناعية

وقد وُضِعَ أخيرا برنامج لإقامة مناطق للأنشطة الاقتصادية، مُرفَقَ بإعادة تأهيل العديد من المناطق الصناعية. وسيمكّن هذا البرنامج من الرّفْع من العرض العقاري، وتُعزِيز المؤهّلات الصناعية للجهات.

ورغم تنوّع العرض العقاري، يظلّ الولوج إحدى الإشكاليات الكبرى التي يثيرها كلّ من المستثمرين الدوليين والوطنيين. وبالإمكان الرّفْع الأمثل من عدد المستفيدين من فضاءات الاستقبال هذه، عبر مراجعة برامج استغلالها الأولى، وتوسيع طرق الاستفادة منها، والأنشطة المُنجَزَة فيها، وخلق مرونة أكبر في تقويتها، مع تتبع لإنجاز المشاريع المرتبطة بها، وإزالة العقبات التي تعترض سبيل المستثمرين.

وبدورها، تشكل المساطر الجمركية عاملا أساسيا من عوامل الرّفْع من التنافسية في مجال التصدير. وقد قامت إدارة الجمارك والضرائب غير المباشرة بعددٍ من الإصلاحات لتسهيل التجارة عبر الحدود، وعلى وجه الخصوص لخلق شبّاك وحيد. وتستهدف هذه الإصلاحات أيضا عقلنة وتسهيل مراقبة السلع وتصنيف المقاولات (الفاعلون المقبولون المرخص لهم)، وتخصيص المقاولات المختارة بإجراءات مبسطة، ورقمّنة بعض العمليات بالنظام المعلوماتي بدر، بحيث يشمل مجموع عملية تعشير السلع. ويسمح برنامج PortNet اليوم، رغم أنّ إنشاءه استغرق عشر سنوات، بالمعالجة الإلكترونية لجانب كبير من عملية تناقل الوثائق وتبادلها.

وقد وضعت أربع آليات لحفز المستثمرين³³ :

- صندوق إنعاش الاستثمار، خاص بالمبالغ التي تتجاوز 20 مليون درهم. وتقدم الدولة شروطا مشجّعة تتضمن دعما بنسبة 20 % من كلفة اقتناء القطعة الأرضية، و5 % من كلفة البنيات التحتية، و20 % من كلفة التكوين، إضافة إلى بعض التخفيضات الجبائية (الضريبة على القيمة المضافة، إعفاء عند تصدير التجهيزات خلال الشهور الستة والثلاثين الأولى من الشروع في النشاط؛ الحقوق الجمركية، نسبة دنيا تبلغ 2,5 % من قيمة السلعة، أو نسبة 10 % من قيمة السلعة؛ تضريب بنسبة مخفضة مقدارها 17,5 % بالنسبة إلى الضريبة على الشركات، و20 بالنسبة إلى ضريبة الأرباح، أو الإعفاء الكلي لمدة خمس سنوات، تتلوهما نسبة ضريبة مخفضة).

وقدّ عمدت الحكومة، من أجل تدبير أمثل لاتفاقيات الاستثمار، إلى إحداث لجنة وزارية مشتركة لتتبع المشاريع الاستثمارية، ومراقبة تنفيذها، وتسريع وتيرة إنجاز المشاريع التي تعرف تأخرا، وتحرير العقار غير المستغل. وقد أطلقت الوكالة المغربية لتنمية الاستثمار عملية تفكير قصد بلورة مسطرة لتتبع الاستثمارات الجارية.

- "صندوق الحسن الثاني" موجه للمشاريع التي تتجاوز كلفتها 10 ملايين درهم ولبعض القطاعات الخاصة³⁴. ويشارك هذا الصندوق بنسبة 40 % في اقتناء المباني، و15 % في اقتناء سلع التجهيز الجديدة؛

33 - للمزيد من المعلومات انظر: <http://www.invest.gov.ma/?Id=20&lang=fr>

34 - صناعة المعدات لصناعة السيارات والطائرات، وصناعة الأدوات والقوالب لصناعة السيارات والطائرات، والصيانة في مجال صناعة الطائرات، وتفكيك الطائرات، وصناعة مكونات المجموعات أو المجموعات الفرعية الإلكترونية، والأنشطة الصناعية المرتبطة بتكنولوجيا النانو، والميكرو-تكنولوجيا، والتكنولوجيا الحيوية.

- برنامج "امتياز" الذي أطلقته وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي يقدم 20 % من مبلغ الاستثمارات، إلى حدود 5 ملايين درهم لكل مقابلة. ويبلغ الحد الأدنى من التمويل الذاتي للمقابلة 20 % من مبلغ الاستثمار. ومن المقرر أن يمول البرنامج 80 مقابلة سنويا؛
 - وقد تم وضع آلية خاصة لتشجيع المغاربة المقيمين في الخارج على الاستثمار في المغرب، وخاصة بالعملة الصعبة. يتعلق الأمر بصندوق تمويل استثمارات مغاربة العالم "MDM Invest"، الذي يمنح دعما بنسبة 10 % لفائدة مغاربة العالم، بمبلغ أدنى يصل مليون درهم (تم إطلاق النسخة الثانية من الصندوق سنة 2013، لكنه لم يُشرَع في العمل به بعد، بسبب خلافات بين البنوك والدولة حول التحويل المسبق للأموال لإنجاز المشروع الاستثماري).
 - ومن المنتظر أن تتخذ الدولة سنة 2014 مجموعة من التدابير لصالح المقاولات والاستثمار، من أهمها:
 - تخصيص 20 % من الصفقات للمقاولات الصغرى والمتوسطة الوطنية، وهو إجراء منصوص عليه في المرسوم الجديد المتعلق بالصفقات العمومية. إلا أن صيغ التنفيذ والقياس لم يعلن عنها بعد؛
 - تسريع آجال استخلاص الضريبة على القيمة المضافة بحذف القاعدة المتمثلة في فاصل شهر. غير أن مشكل معالجة الديون بشكل نهائي ما زال لم يجد حلاً له؛
 - تسهيل ولوج المقاولات الصغرى والمتوسطة إلى التمويل، عبر تفعيل الضمان المقدم من الدولة (4,7 مليار درهم من القروض المضمونة من قبل الصندوق المركزي للضمان سنة 2013)؛
 - إعفاء المواد المستوردة في إطار الاستعمال المؤقت، والمستعملة في إنتاج سلع موجهة بنسبة 75 % إلى التصدير، من الحقوق الجمركية ومن الرسوم؛
 - إعفاء العمليات التي يقوم بها صندوق "أفريقيا 50"، الذي أنشأه الصندوق الإفريقي للتنمية، من الضريبة على الشركات ومن حقوق تسجيل العقود؛
 - مواصلة جهود تعبئة عقار الدولة لإنعاش الاستثمار؛
 - تفعيل إنشاء المقاولات إلكترونياً؛
 - استحداث تعريف ضريبي مشترك للمقاولات كضريبة تسريع تبسيط وتسهيل المساطر الإدارية؛
 - مراجعة ميثاق الاستثمار والإطار القانوني للشراكة بين القطاعين العمومي والخاص.
- وقد اعتمد المغرب مجموعة من التدابير التحفيزية المشجعة على التصدير والاستثمار، وهي تمثل إلى جانب موقعه الجغرافي ميزة كبرى لا يتم استغلالها على الوجه المطلوب لصالح المستثمرين من أصحاب المشاريع القائمة فعليا، أو المحتملين.

2. و. نقاط القوّة/نقاط الضعف، والفرص/المخاطر السياسية التجارية للمغرب (التحليل الرباعي SWOT)

رؤية تركيبية لوضع المغرب بناءً على التحليل الرباعي.

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - مناخ سياسي مستقر يتميز بدينامية متواصلة من الانفتاح والدمقرطة؛ - الموقع الجغرافي للمغرب في مفترق الطرق بين الشمال والجنوب، والشرق والغرب؛ - تطورات كبرى في مجال تأهيل البنيات التحتية؛ - ملكية ضامنة للأمن والاستقرار، وضمانات قانونية، ومناخ يضمن أمن الاستثمار والأشخاص. 	<ul style="list-style-type: none"> - تشتت يحول دون توفر المقاولات على حجم يستجيب لمتطلبات السوق؛ - الرؤية والطموح لا يتم ترجمتهما على أرض الواقع بسبب التأخر في الإنجاز ومشاكل التنفيذ؛ - غياب تقييم للأعمال المنجزة - عرض مغربي قابل للتصدير مشتت.
الفرص	المخاطر
<ul style="list-style-type: none"> - وجود برنامج لدعم النمو وتحسين إنتاجية المقاولات المغربية؛ - استعادة زبائن المغرب لبعض انتعاشهم الاقتصادي؛ - ارتفاع ملحوظ لكلفة اليد العاملة الصينية والآسيوية عموماً؛ - اتجاه إلى تفضيل بلدان الجوار في التزود، انسجاماً مع متطلبات التنمية المستدامة. 	<ul style="list-style-type: none"> - تزايد أهمية البلدان المنافسة في مجال الاستيراد المتوسطّ (Proche-Import) تركيا ورومانيا ومصر...؛ - تموقع البلدان الآسيوية كروادّ في بعض القطاعات، بقدرة تنافسية عالية في مستوى الكلفة والكَمّ (النسيج والجلد...). - قد يضر التبادل الحر بالتنمية المحلية إذا لم تعتمد الصناعات المحلية إلى تأهيل نفسها؛ - تزايد المبادرات وأعمال النهوض باقتصاد الدول المنافسة للمغرب.

يتوفر المغرب على مزايا ونقاط قوّة لا يُستهان بها لإنجاح سياسة الانفتاح التجاري، واستقطاب المستثمرين.

كما ينعم المغرب بمناخٍ سياسيٍّ مستقر، يتميز بدينامية متواصلة من الانفتاح والدمقرطة، وبأسسٍ ماكرو-اقتصادية متينة:

- نموّ اقتصاديٍّ مستدام وقارّ، بنسبة تقارب 5% منذ سنة 2000؛
- بطالة متحكّم فيها، بحيث لا تتجاوز 10% من الساكنة النشيطة؛
- حسب تقرير منظمة العمل الدولية حول الأسعار، يتوقّر المغرب على أعلى حدٍّ أدنى من الأجور في إفريقيا، مما يصنّفه في خانة الدول ذات اليد العاملة متوسطة الكلفة؛

- تعرف الاستثمارات الأجنبية المباشرة نموًا مطردًا، كما أنَّ الضمانات القانونية للاستثمار تتحسن باستمرار، مع سعي إلى الارتقاء بها لكي تكون مُنسجمة مع المعايير الدولية؛
- ما يزال المغرب يحظى بثقة مؤسسات التصنيف الدولية ووكالاتها؛
- مَنَح دستور 2011 الديمقراطية التشاركية طابعا مؤسساتيًا، وشجّع على إشراك جمعيات المجتمع المدني، والمنظمات غير الحكومية، في إعداد السياسات العمومية وتنفيذها وتقييمها، من أجل رؤية مُشتركة ومُوحدّة للتنمية المستدامة لبلادنا.

وعلى صعيد البنيات التحتية، فقد حَقَّق المغرب تقدُّمًا كبيرًا، وأصبح يتوفر اليوم على شبكة متميزة من الطرُق السيارية، و17 مطارًا دوليًا، وشبكات حديثة لتكنولوجيات الإعلام، بؤاته المرتبة الثانية في إفريقيا من حيث الارتباط بشبكة الأنترنت، والمرتبة الأولى إفريقيا من حيث التجهيزات في مجال الاتصال. كما يُتيح له ميناء طنجة المتوسطي الانفتاح على بلدان البحر الأبيض المتوسط، ويعبُد أمامه الطريق لاكتساح الأسواق الإفريقية.

وبفضل الموقع الجغرافي للمغرب، في مفترق الطرق بين الشمال والجنوب، والشرق والغرب، تفتح أمامه إمكانيّة الانخراط في قلب الحوار والمبادلات ثلاثية الأطراف بين إفريقيا وأوروبا والأمريكيتين. وهو أيضا بوابة السوق الضخمة الشمالية الغربية الإفريقية، التي تضم 800 مليون مستهلك، وأضعاف ذلك من مبالغ بالعملة الصعبة ستعكس إيجابا على الناتج الداخلي الخام. وعلى المغرب أن يكون في مستوى تحمّل مسؤولية الريادة، ولعب دور أرضية المبادلات والحوار الإقليمي، وأن يسارع إلى تعزيز موقعه، كي يجعل من هذا الامتياز واقعا متحققا مُتواصلًا.

ولتحقيق هذا الهدف، على المغرب أن يتدارك بعض نقاط الضعف التي تعوق تطوره الدولي...

كما أنَّ تشتت المتدخلين، على مستوى تنمية البلاد، وضمن توسعها التجاري دوليا، يجعل من الصعب ترشيد العمل العمومي وتحقيق التقائته، فضلًا عن كونه يضعف الطاقات والموارد المتوفرة لتسويق علامة المغرب وضمن إشعاعها (تشتت الميزانيات، عدم اعتماد التسويق المُشترك لمنتجات المقاولات المختلفة، انعدام الأعمال المُشتركة).

إضافة إلى ذلك، فرغم أن المغرب يضع خرائط طريق، ويصوغ رؤى موجهة مناسبة وطموحة، فإن التنفيذ يظل بطيئًا، ويصطدم بمجموعة من الصعوبات في مستوى التفعيل الميداني، ويعود ذلك إلى الأسباب الآتية:

- نقص في قدرات الموارد البشرية: ما زالت الإدارات العمومية تشكو من غياب ثقافة التدبير القائم على النتائج، والعمل بناءً على مشروع محدّد، وربط المسؤولية بالمحاسبة، وبالتالي سرعة التنفيذ وردّ الفعل المناسب؛
- استهداف الأعمال المرتكزة على المناطق المريحة، وعلى نفس القنوات، رغم أن الأزمة الدولية والوضعية السياسية الإقليمية قد بيّنت محدودية هذه المقاربة، وفتحت المجال أمام تنويع الأعمال والمناطق الجغرافية الاستراتيجية والواعدة؛

• **مسألة اللغة والثقافة:** يقتضي التوجُّه نحو أسواق جديدة الانفتاحَ على لغات جديدة (الإنجليزية، الصينية...) في الحوامل، والنصوص التنظيمية، والاتصال، وأيضاً على طرائق الجديدة في التفاوض والتواصل واستقطاب المستثمرين (مقارنة بتلك المعتمدة مع الشريك الأوربي التقليدي).

وبصفة عامّة، هناك نقص في المراقبة واليقظة. ولا يوجد غالباً تقييم للأعمال المُنجزة، مما لا يسمح بتعديل المسار وتصحیح التوجُّه لتحقيق الأهداف المرسومة، والاستباق وإعداد الاستجابة السريعة المناسبة للتغيرات الظرفية الدولية.

كما أنّ القطاع الخاص، باعتباره محرّكاً أساسياً في التنمية الاقتصادية للبلاد، يتميز، مع استثناءات، بوجود جمعيات مهنية أغلبها غير مُهيكل بما فيه الكفاية، وليس لها تمثيلية حقيقية لمجموع مقاولات القطاع، وتجد صعوبة كبرى في إدماج الأعضاء الجدد. وإن هذا التشرّد والتشتت، إلى جانب نقص الإمكانيات المالية والبشرية، بل وأحياناً نقص في الانخراط الفعلي في تأدية دورها، يجعلها عاجزة عن فرض نفسها، في إطار الحوار الضّروريّ بين القطاعين العمومي والخاص، كقوة اقتراحية حقيقية، وشريكٍ وازنٍ خبيرٍ بشؤون القطاع.

وهناك ندرة على مستوى اليد العاملة المؤهلة لمواكبة تفعيل الاستراتيجيات القطاعية (وخاصة بسبب ضعف التمدرس في التعليم العالي، وضعف التوجُّيه نحو تخصصات تنطوي على قيمة مضافة عالية بالنسبة إلى الاقتصاد).

وفي مجال التجارة الخارجية، يظلّ حجم العرض القابل للتصدير ضعيفاً ومشتتاً. ويقارب عدد المقاولات المصدرة 5.000 مقاول، ولكن نصفها يقل رقم معاملاته عن مليون درهم. إضافة إلى ذلك، يلاحظ عموماً إدماج غير كاف للقطاعات وندرة المواد الأولية المحلية. أما عن المنتوجات المصدّرة، فهي في أغلبها ذات قيمة مضافة ضعيفة، وتفتقر إلى الولوج إلى التوزيع الدولي.

وتستفيد العديد من الدول كذلك (تونس، والأردن، ومصر، وتركيا، والمكسيك، ورومانيا)، حيث المقاولات المنافسة لنظيرتها المغربية حاضرة، من الولوج إلى أسواق مشابهة بنفس الشروط التعريفية.

وأغلب اتفاقيات التبادل الحرّ داخل لاتحاد الأوروبي، تمنح نفس الإمكانيات لمنافسي المغرب، مما يقلص الامتيازات التي يحظى بها المغرب مقارنةً بهؤلاء. كما أنّ انضمام رومانيا وبلغاريا إلى الاتحاد الأوروبي، الذي دعم بقوة إدماجهما، عمل بدوره على التقليص من الامتياز الذي كان يحظى به المغرب في السوق الأوروبية، علماً بأنّ هذين البلدين يصدّران نفس المنتوجات التي يصدّرها المغرب.

علاوة على ذلك، ففي مستوى الاستهلاك النهائي، يلاحظ ارتفاع هامّ لحصّة واردات المغرب (25 % سنة 2011، مقابل 4 % سنة 1998). ويشكل 17 منتوجاً نسبة 50 % من واردات المملكة (الطاقة، القمح...). وكما ذكر ذلك سابقاً، تمثّل ثلاثة قطاعات نسبة 64 % من الواردات: الطاقة ومنتوجات الاستهلاك والمنتوجات نصف المصنّعة.

أصبح من الضّروريّ إذن، مع ميزان تجاريّ يسجّل عجزاً منذ سنة 2007 بلغ في 2012 نسبة 9,8 % من الناتج الداخلي الخام، الإسراع إلى اتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهة هذه الوضعية.

على المغرب إذن أن يستغلَّ الفرص التي تتاح له لتعزيز وزنه التجاري.

ومن ثمَّ، فإنَّ اتفاقية التبادل الحرِّ في حدِّ ذاتها تُعتبرُ فرصة سانحة، لا سيَّما وأنَّ المغرب أبرم 56 اتفاقية تبادل حر. ويعدُّ المغرب، إلى جانب كوريا الجنوبية، الدولة التي وقَّعت اتفاقية تبادل حرَّ فعلية مع الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية في الوقت نفسه. وعليه أن يحسن استغلال هذا الامتياز لاستقطاب مستثمرين أجنب يمكنهم التصدير إلى هاتين المنطقتين، إضافة إلى بلدانٍ الأخرى في البحر الأبيض المتوسط وإفريقيا الغربية.

وعلى المقابلة المغربية كذلك أن تستغل الفرص المُتاحة لها في عدة مستويات:

- توفر العديد من البرامج التي تدعم نموَّ وتحسِّن إنتاجية المقاولات المغربية: امتياز، ومساندة، وإنماء، وعقود النمو للتصدير، وصندوق الحسن الثاني المخصَّص للمقاولات الصغرى والمتوسطة في الصناعات العمومية،...؛
- استعاد الاقتصاد عافيته نسبيًا لدى العديد من زبائن المغرب (الاتحاد الأوروبي، والولايات المتحدة الأمريكية،...؛
- بعض البلدان العربية المنافسة للمغرب تعيش وضعيَّة سياسية غير مستقرة؛
- ارتفاع كلفة اليد العاملة في الصِّين والبلدان الآسيوية الأخرى يشجع على التزوُّد من بلدان الجوار في بعض القطاعات (النسيج والجلد...؛
- الأهمية المتزايدة للتنمية المستدامة، مما يشجِّع على التزوُّد من بلدان الجوار؛
- بالنسبة إلى النسيج والجلد، فإن ظاهرة الموضة وتغيرها، وتزايد الطلب على منتجات جديدة، فيما يعرف بظاهرة "الموضة السريعة" يعطي الامتياز للبلدان القريبة جغرافيًا؛
- بالنسبة إلى المنتجات الفلاحية الغذائية، فإنَّ هناك طلبًا متزايداً في السوق الدولية على المنتجات المتوسطة، وهنا لا يُعتمد نظام الحصص الذي يحكم الصادرات نحو الاتحاد الأوروبي؛
- التراكم من مصدر متعدّد بين البلدان الموقعة على اتفاق أكادير مع الاتحاد الأوروبي يعدّ امتيازًا ينبغي استغلاله، للولوج إلى أسواق أكثر أهمية، وتصدير منتجات ذات قيمة مُضافة عالية.

يتعيَّن على المغرب كذلك أن يواجه بعض المخاطر.

تبدُّل البلدان، التي لها نفس وضعيَّة المغرب، مجهوداتٍ جبَّارة لتحسين إنتاجية مقاولاتها. وعلى المغرب أن يواصل تسريع وتيرة الإصلاحات، للرفع من تنافسيته الداخليَّة والخارجية.

ويتجلَّى أول خطر يهدِّد المغرب في الضَّغط التنافسيّ المزدوج الذي يواجهه:

- تزايد أهمية البلدان المنافسة في مجال الاستيراد القريب (تركيا ورومانيا ومصر...؛
- تموقع البلدان الآسيوية كرواد في بعض القطاعات، بقدرتها تنافسية عالية على مستوى الكلفة والكمِّ (النسيج والجلد،...).

وعلى المغرب أن يستقطب الاستثمارات الأجنبية المباشرة القادرة على صناعة سلع ذات قيمة مضافة عالية، وإذا لم يتمكن من ذلك، فقد يضطرّ التبادل الحر، مع الأسواق المتطورة للولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي، بالتطور المحلي لمثل هذه الصناعات في المغرب.

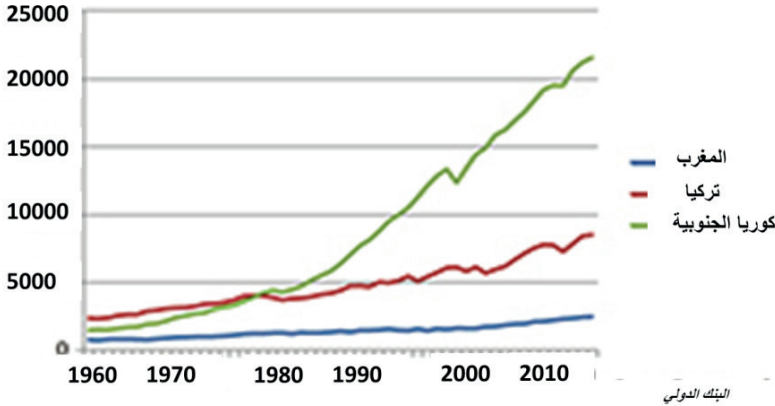
وقد تؤدي مبادرات الإنعاش الاقتصادي، المتوالية بإيقاع قوي للبلدان المنافسة للمغرب، إلى تخفيض حصة المغرب في أسواق البلدان المستهدفة.

وعلى المستوى الفلاحي، قد يؤدي انفتاح الأسواق إلى الإضرار بمصالح المغاربة (وخاصة منافسة الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي خاصة، ذات المنتجات الفلاحية المدعّمة).

وفيما يتعلق بالبلدان العربية الموقعة على اتفاقيات للتبادل الحرّ، والبلدان الموقعة على اتفاقية أكادير، فإنها توجد في موقع المنافس للمغرب، أكثر مما توجد في موقع الشريك (استغلال ضعيف للتراكم الأصلي).

وقد قامت جميع هذه البلدان بخيارات اقتصادية واستراتيجية في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهي بالتالي تشكل نماذج يمكن التوقف عندها، بل واستلها من بعض ممارساتها. ونستحضر هنا، على الخصوص، وضعيتي تركيا وكوريا الجنوبية الغنيتين بالدلالات. ففي سبعينيات القرن الماضي، كان معدل التنمية لديهما (النتاج الداخلي الخام/الفرد) شبيهاً نسبياً بمعدل التنمية في المغرب، ولكنهما عرفا تطوراً بوتيرة متسارعة خلال العقود الأربعة الأخيرة.

معدل التنمية



وتبين التحليل أنّ نسبة النمو في المغرب يجب أن تصل إلى 6% خلال العشرين سنة المقبلة لبلوغ المستوى الحالي لتركيا، و10% للالتحاق بكوريا الجنوبية³⁵. ويبدو بجلاء أنّ السياسات المعتمدة في هذين البلدين هما مصدر النمو الكبير الذي شهده اقتصادهما، مما يستحقّ معه وقفة خاصة ودراسة متأنية.

تقرير تركيبي عن أفضل الممارسات³⁶

تختلف البلدان التي تمّت المقارنة معها، قصد تحليل أفضل الممارسات، اختلافا كبيرا من الناحية الجغرافية والسياسية والاقتصادية والثقافية والتنمية. وتختلف فيما بينها أيضا من حيث الرهانات والمزايا والصعوبات التي يتعين عليها أن تقوم بتدبيرها. غير أن تحليل هذه المجموعة المتناشرة مكن من الوقوف عند التوجهات المشتركة الكبرى التي قد يستلهمها بلدنا ويستحضرها، سواء في مستوى إعداد الاستراتيجيات القطاعية والانفتاح الاقتصادي، أو في مستوى أجرأة هذه الاستراتيجيات عمليا.

1. نموذج الحكامة والتنسيق

تتميز العلاقة بين مختلف الفاعلين في أغلب البلدان المقارنة بالانسجام والتكامل. ولتحقيق هذا الهدف، تمّ إحداث مؤسسات وأجهزة وآليات تحت إشراف مسؤولين كبار في هَرَم الدولة. ويتم التعاون في ثلاثة مستويات، بين مؤسسات القطاع العمومي، وبين مؤسسات القطاع الخاص، وبين مؤسسات القطاع العمومي والخاص، ويتحقق ذلك بكيفية سلسة إلى حدّ كبير، بهدف وحيد يسعى إليه الجميع، وهو الترويج لصورة البلاد. ويعدّ القطاع الخاص قوة اقتراحية حقيقية، كما يشكل مخاطبا يحظى بمكانة خاصّة لدى الحكومة.

ويلاحظ، في معظم الأحيان، أن المنطق الذي يتحكم في إعداد الاستراتيجيات هو الإشراف والتعاون المتواصل والمستمر بين القطاعين العام والخاص، من أجل تحقيق عمل ملموس يأخذ بعين الاعتبار الواقع الملموس.

وتمكّن الشراكة بين القطاعين العام والخاص من توزيع الأدوار فيما بينهما، بشكل مدروس ومعقلن، يسمح بالاستفادة المثلى من الطرفين، حسب مؤهلات كلّ طرف، وموارده، والكلفة، والآجال والنجاعة، والمخاطر، مما يعود بالنفع عليهما معا. ويعدّ القطاع الخاص عضوا في لجان قيادة الدراسات الاستراتيجية.

ويتم التعاون والتنسيق تحت وصاية أعلى سلطة في البلاد، سواء بوضع وزارة الاقتصاد والمالية مباشرة تحت وصاية الوزارة الأولى، كما هو الحال في تركيا، أو بتعزيز التعاون الوزاري عبر إنشاء لجنة وزارية مشتركة تضمّ كل الفاعلين الحكوميين المعنيين، ما يسمح بالاستثمار الأمثل للموارد، وبنجاعة أفضل في الإنجاز والعمل.

إضافة إلى ذلك، توجد في بعض البلدان فيدرالية قوية للمشغلين³⁷، تسهّل الحوار بين أرباب العمل والنقابات، حول سياسة الأجور والنظام الضريبي وقوانين الشغل، وكل الإشكاليات الأخرى التي قد تؤدي إلى نشوب نزاعات بين أرباب العمل والنقابات.

كما وضعت هذه البلدان ضمن أولوياتها تخفيف المساطر الإدارية، وعيّا منها بالأثار السلبية للتعقيدات البيروقراطية على الاستثمار والتجارة عموما. كما أنّ إحداث الشبّك الوحيد، ك"بيت المصدر" في تونس، و"فريق العمل الخاص"

36 - يتضمن الملحق جردا لأفضل الممارسات.

37 - يصدق هذا الأمر كوريا الجنوبية وماليزيا وألمانيا.

في ماليزيا، قد مكن من تيسير الولوج إلى المعلومة، وتسريع المساطر الإدارية، من أجل الرفع من جاذبية البلاد، وجعل الإدارة أقدر على الاستجابة والمسايرة. ويهدف مخطط تحديث الإدارة العمومية في الشيلي إلى تقريب الدولة من المواطن، عن طريق تقديم الخدمات التي تلبى حاجياتهم، دون إضاعة وقتهم، ويتم ذلك بتبسيط المساطر الإدارية، واعتماد الخدمة الإلكترونية، وكمثال على ذلك مبادرة "الشيلي بلا ورق".

ومن ضمن أهداف الاستراتيجيات الموضوعة، جعل المقاولات الصغرى والمتوسطة في صميم مسلسل تنمية الاقتصاد وتأهيله، وهي تعد المحرك الرئيسي للنمو، ذلك أنها تضطلع بدور أساسي في إعداد العرض القابل للتصدير، وللاستعداد الأفضل لمواجهة انفتاح الأسواق، بل إن كوريا الجنوبية أحدثت لها مناطق صناعية خاصة.

كما تعتمد هذه البلدان اعتماداً كبيراً، في مجال العلاقات التجارية، على الضغط عبر اللوبيات، مع الحرص على تتبع صورة البلاد وسمعتها. وهذا الدور يقوم به في الولايات المتحدة الأمريكية "مركز الترافع" Advocacy Center الذي يسهر على حماية المصالح التجارية الأمريكية عبر العالم. وبفضل التأثير الكبير الذي تخطى به الفدراليات الكبرى في القطاع الخاص، فإنها تتمكن من تمثيل مصالحها والدفاع عنها وطنياً، وأيضاً على المستوى الدولي، عبر وسائل الضغط التي تمارسها، وعبر تعزيز شبكتها، خلال التظاهرات والأنشطة الترويجية.

وتتوفر كلٌّ من ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية على شبكة من الغرف الدولية للتجارة تشغل مباشرة كآلية في خدمة السياسة التجارية للبلاد. وتوجد في الشيلي مؤسسة يُطلق عليها اسم "صورة الشيلي"، تعمل على الحفاظ وعلى ترويج صورة منسجمة عن هذا البلد، مع ضمان انتشارها وإشعاعها في مختلف بقاع العالم. وتقوم هذه المؤسسة بدور نواة مركزية تلتقي عندها مختلف أعمال السلطات العمومية والخواص في الخارج، مما يسمح بتنسيق أكبر للأعمال الترويجية.

إضافة إلى ذلك، تلجأ مجموعة من الدول للدبلوماسية الاقتصادية للترويج لنفسها، ففي الولايات المتحدة الأمريكية، هناك شبكة تمثيلية "المصلحة التجارية" في السفارات، وهناك أيضاً في مصر شبكة للخدمة التجارية في السفارات، وفي الشيلي توجد وكالة لترويج الصادرات تُسمى "بروشيل" خاضعة لوصاية وزارة العلاقات الخارجية.

وتعتبر كوريا الجنوبية النموذج الأمثل والرائد في مجال الحكامة والتنسيق، بفضل الإجراءات التالية:

- تنسيق قوي بين القطاعات الوزارية، من أجل وضع وتفعيل استراتيجيات البلاد، ووزارة مكلفة بالاستراتيجية والمالية؛
- تنسيق قوي بين القطاعين العمومي والخاص، فالتجمعات المهنية الأكثر تمثيلية للمقاولات (الغرف التجارية وجمعية المصدرين) تساهم في عملية صياغة السياسات الاقتصادية، داخل اللجان الاستشارية الخاصة المُحدثة من قبل الحكومة، كما أنها تلعب دور الوسيط في حال تنازع المصالح بين القطاعين العمومي والخاص؛
- مشروعية وتمثيلية قوية للقطاع الخاص، لأربع جمعيات، ثلاث منها أنشئت بقانون (فيدرالية المقاولات الصغرى والمتوسطة، وجمعية المصدرين، وغرفة التجارة والصناعة) والرابعة بمبادرة من المقاولات الكبرى (فيدرالية الصناعيين الكوريين)؛
- التقائية جهازها الترويجي، مع الوكالة المكلفة بالنهوض بالتجارة والاستثمار.

كما يعدُّ النموذج الألماني بدوره نموذجاً ناجحاً، خصوصاً على مستوى الحكامة، القائمة على التعاون الثلاثي الأطراف الذي يدمج الدولة وأرباب العمل والنقابات في وضع السياسة الاقتصادية والتجارية للبلاد، وعلى مستوى دور ومشاركة الجمعيات المهنية لأرباب العمل والنقابات.

وتتميز هذه الجمعيات بتمركز قوي، وتمثيلية كبرى، ووفرة الموارد المادية والبشرية، الأمر الذي يسمح لها بالاضطلاع بدورها كاملاً في وضع الاستراتيجيات التتموية للبلاد، والتأثير في صياغتها، وتفعيلها، وبالتالي حسن تمثيل الجماعات التي اختارتها، مع مراعاة المصلحة العامة للبلاد. ويسود بذلك منطق المسؤولية المشتركة على منطق الاحتجاج والمطالبة.

وتعتمد الدولة على المستوى المركزي على لجنة وزارية مشتركة تضم وزارات الاقتصاد والتكنولوجيات، والمالية والتعاون الاقتصادي والتنمية، والشؤون الخارجية. ويعود أمر الترويج للصادرات إلى ثلاث مؤسسات: وزارة الاقتصاد والتكنولوجيات، ووزارة الشؤون الخارجية والغرف التجارية.

وتوجد هيتان تاريخيتان تأسستا في 1950، تمثلان القطاع الخاص وهما : فيدرالية الصناعات الألمانية التي تمثل 32 جمعية و100 ألف مقاول، وتتوفر على شبكة دولية؛ وفيدرالية المشغلين الألمان المكلفة بالسياسة الاجتماعية، وتمثل 52 فيدرالية وطنية و14 جهوية، وتتوفر على بنية منظمة، بخبرة متميزة في مجال قانون الشغل والنظام الضريبي والحماية الاجتماعية...

علاوة على أن الفرقاء الاجتماعيين ينخرطون في حياة المقاولات على مستويين اثنين: تشريعياً لهم الحق، وباستقلال عن الدولة، في تحديد الحد الأدنى للأجر، وتحديد شروط العمل، وذلك حسب كل فرع اقتصادي على حدة. ولم تتدخل الدولة في تحديد الحد الأدنى للأجور إلا في الأونة الأخيرة. وتشارك النقابات في تدبير شؤون المقاولات بالمساهمة عبر اللجان الإدارية ولجن المقاولات، ويسمى هذا النموذج التدبير المشترك بالطريقة الألمانية. وتبلغ نسبة المنخرطين في النقابات 18 % (تقارب نسبة 17 % المسجلة في دول منظمة التعاون للتنمية الاقتصادية)، مع وجود نقابات متحدة، تضمها كونفدرالية النقابات الألمانية بنسبة 80 % من إجمالي المنخرطين، وتتكوّن من 8 نقابات قطاعية، منها IG Metall للصناعة و Ver.di للخدمات.

ويستمد هذا النموذج قوته من وحدة هيئاته التمثيلية على جميع المستويات: بدءاً من المقاولات والمستوى الجهوي فالوطني حتى الدولي، جاعلاً من العلاقات المهنية العامل الأساسي لتعزيز التنافسية وتحقيق التنمية المستدامة.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

يمثل تأهيل الاقتصاد وتعزيز العرض القابل للتصدير أولويات بالنسبة إلى مجموع الدول موضوع المقارنة، وذلك قبل إقرار افتتاح السوق. ولهذا الغرض، تم البدء أولاً بوضع السياسة الصناعية قبل السياسة التجارية، لخلق الانسجام مع حاجيات البلاد وأهدافه التتموية. وتتوفر كل البلدان المقارنة على استراتيجيات قطاعية طموحة، والعديد من هذه الاستراتيجيات موجهة نحو التصدير. وتخضع هذه الاستراتيجيات للتحديد والتكييف المتواصلين.

وقد اضطرت بعض البلدان إلى فتح اقتصادها على الخارج، والبحث عن أسواق جديدة، نظراً لعجز الطلب الداخلي على امتصاص العرض الموجود. وخلال إعداد الاستراتيجيات القطاعية، يُؤخذُ بعين الاعتبار مجموع الفاعلين المعنيين بالاستراتيجية قبل اتخاذ القرار. وبعد وضع الاستراتيجية، تعين هيئة لقيادة وتقييم الاستراتيجية وتعديل مسارها وتوجهاتها وتكييفها حسب التغيرات الظرفية التي قد تؤثر في الوسط والسيناريوهات المتوقعة.

فتركيا مثلاً، أعدت استراتيجية قطاعية مخصصة للتصدير، متناسبة مع توقعات النمو ومع عدد اتفاقيات التبادل الحر الموقعة. وقد تمّ إعداد الاستراتيجية بتعاون وثيق مع القطاع الخاص، تأخذ في الاعتبار الاحتياجات الميدانية، والتمكين من أجرتها بشكل أفضل. وبالنسبة لتركيا، تعد التجارة الخارجية محرّكاً للنمو، وبالتالي، فهي تكيف اقتصادها تبعاً لهذه الرؤية. وتقوم بتنويع شركائها حسب العرض القابل للتصدير.

وقد أطلق الرئيس الأمريكي أيضاً المبادرة الوطنية للتصدير سنة 2010، بهدف مضاعفة الصادرات الأمريكية في خمس سنوات. أما تونس، فقد أطلقت برنامجها لتطوير الصادرات في العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، بشراكة مع البنك الدولي. وتراهن الاستراتيجيات الموجهة نحو التصدير على تنويع الأسواق والمنتجات المصدرة، وعلى تنشيط أعمال الترويج والرّفْع من جودة العرض القابل للتصدير.

وهناك تواصل دائم بين هيئات قيادة الاستراتيجيات وأعلى سلطة في البلاد، التي تُضفي الشرعية على البرامج، وتفرض ضرورة تحقيق نتائج إيجابية. فمن الضروري وجود حكومة قوية قادرة على اتخاذ قرارات جريئة وغير ظرفية، لتحقيق الأهداف التنموية المنشودة.

وعلى سبيل المثال، ففي الفترة ما بين سنتي 1979-1965، عقد رئيس كوريا الجنوبية اجتماعات متواصلة ومكثفة لتتبع الاستراتيجية الوطنية لتنمية البلاد: من بينها اجتماعات تخص إنعاش الصادرات، واجتماعات يتمّ فيه عرض التوجّهات الاقتصادية، بحضور مسؤولين كبار من القطاعين العمومي والخاص...

وقد كان لهذه الاجتماعات أثرٌ حاسم في تفعيل الاستراتيجيات القطاعية وتحقيق المعجزة الكورية. ومكّنت أيضاً من تقاسم رؤية موحدة بين القطاعين العمومي والخاص، وتحديد العراقيل، وتفعيل التحكيم. فمثلاً، عندما يلاحظ تأخر في إنجاز مشروع ما، يتم تحديد السبب، وإيجاد الحلّ بشكل فوري.

وتلعب وزارة الاستراتيجية والمالية اليوم دور تنسيق تحديد استراتيجيات كوريا الجنوبية، وتعمل على تتبعها وتفعيلها. كما أنّ الوزير المكلف بهذا القطاع يشغل منصب نائب الوزير الأول.

ثمّ إنّ كوريا الجنوبية راهنت كثيراً على العنصر البشري، وعلى مجال البحث والتنمية، لمواكبة استراتيجياتها القطاعية. وسعياً إلى تشجيع التميز والجودة فهي تخصص جوائز عديدة للتفوق يمنحها رئيس الدولة. وفي سنة 1964، تمّ إحداث جائزة الرئاسة تقدم لأفضل مصدرّ في اليوم الخاص بالتصدير سُمّي "يوم التصدير".

وفي التعديل الوزاري لسنة 2014، أصبحت الحكومة التونسية تضم وزيراً منتدباً لدى رئيس الحكومة، مكلفاً بتتبع وتنسيق الشؤون الاقتصادية، وكتابة دولة لدى وزير الاقتصاد والمالية مكلفاً بالتنمية والتعاون. وهذان القطاعان الوزاريان يتكفلان بوضع الاستراتيجيات التنموية بشراكة مع المؤسسات المعنية، وتتبع وتقييم تنفيذها، وأيضاً بالتعاون الدولي. وهما يقومان بدور أساسي لضمان التنسيق والتّجاعة في تفعيل الاستراتيجيات القطاعية، ويعبّدان الطريق أمام الولوج إلى التمويل الأجنبي للاستراتيجيات في إطار التعاون الدولي.

ويتبين من خلال الدراسة المُنجزة أنّ النهوض بالمقاولات الصغرى والمتوسطة وصناعة منتجات مبتكرة ذات قيمة إضافية عالية يشكلان الهدف الأساسي للاستراتيجيات القطاعية. كما أنّ الاستثمار في مجال البحث المخصّص للتنمية يعدّ قطب الرّحى في مسلسل إنجاز أهداف النمو، ويمنح البلد المعنّي طابعا خاصا يميزه عن غيره من البلدان المنافسة. علاوة على ذلك، فالبلدان الصّاعدة تراهن على تربية تكوين اليد العاملة للرفع من أسهمها وتنافسيتها في الأسواق الدولية.

وتتوفر كل هذه البلدان على آليات لمراقبة جودة المنتوجات للنهوض بعلامتها التجارية في العالم، وتقديم منتوجات خاضعة للمعايير الدولية. وهنا أيضا، تتبين الأهمية القصوى لصورة البلاد وارتباطها بعلامة تجارية جيدة، في إطار بناء سمعة البلاد والعمل على المحافظة عليها بوصفها عاملا وازنا في مجال التسويق.

وفيما يخص التفاوض حول اتفاقيات التبادل الحر، تتوفر هذه البلدان على مفاوضين مؤهلين لهم كفاءات عالية متخصصين في تقنيات التفاوض. وبفضل المعلومات الاستراتيجية المستقاة ميدانيا، يصبح بإمكانهم التفاوض من موقع قوة مع مخاطبيهم. فالشيلي مثلا، أنشأت لجنة وزارية مشتركة مكلفة بالمفاوضات الاقتصادية الدولية، ولجنة لإشراك القطاع الخاص في المفاوضات.

ويتبين من خلال جرد الاختصاصات الممنوحة لوحدة الاستعلام الصناعي و"مصلحة منح التراخيص التجارية" (Trade Agreements Sector)³⁸ أنّ الاستعلام الموظف في خدمة القطاع الصناعي والتجاري يشكل إحدى هذه الصلاحيات.

لهذا، فبمجرد ما تدخل اتفاقية التبادل الحر حيز التنفيذ، حتى تستفيد منها الدولة استفادة فعلية. فالشيلي تراهن على اتفاقيات التبادل الحر الإقليمية، وتستغلها لتطوير التجارة بين بلدان المنطقة (92% من تجارة السلع مع شركائها المفضلين). والولايات المتحدة الأمريكية لا تتخربط في مفاوضات اتفاقيات التبادل الحر إلا في مناطق تكون متيقنة أنها تتوفر فيها على امتياز مطلق في مجال المبادلات التجارية. وهي تحرص على مراقبة وضمان تطبيق اتفاقيات التبادل الحر المبرمة بصرامة، عبر مركز Trade Agreements Sector المحدث سنة 2012.

وعلى مستوى الحماية التجارية، وضعت كل هذه البلدان آليات للحماية ضدّ الصادرات غير المشروعة. ففي تركيا توجد مديرية عامة للصادرات تدافع عن مصالح المصدرين الوطنيين باستعمال أدوات حماية تجارية ضدّ الصادرات التي تضرّ بالإنتاج الوطني. من جهتها، أنشأت مصر مصلحة منح التراخيص، وهو جهاز تابع لوزارة التجارة والصناعة يحمي الاقتصاد المصري من الممارسات التجارية غير المشروعة، وفي الوقت نفسه، يجري المفاوضات حول اتفاقيات التبادل الحر ثنائية الأطراف والإقليمية ومتعددة الأطراف، ويقوم بتدبيرها. وأرسّت ماليزيا آليات ضدّ الممارسات غير المشروعة سنة 1993، أما تونس فقد أحدثتها سنة 2000.

وبالنسبة للقطاع الخاص، فإضافة إلى إشراكه الفعلي في مفاوضات التبادل الحر، فإنه يستفيد من دورات تكوينية، وتقدم له الشروح الوافية لاستيعاب ما ينجم عن هذه الاتفاقيات من انعكاسات فعلية، وتمكينه من الاستفادة منها.

وفي الأخير، هناك الدور الهام الذي تضطلع به وكالات التنمية والتعاون لتوفير الشروط اللازمة لتطوير المبادلات التجارية. ففي بعض الأحيان، تقدم هذه الوكالات العون التقني لمساعدة البلدان على الاستعداد لخوض المفاوضات وتفعيلها فيما بعد. وخير مثال على ذلك الولايات المتحدة الأمريكية والشيلي. وفي بعض البلدان، يشمل التعاون تعزيز قدرات وكالات الإنعاش (تونس)، أو تقاسم التجارب حول نماذج النجاح (كوريا الجنوبية).

3. أجهزة الترويج

يمكن التمييز بين نموذجين اثنين من المؤسسات المكلفة بالترويج: النموذج الأول يولي إلى وكالة واحدة أمر إنعاش الصادرات والاستثمارات. كما في كوريا الجنوبية وألمانيا ومصر.

أما النموذج الثاني، فهو الذي تتوفر فيه الدولة على وكالة مكلفة بإنعاش الصادرات ووكالة أخرى مكلفة بالسعي إلى اجتذاب المستثمرين الأجانب. كما يلاحظ في باقي البلدان الأخرى موضوع الدراسة المقارنة. لكن المنتج هو أن هناك العمل على التقائيات الوكالات. ففرنسا تستعد لدمج وكالة Ubifrance والوكالة الفرنسية للمستثمرين الدوليين، مثلها في ذلك مثل أغلب البلدان الأوربية (ICE في إيطاليا، وUKTI في المملكة المتحدة، وAgentschap NL في هولندا، وGTAI في ألمانيا، وغيرها).

وتقوم أعمال الترويج المشتركة بين مجموع الدول بتنظيم الأنشطة في الخارج (البعثات الاستكشافية، والبعثات التجارية، والمعارض)، وتنظيم أنشطة في البلد المصدر (دعوة المشترين المحتملين، وتنظيم معارض مهنية)، والقيام بحملات تحسيسية في البلدان المستهدفة.

بالإضافة إلى أن الوكالات تقوم بعرض أنشطة لدعم قدرات المقاولات المصدرة، والتدريب، والمساعدة في رسم الاستراتيجية على المستوى الدولي، والمساعدة في مرحلة الإعداد لولوج المعاملات الدولية لفائدة المصدرين الجدد أو عند تنويع الأسواق. وتقدم الوكالات المعلومات المفيدة بخصوص توجهات الأسواق وفرص الأعمال، وذلك من خلال نشر رسائل إخبارية وتقارير موضوعاتية وغير ذلك.

ويعود الفضل في فعالية وكالات إنعاش الصادرات إلى المستوى المهني العالي لفرقها، والأنماط المتبعة في تنظيمها، وتلبية احتياجات زبائنها من المصدرين. فهي تتوفر جميعها على شبكة من المستشارين المتخصصين المقيمين بالخارج، الذي يقومون باستقاء المعلومات في الميدان ويضطلعون بدور المواكب للمصدرين، ويكونون أيضا بمثابة محطات على مستوى جهات البلاد.

ويعتبر البحث عن المعلومة وتكوين قواعد معطيات استراتيجية وذات جودة، متممة بإنتاج معرفي مستخلص من تقارير ودراسات السوق، هي عوامل تجعل وكالات الإنعاش ذات فعالية عالية جدا. فالحصول على معلومات دقيقة يتيح القيام بالتشخيص وإعادة تكييف أنشطة إنعاش الصادرات حسب تطور الأسواق. والشبكة الجهوية تتيح القرب من المقاولات وتنويع وتوسيع عرض الخدمات على المستوى الترابي. وعادة المقاولات التي تشارك في الأنشطة الترويجية تكون مطالبة بالاستجابة لمعايير دقيقة، من أجل الحفاظ على انسجام صورة البلاد التي يتم تسويقها في الخارج.

إضافة إلى النقاط المشتركة المذكورة أعلاه، يتميز كل بلد بخصوصيات تجدر الإشارة إليها :

- تتميز كوريا الجنوبية باستعمال التقنيات الحديثة للتعريف بالعرض الكوري وتسهيل ربط العلاقات التجارية، وكذا بالخدمات المتقدمة التي يتم اقتراحها على المستثمرين الأجانب، والتي تصل إلى حدّ توفير حاضنة للمقاولات داخل مقر وكالة KOTRA الكورية.
- أما ألمانيا فقد طوّرت تخصصا حقيقيا في تنظيم المعارض، مما يجعل منها مركز ثقل عالمي لعدد من التظاهرات المهنية.
- في حين أنّ الشيلي تتميز بمقاربة مبتكرة لأنشطة الترويج للمقاولات. وتعد وكالة "بروشيل" الشيلية أول وكالة تتخبط على مستوى العالم في مبادرة التمويل التشاركي (crowdfunding) بطريقة مكثفة. وأعمال الإنعاش الشيلية³⁹ تتجح في تسهيل إقلاع علامات تجارية قطاعية، وتمكين هذا البلد من احتلال موقع الريادة في بعض القطاعات (الخمور، والطبخ، والفاواك والخضار الطازجة، وغير ذلك). وتتمتع المقاولات بالمساعدة بفضل برنامج نوعي لتحسين شروط التعبئة والتغليف والارتقاء بموقع منتجاتها على المستوى الدولي.
- تمتلك ماليزيا برنامجا نوعيا خاصا للارتقاء بمستوى الطبخ المحلي، يعرف باسم Malaysia Kitchen Program، وهو برنامج مندمج يرمي إلى خلق طلب على الطبخ الماليزي، بما يرفع من عدد المطاعم الماليزية التي تعمل بالخارج، ويرفع بالتالي من صادرات المنتجات الغذائية المحولة ومكونات الأطباق والمنتجات الفلاحية، كما يرفع من عدد السياح الذين يزورون البلاد.
- أما مصر فتعطي أهمية للصورة التي يتم تسويقها من قبل المقاولات ذات البعد الدولي. والقطاع الخاص المصري يساعد المقاولات على تسويق صورتها، من خلال تأهيل هويتها البصرية والمواكبة في بناء الصورة المؤسسية.
- وفي الولايات المتحدة، فإنّ كتكتلات الضغط المصلحي واستعمال الشبكات تعد من مميزات العلامة الأمريكية. فالشبكة الدبلوماسية الأمريكية ذات الكثافة الكبيرة تتم تعبئتها كاملة، مما يعطي ثقلا كبيرا للعمل التجاري الأمريكي في العالم. ويعدّ المسعى المزدوج، المتمثل في اليقظة والضغط المصلحي، من صميم استراتيجية الجهاز الترويجي الأمريكي، علاوة على مركز Advocacy Center، الذي يمسك بارومترا للصفقات التي تفوز بها المقاولات الأمريكية عبر العالم. ولا تتردد بنية التكتل المصلحي هذه، المكونة من شخصيات رفيعة (من دبلوماسيين سابقين وعسكريين سابقين) من تعبئة مجموع الأطراف المعنية، بما فيها البيت الأبيض والرئيس نفسه أحيانا، لجعل الحظوظ كلها لصالح أمريكا أثناء المفاوضات الصعبة.
- على صعيد آخر، يتوفّر النموذج الأمريكي على رافعة مهمة بالنسبة للدبلوماسية الاقتصادية، وهي دمج أجهزة الصادرات والدبلوماسية والضغط اللّوبي. فالدبلوماسية الاقتصادية الأمريكية ليست مجرد مفهوم، بل هي حقيقة إجرائية ملموسة، تتجسد في وجود مكاتب US Commercial داخل السفارات. كما يعد الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية من العناصر الأمريكية الرامية لغزو الأسواق الدولية.

39 - أعمال تستهدف الصناعات الغذائية: مسابقة للعلامات القطاعية، وبرنامج Saveurs du Chili، وبرنامج Chilean Wine Tour. المزيد من التفاصيل انظر الملحق.

- بالنسبة الى تركيا فإنها تلجأ، من أجل الترويج لمنتجاتها، إلى الضغط المصلحي، مع استهداف المراكز المالية الاستراتيجية، مثل نيويورك ولندن، أو العملاق الصناعي الألماني، لتنظم هناك مؤتمرات سنوية رفيعة المستوى. أضف إلى ذلك أنّ أشغال القمة التركية-العربية تجري برعاية الوزير الأول، مما يعتبر إشارة قوية من تركيا في مجال الدبلوماسية الاقتصادية.
- ما يميّز تونس هو البحث الدائم عن تسهيل المساطر والإجراءات أمام المقاولات، من خلال شبّك وحيد تجاريّ مفتوح سبعة أيام في الأسبوع على مدار الساعة.

4. الاستفادة من الموارد

يُكْمُن سبب تحقيق النجاح، في مختلف مستويات التصدير، في قيام القطاع العمومي من جهة والقطاع الخاص من جهة أخرى بتوفير كلّ الوسائل الملائمة لمواكبة المقاولات في تطوير أعمالها على المستوى الدولي.

تلعب الموارد البشرية والمالية دوراً كبيراً. ذلك أنّ أجهزة الترويج العمومية في مجموع هذه البلدان تتوفر على تمثيلات بالخارج وعلى المستوى المحلي. كما أنّ بعض الجمعيات المهنية للمصدّرين تتوفر على تمثيلات بالخارج.

والدول التي لها حضور واسع النطاق على المستوى الدولي هي الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية وألمانيا من خلال تمثيلاتها بالخارج: 128 مكتبا تجاريا في 80 سفارة بالنسبة إلى الولايات المتحدة، و121 محطة لوكالة KOTRA التجارية في 83 بلدا بالنسبة لكوريا، و125 تمثيلية للغرف التجارية والصناعية في 85 بلدا بالنسبة لألمانيا. وقد كان للاستثمار في الموارد من أجل الإنعاش الاقتصادي آثاراً إيجابية. فقد نتج عن الرفع بما قدره 10 % من ميزانية الفروع الدولية لوكالة KOTRA الكورية ارتفاع قدره ما بين 2.45 و 6.34 % من الصادرات الكورية.

تتوفّر الدول التي شملتها الدراسة جميعها تقريبا على جمعيات للمصدّرين ذات تمثيلية، تمول نفسها ذاتيا وتضطلع بدور هام في الدفاع عن مصالح المقاولات، واقتراح تدابير للرافع من الصادرات، والقيام بأعمال ترويجية، والمساهمة في الإشعاع الاقتصادي للبلاد. فجمعية المصدّرين الكورية KITA تتوفر على ثمانية مكاتب في الخارج في ستّة بلدان، وقد وقعت اتفاقات تعاون مع 180 مؤسسة أجنبية. كما تتوفر الجمعية على مدرسة Korea Trade Academy، وهي مدرسة شهيرة متخصصة في التجارة الدولية، توفر تكوينا مستمرا، ومعهد Institute for International Trade، الذي يتدخل في رسم السياسة التجارية والمفاوضات ثنائية ومتعددة الأطراف. أما جمعية المصدّرين الشيليين، ASEXMA، فتقترح، علاوة على مدرسة التكوين، حاضنة للمشاريع لفائدة المقاولات المصدّرة.

ويسمح استعمال شبكة الغرف التجارية في الخارج باستثمار عمل القطاع الخاص والاستفادة منه في مجال إنعاش الصادرات، كما يمكن أيضا استقاء المعلومة من المصدر واستشعار فرص الأعمال. هكذا تتيح شبكة الغرف التجارية والصناعية الألمانية AHK لألمانيا تنظيم وجودها الترويجي في العالم وعلى ترابها الوطني، مع السعيّ الدائم إلى رفع الأداء إلى حده الأقصى، وخفض التكاليف، وقياس الأعمال المنجزة بطريقة ملموسة. ويقع جزء من تمويل الغرف على الدولة، نظراً للوضع القانوني لتلك الغرف باعتبارها مؤسسات شبه عمومية، ويقع الجزء الآخر على عاتق القطاع الخاص، من خلال الخدمات المؤدّى عنها.

كما تستفيد هذه البلدان من جالياتها بالخارج، للمساهمة في إدماجها في اقتصاد المعرفة. وخير مثال هو شبكة Chile Global، التي تم إحدائها من قبل مؤسسة "صورة الشيلي". وهذه الشبكة تتكون من 500 كفاءة شيلية مقيمة بالخارج، أو من أصدقاء شيلي في الخارج، تضمّ تسعة بلدان. وتعد هذه الشبكة بمثابة نموذج لدى المنظمات الدولية.

وأخيراً، قد يلجأ الإنعاش الاقتصادي الى المنظمات الدولية من أجل التمويل، مثلما هو عليه الحال في تونس، التي لجأت إلى البنك الدولي، في العقد الأول من هذا القرن، لتمويل صندوق إنعاش الصادرات، (22.5 Famex مليون دولار أمريكي بالنسبة للنسخة الأخيرة)، في إطار برنامج تطوير الصادرات.

5. تدابير محفزة من أجل التصدير والاستثمار

تنقسم أهم التدابير المحفزة على التصدير إلى أربعة أنواع:

- عقود النمو للتصدير مع المقاولات المصدرة: تقوم الدولة بدعم قسم من النفقات التي تتحملها المقاولات لتطوير صادراتها، على أساس تقديم خطة أعمال للتصدير. وتختلف حصة دعم الدولة، والمبالغ الممنوحة، من دولة إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر حسب قطاعات النشاط؛
- آليات المساعدة لتمويل الصادرات: بشكل عام يتم الحصول على القروض من بنك الدولة، على مثال بنك Eximbank الأمريكي للاستيراد والتصدير؛
- أنظمة التأمين على الصادرات: تتيح حماية المصدّرين ضد الأخطار التي تتهدد السلعة بعد تصديرها؛
- نظام القبول المؤقت: يتيح الإعفاء الجمركي والضريبي للمواد المستعملة في صنع المنتجات الموجهة للتصدير.

أما أهم التدابير المحفزة على الاستثمار، فتتمثل في ما يلي:

- استهداف المناطق ذات الأولوية التي ينبغي تطويرها، وإحداث مناطق حرة لجلب المستثمرين؛
- منح امتيازات ضريبية وجمركية؛
- منح الدعم للاستثمارات التي تبلغ حجماً معيناً أو التي تتم في بعض القطاعات الاستراتيجية؛
- توفير البنى التحتية الملائمة لتسهيل استقرار المقاولات بالبلاد (الشباك الوحيد للمستثمر، ومناطق صناعية مجهزة، وغير ذلك).

وقد أُطلقت كل واحدة من البلدان موضوع الدراسة مبادرات نوعيّة:

بالنسبة للولايات المتحدة، تتميز الترسانة التحفيزية على التصدير والاستثمار بفعالية كبيرة لأجهزة التمويل والتأمين، مما يتيح للمقاولات الاستفادة من المواكبة في مجموع حاجياتها المالية، من النقد المتداول إلى التأمين على الصادرات، مروراً بضمانات الصفقات. أضف إلى ذلك أنّ لهذا أثراً هاماً في ثقة المؤسسات، وخصوصاً المقاولات الصغرى والمتوسطة الأمريكية، التي يمكنها تركيز طاقتها على الأعمال الخالقة للقيمة، عوض أن تبقى مركزة على حاجياتها من النقد المتداول ومشاكلها المالية (كما هو حال المقاولات المغربية).

كما أنّ التطور الكبير للتأمين على التصدير في أمريكا، يُضاف إليه توفر معلومة موثوقة وحديثة موضوعة رهن الإشارة، وخصوصا من قبل US Commercial، يتيح بالإضافة إلى ذلك تعرضا أقلّ بكثير للمخاطر بالنسبة للمقاولات التي هي في وضعية البحث عن مكان لها في الأسواق العالمية.

بالنسبة لمصر، فإنّ الدعم الكبير للمصدّرين، من خلال تحفيّزات ضريبية، يتيح لهم التخفيض من نفقاتهم في التصدير، ويشجعهم على غزو أسواق جديدة. والترسانة القانونية المصرية تتيح حماية المستثمرين عند قدومهم إلى مصر، لكي يتمكنوا من تطوير أنشطتهم بطريقة دائمة. وتتوفر مصر على مناطق ذات أولوية ينبغي تميمتها، وهي تعوّل على مناطقها الحرّة لتنمية تلك الجهات.

أما في الشيلي، فإنّ التدابير المحفزة على الاستثمار تستهدف بعض مناطق أو قطاعات النشاط، مثل البحث والتطوير والتجهيزات الشمسية. كما تقدم شيلي عقودا متميزة لتنمية الصادرات، وذلك حسب قطاعات النشاط.

أما كوريا الجنوبية، فتمتيز بتوفير ثلاثة أنواع من المناطق الحرّة، وكذا بدديناميتها في إعداد البنيات التحتية المخصصة لاستقبال المستثمرين الأجانب.

وأما النموذج الماليزي، فيتيح إعطاء الأولوية للمناطق التي يتعين تنميتها، عبر منحها امتيازات ضريبية، وذلك من أجل اجتذاب المستثمرين المحليين والأجانب.

وفي تونس، فإنّ التدابير المحفزة على الاستثمار تستهدف بعض مناطق أو قطاعات النشاط. وهذا يصدق بوجه الخصوص على التصدير، والتنمية الجهوية، والتنمية الفلاحية، والبحث والتطوير، والبيئة، واقتصاد الطاقة، والصحة، والصناعات الثقافية. وتقدم تونس حافزا هاما آخر على التصدير، يتمثل في إعفاء ضريبي تامّ للشركات لمدة عشر سنوات، في ما يخص المداخل الناتجة عن التصدير.

وأخيرا، فإنّ تركيا تتوفر على نظام للتحفيز على الاستثمار الاستراتيجي، لتشجيع الاستثمارات في مجال التقنيات الدقيقة ذات القيمة المضافة العالية، التي من شأنها دعم تنافسيتها الدولية.

وفي الختام، نلاحظ وجود تقاطع عميق بين المقاربات التي تعتمدها كلّ واحدة من هذه البلدان، في مجال الانفتاح الاقتصادي، والاستراتيجيات القطاعية، وتدبير اتصالات التبادل الحر. حتى الاختلافات البسيطة، وهي تتصل بالتفاصيل المؤسسية أو الإجرائية، تدور كلها حول منطقتي استراتيجيتي واحد.

وقد عززت النماذج الناجحة، التي تم استنتاجها من الدراسة المقارنة، تحليل وقناعات المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، وكذا التوصيات التي صدرت عنه، أخذا بعين الاعتبار السياق والخصوصية الوطنية.

التوصيات

لقد شكل العقد المنصرم، مما لا شك فيه، قطيعة في مجال رسم وتفعيل السياسات العمومية، من خلال وضع برامج قطاعية وطنية. وبالموازاة مع ذلك، شهدت هذه الفترة تزايداً لطموح المغرب التجاري، بفضل إبرام البلاد لعدد من اتفاقيات التبادل الحر مع شركاء حاليين ومستقبليين.

وقد كان لهذه "القطيعة-التسريع" أثر هامّ على العمق الاستراتيجي للبلاد، وفي الآن ذاته على الوضعية الاقتصادية التي كانت قائمة حتى وقتذاك. ويمكن اعتبارها، على عدد من المستويات، بمثابة نقطة تحول ساهمت في تحرير المبادرات الاقتصادية.

لكن، ورغم أنّ الوقت ما يزال مبكراً على الخروج بخلاصات نهائية بسبب قرب العهد، إلا أن النظر في الدينامية المنتهجة من قبل المغرب في مجال حكامه الاستراتيجية القطاعية واتفاقيات التبادل الحر، موضوع هذا التقرير، يبين بوضوح أن النتائج التي تم تحقيقها متباينة.

كما مكن تشخيص الحالة المغربية، الذي تمّ الاعتماد فيه على القياس بأفضل الممارسات الدولية، من إبراز أوجه العجز البنوي التي تميز العمل العمومي في مجال القيادة المشتركة بين القطاعات وإدماج الاقتصاد المغربي في العالم.

فقد تبين بوضوح، على مستوى تحديد الاستراتيجية على المدى البعيد، أنه ليست هناك أي هيئة تتدخل للتوفيق أو تحقيق الانسجام العام، من خلال مسعى للبناء المشترك للمعنى.

والحال أن مرحلة التوفيق هذه أساسية لتمكين البلاد من التوفر على أمثل إسقاط اقتصادي للمدى البعيد، والدفع بالآلة الإنتاجية في منطلق تكثلي، وإعطاء الأولوية للمناطق والبلدان التي من المناسب تكثيف العلاقات التجارية معها، والتفاوض وتطبيق ما يقتضيه ذلك من اتفاقيات تبادل حر. والمقصود هو الاستفادة مما هو قائم، مع وضع إطار يشجّع المبادرة القطاعية ويضمن الانسجام العام في الآن نفسه.

كما اتضح أيضاً في المرحلة القبلية أنّ غياب التشاور مع الفاعلين في رسم الاستراتيجيات القطاعية يمثل بدوره ممارسة تتم ملاحظتها على كل المستويات، وأن المبادرات النادرة الرامية إلى تحقيق التقاطع كانت محدودة في الزمن أو محصورة على ظروف خاصة، مثل الأزمة المالية الأخيرة. فالفارقة أن العمل العمومي القطاعي والتجاري في ما يبدو لا يعبى الوسائل والفاعلين في اتجاه التقاطع إلا حين يكون معرضاً للضغط.

أضف إلى ذلك أنّ الفحص المنهجي للأسباب التي دفعت إلى توقيع بعض اتفاقيات التبادل الحر يبين أن الدوافع السياسية، أكثر من الاعتبارات التجارية، كانت أحياناً وراء تلك الإرادة في التقارب. ولا غرابة في ذلك، فالدراسة المقارنة تبين أن هذه الممارسة ليست نادرة في العالم، حيث تسعى القوى الاقتصادية الكبرى إلى ترجمة التوافقات والتحالفات السياسية على أرض الاقتصاد والتجارة. والمغرب لا يمثل استثناء في هذا المجال.

غير أن كَوْن أغلب اتفاقيات التبادل الحر⁴⁰ قد أفضت إلى حصيلة ثنائية أو متعددة الأطراف سلبية، كفيل بأن يجعل المغرب يتساءل عن التغييرات العميقة التي يجب أن يقومَ من أجل وضع رؤية استشرافية لأثر هذا النوع من الاتفاقيات على اقتصاده.

أما على المستوى بين القطاعي، فيلاحظ التفاوت نفسه بين الأهداف المعلنة أثناء تقديم المخططات، وبين النتائج التي يتم الوقوف عليها أثناء فترات التقييم المرحلي حين يجري هذا التقييم. فليس هناك حتى اليوم من استراتيجية يتبين من الفحص أنها نجحت في بلوغ كامل الأهداف التي رسمت لها في البداية.

كما اتضح كذلك، خلال التحليل، أن القطاع الخاص والهيئات الوسيطة الوطنية تتحمل نصيبا من المسؤولية في ما عليه الحال الراهنة، بسبب غياب هيكله لانخراطها، الذي يبقى أثره محدودا في هذه المواضيع، علما أنها حاسمة لمستقبل اقتصاد البلاد.

وسواء على مستوى إنتاج المعرفة في المرحلة القبلية أو اليقظة الضرورية في المرحلة البعدية، فإن ممثلي المقابلة، ومثلهم العاملون، لم يتموقعوا بما يكفي كمنتجين للمعرفة ذات القيمة المضافة العالية. فهم في أغلب الأحيان إنما يتدخلون في ما بعد، وفقط لكي يشتكوا من الآثار التي تسببها مباشرة.

وعلى عكس ما يجري في ألمانيا، فإن المغرب لم يعرف بعد كيف يقيم ثقافة من التشاور الدائم لدى الفاعلين العموميين والخواص، علما أن تلك الثقافة هي الوحيدة القادرة على الإسهام في بلورة عقيدة ذات مصداقية ومشروعية في مجال قيادة "العمل ما بين القطاعي" واتفاقيات التبادل الحر.

وقد تبين بوضوح، أثناء أشغال تشخيص الحالة المغربية وحصر أفضل الممارسات الدولية، أن المساعي الجماعية والإدماجية، حتى حين تتطلب وقتا وبدلا لطاقت إضافية، بسبب تعدد الأطراف المعنية، هي التي من شأنها إتاحة تحقيق الحد الأقصى من فعالية العمل الوطني في مجال التنمية الاقتصادية والتجارية.

فعلى أساس هذا التحليل، وبالبناء على قوى ما هو قائم، وبمراعاة هذه الخصوصيات جميعا، تم إعداد التوصيات المتضمنة في هذا التقرير.

أما أول معيار تم اعتماده، فهو معيار إمكانية التحقيق، والأثر، وقدرة المنظومة البيئية على امتصاص مفعول التدبير الموصى به.

بينما يستجيب المعيار الثاني لضرورة تحديد "مجال الممكن" كما هو مستغل من قبل عدد من البلدان عبر العالم، مع رده بطبيعة الحال إلى الإكراهات المالية والثقافية والاجتماعية الخاصة بالمغرب.

وأما المعيار الثالث فهو المتعلق بالمطلب المشترك المتمثل في عدم لجم طموح البلاد، واقتراح تدابير من شأنها خلق الشروط الضرورية لتحقيق طفرة نوعية ملموسة تتيح مزيدا من التقاطع والفعالية والانسجام في العمل العمومي، في مجال القيادة بين القطاعية واتفاقيات التبادل الحر.

في حين يتعلق المعيار الرابع بتقديم مجموعة من التوصيات، تكون مندمجة ومنسجمة، وتمثل مقارنة شاملة وغير قابلة للتجزئ، وإلا غامرنا بالحد إلى درجة كبيرة من أثر الآلية المقترحة.

40 - باستثناء الاتفاقية المبرمة مع الاتحاد الأوربي للتبادل الحر.

وسعيًا إلى مزيد من الوضوح، تمّت هيكلة التوصيات حول محاور استراتيجية، مع أعمال ميدانية، بما يستجيب لإرادة ضمان الإجرائية في إطار من وضوح الرؤية.

فعلى أساس تحليل تطور النسيج الاقتصادي المغربي، وأثر اتفاقيات التبادل الحر المبرمة، ومع مراعاة أفضل الممارسات الدولية التي تم الوقوف عليها، يبدو واضحًا أنّ هناك عددا من الإصلاحات التي من شأنها أن تتيح للبلاد ربح المزيد من التنافسية، وتسريع تفعيل استراتيجياتها القطاعية، والاستفادة المثلى من انفتاحها الاقتصادي ووضعيتها الجغرافية الاستراتيجية.

حينها يصبح من الممكن خلق المزيد من مناصب الشغل المؤهلة وضمان نمو دينامي ومفيد للجميع.

وقد جاءت الدروس التي تم استلهامها من أفضل الممارسات ثمرة لتحليل عدد من التجارب التي تم جمعها في أربع كتل من البلدان هي:

- بلاد ذات أداء فائق ونموذج فريد: كوريا الجنوبية؛
- قوى اقتصادية وتجارية عالمية متمكنة: الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا؛
- قوى اقتصادية وتجارية صاعدة تسجل نموا سريعا: شيلي وتركيا وماليزيا؛
- دول عربية في "طور انتقالي": تونس ومصر؛

وقد أفضى تحليل المسار المغربي، مقارنة بتجارب دولية صائبة، إلى بلورة مسلسل من 25 توصية، تنتظم حول أربعة محاور رئيسة. ومن الأساسي أن يؤخذ المسلسل المفصل أدناه بكليته، بطريقة لا تجزيء فيها.

البنية العامة للمنظومة

1 • تحقيق تجانس السياسات القطاعية

1. تبني مرجعية زمنية موحدة (3 سنوات و2020)	2. التفصيل المجالي	3. التدبير المشترك للموارد المقتسمة	4. مقارنة تعاقدية مع الجهات والمؤسسات العمومية	5. وضع هيئات للقيادة والمؤسسات العمومية	6. انتظام السياسات العمومية في أقطاب
--	--------------------	-------------------------------------	--	---	--------------------------------------

2 • تشاور وإشراك قوي للتسيج الإنتاجي

تدابير ذات طابع مؤسستي

7. دعم القدرات الوطنية في مجال الموارد البشرية	8. إعادة هيكلة الهيئات التمثيلية للقطاع الخاص	9. إدماج النقابات والمجتمع المدني في دعم السياسات القطاعية والدولية	10. تطوير الشراكات بين القطاعين العمومي والخاص وتوسيع دائرة أهدافها
--	---	---	---

إجراءات للمواكبة

11. تأهيل القوانين الخاصة بالمعايير المغربية	12. تشجيع بروز مقاولات صغرى ومتوسطة وطنية رائدة وبروز قاطرات كفيلة بخلق دينامية كبرى في مسارها	13. ديمومة الية "عقود النمو" وتوسيع قاعدة المستهدفين	14. وضع محفزات ضريبية وتحيين نظم تمويل وتأمين الصادرات	15. تسهيل المساطر الإدارية والتجارية الخارجية
--	--	--	--	---

3 • الترويج والدبلوماسية والسياسة الاقتصادية الدولية

تدابير مرتبطة بالدبلوماسية والسياسة الاقتصادية الدولية

16. تتبع سياسة الانفتاح الاقتصادي وتحسين مردوديتها	17. دعم السوق الداخلية كرافعة لتنافسية الإنتاج الوطني	18. تحسين قيادة واستغلال اتفاقيات التبادل الحر	19. تحقيق التقائية الجهاز الترويجي للمغرب
--	---	--	---

تدابير متعلقة بالترويج

20. إطلاق أعمال ترويجية	21. دعم وسائل المنظمات العمومية والخاصة المكلفة بالترويج للمغرب	22. تموقع المغرب كمحطة دولية لتنظيم المعارض الجهوية
-------------------------	---	---

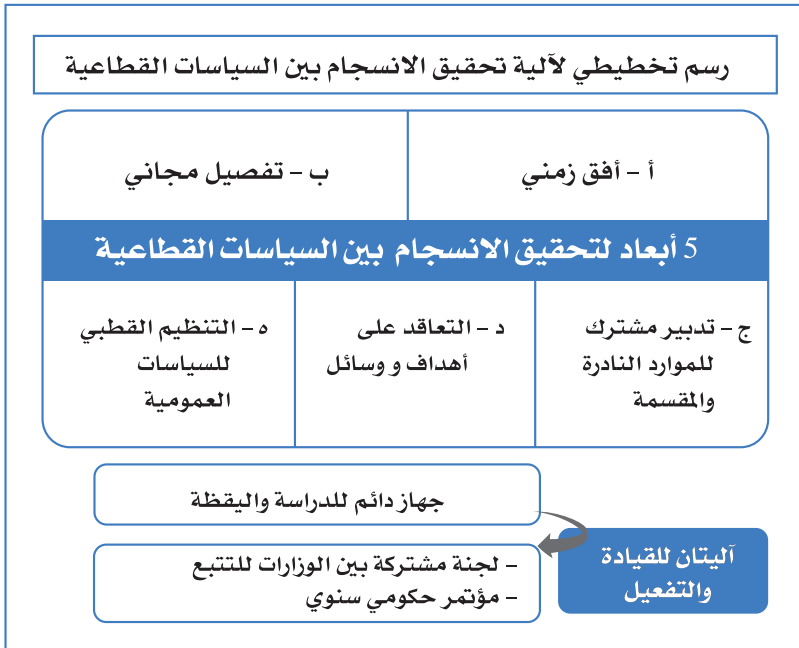
4 • الذكاء الاقتصادي

23. إحداث هيئة وطنية للذكاء الاقتصادي	24. توفير المعلومات حول الفرص المتاحة	25. الاستفادة من مساهمة الخبراء المغاربة في الداخل والخارج في تنمية البلاد
---------------------------------------	---------------------------------------	--

1. تحقيق التجانس في السياسات القطاعية

تبرزُ الدراسة العميقة لوضعية المغرب، في مجال بلورة رؤية شاملة للتسيق بين الفاعلين والاستراتيجيات، أوجهَ قُصورٍ واضحة.

ومن أجل الاستجابة لهذا المتطلب المتعلق بالانسجام، تبين أنه من الضروريّ العمل، على مستوى إصلاح نموذج الحُكامة والتسيق، على زرع حيوية جديدة تتدخل على المستوى الاستراتيجي والإجرائي في آنٍ واحدٍ، وتكون في الوقت نفسه قادرةً على دعم انسجام الاستراتيجيات القطاعية من خلال خمسة أبعادٍ وأداتين اثنتين:



1.1. اعتماد مرجعية مشتركة: مع أفق زمني وشبكة من الأهداف المشتركة

يُكمنُ أحد أهم العوائق التي تُحوّل دون تحقيق الانسجام بين السياسات القطاعية في غياب مرجعية مشتركة. فلا إمكانية لتحقيق التسيق والتشاور إذا لم يكن يتفاعل مختلف المتدخلين داخل سَلَمٍ زمنيٍّ واحدٍ، وباستعمال أدوات تقييم واحدة.

من ثمة ضرورة البدء بتحقيق الانسجام بين الإسقاطات الزمنية، بفضل أفق موحد (2020 على سبيل المثال)، تغطيه آفاق خاصة بمختلف الاستراتيجيات القطاعية (أو على الأقل الغالبية العظمى منها).

فإذا تحقق هذا الانسجام الأولي، صار المتعين التوفيق، للمدى القريب، بين زمن المخططات القطاعية وزمن مخطط المالية العمومية، مع العمل منذ الآن على الاستفادة من القانون التنظيمي الجديد المتعلق بقوانين المالية LOF⁴¹، في أبعاده البرمجية ومتعددة السنوات، مع تبني تفصيل يمتد على مدى ثلاث سنوات مكتملة.

41 - نص هذا القانون هو الآن في المراحل الأخيرة من المصادقة.

والهدف من هذا القانون هو دعم فعالية وانسجام السياسات العمومية، ومواكبة الدينامية الجديدة للجهوية المتقدمة. لذلك سيكون من شأنه الاضطلاع بدور أساسي في تفعيل الاستراتيجيات القطاعية، مع تفصيلها بطريقة إجرائية على مدى ثلاث سنوات مكتملة، بما يحفز المسؤولين القطاعيين على تفصيل أهدافهم على المدى نفسه. ولا ينبغي بطبيعة الحال لهذا التفصيل البرمجي على ثلاث سنوات أن ينحصر في الجانب المالي وحده، بل يجب كذلك أن يشمل كامل أبعاد الاستراتيجية القطاعية.

من أجل ذلك ينبغي أن تتضمن الورقة التأطيرية لقانون المالية، منذ مرحلة الإعداد، المحاور القطاعية والمشاركة بين القطاعات على امتداد السنوات الثلاث بخصوص تفعيل وتقييم البرامج القطاعية، مع ضرورة إنجاز تفصيل جهوي لكل منها. ومن الهام لهذا الغرض أن تكون قادرة على ضمان الانسجام العام، وإدماج البعد المتعلق بالتنمية الجهوية.

2.1. إضفاء "الطابع الجهوي" على الاستراتيجيات القطاعية

لكل مجال ترابي وكل جهة خصوصيات ومؤهلات وإكراهات تمثل كلها معطيات لا مناص من إدماجها لإنجاح التنمية الجهوية التي ينبغي أن تستمد قوة خاصة من الاستراتيجيات الجهوية، مع تسهيل تفعيلها تفعيلاً أمثل. لذلك، فمن المستحسن تفصيل السياسات القطاعية الوطنية على المستوى الجهوي في إطار الجهوية المتقدمة. وهذا يقتضي مجموعة من التدابير التكميلية نذكر من بينها:

- وضع آليات لاستقاء المعلومات من الميدان، حسب مقارنة جديدة "من أسفل إلى أعلى"، لكي تكون بلورة كل استراتيجية مرسومة ومفكراً فيها على أساس الخصوصيات والمؤهلات النوعية لكل جهة، ولكي تدمج في تلك الاستراتيجيات منذ البداية المحاور الصائبة للتفصيل الجهوي. فهذه المقاربة تتيح التوفر على قواعد لتتبع وتقييم السياسات الجهوية؛
- خلق أقطاب تنافسية متخصصة في مجموع الجهات المغربية، مزودة بخرائط طريق وبالوسائل والصلاحيات الملائمة لتفعيلها؛
- وضع عقود-برامج جهوية، من مثل ما أوصى به تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي الذي يحمل عنوان "من أجل نموذج تنموي جديد بالأقاليم الجنوبية؛
- تبني مقارنة تشاركية مواطنة تعطي للسياسات العمومية القطاعية درجة عالية من المشروعية الشعبية. وسيكون من شأن هذا الإشراف أن يؤمن إغناء الاستراتيجيات، وأن يسهل الانخراط المشترك، ويضمن بالتالي قدراً أكبر من النجاح في تفعيلها.

وكما تم اقتراح ذلك أيضاً في التقرير المتعلق بالنموذج التنموي الجديد للأقاليم الجنوبية. وعلى غرار الممارسات الجيدة والمفيدة التي تم الوقوف عليها في المستوى الدولي، ينبغي أن تكون هذه المقاربة التشاركية المواطنة معتمدة بصفة منهجية على كل المراحل، من تصور البرامج إلى تقييمها، والعمل خصوصاً على إدماج مراقبة مواطنة للأعمال التي تقوم بها الأجهزة العمومية، وذلك من أجل تحسين فعاليتها ونجاعة السياسات العمومية.

ومن المهمّ القيام بمأسسة هذا الإشارك للمنتديات المواطنة في إعداد السياسات العمومية، طبقا للمقتضيات المنصوص عليها بهذا الشأن في الدستور، مع العمل على تنشيط مختلف أشكال إشارك فئات المجتمع المدني، كلّ واحدة حسب النمط الملائم لها .

1.3 رسم وتفعيل سياسة التقائية للموارد النادرة والمُشتركة

لقد كشفَ التشخيص بوضوح عن المخاطر المترتبة على غياب التشاور بين الفاعلين، على مستوى الولوج إلى الموارد النادرة والمُشتركة. فهناك الخطر المتمثل في نهب هذه الموارد من قبل طرف أو أطراف معنية، حسب الأولويات والضرورات الآتية. ولما كان هذا الموضوع في صميم القيادة المُشتركة بين القطاعات، فمن الضروري إطلاق سياسة قطاعية لتدبير الموارد النادرة والمقتسمة المتمثلة في الماء، والطاقة، والعقار، والموارد البشرية وتكوينها، والبنيات التحتية الكبرى وكذا الموارد المالية.

لذلك ينبغي لهذه السياسة أن توفق ما بين ضرورة الالتقائية وبين ضرورة التفصيل القطاعي والترابي. ومن المناسب تصوّر إطار عمليّ دائم، من خلال أمانة عامة أو أي بنية مستدامة أخرى، تأخذ في اعتبارها الأهداف العامة للتنمية، وكذا الأهداف المرتبطة بمختلف الاستراتيجيات القطاعية، مع اصطفاك ذلك كله حسب أفق زمني واحد، وتنظيمه من خلال تحكيم على أعلى مستوى مطلوب (مستوى رئيس الحكومة إن اقتضى الأمر ذلك). من جانب آخر، ستتبع هذه السياسة أجراءً أمثل لمهام الهيئات الالتقائية الحالية، وكذا الهيئات التي ينصّ الدستور الجديد على إحداثها .

وسيشمل المحور الالتقائي أيضا فحص إمكانات الجهاز التكنولوجي العمومي المخصص للإعلام، وذلك من أجل تحقيق الانسجام بين البنيات التحتية الحالية للدولة. وبهذا الصدد يتعين التفكير في إرساء نظام للإعلام يتيح للفاعلين اقتسام أهدافهم والرسم المُشترك لمراحل تقدم مشاريعهم، وهو ما سيساهم في هيكلة مسّاهم.

الكتل الكبرى للموارد المُشتركة

يتحقّق التجانس بين السياسات القطاعية من خلال هذه السياسات الالتقائية، التي تمثل عوامل التآزر الضرورية له.

التكوين

يعد العامل البشري أمرا حيويا لنجاح السياسة التجارية للبلاد . ومن أجل لجعل هذا العامل عاملا حاسما في التنافسية، هناك أربعة شروط كبرى يتعين بالضرورة تحقيقها :

- إرساء سياسة للتكوين الأولي والمستمر، تكون قادرة على تشجيع مناصب الشغل المؤهلة؛
- خلق تضافر بين الدائرتين الاقتصادية والجامعية، التي تعد التربة الملائمة للتطويرات التكنولوجية وبالتالي للمنتجات ذات القيمة المضافة التكنولوجية العالية للسوق الداخلية وأكثر من ذلك للتصدير؛
- تشجيع تطوير سياسات تدييرية حقيقية للموارد البشرية في المقاولات، من أجل تحفيز الإبداع والتجديد لدى الأشخاص-الموارد؛
- التوفر على مناخ اجتماعي سليم على مستوى المقاولات، من خلال تدبير تشاركي قائم على اقتسام المعلومة والقرارات والنتائج.

الموارد المالية

إن إعادة التوازن للولج إلى التمويل شرط لا مناص منه لتحرير طاقات بعض القطاعات الإنتاجية، وتنويع عرض الإنتاج، والانخراط في المهن المستقبلية. ويجب وضع آلية للتنظيم، من خلال تحفيزات (مالية مباشرة أو غير مباشرة، وضريبية وغيرها) من أجل توجيه الموارد المالية نحو أنشطة ذات مردود أقل على المدى القريب، ولكن ذات قيمة مضافة مستدامة.

العقار

يعتبر العقار موردا نادرا ومثيرا للإشكاليات، سواء في ما تعلق بالتوفر أم بالغلاء. وهذا يقتضي من الدولة إرساء سياسة نشطة لتدبير هذا القطاع (الاستباق وتموقع العقار العمومي في مخططات التهيئة، وعمليات الاقتناء واسترداد أنصبة الشركاء في إطار عمليات التوسع الحضري، وإعادة الشراء، وإعداد التجهيزات لمناطق النشاط، وغير ذلك)، وإعطاء الأولوية في تفويته للمشاريع الحاملة لفوائد حقيقية للجماعة.

وينبغي لتدبير العقار وتوجيهه حسب المناطق أن يضمن انسجاما واستفادة قصوى من العلاقة المفصلية بين عمليات التوجيه هذه، لتحقيق تنمية سلسلة ومستدامة.

البنيات التحتية الكبرى

يجب أن يجري تخطيط البنيات التحتية الكبرى للمدى البعيد، وأن يخضع ذلك التخطيط لانسجام شامل في تهيئة المجال الترابي، مع مشاريع مندمجة لشبكات النقل، والبنيات التحتية الخاصة بالتواصل، ونظيرتها في مجال الطاقة والاتصالات. فالترابط وما يقتضيه من تطوير للشبكات أضحى اليوم عاملا حاسما في التنافسية الاقتصادية والإدماج.

الماء

من الضروري الوعي بالضغط (المتزايد باطراد) الذي تعانيه مواردنا المائية، التي ينبغي أن يندرج تدبيرها في منطلق للتنمية المستدامة. فاستعمال هذا المورد يجب أن يكون عقلانيا ومستفادا منه إلى الحد الأقصى، من أجل المساهمة في سد حاجات القطاعات المنتجة وتأمين التزويد المنزلي في وقت واحد، وبما لا ينجم عنه نقص ولا إجهاد.

وتطور التوجه، كما يشير إلى ذلك التقرير الذي خصصه المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لهذه المسألة، يبرز طابع "عدم إمكان الاستدامة" في أفق بضعة عقود. وبلوغ النتائج المرسومة من قبل عدد من السياسات القطاعية رهين بتوفر هذا المورد الحساس، مما يفرض عقلنة وتدبيراً متشاوراً عليه بين مختلف المسؤولين القطاعيين وذوي المسؤوليات الالتقائية.

الطاقة

يجب أن تتكفل الدولة بطريقة مباشرة بسياسة الطاقة، من أجل الإحاطة بها في شموليتها، من وحدة الإنتاج إلى البنيات التحتية للنقل والتسويق. وكما هو الحال بالنسبة للماء، فإن عقلنة الموارد وتأمين الحاجيات هي العناصر التي لا غنى عنها، والتي يتعين إدماجها في مختلف الاستراتيجيات القطاعية. والاستراتيجية التي ينتهجها المغرب في مجال الطاقة بحاجة إلى التعميق من أجل أن تكون قادرة على الاستجابة لمتطلبات تنمية القطاعات ومتطلبات الأمن الطاقى للبلاد.

4.4. منهجة إبرام العقود-البرامج مع الدولة في قيادة الهيئات العمومية والجهات

من الضروري، طبقا للمنطق نفسه، منطلق العقلنة والتوجيه الاستراتيجي للنضقات العمومية، توسيع دائرة ضرورة الانسجام لتشمل الجهات والمقاولات والمؤسسات العمومية، والتأكد من أن الاستراتيجية المتبعة من قبلها جميعا تنسجم مع المبادئ المذكورة آنفا.

وهذا يقتضي تغييرا للموقف يضع منطلق التعاقد في صميم العمل العمومي. ذلك أن هذا المنطق حين يصبح القاعدة في العلاقة بين الفاعلين، يتيح الإسقاط الزمني على المدى البعيد، والإقرار المنهجي للعقود-البرامج. فمن خلال هذه الأخيرة تتمكن الدولة من جانب، والجهة أو المقاول العمومية من جانب آخر، من تحديد الالتزامات والأهداف التقنية والاقتصادية والمالية المرسومة، والوسائل اللازمة لبلوغها، وأنماط تتبع تنفيذها. ويجب أن تتضمن الأهداف كذلك الآثار على التنمية، بما فيها المتعلقة بالإسهام في الرفع من قدرات وتنافسية الفاعلين الاقتصاديين المعنيين بالبرنامج موضوع التعاقد.

وبالموازاة مع ذلك، بالإمكان الشروع في المراقبة الضرورية لإنجازات المؤسسات. وأخير، ومن أجل الانسجام مع مقتضيات القانون التنظيمي الجديد للمالية، يكون لهذه العقود-البرامج أيضا تفصيل على امتداد ثلاث سنوات مكتملة.

4.5. الإشراف على تنفيذ وتبعية وتقييم الأوراش القطاعية

إن تفعيل الاستراتيجيات القطاعية وتسريع ذلك التفعيل يتطلب تحقيق الانسجام بين مختلف الأوراش القطاعية، وتبعية وتقييم تنفيذها، من خلال تدابير إجرائية بصفة مباشرة.

أما الأول فيتمثل في إحداث لجنة وزارية مشتركة، برئاسة رئيس الحكومة، تؤمن التتبع والتحكيم المستمرين، من أجل تفعيل منسجم للبرامج المختلفة.

فتحقيق الفعالية القصوى في تتبع عملية تفعيل البرامج القطاعية وأثناء عمليات التحكيم الضرورية بين القطاعات المعنية، تجتمع اللجنة الوزارية المشتركة بصفة شهرية، وتكون مؤلفة من الوزارات ذات الطابع الالتقائي (الاقتصاد والمالية، والداخلية، والصناعة، والشؤون الخارجية، وغيرها) والوزارات المسؤولة عن الاستراتيجيات القطاعية. ويتم إعداد الأشغال ومضامينها من قبل لجنة للتبعية، مع أمانة عامة دائمة يمكن وضعها تحت إشراف الكاتب العام لرئيس الحكومة، لأسباب تتعلق بالالتقائية ولكن كذلك بالفعالية.

خلال المرحلة الأولى للإطلاق، تكون اللجنة مكلفة كذلك بتحقيق التقارب والدعم بين مختلف السياسات القطاعية الحالية، من أجل القضاء على أوجه عدم الانسجام القائمة اليوم، وخصوصا على مستوى بعض الفرضيات المستعملة، والتحكيم بخصوص الوسائل المطلوبة والاصطفا في أفق زمني واحد مشترك لتحديد الأهداف على المدى المتوسط وحتى البعيد.

إذا تحقق هذا الانسجام، على أساس مرجعية متفق عليها ومشتركة، صار من الواجب على كل استراتيجية قطاعية جديدة أن تحترم هي أيضا المخطط المتفق عليه، بتبني الأفق الزمني المشترك، واستعمال الخطة المحاسبية الوطنية مع تفصيلها الجهوي، مع معطيات عديدة عن الحاجيات من الموارد المقتسمة (من تمويل، وموارد بشرية، وتكوين، وعقار، وماء، وطاقة وغير ذلك)، وقاعدة مشاركة لمؤشرات الأداء، للتمكن من قياس الأثر الاقتصادي والاجتماعي لهذه الاستراتيجيات وفعاليتها في آن معا. وبهذا الصدد ينبغي لهذه القاعدة من المؤشرات أن تضم على الأقل: الآثار الناجمة على الناتج الداخلي الخام، وعلى خلق مناصب الشغل ومستوى التأهيلات، وخلق القيمة المضافة، وتطور الواردات والصادرات، حسب مؤشر GINI. ويمكن في ما بعد إلغاء هذه القاعدة بمؤشرات جديدة للتنمية المستدامة، ذات طابع اقتصادي واجتماعي ولكن كذلك بيئي. وبغض النظر عن التقييم على المستوى الوطني، ينبغي أن يتم تفصيل تلك القاعدة أيضا على مقاس كل جهة على حدة، من أجل تدبير موطن ترابيا منصف للسياسات القطاعية.

هكذا يتم توجيه المسعى صوب ضمان الانسجام، وبالتالي إمكانية التحقق الشامل، منذ مرحلة التصور، بغية التأكد من كون المخططات الجديدة مندمجة ومقيمة على أساس القاعدة ذاتها، بما يخلق دينامية حميدة توفر منظورية ووضوحا لكل الفاعلين، وتمثل عنصر جذب للاستثمار الوطني والأجنبي.

أما التدبير الثاني، وهو تدبير تكميلي، فسيتمثل في تنظيم مؤتمر حكومي سنوي، مكلف بالتتبع والبرمجة الممتدة على مدى ثلاث سنوات، تضمن التوافق والانسجام بين البرامج الاستراتيجية القطاعية والبرمجة الموازنية في إطار القانون التنظيمي الجديد للمالية. فسيمكن هذا من تحكيم وتقييم تفعيل الالتزامات المتعهد بها في إطار قانون المالية متعدد السنوات. وستكون هذه الآلية ضرورية منذ بداية 12 شهرا الأولى من إطلاق قانون المالية، لأنها ستتيح إرساء أسس قاعدة انطلاق مشتركة. ويتم تزويد هذا المؤتمر بالمضامين والمعطيات من خلال جهاز دائم للدراسة واليقظة.

أما تنظيم مؤتمر سنوي متخصص، فسيتم من جانبه التحكيم وتقييم تفعيل الالتزامات المتعهد بها في إطار قانون المالية متعدد السنوات. وستكون هذه الآلية ضرورية على الخصوص خلال السنة الأولى من إطلاق القانون المالي الممتد على سنوات مكتملة، لأنها تتيح بناء أسس قاعدة انطلاق مشتركة. ويتكفل بمضامين المؤتمر جهاز دائم للدراسة واليقظة.

تعتمد فعالية هذين الجهازين للتتبع والتقييم على احترام الوثيرة المحددة لاجتماعاتهما (الشهرية والسنوية على التوالي). أما استدامتهما فلا يمكن ضمانها إلا من خلال المأسسة التنظيمية.

1.6. تجميع السياسات العمومية في أقطاب موضوعاتية متجانسة

من أجل قراءة مندمجة للسياسات العمومية، ومن أجل تسهيل تحقيق الانسجام في ما بينها، سيكون من شأن تجميع تلك السياسات في أقطاب موضوعاتية متجانسة أن يسهل الالتقائية والتنسيق بين الفاعلين وبين الاستراتيجيات.

هكذا سيندرج عمل الدولة في إطار من الترتيب القطبي، بما يتيح مزيدا من الوضوح في الرؤية للخيارات الكبرى للسياسات العمومية، وكذا تسهيل التقاطع والتنسيق بين الفاعلين وبين الاستراتيجيات، وتشجيع التقاطع بين القطاعات.

أما الأقطاب المقترحة - على سبيل الاستئناس - فهي كالتالي: الاقتصاد، التجهيز والتشغيل، والتربية والبحث، والصحة والتضامن، والثقافة والتواصل، والعدالة، والأمن، والتعاون والعلاقات الدولية. مع العلم أنه بالإمكان أن يستند هذا التوجه إلى بنية أخرى للقطبية، شريطة الاحتفاظ لها بانسجامها وسهولة أجرأتها.

11. التشاور والإشراك القوي للنسيج الإنتاجي

اعتباراً للدور المركزي للقطاع الخاص في إعداد وتفعيل الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر، فإن من شأن تدعيم قدرات هذا القطاع، من خلال تدابير ذات طابع مؤسسي وداعم، أن يزيد من دينامية هذا الدور، وأن يسهل بالتالي عملية التشاور مع السلطات العمومية.

غير أن التجارب الدولية تبين أن التنافسية، وبلوغ أهداف كل استراتيجية بوجه عام، سواء أكانت قطاعية أم تجارية، تقتضي انخراط مجموع الفاعلين منذ المرحلة الأولى من البلورة والإعداد. ومن ثمة فإن باقي القطاعات الكبرى الحيوية لتنمية البلاد - من منظمات نقابية ومجتمع مدني ومنظمات غير حكومية - ينبغي أن يتم دعمها هي أيضا وإشراكها في مختلف مسلسلات التبادل والتشاور.

أما الهدف فيتمثل في التوفر على قطاع خاص وشركاء اجتماعيين أقوياء ومهيكلين، قادرين على أن يكونوا بمثابة قوى اقتراحية ومخاطبين لهم مصداقية لدى كل من السلطات العمومية والمجتمع المدني والهيئات الدولية.

11.7 - دعم القدرات الوطنية في مجال الموارد البشرية

الموارد البشرية عامل حاسم في نجاح تفعيل الاستراتيجية التنموية للبلاد، وهي من ثمة تمثل مفتاحا من مفاتيح التنافسية. وبغض النظر عن التكوين الأولي - الذي يبقى إصلاحه العميق شرطا لا محيد عنه، لتعميم التربية والارتقاء بوجودتها - هناك مجهود يتعين بذله على مستوى التكوين المستمر والمهني.

فلن تتيح هذه الآلية فحسب، على المدى القريب، الرفع إلى الحد الأقصى من فعالية قيادة وتفعيل السياسات التي يجري إطلاقها، ولكن ستمكن أيضا، على المدى المتوسط والبعيد، بلوغ الهدف الأكثر طموحا، المتمثل في التوفر على مخزون من الخبرات المتلائمة مع مؤهلات كل فاعل، على مستوى القطاعات الوزارية ومنظمات المشغلين والنقابات والمقاولات والمجتمع المدني، قادرة على المساهمة، بصفة فاعلة وفعالة، في بناء الرؤية المشتركة للتنمية المستدامة للبلاد.

ويخصّ هذا الدعم للقدرات الوطنية في مجال الموارد البشرية في الآن نفسه الهيئات التمثيلية للقطاع الخاص والمقاولات والشركات والقطاعات الوزارية المعنية:

- إن التكوين المهني، بالجودة المطلوبة وفي تلاؤم مع حاجيات النسيج الإنتاجي، أداة ضرورية لنجاح كل استراتيجية قطاعية ولتنمية القدرات الوطنية القادرة على رفع تحدي التنافسية بواسطة الإبداع والتجديد؛
- إن تعدد أعمال التكوين والتوجيه، لصالح المقاولات، أمر ضروري من أجل تمكينها من ربح معركة التنافسية العالمية، في ميدان تدخل كل منها أولاً (سواء في مجال المهنة أم على مستوى التدبير)، ثم في المجالات التقنية المتعلقة بالتجارة، والذكاء الاقتصادي، واللغات الأجنبية، والتنظيم القانوني، وتقنيات التفاوض، والمصادقة، والاستفادة القصوى من المشاركة في المعارض، وغير ذلك.
- يعدّ التكوين المستمر، شأن في ذلك شأن التكوين التأهيلي الأولي، أمراً أساسياً للحفاظ على مستوى الكفاءات وقدرتها على التكيف مع التطورات والقطاعات المتسارعة على المستويات التكنولوجية والتجارية. لذلك ينبغي وضع سياسة عمومية تكون أكثر انخراطاً في مجال التحفيز على التكوين المستمر وتسهيله. وينبغي للقطاع الخاص أن يبين عن مزيد من الإرادة والهيكلية في هذا المجال، وكذا المنظمات المهنية التي لها مسؤولية في دعم مقاولاتها المنخرطة، وخصوصاً المقاولات الصغيرة جداً والمقاولات الصغرى والمتوسطة من بينها؛
- تفعيل اتفاقيات التبادل الحر أو، على سبيل المثال، تطبيق القانون حول الدفاع التجاري، يقتضي تدعيم الموارد البشرية لقطاع التجارة الخارجية، وكذا تكويناً يرمي إلى تحسين الخبرة الوطنية لدى الموارد البشرية العمومية والخاصة.

8.2 - إعادة هيكلة الهيئات التمثيلية للقطاع الخاص

يجب أن تتوفر للقطاع الخاص القدرات والوسائل للمساهمة الفعالة في إعادة تعريف السياسات القطاعية، في ارتباط وتفاعل وثيق مع دور الدولة

ومن بين الأعمال التي من شأنها أن تساهم بطريقة ملموسة في بلوغ هذا الهدف نذكر:

- وضع إطار قانوني نوعي وأكثر ملاءمة للجمعيات المهنية، يتيح إعادة هيكلة تمثيلية القطاعات الإنتاجية وتنظيمها، ومهامها وأدوارها. وينبغي أن يحدد الإطار الجديد الأدوار (المحلية والوطنية والدولية) لمختلف أشكال الجمعيات المهنية، والعلاقات التي يجب مراعاتها بين تلك الأشكال المهنية (من جمعيات قطاعية وفيدراليات وكونفدراليات وغيرها)، والعلاقات مع المنخرطين، وواجبات هؤلاء ومستوى التمثيلية للدفاع عن قضية قطاع معين، وغير ذلك؛
- بث الدينامية في أدوار اللجان الدائمة ومجالس الأعمال الثنائية، والشروع في إحداث مجالس أعمال مع كل البلدان التي تربطها اتفاقيات تبادل حر مع المغرب، ولكن أيضاً مع البلدان التي يعاني الميزان التجاري المغربي عجزاً حيوياً. وينبغي أن يولى لمجالس الأعمال هذه دور أكثر استراتيجية، من خلال علاقة مفصلية أوثق مع الدبلوماسية الاقتصادية والهيئات التعاونية الرسمية؛

• وضع برامج لدعم قدرات المنظمات المهنية (الجمعيات، والفيدراليات، والكونفدراليات، والغرف التجارية) وبنيتها الدائمة، من شأنه التحسين من النوعية التمثيلية للقطاع الخاص. أما الهدف فهو جعلها أفضل استعداداً لتقديم خدمات ذات قيمة مضافة لأعضائها، مثل التفكير الاستراتيجي، والمعلومات القطاعية وعن الأسواق، والمعلومة القانونية، والمتعلقة بالتنظيم القطاعي.

والمفروض أن تصبح المنظمات المهنية، بعد حين، قادرةً على البحث عن مصادر التمويل الداخلي والخارجي، من خلال عرض مهني وتجاري.

كما ستتيح إعادة هيكلة القطاع كذلك إضفاء مزيدٍ من السلاسة والقوة على الحوار الاجتماعي، وبالتالي الحصول على أثر إيجابي في إنتاجية وصحة المقاول.

9.11 - إدماج النقابات والمجتمع المدني في دعم السياسات القطاعية والدولية

يجب أن تكون كل النقابات والمجتمع المدني قادرين على المساهمة في بلورة وتنفيذ الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر، في انسجام مع المقاربة التشاركية وبمساعدة كل الفاعلين المعنيين ومن الضروري أجل ذلك، وقبل كل شيء، أن يتوفر الشركاء الاجتماعيون، من ممثلي المشغلين والمستخدمين، كلاً في ما يخصه، بالإطار القانوني الأكثر ملاءمة، من أجل هيكلة وربط أفضل بين المهام والأدوار التي تعود إليهم، باعتبارهم قوى اقتراحية وفاعلين مباشرين في التطبيق الميداني للاستراتيجيات العمومية. كما أن مراجعة قانون الجمعيات، في إطار الحوار الوطني حول المجتمع المدني، يجب أن تأخذ في حسابها أيضاً المسؤوليات الجديدة والانتظارات على هذا المستوى.

من ثمة ضرورة خلق إطار للتبادل والحوار المؤسساتي، من أجل أجراً هذه المقاربة، وضمان لا فحسب انخراط كل شرائح الساكنة، ولكن أيضاً إغناء الاستراتيجيات وبالتالي تحقيق شروط أمثل للتنفيذ والفعالية.

11.10 - تطوير الشراكات بين القطاعين العمومي والخاص PPP، وتوسيع نطاق استهدافها

إن إقرار التشاور بين القطاعين العمومي والخاص، بهدف دعم الإنتاجية الوطنية والعرض القابل للتصدير، يتيح الاستفادة القصوى والعقلنة للجهود بين القطاعين، وذلك حسب الإمكانيات، والموارد، والكلفة، والأجال، والإنجازات، والتهديدات والمخاطر، وذلك لفائدة تنمية شاملة.

ومع الحرص على أن تحتفظ الدولة بمهامها السيادية في مجال الخدمة العمومية، فإن من شأن وضع سياسة وطنية لتنمية الشراكات بين القطاعين العمومي والخاص أن يتيح تطوير التآزر، وذلك من خلال إقرار إطار للحوار بين الفاعلين المعنيين بتلك الشراكات، ووضع إطار قانوني قوي (عقود شراكة)، وتوسيع الشراكات بين القطاعين العمومي والخاص لتشمل القطاعات غير التجارية.

فبإمكان الشراكات بين القطاعين العمومي والخاص أن تمثل، في بعض الحالات، حلولا مجددة، بما في ذلك على مستوى التمويل، وأن تساهم في الرفع من الفعالية في إنجاز المشاريع الكبرى. وهي تتيح كذلك تقاسم المخاطر المالية، والحد من كلفة البنات التحتية، وتشجيع تطور مقاولات مغربية قادرة على اتخاذ بعد جهوي، والرفع في منتهى المطاف من العرض القابل للتصدير.

وبهذا الصدد، سيستجيب التشاور بين كلِّ الفاعلين المعنيين (بمن فيهم المجتمع المدني)، في إطار لجنة وطنية للاستراتيجية المشتركة بين القطاعين، ملاءمة الإطار القانوني للشراكات بين القطاعين العمومي والخاص، وضمان التتبع الميداني والتنسيق لهذا البُعد من أبعاد الاستراتيجيات القطاعية.

وسيكون من شأن تكثيف التشاور ثلاثي الأطراف، بين الدولة وممثلي المقاولات وممثلي الهيئات الوسيطة، أن يفضي إلى خلق بيئة ملائمة لتطوير الشراكات بين القطاعين.

وهناك بعض تدابير المواكبة والتشجيع، التي من شأنها أن تخلق بيئة ملائمة للاستثمارات ولتحسين العرض القابل للتصدير، وأن ترفع بالتالي من الصادرات كما ونوعا. ومن ثمة فإن التوصيات التالية تتعلق بالجوانب القانونية والضريبية والخاصة بآليات التمويل. ويتعلق الأمر بما يلي:

11.11 - تأهيل الجانب القانوني المنظم للمعايير المغربية

يجب دعم الترسنة القانونية المغربية على مستوى معايير الصحة والسلامة والبيئة، وذلك بشراكة مع الهيئات المهنية، من أجل حماية تشمل المستهلك والإنتاج والسوق الوطنية معا.

وتقتضي حماية الاقتصاد الوطني، على الخصوص، الرَفْع من أعداد المنتوجات الخاضعة للمعايير الإلزامية المستلهمة في جانب كبير منها من في المعايير الأوروبية، بما يتيح التقدم في اتجاه الاصطفاف حول المكتسب الجماعي في المجال الفلاحي والصناعي.

وسيتيح هذا التأهيل القانوني دعم العرَض الإنتاجي في السوق الوطنية، وهو الشرط السابق على كل رغبة في التمويع على المستوى الدولي. وهو يعدُّ من بين العوامل الأساسية لتجاوز الحال الراهنة لأنثار اتفاقيات التبادل الحر، والاستعداد الأمثل لتطبيق اتفاقية التبادل الحر الشاملة والمعقدة مع أوروبا.

ومن الهام القيام منذ الآن بقياس حجم الجهد المتعين بذله على المستوى التنظيمي والمالي والتأهيلي للنسيج الإنتاجي وللتكفل بالبعد القانوني. ومن شأن مثل هذا التقييم أن يفيد في المفاوضات الجارية مع الشركاء في الاتحاد الأوروبي.

ولذلك، فمن الواجب إرساء الوسائل والآليات الداعمة للقطاعات الإنتاجية، من أجل تحسين إنتاجيتها وتمكينها من الانسجام مع معايير البلدان المستهدفة.

12 - تشجيع ظهور مقاولات صغرى ومتوسطة وطنية رائدة، وبروز قاطرات كفيلة بخلق

دينامية كبرى في مسارها

يتمثل الهدف في خلق بيئة مناسبة لتطور فاعلين اقتصاديين يتوفرون على دينامية نمو قوية، من جهة، عبر دور القاطرات والتأثير الذي تحدثه في البنيات الكبرى في وسطها، سواء في مستوى السوق المحلية أو عند التصدير، ومن جهة ثانية، عبر استهداف المقاولات الصغرى والمتوسطة ذات القدرة الكبرى على خلق القيمة، وعن طريق دعمها كي تشق طريقها بنجاح وتتحول إلى أبطال وطنيين حقيقيين. ومن الضروري استهداف القطاعات التقليدية، حيث يتوفر المغرب على إمكانيات ومؤهلات للنمو (الزراعات الغذائية، والنسيج، وقطاع الكهرباء، والإلكترونيات، وصناعة الفولاذ)، والمهن التي تفتح آفاقا أكبر من حيث فرص العمل والنمو (المالية، الخدمات،

تكنولوجيا الإعلام، تهجير الخدمات ذات القيمة المضافة الكبرى، السيارات، الطائرات، وغير ذلك). مع إحلال المقاولات الصغرى والمتوسطة في صميم المنظومة المستهدفة.

وقد مكّن تحليل العقبات، في ضوء الممارسات الجيدة الملاحظة في البلدان موضوع المقارنة، من حصر الإجراءات الواجب تفعيلها، وتتمثل هذه التدابير فيما يلي:

- **تشجيع تطوير تجمعات المقاولات** بتمكين المقاولات الأعضاء التي تقدم سلعها من أجل التصدير من صفة مقاولات مصدرية، مما سيمكن من مضاعفة العرض المغربي الذي يعتبر ذا حجم صغير جدا، ومن استقطاب طالبي خدمات و مواد دوليين يفرضون شروطا صارمة، من حيث الكميات المطلوبة وموثوقية المنتجات المسلمة.
- **جعل الطلب العمومي رافعة استراتيجية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.** وطبقا للرأي الذي أدلى به المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، في إطار الإحالة الذاتية رقم 7/2012، يوصى باستثمار الطلب العمومي بوصفه مشتلا للإبداع وتطوير القيمة المضافة الوطنية، وإرساء قاعدة إلزامية الموازنة الصناعية والنقل التكنولوجي في المشاريع الكبرى.
- **تشجيع استثمار المقاولات في مجال البحث المنصب على التنمية،** عبر اتخاذ إجراءات لحفز الابتكار باعتباره مكونا أساسيا من مكونات الاستراتيجيات القطاعية التنموية. وسيتمكن هذا الإجراء من تنويع ورفع من القيمة المضافة للعرض المغربي، ومن صناعة منتجات تعويض للواردات. وينبغي أن يحضر البحث المنصب على التنمية أيضا ضمن الأعمال القابلة للتمويل عبر عقود النمو للتصدير، أو تخصص له آلية من نمط قروض الرسم المتعلق بالبحث، كما أوصى بذلك المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، في تقريره حول النظام الجبائي المغربي. ولا شك أنّ الدعم الطوعي للرفع الكبير من القيمة والجودة التكنولوجية للمنتوج المحلي، عبر الطلب العمومي والبحث في مجال التنمية، هو الذي سيتيح مضاعفة العرض القابل للتصدير ويجعله أكثر تنافسية في الأسواق المستهدفة.
- **إعادة الحثّ على الاعتراف الوطني بالمقولات المغربية الرائدة.** وقد يتم ذلك بالصيغة التي دعا إليها المجلس الوطني للتجارة الخارجية سابقا، المتمثلة في جائزة لأفضل مصدر، أو في صيغة تتويج يثمن الجهود المبذولة من قبل المقاولات المغربية لاكتساب حصص في الأسواق الدولية.
- **إنشاء آليات متناسبة مع المقاولات الصغرى والمتوسطة وللمقاولات المبتدئة** للابتكار، التي تستهدفها بشكل خاص السياسات الحالية، وخاصة تلك المتعلقة بالمناطق الكبرى للأنشطة المتخصصة. ويجب استهداف المقاولات الصغرى والمتوسطة على مستويين اثنين: مباشرة من أجل دعمها، من أجل أن تبرز كمقاولات بطلية هي نفسها، ولكن أيضا كي تتطور داخل منظومة مساعدة، بتأثير إيجابي من المقاولات الكبرى.

وفي هذا الصدد، سيمكّن إدراج المقاولات الصغرى والمتوسطة والمقاولات المبتدئة في المركبات الصناعية القائمة أو المزمع إنشاؤها، وفقا لآليات تخصصها هي وحدها، بتعريف تفضيلية، من تحسين تنافسية المقاولات، وولوجها إلى خدمات التسهيل والدعم وتدارك الندرة وصعوبة الولوج إلى العقار.

وسيمكّن تطوير المقاولات البطلة الوطنية من تعزيز العرض القابل للتصدير، عبر التركيز على القطاعات التي يتوفر فيها المغرب على امتياز تنافسي قائم أو مفترض، واستهداف أولا الأسواق التي يتعامل معها المغرب طبقا لاتفاقيات التبادل الحر، في مجال التصدير.

13. II - ضمان ديمومة عقود النمو للتصدير وتوسيع قاعدة المستهدفين

تعد عقود النمو للتصدير مكتسبا مستلهما من أحسن التجارب الدولية، والهدف منها تعزيز حضور المقاولات المغربية دوليا، قصد الرفع الدال من حجم الصادرات.

وسيستفيد المغرب الشيء الكثير عن طريق ضمان ديمومة هذه الإجراءات التحفيزية بعد تقييمها، انطلاقا من معيار القطاع، ونوعية السوق المستهدفة، وحجم المقاول وأقدميتها في مجال التصدير.

ويوصى أيضا بأن تشمل هذه الإجراءات الاستثمار في الخارج (خاصة عبر دعم المقاولات المغربية الراغبة في الاستثمار في الخارج، عبر منح التسهيلات التمويلية)، والتفكير في برنامج خاص لمواكبة المقاولين المبتدئين.

14. II - خلق تحفيزات ضريبية وتحيين نظام التمويل والتأمين على الصادرات

تم اقتراح الإجراءات الآتية لتحفيز المقاولات المصدرة على التزود من السوق المحلية بشكل أكبر، وتسهيل ولوجهم إلى تمويل الصادرات، وتشجيع اللجوء المنتظم إلى التأمين على التصدير.

وعليه، فإنه يوصى بما يلي:

- إقرار النظام القانوني والضريبي للمصدر غير المباشر، وخاصة عبر إعفاء المشتريات المحلية الموجهة للتصدير من الضريبة على القيمة المضافة، من أجل تشجيع المقاولات على التزود من السوق المحلية. وعلى المغرب أن يختار اعتماد منطق الرفع من الامتيازات الممنوحة للمصدرين، ولمزوديهم أيضا.
- تحيين نظام تمويل الصادرات والتأمين عليها.

ومن أجل اقتراح آليات تمويل وتأمين مناسبة على المقاولات، يوصى بما يلي:

- إعادة إقرار النسب التفضيلية على تمويل الصادرات (التمويل المسبق وتسبيق على عمليات الاقتراض في الخارج)؛
- توسيع تغطية المخاطر المرتبطة بالطرفية عن طريق الشركة المغربية للتأمين على التصدير، عبر منح اعتمادات إضافية (الرفع من الضمانات على التصدير حجما ونسبة)؛
- توسيع نطاق خدمات الجمعية المغربية للمصدرين، من خلال منتوجات جديدة تتلاءم مع الانفتاح الاقتصادي على القارة الأفريقية الذي ترتفع مخاطره، ولا سيما ضمان الاستثمارات وإنشاء مؤسسات في الخارج، وضمان الكفالات.

15. II - تسهيل المساطر الإدارية ومساطر التجارة الخارجية إلى أقصى حد.

يجب ألا تظل التعقيدات الإدارية عقبة في وجه المقاولات وقدرتها على الاستباق ومواجهة المستجدات بمرونة. ويجب تسريع عملية تسهيل المساطر.

ويمكن تطبيق ثلاثة تدابير برهنت على نجاعتها في بلدان أخرى:

- إنشاء "بيت المصدر"، بوصفه شبّاكا تجاريا وحيدا حقيقيا؛
- تسريع وتيرة أجراء مشروع الشبّاك الافتراضي الوحيد لإجراءات التجارة الخارجية؛
- إلغاء إثبات الإمضاء بالنسبة إلى كل العقود التجارية، وتعيوضه بتصريح الشرف خاضع لرسم إضافي مندمج تستفيد منه الجماعات المحلية ويحل محل واجب التبر.

III. الترويج والدبلوماسية والسياسة الاقتصادية الدولية

من شأن مُضاعفة عدد الموارد المستعملة في الترويج لصورة المغرب ولحضوره الاقتصادي، وتحسين توظيفها أن يرفع من قدرة العرض المغربي على استقطاب المستثمرين، وتحويل المغرب إلى قبلة للاستثمارات. ويجدر في هذا الصدد:

16. III - مواصلة سياسة الانفتاح الاقتصادي على العالم وتحسين مردوديتها

لا شك أن مواصلة سياسة الانفتاح الاقتصادي التي انتهجها المغرب، في عالم لا ينفك يخضع لعولمة متنامية، تشكل خيارا استراتيجيا حتميا لا رجعة فيه.

ومن المفيد تعزيز هذا التوجّه الاستراتيجي عبر الإجراءات الآتية:

- تنويع الشركاء الاقتصاديين للمغرب، وخاصة في الجنوب، ومواصلة تعزيز العلاقات الاقتصادية والتجارية مع البلدان الإفريقية، وخاصة تلك الواقعة في منطقتي "الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا" والمجموعة الاقتصادية والنقدية لوسط أفريقيا.
- ويجب ألاّ تنحصر هذه الشراكات في إطار اتفاقيات التبادل الحر، بل تفضي إلى إنشاء أطر شراكة متقدمة مع هاتين المنطقتين.
- اعتماد مساع خاصة لربط العلاقات بمناطق ودول يسجل الميزان التجاري معها عجزا، قصد اتخاذ إجراءات تسهّل الولوج إلى هذه الأسواق، بهدف إعادة التوازن للمبادلات معها، وخاصة مع الصين والاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية وتركيا.

وتتطلب هذه الأعمال استعدادا كبيرا مسبقا قبل أي لقاءات ثنائية بين المسؤولين الحكوميين المغاربة ونظرائهم من الدول الأخرى المعنية، مع إشراك ممثلي القطاع الخاص.

ويجب أن يتضمن هذا الاستعداد تحليلا مدققا لقدرات العرض المغربي القابل للتصدير، يدمج آفاق الرفع من المبادلات، حسب كل قطاع على حدة وكل بلد مستهدف على حدة.

ومن شأن الإشراك الضروري للفاعلين الوطنيين الأساسيين، كالمقاولات "الوطنية الرائدة" والبنوك الوطنية ذات الحضور الدولي، أن يساهم في إنجاح مبادرات المساعي الخاصة، وأساسا في البلدان التي ينشط فيها أصلا هؤلاء الفاعلون، وأيضا في تعبيد الطريق أمام فاعلين آخرين وقطاعات أخرى. يتعلق الأمر بما يلي:

- تتمين الموقع الجيو-استراتيجي للمغرب ومزاياه بصيغ متعددة. ويجدر أيضا التركيز على وضعية المغرب كمركز مالي، وأرضية لوجستية، ومصدر فرص للخدمات المتعلقة بالاستثمارات والصادرات التي تستهدف أسواق إفريقيا الشمالية والوسطى والغربية، والبلدان المتوسطة، وأسواق أوروبا وتلك الواقعة في السواحل الشرقية الأمريكية.

ويتعين هنا أساسا مضاعفة البعثات الموجّهة (السوق/الفئة المستهدفة) في مجال ترويج اسم المغرب في الخارج، بعد إعادة تحديد العناصر الإيجابية التي تخدم صورة المغرب، وتشكيل فريق من مستوى عال لتسويق اسمه. ويجدر أيضا اعتماد التشاور لتحديد الأهداف وخطط البعثات، لتفادي تكاثر المتدخلين وتكرار أعمالهم وتداخلها، كما يقع أحيانا بين الاستثمار والتصدير والسياحة.

- العمل على الرّفْع من التجارة الإقليمية، وخاصة بين البلدان المغاربية. ويكمن التحدي هنا في تجاوز الوضعية الحالية، حيث لا تمثل التجارة بين بلدان المنطقة سوى 2% من التجارة الخارجية، أي أضعف حصة في العالم، وذلك رغم وجود اتفاقية تجارية بين هذه البلدان.

ويمكن تحقيق هذا الهدف إلى حد بعيد، عبر تقليص كلفة المبادلات بين الدول المغاربية، وتحسين اللوجستيك، وتنسيق المبادلات، وخاصة عبر تطوير العلاقات المباشرة بين فاعلي القطاع الخاص المغاربيين. وهذه العلاقات يجب أن تتجاوز منطقتي التنافس للانفتاح على أفق التكامل في مواجهة أسواق مستهدفة يمكن اكتساب حصص أكبر عن طريق التكامل، تتجاوز الحصة المكتسبة لكل بلاد على حدة.

- تطوير التعاون جنوب-جنوب (إفريقيا وأمريكا الجنوبية) وموقعة المغرب كشريك استراتيجي من أجل توسيع دائرة التعاون جنوب-جنوب. ويجدر بالمغرب أن يحصر حاجيات بلدان الجنوب في مجال التعاون، ويقترح مشاريع تعاون انطلاقا من تجربته في مجال الاستراتيجيات القطاعية. وعلى رأس القطاعات التي يمكن استهدافها، الأشغال العمومية والسكن والصحة وتكنولوجيات الإعلام والتواصل والتربية والتكوين والمالية والصيدلية والزراعات الغذائية ومنتجات البحر والصناعة الملاحية. ويجدر أن يأتي هذا العمل بالتساوق مع إعداد استراتيجية عمومية-خاصة لاكتساح أسواق إفريقية.

17. III - دعم السوق الداخلية كرافعة لتنافسية الإنتاج الوطني

يتطلب هذا الأمر تشجيع مبادرات إنتاج عرض لتعويض هذه الواردات. وتظل السوق الداخلية كأساس طبيعي لتطوير العرض الوطني، والرفع من قيمته المضافة ومستواه التكنولوجي، عاملا حاسما في مجال التنافسية العامة في الأسواق الدولية، ضروريا لترسيخ قدم المغرب في الأسواق الدولية، وخاصة أسواق الدول التي يرتبط المغرب معها باتفاقيات تبادل حر.

وبالنسبة إلى الاقتصاد المحرَّر والتنافسي، يعدُّ مستوى ولوج وتوفير ورواج الإنتاج الوطني في السوق الداخلية، مؤشرا دالاً على قدرات الفاعلين الوطنيين على الإنتاج والمنافسة، وبالتالي على الإمكانيات والمؤهلات التي يتوفرون عليها للتصدير. يظلُّ إذن تعزيز اختراق العرْض للسوق الداخلية عاملاً حاسماً لتطوير العرْض القابل للتصدير.

ولكي تقوم السوق الداخلية بهذا الدور الاستراتيجي، يجب بالأساس هيكلتها وتنظيمها، وإخضاعها لمعايير الجودة، وحمايتها من الممارسات التي قد تمس باستقرارها وتمثل خطراً على المستثمرين ضمن منطق المديين المتوسط والبعيد.

ولا يخفى أنَّ ممارسات الاقتصاد غير المهيكَل، والتهديب الذي يترتب عنه، يخلقان الاضطراب في الاقتصاد عامة (فوترة ناقصة، التحايل على مراقبة الجودة، التملُّص الضريبي...)، ويجعلان الثقة في العرْض المحلي ضعيفة جداً.

والحال أنَّ تطهير السوق من هذه الممارسات عملية معقدة وطويلة، تتطلب تضافر جهود الفاعلين المعنيين، في إطار نقاشٍ وطنيٍّ. وقد يمثل تنظيم مناظرات في هذا الصدد مرحلة مهمة في أفق إغناء النقاش المذكور، وبناء مسعى قائم على التشاور، يحظى بانخراط واسع يجعل تطبيقه أكثر يسراً ومرونة.

وبالموازاة مع هذا المسلسل، سيمكَّن التوجيه المأمول للطلب العمومي (ثقة أكبر في العرض المحلي وتشجيع أكبر لخلق القيمة المضافة المحلية)، إلى جانب إجراءات تحفيزية أخرى، من استقطاب الاستثمارات الكفيلة بتغذية السوق الداخلية، عبر اقتراح عرض تنافسي لتعويض الصادرات، حيث إنَّ حجم هذا الأخيرة يظلُّ ضخماً في بعض الميادين، وقد يغدو موضوع استراتيجية في هذا الاتجاه.

18. III - تحسين قيادة واستغلال اتفاقيات التبادل الحر

يكشف تحليل النتائج المحصَّل عليها، على مستوى تطور مبادلات المغرب التجارية، منذ التوقيع على اتفاقيات التبادل الحر، بوضوح أنها غير مُرضية، وأنها تحتاج إلى تحسين قيادتها قصد الاستفادة المثلى منها.

ويوصى في هذا الصدد بالقيام بأعمال تستهدف تخفيض العجز التجاري واتخاذ تدابير للحماية التجارية.

• على مستوى تخفيض العجز التجاري، تعدُّ محاربة تصريجات "الفوترة الناقصة" عند التصدير عملاً بالغ الأهمية يستهدف القضاء على الممارسات التي لا تخدم التنافس المشروع. ويمكن تحقيق هذا الهدف عبر الأعمال الآتية:

- التوفر على الخبرة الضرورية في مختلف القطاعات الحساسة (داخل الإدارات والقطاع الخاص)، قصد التمكن من ضبط السعر النهائي للسلع المُستوردة؛
- إنجاز عمليات مراقبة مشتركة ومنسقة للسلع المصدرة؛
- تحديد القطاعات الحساسة ووضع آليات لليقظة والحماية من إغراق الأسواق.

إضافة إلى ذلك، يشكل تعزيز مراقبة مصدر الواردات المستفيدة من النظام التفضيلي عملاً لا مناص منه لفرض احترام الالتزامات التي تعهد بها مختلف الشركاء التجاريين للمغرب.

وسيمكن إنشاء لجنة وزارية مشتركة من تنسيق تطبيق التشريعات الجاري بها العمل وطنيا ودوليا. وتسهر هذه اللجنة على أنّ الشركاء التجاريين لبلادنا يحترمون تعهداتهم، وخاصة عبر مواصله فتح الأسواق دون تمييز، وبتطبيق المساطر القائمة على الشفافية. ذلك أنّ حماية الإنتاج المغربي التنافسي ضدّ أيّ تنافس غير مشروع (إجراءات الحماية التجارية)، وتعزيز ضبط الواردات والحدّ من زيادتها هو أمر ضروريّ.

ولتحقيق كلّ هذه الأهداف، يجب استيفاء العديد من الشروط الأساسية:

- أولها ضمان ثبات وتحصيل وتعزيز قدرات الفرق المكلفة بالتفاوض حول اتفاقيات التبادل الحر وتفعيلها. هكذا يوصى بمأسسة الهيئة المكلفة بالتفاوض حولها وبتفعيلها. وفي هذا الصدد، يمكن تحويل اللجنة الاستشارية للواردات إلى لجنة للاتفاقيات التجارية. وتتكفل هذه اللجنة بتدبير الاتفاقيات التجارية باستعمال نخبة من الكفاءات التقنية العالية، مع إبقاء على نفس الفريق المكلف بالتفاوض حول الاتفاقيات وبتفعيلها. ومن الضروري تعزيز قدرات فريق التفاوض المكلف بالتفعيل في القطاعين الخاص والعمومي.
- إضافة إلى ذلك، من الأهمية بمكان جمع المعلومات التجارية ونشرها، خاصة المعطيات حول المبادلات التجارية والعقبات التعريفية وغير التعريفية والاتفاقيات التجارية، مع تنظيم دورات تكوينية (انظر 7.11) وإصدار دلائل حول اتفاقيات التبادل الحر لفائدة المقاولات.

نموذج للتطبيق المباشر: اتفاقية التبادل الحر الكامل والمعمم

يجب أن تشكل المفاوضات الجارية من أجل إبرام اتفاقية للتبادل الحر الكامل والمعمم مع الاتحاد الأوروبي فرصة لتبني مقاربة جديدة في تنظيم وتدبير المشاريع المتعلقة بالسياسة التجارية الدولية للبلد. ويأتي مشروع هذه الاتفاقية امتدادا للاتفاقيات السابقة مع الاتحاد الأوروبي وبالتالي يمكن النظر إليه ضمن الإطار الأوسع لتطور العلاقات مع الاتحاد الأوروبي والوضع المتقدم للمغرب، وتبعاً لذلك، تحديد الأهداف الواجب رسمها لهذا المكون من مكونات الوضع المتقدم. ويجب أيضا تحديد الانعكاسات المتوقعة لهذه الاتفاقية، والوسائل الواجب توفيرها من أجل تفعيلها، قصد دعم تطلع المغرب إلى التنمية، خلال في العقدين إلى ثلاثة عقود المقبلة.

يفترض هذا الأمر أن يتم تفعيل توصيات التقرير الحالي وإغناؤه بإجراءات أخرى لإعادة تأطير ومواكبة مسلسل المفاوضات الجارية منذ مارس 2013. يصبح حينها من الضروريّ المسارعة إلى وضع إطار يحول دون الانغلاق القطاعي، ويؤدي إلى توحيد الفاعلين حول مصالح وأهداف متقاطعة. ويتم التوسيع والتعزيز الضروري للخبرة والموقع المغربيين أولاً عبر إشراك القطاع الخاص، والجمعيات المهنية القطاعية، والفرقاء الاجتماعيين، والمجتمع المدني، في إطار تكامل أمثل بين أدوار كل طرف على حدة، كفيل بتعزيز العطاء والإسهام الممكن والنوعي لكل الأطراف.

صحيح أن سلسلة من الاجتماعات مع القطاع الخاص والمجتمع المدني قد انطلقت مؤخرا، ولكن فقط بعد عام من الشروع في المفاوضات، وعشية انطلاق الجولة الرابعة منها. ويتعين تعزيز هذا التشاور وتسريع إيقاعه، مع ضرورة أن يعتمد كل فاعل إلى تنظيمه داخليا، وتنظيمه في علاقة بالفاعلين الآخرين، مع تحديد واضح لإسهامات وانتظارات كل طرف. ويجب أيضا وضع آليات للتبادل والتتبع وللأخذ بعين الاعتبار الآراء والمواقف، والتطور العام لموقع المغرب.

إضافة إلى ذلك، تجدر الإشارة إلى أن الاتحاد الأوروبي قدم نموذجا لطريقة العمل الممكنة، عبر إشراك المجتمع المدني المنظم منذ البداية: أولا عن طريق أعمال تواصل، ولكن أيضا عن طريق مطالبة اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية بتقديم رأي، في إطار الاختصاصات الموكولة إليها، حول العلاقات بين المغرب والاتحاد الأوروبي عموما، واتفاقية التبادل الحر الكامل والمعمق خصوصا. وقد شارك المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بفعالية في هذه الأعمال، بمساهمات مكتوبة، وعبر حضور وفد ممثل له خلال الاجتماعين اللذين عقدتهما اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية لتدارس هذا الموضوع.

هكذا أدمج الرأي النهائي للجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية حول "العلاقات بين الاتحاد الأوروبي والمغرب" المصادق عليه في فبراير 2014، إلى حد كبير مواقف وتوصيات المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي¹.

وبالموازاة مع ذلك، كلفت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية، استعدادا لهذه المفاوضات، مكتبا خارجيا بإجراء دراسة لتقييم الأثر الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لمشروع الاتفاقية، وأيضا أثرها في مجال حقوق الإنسان. وقد تم نشر نتائج هذه الدراسة في يناير 2014 (المتعلقة بكل من المغرب وتونس التي تخوض هي أيضا حاليا مفاوضات مع الاتحاد الأوروبي لتوقيع اتفاقية تبادل حر كامل ومعمق بين الطرفين).

وعلى المغرب أن يتوفر على تحليله الخاص للأثر، عن طريق دراسة خاصة به تسمح بمواكبة المفاوضين المغاربة وتقييم الأثر الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للاتفاقية، وأيضا الحاجيات من الموارد والوسائل²، من أجل الاستجابة للالتزامات المزمع التعهد بها في إطار الاتفاقية الهدف، والاستفادة المثلى منها. وإضافة إلى دراسة الأثر، من الضروريّ التوفر أيضا على خبرة عمودية متعلقة بكلّ المحاور موضوع المفاوضات³، من أجل التوفر على الأدوات الضرورية للتمكّن خصوصًا من فحص جدوى بعض المشاريع والالتزامات، وحصّر نقاط اليقظة: فعلى سبيل المثال، لا يمكن لتحرير الخدمات والصفقات العمومية أن تستفيد منه المقاولات المغربية من دون أن تتم معالجة القضية الشائكة للتقلّل الحرّ للأشخاص والكفاءات.

ويتبيّن من خلال النظر في الإجراءات المتخذة مؤخرًا من قِبَل القطاع الوزاريّ الوصيّ اتجاه العمل الحكومي نحو تدبير أفضل ورسم سيناريوهات مستقبلية للاستفادة من اتفاقيات التبادل الحرّ. يبقى من الضروريّ تعزيز هذه المبادرة وتعميقها، عبر مأسستها وضمان استدامتها.

1 - يرد الرأي حول "العلاقات بين المغرب والاتحاد الأوروبي" في الملحق المرفق بالتقرير.

2 - طبيعة الوضع المتقدم وامتداداته التي تدرج في إطارها اتفاقية التبادل الحر الكامل والمعمق، تمكن، فيما يتعلق بهذا البعد من التجارة الخارجية ومن تأهيل البيئة القانونية والعرض القابل للتصدير تبعًا لذلك، من إجراء مقارنة مع تجارب الدول التي انضمت إلى الاتحاد الأوروبي انطلاقًا من وضعية ومستوى تنموي شبيه في بعض جوانبه بوضعية المغرب. ويمكن أن يقوم تقدير المعدلات الضرورية للتوافق مع الترسنة القانونية للاتحاد الأوروبي، على سبيل التقرّب والتمثيل، على أساس نتائج هذه المقارنة.

3 - للتذكير، ينصب مشروع الاتفاقية على أحد عشر محورًا: الدفاع التجاري، والجمارك وتسهيل التجارة، والشفافية، والمنافسة ومساعدات الدولة، وحقوق الملكية الفكرية، والتجارة والتنمية المستدامة، والصفقات العمومية، والعقبات غير التعريفية، والإجراءات الصحية والمتعلقة بمعالجة المزروعات، والخدمات وحق إقامة المشاريع.

19. III - تحقيق التناقية الجهازي الترويجي للمغرب

يجب العمل بسرعة على استخلاص الدروس والعبر من التجارب الناجحة، وتجاوز النُزوع الحالي نحو عدم التعاون، والذي تبين جلياً من خلال دراسة البنيات الترويجية للمغرب.

وهكذا، يبدو من المفيد التوفر على نفس المؤسسة المكلفة بالترويج للصادرات والاستثمارات. والهدف من ذلك هو خلق جهاز ترويجي قوي، واكتساب فعالية أكبر، وخلق اقتصاد بسعر وحدة أقل، وإنتاج أكبر، وتحقيق التّجانس بين الخطابات المُشوّرة في الخارج، قصد تثبيت استراتيجيّة حقيقيّة في مجال خلق الاسم والعلامة التجارية.

ولرفع هذا التحدي، من الضروريّ تجميع الوكالة الوطنية للنهوض بالاستثمارات، والمركز المغربي للنهوض بالاستثمارات (مغرب تصدير)، ومغرب تسويق، ومكتب معارض الدار البيضاء في "قلب استراتيجي". ويجب أن يعمل هذا القلب الاستراتيجي في تكامل وثيق مع بيت الصناع التقليدي والمكتب الوطني للسياحة.

ومن أجل الاستفادة القصوى من منطق الالتئائية هذا، يجب، في مرحلة ثانية، أن يضمّ إليه "القلب الموسع"، أي دار الصناع التقليدي والمكتب الوطني للسياحة. وهذا الإدماج لن يؤثر في مسألة التّكفل بحاجيات كل قطاع على حدة، وفي خصوصياته، بل على العكس من ذلك، سيعزّز المكتسبات، ويعمدا على ترشيد وسائل عمل تلك الأجهزة المعنية.

ومن أجل الترويج لصورة المغرب ومنحه إشعاعاً أكبر، يتعيّن إنشاء مؤسسة "صورة المغرب" التي ستتكفل خاصة بتسيق مكوّن التواصل للفاعلين الوطنيين الأساسيين الذين لهم حضور في الخارج.

وبالموازاة مع إعادة هيكلة حكامه الجهاز الترويجي للمغرب، وهو الموضوع الأساسي لحزمة الإجراءات الموصى بها في هذا التقرير، على المغرب أن يرفع من مستوى أعمال الترويج، من أجل تحقيق درجة أكبر من الفعالية والنّجاعة، ومن أجل إدماج آخر جيل من الأدوات الترويجية.

20. III - إطلاق أعمال ترويج جديدة بأثار قوية

يتبين من خلال النظر الملي في مجموعة الأعمال الترويجية للمغرب أنها تعتمد، في أغلبها، على أدوات قديمة، ولا سيما بسبب تعقيد عملية إعادة رصد الميزانيات الترويجية، وصعوبة إصلاح هذه الأدوات.

وإلى جانب قدام أدوات الترويج التي لم تعد اليوم في مستوى التغيرات الكبرى التي عرفتها تقنيات الترويج، ساهم المنطق المحاسبي، بدوره، في هذه الوضعية.

وقد تبين، من خلال تحليل أفضل الممارسات الدولية، وجود اتجاه عام إلى الرفع من حضور الترويج الرقمي، مقارنة بمناهج الترويج التقليدية، من مُلصقات والإشهار في وسائل الإعلام المكتوبة السمعية البصرية، التي ما زالت مستعملة كثيراً في المغرب.

وبناء على هذه الملاحظات، يبقى من الضروري القيام بالأعمال التالية لتأهيل مسلسل الترويج والارتقاء به إلى المستوى المنشود:

- تنظيم مسابقة لتطوير العلامات القطاعية، مثلاً: فواكه المغرب، صدفيات المغرب، جلد المغرب...):

- وضع برنامج دائم للدعم التسويقي لفائدة المقاولات الصغرى والمتوسطة، وتصميم العلامة، وموقعة المنتوجات دولياً (من أجل خلق قيمة مُضافة أكبر للمنتوجات المُصدرة)؛
- خلق علامة "المغرب" مَصحوبة بدفتر تحمّلات، ولتتبع صارم لمراقبة الجودة، تساهم في الترويج لصورة إيجابية عن الإنتاج الوطني؛
- إطلاق برنامج للتمويل التشاركي (crowdfunding) لتصدير المنتوجات الجديدة، بمساعدة أَرْضيات مخصّصة لهذا الغرض. ويستهدف هذا البرنامج المقاولات الصغرى الرّابعة في اختبار قدرة منتجاتها الجديدة على اكتساح الأسواق الدولية؛
- تنظيم منتديات أعمال سنوية بين المغرب والاتحاد الأوروبي، والمغرب والولايات المتحدة الأمريكية، تحت الرئاسة الفعلية لصاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله؛
- إطلاق برنامج لترويج الطبخ والمطاعم المغربية في الخارج؛
- تنظيم سنة المغرب في الخارج، بشراكة مع المتاجر الكبرى وعمادات المدن، ووضع برنامج متعدد السنوات أفقي في هذا الاتجاه، بشراكة مع مختلف مؤسّسات الترويج؛
- إنجاز مهام التسويق التنفيذي executive marketing عمومي وخاص لربط الاتصال بطالبي الخدمات الكبار الموجودين أو المفترضين؛
- إنشاء أرضية ببيع عبر الأنترنت للمنتوجات المغربية، تشتمل على دليل هاتف المُصدّرين يتكامل ودليل هاتف المركز الوطني للتجارة الخارجية "من يصدر ماذا؟"، الذي يحتاج إلى التّحيين.

21.3 - تعزيز وسائل مؤسّسات الدولة والقطاع الخاص المكلفة بالترويج للمغرب

بلغت ميزانية مغرب تصدير في الاستثمار سنة 2014 ما قدره 260 مليون درهم (ما يمثل أقل من 0,14 % من مَبْلُغ الصادرات السنوية)، وميزانية الوكالة المغربية للنهوض بالاستثمار 72 مليون درهم، وهي مبالغ غير كافية، إن كان المغرب يرغب في التوفّر على حضور بارز حقيقي على الساحة التجارية الدولية. من هنا، إذن، يصبّح من الضروري إنجاز الأعمال الآتية:

- الرّفْع من الميزانيات المخصصة للترويج، والرّسوم المفروضة على قيمة الواردات، التي ستنتقل من 0,25 % إلى 0,50 % من مبلغ الواردات، من شأنه أن يساهم في تحقيق هذا الهدف؛
- الانفتاح على التعاون الدولي للحصول على وسائل تمويل أعمال ترويج الصادرات؛
- تعزيز دور التمثيليات الاقتصادية لكي تتحوّل إلى قوّة حقيقية لتسويق المغرب في الخارج، مع ضمان التنسيق بينها ومنحها خرائط طريق مدقّقة حول أسواق البلدان التي توجّه لها، والوسائل الضرورية لإنجاز الأهداف المنشودة.

ويجب أن تتوفر وكالة النهوض بالمغرب الجديدة على اثني عشر فرعاً على الأقل، مخصّصة في الأسواق الاستراتيجية في الخارج، في بلدان أو تجمّعات بلدان تمّ حصّرها سلفاً. ويمكن أن تتوفر هذه الفروع على مقرّات داخل السفارات.

وينبغي أن يُصاحبَ الحضورَ على المستوى الدولي حضوراً للمغرب على المستوى الجهوي، للاقتراب أكثر من المقاولات (داخل مندوبيات وزارة الصناعة أو الغرف التجارية أو المراكز الجهوية للاستثمار).

وتلتقي كلُّ الدول، موضوع المقارنة في هذا التقرير، في اعتماد هذه الممارسات الثلاث.

وبالموازاة مع كل ذلك، يبقى من الضروري القيام بإعادة تركيز بعثات جمعية المصدرين، مع الرّفْع من وسائلها، وصولاً إلى نسبة تمويل ذاتي أكبر، وإلى وضعية أكثر تعبيراً عن قدرتها على تجميع المصدرين على المستوى الوطني والجهوي.

يتعيّن على جمعية المصدرين أن تطوّر نفسها للاستجابة الكاملة للخصائص التالية:

- ستتمثل مهام بعثاتها في تمثيل المصدرين المغاربة، ومدّهم بالمعلومات، وتكوينهم والترويج لهم؛
- سيصبح نمط تمويلها أكثر تنوعاً مع اقتراح خدمات مؤدّي عنها وأعمال احتضان، مع التوفّر على عائدات عقارية؛
- سيقوم تنظيمها على وجود جمعية على المستوى الوطني تتوفر على فروع على مستوى الجهات.

وفي المدى المنظور، يجب على جمعية المصدرين أن تستهدف إنشاء مؤسسات مختصة في التكوين المستمر، وفي البحث، ومواكبة إنشاء المقاولات، واستحداث عدد أكبر من غرف للتجارة ثنائية الأطراف، وخاصة مع الدول التي أبرم معها المغرب اتفاقيات للتبادل الحر، أو تلك التي تسجّل معها مبادلاته عجزاً تجارياً. وتساهم هذه الغرف في تطوير العلاقات الاقتصادية بين المغرب والبلدان الشريكة.

22. III - جعل المغرب أرضية دولية لتنظيم الصالونات الإقليمية

الهدف من هذا الإجراء استقطاب أكبر عدد ممكن من الفاعلين الدوليين، خاصة المشترين والمستثمرين من بلدان الاتحاد الاقتصادي والنقدي لغرب أفريقيا، والمجموعة الاقتصادية والنقدية لوسط أفريقيا، والبلدان المغربية، ومجلس التعاون الخليجي.

وقد تمّ قطع مرحلة أولى في هذا الاتجاه مع رؤية 2020 للسياحة، التي أدمجت تطوير سياحة الأعمال (صالونات ومعارض ولقاءات ومؤتمرات دولية) في العرض السياحي العام لبلادنا، مما مكن من استيفاء الشروط الأساسية الضرورية المسبقة: توفر مواقع وبنيات تحتية لتنظيم الصالونات الضخمة.

بيد أن تطوير هذا النوع من السياحة يجب ألا يقتصر فقط على تطوير البنيات التحتية للاستقبال، ففي مجال التجارة الخارجية، يُعدّ محور الصالون وجودته وانعكاساته الاقتصادية على المشاركين متغيراً أساسياً. ولهذا الغرض، يتعيّن على المغرب أن يموّج نفسه كصاحب كفاءة في مجالات خاصة كفيّلة باستقطاب فاعلين دوليين ومنظمات دولية، وفي هذا الصدد، يشكل تنظيم "الصالون الشمسي تصدير المغرب" الموجه للبلدان المتوسطية مثالا بارزاً على أجرة الاستراتيجية الناجحة للمغرب في مجال الطاقات المتجددة، إضافةً إلى أعمال تواصل كشفت عن فعاليتها.

ويجب أيضا الإعداد المسبق لمدّ الجسور بين المصدرين المغاربة والزبائن والعارضين المغاربة والمزوّدين المفترضين، مع المساعدة على تقديم العرّض المتعلق بالبلد والمنوتجات، ومواكبة عملية ربط العلاقات والتواصل والتشبيط، بما في ذلك تنظيم مؤتمرات من مستوى عالٍ حول مواضيع لها علاقة بالقطاع وآفاق تطوره. ويقتضي إضفاء الطابع الاحترافيّ على الصالونات أيضا تديبرا أفضل لمرحلة ما بعد الصالون، مع تقييم النتائج وتعديلها وتكييفها قياسا إلى الانتظارات فيما يخصّ الصالونات المستقبلية. والمعروف أنّ نجاح الصالونات الدولية الكبرى (صالون بورجي مثلا) يُقاس بعدد العقود الموقّعة، إضافة إلى عدد الزوّار وقدرة الصالون على التحوّل إلى فضاء لرُبط العلاقات بين الأطراف المعنية.

17. الذكاء الاقتصادي

17.23 - إنشاء هيئة وطنية للذكاء الاقتصادي

لن نتحقق نجاعة هذه العدة من الإصلاحات إلا إذا تضمنت بعدا متعلقا بتوفير معلومات وافية وملائمة وأمنة ومحينة باستمرار، لفائدة أجهزة اتخاذ القرار.

يقتضي هذا الحرّص على الرّفّع من قدرتنا على مراقبة بيئتنا، والتأثير في تطورنا المستقبليّ الممكن، إنشاء هيئة أفقية للذكاء الاقتصادي، تابعة لرئيس الحكومة، مكلفة بتعزيز وتركيز وقيادة الذكاء الاقتصادي. ويجب أنّ تتوفر على آليات ووسائل مناسبة للاضطلاع بمهامها على الوجه المطلوب.

وسنُتاط بها مهام اليقظة وحماية التراث المعلوماتيّ والمساعدة على اتخاذ القرار وتشبيط مسعى للتأثير. وتحرر تقارير منتظمة لليقظة متعددة الموضوعات، موجهة خاصة لفريق قيادة الإصلاحات، ولكن أيضا للقطاعات الوزارية وللمنظمات المهنية.

ويمكنها أنّ تقدّم، في مرحلة ثانية، معلومات وتحاليل تحت الطلب إلى مُقاولات يرتكز عملها على مجال التصدير. ويجب إضافة إلى ذلك أنّ تتوفر على خلية مُشتركة مع وزارة الصناعة متعلقة بقضايا ذكاء الأسواق وتتبع التجارة الدولية.

وتسهّر هذه الخلية على تتبع تطور الأسواق المستهدفة ومستجدات الدول المنافسة للمغرب التي لها علاقة بتلك الأسواق. ولهذا الغرض، يجب أن تستفيد من استقلالية على مستوى قواعد المعطيات المستعملة، بفضل نظام آمن قادر على جمع المعلومات وحمايتها.

ويمكن أن يشكل المجلس الوطني للتجارة الخارجية نواة انطلاق هذه الهيئة، ذلك أنها بصدد التحوّل إلى مرصد وهي تتوفر على استثمارات مهمة لإنشاء أنظمة وقواعد معطيات.

وفي هذا الصّد، ينبغي مراجعة إطارها القانوني لمأسسة هذه المهمة الأساسية والاستراتيجية بالنسبة إلى السياسة التجارية للمغرب. ويجب أيضا تكييف تشكيلتها تبعًا لذلك، وأيضا نمط حكومتها، مع المحافظة على القدرة التي تستقيها من تمثيليتها للقطاعين العمومي والخاص. ويجب ربطها شبكيًا مع باقي مصادر الذكاء الاقتصادي، لتتكامل مع المعلومات الصادرة عن مختلف المراصد الأخرى الموجودة في المغرب (مرصد السياحة، وغيره).

إضافةً إلى ذلك، يمكن أن تقوم هذه الهيئة بدور القوّة الاقتراحية، على مستوى الإعداد الاستراتيجي، وتوظّف في ملاءمة الاستراتيجيات القطاعية الموجودة، وتقتراح خرائط طريق جديدة، بشراكة مع القطاعات الوزارية والمنظمات المهنية المعنية.

وأخيرا، ستتوفر هذه الهيئة على أداة لممارسة الضغط ذي البُعد التجاري، مما سيُمكّن من ضمان يقظة حول طلبات العُروض الدولية، ومساعدة على إعداد الاستجابات انطلاقا من الآراء الاستشارية التي تعتبر ملائمة ومنسجمة مع الفاعلين الاقتصاديين الوطنيين.

وستعمل أيضا على تنشيط مجموعة الأعمال القانونية للتأثير التي تمكّن المغرب من احتلال مكانة مساعدة على ربح تلك الأسواق. ولهذا الغرض، يجب أن تتاح لها إمكانية تعبئة الشبكة الدبلوماسية.

IV.24 - توفير المعلومات حول الفرص المتاحة

يتعلق الأمر بمنح الوضوح في الرؤية والولوجية للمستثمرين الوطنيين والأجانب حول فرص الأعمال. ويتحقق ذلك عبر الأعمال الآتية:

- تقاسم البحث والتحليل، وتعميم طلبات العروض، حسب كل قطاع وكل بلد مستهدف على حدة، ونشرها بعدة لغات؛
- تحيين وترجمة مواقع الإنترنت لمؤسسات الترويج بلغات متعددة (الإنجليزية والإسبانية والألمانية والصينية واليابانية)؛
- تنظيم دعم للقطاعات و/أو المقاولات المعنية للتوقيع والتأثير في القرارات، على أساس المعلومات المحصل عليها والمحللة، المتعلقة بتطورات الحاجيات في الأسواق المستهدفة، وخاصة في إطار الإصلاحات الجارية أو المقرر إنجازها؛
- توفير التشريع المغربي بعدة لغات، ولا سيما باللغة الإنجليزية.

IV. 25 إشراك أكبر للخبراء المغاربة داخل المغرب وخارجه في تنمية البلاد

تشبيك الخبراء في المغرب وخارجه، وإشراكهم في الأوراش التنموية الكبرى للمغرب، سيُمكّن من مواكبة الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر، وأيضا تغذية الهيئة الجديدة للذكاء الاقتصادي.

ومن ثم يوصى بما يلي:

- إشراك خبراء وطنيين في مهام للمصلحة العامة، بالاستفادة من مغاربة العالم الذين يتقلدون مناصب مهمة في البلدان المُستهدفة لإحداث شبكات مهيكلة لتبادل المعلومات، وخلق إطرار مساعدة، واستقطاب الاستثمار إلى المغرب، وخلق فرص جديدة لإيجاد موقع للعرض المغربي.
- وسيطَلَب من مكاتب الاستشارة في المغرب، أو التي تتعامل معها بلادنا، بتوفير كفاءات (100 يوم لكل مكتب سنويا) من أجل بعثات للمصلحة العامة تكون ذات طابع استراتيجي.

وسيتم تكوين فرقٍ عملٍ من الخُبراء الذين سبق لهم أن تقلدوا مناصب استراتيجية لفائدة المغرب (ولا سيَّما المتقاعدين منهم)، من أجل القدرة على القيام بردِّ الفعل في الحالات الاستعجالية. كما يمكن الاستفادة من الكفاءات التابعة للمكاتب المتوفرة (100 يوم في السنة على سبيل المثال) في إطار فرق العمل.

- تنشيط شبكة الكفاءات من المغاربة المقيمين بالخارج "مغريكوم"⁴² وإدماج شبكة أصدقاء المغرب داخله؛
- توظيف شبكات التوزيع في الخارج التي أنشأها مغاربة مقيمون في الخارج للرفع من الصادرات المغربية، مع إنشاء "الرَّكن المغربي" Morocco Corner .

ملاحق

- الملحق 1 : لائحة أعضاء اللجنة الدائمة المكلفة بالقضايا الاقتصادية والمشاريع الاستراتيجية
- الملحق 1 : دراسة مقارنة لأفضل الممارسات
- الملحق 2 : قوى اقتصادية وتجارية صاعدة تسجل نموًا سريعًا: الشيلي وتركيا وماليزيا



الملحق 1 :

لائحة أعضاء اللجنة الدائمة المكلفة بالقضايا الاقتصادية والمشاريع
الاستراتيجية

لائحة أعضاء اللجنة الدائمة المكلفة بالقضايا الاقتصادية والمشاريع الاستراتيجية

فئة الخبراء

أحمد رحو

خليدة عزبان

طريق أكيزول

فؤاد ابن الصديق

لحسن والحاج

محمد البشير الراشدي

فئة النقابات

جامع المعتصم

علال بنلعربي

لطيفة بنواكريم

محمد علوي

نجاه سيمو

محمد دحماني

محمد قندلة

فئة الهيئات والجمعيات المهنية

أحمد أبوه

أحمد أعياش

العربي بلعربي

بوشعيب بن حميدة

عبد الكريم فوطاط

علي غنام

كمال الدين فاهر

مريم بنصالح شقرون

فئة الهيئات والجمعيات النشيطة في مجالات الاقتصاد الاجتماعي والعمل الجمعي

طارق السجلماسي

عبد الحميد الجمري

كريمة مكيكة

محمد بن شعبون

محمد مستغفر

فئة الشخصيات المعينة بالصفة

أحمد التجاني الحليمي العلمي

عثمان بنجلون

محمد العلوي العبدلاوي

الملحق 2:

دراسة مقارنة لأفضل الممارسات

دراسة مقارنة لأفضل الممارسات

التجارة المغربية والبحث عن المرونة الاستراتيجية

في نهاية التحليل المعمق لنتائج الدراسة المقارنة، برزت أربع مجموعات من البلدان التي لها ممارسات وسياسات عمومية متميزة، مما أتاح لنا أن نحدد بدقة أكبر وضعية المغرب في مجال الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر.

وهذه المجموعات الأربع هي كالتالي:

- بلد ذو أداء فائق ونموذج فريد: كوريا الجنوبية؛
- قوى اقتصادية وتجارية عالمية متمكنة: الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا؛
- قوى اقتصادية وتجارية صاعدة تسجل نمواً سريعاً: الشيلي وتركيا وماليزيا؛
- بلدان عربية في طور انتقالي: تونس ومصر.

وسعيًا إلى جعل طريقة التحليل منسجمة مع الإمكانية المستقبلية للتدابير التي يوصي بها هذا التقرير، تم اعتماد الترتيب الوارد أعلاه في تحليل تلك المجموعات من الدول. أما الهدف المنشود فيتمثل في استخراج نموذج ينطلق من البلدان التي يوجد بينها وبين المغرب فرق كبير من حيث درجة التنمية، لينتهي تدريجياً إلى أكثرها قرباً منه. وأمّا الفكرة الرائدة، فتتمثل في القيام، عند كل مرحلة، بقياس نوع وقوة الجهود الذي ينبغي على المملكة بذله من أجل استلهاً أفضل الممارسات التي يتم الوقوف عليها، قبل الشروع في بناء نموذج "مثالي" يمكن البلاد من بلوغ وضعية المرونة الاستراتيجية على مستوى سياساتها القطاعية واتفاقيات التبادل الحر التي توقع عليها.

بلد ذو أداء فائق ونموذج فريد: كوريا الجنوبية

1. نموذج الحكامة والتنسيق

يتميز النموذج الكوري الجنوبي لحكامة التجارة الخارجية بتعاون وثيق بين القطاعين العمومي والخاص.

تقوم وزارة التجارة والصناعة والطاقة (MOTIE) برسم السياسة التجارية مع وزارة الاستراتيجية والمالية ووزارة الشؤون الخارجية، وتضطلع بمراقبة وتنسيق المفاوضات التجارية، والاستثمارات الخارجية المباشرة، وسياسة البحث والتطوير بالنسبة للتكنولوجيات الصناعية، والبحث والتطوير والإنتاج بالنسبة للطاقة.

وتعمل وكالة KOTRA (الوكالة الكورية للتجارة والاستثمار) تحت إشراف وزارة التجارة والصناعة والطاقة. ويتعلق الأمر بالوكالة الوطنية للإنعاش، التي اضطلعت بالدول التاريخي لمواكبة المصدرين، وصارت منذ زمن قريب تقوم بمهمة الشباك الوحيد بالنسبة للاستثمارات الخارجية المباشرة.

كما أن هناك فاعلين خواص وعموميين يعملون على نسج شبكات موضوعاتية وجغرافية.

على مستوى القطاع العمومي:

- اللجنة الكورية للتجارة المنصّفة، وهي هيئة مشتركة بين الوزارات، موضوعة تحت إشراف الوزير الأول. وتقوم اللجنة بدراسة ومعالجة إشكالات التجارة والتنافس الاقتصادي والقوانين التي تحظر التكتلات الاحتكارية وعمليات تحطيم الأسعار؛

- وهناك وكالات أهياكل أخرى تشارك في تكوين المنظومة الوطنية الكورية، نذكر من بينها على سبيل المثال الوكالة الوطنية المكلفة بدعم عمل المقاولات الصغرى والمتوسطة والمقاولات الصغيرة جدا، والوكالة المكلفة بالإحصاءات والذكاء الاقتصادي، الموضوعة تحت إشراف وزارة الاستراتيجية والمالية.

أما على مستوى القطاع الخاص، فإنّ هناك أربع هيئات مهنية متعددة القطاعات، تمثل مجموع المقاولات، هي غرفة التجارة والصناعة الكورية، وفيدرالية الصناعيين الكوريين، والفيدرالية الكورية للمقاولات الصغرى والمتوسطة، والجمعية الكورية للتجارة العالمية.

وتعدّ غرفة التجارة والصناعة الكورية⁴³، أكبر منظمة اقتصادية خاصة بالبلاد. وقد تم إحداث أول غرفة كورية للتجارة والصناعة في 1884. وفي 1952، تمّ التصويت على قانون غرفة التجارة. وتتوفر الغرفة على 13 لجنة خاصة حول النظام الضريبي، والتعاون الاقتصادي الدولي، والعلاقات الصناعية وتنمية الموارد البشرية، والتوزيع، واللوجستيك، والتغيرات المناخية البيئية، والتجارة الدولية، والمقاولات الصغرى والمتوسطة، واقتصاد سيول، والمالية، وصناعة السياحة، والتدبير المستدام، والمقاولات في مرحلة الإنشاء.

تقوم كل لجنة بدراسة السياسات الحكومية، وتستقي آراء الأعضاء بخصوص كل موضوع، ثم تتقدم باقتراحات إلى الحكومة. وتشمل أنشطتها على المستوى الوطني تمثيل مجتمع الأعمال الكوري. فهي تضطلع بدور الوسيط في حل مختلف حالات تضارب المصالح بين القطاعين العمومي والخاص، وفي المساهمة في مسلسل صياغة السياسة الحكومية، وخصوصا داخل اللجان الاستشارية الخاصة التي تحدّثها الحكومة، وتحقيق التجانس والتنسيق بين المصالح، والمساهمة في إنعاش وتطوير الاقتصاد الكوري. كما أنها تعد رأس الحربة في الاقتصاد الرقمي الكوري، من خلال قاعدة korcham.net، التي تربط بين الغرف التجارية الجهوية والدولية وبين عدد من المصالح على الإنترنت شبكة (معلومات حول الأعمال والبنية التحتية، التجارة الإلكترونية، korchambiz.net، والمنشورات الإعلامية الإلكترونية، koreanet.or.kr).

كما تقوم اللجنة بإنجاز أعمال بحث متنوعة تضعها رهن إشارة المقاولات والحكومة، وتنظم فضاءات للحوار (مؤتمرات ولقاءات وغيرها). وهي تتوفر كذلك على مكتب لتنمية الموارد البشرية (هناك 8 معاهد خاصة بالتكوين المستمر والمهني)، ومركز للتكوين المهني، وتقديم خدمات استشارية في تدبير وإنشاء المقاولات. وهي أخيرا مجهزة بمكتبة تضم ما يزيد على 15.000 كتاب.

أما فيدرالية الصناعيين الكوريين FKI⁴⁴، فهي الجمعية التي تضم المقاولات الكورية الكبرى وتدافع عن مصالحها. وعضويتها مفتوحة في وجه ثلاثة أنواع من المؤسسات: المؤسسات غير المدرجة في البورصة، والتي لها رقم أعمال يتجاوز 28 مليون دولار أمريكي، والمقاولات المدرجة في البورصة، التي لها رقم أعمال يتجاوز 47 مليون دولار أمريكي، والجمعيات المهنية الوطنية، التي تتجاوز ميزانيتها 465.000 دولار أمريكي، أو المؤسسات التي تهدف إلى التنمية الاقتصادية والصناعية، والمنظمات الاقتصادية الكورية المستقرة بالخارج. وكذا المنظمات الاقتصادية الأجنبية المستقرة في كوريا. وقد تم إحداث هذه الفيدرالية في 1961 من قبل رجال أعمال، دون اعتماد قانون خاص.

وأما الفيدرالية الكورية للمقاولات الصغرى والمتوسطة⁴⁵، فتدافع عن مصالح المقاولات الصغرى والمتوسطة الكورية، من أجل إقرار المساواة بينها وبين المقاولات الكبرى في طريقة التعامل. وتقوم بتحديد الصعوبات التي تعانيها المقاولات الصغرى والمتوسطة، وتقتراح على الحكومة سياسات من أجل تجاوزها. وتضطلع المقاولات الصغرى والمتوسطة بدور مركزي في الاقتصاد الكوري، بحكم أنها تمثل 99 % من عدد المقاولات و 88 % من أعداد الأجراء. وتواكب الفيدرالية المقاولات في سعيها للرفع من تنافسيتها والتعريف بها على المستوى الدولي، وخصوصا من خلال المشاركة في أعمال تنوُّح الترويج، كما تقدم لها تكوينا في مجال اتفاقيات التبادل الحر. ونجد من بين أنشطة الفيدرالية إحداث مركبات صناعية موجهة للمقاولات الصغرى والمتوسطة، والمساعدة في الاستجابة لطلبات العروض العمومية. وقد تمّ إنشاء الفيدرالية في 1963 بموجب قانون (قانون المقاولات الصغرى والمتوسطة)، وقد وقعت اتفاقات شراكة مع 30 مؤسسة في 17 بلدا.

وأما الجمعية الكورية للتجارة الدولية KITA⁴⁶، فهي جمعية المصدرين الكوريين. وقد تم إحداثها في 1946 بموجب قانون، وهي تعمل في مجال إنعاش التجارة الدولية الكورية وتسهيل المساطر التجارية. والجمعية تقوم على التعاون بين القطاعين العمومي والخاص، وتتكفل بمعالجة المسائل التجارية وتسوية الخلافات. كما أنها تقوم بوضع استراتيجيات تجارية جديدة، وسياسات تجارية مرتبطة بالمالية، ونسب الصرف، والضرائب والرسوم. وتعاون الجمعية كذلك مع القطاع الخاص في توقيع وتفعيل اتفاقيات التبادل الحر. وتعد من بين أكبر المنظمات المهنية في البلاد، بما يزيد على 71000 مقابلة عضو.

وهناك فيدرالية خامسة تضطلع بدور هام في ضمان استمرارية الحوار الاجتماعي. ويتعلق الأمر بفيدرالية المشغلين⁴⁷، التي تقدم خدمات للمقاولات في مجال تدبير شروط الشغل والتفاوض مع الأجراء والنقابات. وقد تم إحداثها في 1970، وهي تساهم في الحوار الاجتماعي وفي تسهيل النقاشات مع الأجراء والمقاولات. وتتعلق الخدمات المقدمة إلى الأعضاء بعلاقات الشغل، وقانون الشغل، والأجور، وساعات العمل، والشغل والضمان الاجتماعي، والسلامة والصحة في الشغل، والموارد البشرية والمسؤولية الاجتماعية للمقابلة، والموارد البشرية والإعلام حول العلاقات الصناعية، والتكوين في مجال تدبير الشغل والمستخدمين.

كما أنها تمثل قوة اقتراحية لدى الحكومة والبرلمان بخصُوص الإصلاحات التي تحسّن من شروط العمل، وتخلق مزيدا من فرص الشغل وتضمن ديمومتها، وتحسن من أنظمة الضمان الاجتماعي والتقاعد. وهي تضمّ

44 - لمزيد من المعلومات، انظر www.fki.or.kr

45 - لمزيد من المعلومات، انظر www.kbiz.or.kr/english

46 - لمزيد من المعلومات، انظر <http://global.kita.net>

47 - لمزيد من المعلومات، انظر <http://eng.or.kr>

بين أعضائها المقاولات الصغرى والمتوسطة والمجموعات الكبرى الكورية والأجنبية، والمؤسسات العمومية، والمنظمات المهنية، والمستشفيات، وغيرها .

وأخيراً، هناك جمعية المصدرين الكوريين KOIMA، وهي الهيئة المهنية الكورية الوحيدة الخاصة بالتصدير. وقد تم إحداثها في 1970، ولعبت دوراً حاسماً في تطوير الصادرات الكورية، من خلال تقديم الاستشارة للمصدرين بخصوص استيراد المواد الداخلة في التصنيع.

مقارنة بالمغرب

انطلاقاً من دراسة نموذج الحكامة والتنسيق الكوري، يتبين أن هناك أربعة عناصر هامة تميز كوريا الجنوبية عن المغرب:

- **تنسيق وثيق بين القطاعات الوزارية في رسم وتفعيل استراتيجيات البلاد، مع وزارة مكلفة بالاستراتيجية والمالية؛**
- **تنسيق وثيق بين القطاعين العمومي والخاص.** فالتشكيلات المهنية الأكثر تمثيلية للمقاولات (الغرف التجارية وجمعيات المصدرين) تساهم في مسلسل صياغة السياسة الحكومية، وخصوصاً في داخل اللجان الاستشارية الخاصة التي تنشئها هذه الأخيرة. كما أنها تضطلع بدور الوسيط في حل مشكلة تضارب المصالح بين القطاعين العمومي والخاص؛
- **مشروعية وتمثيلية قوية للقطاع الخاص، من خلال أربع جمعيات كبرى، تم إنشاء ثلاث منها (فيدرالية المقاولات الصغرى والمتوسطة، وجمعية المصدرين، وغرفة التجارة والصناعة) بموجب قوانين، وأحدثت الرابعة (فيدرالية الصناعيين الكوريين) من خلال مبادرة للمقاولات الكبرى؛**
- **تقاطع في عمل جهاز الترويج الكوري، مع وجود وكالة تهتم في الآن نفسه بإنعاش التجارة والاستثمار.**
- **أما المغرب، فيتوفر من جانبه على مؤسستين للإنعاش الاقتصادي خارج السياحة والصناعة التقليدية ("مغرب تصدير" و"الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات")، وهما لا تضعان برنامج عمل مشترك من شأنه تحقيق تكامل أكبر.**

وغالباً ما يتم التنسيق بين القطاعات الوزارية بطريقة مفروضة، من أجل حل مشاكل محددة.

وأخيراً، فإن القطاع الخاص المغربي لا يمثل قوة اقتراحية حقيقية من شأنها المساهمة في صياغة السياسة الحكومية.

كما أنه لا وجود في المغرب لهيئة مماثلة لفيدرالية المشغلين، التي تقدم خدمات للمقاولات في مجال تدبير شروط عمل المستخدمين والتفاوض مع النقابات.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

رغم النقص في الموارد الطبيعية، استطاعت كوريا الجنوبية أن تحتل المرتبة السابعة بين المصدرين العالميين، وذلك بفضل سياسات قطاعية ناجحة، عرفت كيف تعبئ مجموع القوى الحية في البلاد.

تُعبأ مجموع القوى الحية بالقطاعين العمومي والخاص من أجل تحقيق يطلق عليه اسم المعجزة الكورية. ففي خمسينات القرن الماضي، كانت كوريا الجنوبية تعد من بين أشد بلدان العالم فقرا. وفي مرحلة أولى بعد ذلك (1961-1975)، أصبحت البلاد عبارة عن دولة عسكرية-صناعية ذات استقلالية واسعة، يقودها عسكريون شباب، أزاحوا من طريقهم النخب العتيقة الأرستقراطية-المالية، المدعومة ضمنا من قبل مجتمع مازال في أغلبيته قرويا، واستفادت الدولة من دعم خارجي قوي (من الولايات المتحدة واليابان)، وكانت هي أهم صناع التنمية. وتم في 1962 إطلاق استراتيجية لإنعاش الصادرات، تشمل محفزات قوية للمقاولات، أتاحت مضاعفة الصادرات 25 مرة على مدى عشر سنوات.

وخلال العقد التالي، تم التركيز على الصناعة الثقيلة والكيمياوية، وإحداث تكتلات كورية تُسمى " chaebols " (Samsung, Daewoo, Hyundai, Ssangyong).

كما أن البلاد لم تشرع في فتح اقتصادها تدريجيا على الخارج إلا في الثمانينيات، حيث بدأت تشارك في المفاوضات التجارية الدولية، وحررت الاستيراد في مرحلة أولى.

وانطلاقا من 1993، وضعت كوريا الجنوبية خريطة طريق لاتفاقيات التبادل الحر، عملت على تفعيلها بالنجاح في الحصول على 46 اتفاقية تبادل حر فعلية في أقل من 10 سنين. وبفضل توقيع تلك الاتفاقيات تمكنت من تطوير تجارتها الدولية والرفع من إشعاعها الاقتصادي العالمي.

وقد أصبحت كوريا الجنوبية اليوم سابع مصدر عالمي، وعاشر مستورد عالمي، ولديها ميزان تجاري حقق فائضا قدره 28.5 مليار دولار أمريكي (2012).

لقد استثمرت كوريا الجنوبية كثيرا في الرأس مال البشري وفي البحث والتطوير، مما شجع الابتكار وحسن من تنافسية البلاد.

كما كان للحكومة دور مركزي في التخطيط للاستراتيجيات القطاعية وتتبع تفعيلها، عبر إشراك مجموع الأطراف المعنية. هكذا كان رئيس كوريا الجنوبية يعقد اجتماعات كثيرة لتتبع الاستراتيجية التنموية الوطنية. فما بين 1965 و1979، كان الرئيس يعقد بصفة شهرية اجتماعا لإنعاش الصادرات واجتماعا لتقديم التوجهات الاقتصادية، بحضور كبار المسؤولين في القطاعين العمومي والخاص. وقد كان لهذه الاجتماعات دور حاسم في تفعيل الاستراتيجيات القطاعية وتحقيق المعجزة الكورية، وفي جعل القطاعين العمومي والخاص يتقاسمان رؤية واحدة، ومكنت أيضا من تحديد نقاط الانحصار، والقيام بعمليات التحكيم. وعلى سبيل المثال، في حال التأخر في إنجاز مشروع معين، يتم تدارس الأسباب خلال الاجتماع، وإيجاد الحل فورا.

أما اليوم، فإن وزارة الاستراتيجية والمالية تتكفل بدور التنسيق وتحديد استراتيجيات البلاد وتأمين تتبع تفعيلها.

ومن جانب آخر، تضطلع وكالة التعاون الدولي الكورية KOICA بدور حاسم في اقتسام التجربة الكورية مع البلدان النامية أو الصاعدة. وتقوم هذه الوكالة، التي تم إحداثها في 1991، بوضع برامج للحكومة للمساعدة على التنمية. وهي تعمل تحت إشراف وزارة الشؤون الخارجية. وفي 2009، التحقت كوريا الجنوبية بالدائرة الضيقة لهيئة الدول المانحة للمساعدة على التنمية بمنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي. وتركز الوكالة جهودها على قطاعات تتوفر لكوريا الجنوبية فيها تنافسية كبيرة (كالتعليم، والصحة، والحكامة، والتنمية القروية، وتقنيات

الإعلام والتواصل، والصناعة والطاقة، والبيئة، ومقاربة النوع)، وترفع من حصة المساعدة غير المشروطة. كما تتوفر الوكالة كذلك على برنامج للمتطوعين عبر العالم، وهي تقدم في مقرها في سيول عددا من التكوينات في إطار المساعدة التقنية للبلدان الشريكة.

مقارنة بالمغرب

يتميز النموذج الكوري الجنوبي بمركزية في حكمة الاستراتيجيات القطاعية، وتنسيق وثيق في تفعيلها. وقد كان في الانخراط الشخصي للرئيس في تتبع الاستراتيجيات القطاعية ما سرع من تحقيق أهداف التنمية بالبلاد.

أما بالنسبة للمغرب، فإن كل قطاع وزاري يرسم استراتيجيته القطاعية الخاصة، دون إشراك حقيقي للقطاعات الأخرى. كما أنه لا وجود لهيئة تتولى قيادة خريطة الطريق الشاملة للاستراتيجيات القطاعية. والمغرب يفتقر للرؤية المندمجة التي من شأنها تمكين البلاد من تحديد أولوياتها التنموية.

ومن جانب آخر، يضعنا النموذج الكوري الجنوبي أمام بلد اهتم أولا برسم ووضع سياسته الصناعية قبل الشروع في تحديد سياسة تجارية دولية. وقد مكنته هذه الطريقة من التوفر على عرض قابل للتصدير واختراق الأسواق، على إثر التوقيع على اتفاقيات التبادل الحر انطلاقا من تسعينات القرن الماضي.

أما المغرب، فقد بدأ بتحديد سياسته التجارية قبل رسم سياسته الصناعية، مما أفضى بالبلاد إلى وضعية لا تتوفر فيها على عرض قابل للتصدير كاف للاستفادة من اتفاقيات التبادل الحر.

وأخيرا، فإن كوريا الجنوبية قد استثمرت كثيرا في الرأسمال البشري وفي البحث والتطوير من أجل مواكبة استراتيجياتها القطاعية. وقد تم تشجيع التميز من خلال عدد من الجوائز التي يسلمها رئيس الجمهورية. وعلى سبيل المثال فقد تم منذ 1964 إحداث جائزة رئاسة الجمهورية لأفضل مصدر، ويجري تسليمها في اليوم الوطني للتصدير Export Day.

كما تقسم كوريا الجنوبية من جانب آخر تجربتها الناجحة مع البلدان النامية أو الصاعدة، عبر وكالة التعاون الكورية KOICA، من خلال برامج مختلفة للمساعدة التقنية.

وفي المغرب، يظل الاستثمار في التكوين والبحث والتطوير ضعيفا. كما أن التمسك باللغة الفرنسية كلفة أجنبية أولى يمثل عائقا يقف دون تطوير المبادلات مع الدول العديدة غير الناطقة بالفرنسية.

وقد أحدث المغرب جوائز التصدير ما بين 1997 و2009. وكان المركز الوطني للتجارة الخارجية مكلفا بتنظيمها. وكانت الجوائز تسلم من قبل الوزارة الوصية إلى أفضل المقاولات المصدرة.

3. أجهزة الترويج

تسعى كوريا الجنوبية باستمرار إلى الرفع من فعالية أجهزة الترويج، وذلك على الخصوص من خلال وكالة الترويج KOTRA

تتصرف وكالة الترويج "كوترا" كشباك وحيد بالنسبة للاستثمارات الخارجية المباشرة، وتتولى قيادة استراتيجية غزو الأسواق الدولية لفائدة المقاولات الكورية. كما أنها تنتج المعرفة المفيدة والعملية حول الأسواق المستهدفة، وذلك بفضل تنظيم قائم على السجلات الإدارية.

وقد وضعت وكالة الترويج خارطة طريق في مجال الترويج، تنتظم حول أربعة محاور:

- دعم القدرات التسويقية على المستوى الدولي، وخصوصاً من خلال الفروع القائمة أو الجديدة للوكالات؛
- البحث عن مزيد من فعالية المساعدة التي تقدمها الدولة للترويج؛
- الحرص على التلاؤم بين أعمال التعريف وخصوصيات الأسواق المستهدفة؛
- تطوير عملية تنظيم معارض كورية.

وتساعد وكالة الترويج المقاولات الكورية من خلال عدد من الخدمات. فعلاوة على تنظيم عدد من التظاهرات الترويجية التقليدية (من معارض وبعثات تجارية وغيرها)، تقدم الوكالة قيمة مضافة حقيقية للمصدرين، من خلال البحث عن تحقيق أقصى قدر ممكن من الفعالية التجارية في توفير المعلومات حول فرص الأعمال، والمساعدة في رسم استراتيجيات الولوج إلى السوق والدعم القانوني من أجل شرح المساطر والمعايير القانونية والنظام القانوني المالي لكل بلد.

ويتم تسهيل الأعمال من خلال عدد من الأرضيات التجارية على الإنترنت وقد تم تحديد سبع بوابات للتجارة الإلكترونية مخصصة لمجالات التصدير، والاستيراد، والاستثمار، واقتناء المواد الداخلة في الصناعات، وغير ذلك). وهذه نقطة من نقاط القوة لدى كوريا الجنوبية، تتيح لها الاستفادة من التقنيات الحديثة للتقريب ما بين الشركاء التجاريين وبين المقاولات الوطنية. هكذا تعمل الوكالة على تنظيم مؤتمرات عبر تقنية الفيديو بين المقاولات الكورية والمشتريين المحتملين.

كما تعمل الوكالة، كذلك، على تسهيل استقرار المستثمرين الأجانب في كوريا، من خلال توفير شبك وحيد في مقرها، حيث تتوفر أهم الإدارات على مكتب في الوكالة. كما تتوفر الوكالة في مقرها في سيول على مركز لمواكبة المستثمرين الأجانب الراغبين في إنشاء مقاولات.

مقارنة بالمغرب

تقوم كل من "مغرب تصدير" و"الوكالة الوطنية لإنعاش الاستثمارات" AMDI. بالعديد من الأنشطة التي تنجزها الوكالة الكورية للترويج "كوطرا".

- تختلف الوكالة الكورية عن مغرب تصدير وعن الوكالة الوطنية لإنعاش الاستثمارات على ثلاثة مستويات:
 - من حيث القيمة المضافة الحقيقية التي تقدمها فرق الوكالة، التي تضطلع بدور استشاري حقيقي حيال المقاولات، مما يتيح لهذه الأخيرة تقويم استراتيجيتها للولوج إلى السوق وتحقيق مزيد من الفعالية في البحث عن شركاء تجاريين جدد؛
 - من حيث استعمال التقنيات الحديثة في التعريف بالعرض الكوري القابل للتصدير وتسهيل ربط العلاقات التجارية؛
 - من حيث الخدمات المتقدمة المقترحة على المستثمرين الأجانب، والتي تذهب إلى حد توفير مركز لمواكبة الراغبين في إنشاء المقاولات داخل مقر الوكالة.
- أضف إلى ذلك أن فروع الوكالة في الخارج وعلى مستوى البلاد، قد اضطلعت بدور حاسم في تنظيم أعمال الترويج، وتوفير المعلومة المحينة والدقيقة، وتسهيل المساطر للمقاولات الكورية.

4. الموارد المستغلّة

إن الحضور الدولي القوي الذي يتمتع به جهاز "كوطرا"، يضع رهن إشارة المقاولات المصدرة فروعا في خمس قارات.

تتمتع وكالة الترويج على 121 مكتبا في الخارج، تدعى "المراكز التجارية الكورية"، توجد في 83 بلدا في القارات الخمس، و9 مكاتب في داخل كوريا الجنوبية. وقد جرى العمل، منذ إنشاء الوكالة في 1962، على إحداث الفروع الدولية، من أجل مواكبة تفعيل الاستراتيجية الجديدة لإنعاش صادرات البلاد. وتتوفر الوكالة على أكثر من 1000 مستخدم على الصعيدين الوطني والدولي.

أما جمعية المصدرين الكوريين KITA، فقد تم إحداثها في 1946. وهي تضم أكثر من 80.000 عضو، بينهم 71000 مقاول، وتتوفر على ثمانية مكاتب في الخارج موزعة على ستة بلدان. ومجموع أعضاء الجمعية مسجلون على القاعدة الأولى "أعمال لأعمال" للتجارة للجمعية tradekorea.com. وتضم الجمعية 300 أجير يعملون بشكل دائم. ونسبة 80% من ميزانية الجمعية يتحصل من موارد عقارية. أما مساهمات الأعضاء فلا تمثل سوى 3% من تلك الميزانية، في حين يأتي الباقي من التمويلات العمومية. وتتوفر الوكالة على أكاديمية التجارة الكورية، وهي مدرسة شهيرة متخصصة في التجارة الدولية، تقدم تكوينات مستمرة، ومعهد التجارة العالمية الذي يتدخل في رسم السياسة التجارية والمفاوضات ثنائية وثلاثية الأطراف. كما تنظم جمعية المصدرين أنشطة تعريفية (معارض مهنية وبعثات "أعمال لأعمال")، وقد وقعت اتفاقيات تعاون مع 180 مؤسسة أجنبية.

أما غرفة التجارة والصناعة الكورية، فهي أكبر منظمة اقتصادية خاصة في البلاد، مع 135000 عضو و71 غرفة جهوية. كما أن لها حضورا دوليا هاما، من خلال 42 لجنة تعاون اقتصادي ثنائي الأطراف، وتدبير بروتوكولات التعاون مع 80 دولة. وضمن اللجان الخاصة الثلاث عشرة للغرفة هناك لجنة للتجارة الدولية. وتعمل كل لجنة على فحص السياسات الحكومية، وتستقي آراء الأعضاء حول كل موضوع، وتتقدم باقتراحات إلى الحكومة. وتهتم اللجان الأخرى بالأساس بالتعاون الاقتصادي الكوري-الكوري، والعلاقات الصناعية، وتنمية الموارد البشرية، واللوجستيك، والمقاولات الصغرى والمتوسطة. وتتدخل الغرفة على مستوى الإنعاش الاقتصادي للبلاد من خلال:

- تنظيم لقاءات بين رؤساء الدول وصناع الرأي العام الأجانب وبين مجتمع الأعمال الكوري، من أجل دعم التفاهم المشترك؛
- تنظيم زيارات لوفود رجال أعمال أجانب إلى كوريا؛
- تنظيم بعثات تجارية ولدراسة السوق الخارجية.

مقارنة بالمغرب

لا وجه للمقارنة بين الموارد البشرية والمالية والتنظيمية التي يرصدها المغرب للإنعاش الاقتصادي وتلك التي ترصدها كوريا الجنوبية.

فكوريا الجنوبية تتوفر على حضور واسع جدا على الصعيدين الوطني والدولي، من خلال مجموعة من الفروع (بالنسبة لوكالة الترويج، 9 فروع على المستوى الجهوي و121 على المستوى الدولي، وبالنسبة لجمعية المصدرين، 8 فروع على المستوى الدولي، وبالنسبة للغرفة التجارية والصناعية الكورية، 71 غرفة جهوية). وقد كان للاستثمار في الموارد من أجل الإنعاش الاقتصادي آثار إيجابية، حيث تم الرفع بنسبة 10% من ميزانية الفروع الدولية لوكالة الترويج والرفع من الصادرات الكورية بنسب تراوحت بين 2.45% و6.34%.

بالنسبة للمغرب، لا تتوفر لمغرب تصدير أي فروع جهوية ولا بعثات في الخارج. أما الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات، وهي وكالة ناشئة، فصارت تتوفر منذ زمن غير بعيد على فروع في 6 بلدان. أما المراكز الجهوية للاستثمار CRI، الموجودة في كل واحدة من جهات المملكة، فتضطلع بدور الشباك الوحيد لاستقبال المستثمرين. وتتوفر بعض سفارات المملكة نظريا على مستشارين اقتصاديين، يتمثل دورهم في تطوير الأعمال بين البلد المضيف وبين المغرب، وتأمين اليقظة الاقتصادية. والحال أنهم إلى اليوم لم يوفقوا في إنجاز مهامهم.

كما أن القطاع الخاص الكوري الجنوبي يوفر الوسائل اللازمة لمواكبة تطور الصادرات. والغرفة التجارية والصناعية الكورية، مثلها في ذلك مثل جمعية المصدرين، تركز على الإشعاع الاقتصادي الدولي للبلاد، والمساهمة في دعم قدرات المقاولات، ومواكبة الدولة في صياغة وتفعيل السياسة التجارية.

أما القطاع الخاص المغربي، كما هو مهيكّل، واعتبارا للإطار القانوني الذي ينظمه، فم ينجح في تعبئة الوسائل الضرورية لتحقيق قدر ملموس من التمويل الذاتي وتطوير أنشطة مهيكلة وترويجية (على الخصوص عن طريق مساهمات الأعضاء، وتنظيم تظاهرات مؤدى عنها، ذات قيمة مضافة عالية، وغير ذلك).

5. إجراءات محفزة على التصدير والاستثمار

اتخذت كوريا الجنوبية بعض التدابير التحفيزية لتشجيع المصدرين والمستثمرين على تطوير أعمالهم.

تقدم كوريا الجنوبية، حسب قطاع النشاط ومبلغ الاستثمار، امتيازات ضريبية من خلال إعفاءات من الضريبة على الشركات والضريبة على الدخل وغير ذلك من الرسوم المختلفة. كما يتم تقديم مساعدة من أجل اقتناء أو استئجار البنيات التحتية والتجهيزات. وهناك بالإضافة إلى ذلك أشكال دعم للمساعدة على التوظيف والتكوين، ومن أجل تحسين إطار العيش والمناخ التدريبي.

وتتوفر كوريا الجنوبية على ثلاثة أنواع من المناطق الحرة:

- مناطق للتبادل الحر، وهي مخصصة لإنعاش التجارة الدولية والاستثمار والإنتاج الأجنبي، من خلال الإعفاء من الرسوم الجمركية وتسهيل المساطر الإدارية. وهناك اليوم في كوريا ست مناطق من هذا النوع، تم إنشاء أولها في 1970.
 - مناطق اقتصادية حرة، وهو شباك وحيد يواكب المستثمر الأجنبي طيلة مسلسل استقراره بالبلاد (المعلومات حول الاستثمارات الأجنبية المباشرة، والمساعدة على استكشاف فرص جديدة، والاستشارة القانونية والضريبية والمحاسبية، وتحديد الشركاء المناسبين، وشرح المحفزات الموجودة. وتضم كوريا الجنوبية 8 مناطق اقتصادية حرة، جرى بناؤها في مدى 10 سنين.
 - مناطق للاستثمارات الأجنبية، وهي مناطق مخصصة للمستثمرين الأجانب، في عدد من القطاعات الصناعية. وتستهدف كل منطقة قطاعات خاصة، وهناك اليوم 16 منها في كوريا الجنوبية.
- كما أن البنك الكوري للتصدير والاستيراد، الذي تم إنشاؤه في 1976، يقترح على المقاولات عددا من المنتجات التمويلية، على شكل قروض للتصدير، وقروض للتصدير بين البنوك، وقروض لإنجاز الاستثمارات.
- وهناك أخيرا شركة التأمين على التصدير KSure، التي تقدم تشكيلة من منتجات التأمين على التصدير على المدى القريب والمتوسط والبعيد، وعلى نسب الصرف، وعلى جودة السلعة، وضد المخاطر السياسية، وغير ذلك.

قوى اقتصادية وتجارية عالمية متمكّنة: الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا

الولايات المتحدة الأمريكية

1. نموذج الحكامة والتنسيق

تتوفر الولايات المتحدة الأمريكية على مؤسسة ترسم التوجهات الاستراتيجية للتجارة، هي لجنة تنسيق إنعاش التجارة (TPCC)⁴⁸. وتتكون اللجنة من 20 ممثلاً للوكالات الوطنية للتجارة، وتهدف إلى رسم خطة استراتيجية لإنعاش ودعم الصادرات. ودائماً على صعيد الاستراتيجية، لا تتصل لجنة تنسيق إنعاش التجارة اتصالاً مباشراً مع الوكالات الفيدرالية المكلفة بتفعيل الاستراتيجية المرسومة، بل هي بمثابة مؤسسة-مصفاة لتنسيق أعمال الفاعلين العموميين والخواص في مجال التجارة.

هذا الدور يعود إلى مؤسسة إدارة التجارة الدولية⁴⁹، التي هي الوكالة المركزية لوزارة التجارة الأمريكية US Department of Commerce. ويتمثل دورها في:

- دعم تنافسية الصناعة الأمريكية؛
- تشجيع التجارة من خلال تطبيق القوانين والاتفاقيات التجارية الأمريكية.

وعلى الصعيد العملي، تقوم إدارة التجارة الدولية بالتنسيق بين الهيئات التنفيذية الثلاثة للسياسة التجارية للولايات المتحدة، التي تشتغل في ميادين مختلفة لكن متكاملة.

مقارنة بالمغرب

على مستوى التدابير المحفزة على التصدير، يوفر المغرب مثل كوريا الجنوبية منتجات تأمينية وتمويلية للصادرات.

أما الفرق بين البلدين فيمكن في كون كوريا الجنوبية تتوفر على مؤسسة تابعة للدولة لتمويل الصادرات، هي البنك الكوري للتصدير والاستيراد. وقد اضطلعت هذه المؤسسة بدور نشيط في تفعيل استراتيجية إنعاش الصادرات الكورية، كما أنها تواكب المقاولات الكورية التي تستثمر في الخارج. والمغرب يفتقر إلى مؤسسة مثيلة تقوم بنفس الدور.

48 - لمزيد من المعلومات انظر http://export.gov/faq/eg__main__017489.asp

49 - لمزيد من المعلومات انظر <http://trade.gov/>

وفي المغرب كما في كوريا الجنوبية، هناك تدابير محفزة على الاستثمار، تستهدف بعض القطاعات ومبالغ الاستثمار.

غير أن كوريا الجنوبية تتميز بتوفيرها ثلاثة أنواع من المناطق الحرة، وكذا بديناميتها في إعداد البنيات التحتية اللازمة لاستقبال المستثمرين الأجانب.

وقد رسم المغرب مخططا طموحا يتمثل في القواعد الصناعية المندمجة P2، قسم منها يوجد في المناطق الحرة. غير أن البلاد تأخرت في إعمال تلك المناطق.

وهذه الهيئات التنفيذية هي:

- **US Commercial**. وهي الوكالة الفيدرالية التي تقدم للمصدرين الأمريكيين خدمات دعم معلوماتي، واستشارة استراتيجية، ومواكبة ميدانية، وتعريف وإنعاش؛
- **Advacacy Center**. وهي خلية لرعاية المصالح على مستوى عال، وتقوم بتتبع الأسواق العالمية الكبرى من أجل الاستثمار في وضعية تخدم لمقاومات والمصالح الأمريكية؛
- **مجموعة من الوكالات المتخصصة**⁵⁰ التي توأكب من جهتها السياسات القطاعية. ويمكن أن نذكر من بينها وكالة **Manufacturing and Servives**، التي تدافع عن مصالح القطاع الصناعي، و**Market Access and Compliance**، وهو بمثابة "المجلس القانوني" الذي يساعد على حل النزاعات التجارية، وكذا **Import Administration**، التي تعد بمثابة "المفتش" الذي يراقب الممارسات والاتفاقات التي قد تتضمن ما من شأنه أن يضر بالصادرات الأمريكية.
- وأخيرا، فإن وزارة التجارة الأمريكية مسؤولة عن تحسين مستوى عيش الأمريكيين، من خلال إنعاش التنمية الاقتصادية والتجديد التكنولوجي. كما أن الوزارة هي الضامن لإنعاش الصادرات الأمريكية، من خلال دعم وتفعيل الاتفاقيات التجارية الدولية.
- وعلى مستوى القطاع الخاص، توجد في الولايات المتحدة ما يزيد على 7600 جمعية مهنية وطنية، 2000 منها تقريبا مستقرة في منطقة العاصمة واشنطن. كما تتوفر البلاد كذلك على العديد من الجمعيات المهنية على مستوى الولايات والمستوى المحلي. وقد تم إحداث أول جمعية مهنية في 1883، وهي الجمعية الأمريكية لتجارة البذور.

- واليوم، تعتبر غرفة التجارة الأمريكية⁵¹ الهيئة المهنية الأكثر تمثيلية للمقاولات الأمريكية. وقد تم إحداث الغرفة في 1912، وهي تمثل مصالح أكثر من 3 مليون مقاول من كل الأحجام والقطاعات والجهات. ونطاق عملها يغطي المساحة الجغرافية الأمريكية والعالم من خلال شبكتها. وبإمكان الجمعيات المهنية الانتساب إلى الغرفة. وفي 1951، أعطتها الأمم المتحدة الصفة الاستشارية. وفي السنة نفسها أحدثت الغرفة القسم الدولي الذي يضم اليوم 116 غرفة تجارية ثنائية الأطراف في 130 بلدا، و70 خبيرا في واشنطن وعلى المستوى الدولي. وفي 2012، أطلقت الغرفة بوابة freeenterprise.com الخاصة بفرص الأعمال وقصص النجاح المحقق من قبل المقاولات الأمريكية. وتطمح الغرفة، من خلال قسمها الدولي، إلى أن تصبح المنظمة الأكثر فعالية وتأثيرا على صعيد المناخ الدولي للأعمال. وهي تضع من بين أولوياتها الحصول على المزيد من انفتاح الأسواق، بما في ذلك من خلال التفاوض على اتفاقيات تجارية واستثمارية جديدة. كما أنها تدافع عن مصالح المقاولات الأمريكية بمساعدة 1500 متطوع يقومون بأعمال الضغط من أجل تحقيق المصالح، وبيبلورون وينفدون السياسات في المجالات التي لها تأثير على الأعمال. وقد حددت لنفسها عشرة تحديات لتحسين تنافسية الولايات المتحدة، هي التالية: إصلاح المنظومة الضريبية، والطاقة، والصحة، والتجارة الدولية والاستثمار، وتنافسية اليد العاملة، وأسواق رؤوس الأموال، والبنية التحتية الموثوق بها والأمانة، والإصلاحات القانونية، والتجديد، وإصلاح القوانين التنظيمية.

مقارنة بالمغرب

هذه العلاقة المفصلية بين البنية التقنية لحكامة السياسات التجارية الأمريكية تكشف عن أربعة عناصر بارزة ذات أهمية خاصة، توجد على طرفي نقيض مع الوضعية الحالية في المغرب:

- صياغة متواصلة ومتجددة للاستراتيجية، مما يبين بوضوح أن أمريكا تتقدم حسب منطق
- " مستجدات الطريق "؛
- التركيز على التنسيق بين الفاعلين الميدانيين من أجل تفادي التداخل وعقلنة تخصيص الموارد؛
- مركزية مسعى الضغوط للدفاع عن المصالح من أجل الحرص على حماية المصالح التجارية الأمريكية في العالم؛
- الدور الحاسم الذي يضطلع به الفاعل الخاص في بلورة وتفعيل السياسات التي تؤثر على المقاولات، من خلال المنظمات المهنية وعلى رأسها غرفة التجارة الأمريكية.

أما المغرب فيقوم هو أيضا بصياغة استراتيجيات تجارية، لكن بصفة متقطعة غير منتظمة، مع إسناد هذه الأعمال ذات الأهمية القصوى في أغلب الأحيان إلى جهات خارجية. والهيئة الوحيدة المختصة التي مازالت تشغل حتى اليوم هي المجلس الوطني للتجارة الخارجية CNCE، وهو مؤسسة متساوية الأعضاء بين القطاعين العمومي والخاص، تقوم بنشر بعض التحليلات التجارية وكذا تقريرا سنويا حول التجارة الخارجية.

بالتالي يمكن القول إن المملكة لم تطور بعد قدرتها على صياغة الاستراتيجية التجارية التي من شأنها توجيه عمل الهيئات الميدانية.

أما التنسيق بين الفاعلين، فيتم هو أيضا بطريقة منقطعة غير منتظمة، من خلال آليات أغلبها غير مؤسسي، مما يجعله كثير الارتهاق برغبة الفاعلين في التعاون.

كما أن عملية الضغط للدفاع عن المصالح، التي يتكفل بها مركز Advocacy Center في الولايات المتحدة الأمريكية، هي اليوم بمثابة ممارسة غير مهيكلة في عمل السلطات العمومية المغربية، حيث لا توجد أي مؤسسة تتكفل بتدبير هذا الموضوع ذي الأهمية الاستراتيجية الكبرى.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

في 2010، وفي وقت كان فيه الخروج من الأزمة الاقتصادية العالمية لا يزال أمرا غير مؤكد، أطلق الرئيس الأمريكي باراك أوباما الاستراتيجية الأمريكية الموجهة نحو التصدير: "المبادرة الوطنية للتصدير". وأما الهدف فطموح جدا، إذ يتمثل في مضاعفة الصادرات في مدى 5 سنين.

وقد تم بهذا الصدد الإعلان عن ثمانية أولويات:

- دعم المقاولات المتوسطة والصغرى في سعيها إلى الانتشار العالمي: التسويق، والتكوين، وتسهيل ربط العلاقات، والتمويل، والتوظيف، والتكنولوجيا؛
- المساعدة الفيدرالية: المعرض والبعثات الداخلية، والأسواق الحاسمة؛
- البعثات التجارية: التواتر والحجم والريادة؛
- الضغط التجاري؛
- حماية التصدير: الولوج والتخطيط والتحسيس؛
- إعادة التوازن الماكرو-اقتصادي: دعم إعادة التوازن؛
- الحد من العوائق التي تقف في وجه التجارة: اتفاقيات التبادل الحر، والمنظمة العالمية للتجارة، وتطبيق القواعد التجارية؛
- التركيز على قطاع الخدمات: التحسيس، والبعثات التجارية، والتربية، ودعم القدرات، والولوجية إلى المعطيات حول القطاع.

وتعتمد هذه الأولويات الثماني على خمسة دعائم للعمل:

- إنعاش نمو عالمي، قوي، ومستدام ومتوازن؛
- الحرص على التزام الشركاء بالقواعد التجارية الأمريكية؛
- دعم الجهود الرامية إلى إزالة الحواجز التي تقف في وجه التجارة؛
- تحسين الولوج إلى تمويل الصادرات؛
- مضاعفة جهود الترويج والاستفادة من الفرص بفضل اليقظة.

وبتعبير أوضح، فإنَّ المبادرة الوطنية للتصدير تربط ما بين الإرادة الأمريكية في "إنعاش نمو عالمي قوي ومستدام ومتوازن" وبين رغبة الإدارة الأمريكية في الحدِّ من العوائق التي تقف في وجه التجارة، عبر العمل من أجل تطبيق القواعد التجارية ومضاغفة أعداد اتفاقيات التبادل الحر.

وهناك حتى اليوم 20 اتفاقية تبادل حر يجري العمل بها في الولايات المتحدة: أستراليا (2005)، البحرين (2006)، الشيلي (2004)، كولومبيا (2012)، الاتفاقية الجهوية (2006) DR-CAFTA، كوستاريكا وجمهورية الدومينيك والسلفادور وغواتي مالا وهندوراس ونيكاراغوا وإسرائيل (1985) والأردن (1996) وكوريا الجنوبية (2012) والمغرب (2006) واتفاقية NAFTA الجهوية (1994) وكندا والمكسيك وعمان (2009) وباناما (2012) وبيرو (2006) وسنغافورة (2004).

وهناك اتفاقيات أخرى هي اليوم قيد المفاوضة، مثل اتفاقية التبادل الحرّ الجهوية، المعروفة باسم "الشراكة عبر المحيط الهادي"، والتي تضم أستراليا وبيروناي وكندا والشيلي وماليزيا والمكسيك ونيوزيلندا وبيرو وسنغافورة وفيتنام. وهناك أخيرا اتفاقية للتبادل الحر من الاتحاد الأوربي يجري التفكير فيها، هي اتفاقية أو "الشراكة عبر الأطلسية للتجارة والاستثمار".

ويجب الإشارة هنا إلى أن الحفاظ على النمو العالمي يمثل للولايات المتحدة الأمريكية رهانا حاسما بالنسبة لصناعاتها التصديرية. وهذا بدون شك هو السبب الذي يجعلها تعلن بوضوح عن رغبتها في مواصلة المفاوضات من أجل الحد من الحواجز التي تعوق التجارة: اتفاقيات التبادل الحر، وجولة الدوحة، واتفاقية الشراكة عبر المحيط الهادي TTP. كما تسعى البلاد للضغط من أجل رفع الحواجز الجمركية غير التعريفية من خلال مختلف الأدوات المتوفرة، والحرص على الانسجام مع الالتزامات التجارية (قواعد منظمة التجارة العالمية وغيرها).

يجري بهذا الصدد إخضاع الحواجز غير التعريفية لفحص مستمر ومنظم من قبل الولايات المتحدة، التي تستعمل ترسانة من التدابير للتأكد من أنها لا تمثل كابحا للصادرات الأمريكية، وكذا عددا من الأدوات الحديثة لتتبع الحواجز التجارية، وبرامج للتحري، وغير ذلك من الآليات الرامية لتسهيل المفاوضات، من أجل الحد من الحواجز التي تقف في وجه الصادرات الأمريكية أو إزالة تلك الحواجز.

تضاعف الولايات المتحدة من جهودها لمراقبة والحرص على تطبيق اتفاقيات التبادل الحر القائمة، بما في ذلك احترام الالتزامات المرتبطة باليد العاملة والبيئة في الاتفاقيات التجارية للولايات المتحدة، من أجل ضمان شروط منافسة منصفة للمصدرين الأمريكيين.

من جهة أخرى، تقدم الولايات المتحدة إلى الدول السائرة في طريق النمو مساعدة تقنية من أجل التفاوض على اتفاقيات التبادل الحر وتفعيلها، وذلك من خلال وكالة USAID. وتتمثل مقاربة الولايات المتحدة، في سعيها إلى إدماج البلدان النامية في المنظومة التجارية الدولية في ما يلي:

تشجيع البلدان على المشاركة في المفاوضات التجارية عبر دعم قدرات المفاوضين من أجل فهم أمثل وتحليل أفضل للموضوعات أثناء المفاوضات والاتفاقيات التجارية المعقدة؛

مساعدة البلدان على تفعيل الاتفاقيات التجارية التي من شأنها أن تحث على إدخال إصلاحات مؤسسية وتنظيمية والمزيد من التنسيق، وتدبير المعلومة، والإشراف؛

أعداد البلدان لانتهاز الفرص التجارية من خلال تحسين تنافسيتها، عبر دعم الحكومات من أجل خلق مناخ مناسب للمنافسة، يدعم المقاولات المحلية.

ويمكن أن تشمل المساعدة التقنية التي تقدمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID في هذا الصدد ما يلي:

- التفاوض على الاتفاقيات التجارية الجهوية؛
- القضاء على الدعم وعلى مراقبة الأسعار في قطاع التجارة؛
- تشجيع خدمات الدعم للمقاولات والولوج إلى المعلومة من أجل التصدير والاستيراد؛
- إصلاح الصفقات العمومية والمساطر الجمركية؛
- إنعاش نقل التكنولوجيا، ورفع الحواجز التقنية، وإعداد يد عاملة تنافسية؛
- تشجيع تمويل التجارة من قبل قطاع مالي متطور جيدا
- الإنعاش وبلورة سياسات عقلانية مرتبطة بالمسائل الموازنية والمالية، وحماية المستهلكين، ومحرارية الاحتكار، ومدونات تجارية؛
- تطوير البنيات التحتية؛
- وضع تصورات للمعايير والتقنيات البيئية.

مقارنة بالمغرب

يتوفر المغرب، من الناحية الكمية، على عدد من اتفاقيات التبادل الحر يفوق بكثير ما تتوفر عليه الولايات المتحدة الأمريكية، بما يناهز 55 اتفاقية، مقابل 20 فقط لدى الولايات المتحدة. غير أن المقارنة على الصعيد النوعي تبين فروقا لا جدال فيها.

فعلى المستوى الثنائي، ارتفعت صادرات الولايات المتحدة صوب المغرب بما قدره 487 % منذ دخول اتفاقية التبادل الحر حيز التطبيق في 2006، في حين لم ترتفع الواردات الأمريكية من المغرب "سوى" بنسبة 123 %.

وفي ما تعلق بالوضع التجارية، فإن ارتفاع الصادرات الأمريكية نحو البلدان التي وقعت معها الولايات المتحدة اتفاقات تبادل حر كثيرا ما يكون كبيرا جدا:

- + 754 % نحو سنغافورة منذ 2004
- + 377 % نحو المكسيك
- + 170 % مع أستراليا منذ 2005
- + 488 مع شيلي منذ 2004

وعلى عكس المغرب، يبدو أن الولايات المتحدة الأمريكية لا توقع اتفاقات تبادل حر إلا في المناطق التي يكون لديها اقتناع راسخ أنها تتوفر فيها على أفضلية مطلقة في مجال المبادلات التجارية، في حين هناك بالنسبة للمغرب عوامل سياسية قوية قد تؤثر في ذلك. ويكفي أن نذكر أن الولايات المتحدة تقدم حتى للبلدان النامية دعماً تقنياً للتفاوض على اتفاقيات التبادل الحر وتفعيلها، من خلال وكالة **USAID**.

3. أجهزة الترويج

يقعُ الجزء الأكبر من جهاز الترويج الأمريكي على كاهل الوكالة الفيدرالية **US Commercial**، التي تهيئ وتسهّل الولوج إلى السوق، بطريقة مندمجة، بالنسبة للمقاولات الأمريكية.

هكذا تعمل الوكالة على رسم استراتيجيات الولوج إلى السوق (الاستراتيجيات التجارية والتسويقية والمالية)، وتتجز مخططات أعمال متلائمة مع إمكانات السوق المستهدفة، وتساعد المقاولات على المستويين القانوني والتجاري، وتواكبها في الميدان من خلال التخطيط للقاءات مع شركاء محتملين وتقديم توضيحات حول الممارسات الثقافية.

إضافة إلى ذلك، تعتمد وكالة **US Commercial** على ترسانة من المبادرات متعددة القطاعات والالتقائية، التي تعمل على استغلال كل الفرص الممكنة، سواء في مجال الصادرات أم في مجال الواردات.

وذكر من بين أهم تلك المبادرات:

- **New Market Exporter initiative**، وهو برنامج نوعي خاص بالمقاولات التي تصدر إلى بلد أو زبون واحد على الأقل، من أجل تنويع الوجهات (البلدان وأو المستوردين) والرفع من حصة السوق لكل مستورد؛
- **إعطاء المعارض الأمريكية صبغة دولية**، بهدف إشراك المستوردين الأجانب في تلك المعارض، وتنظيم لقاءات "أعمال لأعمال" لهم مع المصدّرين الأمريكيين؛
- **بعثات التسويق التنفيذي**، وهي بعثات إلى الخارج يترأسها مسؤولون سامون من الإدارة الأمريكية (وزراء ومسؤولون في الوكالات الهامة)، بحضور وفدٍ من رجال الأعمال؛
- **البعثات الداخلية**، وهي بعثات ينتقل فيها المُسترون إلى الولايات المتّحدة من أجل الالتقاء بالمصدّرين والإدارات الرئيسية؛
- **البعثات المشتركة**، التي تجمع بين البعثات التجارية والمشاركة في معرض مهني.

كما ينبغي أن نشير هنا إلى أن إعداد المقاولات للتصدير يعد من أهم أنشطة وكالة **US Commercial Service**، من خلال إنعاش وتسهيل الولوج إلى السوق. وتتوفر الوكالة من أجل ذلك على خدمات مجانية وأخرى مؤدّى عنها، وتعتمد على قوّة شبكتها العالمية من أجل استخلاص المعلومة النوعية وذات الجودة.

بل إنَّ الوكالة تشطُّ قاعدة معطيات تتيح قياس المصادقية المالية لشريك محتمل في المرحلة القبليّة من عملية التصدير، هي قاعدة International Company Profile. وتتيح قاعدة المعطيات هذه الوكالة تقديم استشارات حول اختيار الشركاء بالاعتماد على مصداقيتهم الماليّة: من تقارير مالية وعلاقات بنكية وسوابق ديون وغير ذلك.

مقارنة بالمغرب

يقوم جهاز الترويج المغربي، وإن بصفة جزئية، بأغلب أعمال الترويج التي تقوم بها المقاولات المصدرة المنتمية لوكالة US Commercial.

ويكمن الفرق الأساسي في نوعية المعلومة والاشتغال المنسق على شكل شبكة، مما يتيح الحصول على مفعول رافعة ذي فعالية كبيرة عند إعمال استراتيجية تجارية دولية معينة.

كما ينبغي أن نشير كذلك إلى مركزية نوعية المعلومة، وتشطيط قاعدة معطيات داخل الوكالة، مما يمثل فرقا جوهريا مع المغرب.

ولا تركز وكالات الترويج المغربية إلا قليلا على هذا البعد، ولا تواكب المقاولات المغربية المصدرة إلا في هامش ضيق يقتصر على البحث عن المعلومات المتعلقة بالأسواق أو الشركاء.

وأخيرا فإن تعبئة الشبكة الدبلوماسية الأمريكية، الكثيفة جدا، تعبئة شاملة، مما يعطي وزنا كبيرا للعمل التجاري الأمريكي في العالم.

على خلاف ما عليه الحال في المغرب، فإن المسعى المزدوج المتمثل في اليقظة والضغط المصلحي يقع في صميم استراتيجية جهاز الترويج الأمريكي، بالإضافة إلى مركز Advocacy، الذي يمسك كذلك بارومترا للصفقات التي تفوز بها المقاولات الأمريكية في العالم. ولا تتردد هذه البنية الضاغطة، المكونة من شخصيات من مستوى عال جدا (من دبلوماسيين سابقين وعسكريين سابقين)، في تعبئة مجموع الأطراف المعنية - وحتى البيت الأبيض والرئيس الأمريكي عند اللزوم - من أجل ضمان أن تكون كل الحظوظ في الجانب الأمريكي كلما تعلق الأمر بمفاوضات صعبة.

4. الموارد المستغلّة

في حال الولايات المتحدة، لا يمكن أن تنحصر دراسة الموارد المستفاد منها في مجرد جرد للموارد البشرية والمادية التي تنشرها القوة العالمية الأمريكية خدمة لأعمالها التجارية.

فحالة الولايات المتحدة تتميز بوضعية عامة هجومية تجعل مجموع جهاز الدولة في خدمة سعي المقاولات الأمريكية إلى اكتساح الأسواق.

ويتجسد هذا، على الخصوص، في حضور 128 مكتبا تجاريا لوكالة US Commercial في السفارات الأمريكية عبر العالم. فهذا يتيح الحصول على وضعية يكون فيها الحاجز بين الدبلوماسية والعمل التجاري دقيقا جدا، حيث يكون هذا في خدمة تلك والعكس بالعكس.

أما المورد القوي الثاني الموضوع في خدمة الآلة الإنتاجية الأمريكية فهو تجميع وتحليل ونشر المعلومة المفيدة من قبل الوكالة ومركز Advocacy، مما يجعل من المؤسسات العمومية المكلفة بتفعيل السياسة التجارية الأمريكية مركزا حقيقيا للذكاء الاقتصادي، يضع رهن إشارة المقاولات والفاعلين العموميين سلاحا حاسما في التنافسية الاقتصادية العالمية، هو المعلومة.

هكذا تقترح المكاتب الدولية (المخصصة حسب الأسواق) دراسات اقتصادية ويقظة معلوماتية بتعاون مع السفارات. أما المكاتب الوطنية فتقدم من جهتها خدمات أكثر إجرائية، من مثل تقديم الاستشارات والمواكبة النوعية، يكون بعضها - وهو جد متطور - بالأداء.

لكن، وبغض النظر عن الموقع والتنظيم، فإن الأرقام تتيح قياس مستوى انخراط السلطات العمومية الأمريكية وسعيها إلى جعل قوتها التجارية في المقدمة.

ففي 10 أبريل 2013، طالبت مساعدة كاتب الدولة في التجارة ربيكا بلانك بزيادة في الاعتمادات قدرها 8.1 مليار دولار، من أجل تأهيل العرض الصناعي التصديري الأمريكي، منها قرابة 520 مليون دولار مخصصة لإدارة التجارة الدولية ITA وحدها.

ومن جانب آخر، فإن وكالة التعاون للتنمية الدولية، التي أنشئت في 1961، مكلفة بالتنمية الاقتصادية والمساعدة الإنسانية في العالم. وهي تشتغل تحت إشراف وزارة الشؤون الخارجية الأمريكية، وتساهم في التقريب الاقتصادي بين الولايات المتحدة وشركائها التجاريين، من خلال برنامجها المخصص لأعمال التعاون في مجال المعرفة الاقتصادية والتجارة.

مقارنة بالمغرب

يتجلى وجه المفارقة هنا في أن الهوة الرئيسية الفاصلة بين المغرب والولايات المتحدة لا تكمن في مجال الموارد المستفاد منها، وفي الوسائل الموضوعية المرصودة، بل على وجه العموم في الفرق بين الوضعية الصناعية والتجارية للبلاد:

- على خلاف المغرب، عملت الولايات المتحدة على الجمع بين أجهزة الترويج والدبلوماسية والضغط المصلحي، مما مكنها من الحصول على مفعول رافعة قوي؛
- ليست الدبلوماسية الاقتصادية الأمريكية مجرد مفهوم، بل هي حقيقة إجرائية عملية وملموسة، تتجسد في حضور مكاتب US Commercial داخل السفارات؛
- الذكاء الاقتصادي واليقظة الاستراتيجية يقعان في صميم المسعى الأمريكي لاكتساح الأسواق العالمية، على حين لا يتم استعمالهما في المغرب إلا من قبل فاعلين هامشين

5. تدابير محفزة على التصدير والاستثمار

يمكن للمقاولات الأمريكية الراغبة في التطور على المستوى الدولي الاستفادة من تشكيلة واسعة من التدابير المحفزة للتصدير والاستثمار.

فيخصوص دعم الصادرات، تتمثل أهم التدابير المحفزة في ما يلي:

• التمويل المسبق لنمو الصادرات

- تدبير المقاولات الصغرى-برنامج للتمويل المسبق؛
- بنك التصدير والاستيراد-برنامج لضمان الرأسمال الجاري؛
- تدبير المقاولات الصغرى-برنامج للتصدير السريع.

• تمويل تطوير التجهيزات

- تدبير المقاولات الصغرى-برنامج قروض للتجارة الدولية.

• تمويل المشتريين الدوليين

- بنك التصدير والاستيراد-برنامج لضمان القروض؛
- بنك التصدير والاستيراد - برنامج للقروض المباشرة؛
- بنك التصدير والاستيراد- برنامج لضمان قروض الإجارة؛
- USDA، ضمان قروض تصدير للفلاحة.

• تأمين الصادرات

- التأمين السريع؛
- عقد تأمين القرض بالنسبة للمقاولات الصغرى؛
- عقد تأمين للقروض للمشتريين المتعددين؛
- عقد للقروض قصير الأمد لمشتري واحد؛
- تأمين ضد المخاطر السياسية.

أما بخصوص حزمة محفزات الاستثمار، فإنها تبني حول الدعامات الأساسية التالية:

• تمويل المشاريع الاستثمارية:

- تمويل المشاريع الكبرى التي تتطلب رأسمالا هاما، مثل البنيات التحتية، والاتصالات، والطاقة، والماء، والسكن، والمطارات، والفنادق، والتكنولوجيات المتقدمة، والخدمات المالية، واستخراج الموارد الطبيعية؛

- تمويل المقاولات الصغرى والمتوسطة في الخارج
 - التمويل على المدى المتوسط والبعيد، من خلال قروض وضمائنات قروض للمشاريع التي يقع عليها الاختيار في البلدان الصاعدة أو النامية؛
 - تأمين ضد المخاطر السياسية؛
 - الاستثمار في الولايات المتحدة: 4 أنواع من المحفزات المقترحة في هذه الحال، هي الولوج إلى التمويل، والولوج إلى المعلومة، والمحفزات الضريبية، والمساعدة التقنية؛
 - تسويق مبادرة Select USA من قبل وزارة التجارة الأمريكية، بهدف إنعاش الاستثمارات في الولايات المتحدة (لشركات أجنبية أو أمريكية)، بشراكة مع مجموع المؤسسات المعنية. وتتغير المحفزات في الولايات المتحدة حسب القطاع والولاية الجهة. وقد تم إطلاق هذه المبادرة من قبل البيت الأبيض في 2011.

مقارنة بالمغرب

تتسم الترسنة الأمريكية لتحفيز الصادرات والاستثمار بنجاعة كبيرة للأدوات المالية والتأمينية، مما يتيح للمقاوله الحصول على المواكبة لكل حاجاتها التمويلية، انطلاقا من الرأسمال الجاري إلى التأمين على التصدير، مروراً بضمائنات الأسواق.

وهنا يمكن الفرق الرئيسي مع المغرب، الذي لم يطور بعد أدواته بطريقة مُرضية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن لهذا أثرا ملموسا في ثقة المقاولات، وخصوصا المقاولات الصغرى والمتوسطة الأمريكية، التي بإمكانها تركيز طاقتها على الأعمال الخالقة للقيمة، وعدم الاقتصار فقط على حاجياتها من الرأسمال الجاري ومشاكلها مع الميزانية، مثلما يقع لنظيراتها المغربية.

إن التطور القوي للتأمين الأمريكي على التصدير، مضافا إليه توفر معلومة موثوقة وحديثة موضوعة رهن الإشارة من قبل US Commercial على الخصوص، يتيح علاوة على ذلك ضمان حد أدنى من المجازفة بالنسبة للمقاولات الساعية إلى اكتساح الأسواق العالمية.

هكذا وعلى خلاف ما يجري في المغرب، فإن التدابير المحفزة للصادرات والاستثمار تأتي لتكتمل جهازا ناجعا، على حين تمثل في المغرب قاعدة العمل العمومي في المجال التجاري.

ألمانيا

1. نموذج الحكامة والتنسيق

رغم كون ألمانيا دولة فيدرالية، إلا أنها تتوفر على نموذج للحكامة والتنسيق يعتمد بشكل وثيق، في المستوى الاستراتيجي، على الحكومة، وذلك من خلال لجنة مشتركة IMC، بين أربع وزارات:

- الوزارة الفيدرالية الألمانية للاقتصاد والتكنولوجيات؛
- الوزارة الفيدرالية الألمانية للشؤون الخارجية؛
- الوزارة الفيدرالية الألمانية للمالية؛
- الوزارة الفيدرالية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية.

وعلى مستوى أكثر إجرائية، هناك ثلاث دعائم فيدرالية لنظام إنعاش الصادرات، تُوَزَع في ما بينها أدوارا محددة ومتكاملة في وقت واحد.

1. تتكفل وزارة الاقتصاد والتكنولوجيات بتنسيق أنشطة كل الفاعلين الفيدراليين، وتتعاون مع المقاطعات Länder. وهي ترافق وتقوم عمل مؤسسة Germany Trade and Invest، التي تمثل رأس حربة السياسة التجارية الألمانية. كما تتكفل الوزارة بوضع وتفعيل السياسة الاقتصادية للبلاد؛
2. تقوم وزارة الشؤون الخارجية ببناء صورة وسمعة البلاد. وهي تقوم كذلك بإنجاز دراسات حول المحيط السياسي والاقتصادي؛
3. أما شبكة الغرف التجارية AHK، التي تعتمد على شراكة بين القطاعين العمومي والخاص PPP، فتقوم بمهام التسويق، وتنتج دراسات قطاعية، وتنشط خدمات دعم للصادرات.

وعلى مستوى تنظيم ودور الهيئات المهنية، فإن فيدرالية الصناعات الألمانية BDI هي المؤسسة المكلفة بتمثيل الصناعة الألمانية. وقد تم تأسيس الفيدرالية في 1949، على يد 32 جمعية صناعية، كمجموعة مصالح وضغط، وهي تنطق باسم 100.000 مقاول من مقاولات القطاع الصناعي، تستخدم ثمانية ملايين شخص.

وفيدرالية الصناعات الألمانية هي مخاطب المؤسسات العمومية الوطنية والأوروبية والدولية. كما أنها نشيطة على المستوى الدولي، بشبكة واسعة في كل الأسواق الرئيسية والمنظمات الدولية. وتقدم الفيدرالية الدعم السياسي من أجل انفتاح الأسواق الدولية، كما تقدم استشارات في السياسة الاقتصادية حول كل المواضيع المفيدة لقطاع الصناعة.

وتتوفر فيدرالية الصناعات الألمانية على تمثيلات في بروكسل ولندن وطوكيو وواشنطن، تعتبر كلها بمثابة فروع لها في خدمة المقاولات الألمانية. وهي تسهل اتصالات الأعمال في الجهات وتقوم بدور ممثل مصالح المقاولات الألمانية في العلاقات مع الحكومات المختلفة.

وتتم صياغة السياسات من قبل شريحة واسعة من الأفراد والمجموعات، بما في ذلك رئيس الفيدرالية، واللجنة التنفيذية، ولجان متخصصة، ومجموعات عمل.

أما فيدرالية المشغّلين الألمان BDA فتتمثل مهمتها الرئيسية في تمثيل مصالح المقاولات في مجال السياسة الاجتماعية. وقد تم إحداثها في 1950، على إثر اندماج كل فيدراليات المشغّلين الألمانية. وتشغل هذه الفيدرالية على المستوى الوطني والأوروبي والدولي، في جلسات إنصات للخبراء، وفي منظمات التأمين الاجتماعي. وتمثل الفيدرالية قوة اقتراحية حيال الحكومة الألمانية والبرلمان حول مختلف المسائل المُرتبطة بالسياسة الاجتماعية والأجورية، والحق في الشغل، بما في ذلك السياسة الاجتماعية الأوروبية والدولية.

وبعد الانخراط في الفيدرالية اختياريًا، وهي تضمّ بين أعضائها 52 فيدرالية وطنية (في مجالات الصناعة، والتجارة، والمال، والنقل، والصناعة التقليدية، والفلاحة، والخدمات)، وكذا 14 جمعية وطنية. وهي مسجلة بصفها جمعية لا تستهدف الربح، ويتم تمويلها من مساهمات أعضائها. وتتكون الفيدرالية من 14 قطاعًا تعمل في مجالات الحق في الشغل، والحماية الاجتماعية، والتربية، والمنظومة الضريبية، وسياسة الأجور.

تتكوّن بنية فيدرالية المشغّلين الألمان من مجلس رئاسي، ومجلس إدارة، وجمع عام. والجمع العام، المكون من ممثلي المنظمات الأعضاء، مكلف بانتخاب الرئيس والمجلس الرئاسي ومجلس الإدارة، وهو يُعقد مرة في السنة.

ويعد مجلس الإدارة مسؤولًا عن القرارات السياسية الأساسية. وتشمل مهامه قبول الأعضاء الجدد، وإحداث اللجان وانتخاب رؤسائها، وكذا إعداد توصيات تتعلق بسياسة الأجور. والأعضاء كلهم ممثلون في المجلس الإداري، بغض النظر عن أهمية كل عضو. أما المجلس الرئاسي فهو جهاز القرار المركزي الذي يوجه أشغال الفيدرالية في إطار التوجهات المحددة من قبل مجلس الإدارة. ويتألف المجلس الرئاسي من الرئيس وثمانية نواب للرئيس، بمن فيهم أمين المال، و42 عضوًا آخرين. ويتمّ انتخاب المجلس لمدة سنتين من طرف الجمع العام.

وكما هو الحال بالنسبة لجمعيات المشغّلين، فإن الجمعيات النقابية موحدة ومنخرطة في تدبير المقابلة وبالتالي في الرؤية التنموية الاقتصادية للبلاد. وقد بلغت نسبة الانخراط في النقابات في ألمانيا 18 % في 2011 (وهي نسبة قريبة من نسبة 17.3 % المسجلة في بلدان منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية). وتمثل النقابة الرئيسية، DGB (كونفدرالية النقابات الألمانية) قرابة 80 % من مجموع المنخرطين، وهي مؤلفة من 8 فيدراليات قطاعية هي: فيدرالية الصناعات المعدنية (IG Metall)، والفيدرالية المتحدة للخدمات (Ver. di)، والسكك الحديدية والنقل (EVG Eisenbahn)، وفيدرالية الشرطة (Gewerkschaft de Polizei)، وفيدرالية التغذية والفندقة (Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten)، وفيدرالية التربية والبحث (Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft)، وفيدرالية المناجم والكيمياء والطاقة (IG Bergbau, Chemie, Energie)، وفيدرالية البناء والفلاحة والبيئة (IG Bauen-Agrar-Umwelt).

يتحقق انخراط الشركاء الاجتماعيين على مستويين اثنين:

- من خلال مبدأ الاستقلالية التعريفية الدستوري: فهم يملكون السلطة ليحددوا، حسب الفرع الاقتصادي ودون تدخل الدولة، شروط العمل، وعلى الخصوص الأجور. أما الدولة فينحصر دورها في وضع بعض التوجيهات والشروط الإطار التي يمكن في ظلها توقيع الاتفاقات الجماعية. غير أنّ تبني مجلس الوزراء

في 02 أبريل 2014 لمشروع قانون يحدد الحد الأدنى القانوني للأجور يهدف بوضع حدّ لهذا المكتسب الدستوري. هكذا سيتمّ رسم حدّ أدنى للأجور، يهدف إلى تحسين القدرة الشرائية لبعض الفئات، يجري العمل به انطلاقاً من 1 يناير 2015، مع فترة انتقالية تستمر إلى 2017 بالنسبة للقطاعات التي تتوفر على اتفاق فرعيّ. غير أن النقابات ستحتفظ بحقّ النظر في الحدّ الأدنى للأجور، حيث ستتكلّف لجنة مؤلفة من ثلاثة ممثلين نقابيين وثلاثة ممثلين عن المشغلين ورئيس محايد بتقرير إعادة تقييم الحد الأدنى للأجور في 1 يناير 2018؛

- من خلال القرار المؤسّساتي المشترك: فممثلو الأجراء أعضاء في الأجهزة الإدارية (مجلس الإدارة، ومجلس المراقبة) ولجان المقاولات.

يضيف هذا الانخراط قدراً نسبياً من المرونة على تدبير السياسة الاقتصادية، وحماية المكتسبات الاجتماعية والمصالح المرتبطة بالتنمية المستدامة للبلاد.

مقارنة بالمغرب

تتمتع المنظومة الألمانية بمركزية قوية على مستوى الحكامة، ولكنّ مع وجود علاقة وثيقة بالمقاطعات، مما يجعل من الممكن اعتبارها نموذجاً يتمتع في الوقت ذاته بمتانة العمليات ومرونة الممارسة.

أما في المغرب فهناك عدد من اللجان الوزارية المشتركة، كلجنة الوقاية من حوادث السير، واللجنة المخصصة للمغاربة المقيمين بالخارج. غير أنه لا يتوفر على لجنة مكلفة بالسياسة التجارية أو ببلورة وتتبع الاستراتيجيات القطاعية.

وهذا بطبيعة الحال أول وجوه الاختلاف الرئيسة مع المنظومة المغربية للحكامة التجارية، فكثيراً ما تعوق المسلسلات العمل العمومي، وتغيّب المرونة.

كما تجدر الإشارة كذلك إلى الدور المركزي للغرف التجارية في ألمانيا، التي تتدخل على الخصوص في أعمال التسويق، والتي تعمل في شكل شبكة، عكس نظيرتها في المغرب التي من عدد من أوجه العجز.

كما أنّ ألمانيا تتوفر كذلك على جمعيات للجمعيات، جاءت ثمرة لاندماج مختلف الفيدراليات القطاعية. وهذا يركز سلطة التأثير في يد بنية كبرى شاملة تمثل مصالح مختلف القطاعات على المستوى الوطني والجهويّ والدوليّ.

فهذه الجمعيات، سواء منها جمعيات المشغلين أم الجمعيات النقابية، تتميز بتركيز قوي، وتمثيلية، ووسائل مادية وبشرية، تتيح لها الاضطلاع التام بدورها في بلورة ورسم وتفعيل الاستراتيجيات التنموية بالبلاد، وبالتالي التمثيل الأفضل لمصالح المجموعات التي تمثلها، مع احترام المصلحة العامة للبلاد. فمنطق المسؤولية المشتركة يعلو على منطق الاحتجاج والمطالبة.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

تتمتع ألمانيا بفائض تجاريّ يقارب 200 مليار دولار سنويًا منذ 2005، يتجاوز بـ 40% نظيره عند الصين، وهي تعد من بين أكبر القوى العالمية المصدرة للمنتوجات من الصنف الرفيع.

وفي هذا الصدد، تعتمد الاستراتيجية الألمانية الجديدة على تنسيق أمثل للحكومة الفيدرالية، وانخراط قوي للقطاع الخاص في الترويج للمنتوجات *Made in Germany*. هكذا أطلقت الوزارة الفيدرالية للاقتصاد والتكنولوجيات في 2010 حملتها الرامية إلى إنعاش التجارة الخارجية، حيث يحتلّ النهوض بالأنشطة الاقتصادية الدولية للمقاولات الألمانية الصغرى والمتوسطة محلّ الصدارة بين أوليات الوزارة.

وفي هذا الإطار، يتيح التعاون مع الجمعيات المهنية مساعدة المقاولات الصغرى والمتوسطة على المشاركة في طلبات العروض من أجل عقود هامة في الخارج، مما يعطيها قوة أكبر على العمل.

أما على مستوى اجتذاب المواهب، فإنّ ألمانيا تنوي تبسيط مسلسلها البيروقراطي من أجل جلب يدٍ عاملة مؤهلة. والآلة الإنتاجية الألمانية مستهلك كبير للطاقة، مما يجعلها تعتمد على أنظمة استشرافية للتموين بالطاقة كعنصر مركزي في السياسة الاقتصادية الخارجية. وبهذا الصدد فإن ألمانيا عازمة على الشروع في إقرار "سياسة طاقة خارجية" حقيقية، يحتل فيها الجيو-اقتصاد محلّ الجيو-سياسة.

وعلى المستوى الإجرائي، تقوم مبادرة التصدير على الطاقات المتجددة كقطاع ينبغي إنعاشه على وجه الأولوية. وقد قامت هذه المبادرة، منذ إحداثها في 2002، بدعم النمو المتزايد لقطاع الطاقات المتجددة الألمانيّ، وذلك في قطاعات إنعاش التجارة الخارجية، وحماية البيئة، والتعاون على التنمية.

ويتمّ تنسيق هذه المبادرة التصديرية وتمويلها من قبل الوزارة الفيدرالية للاقتصاد والتكنولوجيات، وترمي إلى مساعدة المقاولات الألمانية المصدرة لتكنولوجيات الطاقات المتجددة، عبر تزويدها بمعلومات ذات قيمة مضافة كبيرة، بالاعتماد بالخصوص على المبادرات والأنشطة القائمة، وكذا من خلال الدعم النشط للمشاريع في الخارج.

تعتمد هذه المبادرة على خمس دعائم رئيسية هي:

- توفير المعلومة، من خلال تنظيم ندواتٍ ولقاءات فردية مع شركاء تجاريين محتملين قادمين من ألمانيا. معلومات جديدة حول تكنولوجيا الطاقات المتجددة الألمانية. وتنظيم اتصالات "أعمال لأعمال" مع المقاولات الألمانية ذات التجربة في مجال الطاقات المتجددة؛
- الترويج على شكل مجموعات إلى المعارض الدولية: الرواق الألماني المشترك بين المعارض الدولية من الطراز الأول، التي تشارك فيها المقاولات الوطنية. واتصالات مباشرة مع ممثلين للمقاولات وخبراء ألمان؛
- برنامج تطوير المشاريع PDP، وهو يرمي إلى دعم إنعاش تقنيات الطاقات المتجددة كبديل ممكن لإنتاج الطاقة التقليدية. كما يرمي البرنامج كذلك إلى تسهيل شراكات الأعمال وتبادل التجارب والمهارات بين المقاولات الألمانية العاملة في مجال الطاقات المتجددة وبين نظيراتها في البلدان النامية؛

- برنامج "السقف الشمسي"، وهي مجموعة برامج رائدة للخبرة الألمانية في مجال الطاقات المتجددة، يعنى بمجالات الكهرباء الضوئية والندفئة الشمسية والطاقة الحرارية الشمسية. ويرمي البرنامج إلى تنمية الأسواق الخارجية ونقل التكنولوجيا النوعية، مع تطبيق المهارة الألمانية؛
- مهمّات استكشافية في ألمانيا، ويتعلق الأمر بالزيارات التي يتم تنظيمها للشركاء التجاريين الدوليين، مع إعطاء إمكانية استقاء معلومات جديدة حول التقنيات الألمانية في مجال الطاقات المتجددة، مع زيارة المشاريع النموذجية في ألمانيا. وتكون هذه المهام متلائمة مع الحاجيات والمصالح الخاصة، والمجموعات المُستهدفة هي المقاولات وكبار صنّاع الرأي العام.

ويكتسي التكامل بين هذه الاستراتيجيات واتفاقيات التبادل الحر هنا طابعا خاصا جدا، بحكم أنّ ألمانيا عضو في الاتحاد الأوروبي. وهي بهذه الصفة تُعدّ طرفا مرتبطا بهذا الاتحاد، الذي يمثل في حد ذاته سوقا فريدة من 27 دولة وقرابة نصف مليار مستهلك.

غير أن ألمانيا، بحكم كونها مصدرا لمنتجات في غالبها ذات قيمة مُضافة عالية، أقلّ ارتهانا باتفاقيات التبادل الحر، بما أنّ أثر الحواجز التعريفية لا يلحق إلا الهامش من كلفة الشراء والبيع المتعلقة بها. لكن لا بد من الإشارة إلى أن الاتحاد الأوروبي أبرم عدداً كبيراً من اتفاقيات التبادل الحر:

- الشيلي (2005)؛
- كوريا الجنوبية (2011)؛
- المكسيك (2000)؛
- أمريكا الوسطى (2013)؛
- كولومبيا (2013)؛
- أفريقيا الجنوبية (2004)؛
- البيرو (2013).

وهناك اتفاقيات تبادل حرّ أخرى يجري التفاوض حولها حاليا، وحُصّوصا مع منظمة دول جنوب شرق آسيا ASIAN، وكندا، ومجلس التعاون الخليجي، والهند، وماليزيا، وسنغافورة، وأوكرانيا.

كما تضطلع وكالات التعاون كذلك بدور في تسهيل التجارة. وهي تحاول تأهيل البلدان التي تربطها اتفاقيات مع حكوماتها، من أجل الرّفْع من المبادلات التجارية. وفي ألمانيا، تشتغل الشركة الألمانية للتعاون الدولي GIZ في عدّد من المجالات، كالتمية الاقتصادية وإنعاش الشغل، والحكامة والديمقراطية، والأمن، وإعادة البناء، والسلم وتحويل النزاع المدني، والأمن الغذائي، والصحة والتربية الأساسية وحماية البيئة، والحفاظ على الموارد، والحدّ من آثار التغير المناخي.

مقارنة بالمغرب

بغض النظر عن المقاولات الألمانية الكبرى المندمجة اندماجا جيدا في الاقتصاد العالمي، أرادت ألمانيا وضع المقاولات الصغيرة والمتوسطة والتجديد في صميم استراتيجياتها القطاعية.

وبما أن مسألة اتفاقيات التبادل الحر رهينة سياسة الاتحاد الأوروبي في هذا المجال، فقد اختارت ألمانيا الرفع إلى أقصى حد من فعالية جهاز كان أصلا يشتغل بشكل ناجح جدا، مما يجعلها تمثل نموذجا يقتدى به في مجال مسلسل التحسين المستمر والتشاور.

وعلى خلاف المغرب، فإن ألمانيا تصدر منتجات ذات قيمة مضافة عالية جدا، تتمثل إحدى أهم مكوناتها في الطاقة. من ثمة التركيز الشديد على هذا القطاع بوجه خاص، بهدف جعله أكثر مراعاة للمسؤولية البيئية وأكثر قابلية للديمومة. وفي هذا الصدد، فإن التوجه الذي اختارته ألمانيا يمكن أن نقارن به التوجه الذي اعتمده المغرب مع المخطط الشمسي المغربي PSM، الذي يندرج هو أيضا في منظور مستقبلي.

3. أجهزة الترويج

علاوة على الجهاز الترويجي المؤسسي، يمكن اعتبار المستشارية الألمانية أنجيليا ميركل، بكل تأكيد، أول وكيل تجاري متجول للاقتصاد الألماني. فحصيلته جولاتها الدولية غنيّة، تبرز ميلاً واضحاً صوب الشرق، وخصوصا نحو الصين. فقد قامت المستشارية، منذ 2007، بما مجموعه 274 جولة خارجية، منها 168 في أوروبا، و59 في آسيا، و29 في أمريكا الشمالية، و11 في أفريقيا، و7 في أمريكا اللاتينية. وقد قامت بزيارة رسمية إلى الصين منذ ست سنوات، وكانت في كل مرة تزور فيها الصين تذهب إلى العاصمة وإلى باقي مناطق البلاد. وفي مدى عشر سنوات، انتقلت التجارة بين البلدين من 36 مليار أورو إلى 144 مليار، وأصبحت الصين ثالث شريك تجاري لألمانيا (بعد فرنسا وهولندا).

وتجري أنشطة الترويج للصادرات الألمانية على الخصوص من خلال منظمة Germany Trade and Invest والغرف التجارية AHK.

وتتمثل مهمة منظمة Germany Trade and Invest في الترويج لألمانيا كحاضن للاستثمارات الصناعية والتكنولوجية، وإيجاد مستثمرين للسوق الألمانية. وتقدم المنظمة الاستشارة إلى المقاولات الأجنبية التي تريد توسيع نطاق نشاطها إلى السوق الألمانية، والمقاولات الألمانية التي تبحث عن مدخل إلى الأسواق الخارجية، عبر تقديم معلومات عن التجارة الخارجية إلى هذه وتلك، من خلال تشكيلة واسعة من إنتاج المعرفة.

أما شبكة الغرف التجارية في الخارج، فهي أهم شريك في الخارج للوزارة الفيدرالية الألمانية للاقتصاد والتكنولوجيات في مجال الترويج للمقاولات الألمانية في الخارج. ومن خلال البعثات الألمانية في الخارج، تمثل الشبكة رسميا مصالح ألمانيا حيال السلطات السياسية والإدارية في البلد المضيف.

أما على مستوى الترويج "المادي"، فإنّ الفيدرالية الألمانية للملتقيات والمعارض (AUMA) تمثل ضمانا للجودة وعلامة تجارية معترفا بهما على الصعيد الدولي. فهذه الفيدرالية هي المنظمة المركزية للاقتصاد الألماني في مجال الصّالونات والملتقيات والمعارض. وهي كمجموعة مصالح تعد بمثابة الناطق باسم هذا القطاع الاقتصادي لدى الحكومة والبرلمان الألماني، ولكن كذلك حيال المفوضية الأوروبية.

وتعمل الفيدرالية، إلى جانب الوزارات الفيدرالية، على تنسيق أنشطة ألمانيا بمناسبة مشاركتها الرسمية في المعارض التي تُقام في الخارج. وهي تتكفل بالتسويق لقطاع الصالونات والمعارض، وتدعم أنشطة التسويق الدولي للمنظمين الألمان، مع هدف يتمثل في الرفع من الطابع الدولي للمعارض الألمانية.

وتركز الفيدرالية الألمانية للملتقيات والمعارض على أربعة أنواع من الأنشطة:

- تقديم معلومات حول التواريخ والخدمات والعارضين وأرقام ارتياد المعارض في ألمانيا وفي الخارج، مع مساعدة العارضين والزوّار على اتخاذ القرار في ما يخص المشاركة في المعارض. وتقدم الفيدرالية معلومات حول أكثر من 5000 تظاهرة في قاعدة معطيات خاصة بها على موقع www.auma.de.
- تمثيل مصالح صناعة المعارض التجارية في العلاقات مع السلطات التشريعية والتنفيذية على المستوى الفيدرالي ومستوى المقاطعات، وخصوصا ما يتعلق بإنعاش المبيعات والصادرات، والتنمية المستدامة والقانون الضريبي، وتشريعات البناء وقانون الشغل؛
- إصدار نشرة إخبارية لوسائل الإعلام والتجارة، تعالج المواضيع المتعلقة بالتجارة المنصفة، والصناعة، والبحث، ومجموعات الضغط المصلحي، والاتحاد الأوروبي؛
- تنظيم تظاهرة سنوية كبرى تجمع بين مختلف الصناعات، والشخصيات السياسية، والجمعيات، ووسائل الإعلام. وتتنظم الفيدرالية كذلك مرات عديدة في السنة منتديات للخبراء لفائدة أعضائها، حول مجموعة من المواضيع المختلفة.

مقارنة بالمغرب

كما هو الحال مع الولايات المتحدة الأمريكية، تمثل حالة ألمانيا منظومة ثقافية للترويج تختلف كثيرا عما يمكن أن نجده في المغرب.

وفي هذا الإطار، فإن علاقة التكامل بين الترويج الخارجي والمجالات التربوية تشكل مصدر إلهام مثاليا بالنسبة للمغرب، وكذلك الاستعمال كبير الفعالية لشبكة الغرف التجارية، الذي يمثل موضوعا لشراكة تكاملية وطموحة بين القطاعين العمومي والخاص.

كما أنّ ألمانيا طورت خطة مُحكمة للمعارض جعلتها تصبح مركز الثقل العالمي للعديد من التظاهرات المهنية. وهذا يمثل ممارسة سيستفيد المغرب كثيرا من تطبيقها، خصوصا وأن المغرب يتمتع بعدد من الأيام المشمسة يفوق كثيرا ما تتمتع به ألمانيا، وأنّ هذا التكتيف لعرضها في مجال التحفيز وتنظيم المعارض المهنية سيوافق مخططا قطاعيا آخر هو رؤية 2020.

4. الموارد المُستغلة

تتمتع ألمانيا، بفضل حكمة مرنة وعلاقة تكامل فعالة بين القطاعين العمومي والخاص، بوضعية البلد الرائد في مجال الاستفادة القصوى من الموارد، والاشتغال على شكل شبكة، والحضور القوي المتوزع عبر العالم في مجال الترويج.

وتتمثل مهمة شبكة الغرف التجارية AHK، الذراع الفاعلة للاستراتيجية التجارية الميدانية، في تمثيل مصالح التجارة الخارجية والدفاع عنها.

وتستخدم الشبكة 1700 شخص، يقدمون خدمات للمقاولات من أجل تنمية وتقوية علاقاتها التجارية.

وهذه هي الأعمال التي تقوم بها عادة الشبكة:

- معالجة 500.000 طلب معلومات تجارية نوعية؛
- إجراء 400.000 اتصال تجاري؛
- تقديم المساعدة لما قدره 50.000 رجل أعمال في رحلة أعمال إلى الخارج؛
- تقديم تكوين مهني ومستمر لما مجموعه 20.000 اختصاصي ومسير؛
- إدخال 15.000 عارض و170.000 زائر إلى معارض تجارية في ألمانيا، مع تخصيص قرابة 230000 متر مربع لذلك.

وتتيح شبكة الغرف التجارية كذلك للمقاولات تنويع نشاطها على المستوى الدولي. فالولوج إلى أصحاب القرار في البلدان المضيفة يساهم في تحسين شروط التجارة والاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتحويل العملات والحصول على تأشيرات العمل.

ويتم من أجل ذلك تنظيم 3300 من اجتماعات المقاولين والمؤتمرات والدورات التدريبية، يشارك فيها 165000 شخص سنويا. وهناك 80 نشرة للشبكة يتم إصدارها بعشرين لغة، بما مجموعه 20 مليون نسخة موزعة.

وقد تم إحداث الشركة الألمانية للتعاون الدولي في 1974، تحت إشراف الوزارة الفيدرالية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية. وتتولى الشركة كذلك تدبير برامج للتعاون لحساب مؤسسات أخرى: الوزارات الألمانية - بما فيها المكتب الفيدرالي للشؤون الخارجية، والوزارة الفيدرالية للدفاع، والوزارة الفيدرالية للاقتصاد والتكنولوجيات، والوزارة الفيدرالية للتربية والبحث - وكذا حكومات البلدان الأخرى، والمفوضية الأوروبية، ومنظمة الأمم المتحدة، والبنك الدولي.

ويشمل نطاق عمل الشركة الألمانية للتعاون الدولي مجموع التراب الألماني، فضلاً عن 130 دولة عبر العالم. ولها في ألمانيا مقران اثنان، أحدهما في بون والثاني في إيشبورن. وتشغل الشركة الألمانية للتعاون الدولي أكثر من 16000 مستخدم، 70% منهم في الخارج، كما تتوفر على 890 مستشارا في التنمية. وفي 2012، كانت لما مجموعه 542 خبير مندمج اتصالات عمل مع المنظمات والمقاولات في الميدان، واشتغل ما مجموعه 450 شابا متطوعا في إطار برنامج التطوع.

وتتوي الحكومة الألمانية العملَ على التقريب بين "التجارة الألمانية والاستثمار" Germany Trade and Invest وبين "شبكة الغرف التجارية والصناعية". وقد نشأت التجارة الألمانية والاستثمار نتيجةً لاندماج وكالة إنعاش الصادرات، ووكالة إنعاش الاستثمارات. كما أنّ فرنسا شرعت في تطبيق الشيء نفسه، سعياً إلى ترشيح الموارد، والاستفادة من مكتسبات مختلف وكالات الترويج والاجتذاب. وقد قرّرت فرنسا الجمع بين وكالة Ubifrance والوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية، باستلهام النموذج الألماني والإيطالي والهولندي والإنجليزي.

مقارنة بالمغرب

يختلف توظيف شبكة الغرف التجارية من قبل ألمانيا لتعبيد الطريق أمام التصدير والاستثمار اختلافاً بينا عن الاستفادة منها في المغرب، الذي يتوفر على عددٍ من الوكالات مثل الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات و"مغرب تصدير"، التي من شأن إدماجها أن يتيح الاستفادة من مكتسباتها وبلورة استراتيجية أكثر نجاعة للترويج للعلامة التجارية "المغرب".

والغرفة التجارية هي فاعل رئيس في ألمانيا، عكس ما هو الحال عليه في المغرب، حيث تعوق وضعيتها القانونية كل إمكانية للمبادرة.

وشبكة AHK، المزودة بموارد طبيعية وبشرية هامة من قبل الدولة، والممولة كذلك من قبل القطاع الخاص وعمليات بيع الخدمات وتقديم الاستشارة، تتيح لألمانيا تنظيم جهاز ترويجها في العالم وعلى ترابها، مع الهاجس المستمر المتمثل في رفع الإنجاز إلى حده الأقصى، والحد من الكلفة، وقياس الأعمال المنجزة قياساً ملموساً.

أما بالنسبة للمغرب، فيتعلق الأمر بقصد واعتدال في الميزانية وفي تخصيص الإمكانيات من قبل دولة غنية، وهو أمر غني بالدروس في ما تعلق بالقدرة على التكيف والانفعال المتمثل في الحفاظ على الموارد من أجل بناء المستقبل بناء سليماً.

أما على مستوى التعاون الدولي، فإن نظام المنحة التي تسلمها الوكالة المغربية للتعاون الدولي يعتبر في حد ذاته مبادرة مشجعة، لكنه غير كافي لإدماج المغرب في شراكة تنموية ذات فائدة في أعين شركائه. كما أن القضية الوطنية تبقى الهدف الأول لاستراتيجية التعاون، فلا تتدخل التجارة إلا في المقام الثاني. والاندماج ومثله التعاون الاقتصادي يشجعان تقاطع المصالح، مما من شأنه أن يتيح أيضاً للمغرب التمتع في منطقة اقتصادية مندمجة.

5. التدابير المحفزة على التصدير والاستثمار

على غرار ما يجري في أمريكا، وأدنى من ذلك قليلا ما يجري في فرنسا من خلال COFAC، وضعت ألمانيا المعلومة ومعالجتها وإغنائها في صميم استراتيجيتها الرامية للهيمنة التجارية العالمية.

هكذا فإن الثنائي المكون من Euler Hermes وPrice Waterhouse Coopers، يمثل نموذجا فريدا في العالم للشراكة بين القطاعين العمومي والخاص PPP.

فقد قامت الحكومة الفيدرالية، منذ 1949، بإصدار قرار تفويض يnaud بموجبه تديبر نظام ضمان الصادرات إلى شركتين، هما Euler HermesDeutschland AG وPwC. ومن يومها إلى الآن أصبحت شركة Euler Hermes قائدة لهذه الشراكة، وصار هذا النوع من التغطية معروفا لدى المقاولات الألمانية تحت اسم HermesCover.

ويتمثل دورها في تقديم الاستشارة للمصدرين والبنوك، حيث تقوم، بتعاون وثيق مع هؤلاء، بإعداد طلب التغطية للحكومة الفيدرالية من أجل التداول. حتى إذا جاء الإذن كان خبراء Hermes وPwC مستعدين لمواكبة المقاولات المؤمنة.

وأهم معايير منح الضمانة هي المقبولية في التغطية والتبرير المحتمل للعملية بالنظر إلى المخاطرة. هكذا تقرر الوزارة الفيدرالية للطاقة والتكنولوجيات في شأن مقبولية طلب معين للتغطية، وذلك داخل اللجنة الوزارية المشتركة IMC، بموافقة من الوزير الفيدرالي للمالية وبعد استشارة وزارة الشؤون الخارجية والوزارة الفيدرالية للتعاون الاقتصادي والتنمية.

أما على مستوى الصادرات، فإن ضمانات الحكومة توفر تغطية للتجارة الخارجية والاستثمارات، من أجل جعل الأخطار المصاحبة لذلك أكثر قابلية للتوقع وأسهل تديبرا. وقل الشيء نفسه عن ضمانات القروض للتصدير، ضد المخاطر (الاقتصادية) للمشتريين، والمخاطر (السياسية) للبلدان.

أما ضمانات القروض غير المشروطة فتدعم التمويل بالمواد الأولية لألمانيا، وتساهم في التنمية الاقتصادية في الخارج.

أما بخصوص المحور المتعلق بالاستثمارات، فإن الآلية تعتمد على 6 عناصر رئيسية:

- برنامج التحفيز على الاستثمار من خلال مساعدات نقدية (cash incentives package):
- نظام مركزي للتحفيز على الاستثمار: فالتجهيزات المستوردة أو التي يتم شراؤها محليا تحت "شهادة إنعاش الاستثمار" معفاة من الرسوم؛
- برامج عديدة لمنح المساعدات للبحث والتطوير، وقروض بنسب فوائد منخفضة، وبرامج خاصة للشراكة؛
- ضمانات خاصة بالاستثمار تحمي الاستثمارات الأجنبية المباشرة ضد المخاطر السياسية؛

- تحفيزات ترتبط بالعمل، وتلعب دورا هاما في الحد من الكلفة الميدانية التي تتحملها المقاولات الجديدة. وتقدم الوكالة الفيدرالية الألمانية للعمل Bundesagentur für Arbeit والمقاطعات الألمانية تشكيلة من برامج التحفيز في مجال الشغل؛
- تقترح ألمانيا نظاما تنافسيا لتضريب الشركات. ومعدل الأعباء الضريبية المفروضة على الشركات يقل عن 30%. أما في بعض المناطق، وبسبب النسب المختلفة للضريبة المهنية، فإن نسبة الضريبة تكون أقل من 23%.

مقارنة بالمغرب

إنّ المرونة والواقعية وسرعة الاستجابة والأفضلية للمعلومة المؤهلة، كلها أوراق حاسمة في الآلية الألمانية لتحفيز الصادرات والاستثمارات.

صحيح أن خيارات تاريخية قوية قد حددت هذا التوجه، مثل إرادة بناء شراكة أصبحت نموذجا للنجاح في مجال للتأمين ومعالجة المعلومة التجارية بهدف تقييم المخاطرة.

وفي هذا المجال، يأتي المغرب بعيدا خلف النموذج الألماني، وذلك خصوصا بسبب غياب التعاون بين الفاعلين المعنيين.

وعلى سبيل المثال، فإن قواعد معطيات الشركة الوطنية للتأمين على التصدير لا تتيح الولوج إلى معطيات مؤسسات عمومية أخرى، مثل مكتب الصرف وإدارة الجمارك على سبيل المثال. والنتيجة تقادم كبير للمعطيات لدى أولئك وهؤلاء، وغياب دعم تلك المعطيات، مما يعوق بناء قاعدة معطيات فعالة لتقييم المخاطر واستهداف المساعدات. والأسباب التي يذكرها الفاعلون لغياب التعاون هذا أسباب قانونية (الولوج إلى المعطيات الشخصية)، وبالإمكان حلها بكل سهولة.

قوى اقتصادية وتجارية صاعدة تسجل نموا قويا: شيلي وتركيا وماليزيا

الشيلي

1. نموذج الحكامة والتنسيق

يتميز النموذج الشيلي بحضور قوي لوزارة العلاقات الخارجية التي تتكفل بتنسيق عمليات الترويج التجاري للبلاد، من خلال وكالة PROCHILE، بشراكة مع جمعية المصدرين والغرف التجارية.

وتتوفر الشيلي على وزارتين تحددان التوجهات الاستراتيجية، هما وزارة العلاقات الخارجية ووزارة الاقتصاد والإنعاش والاقتصاد. فأما وزارة العلاقات الخارجية فتهتم بالسياسة الخارجة للشيلي، والدبلوماسية، والسياسة التجارية والاقتصادية الدولية للبلاد. وأما وزارة الاقتصاد والترويج والاقتصاد، فمكلفة بالسياسة الاقتصادية التنافسية للبلاد، وبدعم الموقع الاقتصادي الدولي للبلاد والحفاظ على نمو مستدام ومُنصف.

وتعد الإدارة العامة للشؤون الاقتصادية الدولية جزءاً من وزارة العلاقات الخارجية، وهي تفعل وتتسق السياسة الحكومية في ارتباط مع العلاقات الاقتصادية الدولية، وتقوم بتعزيز اندماج شيلي في العالم، من خلال إبرام اتفاقيات اقتصادية دولية وإنعاش صادرات البلد.

ومن جانب آخر، تقوم الهيئات العمومية والخاصة بتفعيل أعمال الإنعاش والدعم للمقاولات.

وعلى مستوى القطاع العمومي، تعد وكالة "بروشيل" الوكالة المكلفة بالترويج لصادرات المنتجات والخدمات الشيلية. وهي تساهم بالإضافة إلى ذلك في الترويج واجتذاب استثمارات أجنبية، وكذا في تنمية السياحة الوطنية. أما وكالة CORFO (وكالة التنمية والإنتاج)، فتساعد الاستثمار الوطني والتجديد. وأما CIE Chile (لجنة الاستثمارات الخارجية)، فتقوم بتنمية الاستثمارات الخارجية في شيلي. وأما ProPyme Chile، فتضع رهن إشارة المقاولات الصغرى والمتوسطة الشيلية المعلومات الحاسمة من أجل تنميتها.

أما على مستوى القطاع الخاص، فإن كونفدرالية الإنتاج والتجارة CPC⁵² هي الهيئة التمثيلية للمشغلين الشيليين. وقد تم إحداثها في 1934، ويشمل نطاق تدخلها ستة قطاعات: الفلاحة، والتجارة، والخدمات والسياحة، واستغلال المناجم، والبناء، والبنوك. وأما أعضاؤها فهم جمعيات وفيدراليات وفروع مهنية تمثيلية للأنشطة الإنتاجية والتجارية للبلاد. وهي تعمل من أجل إنعاش ونشر المبادئ الأخلاقية بين المقاولات، وتمثيل القطاع الخاص لدى السلطات العمومية ومختلف قطاعات المجتمع، وتنسيق برامج وأنشطة الفروع من أجل الدفاع عن مصالحها مع احترام كل واحد من شركائها. وطريقة تعاونها مع شركائها تتم من خلال:

• تقديم مبادرات واستشارات للقطاع العمومي\الحكومة، واقتراحات لتحسين القوانين، مع هدف يتمثل في الصالح العام؛

• الحفاظ على علاقات وثيقة مع النقابات والشغيلة والجامعيين ومراكز الدراسات ووسائل الإعلام؛

• تمثيل المشغلين في الغرفة التجارية الدولية، وفي المنظمة الدولية للمشغلين والمنظمة العالمية للشغل.

وتتمثل جمعية مصدري المنتجات المصنعة والخدمات ASEXMA Chile⁵³ أعضاؤها على المستوى الوطني ومن خلال لقاءات وتكوينات. وقد تم إحداثها في 1985، وهي تدافع عن مصالح الأعضاء لدى السلطات والمؤسسات المرتبطة بالتجارة الخارجية، وتصوغ توصيات حول كيفية تحسين مسلسل التصدير لدى السلطات العمومية.

أما جمعية المصدرين بشيلي ASOEX⁵⁴، فتعتمد على إنعاش ودعم منتجي الفواكه. وقد تم إحداثها في 1935، وهي تدبر كذلك تطبيق الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالمبيدات ومواد معالجة النباتات، كما تدبر اللجان التي تنظم

52 - اللائحة الكاملة متوفرة في الملحق www.cpc.cl/?lang=en

53 - لمزيد من المعلومات انظر www.asehma.cl

54 - لمزيد من المعلومات انظر www.asoex.cl

حسب الزراعة المعنوية (citrus, myrtilles, kiwi)، والمكونة من أهم الشركات المنتجة بالبلاد، مع هدف يتمثل في الترويج والرفع من صادرات هذه المنتجات والحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة.

وتجدر الإشارة إلى أن شيلي تعد أول مصدر للفواكه في نصف الكرة الجنوبي (50% من تجارة المنطقة). وتعمل الغرف التجارية الوطنية والثنائية (الفرنسية-الشيلية والألمانية-الشيلية وغيرها) على الرفع من معاملات المقاولات الشيلية. وقد تم إحداث المعهد الوطني للتجارة من قبل الغرفة التجارية الشيلية، وهو ينظم دورات تكوينية لفائدة المقاولات في قطاعات التجارة والخدمات والسياحة. وأخيرا هناك مؤسسة صورة الشيلي، التي تهتم بصورة البلاد وسمعتها على المستوى الدولي.

ومن جانب آخر، تجري الحكومة استشارات مستمرة مع القطاع الخاص والجمعيات المهنية والمجتمع المدني، وذلك من خلال عدد من الهيئات. ويتكون مجلس القطاعين الخاص والعام لتنمية الصادرات من موظفين داخل الهيئات المنخرطة في إعداد وتفعيل سياسة التجارة الخارجية، ومن رؤساء المقاولات الأعضاء في كنفدرالية الإنتاج والتجارة. أما أهدافه فتتمثل في دعم القدرات التصديرية لشيلي وتشجيع الحوار بين القطاعين العمومي والخاص. أما مجلس المفاوضات الدولية والتجارة الخارجية فهو أيضا ذو تركيبة تجمع بين القطاعين العمومي والخاص، وهو يعمل على استقاء آراء القطاع الخاص في موضوع المفاوضات. كما يحافظ القطاع العمومي كذلك على الحوار مع المركزية الوحيدة للشغيلة ومنظمات نقابية أخرى بخصوص مختلف المفاوضات التجارية التي تتخبط فيها شيلي.

مقارنة بالمغرب

يتبين من خلال نموذج الحكامة والتسييق شيلي أن هناك ثلاثة عناصر هامة تميز هذا البلد عن المغرب:

- مكانة كبرى للدبلوماسية الاقتصادية كأداة ترويج؛
- مؤسسة التشاور بين القطاعين العمومي والخاص في إعداد السياسات التجارية؛
- مؤسسة التشاور بين القطاعين العمومي والخاص في وضع السياسات التجارية؛
- الانخراط الكبير للقطاع الخاص في ترويج المنتجات الشيلية، بوجود كل من الجمعية العامة للمصدرين الشيليين والجمعية الخاصة بمصدري الخضار والفواكه.

أما في المغرب، فيوجد قطاع وزاري، هو قطاع الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي، مكلف بالترويج الاقتصادي.

ولا يتم التسييق بطريقة مؤسسية ولكن عبر شبكات هشة غير مهيكلة.

وتوجد في المغرب جمعية عامة للمصدرين المغاربة بأعداد قليلة من الأعضاء وبوسائل ضعيفة للعمل، بحيث يصعب عليها أن تقدم دعما حقيقيا للمقاولات.

ولا توجد في المغرب أيضا مؤسسة مماثلة لمؤسسة صورة شيلي التي تسهر على ترويج صورة إيجابية عن البلد وتضمن إشعاعه.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

تولي الشيلي أهمية خاصة ضمن الاستراتيجيات التي أعدتها في هذا المجال لتطوير الصادرات، مع التركيز على المنتجات ذات القيمة المضافة العالية، بفضل الابتكار وأيضاً تنمية الجهات. ويتم اعتماد مقارنة مواطنة تشاركية في إعداد وتفعيل الاستراتيجيات.

وتتبن أهمية عامل الابتكار من خلال أفراد استراتيجية خاصة به، وهي الاستراتيجية الوطنية للابتكار من أجل التنافسية التي تم إطلاقها سنة 2008، على يد رئيس الدولة، مع إحداث مجلس وطني للابتكار والتنافسية. وتتضمن هذه الاستراتيجية مجموعة من الإصلاحات والمبادرات الرامية إلى مضاعفة الدخل الفردي في شيلي في الفترة من 2020 إلى 2025.

ومن جانب آخر، أعدت الشيلي سنة 2010 خريطة طريق لتنمية جهاتها، تحت شعار "الشيلي تتقدم بتقدم كل جهاتها". وتستهدف هذه المبادرة إحلال اللامركزية تدريجياً، وإشراك الجهات في المسؤولية عبر نقل الاختصاصات.

وتراهن الشيلي أخيراً على المشاركة المواطنة، لهذا أطلق رئيس الدولة، سنة 2011، سياسة من أجل المشاركة المواطنة المسؤولة". وتستهدف أعمال المشاركة المواطنة تحسين فعالية ونجاعة السياسات العمومية، وخاصة عبر مراقبة مواطنة للأعمال المنجزة من قبل المؤسسات العمومية.

أما أهداف سياسة التجارة الخارجية للشيلي، فتتمثل فيما يلي:

• تعزيز الاندماج الاقتصادي للشيلي دولياً، بالمزاوجة بين تطوير الصادرات بفضّل أعمال الترويج، وحماية الاستثمارات؛

• تشجيع التنافسية وتعميم اعتماد التكنولوجيات الجديدة، استناداً إلى قواعد ثابتة ومراقبة متواصلة للممارسات غير المشروعة، مع إقرار سياسات لتعزيز آثار تلك التكنولوجيات الإيجابية والرفع من مساهمتها في العدالة الاجتماعية.

ولهذا الغرض، تم التوقيع على 20 اتفاقية تجارية مع 56 بلداً، مما يسمح لشيلي بالولوج إلى أكثر من 4,2 مليار مستهلك عبر العالم. ويجري هذا البلد مفاوضات منسجمة توجّهها رؤية واضحة، مع التركيز على الاتفاقيات التجارية الجهوية. وهناك 15 اتفاقية تبادل حر سارية المفعول، ببعضها قيد المصادقة (تايلاند، وفيتنام، وهونغ كونغ)، وبعضها موضوع تفاوض حالياً: اتفاقية الشراكة عبر المحيط الهادي⁵⁵، واتفاقية التجارة لمنطقة المحيط الهادي⁵⁶. وقد أبرمت الشيلي أيضاً أنواعاً أخرى من الاتفاقيات التجارية مع العديد من الدول:

• اتفاقية التكامل الاقتصادي: بوليفيا (1993)، وكوبا (2008)، والإكوادور (2010)، وسوق بلدان أمريكا الجنوبية (1996)، والبيرو (2009)، وفنزويلا (1993).

55 - أستراليا، وبنوني، وكندا، وماليزيا، والمكسيك، ونيوزيلاند، والبيرو، وسنغافورة، وفيتنام، واليابان.

56 - الشيلي، وكولومبيا، والمكسيك، والبيرو.

- اتفاقية شراكة اقتصادية: الاتحاد الأوروبي (2003)، والشركاء الأربعة (P4)⁵⁷ (2006)، واليابان (2007).
- اتفاقية الشراكة الجزئية: الهند (2007).

وقد عززت الشيلي استراتيجيتها الهادفة إلى إبرام اتفاقيات تجارية إقليمية، وتجلّى ذلك في إنجازها 92 % من تجارة السلع مع شركائها المفضّلين (مقابل 52 % سنة 2003). وتعمل شيلي على ضمان التدبير الحسن لاتفاقيات التجارة الإقليمية التي أبرمتها، عبر الاستعانة بنخبة من الخبراء التقنيين، مع الإبقاء على نفس الأشخاص المكلفين بالتفاوض حول الاتفاقيات وتبديريها.

وتتم المفاوضات الاقتصادية على يد لجنّتين اثنتين هما:

- اللجنة الوزارية المشتركة للمفاوضات الاقتصادية الدولية التي تواصل استشاراتها مع المؤتمر الوطني حول السياسة التجارية.

- لجنة مشاركة القطاع الخاص، وهي تمد القطاع الخاص بالمعلومات حول سير أعمال المفاوضات التجارية، وتتلقى ردود أفعال هذا القطاع وآراءه حول تلك المفاوضات.

وتحرص الحكومة الشيلية على التعريف بالاتفاقيات التجارية وتقريب محتوياتها لتستفيد منها المقاولات الوطنية. هكذا وضعت المديرية العامة للعلاقات الاقتصادية الدولية رهن إشارة المقاولين الشيليين مجموعة من الدلائل، ومنها: "دليل المصدرين: كيف السبيل إلى فهم وتوظيف الاتفاقيات التجارية بشكل أفضل؟"، و"دليل المصدرين: وسائل الحماية التجارية".

وتوجد وكالة التعاون للشيلي تحت إشراف وزارة العلاقات الخارجية. وقد أنشئت سنة 1990، وتقوم بتدبير العديد من مشاريع التعاون مع بلدان أمريكا الجنوبية، وأمريكا الوسطى في مجالات دعم التجارة، والتنمية، والحماية الاجتماعية، والحكامة، والأمن، والتربية، والثقافة، والبيئة، والطاقة، والصحة، والقطاعات المنتجة. وتتجز مشاريعها إما بمفردها، أو في إطار تعاون ثلاثي أو متعدد الأطراف. وتشارك شيلي في منظمة التعاون للتنمية الاقتصادية كعضو ملاحظ في لجنة المساعدة على التنمية، وتغني النقاشات بفضل تجربتها كبلد يستفيد من المساعدات الدولية ويقدم هو أيضا المساعدات لغيره من البلدان.

ويكمن الهدف من دعم التجارة في الرفع من حجم التجارة الخارجية، عبر تعزيز القدرات من أجل إعداد سياسات عمومية تجارية، والتفاوض حول الاتفاقيات التجارية، وتوظيفها، والاستثمار، والصادرات، ودعم المقاولات الصغرى والمتوسطة، بما في ذلك الإجراءات الأساسية للنمو وتعزيز التنمية الاقتصادية لأمريكا الجنوبية والوسطى.

مقارنة بالمغرب

تدرج الشيلي ضمن أولوياتها الابتكار، عبر استراتيجية خاصة بهذا الجانب، والجهوية، عبر وضع خريطة طريق لتنمية كل جهة على حدة. وتمكن هاتان الأولويتان من تطوير الصادرات ذات القيمة المضافة العالية، وتوسيع الدائرة الجغرافية للعرض القابل للتصدير.

أما في المغرب، فلا تحتل مسألة الابتكار سوى مكانة هامشية ضمن الاستراتيجيات القطاعية، أما الجهوية المتقدمة، فهي في طور الإعداد .

ومن الناحية الكمية، فإن عدد اتفاقيات التبادل الحر التي أبرمها المغرب تتجاوز تلك الموقعة من قبل الشيلي، 55 مقابل 15 سارية المفعول بالنسبة إلى الشيلي. ومع ذلك، فإن شيلي تراهن على الاتفاقيات التجارية الإقليمية، وتستفيد منها كثيرا لتطوير تجارتها مع بلدان المنطقة (92 من تجارة السلع مع شركائها المفضلين). وتتدخل وكالة التعاون الدولي في مساعدة البلدان الشريكة في أمريكا الجنوبية والوسطى في مجال التفاوض وتطبيق اتفاقيات التبادل الحر والرفع من حجم التجارة الدولية الإقليمية عموما . إضافة إلى ذلك، فعلى خلاف المغرب، تنظم شيلي مفاوضاتها التجارية عبر لجان للاستشارة، وتقوم بجهود كبيرة لتفسير الاتفاقيات التجارية الجارية للمقاولات، عبر مدهم بأدوات تمكنهم من الاستفادة منها .

3. أجهزة الترويج

يوظف مكتب النهوض بالصادرات "بروشيل" مجموعة من الأدوات لدعم تنمية صادرات المقاولات الشيلية، وخاصة صندوق النهوض بالصادرات وبرنامجا رائدا، وهو أرضية التمويل الجماعي⁵⁸ crowdfunding .

ويقدم الموقع الإلكتروني لمكتب النهوض بالصادرات معلومات وافية عن الاقتصاد والفرص في الشيلي. وإضافة إلى جرد مختلف الخدمات المقدمة للمقاولات المحلية المصدرة وللمستثمرين الأجانب، فإن الموقع يمكن المتفحص مثلا من طلب معلومات حول الاستثمار أو السياحة في الشيلي.

وإلى جانب أعمال الترويج التقليدية كالمشاركة في المعارض والصالونات والبعثات، فإن هذه الهيئة تتميز بإطلاق مبادرات مبتكرة تستهدف ترويج منتجات الشيلي وتحسين صورتها :

- **نكهات الشيلي:** أداة لدعم المقاولات المصدرة للمواد الغذائية والمشروبات الشيلية، عبر تنظيم مهام استكشاف الأسواق، وعقد لقاءات من أجل إقامة علاقات ثنائية بين المقاولات، وتنظيم حفلات عشاء لتذوق المنتجات الشيلية في الأسواق المستهدفة؛
- **رحلات "Chilean Wine Tour":** رحلات للتذوق وندوات متخصصة بهدف الترويج للخمر الشيلية في الخارج، مع معارض متنقلة للخمر الشيلية، ووجبات للتذوق لصالح المهنيين والمستهلك النهائي؛
- **مباراة للعلامات القطاعية:** مسابقة عمومية لتعزيز القطاع المنتج الوطني، عبر إنشاء علامة ممثلة لهذا القطاع (مثلا، سمك السلمون الشيلي، وفواكه شيلي،...). ويتم في إطار كل مشروع على حدة إعداد استراتيجية لخلق العلامة واختراق الأسواق الدولية؛
- **دعم المقاولات الصغرى والمتوسطة على مستوى التسويق وخلق العلامة وضمان موقع دولي للمنتجات الشيلية:**

- برنامج أرضية التمويل الجماعي (crowdfunding): تمويل تصدير المنتجات الشيلية عبر أرضيات تمويل جماعي. ويستهدف هذا البرنامج المقاولات الصغرى التي تسعى إلى اختبار قدرة منتجاتها على الوصول إلى الأسواق الدولية؛
 - صناديق تأهيل الصادرات: يتعلق الأمر ببرامج مختلفة لتمويل الصادرات (صندوق الفلاحة ومنتجات البحر، وصندوق الصناعة (ما عدا الصناعة الغذائية)، وصندوق الخدمات (خارج السياحة)، وصندوق القطاعات المجددة).
- إضافة إلى ذلك، ينظم مكتب النهوض بالصادرات دورات تكوينية لفائدة المقاولات عبر الأنترنت، ودورات تدريب (وضعيات مفترضة عبر تحديد مخططات أعمال للتصدير داخل مجموعات)، ومساعدات تهم الاستعداد لاختراق السوق (مهام تقنية موجهة، ومهام ملاحظة وأعمال ميدانية في الخارج الهدف منها ملاءمة المخططات التجارية للولوج إلى السوق الدولية). ويتوفر المكتب على مصلحة للتوجيه والمساعدة عن بُعد لإنجاز مشاريع التصدير، ولتقديم مختلف الأدوات التي يتوفر عليها المكتب لمساعدة المصدرين.
- ويتوفر المكتب أيضا على كاتالوغ خدمات لمساعدة المستوردين الأجانب، تشمل دليلا هاتفيا للاتصال بالمصدرين، وربط العلاقات، وتنظيم التظاهرات...

مقارنة بالمغرب

تتجز "مغرب تصدير" جزءاً من الأعمال التي يقوم بها مكتب النهوض بالصادرات في الشيلي.

غير أن المكتب يتميز عن "مغرب تصدير" في الجوانب الثلاثة الآتية:

- المقاربة المجددة لأعمال النهوض بالصادرات (مثلا، شيلي هو البلد الوحيد الذي يتوفر على أرضية ضخمة للتمويل الجماعي)؛
- اختلاف الخدمات المقدمة للمقاولات باختلاف نطاق عمل المقاول و حجمها (صندوق النهوض القطاعي، وغيره)؛
- التدريب المختص الموجه حسب الحاجيات الذي تستفيد منه المقاولات (وضعيات مفترضة ومساعدة على الاستعداد لولوج الأسواق الدولية، وغير ذلك).

إضافة إلى ذلك، فأعمال الترويج في شيلي تحقق هدفها المتمثل في إبراز علامات قطاعية وتكريس حضور الشيلي كرائد في بعض القطاعات (الخمير، والطبخ، والفواكه والخضر، وما إلى ذلك). كما أن المشاركة في هذه الأعمال تتم انطلاقا من معايير محددة، وفق مبدأ الانتقائية.

وفيما يخص المغرب، فأعمال الترويج غالبا ما تكون امتدادا للأنشطة التي تم إنجازها في السنوات السابقة، وليس هناك قياس لآثارها. إضافة إلى ذلك، فليس هناك انتقاء صارم للمقاولات التي تشارك في هذه الأنشطة.

4. الموارد المستغلة

ترصد شيلي مجموعة من الموارد المالية والبشرية لتطوير الصادرات. وتضطلع جمعية المصدرين الشيليين والجمعية من أجل تحسين صورة شيلي دورا مكتملا لما يقوم به مكتب النهوض بالصادرات.

ومن بين نقاط قوة مكتب النهوض بالصادرات توفره على 15 مكتبا وطنيا و54 مكتبا تجاريا عبر العالم. وتقدم المكاتب الموجودة بالخارج المعلومات التجارية للمقاولات الشيلية وللمستثمرين المحتملين. إضافة إلى ذلك، يشغل جهاز الترويج الشيلي 1100 مستخدما، كما أنّ الميزانية السنوية المخصصة للنهوض بالصادرات تبلغ 0,3 % من المبلغ الإجمالي للصادرات و0,1 % من الناتج الداخلي الخام.

وتضطلع جمعية المصدرين الشيليين بدور مكمل لما يقوم به مكتب النهوض بالصادرات. فإلى جانب الدفاع عن مصالح المصدرين لدى السلطات العمومية، فإنها تقدم التوصيات لتحسين عملية التصدير. وتتوفر على مدرسة للتكوين في مجال التجارة الدولية وعلى مركز للمواكبة في مجال إنشاء المقاولات. وتتظم بعض الأنشطة بتعاون مع مكتب النهوض بالصادرات. ولا تتلقى أي تمويل من الدولة، وميزانيتها تتأتى من مساهمات الأعضاء، ومن تنظيم التظاهرات، ومن واجبات تحتسب استنادا إلى عائدات المقاولات الأعضاء. وتشغل 33 مستخدما قارا، وفريق تسيير مشكل من 11 شخصا غير قار.

وتوجد بالشيلي 22 غرفة للتجارة الدولية لتطوير الأعمال بين شيلي والبلدان الشريكة. وإضافة إلى غرف التجارة الثنائية الأطراف، تتوفر شيلي أيضا على مؤسسات جهوية: الغرفة الدولية للتجارة، وغرفة التجارة لدول آسيا والمحيط الهادي، ومنظمة أورو الشيلي، والمؤسسة الشيلية للمحيط الهادي.

وهناك أخيرا مؤسسة صورة الشيلي التي أنشئت سنة 2009، ويتأسسها وزير العلاقات الخارجية. ومن بين الأعمال التي تنجزها، وضع تصور للطريقة المثلى لتقديم صورة شيلي في الخارج، عبر الترويج لهذا البلد خاصة على المستوى الاقتصادي، وإطلاق أعمال تواصل مدروسة موجهة لأهداف محددة خدمة لصورة البلد وسمعته، والتركيز على أكثر الجوانب إيجابية.

وتتوفر مؤسسة الشيلي على مديريةية " Chile Global " في الخارج تقوم بمبادرات وأعمال مكتملة لما تنجزه مؤسسة صورة الشيلي. يتعلق الأمر بشبكة مكونة من 500 كفاءة شيلية يقيمون بالخارج، وبأصدقاء الشيلي في 9 بلدان أجنبية. وهذه المديرية تعمل على إدماج شيلي في اقتصاد المعرفة.

مقارنة بالمغرب

إن الموارد البشرية والمالية والتنظيمية التي يرصدها المغرب للترويج الاقتصادي هي دون تلك التي توظفها الشيلي بكثير.

فهذا البلد يتوفر على العديد من وكالات الترويج على المستويين المحلي والدولي (15 محليا و56 دوليا)، أما في المغرب فلا وجود لأي مؤسسة من هذا القبيل. وقد أصبحت الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات، التي أنشئت مؤخرا، تتوفر قبل فترة قصيرة على بعض الفروع القليلة في 6 بلدان. وتقوم المراكز الجهوية للاستثمار الموجودة في كل جهة من جهات المغرب بدور شبك استقبال المستثمرين وجمعية المصدرين الشيليين مستقلة عن الدولة في تمويلها، عكس الجمعية المغربية للمصدرين.

ولا يوجد في المغرب سوى القليل من غرف التجارة الدولية مقارنة بشيلي (7 مقابل 22)، مع أن هذه الغرف تقوم بدور أساسي في تطوير العلاقات في عالم الأعمال.

وأخيرا، فإن شبكة كفاءات وأصدقاء شيلي في الخارج تعد نموذجا في نظر المنظمات الدولية. ومن المفروض أن يضطلع مجلس الجالية المغربية في الخارج بهذا الدور، ولكنه لا يضم في عضويته أصدقاء المغرب.

5. إجراءات تحفيزية على التصدير والاستثمار

وضعت الشيلي العديد من الإجراءات لتحفيز التصدير والاستثمار لصالح المقاولات الوطنية والدولية، وبعضها يخص المناطق النائية ومناطق التجارة الحرة.

وقد سنت الشيلي مجموعة مختلفة من إجراءات تحفيز الاستثمار موجهة لثلاثة أنواع من المناطق الجغرافية: المناطق النائية، ومناطق التجارة الحرة، ومراكز التصدير. وهناك منطقتان للتجارة الحرة في الشيلي، إحداهما في أقصى الشمال، والثانية في أقصى الجنوب.

ويسمح الاستثمار في بعض الميادين بالاستفادة من بعض الإعفاءات وبعض التخفيضات الضريبية: الأبحاث في موضوع التنمية، واستعمال التجهيزات الشمسية في البناء، والعقار، والأصول المادية العقارية، وأعمال التكوين وتشغيل اليد العاملة في المناطق النائية.

ويفضل برنامج "الشيلي أرضية للاستثمار" الذي تم إطلاقه سنة 2002، من قبل لجنة الاستثمارات الأجنبية ووكالة تنمية الإنتاج، يمكن للمستثمرين الأجانب أن يضعوا أرضية استثمارية في الشيلي، وإنجاز استثمارات في بلد آخر، مع الاستفادة من الإعفاء الضريبي على العائدات المترتبة عن هذه الاستثمارات.

وتتوفر مراكز التصدير في منطقتي أريكا وباريناكوتا على مخازن للسلع والتغليف والتسويق، معفية من حقوق الجمارك ومن الضريبة على القيمة المضافة على المنتجات الوطنية أو منتجات بلدان أمريكا الجنوبية الداخلة في تصنيع هذه الأخيرة.

وتستفيد المقاولات من مجموعة من التسهيلات على تمويل صادراتها، تقدمها وكالة تنمية الإنتاج. وتقرح العديد من شركات التأمين الشيلية تأمينات على قروض التصدير، لتغطية مخاطر عدم الأداء، بما في ذلك المخاطر السياسية.

وأخيرا، فإن الدولة تدعم نسبة 65 % من نفقات المقاولات المصدرة التي تتوفر على خطة أعمال في مجال التصدير. وهناك ثلاثة أنواع من مختلفة من الدعم حسب القطاعات (دعم محدد السقف حسب المنتج).

مقارنة بالمغرب

على مستوى الإجراءات التي تحفز التصدير، فإن كلاً من المغرب والشيلي يمنحان منتج عقود النمو للتصدير، ومنتجات للتأمين وتمويل الصادرات.

ويكمن الفرق بين البلدين في كون الشيلي يمنح منتجات تختلف باختلاف القطاعات، على مستوى عقود النمو للتصدير، بينما المغرب يمنح المنتج نفسه لمجموع القطاعات، مع اختلاف في مبلغ الدعم حسب حجم المقاول. وتتراوح نسبة الدعم المقدم في الشيلي ما بين 60 و65 %، بينما تبلغ في المغرب 80 % من النفقات المرصودة.

وتستهدف الإجراءات التحفيزية على الاستثمار بعض المناطق أو قطاعات الأنشطة بشيلي، ويصدق هذا الأمر على الأبحاث والمعدات الشمسية. ويستهدف المغرب أيضا بعض القطاعات التي تعتمد كثيرا على التكنولوجيا لاجتذاب المستثمرين الأجانب (صندوق الحسن الثاني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية الذي يمنح بعض الامتيازات لقطاعات صناعة السيارات والطائرات والإلكترونيات والنانو تكنولوجيات والتكنولوجيا الحيوية).

وأخيرا، فإن شيلي تحتضن أكثر من 4000 مقاول أجنبية من 60 بلدا، استقرت فوق ترابها. ويتوفر المغرب على 840 مقاول صناعية.

تركيا

1. نموذج الحكامة والتنسيق

يقوم نموذج الحكامة التركي على جهاز للربط ودعم السياسة الوطنية في مجال التصدير، وهو كتابة الدولة في التجارة (SCC) التي تسند إليها صلاحيات تحدها وزارة الاقتصاد المكلفة بوضع وتنظيم السياسة التجارية، أما توجهات السياسة الاقتصادية للبلد، فهي من اختصاص الوزارة الأولى التي توكل إلى وزارة الاقتصاد أمر تطبيقها. وبما أن السياسة الاقتصادية التركية موجهة في جزئها الأكبر نحو التجارة، فإن هناك ترابطا قويا بين السياستين الاقتصادية والتجارية. وتحدد كتابة الدولة في التجارة المحاور الكبرى في مجال التجارة الخارجية، وتوجه المفاوضات التجارية الدولية، وتضع المساطر. وتقوم وزارة الاقتصاد بتحديد "العلاقات التجارية والاقتصادية" -الشائبة ومتعددة الأطراف- المناسبة للصادرات، وتتوفر على أجهزة للدعم تقترح خدمات تكميلية:

- **جمعية مصدري تركيا (TIM):** اتحاد لمصدري 60 نشاطا جهويا وقطاعيا و26 قطاعا للتصدير. وتكمن مهمته الأساسية في ضمان التنسيق بين المصدرين وأصحاب القرار.
- **مجلس العلاقات الاقتصادية الخارجية (DEIK):** ويكمن دوره في تحسين علاقات تركيا الاقتصادية والتجارية والصناعية والمالية مع البلدان الأجنبية وأوساط رجال الأعمال الدوليين. ويقوم المجلس أيضا بمبادرات للنهوض بالصادرات وربط العلاقات الاقتصادية والتجارية.
- **البنك التركي إكسمبنك (Eximbank):** يعد الجهاز الرسمي لمنح القروض في مجال التصدير في تركيا، ويتمتع بالتمويض الرسمي لدعم التجارة الخارجية والمقاولين والمستثمرين الأتراك العاملين خارج تركيا. ويضع البنك رهن إشارة المصدرين منتجات مالية لتسهيل اختراقهم السوق الدولية.
- **وعلى مستوى القطاع الخاص،** فقد أنشئت الجمعية المهنية للصناعة التركية (TUSIAD) سنة 1971، من قبل مجموعة من رجال الأعمال والصناعيين، في ظل مناخ اقتصادي مطبوع بالركود، بهدف الدفاع عن مصالح عالم الأعمال. وتضم هذه الجمعية 11 لجنة يرأسها أعضاء المجلس الإداري، و33 فريق عمل تابع لهذه اللجان، و600 عضو يمثلون أكثر من 3500 مقالة.
- وتتوفر جمعية توسياد على تمثيلات في الخارج، وتقيم علاقات شراكة مع جامعات في مختلف مجالات البحث:
- تمثيلية دائمة في أنقرا في علاقة متواصلة بالبرلمان التركي من أجل التأثير في اتخاذ القرار وإعداد القوانين؛
- تمثيلية في بروكسيل تمكنها من الاتصال الدائم بالمؤسسات الأوروبية، ومندوبيات الدول الأعضاء، وأيضا ببعض مجموعات التفكير وجماعات الضغط في عين المكان؛
- تمثيلية في برلين مكلفة بإخبار الرأي العام بالتطور الذي تعرفه تركيا ومسار المفاوضات مع الاتحاد الأوروبي، وخلق تيار مؤيد لتركيا داخل النسيج الصناعي الألماني؛
- تمثيلية في واشنطن تقيم علاقات متينة مع مراكز بحث ومؤسسات شهيرة مثل "مجلس العلاقات الخارجية (Council on Foreign Relations)"، و"معهد بروكينغز (Brookings Institute)"، و"صندوق مارشال"، وهي مؤسسات تمارس تأثيرا كبيرا على وضع السياسة الأمريكية وتطويرها.
- وجمعية توسياد هي صاحبة فكرة إنشاء مجموعة التفكير الفرنسية التركية التابعة لمعهد اليوسفور، وتقيم علاقات مباشرة مع نظيرتها الفرنسية ميديف.
- وتتوفر توسياد على تمثيلية في بكين، مما يمكنها من تتبع تطور سوق البلدان الآسيوية الواقعة على المحيط الهادي.

مقارنة بالمغرب

تجعل تركيا سلطة اتخاذ القرار حكرا على وزارة الاقتصاد، مع دعم من الوزارة الأولى. وتسمح مركزية القرار هذه بتفادي تشتت الفاعلين وتداخل الاختصاصات.

إضافة إلى ذلك، فإن الوكالات والمؤسسات المختصة بالتدبير والنهوض به، محددة بدقة، مما يمكن من تنسيق الجهود وترشيد الميزانية وتخصص كل واحدة منها في مجال عملها الخاص.

وفيما يخص وكالات القروض للتصدير، فإن المغرب يوظف ضمانات القروض للتصدير كدعم للصادرات عبر الشركة المغربية للتأمين على التصدير (SMAEX). ومع ذلك، تظل عروض منتجاته وميزانيته محدودة.

وتتوفر تركيا على بنك أكسيم بنك الذي يعد من الوكالات النادرة لقروض التصدير التي تتخرط في أنشطة قروض مباشرة، وفي تفعيل أنظمة التأمين والضمان داخل المؤسسة نفسها. وفيما يتعلق بالقطاع الخاص، فإن مستوى التنسيق والتعاون النموذجي الذي تقوم به تسياد مختلف عن عمل الكونفدرالية العامة لمقاولات المغرب. ومن شأن النظر في طريقة تنظيم القطاع الخاص التركي ومهمة اللوبي التي يقوم بها دوليا، أن يكشف عن نقائص القطاع الخاص المغربي.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

تتوفر تركيا على استراتيجية قطاعية مخصصة فقط للتصدير، ويطلق عليها اسم "استراتيجية تركيا للتصدير 2023". وقد تم إطلاقها سنة 2009 من قبل وزارة الاقتصاد وجمعية مصدري تركيا (TIM).

ويتمثل الهدف الأساس لهذه الاستراتيجية في بلوغ حجم تصدير يناهز 500 مليار سنة 2023، وهو التاريخ الذي يوافق الذكرى المئوية لميلاد الجمهورية التركية. وتسعى تركيا إلى احتلال مكانة ضمن الاقتصاديات العشر الكبرى في العالم سنة 2023، بمعدل نمو قد يصل إلى 12 % من الصادرات سنويا. وتتصب هذه الاستراتيجية على أربعة جوانب رئيسية:

1. الأساسات:

ضمان استراتيجية حكامه فعالة، وتأهيل الموارد البشرية، وضمان ولوج سريع إلى معلومات ومعطيات دقيقة حول السوق، وتنسيق التعاون بين الفاعلين العموميين والخواص والمنظمات غير الحكومية.

2. المسلسل:

استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى تركيا، والتعريف عالميا بالمنتجات "المصنعة في تركيا"، وتشجيع البحث والتطوير والممارسات المبتكرة، واستحضار بعد الاستقلالية في المقتضيات القانونية والتنظيمية، وضمان استعمال فعال وناجح للأدوات المالية وأدوات التحفيز التجاري.

3. الرفع من التنافسية العالمية للمصدرين بفضل الريادة في العن والتكنولوجيا والابتكار، وتقديم حلول سريعة وفعالة للاستجابة لحاجيات المصدرين.

4. قيمة الصادرات

- الرفع من عدد المصدرين وتطوير القدرة على التصدير؛
- الرفع من القيمة المستدامة للصادرات، واختراق الأسواق المستهدفة التي تتطوي على إمكانيات كبرى والرفع من حصص السوق.
- وتنظم هذه الجوانب الأربعة حول أحد عشر هدفاً:
- إنجاز مشاريع في إطار البحث والتنمية، وتطوير التنافسية الدولية قصد الرفع من القدرة القطاعية للصادرات؛
- الرفع من عدد المشاركات الوطنية في المعارض الوطنية وفي المعارض والصالونات الدولية؛
- تفعيل استراتيجية قائمة على تنويع البلدان والقطاعات في تشكيلة الصادرات؛
- تركيز الأنشطة التجارية على الأسواق المستهدفة؛
- تعزيز قدرة التصدير لدى المقاولات الصغرى والمتوسطة؛
- الرفع من عدد العلامات التجارية التركية المعروفة عالمياً؛
- جعل استانبول مركزاً للعرض، وسوقاً مالية وعاصمة للموضة؛
- توفير الوسائل الضرورية لتعزيز الصادرات؛
- إنشاء وحدات للمساعدات القطاعية (تجمع مشكل من مجموعة مقاولات) لتعزيز التنافسية في الأسواق الدولية؛
- تحسين المنشآت اللوجستية التركية؛
- تطوير أدوات مالية جديدة للتصدير.
- وحتى يومنا هذا، فهناك 21 شراكة للتبادل الحر: الجمعية الأوروبية للتبادل الحر (1992)، وألبانيا (2008)، والبوسنة والهرسك (2003)، وشيلي (2011)، ومصر (2007)، وجورجيا (2008)، وإسرائيل (1997)، والأردن (2011)، وكوريا الجنوبية (2013)، ولبنان (2010)، ومقدونيا (2000)، وجزيرة موريس (2013)، والجبل الأسود (2010)، والمغرب (2006)، وفلسطين (2005)، وصربيا (2010)، وتونس (2005)، ...
- تضاف إلى ذلك الاتفاقيات الجاري التفاوض حولها مع أكثر من 30 بلداً: أكرانيا، وكولومبيا، والإكوادور، وماليزيا، ومولدافيا، وجمهورية الكونغو الديمقراطية، وغانا، والكاميرون، وسيشل، ومجلس التعاون الخليجي، وليبيا، والسوق المشتركة للجنوب (MERCOSUR)، وجزر فيروي، والبيرو.

ومن المقرر أن تبرم تركيا اتفاقيات للتبادل الحر مع الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، واليابان، وتايلاند، والهند، وإندونيسيا، وفيتنام، ودول أمريكا الوسطى، ومجموعة بلدان المحيط الهادي، والجزائر، والمكسيك، وإفريقيا الجنوبية. وهذا الانفتاح يجعل من تركيا بلدا حاضرا بقوة في أربع قارات، انطلاقا من اعتبار تحرير التجارة الخارجية فرصة للنهوض بصناعاتها.

ويتوفر شركاء تركيا في إطار التبادل الحر على نسبة 9,5 % من حصة سوق التصدير، و4,5 % من حصة الواردات، بفائض تجاري يناهز 3,9 مليار دولار. وقد ارتفعت في سنة 2012 صادرات التبادل الحر مع الأردن ومصر وبلدان الجمعية الأوروبية للتبادل الحر. إضافة إلى ذلك، تتوفر تركيا على 7 شركاء ضمن الدول الأربعين الأكثر استقطابا للصادرات (مصر، وإسرائيل، وسويسرا، وجورجيا، والمغرب، ولبنان، وتونس).

وقد قاربت الصادرات نحو الشركاء الذين ترتبط معهم تركيا باتفاقيات التبادل الحر 2,2 مليار دولار سنة 2000، وارتفعت إلى 14,5 مليار دولار سنة 2012، أما الواردات من نفس الفئة من الدول، فقد ناهزت 2,8 مليار دولار في 2000، وارتفعت إلى 10,7 مليار دولار سنة 2012. وما بين 2000 و2012 ارتفعت نسبة الواردات بما يناهز 380 %. والواردات من الشركاء ضمن اتفاقيات التبادل الحر بنسبة 240 %. وخلال الفترة نفسها، ارتفعت نسبة الصادرات الإجمالية لتقارب 446 %، والصادرات إلى هذه الفئة من الدول بنسبة 551 %.

ومن بين المهام المسندة إلى المديرية العامة للواردات، الدفاع عن مصالح المنتجين الوطنيين في وجه الواردات التي تلحق ضررا بفرع المنتجات الوطنية. وفي هذا الصدد تستعمل هذه المديرية وسائل الحماية التجارية (ضد الدعم وضد التحايل على القوانين وضد إغراق السوق والمحافظة) في انسجام وقواعد منظمة التجارة العالمية والتشريع الوطني، وتقوم بتتبع تطبيق هذه الإجراءات.

وتقوم وكالة التعاون والتنمية التركية (TIKA) بوضع أسس التعاون الاقتصادي مع البلدان المستهدفة، وتسهر على تطوير علاقات اقتصادية وتجارية وتقنية واجتماعية وثقافية وتربوية معها، مع الحرص على تنسيق عملية تفعيل البرامج.

وتسهر أيضا على إعداد البنيات التحتية الاقتصادية ودعم البرامج الضرورية للبلدان والجماعات المتعاون معها. وتقدم مساعدات في مجالات من قبيل النمو الاقتصادي، وإعداد وتطوير مناخ مناسب للاستثمار، والحد من البطالة والفقير، ونقل تكنولوجيات الإعلام، وتديبير الموارد الطبيعية والبيئية. وتقدم أيضا دعما لهذه البلدان في مجال تأهيل الموارد البشرية وتحسين القدرات المؤسسية.

مقارنة بالمغرب

تتوفر تركيا على استراتيجية قطاعية خاصة بالتصدير، تتناسب وتوقعاتها في مجال النمو والرفع من عدد اتفاقيات التبادل الحر.

تم إعداد هذه الاستراتيجية بتعاون مع القطاع الخاص لتمكينه من أجرأة أفضل لأعماله، مع الأخذ بعين الاعتبار حاجياته الميدانية.

تعتبر تركيا التجارة الخارجية محركا للنمو، لهذا تكيف اقتصادها انطلاقا من هذه الرؤية. وتعتمد إلى تنوع شركائها حسب نوعية صادراتها.

لا يأخذ المغرب بعين الاعتبار أهمية البلدان الناشئة ضمن استراتيجيته لتوسيع اتفاقيات التبادل الحر. وينبغي أن يصبح الاندماج الإقليمي للمغرب في منطقة اقتصادية معينة إحدى الأولويات في رؤيته المتعلقة باتفاقيات التبادل الحر.

من شأن تعزيز الموقع الإقليمي للمغرب أن يمكنه من بناء نفسه كقوة جامعة موحدة، قبل الانطلاق في عملية اختراق أسواق أكبر، ذلك أن موقع المغرب الحالي واقتصاده ونوعية صادراته لا يمكن أن تصمد في وجه القوى الاقتصادية الكبرى الأوروبية والأمريكية التي يرتبط المغرب معها باتفاقيات تبادل حر.

3. أجهزة الترويج

تتكفل كتابة الدولة في التجارة وجمعية المصدرين الأتراك ومجلس العلاقات الاقتصادية الخارجية بترويج الصادرات التركية. وتتمثل أنشطة الترويج التي تقوم بها كل من كتابة الدولة وجمعية المصدرين فيما يلي:

- تنظيم مشاركة المقاولات التركية في معارض دولية؛
- القيام بعملية "البحث عن فرص التجارة والأعمال" (Business Opportunities Bulletin Board)؛
- إنشاء أرضيات إلكترونية على الأنترنت ونشر الإصدارات؛
- عرض المنتجات التركية القابلة للتصدير؛
- تكوين المستشارين.

ويعد مجلس العلاقات الاقتصادية الخارجية هيئة متعددة الوظائف في خدمة ترويج الصادرات. وتتعاون مع المنظمة العالمية للتجارة والبنك العالمي والصندوق الأوروبي لإعادة البناء والتنمية والبنك الإفريقي للتنمية ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والوكالة متعددة الأطراف لضمان الاستثمارات والبنك الإسلامي للتنمية، بهدف خلق فرص لرجال الأعمال الأتراك.

وينظم المجلس أيضا مؤتمرا سنويا في واشنطن، بالاشتراك مع المجلس الأمريكي التركي (ATC)، مخصصا للعلاقات بين تركيا والولايات المتحدة الأمريكية، و"المؤتمر حول الاستثمار" سنويا أيضا في نيويورك. وينظم أيضا "المؤتمر الألماني حول الاستثمار والتعاون" ومؤتمر لندن حول المالية والاستثمار" سنويا في لندن. وتضطلع الوزارة الأولى هي أيضا بدور هام في ترويج الصادرات التركية، عبر "المنتدى التركي-العربي"، برئاسة الوزير الأول التركي.

وينشر المجلس مجموعة من الإصدارات مثل "كيفية الانطلاق في عالم الأعمال: دليل المستثمر في تركيا" و"أفاق تركية". كما يتم إعداد مجموعة من الدلائل المساعدة في مجال الأعمال والتجارة وتقارير مختلفة حول كل قطاع على حدة. وتوجد مواقع على الأنترنت تؤدي نفس الهدف، ومنها: www.healthinturkey.org لتعزيز السياحة الطبية، وموقع www.dtik.org.tr الذي يمكن المقاولين الأتراك من التواصل فيما بينهم في مختلف مناطق العالم، عبر بوابة مشتركة. وموقع www.turkey-now.org الذي يقدم معلومات عن الاقتصاد التركي ويوجد أيضا موقع باللغة الروسية، وهو www.delovayaturtsia.org.

ويشرف هذا المجلس على مجالس المقاولات ويقوم بتنسيق علاقاتها بباقي مؤسسات القطاع الخاص والسفارات والوزارات. وهو مسؤول أيضا عن تنسيق والإشراف على كل العلاقات مع المؤسسات الاقتصادية والمالية والجامعات الدولية. ويوجد مقره باستانبول، وله مكاتب تمثله في واشنطن وموسكو وأنقرا.

مقارنة بالمغرب

إلى جانب أنشطة الترويج التي تقوم بها تركيا بانتظام، من قبيل المشاركة في معارض دولية، وتدريب أطرها، وإصدار المطويات والمنشورات التعريفية، يهتم هذا البلد بتسليط الضوء على منتجاته وإنتاج معرفة حولها، عبر دراسات قطاعية ومعلومات حول الفرص المتاحة التي تفيده المصدرين وتوجه خياراتهم. ويعد جمع المعلومة عنصرا محوريا في استراتيجية التصدير.

أما المغرب، فليس حاضرا في مجال سوق إنتاج المعرفة المتعلقة بمنتجاته، فهو يقتصر على التقنيات التقليدية في هذا المجال، من قبيل المشاركة في المعارض المهنية وبعض مهام استكشاف الأسواق وتبين فرص اختراقها.

توظف تركيا جماعات الضغط عبر استهداف المراكز المالية الاستراتيجية، مثل نيويورك ولندن، حيث تنظم هناك مؤتمرات سنوية من مستوى عال، ولا تنسى المارد الصناعي الألماني، سعيا إلى الترويج لصادراتها. كما أن المنتدى التركي العربي ينظم برئاسة الوزير الأول، وهي نقطة تحسب لصالح الدبلوماسية التركية في مجال الاقتصاد.

نظرا لعائق اللغة، لا يعمد المغرب إلى استهداف أسواق الدول الناشئة، لهذا يظل منحصرًا في دائرة ضيقة لا تتطلب أي عناء أو اجتهاد، ويكتفي بتنظيم مؤتمرات في بلدان تضم عددا كبيرا من المغاربة المقيمين بالخارج، مثل فرنسا. إضافة إلى ذلك، فالقليل فقط من الأشخاص في المغرب الذين يتقلدون مناصب المسؤولية يتقنون اللغة الإنجليزية، مما يتطلب توفير فريق من المترجمين.

4. الموارد المستغلة

تتوفر تركيا على شبكة دولية من المستشارين المتخصصين الذين يجمعون وينتقون وينشرون المعلومات. وتضم كتابة الدولة في التجارة 149 موظفا يعملون في الفروع الوطنية والإقليمية. وتتوفر وزارة الاقتصاد على 183 ممثلا في الخارج في 105 مدينة عبر العالم.

وقد أنشئت جمعية المصدرين الأتراك سنة 1993، ويبلغ عدد أعضائها 4800، وتشغل ما بين 20 و40 شخصا، حسب الجهات. وينضوي تحت لوائها 13 جمعية جهوية للمصدرين و23 جمعية للمصدرين القطاعيين. ويكمن دورها في تنسيق مصالح المصدرين الأتراك والدفاع عن مصالحهم. ولا تتلقى أي مساعدة أو تمويل من الحكومة التركية. و90% من ميزانيتها مصدره العمولات على رقم معاملات قطاع التصدير، أما نسبة 10% المتبقية، فتتأتى من مساهمات الأعضاء.

وتعد الجمعية العامة أعلى هيئة تقريرية للجمعيات. وتنتخب كل سنتين مجلسا إداريا من 9 أعضاء، ومجلس رقابة من 3 أعضاء.

وقد أنشئ مجلس العلاقات الاقتصادية الخارجية سنة 1986، ويضم 750 عضوا، و42 هيئة مؤسّسة، و115 مجلسا للمقاولات، و129 ممثلا تجاريا، و3 تمثليات في أنقرة وواشنطن وموسكو، إضافة إلى استانبول. ويكمن دورها في مساعدة المقاولات التركية في البلدان الأجنبية، وتمثيل القطاع الخاص في مجال العلاقات الخارجية. وللمجلس حضور في 108 بلدان، عبر 8 مقرات عامة إقليمية: إفريقيا، وأمريكا، وبلدان آسيا-المحيط الهادي، وأوراسيا، والاتحاد الأوروبي، وأوروبا الجنوب الشرقي، وبلدان الخليج والشرق الأوسط.

وتتشكل مجالس الأعمال أو مجالس أعمال مجلس العلاقات الاقتصادية الخارجية بناء على اتفاقيات تعاون مع المجالس الأجنبية النظرية، بهدف النهوض بالعلاقات مع هذه الدول في مجال الأعمال. وتتكون مجالس الأعمال من طرفين: الطرف التركي والطرف الثاني مؤسسة مماثلة في البلد المعني، ويتعلق الأمر عموما بهيئة تمثل القطاع الخاص. وبفضل هذه المجالس، يقيم مجلس العلاقات الاقتصادية الخارجية تعاوننا مؤسسيا مع البلدان المعنية. وهناك ثلاثة أنواع من مجالس الأعمال: مجالس حسب البلد، ومجالس حسب القطاع، وأخرى حسب الاستعمال.

أنشئت وكالة التعاون والتنمية التركية سنة 1992، بمرسوم صادر عن مجلس الوزراء، في أعقاب انهيار الاتحاد السوفياتي، وتفكك مجموعة الدول المستقلة (CEI). وقد تمكنت الوكالة، بفضل تركيز نشاطها على البلدان المجاورة، من تعزيز موقع تركيا داخل بلدان الشرق التي كانت جزءا من الإمبراطورية العثمانية، قبل أن توسع نشاطها إلى مناطق جغرافية أخرى. وتسعى الوكالة إلى تعزيز الأهداف السياسية الخارجية التركية، وهي تابعة مباشرة لنائب الوزير الأول التركي.

وتتوفر وكالة التعاون والتنمية التركية على 33 مكتبا للتنسيق، ولها حضور في 100 بلد. وقد تمكنت سنة 2012 من جمع مليار دولار أمريكي لإنجاز برامجها.

مقارنة بالمغرب

تعد جمعية المصدرين الأتراك مؤسسة خاصة مكونة من 48000 عضو، وتتشكل ميزانيتها من مساهمات هؤلاء الأعضاء، مما يعبر عن إرادة القطاع الخاص الراسخة في المبادرة والفعل، وتنظيم نفسه والدفاع عن مصالحه على المستوى المحلي والدولي.

على المغرب أن يشجع القطاع الخاص على القيام بمبادرات، ويعمل على مساعدته على تنظيم نفسه تنظيمًا جيدًا. ولا تضم جمعية المصدرين المغاربة سوى 120 عضوًا، وهو رقم ضعيف ليس له أي شأن على المستوى الدولي. وعلى هذه الجمعية أن تحفز المصدرين على الالتحاق بصفوفها وعلى تأدية واجب الانخراط.

لا تتوفر جمعية المصدرين المغاربة على مكاتب في الخارج، نظرًا لضعف شبكته نسبيًا مقارنة بنظيرتها التركية.

تمكنت جمعية المصدرين الأتراك من تعزيز موقعها كجماعة ضغط حول المنتجات المصنعة في تركيا، بفضل إنشاء شبكة من العلاقات مع المؤسسات الدولية.

تكتفي جمعية المصدرين المغاربة بتنظيم بعض القوافل والمشاركة في المعارض الدولية.

ليست وكالة التعاون التركية مجرد سلطة تابعة، بل إنها شريك حقيقي للحكومة التركية، حيث تساهم في التوسع الاقتصادي لتركيا، وتتعاون تعاونًا وثيقًا مع الحكومة التركية لتحقيق الأهداف السياسية الخارجية لتركيا.

5. إجراءات تحفيزية على التصدير والاستثمار

اتخذت تركيا مجموعة من الإجراءات التحفيزية لتطوير اقتصادها وتشجيع الاستثمارات والصادرات. فعلى مستوى التصدير، أقامت نظامًا ضريبيًا محفزًا يسمح للمقاولات باستيراد مواد أولية بنسب تفضيلية، وتحويلها إلى منتجات جاهزة وتصديرها.

ويعد نظام الإنجاز النشط (IPO) نظامًا يمكن المصدرين الأتراك من الحصول على مواد أولية، ومواد غير جاهزة وسيطة تستعمل في إنتاج مواد للتصدير، دون تأدية واجبات الجمارك ودون الخضوع لمساطر السياسة التجارية.

ويعد الحصول على ترخيص IPO، يتعين على المصدر أن يستورد السلع المذكورة في الترخيص ويصدرها بعد تحويلها. ويتمثل الهدف الأساسي لهذا النظام في المحافظة على أسعار المواد الأولية في مستوى مثيلتها في الأسواق الدولية، وتعزيز تنافسية المصدرين الأتراك.

وفي مجال الاستثمارات، تعطي تركيا الأولوية للجهات التي يتعين تطوير قدراتها، عبر سن العديد من الأنظمة المحفزة على الاستثمار:

- النظام العام للتحفيز على الاستثمار: تعفى المعدات التي تم استيرادها أو شراؤها محليا في إطار "شهادة النهوض بالاستثمار"؛
- النظام الجهوي للتحفيز على الاستثمار: تحدد القطاعات التي يتم تمويلها في كل جهة طبقا للإمكانيات الجهوية ولمستوى الاقتصاد الوطني، ويحتسب الدعم انطلاقا من مستوى تطور الجهات؛
- نظام التحفيز على الاستثمار في المستوى الواسع: هناك 12 مشروعا استثماريا يتم إنجازه داخل هذا النظام، بهدف تشجيع التطور التكنولوجي في تركيا، وتعزيز البحث والتنمية والتنافسية؛
- نظام التحفيز على الاستثمار الاستراتيجي: تشجيع الاستثمارات ذات التكنولوجيا العالية والقيمة المضافة الكبرى الكفيلة بتعزيز التنافسية الدولية لتركيا.

وتوجد بتركيا 9 مناطق حرة موزعة على مختلف المناطق، مع التركيز على بعض المناطق ذات الأولوية في مجال التنمية: استانبول أتانورك إيرورت، وأنطاليا، وكوكايلي، وأفروبا، ومرسين، وبورسا، وإزمير، وتوبتاك-مام، وأدانا-يومورتاليك. وهذا النظام يمكن الدولة من توفير الموارد المالية لتنمية الجهات والحد من التفاوتات، مع استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

مقارنة بالمغرب

يمنح النظام المغربي للتحفيز على الاستثمار امتيازات للمناطق الحرة. ويقدم تسهيلات للمجموعات الأجنبية الكبرى لتستقر في المغرب وتعمل على خلق فرص للشغل في المناطق الحرة. ومع ذلك، فإن المقاولات المغربية لا تستفيد إلا قليلا من هذه الامتيازات.

من شأن تشجيع الاستثمار الداخلي أن يمكن المقاولات المغربية من استغلال المناطق الحرة لإنتاج سلع أكثر تنافسية عند التصدير.

تقدم كل من تركيا والمغرب قروضا للتصدير لمساعدة المصدرين على الانخراط في أسواق تنطوي على مخاطر. وتمكن قروض التصدير من تقديم تأمينات للمصدرين، وتقليص هامش المخاطرة في حالة عدم نجاح الاستثمار.

ماليزيا

1. نموذج الحكامة والتنسيق

يتميز النموذج الماليزي بحضور قوي للحكومة في إعداد استراتيجية التصدير والتعريف بالصادرات والترويج لها. وتختص وزارة التجارة والصناعة بتطبيق هذه الاستراتيجية، بتعاون مع وكالات النهوض بالصادرات (MATRADE) والاستثمارات (MATRADE)، والقطاع الخاص لتنسيق برنامج دعم المقاولات الصغرى والمتوسطة عبر "SME Corp".

ويخضع أغلب الفاعلين الماليزيين في مجال التصدير إلى رئاسة مزدوجة، بممثل عن القطاع العمومي وآخر عن القطاع الخاص، وتنشط في قطاعات متعددة. وبفضل هذه الرئاسة المزدوجة، يتم التعرف أفضل على حاجيات القطاع الخاص وإعداد سياسات متناسبة مع الواقع الميداني. وقد شجعت الدولة على إنشاء مختلف الفيدراليات القطاعية، وتخضع كلها لتدبير مزدوج، وتضطلع بدور جماعة ضغط لدى الحكومة، للتعبير عن مصالح الصناعيين. ووعيا من ماليزيا بالدور السلبي للبيروقراطية كعائق أمام الاستثمار وإنشاء المقاولات، فإنها استحدثت "فرق عمل خاصة (PEMUDAH)"، تابعة للوزير الأول، ومكلفة بالتخفيف من الإجراءات البيروقراطية وتحسين مناخ الأعمال. ويتمثل دورها فيما يلي:

- إطلاق مبادرات مشتركة بين الوزارات لتحسين الطريقة التي تقنن بها الحكومة عمل المقاولات؛
- يتكون الفريق التابع مباشرة إلى الوزير الأول من 23 مختصا ينتمون إلى القطاعين الخاص والعمومي؛
- يتأسس الفريق كل من الكاتب العام الأول لحكومة ماليزيا ورئيس "فيدرالية المصنعين الماليزيين" (FMM).

أنشأت ماليزيا مجلسا وطنيا لتطوير المقاولات الصغرى والمتوسطة، امتدادا لفلسفتها القائمة على اعتبار هذه المؤسسات المنطلق الأساسي لاستراتيجيتها التنموية الصناعية. ويتأسس هذا المجلس الوزير الأول، ويقوم بدور النهوض بالمقاولات الصغرى والمتوسطة.

ويتم التنسيق مع مؤسسة "تمويل التطور الصناعي لماليزيا" (MIDF) لوضع آليات تمويل ودعم المقاولات الصغرى والمتوسطة، بهدف ضمان الولوج إلى التمويل. ومن بين أكبر الفاعلين في مجال التمويل، يوجد "بنك المقاولات الصغرى والمتوسطة" (SME Bank)، ويقوم بدور تطوير المقاولات لكي تصبح محركا للنمو الاقتصادي للبلد، في انسجام وتكامل مع السياسة الاقتصادية للحكومة.

وتعد ماليزيا منذ 1961 سياستها الاقتصادية وتفعيلها وتتبع تطبيقها عبر وحدة التخطيط الاقتصادي (EPU) التابعة مباشرة للوزارة الأولى.

ويوجد في ماليزيا العديد من الفيدراليات القطاعية التي تقوم بدور جماعة ضغط لدى الحكومة:

فيدرالية المصنعين الماليزيين، وهي أهم جمعية مهنية في ماليزيا، بأكثر من 2500 عضو. وقد أنشئت سنة 1968، بمبادرة من المقاولين، وتضم ثمانية فروع وطنية وتمثليتين. وتقدم مجموعة من الخدمات من قبيل المساعدة وتعزيز شبكة الأعمال والإصدارات والدورات التكوينية والاستشارة في مجال الموارد البشرية والعلاقات الصناعية والسياسات والمساطر الجمركية.

فيدرالية المشغلين في ماليزيا، وهي منظمة مركزية للمشغلين في القطاع الخاص. وقد أنشئت سنة 1959 للدفاع عن حقوق ومصالح المشغلين. وهي بمثابة منتدى للاستشارة والنقاش بين الأعضاء ومعالجة قضايا المصلحة العامة، وتهدف إلى تبني مبادئ وسياسات موجهة في مجال الموارد البشرية والعلاقات الصناعية، بفضل توفير المعلومة والاستشارة والبحث والتكوين. ويتم تحديد مبلغ الاشتراكات السنوية حسب عدد المشغلين في كل مقولة ترغب في الالتحاق بالفيدرالية.

الجمعية الماليزية لصناع اللدائن، وقد أنشئت سنة 1967. وتعد الممثل الرسمي لقطاع اللدائن في ماليزيا لدى الحكومة، وتقدم أراضيات لمساعدة أعضائها على الرفع من تنافسيتهم على المستوى الدولي. وتضم 900 عضو تقريبا يمثلون 60% من منتجي اللدائن في البلد، كما أن أعضائها ينتجون 80% من الحجم الإجمالي من اللدائن المنتجة في ماليزيا.

الجمعية الماليزية لمصنعي النسيج: أنشئت سنة 1973 كشركة ذات مسؤولية محدودة. وهي الممثل الرسمي المعترف به لقطاع النسيج في ماليزيا. ومصدر تمويلها الوحيد هو اشتراكات أعضائها، ومصاريف الالتحاق والفائض المتأتي من الأنشطة النوعية التي تقوم بها. وينتمي أعضاؤها إلى كل قطاعات صناعة النسيج واللباس، من ألياف وغزل وحياسة وصناعة الملابس الجاهزة والمنسوجات الصناعية.

مقارنة بالمغرب

يتبين من خلال النظر في طريقة تنظيم حكامه السياسات التجارية الماليزية وجود ثلاثة عناصر وازنة بارزة تتناقض كلياً مع ما يعرفه المغرب في هذا المجال:

- حضور قوي للوزارة الأولى في وضع وأجراء الاستراتيجيات، مما يضيف المشروعية على المشروع؛
- تركيز كبير على التعاون بين القطاعين الخاص والعمومي، مما يسمح بالتطبيق العملي للاستراتيجيات المسنودة بتوصيات ملموسة وقابلة للتحقيق؛
- إعطاء الأولوية للمقاولات الصغرى والمتوسطة، من أجل إعداد منتجات قابلة للتصدير، والاستعداد لما يأتي به انفتاح السوق على الخارج.

أما المغرب، فيتميز بوجود عدد كبير من الفاعلين المتدخلين في القطاع، مما يؤدي إلى تداخل الاختصاصات والتباسها. ويتجلى هذا الأمر في تشتت الفاعلين ووضع عدة استراتيجيات قطاعية. وفيما يخص التنسيق بين الفاعلين، فإنه يتم أيضاً بطريقة غير منتظمة، عبر آليات غير مؤسسية في أغلبها، وبالتالي تظل مرتبهة بالرغبة الذاتية في التعاون لدى الفاعلين.

وعلى مستوى الجمعيات المهنية، فأغلبها تكونت في ماليزيا بطريقة عفوية، بهدف تمثيل مصالح المعنيين لدى الحكومة، وتعزيز شبكاتها من أجل جعل أعمالها ذات مردودية. وهذه الجمعيات تمول ذاتها بذاتها، وتصبح بالتالي مخاطبا وازنا أمام الحكومة.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

تطور ماليزيا استراتيجيتها الصناعية الوطنية انطلاقاً من "المخطط الصناعي الضخم الثالث" (2006-2020)، لتحقيق أربعة أهداف كبرى:

1. القطاعات المنتجة:

تحقيق نسبة نمو تبلغ 5,6%، والمساهمة بنسبة 28,5% في الناتج الداخلي الخام سنة 2020، مع استثمارات إجمالية بمبلغ 125,2 مليار دولار (8,3 مليار دولار سنوياً).

2. الخدمات غير الحكومية:

تحقيق نسبة 7,5% من النمو، و59,7% في الناتج الداخلي الخام سنة 2020، واستثمارات إجمالية تناهز 209 مليار دولار (14 مليار دولار سنوياً).

3. التجارة الخارجية:

مضاعفة التجارة عموماً ثلاث مرات ما بين 2005 و2020، لتنتقل من 293 مليار دولار إلى 850 مليار دولار.

4. الإنتاجية:

تحقيق نسبة 2,6% من النمو سنوياً للإنتاجية الإجمالية للعوامل، والمساهمة بنسبة 41,4% في الناتج الداخلي الخام في أفق 2020.

وتتظم هذه الأهداف الأربعة الكبرى حول عشرة مراحل أساسية:

- تعزيز موقع ماليزيا كقوة اقتصادية كبرى؛
- خلق استثمارات في مناطق النمو المستهدفة؛
- إدماج الشركات الماليزية في الشبكات الإقليمية والدولية؛
- ضمان النمو الصناعي كي يساهم في توزيع عادل وتنمية جهوية أكثر توازناً؛
- المحافظة على مساهمة قطاع التصنيع في النمو؛
- موقعة قطاع الخدمات كمصدر أساسي للنمو؛
- تسهيل تطوير وتطبيق التكنولوجيات ذات الطبيعة المعرفية القوية؛
- تطوير العنصر البشري المبدع والمبتكر؛
- تعزيز دور مؤسسات القطاع الخاص؛
- خلق مناخ عملي إجرائي أكثر تنافسية لصالح المقاولات.

ويستهدف "المخطط الصناعي الضخم الثالث" تمكين ماليزيا من الانتقال من وضعية النمر (البلدان المصدرة الجديدة) إلى جانب تايلاند وإندونيسيا وفيتنام والفلبين، إلى وضعية التين (البلدان المصنعة الجديدة)، على غرار تايوان وهونغ كونغ وكوريا الجنوبية وسنغافورة. وبما أن ماليزيا تقع في منطقة (اتحاد دول جنوب شرق آسيا ASEAN) تحتد فيها التنافسية الاقتصادية، فليس أمامها أي خيار آخر سوى التنمية الصناعية. ومن شأن تطوير صناعتها أن يسرع وتيرة تأهيل سوقها الداخلية، ذلك أن على أي دولة كي تصبح قادرة على الانخراط في التصدير، أن تستعد لمواجهة المنتجات الخارجية التي ستندفق عليها عن طريق الواردات الأجنبية.

وقد أبرمت ماليزيا إلى حدود اليوم 10 اتفاقية فعلية للتبادل الحر: مع اتحاد دول جنوب شرق آسيا (2010)، واليابان (2006)، وأستراليا (2013)، والهند (2011)، وباكستان (2008)، ونيوزيلاند (2010)، والشيلي (2012)، والصين (2003)، وكوريا الجنوبية (2006). وهناك اتفاقيات أخرى قيد التفاوض مع تركيا، والاتحاد الأوروبي، وروناي، وسنغافورة، والمكسيك، والولايات المتحدة الأمريكية والبيرو وكندا ومنظمة المؤتمر الإسلامي.

وهذه الاتفاقيات تجعل من ماليزيا فاعلا حاضرا في القارات الخمسة منفتحا على التبادل مع العالم، يسعى إلى مضاعفة حجم تجارته ثلاث مرات في 15 سنة، لينتقل من 293 مليار دولار سنة إلى 850 مليار دولار تقريبا في سنة 2020. ولهذا الغرض، يعمل هذا البلد على جعل انفتاح اقتصاده منسجما مع مبادئ منظمة التجارة العالمية، كما يحرص على تفعيل مجموعة من الإجراءات لحماية اقتصاده في مواجهة أي مخاطر ممكنة وأي تنافس غير مشروع.

وتتوفر ماليزيا في هذا الإطار على آليات لحماية تجارتها ضد ممارسات التصدير غير القانونية. وقد عمدت منذ 1993 إلى اتخاذ مجموعة من الإجراءات ضد هذه الممارسات (ضد إغراق السوق والدعم)، عبر **Countervailing and Anti-Dumping Act 1993**. وقامت أيضا منذ 2003، بسن إجراءات لحماية سوقها الداخلية من التدفق المفرط لمنتجات قد تمس بالتنافسية الداخلية، عبر **Safeguard Act 657** (عقد الحماية).

وتتوفر ماليزيا منذ 1978 على برنامج للتعاون التقني، تحت إشراف وزارة الشؤون الخارجية، والهدف منه النهوض بالتعاون جنوب-جنوب وبين البلدان النامية. ويركز هذا البرنامج على تطوير الموارد البشرية وتأهيلها، عبر تنظيم دورات تكوينية في مختلف المجالات، كالإدارة العمومية، والحكامة الجيدة، والخدمات الصحية والتربوية، والتنمية المستدامة، والفلاحة، ومحاربة الفقر، والارتقاء بالاستثمار وتكنولوجيات الإعلام والاتصال والخدمات البنكية. وتقوم 79 مؤسسة للتكوين بتنظيم أكثر من 100 درس متخصص. وأغلب هذه المؤسسات هي مراكز تقدم تكوينا ممتازا متخصصا. وقد استفاد من هذا البرنامج منذ انطلاقه أكثر من 25000 شخص من 140 دولة.

مقارنة بالمغرب

أعد المغرب العديد من الاستراتيجيات القطاعية منذ 2006، في فترات متباعدة وبأهداف متباينة. لا تتطرق أي استراتيجية من هذه الاستراتيجيات بشكل معمق إلى قضية تكوين اليد العاملة، وتحسين البنيات التحتية، والرفع من معايير الجودة، مع أنها قضايا أساسية لخلق صناعة قوية، وذات جودة وتنافسية. هناك أيضا نقص في إعداد وتأهيل عرض قابل للتصدير تحسبا لتوقيع اتفاقيات التبادل الحر. هكذا يوقع المغرب اتفاقيات للتبادل الحر مع دول رائدة في هذا المجال، مع أن منتجاته غير متنوعة وضعيفة التنافسية.

تعتمد استراتيجية المغرب اليد العاملة قليلة التكلفة نسبيا وغير مؤهلة، عوض الاستثمار في البحث والتنمية لتقوية حضوره دوليا.

يتوفر المغرب أيضا على وكالة للتعاون الدولي، ولكن اختصاصاتها منحصرة في التعاون التقني.

3. أجهزة الترويج

تعتمد أجهزة ترويج صادرات ماليزيا أساسا على "المؤسسة الماليزية للنهوض بالتجارة الخارجية" (MATRADE)، وهي وكالة شبه عمومية، على غرار أغلب الفاعلين الماليزيين في مجال التصدير، وتتمثل مهمتها في إنعاش الصادرات الماليزية والترويج لها دوليا، وخاصة حول علامة الصناعة المحلية.

وتتنظم مهامها حول أربعة محاور:

- تطوير المصدرين: وفي هذا الصدد، أطلقت "ماتراد" العديد من البرامج لمساعدة المقاولات الماليزية على اكتساب المعارف والكفايات لرفع التحديات على المستوى العالمي. يتعلق الأمر أساسا ببرامج للتكوين، وجوائز للتفوق في مجال التصدير، وخدمات للزبائن.
- إنعاش الصادرات: تساعد ماتراد المقاولات الماليزية على تعزيز حضورها في الخارج، واختراق الأسواق العالمية، عبر مختلف وسائل الترويج، كالمشاركة في بعثات تجارية، وفي مهام التسويق المتخصص وفي معارض تجارية دولية.
- التجارة والمعلومات حول السوق: يكمن دور ماتراد في نشر المعلومات الوظيفية الملائمة، وإنجاز أنشطة "الاستعلام حول السوق" (Market Intelligence)، لمنح المقاولات الماليزية تنافسية أكبر في الأسواق الدولية، وتقوم أيضا بتحيين المعلومات لتحسين فرص التصدير.
- الاستشارة في مجال التجارة وأعمال الدعم: تقدم وحدة العلاقة بالزبائن خدمة الاستشارة حول الأسواق والمنتجات المتوفرة في البلدان المتعامل معها.

ويشكل تجميع المعلومات ونشرها جزءا هاما من المهمة التي تضطلع بها ماتراد. وتضع الوكالة رهن إشارة المصدرين معلومات معينة وملائمة ومتكيفة مع حاجياتهم، لتمكينهم من وضع استراتيجية مناسبة للولوج إلى الأسواق المستهدفة، ودراسة التناسب بين المنتج والسوق، واستباق مسار التنافسية وتطورها، والرفع الأقصى من منظورية المنتج أو الخدمة على المستوى الدولي.

وتوفر ماتراد للمستوردين الأجانب المعلومات حول منتجات ماليزيا القابلة للتصدير، وتجز دراسات استراتيجية حول المنتج أو السوق، وتستقبل الوفود الأجنبية، وتقدم المعلومات حول المعارض المنظمة في ماليزيا أو في الخارج، وتضع إجراءات لتشجيع التصدير، وتحين دليل المصدرين الماليزيين، وتضمن التواصل بين رجال الأعمال من أجل عقد شراكات تجارية بينهم.

وتدعم ماتراد المصدرين الماليزيين بفضل دورات تدريب وتكوين في مجال التصدير، مما يمكنهم من تحيين معارفهم حول التشريعات القائمة وتقنيات التفاوض وشهادات الجودة، والتسويق، وفي كل الجوانب الكفيلة بتعزيز موقعهم عند إبرام العقود والاتفاقيات.

ومن بين أعمال المراقبة التي تقوم بها الوكالة، تنظيم المشاركات الجماعية في أكبر المعارض متعددة القطاعات والمهنية المنظمة عبر العالم، وتجز أيضا مهام استكشاف في الأسواق غير التقليدية، وتوفر الشروط المناسبة للتواصل بين رجال الأعمال، لتمنح المصدرين بذلك أسواقا "جاهزة".

مقارنة بالمغرب

تركز أنشطة الترويج في المغرب على المقاولات التي تمارس بانتظام نشاط التصدير، مما يحد من فرص ولوج المقاولات الصغرى والمتوسطة إلى الأسواق الأجنبية، وهذا الأمر يتناقض مع الهدف من توقيع اتفاقيات التبادل الحر، المتمثل في إتاحة الفرصة للولوج إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين في الخارج.

ويشكو المغرب من نقائص في مجال تجميع المعلومات ونشر المعارف، عبر دراسات استراتيجية حول الأسواق والقطاعات. ورغم أن الطبخ المغربي يحظى بشهرة عالمية، فليس هناك أي مبادرات للترويج له والتعريف به، مع أنه يشكل أداة فعالة للترويج لصورة المغرب. ويكفي النظر في الطريقة التي تعلى فيها فرنسا من شأن مأكولاتها وأطباقها. لتبين أهمية هذا الجانب.

وتقوم ماليزيا من جانبها بالترويج لمأكولاتها المحلية، عبر "برنامج المطبخ الماليزي" (MKP)، لترفع من الطلب على الأطباق الماليزية، بفضل برنامج ترويج مندمج متعدد الجوانب، بتعاون مع الفاعلين المعنيين.

ويستهدف "برنامج المطبخ الماليزي" أساسا الرفع من عدد المطاعم الماليزية في الخارج، والزيادة في حجم صادرات ماليزيا من المنتجات الغذائية المحولة، والتوابل والمنتجات الزراعية، واستقطاب السياح.

4. الموارد المستغلة

تبلغ الميزانية السنوية لوكالة ماتراد 40 مليون دولار أمريكي، توزعها حسب أداء القطاعات في مجال التصدير، وحسب المعطيات التي تقدمها لها مصالحتها حول اتجاهات الأسواق. ويتم رصد 60 % تقريبا من تلك الميزانية لأنشطة الترويج، كالمعارض. ونظرا لكونها وكالة حكومية، فإن ميزانيتها جزء من الميزانية العامة للدولة، ويصادق عليها مجلسها الإداري.

وتتوفر ماتراد على 450 مستخدما، يوجد 150 منهم في الخارج، موزعين على 34 مكتبا عبر العالم. وكل مكتب مسؤول عن أنشطة الترويج في 3 أو 4 دول في المنطقة التي يوجد بها، مما يسمح بتغطية أفضل وتنسيق أكبر بين المكاتب. وتتكلف هذه الأخيرة بتجميع المعلومات الاستراتيجية ميدانيا، لتزويد قواعد المعطيات بالجديد منها، وللتمكن من تتبع وتقييم الأعمال الجارية.

وتعتمد المكاتب الموجودة في الخارج إلى تقييم القدرة على تقديم العروض في مجال التصدير، واتجاهات الطلب، وفعالية المعارض الدولية، لتسلم بعدها نتائج تحليلاتها إلى المقر الرئيسي الذي يوظفها لاستكمال برنامج الأنشطة وتحديد الميزانيات.

وتتوفر ماليزيا على مؤسسات أخرى للترويج لصادراتها، ومنها "جمعية المصدرين الماليزيين" (MEXPA) التي أنشئت سنة 2011، بهدف أساسي يتمثل في تطوير الصادرات والترويج لها، وتحديد موقعها في الأسواق، قصد رفع التحديات العالمية الحالية، وتتمثل مهامها الرئيسية فيما يلي:

- وضع استراتيجيات وتنظيم أنشطة لتطوير صادرات ماليزيا في الأسواق التقليدية واختراق أسواق جديدة وصاعدة؛
- تقديم خدمات استشارة حول كل القضايا المرتبطة بالتصدير؛
- المحافظة وتحسين وضعية تجارة ماليزيا وسمعتها التجارية في العالم؛
- القيام بدور جماعة ضغط ودعم الإجراءات الكفيلة بتحسين التنافسية وتعزيز الامتيازات التنافسية في مجال التصدير؛
- تحسين الكفايات في مجال التصدير، عن طريق التكوين والتربية؛
- التحول إلى الهيئة المهنية الأساسية الممثلة لمصدري ماليزيا؛
- تعزيز روح التعاون بين المصدرين الماليزيين.

مقارنة بالمغرب

يتوفر المغرب على موارد قليلة، وعلى حضور ضعيف في الخارج، لا يتعدى 6 مكاتب تابعة للوكالة المغربية للاستثمارات. وتبلغ ميزانية هذه الوكالة 72 مليون درهم، وتشغل 96 مستخدما.

والأمر نفسه يصدق على "مغرب تصدير" بميزانية لا تتجاوز 260 مليون درهم، خاصة إذا قارناها بالحجم الإجمالي السنوي لصادرات المغرب.

وليس هناك محاولات لتجميع المعلومات وتتبع الأسواق، معززة بدراسات ميدانية، قصد إخبار المصدرين بالفرص الموجودة في الأسواق العالمية.

ويتعين على المغرب، خاصة مع التشجيع الملكي المولي للدبلوماسية الاقتصادية، أن يستفيد أكثر من المؤسسات التي تمثله في الخارج، قصد جمع المعلومات والقيام بأبحاث ميدانية.

5. إجراءات تحفيزية على التصدير والاستثمار

- اتَّخَذتُ ماليزيا العديد من الإجراءات التحفيزية الهادفة إلى تطوير اقتصادها وتشجيع الاستثمارات والصادرات. من هنا الأهمية الكبرى التي تعطى لتأهيل المقاولات الصغرى والمتوسطة، قصد جعلها أكثر تنافسية. ونذكر من بين هذه الإجراءات التحفيزية:
- الإعفاء الضريبي للمقاولات الرائدة، مع مضاعفة التخفيض فيما يخص الكلفة المرتبطة بتطوير العلامة التجارية، والولوج إلى قروض التصدير؛
 - المنح، عن طريق رصد مبالغ مالية لاقتناء التكنولوجيات والولوج إلى التكوين وخدمات الافتتاح؛
 - التسبيقات، مع إمكانية توفير ضمانات القروض؛

- برنامج الروابط الصناعية قصد ضمان مصادقية المقاولات الصغرى والمتوسطة المحلية وتشجيع المقاولات الكبرى على المناولة. ويمكن هذه البرنامج من الحصول على إعفاءات من الرسوم لصالح المقاولات الرائدة، ومد الجسور بين رجال الأعمال، وتقديم تسهيلات لتطوير التكنولوجيات والتكوين.
 - منحة لاعتماد معيار RosettaNet الذي يساعد المقاولات على إدماج الأدوات الإلكترونية في بنيتها اللوجستية وإنجاز دورات تكوينية حول النظام العالمي لتدبير سلسلة التوريد؛
 - وسائل أخرى: تطوير العلامات التجارية، والبحث والتنمية، والتكوين، ومهام التسويق المتخصصة التي تشكل فرصة للبعثات لزيارة قطاعات فرعية محددة (وهي مهام أكثر نجاعة من البعثات التجارية التي تقتصر على العموميات).
- وقد طورت ماليزيا في مجال الاستثمارات مناطق صناعية متنوعة، تستجيب لحاجيات المقاولات المحلية والأجنبية:
- مناطق صناعية: توجد بماليزيا أكثر من 200 منطقة صناعية أقامتها مؤسسات حكومية. ويجري العمل على استحداث مناطق أخرى للاستجابة للطلب المتزايد على مثل هذه الفضاءات، كما أن المقاولين الخواص قد أنشأوا مناطق صناعية في بعض المحافظات؛
 - مناطق حرة: أنشئت لتلبية حاجيات المقاولات المصنعة التي تقوم بإنتاج أو تجميع منتجات مخصصة أساسا للتصدير؛
 - مناطق تجارية مجانية: وهي مخصصة لإنجاز أنشطة تجارية تتضمن التعبئة والتغليف، وإعادة وضع العلامات، وإعادة الشحن والنقل. وهناك 17 منطقة في الشمال والجنوب وغرب ميناء كلانغ، وميناء كلانغ فري زون، وبيلو إندها ميلس لوجستيك هاب، وباترورث، وبايان لياس، وكليبا، ورائتو بانجانغ، وبنغكالان كبور، وستولانغ لوت، وميناء جوهور، وميناء تانجونغ بلباس؛
 - مناطق صناعية حرّة: وهي تمنح المقاولات الصناعية التي تركز نشاطها على التصدير فرصة الاستفادة من الإعفاء من الرسوم عند استيراد المواد الأولية والآلات والمعدات الضرورية في مسلسل التصنيع. وهناك 18 منطقة توجد في باسير غودانغ، وتانجونغ بالباس، وباتو برندام1، باتو برندام2، تانجونغ كلينغ، تلوك بانغليما غارانغ، بولواندها، سونغاي واي1، سونغانغ واي2، اولوكلانغ، جيلابانغ2، كينتا، بايان ليباس 1 و2 و3، سبيرانغ بيراي، ساما جايا.

مقارنة بالمغرب

سن المغرب إجراءات مشجعة لحفز الاستثمار، ومع ذلك فما زال هناك تفاوت كبير بين الجهات فيما يخص الإدماج الاقتصادي. ويسمح النموذج المالي بترتيب الجهات المقرر تطويرها وفق سلم تراتبي، حيث يمنح للجهات ذات الأولوية امتيازات ضريبية أكثر، لاستقطاب المستثمرين المحليين والأجانب.

ويعاني المصدرون المغاربة من مواكبة غير كافية من الوكالات التابعة للدولة، على مستوى التسويق والبحث المبتكر وتأهيل معايير الجودة والمراقبة.

إضافة إلى ذلك، فالمغرب لا يركز على علامة "صنع في المغرب" للترويج للعلامات المنتجة في المغرب، وربطها بعلامة تجارية ومنتجات ذات جودة.

بلدان عربيان في طور "انتقالي" : تونس ومصر

تونس

1. نموذج الحكامة والتنسيق

يتميز النموذج التونسي في مجال التجارة الخارجية بالتعاون الوثيق القائم بين القطاعين العمومي والخاص.

وتقوم وزارة التجارة والصناعة التقليدية بوضع وتفعيل سياسة الحكومة المتعلقة بالتجارة، ومراقبة الجودة، وحماية المستهلك، والإشهار، والمهن الصغرى، والخدمات المرتبطة بالتجارة والتنافسية والأسعار والأبحاث الاقتصادية والتصدير والاستيراد والتعاون الاقتصادي والتجاري والتجارة الإلكترونية والاقتصاد الإلكتروني.

ويخضع المجلس الأعلى للتصدير والاستثمار إلى سلطة رئيس الدولة. ويضع استراتيجيات التصدير والاستثمار ويضمن تتبعها وتقييمها.

وتعد وزارة التجارة والصناعة التقليدية السلطة الوصية على سبعة مجالس وطنية. ورغم أن وزارة التجارة والصناعة التقليدية هي السلطة الوصية على هذا القطاع، فإنها تتخذ قراراتها، وتنظم أعمالها بالتشاور مع شركائها، وخاصة من القطاع الخاص والهيئات المهنية والمجتمع المدني. والمجلس الوطني للتجارة الخارجية هو أحد المجالس السبعة.

ويتوفر هذا البلد على وكالتين للنهوض بالصادرات والاستثمارات: تونس تصدير Tunisia Export و FIPA Tunisia.

وتونس تصدير (مركز الترويج للصادرات - CEPEX) وكالة مكلفة بمرافقة المصدرين التونسيين. وهي تسق أنشطة كل الفاعلين الخواص والعموميين، حول مفهوم "بيت المصدر" الذي يمثل مكان لقاء كل المتدخلين في مجال التصدير.

وكالة النهوض بالاستثمارات التونسية (FIPA-Tunisia) مؤسسة عمومية أنشئت سنة 1995، وهي تابعة لوزارة التنمية والتعاون الدولي. وقد أوكلت بها مهمة تقديم الدعم الضروري للمستثمرين الأجانب والنهوض بالاستثمار الخارجي في تونس.

مؤسسات عمومية أخرى: تتدخل هذه المؤسسات في مجال التجارة الخارجية أو الترويج أو تطوير العرض القابل للتصدير.

- وكالة النهوض بالصناعة والابتكار، وهي مؤسسة لدعم المقاولات ورجال الأعمال، وتقوم بتفعيل سياسة الحكومة المتعلقة بالنهوض بالقطاع الصناعي.
 - المجلس الوطني للتجارة الخارجية يدلي برأيه حول استراتيجية التجارة الخارجية، ويضع برامج المعارض والتظاهرات الاقتصادية الوطنية والدولية، ويقترح الميزانية المتعلقة بتمويل البرنامج الوطني للمعارض. ويقوم بتتبع الواردات وإجراءات الحماية التجارية وتبسيط مساطر التجارة الخارجية.
 - المكتب الوطني للصناعة التقليدية ONAT - يقوم بتفعيل استراتيجية الدولة في مجال حماية وتطوير قطاع الصناعة التقليدية.
 - مؤسسة معرض نابول التي تنظم المعارض التجارية في تونس.
 - غرف التجارة والصناعة، وتعمل على تطوير الاستثمارات والترويج التجاري.
- وهناك مؤسسات خاصة تعمل هي أيضا على الترويج لتونس:

- نادي المصدرين، وهو المؤسسة الخاصة لدعم ترويج الصادرات؛
- الاتحاد التونسي للصناعة والتجارة التقليدية⁶² وهو بمثابة منظمة لأرباب العمل لتقديم الاستشارة للمقاولات وتحقيق التقارب بين رجال الأعمال. وتضم الهيئات المعنية لمختلف القطاعات الاقتصادية. وقد تأسست سنة 1946، ويبلغ عدد أعضائها 300000 من مختلف الأنشطة الاقتصادية ما عدا الأبنك والتأمينات والفلاحة. وهي تدافع عن مصالح مختلف القطاعات الاقتصادية وتسق أنشطة أعضائها. وتتواجد في مختلف مناطق البلاد: 15 فدرالية مهنية، و200 غرفة نقابية وطنية، و23 اتحادا جهويا، و212 اتحادا جهويا، وغرفة وطنية للنساء رئيسات مقاولات، ومركز للمقاولين الشباب، ومجموعة للنشر والصحافة. وتشكل قوة اقتراحية لدى الحكومة.
- وآخر ما أنجزته من أعمال وازنة، وضع رؤية تونس 2020 بشعار "مقاولات تنافسية من أجل نمو أكبر وفرص شغل أكثر". وتحظى بانتظام باستقبال من قبل رئيس الحكومة التونسية للتداول حول الوضعية الاقتصادية والاجتماعية للبلد، وقد تم آخر لقاء في 5 فبراير 2014.
- أنشأت تونس منذ 2011 هيأتين لأرباب العمل، وهما كونفدرالية المقاولات المواطنة لتونس، والاتحاد من أجل الصناعة الصغرى والمتوسطة.

وتتوفر تونس على شباك تجاري وحيد، أطلق عليه اسم "بيت المصدر". وقد أنشئ سنة 2004. ومن مهامه تبسيط المسطرة الإدارية أمام المقاولات في مجال التصدير. يتعلق الأمر بفضاء اللقاء الأول، يقوم بتبسيط المساطر الإدارية، ونشر المعلومات التجارية والمواكبة لحل المشاكل التي يصادفها المصدرون. ويضم بيت المصدر ممثلين عن "تونس تصدير"، وعن وزارة النقل، وعن البنك المركزي لتونس، والمديرية العامة للجمارك، والشركة التونسية للتأمين على التجارة الخارجية، وغرفة التجارة والصناعة في العاصمة تونس.

مقارنة بالمغرب

يبدو في الوهلة الأولى أن الهيكلية التقنية للحكامة التجارية التونسية شبيهة جدا بمثلتها في المغرب، بل إن بعض المؤسسات العمومية لها نفس أسماء نظيرتها في بلدنا (CNCE)، مركز النهوض بالصادرات، تونس-تصدير...).

ولكن من خلال النظر الملي في نموذج الحكامة والتنسيق في تونس، يتبين وجود ثلاثة عناصر تميز تونس عن المغرب:

- تبسيط المساطر الإدارية إلى أقصى حد لصالح المصدرين، مع مفهوم "بيت المصدر"، باعتباره شبাকা تجاريا وحيدا بالمعنى الحقيقي؛
- إشراف مؤسسة رئاسة الدولة على إعداد وتتبع استراتيجيات التصدير والاستثمار، عبر المجلس الأعلى للتصدير والاستثمار؛
- إلحاق مهمة النهوض بالاستثمار بوزارة أفقية، وهي وزارة التنمية والتعاون الدولي. إضافة إلى ذلك، فقطاعا التجارة والصناعة في تونس تابعان لوزارتين منفصلتين.

وفي تونس أيضا، يعد التشاور بين القطاعين العمومي والخاص مسألة منتظمة وممأسسة. ويمكن التعاون بينهما من توزيع عقلاني أفضل للمهام، حسب إمكانيات كل واحد منهما وموارده وكلفة المهام والأجال والنجاعة والمخاطر، والهدف من ذلك تحقيق مصلحة الطرفين.

والقطاع الخاص عضو لجان قيادة الدراسات الاستراتيجية. وتوكل إليه رئاسة العديد من المجالس الإدارية، ولجان قيادة أو توجيه بعض المؤسسات العمومية لدعم الاستثمار، على غرار المراكز التقنية، ومشاتل المقاولات (pépinières d'entreprises) أو مراكز الأعمال. ويسمح التشاور بتطوير آليات مشتركة لمراقبة تفعيل السياسة المتبعة في هذا المجال.

والقطاع الخاص في المغرب هو أيضا عضو في لجان قيادة الدراسات الاستراتيجية التي أطلقتها الحكومة. ومع ذلك، فإنه لا يفلح في التحول إلى قوة اقتراحية حقيقية.

2. الاستراتيجيات القطاعية واتفاقيات التبادل الحر

أطلقت تونس العديد من برامج تطوير اقتصادها بشراكة مع منظمات دولية. وتقوم سياستها في مجال التجارة الخارجية على مبادئ تحرير وتنويع قاعدة الصادرات والشركاء. وفي هذا الصدد، أبرمت اتفاقيات تبادل حر مع 50 بلدا في المنطقة، ما فتح أمامها أسواقا تضم أكثر من 800 مليون مستهلك.

وتواصل سياسة التحرير هذه رغم الأزمة الدولية واحتمال تأثرها بها، عبر التفاوض حول اتفاقيات تجارية جديدة، وخاصة حول تحرير قطاع الخدمات والمنتجات الفلاحية والزراعات الغذائية.

وقد اختارت تونس تنويع قاعدة صادراتها، عبر التركيز على القطاعات ذات القيمة المضافة العالية وذات المحتوى المعرفي العالي، اعتبارا لأهمية التجارة الخارجية في الاقتصاد عموما (الرافعة الثالثة إلى جانب الاستثمار والاستهلاك).

ويأخذ هذا الخيار بعين الاعتبار وجود يد عاملة مؤهلة وغنى في الموارد البشرية. وتتمثل أهم القطاعات المستهدفة في الصناعة الميكانيكية وصناعة الطائرات والخدمات وتعبئة زيت الزيتون.

ولتدارك الآثار المحتملة لتركيز التبادل التجاري مع الاتحاد الأوروبي، بل مع أربع دول على الأصح، وضعت تونس برنامجا لتنويع الشركاء الاقتصاديين. هكذا يتم العمل على تطوير المبادلات مع بلدان شمال أوروبا، وأروبا الوسطى والشرقية، والمنطقة العربية للتبادل الحر، وخاصة مع إفريقيا. وبالموازاة مع ذلك، تتواصل الجهود للمحافظة على المبادلات التجارية مع أوروبا والشركاء التقليديين في مستواها.

ويضطلع كل من الوزير المنتدب لدى رئيس الحكومة المكلف بتنسيق وتتبع الشؤون الاقتصادية، وكتابة الدولة لدى وزير الاقتصاد والمالية المكلف بالتنمية والتعاون الدولي، بدور رئيسي في تنسيق الاستراتيجيات القطاعية في تونس. وتوكل إليهما خصوصا، بتعاون مع المؤسسات المعنية، مهمة وضع وتنسيق الاستراتيجيات والسياسات العامة والقطاعات التنموية (بما في ذلك على المستوى الجهوي)، وإعداد مخططات التنمية، والميزانيات، وضمان تتبعها وتقييمها على مستوى التفعيل والاستغلال، مع تحديد الحاجيات في مجال التمويل. إضافة إلى ذلك، فكتابة الدولة تسهر على ضمان النجاعة والفعالية في تنفيذ السياسة الاقتصادية، انسجاما مع التوجهات والتطلعات الوطنية المتضمنة في استراتيجيات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد.

وتحرص أيضا على إدماج السياسة الاقتصادية في إطار المخططات الخماسية لتنمية البلد التي تحدد الاستراتيجيات، والبرامج والمشاريع التنموية على المدى المتوسط، استنادا إلى الدراسات القطاعية الاستشرافية، مع المشاركة الفعلية لمجموع الفاعلين الاقتصاديين والفرقاء الاجتماعيين، واستحضار المقاربة الجهوية والمحلية للتنمية. ومن مهامها أيضا تحسين مناخ مناسب للأعمال.

وهي أخيرا تعتمد مقاربة مرنة تمكنها من التكيف السريع مع التغيرات، انطلاقا من موقف يمكنها من اختيار الرد المناسب في مواجهة المستجدات، مع تطوير القدرات على التحكم في تطور الظرفية، وتعزيز نجاعة وأداء الفاعلين الاقتصاديين.

وقد وضعت تونس ابتداء من 2000 مجموعة من مخططات التنمية الاقتصادية، وأهمها:

- برنامج تطوير الصادرات الذي تم إطلاقه سنة 2000 بشراكة مع البنك العالمي. ويشرف عليه المجلس الأعلى للاستثمار والتصدير. ويسعى إلى تحقيق ثلاثة أهداف: تنويع الصادرات وتسهيل ولوج المقاولات الصغرى والمتوسطة إلى الأسواق الخارجية، وضمان التمويل القبلي للمقاولات في مجال التصدير، وتبسيط وتسهيل مساطر الاستيراد والتصدير، مع جعلها إلكترونية.

وقد تم وضع برامج وإصلاحات مكملة لهذا البرنامج، للرفع من تنافسية الاقتصاد التونسي:

- برنامج تسهيل التجارة الخارجية؛
- برنامج تأهيل الخدمات؛
- برنامج تطوير الصناعة التقليدية؛
- برنامج النهوض بالصادرات التونسية بشراكة مع وكالة الدولة السويسرية المكلفة بالاقتصاد؛
- برنامج تعزيز القدرات التجارية للبلدان العربية، بشراكة مع الوكالة الكندية للتعاون الدولي ومركز التجارة الخارجية؛
- البرنامج الوطني لتأهيل مسارات توزيع المنتجات الفلاحية والصيد البحري، بشراكة مع الوكالة الفرنسية للتنمية؛
- الاستراتيجية الوطنية الصناعية في أفق 2016، بشراكة مع الاتحاد الأوروبي.

وتتوفر تونس، في النهاية، على وكالة للتعاون تابعة لوزارة الاقتصاد والمالية. وقد أنشئت الوكالة التونسية للتعاون التقني سنة 1972. وتضع مواردها البشرية والمؤسسية في خدمة التضامن الدولي والتنمية، عبر:

- اختيار وتوظيف الأطر والخبراء والمستشارين التونسيين في إطار التعاون التقني؛
- تنظيم وتدبير أعمال تكوين وتطوير الأطر الأجنبية؛
- إنجاز أعمال استشارة وإعداد مشاريع لصالح الدول النامية؛
- النهوض بالتعاون التقني جنوب-جنوب وبالتعاون ثلاثي الأطراف. وكمثال على ذلك، المشروع الرائد الذي أنجزته تونس تصدير بشراكة مع الوكالة الكندية للتنمية الدولية وشركة التكوين والتدبير، لإنشاء مؤسسة لتسويق وترويج تصدير المنتوجات، وخاصة الفلاحية، نحو النيجر.

مقارنة بالمغرب

تتوفّر تونس منذ 2014 وزارة منتدبة لدى رئيس الحكومة مكلفة بتنسيق وتتبع الشؤون الاقتصادية، وكتابة دولة لدى وزير الاقتصاد والمالية، مكلفة بالتنمية والتعاون. وهما يضطلعان بمهمة وضع الاستراتيجيات التنموية، بشراكة مع المؤسسات المعنية، وتتبع وتقييم تفعيلها، وأيضا بالتعاون الدولي. ويقوم هذان القطاعان الوزاريان بدور أساسي لضمان التنسيق بين الاستراتيجيات القطاعية وتأمين فعاليتها. إضافة إلى ذلك، فإنهما يعبدان الطريق نحو الاستفادة من التمويل الدولي للاستراتيجية التنموية في إطار التعاون الخارجي.

ولا توجد في المغرب وزارة أو هيئة أفقية مماثلة. وكل قطاع وزاري يضع استراتيجيته بشكل منعزل عن القطاعات الأخرى، بحيث تغيب الرؤية المندمجة والتنسيق بين المخططات القطاعية.

أما عن سنوات إطلاق الاستراتيجيات القطاعية، فالملاحظ أن تونس متقدمة في مجال إطلاق البرامج الرائدة. وكمثال على ذلك، فإن مخطط تطوير الصادرات قد أعطيت انطلاقته سنة 2000 في تونس، بينما كان لزاما انتظار سنة 2009، لكي ترى النور في المغرب أول استراتيجية للنهوض بالصادرات.

ومن الناحية الكمية، فإن عدد اتفاقيات التبادل الحر التي أبرمها المغرب هو تقريبا نفسه مقارنة بتونس، 55 مقابل 50 اتفاقية فعلية. ومع ذلك، فإن تونس تفلح في الاستفادة أكثر من تلك الاتفاقيات، بما أنها تمهد الارضية المناسبة مسبقا للمقاولات كي تنخرط في مسار الانفتاح الاقتصادي، وهي مستعدة لذلك. فهي مثلا قد أطلقت برنامج تأهيل الخدمات سنة 2009، مستبقة المرحلة الأولى من تحرير هذا القطاع. وخير مثال على ذلك الأرقام الآتية:

- بلغت نسبة تغطية المبادلات بين المغرب وتونس في 2011 ما قدره 245 % لصالح تونس؛
- كما سجلت تونس أيضا نسبة فائض تجاري مع فرنسا بلغت 125 % في 2011؛
- تونس هي ثاني مصدر لزيت الزيتون عالميا بعد الاتحاد الأوروبي.

وأخيرا، فيما يتعلق بآليات الحماية التجارية، فإن تونس سنت قانونين اثنين في هذا الصدد، يتعلق أولهما (2000) بالممارسات غير المشروعة في مجال التصدير، ويهم ثانيهما إجراءات الحماية التجارية (2004). والمغرب من جانبه، وضع قانونا متعلقا بإجراءات الحماية التجارية، ولكن بشكل متأخر (2012).

3. أجهزة الترويج

تطمح وكالة النهوض بالصادرات التونسية إلى تعزيز حضور علامة "تونس تصدير" في الأسواق الدولية وتثمينها. وتضع رهن إشارة المقاولات التونسية مجموعة من آليات تمويل لصادراتها. وتنتظم مهام "تونس-تصدير" حول أربعة محاور:

- تقديم المعلومات للمصدرين التونسيين وتوجيههم وتقديم المشورة لهم، لتبيين فرص التبادل والشراكات التجارية على المستوى الدولي، عبر توفير نظام معلوماتي وضمن يقظة تنافسية؛
- دعم الفاعلين الاقتصاديين في مجال التصدير، إداريا وماليا؛
- مواكبة المصدرين في الأسواق الدولية، عبر تنظيم أعمال للترويج، ولقاءات شراكة، وبعثات استكشاف. وفي هذا الإطار، فإن نسبة 75 % من البعثات التجارية تنجز على مرحلتين، مرحلة أولى في البلد المستهدف، والثانية في تونس (استضافة المستوردين المحتملين)؛
- ترويج أسماء المنتجات والخدمات التونسية لدى البلد المستهدف الأجنبي.

ونذكر من بين الخدمات الأساسية التي تقدمها تونس تصدير، توفير صناديق خاصة لتمويل تطوير الصادرات وإعانة المقبلين على أول عملية تصدير:

- صندوق FOPRODEX وهو مخصص للنهوض بالصادرات. يتعلق الأمر بمؤسسة مساعدة تقدم دعما ماليا لتطوير الصادرات التونسية من المنتجات والخدمات إلى الأسواق الدولية، عبر التكفل بمختلف الأعمال الترويجية في حدود 30 إلى 50 %،
- صندوق FAMEX، وهو مخصص للولوج إلى أسواق التصدير. ويندرج استحداثه في إطار الإجراءات المتضمنة في برنامج تطوير الصادرات. ويستهدف مساعدة المقاولات والجمعيات المهنية في مجال التصدير، وتنويع الأسواق المستهدفة، وتطوير أنشطة جديدة. ويقدم خبراؤه مساعدة في مجال التسويق والتجارة وفي إعداد وتفعيل خطة للتصدير. وتتراوح نسبة التكفل ما بين 50 و70 % . ويندرج فتح تمثيلية في الخارج ضمن الأعمال التي تحظى بالتمويل.
- برنامج عملية التصدير الأولى: وهو يهدف إلى دعم المقاولات التونسية العازمة على الانخراط في مجال التصدير ومساعدتها على الولوج إلى ذلك، عبر مواكبة خاصة تمتد على فترة تبلغ في المتوسط 18 شهرا (برنامج يمتد على الفترة 2012-2014، عبر دورتين). ويقدم برنامج FOPRODEX في هذا الإطار دعما ماليا بنسبة 80 %.
- وتقدم وكالة النهوض بالاستثمارات " FIPA Tunisia " للمستثمرين الأجانب المعلومات حول وسائل التمويل، والقطعة الأرضية لإقامة المشروع والبنائيات المتوفرة، وعناوين الجهات التي يمكن الاتصال بها، والمشورة والمساعدة فيما يخص إقامة مقراتهم في تونس. وتنظم أيضا أنشطة للنهوض بالاستثمار والشراكات، لمد الجسور بين المستثمرين والفاعلين العموميين والخواص، وضمن تواصلهم مع وسط رجال الأعمال.

مقارنة بالمغرب

تشابه إلى حد كبير أعمال النهوض بالصادرات في كل من المغرب وتونس. وتشمل المشاركات في المعارض المهنية، والبعثات التجارية والاستكشافية، وصناديق لتمويل النهوض بالصادرات، وغير ذلك.

ومع ذلك، فإن تونس تصدير تتميز عن مغرب تصدير في النقاط الثلاث الآتية:

- التنوع الفعلي لقاعدة المقاولات المصدرة بفضل برنامجها "عملية التصدير الأولى" التي تقوم على حصر ومواكبة المصدرين الجدد؛
- السعي المتواصل إلى تسهيل المساطر والإجراءات لفائدة المقاولات، عبر الشبكات التجارية الوحيد الموجود رهن إشارتهم كل ساعة، وطوال أيام الأسبوع؛
- توفير المعلومات المناسبة والمحينة حول الأسواق والفرص، عن طريق ممثلها في الخارج، لتستفيد منها المقاولات التونسية.

هكذا يتضمن موقع تونس تصدير على الإنترنت حيزا خاصا بالتجارة مع ليبيا لتمكين المقاولات من الاستفادة من الفرص الحالية.

أما موقع المغرب تصدير، فهو لا يشغل منذ عدة أشهر، بحيث لا تتمكن المقاولات من التعرف على الأنشطة المبرمجة إلا عن طريق الاتصال بالمركز عن طريق الهاتف أو بالالتحاق بعين المكان.

وبينما أطلقت تونس عقود النمو للتصدير سنة 2000، كان لزاما انتظار 2013 ليعمل المغرب على إطلاق عقود مماثلة (النسخة الأولى).

4. موارد مستغلة

تضطلع "تونس تصدير عبر الإنترنت" بدور أساسي في النهوض بالصادرات التونسية إلى الخارج وفي تعبئة المصدرين التونسيين على المستوى المحلي، بشراكة مع غرف التجارة والصناعة.

وتتواجد تونس تصدير في 9 دول، ولها فروع في ثلاث قارات (هولندا، وإيطاليا، والمغرب، والجزائر، وليبيا، والأردن، والإمارات العربية المتحدة، والكويت ديفوار، وروسيا). ولها على المستوى المحلي 11 مكتبا خاصا، أو بشراكة مع غرف التجارة والصناعة لتونس. وقد مكنت اتفاقيات الشراكة مع هذه الأخيرة من إنشاء 8 نقط تصدير داخل تلك الغرف، مكلفة بنشر المعلومات والتعريف بالخدمات التي تقدمها تونس تصدير.

إضافة إلى ذلك، فبفضل وجود "بيت المصدر"، يتم اقتراح تنشيط دائم، عبر تنظيم الندوات والمؤتمرات والمعارض الموضوعاتية والموائد المستديرة وحفلات غداء-مناقشة وكراء قاعات لتقديم المحاضرات. وهناك مديرية مركزية خاصة بالتنشيط داخل مركز تونس تصدير، تشرف على هذا الجانب.

وتونس تصدير هي أيضا عضو الشبكة العالمية 102 (Trade Points)، بغرض جعل المصدرين التونسيين يستفيدون من هذه الشبكة. وتمكن هذه الشبكة على وجه الخصوص من الولوج إلى قاعدة معطيات حول فرص الأعمال.

وعلى مستوى الموارد المالية الموضوعة رهن إشارة المصدّرين، فإنّ "تونس تصدير" تستثمر مجموع ميزانيتها للترويج في المعارض والبعثات التجارية في الخارج. وتخصص 60 % تقريبا من ميزانيتها لثلاثة إلى أربعة قطاعات مستهدفة في المقام الأول. ويتم تحديد هذه القطاعات على أساس الخبرة المكتسبة ميدانيا التي تصل أصدائها إلى الوكالة الوطنية عن طريق شبكاتها الخارجية. وتخصص ما بين 30 إلى 50 % من ميزانية الترويج لأربعة إلى خمسة أسواق أساسية، مع إعطاء الأولوية للبلدان التي تربطها بتونس اتفاقيات تبادل حر (فرنسا، إيطاليا، ألمانيا، وغيرها).

وتتوفر FIPA Tunisia على تمثيلات في 8 دول أجنبية (بلجيكا، وإسبانيا، وألمانيا، وإيطاليا، وفرنسا، وإنجلترا، واليابان). ولها موقع على الإنترنت محرر بثمان لغات.

مقارنة بالمغرب

إن الموارد البشرية والمالية والتنظيمية التي وضعها المغرب بهدف النهوض الاقتصادي أقل من نظيرتها في تونس.

ولتونس حضور أقوى دوليا عبر فروع لتونس تصدير (10 فروع) و (8 FIPA Tunisia فروع).

ولها حضور محلي أقوى محليا، عبر مكاتبها الخاصة أو عن طريق الشراكة مع غرف التجارة (11 مكتب بالنسبة إلى تونس تصدير).

تلجأ تونس إلى التمويل الدولي في إطار التعاون من أجل تمويل بعض أنشطتها الأساسية لدعم المقاولات، كما هو حال صندوق فاميكس الذي استفادت دورته الأولى من مبلغ 22 مليون دولار، قدمها البنك الدولي.

وأخيرا، فإن تونس تقوم بعملية استهداف لمنح التمويلات على مستوى قطاعات الأنشطة والدول.

أما المغرب، فلا يلجأ إلى التمويل الدولي لدعم المقاولات العاملة في مجال التصدير، كما أن تمثيلته الاقتصادية محتشمة جدا (مستشارون اقتصاديون في السفارات وفروع صغيرة للوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات). وقد شرع في استهداف أكبر للقطاعات والأسواق من أجل تنظيم تظاهرات للترويج. هكذا همت نسبة 53 % سنة 2012 من أنشطة الترويج الاتحاد الأوروبي، و55 % قطاعات الفلاحة والزراعة الغذائية ومنتجات البحر سيج والجلد.

5. إجراءات تحفيزية على التصدير والاستثمار

اتخذت تونس مجموعة من الإجراءات التحفيزية لتشجيع المستثمرين الوطنيين والأجانب. وقد أنشأت مدونة لحفز الاستثمار ومنطقتين اقتصاديتين للتجارة الحرة.

وتمنح تونس إعفاء ضريبيا للشركات على العائدات المتأتية من التصدير، خلال العشر سنوات الأولى من إنشائها، وتعفي أيضا السلع التي لا يوجد لها مزودون محليون من رسوم الجمارك.

ويوجد في تونس منطقتان اقتصاديتان للتجارة الحرة الحر مخصصة للتصدير، في شمال البلد وجنوبها (بيزرت و زاريسيس)، وقد تم استحداثهما سنة 1992. إضافة إلى بعض الامتيازات في مجال الإعفاء الكلي أو الجزئي من الرسوم والحقوق الجمركية والضرائب، تتوفر هاتان المنطقتان على شبك وحيد عملي في عين المكان، ما يسمح بإنجاز إجراءات تكوين المقاول، وتوظيف المستخدمين والاستفادة من الدعم التقني، وخاصة خلال أعمال البناء. وكل الفوائد مهيأة لاستقبال المقاولات.

إضافة إلى ذلك، فإن الشركة التونسية للتأمين على التجارة الخارجية تمد المقاولات التونسية بالعديد من المنتجات، لحمايتها من خطر عدم الأداء وتوقف السوق الأصلية التجارية أو غير التجارية المرتبطة عضويا بالتجارة الدولية عن العمل.

وأخيرا، فإن مدونة حفز الاستثمارات لسنة 1993 (تمت مراجعتها سنة 2011)، يحدد مجموع المقترضات المحفزة للاستثمارات التونسية أو الأجنبية في تونس. ويتم منح الامتيازات أساسا في شكل تحفيزات ضريبية (بالصريح فقط) أو مالية (بقرار من الوزير المعني بعد أخذ رأي لجنة منح الامتيازات).

وتولي المدونة أهمية خاصة للمجالات الآتية التي تحظى بتحفييزات نوعية:

- التصدير،
- التنمية الجهوية،
- التنمية الفلاحية،
- المنعشون الجدد والمقاولات الصغرى والمتوسطة،
- القطاعات الواعدة وخاصة البيئة، واقتصاد الطاقة، والتكوين، والبحث والتنمية، والتربية، والتعليم العالي، والصحة، والصناعات الثقافية.

مقارنة بالمغرب

يتوفر كل من المغرب وتونس، على مستوى الإجراءات التحفيزية، على منتج عقود النمو للتصدير ومنتجات لتمويل الصادرات والتأمين عليها.

ويكمن الفرق بينهما في مبلغ المساعدة المقدمة، حيث تتراوح في تونس ما بين 30 و 50 % بالنسبة إلى صندوق فوبروديكس، و 50 و 70 % لصندوق فاميكس، بينما تبلغ في المغرب 80 % من النفقات المرصودة.

تستهدف الإجراءات التحفيزية على الاستثمار بعض المناطق أو قطاعات الأنشطة في تونس. ويصدق هذا الأمر خصوصا على التصدير، والتنمية الجهوية، والتنمية الفلاحية، والبحث والتنمية، والبيئة، واقتصاد الطاقة، والصحة والصناعات الثقافية. والمغرب هو أيضا يستهدف بعض قطاعات التكنولوجيا العالية لاستقطاب المستثمرين الأجانب (صندوق الحسن الثاني للتنمية الاقتصادية والاجتماعية الذي يمنح بعض الامتيازات لقطاعات صناعة السيارات وصناعة الطائرات والإلكترونيات والنانو تكنولوجيات والتكنولوجيات الحيوية).

وتمنح تونس تحفيزات مهمة للتصدير متمثلة في الإعفاء الكلي من الضريبة على الشركات خلال العشر سنوات الأولى بالنسبة إلى العائدات المتأتية من الصادرات، أما في المغرب، فالضريبة المفروضة على الشركات المغربية المصدرة هي نفسها المطبقة على غيرها من الشركات.

مصر:

1. نموذج الحكامة والتنسيق

يتميز النموذج المصري بحضور قوي للحكومة في وضع الاستراتيجيات، رغم أن وزن جماعات الضغط له تأثيره الكبير في هذا الصدد. وتقوم وزارة التجارة والصناعة بتطبيق الاستراتيجية بتعاون مع مركز تنمية الصادرات المصرية، وجمعية المصدرين المصريين التي تقدم المساعدة التقنية واللوجستية لتأهيل المقاولات وجعلها تستجيب للمعايير الدولية، ووحدة الاستعلام الصناعي، والوكالة الوزارية المشتركة لجمع المعلومات الاستراتيجية الضرورية لاختراق أسواق جديدة.

ويتم التنسيق بين هذه الهيئات عبر المصلحة التجارية لمصر، وهي مصلحة وزارية مكلفة بالنهوض بالصادرات والاستثمارات. وتتوفر على مكاتب في التمثيليات المصرية في الخارج، وهي الهيئة المكلفة بإقامة العلاقات ودعم السياسات في مجال التصدير.

وأغلب الفاعلين المصريين المعنيين بالتصدير هم إما مؤسسات عمومية أو خاصة، يشرف عليها ممثل من القطاع العمومي وآخر من القطاع الخاص، ولها توجه متعدد القطاعات. ولكن، رغم حضور أعضاء من القطاع الخاص في إدارتها، فهذه المؤسسات تظل تابعة للدولة، بتنظيم تراتبي هرمي. ومختلف الفدراليات القطاعية مختصة عبر مجالس قطاعية للتصدير، وكل واحدة منها تحظى بوزن لا يستهان به في وضع السياسات التجارية وأيضا فيما يخص الإجراءات التحفيزية التي تفعّلها الدولة من أجل الارتقاء بالصناعات والصادرات.

وتقوم وزارة التخطيط بإعداد السياسة الاقتصادية للبلد، وتعمل على تطبيقها بتعاون مع مختلف الوزارات المعنية، مثل وزارة المالية والتجارة والاستثمار.

وعلى مستوى القطاع الخاص، أنشئت فدرالية الصناعات المصرية سنة 1922 على يد مقاولين مصريين، قبل أن تأمم سنة 1958 بقرار من جمال عبد الناصر، بمرسوم رئيسي رقم 453. وهي اليوم تحت وصاية وزارة التجارة الخارجية والصناعة التي تعين رئيس الفدرالية ومجلسها الإداري. وتتكون الفدرالية من 16 غرفة تمثل القطاعات الصناعية في عالم الأعمال المصري.

مقارنة بالمغرب

يتميز نموذج الحكامة في مصر بهيمنة الفاعلين من القطاعين العمومي والخاص، ويتوجه متعدد القطاعات. أما في المغرب، فإن أغلبية الفاعلين هم من القطاع العمومي، بمجال نشاط أفقي، مما يفضي إلى تداخل الاختصاصات. وليس هناك تحديد دقيق للأدوار، ولا ترشيد للميزانيات في علاقة بالأهداف. ويسمح النموذج المصري بتتبع وتقييم المشاريع، ويتيح أكثر إمكانية التكيف عند تغير الظروف. ويشمل إعداد الاستراتيجيات القطاعية المصرية العديد من الجوانب في الاقتصاد الضروري لتطوير الصادرات، مع تحديد أهداف على المدى القصير والمتوسط والبعيد، للتمكن من تأهيل تدريجي ومتواصل للاقتصاد. وفي المغرب، تعمل الاستراتيجيات القطاعية بمعزل عن بعضها البعض، على أمداء زمنية متباينة، ودون رؤية شمولية. وفيما يتعلق بالتنسيق بين الفاعلين، فإنه ينجز بشكل غير منتظم، عبر آليات غير مؤسسية في أغلبها، لتظل بالتالي خاضعة إلى حد كبير إلى رغبة وإرادة الفاعلين في التعاون.

2. استراتيجيات التعاون واتفاقيات التبادل الحر

تطور مصر استراتيجيتها الصناعية الوطنية انطلاقاً من "استراتيجية التنمية الصناعية 2025" التي تنتظم حول ثلاثة محاور رئيسية:

أ. تحسين الفعالية الصناعية:

يتعلق الشق الأول في عملية إعداد السياسة الصناعية بتعزيز القدرات الوطنية، عبر أعمال تنسيق تهم ستة ميادين: أ- الموارد البشرية وروح المقاومة. ب- النظام الوطني للابتكار. ج- النظام الوطني للجودة. د- حاجيات التمويل. هـ- البنيات التحتية. و- برامج تنافسية المقاولات الصناعية. ويتم التركيز على المدى القريب على الآثار الناتجة عن القاعدة الموجودة من الصناعات المرتكزة على الموارد التي لا تعتمد كثيراً على التكنولوجيات، وبالتالي على الواردات التي تعتمد كثيراً على اليد العاملة.

ب. ويهم الشق الثاني أساساً تعزيز الروابط مع الأسواق الدولية وادماج مصر في الاقتصاد العالمي عبر النهوض بالاستثمارات الخارجية المباشرة ووسائل تطوير الصادرات. ويتم في المرحلة الثانية تأهيل المحتوى التكنولوجي للإنتاج والصادرات، مروراً بتصنيع يعتمد التكنولوجيا المتوسطة.

ج. تعزيز قدرات الابتكار

يهم الشق الثالث تحسين حضور مجموع القيم الاجتماعية المناسبة للتطور المنشود، مع تحسين الأثر الاجتماعي والبيئي الإيجابي للتصنيع إلى أقصى الحدود. ويمثل المستوى الأعلى القائم على الإنتاج والصادرات ذات التكنولوجيات العالية، المرحلة الأخيرة في هذا المسلسل.

وتتنظم هذه المراحل الثلاث على أهداف كبرى:

- تطوير نمو القطاع الصناعي؛
- تمويل النمو الصناعي؛
- خلق فرص عمل أكثر؛
- الرفع من الصادرات؛
- تطوير القطاعات المستهدفة؛
- النهوض بالكفاءات وبروح المقاومة؛
- تعزيز القدرات التكنولوجية؛
- تطوير نظام مراقبة الجودة الوطنية؛
- تحسين الولوج إلى التمويل الخاص؛
- تشييد البنيات التحتية الصناعية.

وستمكن هذه الاستراتيجية التنموية الصناعية مصر من تنافسية أكبر في الأسواق الدولية، ومن تعزيز اقتصادها المحلي لمواجهة التنافس في سوقها الداخلية. ولمصر رؤية متفردة لاتفاقيات التبادل الحر، فهي تستهدف المناطق الاقتصادية والتجمعات الإقليمية، من أجل توسيع الأسواق المفتوحة في وجهها، مع تخفيض عدد المخاطبين خلال المفاوضات.

وقد أبرمت مصر إلى حدود اليوم 6 اتفاقيات للتبادل الحر، خمس منها مع تجمعات إقليمية: السوق المشتركة لدول شرق وجنوب إفريقيا (1994) (COMESA)، والاتحاد الاقتصادي والنقدي لإفريقيا الغربية ((UEMOA (2004))، واتفاقية أكادير (2007)، والجمعية الأوروبية للتبادل الحر (EFTA)، والسوق المشتركة للجنوب (2010) (MERCOSUR)، وتركيا (2007). إضافة إلى ذلك، فمصر مرتبطة باتفاقية شراكة مع الاتحاد الأوروبي منذ 2004.

وإن كان التفاوض مع تجمعات إقليمية يقلص من عدد المخاطبين، فإنه في المقابل يكون أكثر صعوبة، لأن سوق المستهلكين يتميز بجاذبية أكبر، مع تنافسية أقوى. ولمواجهة هذا الاحتمال، أنشأت مصر "قطاع الترخيص التجاري" (Trade Agreement Sector TAS)، يتعلق الأمر بهيئة تابعة لوزارة التجارة والصناعة مكلفة بحماية الاقتصاد المصري من الممارسات التجارية غير المشروعة وغيرها من الأنشطة المضرة، وأيضاً بإجراء المفاوضات حول اتفاقيات ثنائية وإقليمية ومتعددة الأطراف، كما تقوم بتدبيرها.

وتتوفر هذه الهيئة على خمسة أقسام، يختص كل قسم منها بأحد الجوانب المرتبطة باتفاقيات التبادل الحر:

أ. قسم الاتفاقيات الثنائية ومتعددة الأطراف: ينظم أنشطة مرتبطة بالتفاوض والتتبع، وينشر الوعي ويعمل على التحسيس بأهمية الاتفاقيات التجارية الثنائية ومتعددة الأطراف، عبر إنجاز الدراسات الضرورية وتنسيق النقاشات والمفاوضات والمشاركة فيها، بهدف توقيع اتفاقيات وبروتوكولات مناسبة.

ب. القسم المكلف بالسياسات التجارية الدولية: ويقوم بمهمة محاربة إغراق السوق والدعم والحماائية، انسجاما مع ما تتضمنه اتفاقيات المنظمة العالمية للتجارة من آليات متفق عليها لحماية الصناعة الوطنية من الممارسات غير المشروعة في التجارة الدولية التي تؤثر سلبا على التنافس الشريف.

ج. مركز مراقبة التجارة: ويقوم بتنسيق أعماله القسم القانوني للبحث والتحليل التابع لقطاع الترخيص التجاري. ويهدف إلى مساعدة المصدرين المصريين على تجاوز العقبات التجارية التي تعترض سبيلهم في الأسواق الأجنبية، ويضمن أيضا احترام الشركاء التجاريين لالتزاماتهم تجاه مصر.

د. وحدة اتفاقية الشراكة الأوروبية: وهي مكلف بمراقبة تفعيل الاتفاقية مع الاتحاد الأوروبي، وتتبع حركة التبادل التجاري مع هذا الأخير، وتعتمد إلى تقييم دوري منتظم لأثر تفعيل هذه الاتفاقية على التجارة المصرية، بواسطة تقرير سنوي يتضمن كذلك معطيات تجارية حول السلع التي يشملها الإعفاء الضريبي وتلك التي لا يصدق عليها. وتقوم بأبحاث حول العقبات المنتصبة في طريق التجارة مع الاتحاد الأوروبي، وتقتراح حلولاً بالتعاون مع السلطات المعنية. وتراقب اتفاقيات الشراكة الأورو-متوسطة مع البلدان المتوسطة، ما عدا مصر، والاتفاقيات التي يعد الاتحاد الأوروبي طرفاً فيها، وأيضا مختلف القضايا التي لها تأثير على التجارة المصرية الخارجية.

هـ. قسم المنظمة العالمية للتجارة: يعمل في هذا القسم أربعون خبيرا اقتصاديا من ذوي الكفاءات العليا، ومحامون مختصون في الاتفاقيات المبرمة مع المنظمة العالمية للتجارة وفي مسلسلات التفاوض لهذه المؤسسة. ويهتم هذا القسم بقضايا مرتبطة بقوانين المنظمة العالمية للتجارة، وكيفية فض النزاعات، وحقوق الملكية الفكرية، والصفقات العمومية، وتسهيل التجارة، والفلاحة، والإجراءات الصحية والمبيدات ومواد معالجة النباتات، والعقبات التقنية في وجه التجارة، والولوج إلى الأسواق غير الفلاحية والنسيجية، وتجارة الخدمات، ومراجعة السياسة التجارية، وعلاقة التجارة بالتنمية، والتجارة بالبيئة.

وكانت مصر حتى سنة 2002 تتوفر على وزارة مكلف بالتعاون الدولي، حاضرة بقوة داخل مصر. ولكن بعد 2002، حل محل هذه الوزارة قسم تابع لوزارة الشؤون الخارجية، وضع رهن إشارته صندوقان للتنمية والتعاون: الصندوق المصري من أجل التعاون التقني مع إفريقيا، والصندوق المصري للتعاون التقني مع دول الكومونولث.

مقارنة بالمغرب

أنشأت مصر وزارة مخصصة للاستثمار، مع الحرص على إبعاد الدولة تدريجيا عن الاستثمار العمومي، مما يدل على أهمية التمويل في استراتيجية التنمية الصناعية. وتضع مصر ضمن أولياتها أيضا تشجيع المستثمرين المحليين والأجانب على الرهان على الفرص التي يقدمها.

تسعى مصر إلى الرفع من حضورها في الأسواق الدولية، وتغيير طبيعة عرضها القابل للتصدير، بالموازاة مع تكوين يدها العاملة، وتشجيعها على اكتساب كفاءة عليا في المدى البعيد، لتلبية حاجيات السوق الدولية، وتشجيع المقاولين على الاستثمار في مصر.

ويعد إنشاء نظام الجودة الوطنية دليلا على إرادة مصر في تأهيل منتجاتها والارتقاء بها إلى مستوى المعايير الدولية، والتوفر على علامة تجارية ذات صيت عالمي.

تخضع هيئة "قطاع الترخيص التجاري" وأقسامها الخمسة إلى وصاية وزارة التجارة والصناعة، مما يسمح باتخاذ القرارات مباشرة دون تعقيد بيروقراطي، ويردود أفعال مناسبة.

يفتقر المغرب إلى الخبرة الكافية في مجال التفاوض، وقد اضطر إلى طلب مساعدة الولايات المتحدة الأمريكية خلال التفاوض حول اتفاقية التبادل الحر المشتركة. وفي السيناريو الحالي، يمكن أن يضطلع الدبلوماسيون المغاربة بمهام اليقظة والإنذار والتقييم، عبر وزارة الشؤون الخارجية والتعاون. ومع ذلك، فإن المستشارين ليسوا متخصصين في الميدان، وهناك نقص في تتبع وتقييم الأعمال المنجزة.

ضمينيا، تقوم وحدة الاستعلام الصناعي، وهيئة "قطاع الترخيص التجاري" في إطار اختصاصاتها بمهمة تجميع المعلومات لصالح الأجهزة الصناعية والتجارية المصرية.

3. أجهزة الترويج

هناك مؤسستان في مصر مكلفتان بالترويج للصادرات، وهما المركز المصري للنهوض بالصادرات وجمعية المصدرين المصريين. وتمثل المهمة الأساسية للمركز في جعل المستثمرين يستفيدون من آخر التقنيات في الترويج وتسهيل التجارة، عبر وحدتين:

- وحدة الاستعلام حول السوق: تمد وحدات الدعم التقني التابعة للمركز بمعطيات محللة وبمعلومات حول الأسواق الدولية. وتتعرف الطلب والفرص في الأسواق الدولية، للتمكن من التكيف معها والرفع من التنافسية دوليا؛

- وحدة دعم التصدير: وهي عبارة عن مكتب للمساعدة ولتنسيق المصالح المرتبطة بالتصدير وتنظيم الأنشطة المتخصصة لصالح المصدرين. وتقوم هذه الوحدة بالتعريف بعمل الوزارات المعنية ومصالح المركز والتحسيس بأهميتها، وتقدم خدمات عملية للمصدرين، عبر الشباك الوحيد للاستثمار (One Stop Shop).

ويقوم المركز أيضا بدور جماعة ضغط، فيحصر العقبات التنظيمية والتقنية في وجه المصدرين، ويقترح على أصحاب القرار حلولاً لتخطيها. ويصوغ استراتيجيات للتسويق في مجال التصدير، ويقارنها بتلك الموجودة لدى مراكز التصدير في الأسواق الأساسية، بتسويق مع وحدة تطوير الصادرات. ويربط العلاقات بمنظمات أخرى للنهوض بالتجارة وبالجمعيات المهنية.

أما جمعية المصدرين المصريين، فإنها تقترح خدمات مختلفة للنهوض بالصادرات المصرية عبر أعمال دعم وترويج وإخبار:

- **البعثات التجارية:** تدعو الجمعية التجار الأجانب، في إطار البعثات التجارية داخل مصر، إلى القيام بزيارات ميدانية، ليتعرفوا على كفاءة المصدرين المصريين. وفي إطار البعثات خارج مصر، يقوم أعضاء الجمعية بالتنقل في مختلف المناطق للمشاركة في اللقاءات والندوات والقوافل ومهام الاستكشاف، لترويج المنتجات المصرية والالتقاء بمشترين محتملين؛
- **معارض الترويج:** تنظيم معارض مهنية على المستوى المحلي والدولي، وتأطير مشاركة المصدرين المصريين في هذه التظاهرات؛
- **الترويج لصورة الصادرات المصرية عبر " Corporate Image Building "**، وفي هذا الصدد، تساعد الجمعية الأعضاء على تطوير تسويق وترويج حوامل التواصل، بما في ذلك الهوية البصرية والمطويات، وفيديوهات الترويج، ومواقع الإنترنت، والعروض متعددة الوسائط؛
- **مراقبة الجودة:** الحرص على تسويق المنتجات المصرية بطريقة احترافية وفي انسجام مع المعايير الدولية، وخلق تصور إيجابي في الأسواق عن الصادرات المصرية؛
- **وحدة الاستعلام حول السوق:** وتقوم بجمع ونشر المعلومات الموثوقة حول الأسواق، قصد فهم آليات اشتغالها فهماً أفضل، وتعرف حاجياتها. وتساعد الأعضاء على تفعيل عملية تسويق إجرائية ناجحة، مما يؤدي إلى خلق استراتيجية تسويق فعالة وقادرة على استغلال فرص اختراق الأسواق ومواجهة المخاطر.

مقارنة بالمغرب

يعد تجميع المعلومات حول الأسواق، بواسطة وحدات الاستعلام حول السوق حجر الزاوية في نظام الترويج للصادرات المصرية، ذلك أن الحصول على المعلومات الدقيقة يمكن من إجراء تشخيص متكامل للجوانب، وإعادة تكييف أنشطة الترويج حسب تطور الأسواق.

ويعد دور جماعة الضغط الممارس في هذا الصدد، عاملاً أساسياً يمهّد الطريق أمام المقاولات المصرية، ويضمن استمرار التواصل بالفاعلين الأساسيين في الأسواق الدولية، وبمواصلة الدفاع عن مصالح المقاولات المصرية.

ومسألة السمعة والصورة أيضاً بالغة الأهمية، ذلك أن أي مقابلة مصرية هي أولاً سفيرة لمصر في العالم. والقطاع الخاص في مصر مدرك لهذه الحقيقة، لهذا يركز جهوده على تسويق صورة إيجابية عن مصر، عبر مقاولاتها، وعبر تأهيل الهوية البصرية، ومواكبة مبادرات بناء الصورة المؤسسية.

أما المغرب، فلا يتوفر على ميثاق موحد لتسويق صورته بصريا، ولا لمراقبة الجودة على مستوى تمثيل البلد اقتصاديا. وفي مستوى جماعات الضغط، لا يتوفر المغرب على هيئة تختص بالدفاع عن صورته وعن مصالح مقاولاته. وتتركز أنشطة الترويج في المغرب أساسا على المشاركة في معارض دولية وإيفاد بعثات تجارية وعلى القوافل.

4. الموارد المستغلة

تتوفر مصر من الناحية الكمية على صندوق لتطوير الصادرات، وقد أنشئ سنة 2002 بمهمة تخفيف الأعباء عن المصدرين، عن طريق تعويضهم بنسبة 10 % عن النفقات المرصودة. وتبلغ الميزانية الجديدة المخصصة لتطوير الصادرات 215 مليون دولار أمريكي. وقد قلصت الحكومة هذه الميزانية بنسبة 40 %، في أعقاب الأحداث الأخيرة التي عرفتها البلاد.

وفيما يخص الموارد البشرية، فإن المصلحة التجارية لمصر تتوفر على 55 تمثيلية في 49 بلدا ترتبط بمصالح استراتيجية مع الاقتصاد المصري. يضاف إلى ذلك 115 عوناً تجارياً أجنبياً ومستخدمين للدعم التقني يزاولون عملهم في 68 سفارة، و50 عوناً ينسقون الإعلام في المقر الرئيسي داخل وزارة التجارة والصناعة.

ويوظف القطاع الخاص نفوذه عبر الفدرالية المصرية للتأثير في قرارات الحكومة، ويدافع عن مصالح القطاع الخاص محليا ودوليا. وقد أنشئت الفدرالية سنة 1930، وهي الجهاز الأسمى ومحصلة التنسيق بين جهود كل غرف التجارة والصناعة والجمعيات المهنية، كما تعد الممثل الشرعي لهاتين الهيأتين لدى السلطات العمومية والمنظمات الدولية. ويوجد بمصر 21 غرفة للتجارة الوطنية. وتتمثل مهامها الرئيسية فيما يلي:

- المساهمة في تحديث وتطوير التجارة الداخلية وتطوير الأنظمة لتوفير المعلومات الضرورية للتجارة؛
- تحسين وتأهيل القطاع التجاري لمواجهة التطورات ورفع التحديات على مستوى الأسواق الوطنية والدولية؛
- إبراز أهمية مجموعة رجال الأعمال ومساهماتهم الكبرى في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
- المساهمة في تعزيز تنافسية المقاولات الصغرى والمتوسطة، وتأهيل الموارد البشرية الضرورية للتمكن من تديرها تديرا جيدا؛
- توجيه الجهود نحو تعزيز الصادرات. وهو أمر يعد من بين الأولويات بسبب ما يكتسبه من أهمية في تقوية الاقتصاد الوطني.

أنشئت غرفة الصناعات الغذائية سنة 1958، بالمرسوم الرئيسي رقم 453، بإشراف فدرالية الصناعات المصرية. وتعد الممثل الرسمي للصناعة الغذائية المصرية، ويتجاوز عدد أعضائها من المقاولات 2500. وهي الهيئة التي تمثل صناعة المشروبات والأغذية المحولة لدى الحكومة المصرية. وتهتم بكل الجوانب المتعلقة بمناخ الأعمال التي قد تؤثر في تنافسية الصناعة الوطنية والدولية.

وتتضمن غرفة الصناعات الغذائية تسع قطاعات: السكر، والساكار والشوكولاتة، والحليب ومشتقاته، وعصير الفواكه، والمشروبات والمياه، واللحوم والدواجن والأسماك، والفواكه والخضر، والزيوت والشحوم النباتية، والمنتجات الغذائية المتخصصة، والخمائر والمكملات الغذائية، ومختلف المنتجات الغذائية، والتبغ والسجائر.

مقارنة بالمغرب

لا يتوفر المغرب سوى على موارد قليلة على هذا المستوى، كما أن حضوره في الخارج يقتصر على 6 مكاتب تابعة للوكالة المغربية للاستثمارات. ولا يشغل كل من مغرب تصدير والوكالة المغربية للاستثمارات سوى 176 مستخدما.

وعلى العكس من ذلك، تتوفر مصر على عدد كبير من المستشارين المتخصصين موزعين على الأسواق التي تكتسي أهمية استراتيجية للبلد. وهذه الشبكة من الفروع منتشرة في مختلف مناطق العالم، وتعمل على جمع المعلومات المناسبة.

وتتكتل مختلف الفدراليات القطاعية المصرية لترويج صادرات المقاولات العاملة في قطاع أنشطتها، وتدافع عن مصالحها في المستويين المحلي والدولي.

وتتوفر مصر أيضا على 21 غرفة تجارية وطنية، مما يضعها في مرتبة متقدمة جدا بعيدا عن المغرب من حيث الأهمية الصناعية.

وعلى مستوى الأعمال والمبادرات، فإن مغرب تصدير والوكالة المغربية للاستثمارات نظمتا 335 نشاطا إشعاعيا للترويج سنة 2013. ومع ذلك، فلم تنجز سوى القليل من الدراسات للاستفادة من ثمار الأعمال المنجزة في السنوات السابقة، وتقييم أثر الأعمال الجديدة.

5. إجراءات تحفيزية على التصدير والاستثمار

اتخذت مصر العديد من التدابير التحفيزية، لتطوير اقتصادها وتشجيع الصادرات والاستثمارات. ومع ذلك، فإنها تخفض من حجم الاستثمار العمومي لفسح المجال للقطاع الخاص، حيث لجأت في أعقاب الأحداث التي عرفتتها مؤخرا، إلى التخفيض من الإجراءات التحفيزية للتصدير. وتتمثل مختلف الإجراءات التي اتخذتها مصر على مستوى التصدير فيما يلي:

- نظام القبول المؤقت: إلغاء الحقوق الجمركية، بل أحيانا إلغاء الضرائب غير المباشرة على المواد الداخلة في منتجات التصدير، وإرجاع مبلغ الضرائب والرسوم المؤداة سلفا على المواد الداخلة في صناعة منتجات التصدير، مع إمكانية استعمال المواد المستوردة دون رسوم في صناعة المنتجات المخصصة للتصدير؛
- التخفيف من القيود المفروضة على القطاع الخاص في مجال الأنشطة التجارية: الإلغاء التدريجي للتمييز بين القطاعين العمومي والخاص لإنجاز المعاملات الدولية؛

• **ضمانات على قروض التصدير:** يتعلق الأمر بإجراء لدعم المصدرين، للتخفيف من مخاطر دخول أسواق جديدة. وهذه الضمانات يتكفل بها كل من "Egypt Credit Guarantee Corporation" و "Egyptian Bank for Exports Development"؛

• **مكافآت على رقم المعاملات:** يتلقى المصدرون مكافأة نقدية بنسبة 10 % من القيمة الإجمالية لصادراتهم، ويقدمها الصندوق المصري لتنمية الصادرات.

وعلى مستوى الاستثمارات، اتخذت الحكومة المصرية مجموعة من الإجراءات الهادفة إلى تشجيع الاستثمار في صعيد مصر، ومن ذلك بعض التحفيزات المشجعة على الاستثمار، ومساعدات لخلق فرص الشغل، وتوفير بقع أرضية مجاناً في محافظات الصعيد (باستثناء الفيوم)، ومساعدات تقنية عبر مركز التحديث الصناعي لمصر، ومراكز التكنولوجيات، والتكوين.

يضاف إلى ذلك مجموعة من الامتيازات الضريبية لصالح المستثمرين، وخاصة أولئك الذين يختارون الاستثمار في المناطق الحرة. وتمنح الحكومة المصرية مجموعة من التحفيزات على الاستثمار، عبر سن قوانين متعلقة بالاستثمار، من قبيل تخفيض الضرائب، والإعفاء من الحقوق الجمركية، وتقديم ضمانات للمستثمرين الجدد:

• منح الأجانب حق امتلاك المقاولات؛

• ضمانات ضد تأميم المشروع أو نزع ملكيته؛

• عدم إخضاع أسعار منتجات المشروع للمراقبة؛

• منح المستثمرين الحق في نقل رساميلهم وأرباحهم خارج مصر؛

• إعفاء رواتب الخبراء الأجانب من الضريبة على الدخل، في حال استقرارهم في مصر أقل من سنة واحدة؛

• فرض ضريبة موحدة بنسبة 5 % على مواد البناء المستوردة لإنشاء مشروع ما؛

• وتمنح الإعفاءات الضريبية في نهاية العام الأول بعد انطلاق المشروع، وفق النظام الآتي:

• إعفاء المشاريع المقامة في منطقة الوادي القديم لمدة 5 سنوات؛

• إعفاء المشاريع المقامة في المناطق الصناعية والمناطق الحضرية الجديدة أو المناطق النائية لمدة 10 سنوات؛

- إعفاء المشاريع المقامة في الوادي الجديد (حقا، والعوينات الشرقية، وباريس، والخارجة، والفرافرة الشرقية، وسيوة)؛

- الإعفاء النهائي للمشاريع المقامة في المناطق الحرة.

وتوجد بمصر 10 مناطق حرة، موزعة على المناطق الآتية: الإسكندرية، ونصر، وقفت، وميديا، وبورسعيد، والسويس، والإسماعيلية، ودمياط، وبور سعيد الشرقية، وشيبان القم.

مقارنة بالمغرب

تؤمن القوانين المصرية للمستثمرين الحماية، منذ حلولهم في مصر، لتمكينهم من تطوير أنشطتهم وضمان ديمومتها.

أما في المغرب، فما زالت حماية المستثمرين ضعيفة، كما أن العديد من الثغرات القانونية لا تضمن حمايتهم، مما يشكل عائقا أمام الاستثمار.

وتمنح مصر المصدرين مساعدات ضخمة، عبر مكافآت ضريبية، تمكنهم من التقليل من نفقاتهم، وتشجعهم على غزو أسواق جديدة والرفع من رقم معاملاتهم.

وعلى العكس من ذلك، فلا يوجد في المغرب ما يكفي من إجراءات لتحفيز التصدير. يضاف إلى ذلك ما تتوفر عليه مصر من مناطق ذات أولوية في مجال التنمية، كما أنها تراهن على مناطق التجارة الحرة لتنمية جهاتها.

الملحق 3: رأي اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية المتعلق
بموضوع "العلاقات التجارية بين المغرب والاتحاد
الأوروبي بتاريخ 26 فبراير 2014

رأي اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية المتعلق بموضوع "العلاقات التجارية بين المغرب والاتحاد الأوروبي بتاريخ 26 فبراير 2014

خلال الجلسة العامة، المنعقدة في فبراير 2013، قررت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية، طبقا للمادة 29، الفقرة الثانية من نظامها الداخلي، المبادرة بتقديم رأي في موضوع:

"العلاقات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب"

وقد تبنت الشعبة المختصة "العلاقات الخارجية"، المكلفة بإعداد أعمال اللجنة في هذا المجال، رأيها بتاريخ 4 فبراير 2014.

وصادقت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية خلال جلستها العامة ليومي 26 و27 فبراير 2014 (جلسة 26 فبراير 2014) على الرأي الحالي، بنتيجة 179 صوتا لصالحه، و3 أصوات ضده، وامتناع 3 أصوات.

1. خلاصات

1.1 تسجل اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية تعميق العلاقات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب. وتطالب مع ذلك بأن يتم إشراك المجتمع المدني بشكل أكبر في بلورة وتفعيل الاتفاقيات، وتدعو إلى إدماج حقيقي ومعمق للتنمية المستدامة.

1.2 تأخذ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية علما بالمخاوف المعبر عنها في المغرب من كون إبرام اتفاقيات تجارية جديدة مع المغرب سيفاقم أكثر عجز الميزان التجاري لهذا البلد. وعلى الاتحاد الأوروبي أن يستجيب للشكوك المتزايدة في أوساط المجتمع المدني باعتماد استراتيجية تجارية لا تقف عند حدود تشجيع تبادل السلع، بل تمكن أيضا من خلق فرص شغل لائقة ومؤهلة، ومن تحفيز النسيج الجمعي⁶³، وتعزيز حقوق العمال، وضمان احترام البيئة.

1.3 من أجل ضمان احترام معايير التنمية المستدامة، في أعقاب دخول اتفاقية التبادل الحر الكامل والمعمق حيز التنفيذ، تشجع اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية المديرية العامة للتجارة التابعة للجنة الأوروبية على أن تؤكد على ضرورة إدماج فصل في الاتفاقية متعلق بالتنمية المستدامة، يتضمن آليات تتبع من قبل المجتمع المدني.

1.4 لا يمكن للاتحاد الأوروبي أن يستفيد استفادة كاملة من الفرص والإمكانات التي يتيحها إطار تجاري جديد مع المغرب، إلا إذا تحقق تقدم في حماية الاستثمارات وضمان الأمن القانوني للمستثمرين. وتسجل اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية أن الآلية الجديدة لفض النزاعات التجارية تمثل نقطة قوة لإقامة مناخ أعمال أكثر ملاءمة.

1.5 تشدد اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية على ضرورة أن يخضع تتبع الفصل المتعلق بالتنمية المستدامة المتضمن في اتفاقية التبادل الحر للتسويق على التوالي من قبل المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي واللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية، نظرا لتمثليتهما والخبرة التي يتوفران عليها للاضطلاع بعملية تتبع من هذا القبيل.

1.6 يتعين على الاتحاد الأوروبي والمغرب أن يحاولا استغلال الفرص والإمكانات التي تتيحها مثل هذه الاتفاقية، عبر الرفع من مستويات الاستثمار في كل مجالات التكوين، وتفعيل الإجراءات الهادفة إلى النهوض بالمساواة بين الجنسين، وذلك في أقرب الآجال. ويجب أن تأخذ بعين الاعتبار أولا حاجيات الشباب والنساء والأشخاص من المناطق الأكثر عوزا. وترى اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية أن برامج الاتحاد الأوروبي للدعم المالي ينبغي أن تساهم في الدفع أكثر بالتطورات المتحققة في مجال حقوق الإنسان، وحقوق الشغل، والتشريعات لصالح المساواة بين الجنسين.

1.7 من شأن تفعيل شراكة الحركة بين الاتحاد الأوروبي والمغرب أن يفتح آفاقا تنموية جديدة في المناطق الأكثر عوزا، شرط أن تستفيد هذه الشراكة من دعم مالي قوي من أجل تعزيز القدرات والأدوات القانونية والإجرائية. ويمكن تحسين تدبير موجات الهجرة والتنقل الحر للأشخاص بفضل مشاركة أكبر لجمعيات المجتمع المدني.

1.8 يراهن المغرب على الفلاحة بوصفها أحد المحركات الأساسية لاقتصاده. بيد أن الإمكانيات الجديدة التي تتيحها السوق الأوروبية يجب ألا تقود البلاد إلى الارتهان لاستيراد المواد الأولية، وإلى الإضرار بالتنوع البيئي، والقضاء على الفلاحة العائلية⁶⁴. وعلى المغرب والاتحاد الأوروبي أن يتعاونوا لضمان الأمن الغذائي.

1.9 يمكن أن تدرج في المفاوضات الجارية، الهادفة إلى إبرام اتفاقية تبادل حر كامل ومعقد، مسألة التقريب بين التشريع المغربي والترسانة القانونية للاتحاد الأوروبي. يتعلق الأمر بمسلسل معقد يتطلب تعاونا وثيقا خاضعا للتنوع في مواضيع هامة من قبيل الملكية الفكرية أو المعايير الصحية أو الخاصة بمعالجة المزروعات.

1.10 تدعو اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية إلى أن يشارك الفاعلون الاقتصاديون والاجتماعيون مشاركة أكثر فعالية في إعداد وتتبع وتفعيل الاتفاقيات التجارية. وتقترح اللجنة في هذا الإطار إحداث لجنة استشارية مختلطة مكونة من المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي واللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية، على أساس الفصل 85 من اتفاقية الشراكة، من أجل تمكين المجتمع المدني المنظم من تتبع الآثار الناجمة عن كل الاتفاقيات بين الاتحاد الأوروبي والمغرب، بما في ذلك الأثر الإجمالي للاتفاقيات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب. إضافة إلى ذلك، يجدر تعزيز العلاقات المباشرة بين المنظمات النظيرة في المغرب والاتحاد الأوروبي، ودعم مبادراتها في مستوى الحوار الاجتماعي بين العمال والمشغلين في مجالات أخرى.

2. مدخل

1.2 تربط بين الاتحاد الأوروبي والمغرب علاقات ثنائية قوية مكنت من إبرام اتفاقيات مهمة قائمة أساسا على العلاقات التجارية. وقد راهن الاتحاد الأوروبي، بوصفه الشريك الأساسي للمغرب، على هذا البلد كشريك استراتيجي ذي أولوية لتطوير الديمقراطية والازدهار في المنطقة المتوسطة.

2.2 تميزت العلاقات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب تاريخيا بمفاوضات مكثفة، بل وأحيانا إشكالية، تتعلق بالولوج إلى السوق والتحرير التدريجي للتعريفات الجمركية. وقد كانت الفلاحة غالبا في صميم النقاشات، ولكن حاليا، مع التحرير الكامل تقريبا للقطاع الفلاحي، تم الانخراط في دينامية أوسع، عبر اعتماد أدوات جديدة ترمي إلى تحسين الوسط التجاري عموما .

3.2 انخرط المغرب في مسلسل معقد يستهدف الاقتراب من الترسانة القانونية للاتحاد الأوروبي. ومن شأن هذه الجهود أن تسمح بالاستفادة أكثر من الأدوات التي تقدمها السياسة الأوروبية الجديدة للجوار، وبلوغ مستوى أهم من الاندماج. وتظل المملكة المغربية الهدف الأول للاعتمادات الأوروبية المرصودة للتعاون التقني والمالي .

4.2 ارتكز موقف الاتحاد الأوروبي من الربيع العربي على النهوض بالعلاقات التجارية مع أربعة بلدان متوسطية، وهي مصر وتونس والأردن والمغرب. وقد سرع الاتحاد الأوروبي وتيرة التفاوض مع المغرب والشركاء المتوسطيين الآخرين، كما أنه أعاد توجيه قراءته للحقائق السياسية والاجتماعية بالمنطقة، وراجع بعمق استراتيجيته السياسية تجاه المنطقة المتوسطية بأكملها .

5.2 وقد انخرط المغرب من جانبه في مجموعة من الإصلاحات أفضت إلى صياغة دستور جديد يهدف إلى التكيف مع المستجدات الطارئة في المنطقة المتوسطية، واحترام الشروط المفروضة من قبل الاتحاد الأوروبي للتقدم في مسار الاندماج. ومع ذلك، تعتبر اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية أن التحديات ما زالت كبيرة، وتتطلب عملا منسجما يمتد على المدى البعيد .

6.2 ومن المهم، في إطار هذه المقاربة التجارية الجديدة، التفكير في طريقة لضمان المشاركة الفعلية للمجتمع المدني للاتحاد الأوروبي والمغرب في بلورة وتفعيل الاتفاقيات التجارية، طبقا لمبدأ إشراك المجتمع المدني المنصوص عليه في الاتفاقيات التجارية الأخرى المبرمة مؤخرا من قبل الاتحاد الأوروبي. وهذا التفكير المشترك يجب أن يتناول أيضا مسألة استحضار الاهتمامات الاجتماعية والبيئية لمجتمع أصبح ميالا أكثر فأكثر إلى أن تصبح الاستدامة المبدأ الموجه للاتفاقيات التجارية المستقبلية.

3. العلاقات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب: مسار طويل

3.1 وبعيدا وراء الاتحاد الأوروبي توجد قوى عظمى مثل الولايات المتحدة والصين اللذين ضاعفا في السنين الأخيرة الجهود لتعزيز العلاقات التجارية مع شريك متوسطي.

3.2 يرتكز اقتصاد المغرب على الخدمات، وقد بذل في السنوات الأخيرة جهودا ضخمة لتتبع قطاعاته الاقتصادية. وينصب الجزء الأكبر من المبادلات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب على قطاع المنتجات المحولة، ومعدات النقل والآلات، والتغذية، والمواد الكيماوية. ويزخر الاقتصاد المغربي بمؤهلات نمو كبرى، ولكن خلال السنة الماضية، لوحظ انخفاض في النمو الاقتصادي.

3.3 تعد فرنسا أهم شريك تجاري للمغرب داخل الاتحاد الأوروبي، تليها مباشرة إسبانيا، فالمملكة المتحدة باستثمارات تركز أساسا على قطاعات السياحة والخدمات والبنوك والنقل. وإذا كانت الأزمة الاقتصادية الدولية لم تؤثر كثيرا في المغرب، فإن هذا البلد بدأ مع ذلك يعاني من الآثار الجانبية الضارة لسياق اقتصادي مضطرب، تجلت علاماته في قطاعات مثل السياحة والنقل والتحويلات المالية للمهاجرين. ويعد الفقر والبطالة المععمة

السبب المباشر للمشاكل الاقتصادية ومشاكل الهجرة والأمن في المنطقة، كما أن تباطؤ وتيرة نمو الاقتصاد الأوروبي له أثره أيضا على هذه الوضعية.

4.3 تقوت العلاقات التجارية خلال العقد الأخير، بفضل دخول اتفاقية الشراكة الموقعة سنة 2000 حيز التنفيذ، وتبني خطة العمل في يوليو 2005 التي تعد جزءا لا يتجزأ من السياسة الأوروبية للجوار. كما أن الوضع المتقدم الممنوح للمغرب سنة 2008، أعطى الانطلاقة لمرحلة جديدة من شراكة أوسع أفقا وأكثر طموحا. ومنذ 2012، أصبحت سارية المفعول آلية جديدة لفض النزاعات التجارية. وفي السنة نفسها، أبرمت اتفاقيات تجارية تهم الفلاحة والصيد البحري، وهي اتفاقيات كانت مثار جدال كبير. وفي سنة 2013، شرع الاتحاد الأوروبي في مفاوضات مع المغرب حول اتفاقية متعلقة بالحماية المتبادلة للتحديدات الجغرافية، يأمل الطرفان في توقيعها قبل 2014.

4. الربيع العربي وتطوير منظور تجاري جديد

4.1 أعاد الربيع العربي تنشيط جهود الاتحاد الأوروبي الرامية إلى تحديد دوره في المنطقة على أسس جديدة، عبر مراجعة عميقة لأعماله وأدواته وعلاقاته. وقد اعتمد الاتحاد الأوروبي أدوات جديدة في سعيه إلى جعل المنطقة المتوسطية فضاء سلام وازدهار، بفضل الاستجابة السريعة والمنسجمة للمستجدات، وعن طريق تحرير متوازن وتدرجي للتجارة.

4.2 أصدرت اللجنة في ماي 2012، في إطار سياسة أوروبية جديدة للجوار، خريطة طريق حول تفعيل السياسة الأوروبية للجوار.

4.3 أصبحت مسألة تشجيع العلاقات التجارية مع الشركاء المتوسطيين، وخاصة المغرب، هدفا هاما للاتحاد الأوروبي، في إطار هذه الاستراتيجية الجديدة الهادفة إلى تجاوز سياق سياسي واقتصادي محفوف بعلامات الاستفهام.

4.4 أعطى الاتحاد الأوروبي في فاتح مارس 2013 الانطلاقة الرسمية لمسلسل التفاوض مع المغرب حول اتفاقية جديدة طموحة وعميقة متعلقة بتحرير التجارة. والهدف، كما هو مذكور سلفا في اتفاقيات شبيهة قيد التفاوض، (لم يتم توقيعها بعد) مع الشركاء الشرقيين للاتحاد الأوروبي، وخاصة أوكرانيا وجورجيا ومولدافيا، هو "الذهاب أبعد من الحدود"، من أجل ضمان انسجام أكبر بين التشريعات الخاصة بالاتحاد الأوروبي وبعض البلدان المجاورة. يتعلق الأمر بتوسيع دائرة القضايا التقليدية المرتبطة بالتجارة، لمعالجة مواضيع أساسية لتحسين الوسط التجاري بمجموع مكوناته (حماية الاستثمارات، والخدمات، والمشتريات العمومية...)، وجعل المغرب يقرب من القواعد الجاري بها العمل في السوق الأوروبية الداخلية، وتعميق القضايا النوعية التي تركت جانبا في الاتفاقيات السابقة (من قبيل الملكية الفكرية، والإجراءات الصحية والمتعلقة بمعالجة المزروعات، وغيرها).

وقد أقرت اللجنة الأوروبية بأهمية الفصل المتعلق بالاستدامة الاجتماعية في إبرام هذه الاتفاقية الجديدة، ويعد هذا الأمر سابقة سيتم التخصيص عليها في كل اتفاقية جديدة موقعة من قبل الاتحاد الأوروبي. وقد طالبت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية في العديد من آرائها أن تصحح الاعتبارات الاجتماعية والبيئية أيضا من الأولويات في المفاوضات المتعلقة بالتبادل الحر.

5. الجوانب التجارية للتنمية المستدامة. المفاوضات بين الاتحاد الأوروبي والمغرب المتعلقة باتفاقية تبادل حر كامل ومععمق

5.1 يشكّل إطلاق المفاوضات حول اتفاقية تحرير تجاري كامل ومععمق المرحلة الأخيرة من العلاقات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب. وسيصبح الهدف الرئيسي، في أعقاب التفكيك التعريفي في مجالي الفلاحة والسلع الصناعية، تحسين مناخ الأعمال وتقريب التشريعات المغربية من الترسنة القانونية للاتحاد الأوروبي⁶⁵. وتكتسي هذه الاتفاقية الشائبة أهمية بالغة لكونها ستطرح كنموذج لاتفاقيات شبيهة بين الاتحاد الأوروبي وبعض أهم شركائه في جنوب البحر الأبيض المتوسط.

5.2 قررت اللجنة الأوروبية إدراج فصل خاص في المفاوضات متعلق بالتنمية المستدامة. وفي هذا الصدد، أنجزت شركة الاستشارة إيكوريس ECORYS دراسة للأثر مرتبطة بالفصل المخصص للتنمية المستدامة المتضمن في الاتفاقية⁶⁶.

5.3 تعالج هذه الدراسة قضايا بالغة الأهمية تأمل اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية المساهمة فيها بشكل بناء، لجعل طرفي المفاوضات يأخذان بعين الاعتبار ضرورة أن تصبح التجارة في خدمة التنمية المستدامة. وتعتبر اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية أن كلا من الاتحاد الأوروبي والمغرب عليهما أن يضعا في الحسبان، من بين أمور أخرى، العناصر الأساسية المذكورة أدناه، لضمان الانسجام بين تعميق علاقاتهما التجارية من جهة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من جهة ثانية.

التنمية الاقتصادية

5.4 تفاقم عجز الميزان التجاري للمغرب مع الاتحاد الأوروبي في السنوات الأخيرة، خاصة بسبب اتفاقيات التحرير التجاري، مما ولد نوعا من الشك في الإمكانيات التي قد تأتي بها اتفاقية جديدة. إضافة إلى ذلك، فإن تجربة الاتفاقيات السابقة مع الولايات المتحدة الأمريكية وتركيا زادت من التحفظات والتخوفات من خطر الارتهاق المفرط للموارد الخارجية، بل إن الفلاحة باعتبارها قطاعا حيويا في المغرب، أصبحت مرتبهة أكثر فأكثر للواردات من المواد الأولية كالحليب والحبوب، مما كان له انعكاس سلبي على السيادة الغذائية. يتعين إذن على الاستراتيجية التجارية بين الطرفين أن تشجع تنوع المنتجات.

5.5 ما زال القطاع الأوروبي يطالب بتحسين حماية الاستثمارات قصد تحقيق الأمن القانوني الضروري لتسهيل الاستثمارات الأجنبية المباشرة. ويجب أن تترجم التطورات المتحققة في السنوات الأخيرة بتغييرات إضافية في النصوص القانونية المغربية. وما زالت المقاولات الأوروبية تراهن على المغرب لتعجير بعض مراحل الإنتاج. وتعد القطاعات المرتبطة بصناعة السيارات والطائرات والإلكترونيات رائدة في هذا الصدد، بيد أن من شأن إقرار تشريعات شفافة وأشكال جديدة من التعاون أن تولد فرصا وإمكانيات جديدة.

6.5 يعتبر الاتحاد الأوروبي أن قطاعات الخدمات والمالية تنطوي على إمكانيات هامة من الفرص الجديدة لفائدة المقاولات. والمغرب من جانبه يطالب بمزيد من الدعم المالي الأوروبي لتسهيل هذا المسلسل المعقد من الملاءمة التشريعية.

7.5 غالبا ما تركزت الفوائد الاقتصادية للتبادل الحر مع المغرب في بعض القطاعات أو بعض المناطق المغربية، مما ساهم في تهميش الجهات الأكثر عوزا. وينبغي لدراسات الأثر أن تعطي الأولوية في تحليلاتها إلى مزايا ومخاطر التبادل الحر في المستويين المحلي أو الجهوي.

التنمية الاجتماعية

8. يجب ألا يؤدي التطور الاقتصادي الجديد إلى فقدان العمال لحقوقهم. ويتعين تعزيز الحقوق النقابية ووضع الأسس اللازمة لخلق فرص شغل لائقة وذات جودة طبقا لمعايير منظمة الشغل العالمية. ومن بين نقاط الضعف التي ظلت دائما حاضرة في العلاقات التجارية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب العدد غير الكافي من مناصب الشغل المحدثة.

5.9 يتعين على الاتحاد الأوروبي والمغرب الاستثمار في التكوين، كي يستفيد من الفرص الجديدة للأشخاص ممن لهم تأهيل غير كاف، والعاملون في مناطق معوزة والشباب والنساء. ويجب أن تشكل التحفيزات لفائدة المقاولات وتعزيز التعاونيات وتطوير المقاولات الصغرى والمتوسطة عماد الاستراتيجية الجديدة في مجال التكوين. ويجدر تشجيع المبادرات المتعلقة بالاقتصاد الاجتماعي.

10.5 تعد الشراكة من أجل الحركة⁶⁷ بين الاتحاد الأوروبي والمغرب ثمرة عمل مكثف للطرفين قصد تسهيل التنقل الحر للأشخاص وتديير موجات الهجرة. وتشيد اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوروبية بالتزام الاتحاد الأوروبي والمغرب بمنح جمعيات المجتمع المدني دورا أهم في تتبع مختلف العناصر التي شكلت موضوع الاتفاقيات المبرمة بين الطرفين.

11.5 يتعين أن تساهم هذه الشراكة في تحسين التبادل بين الجامعات، وتشجيع انتقال المعارف المتحصلة عن الدراسات والأبحاث وتشجيع التفاعل الثقافي والنشاط السياحي. وتعد هجرة الأدمغة مشكلة حقيقية يجب أن تشكل موضوع مقتضيات خاصة.

12.5 يجب أن يشجع الدعم المالي، الذي يقدمه الاتحاد الأوروبي لتسهيل الالتقائية التشريعية، التطبيق العملي للتشريع لفائدة المساواة بين الجنسين والحقوق الأساسية. ولا يكفي وضع ترسانة من الأدوات القانونية لصالح المرأة، بل من الواجب تلمس التطور الحاصل في أرض الواقع بشكل متواصل منتظم، مع دعم أعمال جمعيات المجتمع المدني.

التنمية البيئية

13.5 ليس ثمة أي تناقض بين المحافظة على الموارد الطبيعية واحترام التنوع البيئي من جهة، والدينامية التجارية من جهة ثانية. ويجب ألا يصبح تحرير التجارة ذريعة لتكثيف بعض الأنشطة التي قد تحدث أثرا سلبيا على البيئة. ويتعين على الاتحاد الأوروبي والمغرب أن يعطيا الأولوية للملاءمة التدريجية المصحوبة بأجال في المجال البيئي، رغم الكلفة المالية التي قد يتطلّبها التقريب بين التشريعات المتعلقة بالحماية الصحية والمرتبطة بمعالجة المزروعات، وتديير النفايات الصناعية، وتلوث المياه.

14.5 لم تفلح حتى اليوم دراسات الأثر على الاستدامة، المنجزة من قبل الاتحاد الأوروبي، فيما يخص علاقاته التجارية مع المغرب، في سد ثغرة مهمة في الاتفاقيات الموقعة مع هذا البلد، وتتمثل في التبع المفصل لأثرها البيئي طردا مع التقدم في مسار تحرير المبادلات. ومن الضروري مد المجتمع المدني في كل من الاتحاد الأوروبي والمغرب بأدوات كفيلة بدعم سلطات الطرفين في هذا العمل الشاق المتمثل في الحرص على ألا يتم تحقيق النمو الاقتصادي وتكثيف المبادلات على حساب الحماية الضرورية للبيئة.

15.5 تكشف المفاوضات بين الاتحاد الأوروبي والمغرب⁶⁸ حول اتفاقية الصيد البحري عن ضرورة احترام حقوق الإنسان والاستدامة البيئية ومصصلحة الساكنة المحلية المعنية في أي نشاط تجاري.

ولا يمكن أن تتحقق مشروعية هذا النوع من الاتفاقيات إلا إذا رافقتها أدوات ومؤشرات تضمن استدامتها البيئية.

6. القضية الفلاحية: خطر أم فرصة؟

1.6 يعد قطاع الفلاحة عنصرا مهما في النسيج الاقتصادي والاجتماعي المغربي. وقد مثل سنة 2012 نسبة 15 % من الناتج الداخلي الخام، و43 % من الساكنة النشيطة، و78 % من مناصب الشغل في العالم القروي. ويظل المصدر الأول لمناصب الشغل في البلد. ويتراوح متوسط الأجور في المغرب ما بين 55.0 و65.0 أورو⁶⁹، والعمال الموسميون لم يتمكنوا من الاستفادة الكاملة من حقوق الشغل، كما أن الاستغلاليات الفلاحية المغربية ما زالت تشغل الأطفال. ولقطاع تربية المواشي أيضا أهميته بالنسبة إلى الاقتصاد الفلاحي للمغرب، وهو يمثل 30 % من القيمة المضافة الفلاحية، و20 % من اليد العاملة القروية.

2.6 ومن جانب آخر، تلعب الصناعة الغذائية دورا استراتيجيا في الاقتصاد المغربي. ويضم هذا القطاع 1700 مقولة تضمن للبلد ربع إنتاجه الصناعي.

7. الاتفاقية الفلاحية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب

1.7 انطلق مسلسل توطيد العلاقات الفلاحية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب مع توقيع الاتفاقية الأورو-متوسطة للشراكة بين المجموعة الأوروبية والمغرب في 26 فبراير 1996. وقد أدخلت على هذه الاتفاقية تعديلات في أعقاب التوقيع على اتفاقيات جديدة. وتم قطع المرحلة الأخيرة سنة 2012 بإبرام اتفاقية فلاحية جديدة صادق عليها بالأغلبية البرلمان الأوروبي.

2.7 يمكن القول إن العلاقة بين الطرفين، خاصة فيما يتعلق بالاتفاقية الفلاحية، اتسمت بالصعوبة، وعلى وجه الخصوص مع بلدان أوروبا الجنوبية، بسبب التنافس المرتبط أساسا بالفواكه والخضر، والجدالات المحتملة حول تجاوز الحصص، ومزاعم عدم احترام أسعار الدخول في بعض الفترات للطماطم المغربية، هذا المنتج الأساسي في الاتفاقية.

3.7 ترى اللجنة الاقتصادية والاجتماعية أن الأوان قد حان لإدراج بعض البنود والمعايير في الاتفاقية الفلاحية بين الاتحاد الأوروبي والمغرب، للتمكن من تقييم أثر تحرير المبادلات التجارية على الطرفين، وخاصة الأثر المفترض على البيئة وحقوق الشغل.

8. مخطط المغرب الأخضر

1.8 هناك عملان مترابطان ومنفتحان على المستقبل يكملان الاتفاقية الفلاحية، وهما مخطط المغرب الأخضر و"الوضع المتقدم".

2.8 يهدف مخطط المغرب الأخضر في أفق 2020 إلى:

visé à faire passer la valeur ajoutée de son produit intérieur brut (PIB) agricole (جملة غير مفهومة في النص المصدر) ومضاعفة إنتاج زيت الزيتون أربع مرات في أفق 2020 لبلوغ 340 ألف طن، ورفع إنتاج الحوامض إلى 7,3 مليون طن مقابل 5,1 مليون طن حاليا، وإلى 10 ملايين طن من الفواكه والخضر، مقابل 45,4 مليون طن حاليا. وفي الوقت نفسه، ستنقل المساحة المزروعة المخصصة للحبوب من 3,5 مليون هكتار إلى 2,4 مليون هكتار. وتؤكد الحكومة المغربية أنها تريد الرفع من الإنتاجية، رغم أن المستثمرين الأجانب يتجهون أكثر نحو قطاع الخضر والفواكه. وبالنسبة إلى المغرب، تعطى الأولوية لمسألة الرفع من الميزان التجاري، الأمر الذي سيتحقق عبر دعم المصدرين.

9. الوضع المتقدم

1.9 أصدرت اللجنة الأوربية في 17 أبريل 2013 مقترح قرار المجلس الأوروبي المتعلق بخطة العمل (-2013 2017) بين الاتحاد الأوروبي والمغرب لتفعيل الوضع المتقدم ، وينص بوضوح على أن أول إجراء في المجال الفلاحي يتمثل في "تحديث وتعزيز القدرات في القطاع الفلاحي في إطار تحرير المبادلات وفي انسجام مع آفاق مخطط المغرب الأخضر".

2.9 يتلقى هذا المخطط الرامي إلى تحسين الإنتاج الفلاحي، المنصوص عليه في الوضع المتقدم، دعما ماليا من الاتحاد الأوروبي، يوجه مباشرة وبشكل حصري إلى المساعدة على تفعيل الركيزة الثانية من مخطط المغرب الأخضر. هكذا تلقى المغرب خلال العشر سنوات الأخيرة مليار و330 مليون أورو في إطار دعم التنمية. وخلال الفترة ما بين 2011 و2013 تم تقديم 565 مليون أورو إضافية، منها 70 مليون أورو في إطار برنامج دعم السياسة القطاعية الفلاحية، تلاه برنامج ثان رصدت له 60 مليون أورو. وتستعمل هذه المساعدات التي يقدمها الاتحاد الأوروبي جزئيا لتنمية زراعة الأشجار المتوسطة، وعلى رأسها شجر الزيتون.

10. الأمن الغذائي

1.10 ستفضي كل هذه الأعمال الهادفة إلى تطوير الاقتصاد الفلاحي المغربي لا محالة إلى بلوغ أهداف الركيزة الأولى لمخطط المغرب الأخضر، أي الرفع من صادرات الخضر والفواكه، وخاصة تلك المتأتية من الزراعات المسقية. وليس من قبيل المصادفة أن نتائج نماذج دراسة تقييم الأثر التي نشرتها "إيكوريس" في 17 أكتوبر الماضي تكشف عن احتمال توسع قطاع الخضر والفواكه وللمنتجات ذات المصدر النباتي المعالجة، بفضل إنشاء منطقة تبادل حر معمق وكامل.

2.10 تتناقض هذه المجهودات المحمودة التي بذلها المغرب قصد تحسين فعالية فلاحته مع ندرة الأراضي القابلة للزراعة. وتشغل الحبوب 65 % من المساحة الزراعية، تليها الحوامض وأشجار الزيتون بنسبة 11 %، والزرعات الصناعية (الشمندر السكري وقصب السكر) بنسبة 4 %، والبقوليات (4 % أيضا)، والزرعات السبخية من طماطم وفرولة وبطيخ وغيرها (3 %). وتأتي الخضار والفواكه على رأس الصادرات المغربية.

3.10 وهناك عقبة كبرى أمام تطوير الركيزة الثانية من مخطط المغرب الأخضر، حيث إن 12 % فقط من المجال الترابي تصنف كمساحة صالحة للزراعة، مع نسبة كبيرة من الأراضي غير المسقية. ويسود نمط الاستغلاليات الفلاحية العائلية الصغرى بأقل من 5 هكتارات (أكثر من 70 % من مجموع الاستغلاليات المغربية تحتل أقل من ثلث المساحة الزراعية).

4.10 يفاقم الانتقال في المغرب من زراعة الحبوب إلى زراعة مكثفة ظاهرة التلمح -وهي ظاهرة سائدة في الضفة الأخرى من المتوسط، وهم 5 % من مساحة البلد. ويتعين على الاتحاد الأوروبي أن يعمل على خلق توازن بين ركيزتي مخطط المغرب الأخضر، ويشجع زراعة موجهة للملاكين الصغار، وهي زراعة أصبحت اليوم عرضة للاختلال بسبب سيادة زراعة التصدير التي تجهلها الغالبية الكبرى من المنتجين المغاربة. وقد يفتح البرنامج المقبل، الخاص بالمشاريع الرائدة للتنمية القروية في المغرب، أمامهم آفاقا جديدة.

11. الإصلاحات وحرية تأسيس الجمعيات والمجتمع المدني

1.11 قبل انطلاق عملية الانتقال الديمقراطي الجارية، لم تكن حرية تأسيس الجمعيات، المعززة بدرجة أو بأخرى، موجودة في بعض بلدان المنطقة، عكس المغرب، حيث ظهرت، قبل الإصلاحات الحالية، جمعيات مستقلة للعمال وللمقاولين ولقطاعات أخرى من المجتمع المدني. وهذه الجمعيات كانت تتمتع ببعض الحرية في العمل، مع الخضوع لبعض القيود المفروضة من قبل السلطات.

1.1.11 مكنت الإصلاحات المتحققة في السنوات الأخيرة من تحسين هذه الوضعية، ولهذا السبب، غالبا ما يقدم تحرير المجال السياسي في المغرب كنموذج يمكن أن تقتدي به الدول العربية الأخرى. ومع ذلك، ما زالت هناك بعض الجوانب التي يمكن تحسينها.

2.1.11 تعرف جمعيات المجتمع المدني تطورا متواصلا، رغم أن العديد من النشاطات يشكون من استمرار بعض الحواجز الإدارية، وخاصة في مسطرة تسجيل الجمعيات.

3.1.11 تجدر الإشارة، بصدد الأدوات المؤسسية المستحدثة في إطار الإصلاح السياسي، إلى إنشاء المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي سنة 2011، أوكلت إليه وظائف الاستشارة وتقديم النصح للحكومة وللمجلس النواب ومجلس المستشارين، في مجال التوجهات الاقتصادية والبيئية ومجال التكوين المهني. والمجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي مكلف أيضا بالنهوض بالعلاقات بين الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين وتعزيزها.

4.1.11 وبعض الجمعيات ليست ممثلة داخل المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي، ولكنها تتمتع بسلطة مشهود لها في مجال الدفاع عن حقوق المرأة، وحقوق الإنسان عامة، أو في مجال محاربة الفساد.

5.1.11 ومن بين الأجهزة الاستشارية المنصوص عليها في الدستور: المجلس الوطني لحقوق الإنسان، والهيئة المركزية للوقاية من الرشوة، ومجلس الشباب، ومجلس الجالية المغربية في الخارج، ومجلس المنافسة، والمجلس الأعلى للأمن. ولم يتم بعد إنشاء المجلس الأعلى للقضاء، ومجلس الأسرة، ومجلس المناصفة، والمجلس الوطني للغات والثقافة المغربية.

2.11 مشاركة المجتمع المدني الأوربي والمغربي في الاتفاقيات الموقعة بين الاتحاد الأوربي والمغرب

1.2.11 كما ذكر ذلك في رأي سابق للجنة الاجتماعية والاقتصادية الأوربية حول المغرب⁷⁰، لم يجر حوار وتشاور كاف مسبق بين المنظمات الاقتصادية والاجتماعية حول المفاوضات المتعلقة باتفاقية الشراكة.

2.2.11 لا يتضمن نص اتفاقية الشراكة السارية المفعول الإشارة إلى آلية ملموسة لمشاركة المجتمع المدني في تتبع وتطوير هذه الاتفاقية.

3.2.11 تنص اتفاقية الشراكة في الفصل 85 على أن مجلس الشراكة، الذي هو أعلى جهاز مسير، يتخذ كل إجراء مفيد لتسهيل التعاون بين اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوربية والمؤسسة النظيرة في المملكة المغربية.

4.2.11 بما أن المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي موجود سلفا، وبما أنه يتعاون تعاوننا تاما مع اللجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوربية، سيكون من المعبد أن يطالب الجهازان الاستشاريان من مجلس الشراكة بإنشاء لجنة استشارية مختلطة، بإمكانها تقديم تقارير وطلبات إلى مجلس الشراكة وإلى لجنة الشراكة.

5.2.11 تتكون اللجنة الاستشارية المختلطة من ستة ممثلين للمجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي وستة ممثلين للجنة الاقتصادية والاجتماعية الأوربية، وتجتمع مرتين في السنة، بالتناوب مرة في المغرب وأخرى في الاتحاد الأوربي.

6.2.11 ومن المفيد أيضا وضع آليات أخرى لاستكمال المشاركة في إطار العلاقات بين الاتحاد الأوربي والمغرب، في مجال الحوار بين المشغلين والأجراء مثلا.