



نجاة السيمو
رئيسة اللجنة



منصف كتانيمقرر
الموضوع

الإدماج الاقتصادي والاجتماعي لباعة المتجولين

تطرح التجارة الجائلة مشكلات عويصة أمام السلطات العمومية، سواء على المستوى المركزي أو المحلي. وفي هذا الصدد، لا تزال أعداد الباعة المتجولين تتزايد بوتيرة لا تستطيع السلطات العمومية ضبطها. ولا شك أن الأزمة الصحية المرتبطة بكوفيد-19 ساهمت في زيادة عدد هؤلاء الباعة، الذين قدر عددهم في سنة 2014 بـ 430.000 شخص. وتعتبر البطالة والهجرة القروية واختلالات منظومة التربية والتكوين عوامل رئيسية لتنامي ظاهرة الباعة المتجولين.

صحيح أن التجارة الجائلة تضطلع بدور اجتماعي واقتصادي مهم باعتبارها منفذاً لتصريف الإنتاج الوطني وقطاعاً يُشغل عدداً كبيراً نسبياً من اليد العاملة ضعيفة التأهيل، غير أن انتشار هذه التجارة يفاقم من مظاهر الهشاشة في سوق الشغل، ويُشكل مصدر منافسة غير مشروعة للقطاع المنظم، ويلحق الضرر بالاقتصاد الوطني، إذ يُضَيِّع على الدولة مداخيل ضريبية مهمة. وعلاوة على ذلك، تطرح التجارة الجائلة مشاكل عديدة من قبيل الازدحام والاحتلال غير القانوني للملك العمومي، وإشكاليات مرتبطة بالنظافة، والسلامة الصحية، والسكنية العمومية، وأمن المواطنين والمواطنات.

وأمام الحجم الذي بلغته هذه الظاهرة، انتقلت المقاربة المعتمدة من قبل السلطات العمومية من مقاربة زجرية إلى مقاربة قائمة على إدماج الباعة المتجولين، من خلال وضع برنامج وطني لإعادة تأهيل الباعة المتجولين، يمتد على الفترة ما بين 2015 و2018. وعلى الرغم من الجهود التي بذلت في هذا المجال، لم تتم إعادة تأهيل سوى 124.000 من الباعة المتجولين من أصل 430.000 بائع مستهدف. وقد واجه هذا البرنامج عدة صعوبات في التنفيذ تتعلق على وجه الخصوص بندرة الوعي العقاري، وقلة الموارد المالية، وضعف انخراط المستفيدين، وضعف النشاط التجاري، ومشاكل الربط بشبكات الكهرباء والماء والتطهير.

4. وضع إطار تنظيمي دقيق ومُلمزم من أجل تقنين وإعادة النظر في دور ومهام الوسيط وبيان حقوقه وواجباته على مستوى سلسلة التسويق؛
 5. الإسراع بإصلاح أسواق الجملة، عبر العمل على استبدال نظام الريع الحالي بنظام مفتوح أمام المنافسة وجعل ولوج المهنيين إليه مشروطاً باحترام دفتر للتحملات؛
 6. تعزيز التنسيق بين مختلف الأطراف المعنية على المستوى الوطني والترابي من أجل ضمان اندماج أفضل لمكون التسويق في سلسلة القيمة؛
 7. تطوير مجال تحويل المنتجات الفلاحية (الفواكه والخضر) من خلال توجيه بعض المنتجات نحو التحويل الصناعي؛
 8. تسريع التحول الرقمي لمجال التسويق من أجل تيسير إدماج المنتجين الصغار والمتوسطين؛
 9. تطوير قنوات التسويق القصيرة ذات الطابع التعاوني، وتشجيع تجارة القرب؛
 10. اعتماد قانون لمكافحة ضياع وهدر المنتجات الفلاحية في مراحل التوزيع والتخزين والتسويق.
1. تعزيز آليات تقنين الأسعار المعتمدة على مستوى سلسلة إنتاج الحبوب، ووضع آليات ملائمة لخصوصيات سلاسل الإنتاج الفلاحي الأخرى؛
 2. تعزيز دور التعاونيات الفلاحية وإعادة النظر في منظومة حكمتها ومراقبتها، مع تشجيع الفلاحين الصغار والمتوسطين على الانتظام في هذا النوع من التعاونيات من أجل ضمان جمع وبيع منتجات الحبوب وفق السعر المرجعي المحدد من لدن السلطات المختصة؛
 3. إعادة النظر في نماذج وآليات مواكبة وتنظيم الفلاحين في إطار تعاونيات (التجميع التعاوني) أو مجموعات ذات نفع اقتصادي، من خلال ترصيد نجاحات المقاربات المعتمدة على مستوى سلسلتي إنتاج السكر والحليب، وذلك من أجل تحسين ظروف تسويق المنتجات الفلاحية والرفع من دخل المنتجين بشكل ملموس؛