

2007

2007

المنطقة المتوسطية

هوية وجودة السلع الغذائية البحر المتوسطية

تحرير برتراند هيرفيو

المنطقة المتوسطية

هوية وجودة السلع الغذائية البحر المتوسطية

تحرير برتراند هيرفيو

المنطقة المتوسطية

ركزت ميديتيرا في طبعها الأولى علي تساؤلات عن الهوية، السلامة والجودة للسلع الغذائية البحرمتوسطية، ومن ثم إلقاء الضوء علي تأثير تحديد المنشأ كضمان للجودة ودرع للعديد من البلدان البحرمتوسطية في مواجهة التقليد وإعادة توطين تلك السلع.

ويمثل هذا العمل تحليل رصين للمخاطر في هذا المجال، وكذلك إدراكات المستهلك من أجل تحديد الدور الذي تلعبه الهوية والسلامة والجودة في هيكل السوق. ولقد تم أخذ صناعة اللبن كمثال لتوضيح الفرص المستقبلية والسياسات المنفذة في عديد من الأقطار المتوسطية.

وقد تم نشر التقرير السنوي للمركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة لإقليم البحر المتوسط "سيام"، والمعنون الآن بميديتيرا، كوثيقة مرجعية منذ 1999 تعكس تطور قطاع الزراعة في الدول الواقعة بحدود البحر المتوسط. وتقدم الخرائط والأشكال البيانية والجداول تفاصيل تتعلق بمؤشرات التنمية الزراعية فيها.

وتنشر ميديتيرا في خمس لغات (الفرنسية، الإنجليزية، الأسبانية، العربية والإيطالية) وتطرح أساساً للنقاش وإتخاذ القرار بين صانعي السياسات والمهنيين.

السيد برتراند هيرفيو، السكرتير العام الحالي للمركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة لإقليم البحر المتوسط "سيام"، هو المحرر العلمي لميديتيرا. والمركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة لإقليم البحر المتوسط، وهو منظمة بين حكومية أنشئت عام 1962، أصبح يضم الآن ثلاثة عشر دولة عضو بحوض البحر المتوسط: وصار تدريجياً هيئة معترفاً بها في مجالات الزراعة، الغذاء والتنمية الريفية في إقليم البحر المتوسط.



SCIENCES PO
LES PRESSES



SCIENCES PO
LES PRESSES



CIHEAM



SCIENCES PO
LES PRESSES

المنطقة المتوسطة

07

المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط
دار الصحافة العلمية للطبع والنشر

Électre-Bibliographie cataloguing (in conjunction with the Sciences Po Library)

Mediterra 2007. Identity and quality of Mediterranean foodstuffs / edited by Bertrand Hervieu – Paris: Presses de Sciences Po, 2007.

ISBN 978-2-7246-1028-4

RAMEAU:

- ⇨ Aliments: Approvisionnement: Méditerranée (région)
- ⇨ Risques alimentaires: Méditerranée (région)
- ⇨ Produits laitiers: Industrie et commerce: Méditerranée (région)

DEWEY:

- ⇨ 338.1: Économie de la production agricole (produits agricoles)
- ⇨ 363.3: Protection de l'environnement – Problèmes sanitaires
- ⇨ 630: Agriculture – Généralités

يحظر قانون الملكية الفكرية لعام 1957 النسخ للاستخدام الجماعي دون تصريح من المالك الأصلي. (النسخ للاستخدام الشخصي فقط هو المصرح به) وبناء على ذلك نؤكد أن إعادة إنتاج العمل الحالي سواء جزئياً أو كلياً ممنوع دون التصريح بذلك من المحرر أو المركز الفرنسي لتنظيم حقوق النسخ وعنوانه: (CFC, 3 rue Hautefeuille, 75006, Paris)

المنطقة المتوسطة

هوية وجودة المواد الغذائية المتوسطة

تحرير: برتراند هيرفيو



المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط
دار الصحافة العلمية للطبع والنشر





CIHEAM

المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط.

الرئيس: عبد العزيز موجو

الأمين العام: برتراند هيرفيو

11, rue Newton - 75116 PARIS (FRANCE)

Tél.: +33 (01) 53239100 - Fax: +33 (01) 53239101/02

e-mail: secretariat@ciheam.org

<http://www.cilheam.org>

تم تأسيس المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (سيام) في الحادي والعشرين من شهر مايو 1962. بناء على مبادرة مشتركة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. والمجلس الأوروبي.

والمركز بمثابة منظمة بين حكومية دولية تجمع الآن بين ثلاث عشرة دولة عضو من منطقة البحر الأبيض المتوسط. وهي: "البانيا، والجزائر ومصر، وأسبانيا، وفرنسا، واليونان، وإيطاليا، ولبنان، ومالطة، والمغرب، والبرتغال، وتونس، وتركيا" ويتشكل هيكل المركز من أمانة عامة، مقرها باريس، وأربعة معاهد زراعية بحر متوسطية، هي: (باري، وخانيا، ومونبيليه، وسرقسطة "ساراجوزا").

والمركز رسالة أساسية ثلاثية الأبعاد: (التدريب، والبحوث، والتعاون) وهي تشكل جوهر المهمة المناط عمله بها، وشيئا فشيئا أصبح يعترف للمركز برسوخ قدمه في مجالات الأنشطة التي يضطلع بها، وهي (الزراعة، والغذاء، والتنمية الريفية في إقليم البحر المتوسط).

IAM

MEDITERRANEAN AGRONOMIC INSTITUTES

المعاهد الزراعية البحرمتوسطية

IAM-Bari (ITALY)

Director: Cosimo Lacirignola

Via Ceglie 9
70010 VALENZANO, Bari, Italy
Tél.: +39 (080) 4606 111
Fax: +39 (080) 4606 206
e-mail: masciale@iamb.it

IAM-Chania (GREECE)

Director: Alkinoos Nikolaidis

P.O. Box 85
73100 CHANIA, Crete, Greece
Tél.: +30 (2821) 03 50 00
Fax: +30 (2821) 03 50 01
e-mail: alkinoos@iamch.gr

IAM-Montpellier (FRANCE)

Director: Vincent Dollé

3191, route de Mende
34093 MONTPELLIER Cedex 5, France
Tél.: +33 (04) 6704 6000
Fax: +33 (04) 6754 2527
e-mail: sciuto@iamm.fr

IAM-Zaragoza (SPAIN)

Director: Luis Esteruelas

Apartado 202
50080 ZARAGOZA, Spain
Tél.: +34 (976) 71 60 00
Fax: +34 (976) 71 60 01
e-mail: iamz@iamz.ciheam.org

الفهرست

15	تصدير
17	المشاركون
19	الاختصارات ومفتاح الكلمات
23	مقدمة
	1. أسس
25	سلامة الغذاء
	الفصل 1
	مخاطر وسلامة الغذاء فى سياق العولة
27	نحو نهج سياسى واستراتيجى جان لوي راستوان
30	● مخاطر الغذاء والأزمات الغذائية
43	● مبدأ التحوط والآليات العامة لحماية المستهلك
51	● استراتيجيات العناصر الفاعلة فى المنظومة الغذائية
68	● الخلاصة
70	● الملحق
	الفصل 2
	إدراك مفهوم الجودة
73	وسلوك المستهلك لوي ميغيل ألبيزو
73	● جودة السلع الغذائية
75	● الخصائص الذاتية الطبيعية- الكيماوية
78	● الخصائص الخارجية
79	● الصور الذهنية للجودة بخصوص التعبئة والتغليف والعرض.
81	● نظام التوزيع وجودة السلع الغذائية
84	● الصورة. ومفهوم جودة الغذاء
86	● المستهلك وقرارات الشراء
90	● ملاحظات ختامية

الفصل 3

سلامة الغذاء

واحتياجات السوق

لويس ميغيل ألبيزو

- 93 ● التحدي الكبير
- 95 ● الأزمات الصحية: المضاعفات واهتمام وسائل الإعلام بها
- 98 ● الصورة المدركة للمخاطر
- 101 ● قرارات سلامة الغذاء
- 102 ● الاقتفاء (التتبع)
- 104 ● المنتجات العضوية ذات الجينات المعدلة وراثياً
- 107 ● اللوائح الوطنية، والدولية
- 108 ● اهتمامات المستهلك
- 109 ● المنافسة الدولية، أصل من أصول الأمن الغذائي؟

الفصل 4

جودة الغذاء في أوروبا

آنا. آي. سان خوان

- 113 ● سياسة جودة الغذاء في أوروبا
- المسمى المحمي للمنشأ، والسمات الجغرافية، والأنواع المتميزة من الأغذية التقليدية
- 119 ●
- 128 ● السمات الجغرافية ومنظمة التجارة العالمية (WTO)
- 130 ● السمات الجغرافية والمستهلكون
- 132 ● الغذاء العضوي
- 135 ● اعتبارات ختامية
- 136 ● ملحق.

2. جودة السلع الغذائية المتوسطة

حالة منتجات ومشتقات الألبان

الفصل 5

الروكفور

- 145 ● صناعة ترمز للحماية المسجلة لمسمى المنشأ (جوليان فرايسن)

- 145 ● المبادئ الأساسية لتحديد المنشأ: من البيئة المحلية الى الإقليم
- 148 ● تحديد المنشأ في مواجهة التحديات الدولية
- 156 ● تسجيل المنشأ للروكفور في ديناميكيات التنمية الإقليمية
- 180 ● أوجه القوة والضعف في مسار التنمية

الفصل 6

الجبن الأسباني ذو علامة المنشأ المحمي

- 183 سوق لا تزال مجزأة
مرسيدس سانثيز
- 183 ● اتجاهات النمو في إنتاج واستهلاك الجبن الأسباني
- الأهمية الاجتماعية والاقتصادية لأنواع الجبن ذات علامة المنشأ
- 186 المسجل في أسبانيا
- جودة الأغذية كما يدركها المستهلكون: التحديات التي تواجه
- 196 أنواع الجبن الأسباني ذات علامة المنشأ المحمي
- 199 ● ملحق

الفصل 7

جودة منتجات الأغذية الزراعية في تونس

- 199 تطوير استراتيجية
لقمان زايببت
- 199 ● تغيرات كبرى.
- 199 ● السياسة الوطنية والتشريعات المطبقة
- 202 ● برامج رفع مستوى الجودة
- 205 ● شهادات الاعتماد وعلامات الجودة
- 208 ● الزراعة العضوية تحديد المنشأ/الإشارة إلى المصدر
- 211 ● الجودة والسوق المحلية.
- 212 ● إدراك مفهوم الجودة لدى المستهلك التونسي وسلوكه
- 214 ● آفاق التطوير
- 216 ● الملحق

3. الجودة والاستراتيجية

219 للألبان. وصناعات منتجات الألبان

الفصل 8

صناعة الألبان في فرنسا

221 سوق رئيسي مكتمل النمو

جان لوي موبوا

221 ● الموقف في أوروبا وفي العالم

221 ● هيكل انتاج الألبان في فرنسا

224 ● هيكل قطاع التصنيع.

232 ● هيكل الاستهلاك وتطوره مع أثر المدلولات الصحية

237 ● الخلاصة

الفصل 9

الألبان ومنتجاتها في إيطاليا

239 سياسات المنطقة وسيطرة الطابع الأوروبي

دانييل راما

239 ● هل يمكننا القول بان هناك سياسة ألبان في إيطاليا؟

243 ● حجم السوق وسلسلة القيمة

245 ● انتاج الألبان وإعادة الهيكلة

247 ● قطاع تصنيع ثنائي الأقطاب

254 ● الاستهلاك والتوزيع

الفصل 10

إعادة هيكلة صناعة الألبان في أسبانيا

261 استراتيجيات الجودة والإجراءات

سمير ميلي

261 ● هيكل وسياسات انتاج الألبان

271 ● استهلاك وتوزيع الألبان ومنتجاتها

276 ● الجودة والافتقاء (التتبع) في منظومة الألبان الأسبانية

284 ● هيكل الصناعة واستراتيجيات الإجراءات

293 ● الخلاصة

الفصل 11

294	قطاع الألبان ومنتجاتها في المغرب
	أكا آية المكي
294	● نظرة عامة على سياسة إنتاج الألبان في المغرب.
297	● اتجاهات الاستهلاك
303	● التشريعات واللوائح التي تحكم منتجات الألبان ومشتقاتها
306	● هيكل صناعة الألبان.
311	● هيكل قنوات تسويق منتجات الألبان.
314	● الخلاصة. ومقترحات من أجل العمل بها.

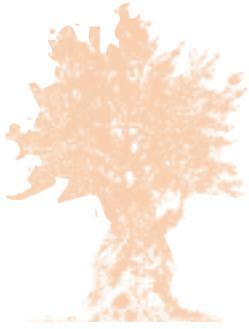
مؤشرات قطاعية

317	● محمود غلاية، وجابرييل روشيتون.
319	● مقدمة
320	● السكان والاتجاهات السكانية
322	● النمو السكاني
324	● سكان الحضر
326	● سكان الريف
328	● إجمالي السكان العاملين
330	● السكان العاملون في الزراعة.
332	● الناتج المحلي الإجمالي.
334	● الاستهلاك
336	● السلع الزراعية
342	● الميزان التجاري
344	● المساحة المحصولية
346	● المحاصيل، والري، والغلة.
348	● معاملات الاكتفاء الذاتي.
350	● المراجع

قائمة بالمراجع

قائمة بالوثائق

357
383



تصدير:

يعتبر التقرير السنوى التاسع الصادر عن المركز الدولي للدراسية الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط. (سيام CIHEAM). حث عنوان: المنطقة المتوسطية 2007. ضربا من الابتكار والتجديد. وكان المركز قد عهد فى طبعته الأولى إلى "دار الصحافة العلمية". وهى دار نشر متخصصة فى نشر المؤلفات فى مجال العلوم السياسية والاجتماعية. وسوف تقوم أيضا بنشر النسخة الإنجليزية. وللسنة الرابعة على التوالي. يتم نشر هذا التقرير أيضا باللغة العربية فى القاهرة. بفضل دأب ومثابرة الدكتور/ محمد نوار؛ كما يتم نشره باللغة الأسبانية فى مدريد للمرة الثانية. وبالإيطالية للمرة الأولى. فى بارى.

ويتوخى تقرير المنطقة المتوسطية أن يصبح المرجع السنوى بشأن الزراعة. والأغذية. والتنمية الريفية المستدامة فى إقليم البحر المتوسط. وهو يعتمد على شبكة من الباحثين والخبراء. فى معاهد جامعية فى الدول المطلة على البحر المتوسط. والذين يجرون التحليلات والمقارنات. ويتقدمون بالمقترحات ضمن برامج البحوث والتدريب المشترك.

وعلى الرغم من ان حدود المنطقة المتوسطية. وتعريفها. لا يزال غير قاطع. إلا أن هنالك إحدى الخصائص التى تساهم بشكل بارز فى تحديد تلك المنطقة. ألا وهى الغذاء. ومن ثم النظام الغذائي. وهذا العامل الدال على الهوية موضع حسد -الى درجة ان انتاج المنتجات المتوسطية أخذ فى التوسع الآن. بل إنه أخذ يتوطن فى مناطق أخرى من العالم حيثما يكون المناخ والتربة موافقين.

ومع التسليم بالهشاشة الواضحة لتلك الصفة الدالة على الهوية. فإن ضمان سلامة الغذاء المنتج فى منطقة البحر المتوسط. يصبح ضرورة اقتصادية كبرى.

والغرض من التقرير المائل بين أيدينا الآن. تحليل سلامة الغذاء فى منطقة البحر المتوسط. عن طريق دراسة الأخطار. وتحليل مفاهيم المستهلك. وإبراز الدور الذى تلعبه سلامة الغذاء فى تشكيل السوق. وأخيرا. عرض السياسات المنفذة فى ذلك المجال.

وبدلا من اقتصار هذا التقرير على عروض عامة. فإنه يحاول أن يلقى بنظرة متعمقة على الوضع الذى تشغله منتجات الألبان ومشتقاتها فى إطار الهدف السياسى الرامى الى ضمان سلامة الغذاء. وتستكمل الصورة بذكر امثلة عن كيفية تنظيم صناعة الألبان فى عدة دول.

ويتضمن التقرير السنوى -كما كان الحال فى السنوات السابقة- مؤشرات التنمية الزراعية فى الدول المحيطة بالبحر المتوسط. ويود المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (سيام) أن يعرب عن خالص شكره للمؤلفين الذين وافقوا بحماس على تكريس جهودهم لبحث تلك الموضوعات. وفريق التحرير بدار "الصحافة العلمية" الذين أسهموا بمهاراتهم وخبراتهم

فى مشروع خبر هذا التقرير.

والشكر موصول للدكتور/ محمود علاية الذى فضل بتصميم هذا التقرير والإشراف على إخراجہ. وسوف يمكن الإطلاع على تقرير المنطقة المتوسطة 2007. على موقع (سيام) والمرصد المتوسطى على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) فى عام 2008

> <http://www.medobs.org>

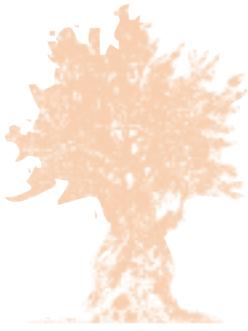
> <http://www.ciheam.org>

برتراند هيرفيو

الأمين العام

لمركز الدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط

(سيام)



المشاركون في إعداد التقرير:

الإدارة: برتراند هيرفيو، الأمين العام لمركز الدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (سيام).
التنسيق: محمود علاية، سيام - المعاهد الزراعية البحر متوسطة، موندبلييه، فرنسا.

المؤلفون:

- أكا آية المكي، قسم الاقتصاد الريفي، مدرسة الزراعة الوطنية، مكناس، المغرب.
- لوي ميغيل ألبيزو، قسم اقتصاد الأغذية الزراعية (CITA)، جوبييرنودي أراجون، أسبانيا.
- جوليان فريسينيه، مركز الدراسات الزراعية، تولوز، فرنسا.
- جان لوي موبوا، المعهد الوطني للبحوث الزراعية، رين، فرنسا.
- سمير ميلي كبير الاستشاريين للبحوث العلمية، مدريد، أسبانيا.
- دانييل راما، مرصد تجارة منتجات الألبان، كريمون، إيطاليا.
- جان لوي راستوان، جامعة موندبلييه فرنسا.
- جابريل روشيتوان، مركز الدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (سيام) - المعاهد الزراعية البحر متوسطة، موندبلييه، فرنسا.
- مرسيديس سانثيز، جامعة نافارا، بامبلونا، أسبانيا.
- آنا إيزابيل سان خوان، الاتحاد الاقتصادي للأغذية الزراعية، سيتا، جوبييرنو أراجون، اسبانيا.
- لقمان زابيت كلية الزراعة Mograne - تونس.

الترجمة من الفرنسية الى الإنجليزية: كارولين جـ. لوان.

الترجمة من الإنجليزية الى الفرنسية: تيريز زارمبا- مارتان.

الترجمة من الإنجليزية الى العربية : محمد غزال، تحت إشراف د. محمد حلمي نوار.

الخرائط: باتريس مترانو. مرسوم الخرائط التابع لقسم العلوم السياسية، باريس

التجميع: إيزابيل فيرييه

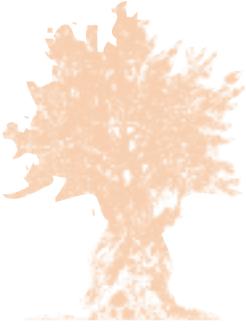
اختصارات، وفواخ الكلمات

ACE	انزيم التحويل الى أجيوتنسين
AESA	الوكالة الأسبانية لسلامة الغذاء
AFI	الصناعات الزراعية والغذائية
AFNOR	الجمعية الفرنسية للتوحيد القياسي
AGEA	وكالة وزارة الزراعة
AIDS	أعراض نقص المناعة المكتسبة (الإيدز)
AIMA	وكالة وزارة الزراعة (وتسمى الآن AGEA - راجع أعلاه)
AOC	المسمى (الفرنسي) للمنشأ الحمى.
BMI	مؤشر كتلة الجسم
BPREA	شهادة مدير المزرعة
BRC	جمع تجارة التجزئة فى بريطانيا
BSE	مرض جنون البقر
CAC	لجنة دستور الأغذية
CADs	عقود الزراعة المستدامة
CAP	السياسة الزراعية المشتركة
CIFRE	الاتفاقية الصناعية المعنية بالتدريب من خلال البحث
CLA	حامض اللينوليك المرتبط
CLML	مصنع تجهيز الألبان فى المغرب
CMO	منظمة السوق المشتركة
CMP	ببتيدات الكازين
CNA	المجلس الوطني للغذاء (فرنسا)
CNAOL	المجلس الوطني لمسمى منشأ منتجات الألبان
CNIEL	مركز التجارة الداخلية الوطنية اقتصاديات الألبان
CPC	شهادة مطابقة السلعة
CREDOC	مركز البحوث الفرنسي لدراسة ومتابعة مستويات المعيشة
CTAA	المركز الفني للأغذية - الزراعية (تونس)
CTEs	عقود الزراعة الإقليمية
CTC	اللجنة الاستشارية الفنية (تونس)
DG	الإدارة العامة
Dh	الدرهم المغربى
DIRCE	الإدارة المركزية للمشروعات (أسبانيا)

DNA	الحمض النووي
DO	فئات المنشأ
DT	الدينار التونسي
EAGGF	الصندوق الأوروبي لضمان الزراعة والتوجيه (الإرشاد) الزراعي
EARL	الحيازات الزراعية ذات المسؤولية المحدودة (فرنسا)
ECHI	المؤشرات الصحية في الجماعة الأوروبية
EEC	المجموعة الاقتصادية الأوروبية
EFET	هيئة الأغذية اليونانية
EFSA	الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء
ESB = BSE	مرض جنون البقر
EU	الاتحاد الأوروبي
FAO	منظمة الأغذية والزراعة
FDA	إدارة الغذاء والأدوية (الولايات المتحدة).
FENIL	اتحاد صناعات الألبان (أسبانيا)
FME	معادل اللبن الطازج
FODEC	صندوق تطوير القدرة على المنافسة (تونس)
FOS	فركتو ساكاريدس
GAC	الإحصاء الزراعي العام
GAEC	تجمعات الزراعة الجماعية (فرنسا)
GAP	الممارسات الزراعية الجيدة
GFSI	المبادرة العالمية لسلامة الغذاء
GIs	السمات الجغرافية
GMO	الكائنات (المنتجات) المعدلة وراثياً
GMP	الممارسات الجيدة للتصنيع
GOS	جالاكتو ليجو سكارديس
HACCP	تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
HIV	فيروس نقص المناعة البشرية/ الإيدز
ICEX	هيئة الجمارك والمعهد الأسباني للتجارة الخارجية
IFOAM	الاتحاد الدولي لحركات الزراعة العضوية
IFS	المعايير الدولية للغذاء
IMF	صندوق النقد الدولي
INAO	المعهد الوطني الفرنسي لتسمية المنشأ
INE	معهد الإحصاء الوطني في أسبانيا
INLAC	مؤسسة التجارة الداخلية في قطاع الألبان (أسبانيا)

INNTA	المعهد الوطني للتغذية وتكنولوجيا الغذاء (تونس)
INORPI	المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (تونس)
INSEE	المعهد الوطني للإحصاءات والبحوث الاقتصادية (فرنسا)
INRA	المعهد الوطني للبحوث الزراعية (فرنسا)
IRI	المعهد الدولي للبحوث
IS	مسمى المصدر (تونس)
ISMEA	المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية (إيطاليا)
ISO	المنظمة الدولية للمعايير
ISTAT	المعهد الوطني للإحصاء بإيطاليا
ITP	برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي
JORT	نشرة الحكومة التونسية (تونس)
MA	تفويض بالتسويق
MAPA	وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، في أسبانيا
MBP	البروتينات الأساسية في الألبان
MD	ألفية التنمية
MES	نظم تنفيذ التصنيع
MMP	الألبان، ومنتجات الألبان
MRL	الحدود القصوى للفضلات
MSA	هيئة المعايير في مالطة
MZCP	برنامج مكافحة أمراض الحيوان في منطقة المتوسط (منظمة الصحة العالمية، أثينا)
NIZO	المعهد الهولندي لبحوث الألبان
NT	المعايير التونسية
OFM	الألبان المتخمرة الأخرى
OIE	المنظمة العالمية لصحة الحيوان
ONA	عموم شمال إفريقيا (المغرب)
OrIGIn	منظمة الشبكة الدولية للسّمات الجغرافية (منظمة التجارة العالمية/ الاتحاد الأوربي)
ORMVA	مكاتب التنمية الزراعية (المغرب)
OV	قيمة النّاج
PDO	حماية مسمى المنشأ
PET	بولي إيثيلين تريفثاليت
PGI	حماية السمة الجغرافية
PMN	تحديث البرنامج (تونس)

PNAN	البرنامج التونسي للغذاء والتغذية
PNNS	البرنامج الوطني للحكومة الفرنسية للتغذية والصحة
PNQ	البرنامج الوطني للنهوض بالجودة (تونس)
PP	الأسعار المدفوعة للمنتجين
RDO	المسمى المسجل للمنشأ
RECAN	الشبكة الوطنية للمحاسبة الزراعية (أسبانيا)
RFID	التعرف على الترددات اللاسلكية.
SME/VSE	المشروعات الصغيرة والمتوسطة/ المشروعات المتناهية الصغر
SNIMA	مصلحة التوحيد القياسى الصناعى بالمغرب
SOFI	حالة انعدام الأمن الغذائى فى العالم
SPFS	البرنامج الخاص لمنظمة الأغذية والزراعة المعنى بالأمن الغذائى
SPS	اتفاقية الوقاية الصحية وصحة النبات (منظمة الأغذية والزراعة/ منظمة الصحة العالمية)
TBT	الاتفاقية المعنية بالحواجز الفنية أمام التجارة (منظمة التجارة العالمية)
TRIPS	اتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة (منظمة التجارة العالمية)
TS	المواصفات الفنية
TSG	الأغذية التقليدية المتميزة المضمونة
UFC	مقياس فرنسى لأعداد البكتريا فى كل مللى لىتر من الألبان
UGPQ	وحدة إدارة البرنامج (تونس)
UHT	الألبان المصبرة- الألبان طويلة (الصلاحية)
UK	المملكة المتحدة
UNCTAD	مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية
UNEDIC	صندوق التأمين ضد البطالة فى فرنسا
UNIDO	منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية
US	الولايات المتحدة
USDA	وزارة الزراعة بالولايات المتحدة
WFS	القمة العالمية للغذاء
WHO	منظمة الصحة العالمية
WTO	منظمة التجارة العالمية



< مقدمة

في 2002، أثر الوضع الغذائي غير الآمن على 11.2 مليون نسمة، في 14 دولة من بين 22 دولة متوسطة، أي أن 4% من سكان تلك الدول تضرروا من جراء ذلك، كما تسببت الأمراض التي ترجع إلى الغذاء في وفاة 1.8 مليون نسمة، أي 54% من إجمالي الوفيات. وعلى الرغم من أن نقص التغذية يبدو أقل شيوعاً في منطقة البحر المتوسط (4%) عنه في المناطق النامية الأخرى (14%)، إلا أننا نجد، من الناحية الأخرى، أن حدوث الحالات المرضية المتعلقة بالغذاء، أعلى بكثير في حوض البحر المتوسط (54%) عنها في العالم ككل (40%). وتنطوي تلك النتيجة على مفارقة غريبة، لأن أحد نظم التغذية الموصى بها من قبل خبراء التغذية، يأتي من منطقة البحر المتوسط (النمط التقليدي للغذاء في كريت).

ولقد أصبح المستهلكون في هذه الأيام يستشعرون قلقاً متزايداً بشأن قضايا الصحة والغذاء، وينعكس ذلك القلق في الطلب على جودة المنتجات الغذائية، والمواد الغذائية الآمنة. وكانت الأزمات الغذائية؛ ولاسيما تلك التي وقعت في عقد التسعينيات من القرن الماضي، قد أبرزت أهمية سلامة الغذاء، ودفعت السلطات إلى التعجيل بتحديث اللوائح المتعلقة بالتشريعات الغذائية، وإلى فرض معايير صارمة فيما يتعلق بالمواد الغذائية والأعلاف الحيوانية، ولقد تم تعزيز الآليات العامة لحماية المستهلك وفقاً لمبدأ التحوط، ومبدأ الاقتفاء، وبثير مبدأ التحوط بعض الأسئلة بشأن التكلفة المترتبة على تلك الإجراءات، وبشأن المسؤولية، والتحوط معناه تقدير المخاطر والسيطرة عليها (وهذا يتطلب بعض النفقات)، كما أنه يعوق التبادل الحر للسلع حسب مقتضى الأحوال (ما يتعارض مع لوائح ونظم الاتحاد الأوربي ومنظمة التجارة العالمية، وينزل عقوبات على بعض العوامل الاقتصادية)، وفيما يتعلق بالتعرف على المخاطر وتحديدتها، فإن عبء إثبات عدم وجود أضرار للسلعة، أصبح موضوعاً للمناقشات الجارية حالياً، ويندرج مبدأ التحوط تحت الولاية العامة، ومن ثم فإنه يستدعي مسؤولية الدولة.

إن المصالح الاقتصادية والسياسية المعرضة للخطر في موضوع سلامة الغذاء، كبيرة وملحوظة، وفي أوروبا، كان سوق المواد الغذائية قاب قوسين أو أدنى من 830 مليار يورو في عام 2005، ويستحوذ على نسبة تتراوح ما بين 12%-22% من ميزانية الوحدات المعيشية، حسب الدولة، وعلى هذا، أصبحت المعايير المتعلقة بسلامة الغذاء، تمثل تحدياً للإدارة، سواء على مستوى السلطات العامة، أو على مستوى جميع الشركات في المنظومة الغذائية، ولقد غدت اللوائح المشتركة بين القطاعين العام والخاص، مسألة ضرورية، إذا كنا نريد تنظيمها فعالاً، وإذا كنا نريد بلوغ الأهداف المرجوة في مجال سلامة الغذاء.

ونتيجة للتحسن في وسائل النقل وإمكاناتها، ونتيجة لتحرير التجارة، والعودة، أصبح المستهلكون يحظون باختيارات واسعة من السلع الغذائية الواردة من مناطق جغرافية متعددة، وأصبحت المنافسة بين الموردين شديدة، وعلاوة على ذلك، تزايدت مطالب المستهلكين بشأن سلامة الغذاء وجودته، كما أنهم أصبحوا يبحثون عن التنوع والأصالة، ومع ذلك، فإن

الصورة الذهنية للجودة لدى المستهلك، وسلوكه وتصرفاته، أصبحت من الأمور المعقدة والمستعصية على الفهم. وأصبح يتعين على السلع تلبية مختلف الشروط بخصوص التغييرات التكنولوجية، والتوزيع على امتداد سلاسل الغذاء المختلفة وتبدأ العملية بالسلع الزراعية الخام التي يتم تصنيعها بعد ذلك، وطرحها في السوق في عبوات خاصة. تعتبر جزءاً من العرض الطبيعي للسلعة. واحتياجات المستهلكين متعددة، ومختلفة. وتشتمل على العديد من الخدمات، والصورة الذهنية لدى المستهلك عن السلعة التي يستهلكها هي نتاج عوامل عديدة، وتعتمد جودة الغذاء بمفهومها الشامل على كل تلك العوامل التي تشتمل على عناصر موضوعية وعناصر ذاتية.

وتلبية لطلب المستهلك راح المنتجون الآن يركزون على أصناف خاصة من الأغذية المحلية، تستمد جودتها وسمعتها من المنطقة التي تنتج فيها، ومن المواد الخام المستخدمة، وعمليات التصنيع الخاصة التي تنطوي عليها عملية الإنتاج. وفي هذا السياق، ظهرت- في عدة دول متوسطة وأوروبية- ماركات رسمية تحظى بالجودة، فضلاً عما أصبح يعرف بحماية مسمى المنشأ (PDOs)، وحماية السمة الجغرافية (PGIs)، والأنواع الغذائية التقليدية المضمونة (TSGs) التي تطورت- ولا تزال- في العديد من الدول البحر متوسطة والأوروبية.

وفي أوروبا، نجد أن غالبية المواد الغذائية التي تتمتع بالحماية، تنتج في بلدان متوسطة؛ وتصدر إيطاليا القائمة بـ 155 سلعة تتمتع بحماية مسمى المنشأ أو حماية السمة الجغرافية، تليها فرنسا بـ 148 سلعة، وتستحوذ هاتان الدولتان معاً على 42% من إجمالي عد السلع المصنعة في الاتحاد الأوروبي والحاصلة على شهادات الجودة. وتستحوذ أسبانيا على 13.8% من إجمالي عدد السلع الحاصلة على شهادات الجودة، تليها البرتغال (12.8%)، واليونان (11.4%). وتختص تلك الأسماء المحمية أساساً، ببعض أنواع الجبن، والفواكه والخضروات، والحبوب، واللحوم، الطازجة، والزيت، والدهون. ويُعنى عدد كبير من المنتجين حول البحر المتوسط بفكرة مسمى المنشأ، لأنها بمثابة أداة تدفعهم إلى تطوير منتجاتهم المحلية.

وهكذا تطرح فكرة مسمى المنشأ نفسها كمرجعية للجودة، وتوفر الحماية للمنتجين ضد عمليات التقليد أو إعادة التوطين. وتوفر تلك الصلة بين السلعة وبين المنطقة التي تنتج فيها مناحاً متميزاً خاصاً للتنمية الإقليمية؛ ذلك أنها تقوم على تحديد منطقة بعينها، يصبح من المتعذر قانوناً إنتاج السلعة المعنية، خارج حدود تلك المنطقة. والميزة الرئيسية للسلعة المتسمة بمسمى المنشأ أنه لا يمكن إعادة إنتاجها في مكان آخر.

ومع ذلك، فإن تحديد مسمى المنشأ، لا يحدد فقط سلعة معينة أو منطقة محلية ما، ولكنه يشير أيضاً إلى قطاع فرعي، أي إلى سلسلة من الجهات الفاعلة المنخرطة في تصنيع السلعة. ويوضح تحليل صناعات الألبان في فرنسا، وإيطاليا، وأسبانيا، والمغرب، أوضاع مختلف جهات التصنيع المنخرطة في تلك الصناعات، فيما يتعلق بهوية وجودة منتجات الألبان، في سياقات اقتصادية- اجتماعية مختلفة في تلك البلدان المتوسطة.

الجزء الأول

1

أسس

سلامة الغذاء



1. مخاطر وسلامة الغذاء فى سياق العولة

نحو نهج سياسى واستراتيجى¹؟

جان لوى راستوان

من وجهة نظر الاستهلاك على المستوى العالمى. لم ينجح نموذج التصنيع-الزراعى. بعد. فى تحقيق هدف أى منظومة غذائية. كما حددته قمة الغذاء العالمى التى عقدت فى روما تحت رعاية منظمة الأغذية والزراعة (FAO) فى 1996

«... ضمان حصول الجميع على غذاء متاح، بأسعار فى متناول أيديهم. وأن يكون هذا الغذاء متلائماً مع التراث الثقافى. ومرضياً من الناحية الصحية والغذائية.»

إلا أنه حدث بعض التقدم. لا شك فى ذلك.

فمنذ أقل من قرنين من الزمان. كان الناس يموتون من الجوع فى أوروبا. بأعداد كبيرة: وإن ننس فلا ننسى المجاعة الطاحنة التى اجتاحت أيرلندا فى 1846-1847 وأودت بحياة 1 مليون نسمة. وأجبرت مئات الألوف من الأيرلنديين على الهجرة الى أمريكا الشمالية. وكانت هنالك 10 حالات عجز غذائى حاد فى فرنسا أثناء القرن التاسع عشر. وبالإضافة الى العجز الغذائى المتواتر. فى تلك الحقبة. كان الناس يعانون من العواقب الوخيمة للغذاء الفقير العناصر وغير المتوازن. أو من التسمم الغذائى بسبب التهام المواد الغذائية السامة. او الأغذية الفاسدة. وفى مستهل القرن العشرين. على سبيل المثال. كتب الصحفى Upton Sinclair عما تقوم به الصناعات الغذائية فى شيكاغو من ممارسات. تشكل صدمة للجميع. حيث ذكر سينكلير: ان اللحوم كانت ملقاة على الأتربة وفى نشارة الخشب التى يتساقط عليها عرق العمال. ويبصقون عليها بصاقا يحمل بلايين من ميكروب السِّل. وكانت تلك اللحوم تستخدم فى صنع النقانق(السجق). وكانت اللحوم التى يتم تصنيعها مخزنة فى غرف باردة. تتسلل إليها المياه من الأسقف وكانت ترتع فيها وحولها مئات الفئران... (Sinclair-1906).

ولا شك أن الإنسان قد ربط بين الغذاء وبين الصحة منذ فجر التاريخ. ووضع أبو قراط نظرية بشأن ذلك الموضوع فى القرن الخامس قبل الميلاد. وفى حوالى 1650. قامت "مدرسة ساليرونو للطب" بإدراج من يتناول الشيلم المصاب بفطر الإرجوت (ergot). ضمن المصابين بالمرض المعروف باسم مرض الحمرة (St. Anthony's fire). ولقد ثبت فيما بعد أن أمراض: التسمم الغذائى botulism. والأسقربوط. والتيفويد. والكوليرا. والتسمم بالرصاص هى أمراض منشؤها الغذاء. مما أدى بالدول الى سن قوانين تتعلق بجودة المواد الغذائية المتداولة فى الأسواق. ومن ثم بدأت

1. يتقدم المؤلف بخالص الشكر للأستاذ الدكتور/ صباح بن جلون. من معهد الحسن الثانى للدراسات الزراعية والبيطرية فى الرباط. والسيدة/ روضه خالدي- مدير مختبر اقتصاد الأغذية الزراعية التابع للمعهد الوطنى للبحوث الزراعية بتونس. والسيد/ رباح لبيشه استشارى السياسة الغذائية والصحية بمدينة الجزائر. والدكتورة/ مارتين باديا المدير العلمى. وبنيدكت أوبرتى من معهد الزراعة المتوسطية بمونبيلية بالمرکز الدولى للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (سيام). على ما قدموه للمؤلف من عون فى إعداد هذا الفصل

تولى الاهتمام بـ "سلامة الغذاء". ويرجع قانون "مكافحة غش الغذاء" في فرنسا الى عام 1851 (أعقبه القانون الصادر في (أغسطس 1905 بشأن غش المنتجات والخدمات). وفي عام 1906 صدر في الولايات المتحدة. قانون الغذاء والدواء.

ومفهوم الأمن الغذائي له تاريخه كذلك. ولقد صاغ هذا الاصطلاح علماء الاقتصاد الزراعي. والمختصون في التغذية من البلدان النامية في عقد الستينيات من القرن الماضي. للحد من هدف توفير كميات كافية من الغذاء (من حيث السعرات الحرارية والبروتين) لتغذية سكان بلادهم. ويجب أن نذكر هنا أن ذلك الهدف أبعد ما يكون عن التحقيق حتى تاريخه. لأنه، طبقا لتقديرات منظمة الأغذية والزراعة، كان لا يزال هنالك 852 مليون نسمة في العالم، يعانون من نقص في التغذية خلال الفترة من 2000 الى 2002 (de Haen, 2005) أي ما يعادل 20% من سكان البلدان النامية. ولقد شهد مفهوم الأمن الغذائي "الكمي" مداولات ومناقشات داخل منظمة الأغذية والزراعة (FAO) لعدة عقود. وكان السبب في ظهور عدة سياسات زراعية. وبعد أزمة مرض جنون البقر في 1996، استخدم اصطلاح "السلامة الغذائية" (food safety) في الدول المتضررة من جراء ذلك المرض. وأصبح اصطلاحا مقبولا في وسائل الإعلام، اما الشق المتعلق بالأمن الغذائي food security فقد تناساه البعض فعلا. ثم قامت عدة حكومات مؤخرا، الى جانب منظمة الصحة العالمية (WHO)، بلفت الانتباه الى ظهور عدة أمراض وبائية متغيرة ترجع الى أسباب تتعلق بالغذاء. وأصبح يطلق عليها الأمراض التي منشؤها الغذاء - food-based² مثل السممة بصفة خاصة. هذا فضلا عن أمراض القلب، والسكر، والحساسية، وبعض انواع السرطان. وطبقا لمصادر منظمة الصحة العالمية، يوجد في العالم ما يربو على مليار نسمة مصابين بالسممة³ وذلك حسب أرقام 2006، منهم 30% في البلدان النامية. وأخيرا هناك حوالي مليار نسمة يعانون من نقص الفيتامينات والمعادن⁴. وخصوصا الأطفال، والنساء، وكبار السن، بسبب سوء التغذية (Delpech al., 2005).

وهكذا فإنه طبقا لتلك الأرقام، يوجد 2 مليار نسمة (أى ثلث سكان العالم) يعانون من اضطرابات ترجع الى الغذاء "غير الآمن".

وعلى هذا يتضح أن سلامة الغذاء مسألة تتعلق بالجودة. وكان بعض الخبراء قد حاولوا التفرقة بين الأمن الغذائي، وسلامة الغذاء، إلا أنه لا يجب النظر الى هذين المفهومين على أنهما متعارضان. وإنما العكس، هما متكاملان. إن التحول الغذائي الى نوع من الغذاء غير المتوازن، كما لوحظ في الدول الغنية أثناء العشرين عاما الماضية، قد انتقل الى دول التحول الاقتصادي، في سياق التقاء أنماط الاستهلاك العالمية. وعلى هذا، كان لابد من اتخاذ إجراءات لمكافحة هذا الانزلاق، انطلاقا من هدف وحيد هو الحفاظ على الصحة العامة (Kinsey, 2004).

ومن ثم، فإنه يجب من الآن فصاعدا، أن يتحدث المرء عن الأمن الغذائي (او السلامة الغذائية) في الشمال والجنوب.

2. تعرف الأمراض التي ترجع الى الغذاء بأسبابها، فالواد الغذائية او المشروبات، بسبب التلوث (الميكروبي، والفيروسي، او الكيميائي، او الطبيعي) او بحكم تركيبها الخاص (إفراط أو نقص في مكوناتها الغذائية)، تتولد عنها الأمراض. وليس هذا هو النهج الدولي لتصنيف الأمراض لدى منظمة الصحة العالمية (WHO)- الأمر الذي يجعل مسألة القياس صعبة- ولكنه مفيد في النهج الوقائي. مثله مثل النهج الذي أخذنا به هنا.

3. السممة هي الحالة التي يكون فيها مؤشر كتلة الجسم (BMI) أكثر من 30 IMC أي الوزن (بالكيلو جرام) ÷ الطول بالأمتار المربعة.

4. كثير منهم يعانون من نقص التغذية بمفاهيم منظمة الأغذية والزراعة (FAO).

وتفاديا للغموض، سوف نستخدم اصطلاح "سلامة الغذاء"، فى ثنايا هذه الوثيقة، بالمفهوم التالى: "الوضع الذى تستطيع فيه الدولة أن تكفل الغذاء الصحى لسكانها (والغذاء الصحى هنا يعنى الغذاء الذى لا يؤدي الى ظهور أمراض)". و"نهج ما بعد الحداثة" هذا، أكثر اتساعا من النهج الذى ساد بعد الحوادث الغذائية فى عقد التسعينيات من القرن الماضى، لأنه بالإضافة الى نقص التغذية ومختلف أشكال التلوث الميكروبي، والكيمائى، والطبيعى، يشتمل نهج الحداثة أيضا على المخاطر المتعلقة بالمنتجات ذات المستويات العالية بشكل غير طبيعى من السكر، او الملح، او الدهون، وكذلك الغذاء غير المتوازن (من حيث الكم والجودة) ومن ثم يشير نهج الحداثة الى النظام الغذائى، ويشتمل هذا التعريف علاوة على ذلك، على المسائل المتعلقة بالحصول على الغذاء، وبالأحوال الاقتصادية بصفة خاصة (أسعار المنتجات، ودخل الأسرة).

إطار 1- كيف يمكن قياس سلامة الغذاء؟

إن مفهوم سلامة الغذاء المعرف أعلاه، يفترض سلفا وضع المعايير الغذائية التى تلبى احتياجات جسم الإنسان ضمانا للصحة الجيدة، وعلى هذا، لابد أن يضع تلك المعايير أولا، خبراء التغذية (أنظر بيانات منظمة الصحة العالمية WHO، وبيانات منظمة الأغذية والزراعة FAO).

ثم لابد، بعدئذ، من الأخذ بنهجين متكاملين:

< فمن ناحية، يجب تقييم عناصر الموارد الغذائية عنصرا عنصرا، مثل المواد المغذية، والعناصر النادرة (الدقيقة) وعناصر الاقتفاء (الميزانيات الغذائية للفاو، والتى تأخذ طابع الاقتصاد الكلى)، وتركيبية قوائم الطعام (أبحاث الغذاء والتغذية، بما فى ذلك الجوانب المتعلقة بالميزانية، والتى تجرى على مستوى الأسرة).

< ومن الناحية الأخرى، يجب تقييم الأمراض الناجمة عن النقص الغذائى او الإفراط الغذائى (المقاييس الخاصة بصحة الإنسان، والإحصاءات الطبية وإحصاءات المستشفيات، والحالات المرضية وحالات الوفيات): وتقوم منظمة الصحة العالمية WHO بجمع تلك البيانات.

وأخيرا، التفاوت بين الاحتياجات والموارد، ويعتبر انتشار الأمراض أساسا للمقارنات الدولية والمقارنات العبر وطنية.

وثمة مصالح اقتصادية ضخمة، تكون عرضة للخطر، فيما يتعلق بسلامة الغذاء، فى أوروبا، وصل سوق المواد الغذائية الى ما يقرب من 830 مليار يورو فى 2005، ويستحوذ على 12%-25% من ميزانية الأسرة، حسب الدولة. ولقد بلغ السوق فى أوروبا مرحلة النضوج، ومعدل النمو فيه منخفض (بين 1% الى 2% فى السنة)، وهو مستقر الى حد كبير، إلا فى الحالة التى تثور فيها الشكوك حول جودة أحد المنتجات، وفى فرنسا، على سبيل المثال، انخفض استهلاك اللحوم، البقرية بنسبة 35% أثناء أزمة جنون البقر؛ ومؤخرا- فى عام 2006 أسفرت أزمة انفلونزا الطيور عن انخفاض الطلب على الدواجن بنسبة 30%. ولما كان استهلاك الغذاء يتأثر بكثير من العوامل المختلفة مثل العوامل البيولوجية والسوسيوولوجية (الاجتماعية)،

والنفسية، والاقتصادية فإنه من الصعوبة بمكان، خديد وتحقيق الهدف من سلامة الغذاء. وعلاوة على ذلك، فإن تصنيع الانتاج الغذائي، قد أوقف تماما النقاط المرجعية التي كان معمولاً بها منذ أمد بعيد (مع المنتجات الجديدة والأتماط الغذائية الجديدة). وزاد من «قلق مستهلك المواد الغذائية». ومهد الطريق لظهور أزمات على نطاق واسع.

ويلخص عالم الاجتماع (C.Fischler) الموقف اليوم بطريقة حسيمة للغاية عندما يقول: «لقد أصبح تناول الغذاء واختياره يتسم دائماً بالريبة، والقلق، والخوف من شئنين: التسمم ونقص الغذاء. ولكن نقص الغذاء تناساه الناس فعلاً في مجتمعاتنا؛ وأصبح ما يخشاه الناس اليوم هو السموم». (2001-Fischler).

ونتوخى في هذا الفصل، شرح أسس سياسة السلامة الغذائية، والحديث عن مضمون تلك السياسة في أوروبا، وتقييم أثر ذلك على الأقطاب الفاعلة في صناعات الأغذية- الزراعية. وعلى هذا فسوف نناقش الأمور التالية:

- < مفهوم المخاطر الغذائية والأزمات الغذائية.
- < الحلول التي تقدمها السلطات العامة من خلال مبدأ الاحتراز أو التحوط، والأجهزة المؤسسية التي يترتب ظهورها على تلك الحلول.
- < الاستراتيجيات التي اتخذتها السلطات العامة وقطاع الأعمال، للتجاوب مع السياق النفسي والتنظيمي الجديد، الذي صنعه الطلب على السلامة في المجال الغذائي.

مخاطر الغذاء، والأزمات الغذائية:

يعرف قاموس روبير الفرنسي كلمة "مخاطر" بأنها الخطر المحتمل الوقوع، وعلى هذا فإنه يمكن أن يكون خطراً منظوراً تقريباً. وعندما يرجع المرء الى التعريف الأساسي للكلمة، فإنه يمكن له- بل في الحقيقة لا بد له- أن يتجاوز مفهوم مخاطر الغذاء، الذي حبس الباحثون وصانعو السياسات أنفسهم فيه بعد أزمة جنون البقر في عام 1996. لقد أصبحت ضخامة المخاطر التي تشكلها الأمراض التي ترجع الى الغذاء، تتجاوز الآن جميع النسب المتعلقة بحوادث الصحة، والمرتبطة بالطبيعة السمية لبعض المواد الغذائية.

ولهذا فقد اتفق على إدراج الأخطار الباثولوجية (المرضية) المرتبطة بالعناصر الغذائية، ومن ثم التركيب "العادي" للمواد الغذائية المتداولة في السوق، ضمن اصطلاح "مخاطر التغذية".

دراسة أنواع المخاطر الغذائية

يمكن تصنيف المخاطر الغذائية الى أربع فئات: مخاطر بيولوجية، ومخاطر كيميائية، ومخاطر فنية، ومخاطر تغذوية.

ومنشأ المخاطر الميكروبيولوجية هو تلوث المواد الغذائية بالبكتريا المسببة للأمراض (pathogenic) مما ينقل الأمراض والعدوى الغذائية للإنسان، حيث ينقل الغذاء للإنسان ما يزيد على 200 مرض

مُعَدِّ، وبكتيرى، وفيروسى، وتسممى. وأكثر الأمراض شيوعاً هو مرض التسمم الغذائى (بسبب الأغذية المعلبة) والتلوث البكتيرى listeriosis (ينشأ من الجبن ومنتجات اللحوم المصنعة) والبكتريا المتحوصلة campylobacteriosis (الألبان الخام، ولحوم الدواجن غير المطهية جيداً، ومياه الشرب). وأمراض النزيف الداخلى الناجمة عن الجراثيم العسوية Escherichia والكوليرا (مياه الشرب، والأرز، والخضروات، وجريش الذرة الرفيعة، والأسماك والمأكولات البحرية). إن وجود العفن أو الفطر المسبب للعفن فى المواد الغذائية، ينتج عنه سميات فطرية (مثل فطريات الشيلم)؛ ثم إن ظروف التربية (مثل أمراض برايان prion diseases الشبيهة بجنون البقر)، يمكن أن تسبب أمراضاً أو على الأقل - حيث أنه لا يوجد دليل قاطع على ذلك حتى الآن - تغييراً فى الجينات (مخاطر أمراض الحساسية التى تعزى الى الكائنات الحية المحورة جينياً GMOs).

أما المخاطر الكيماوية أو البيئية، فسببها تلوث سلسلة العمليات الغذائية بالمواد الكيماوية مثل المعادن الثقيلة، ومبيدات الآفات، والنترات، والديوكسين. وعلى ذلك، فإن مصدر تلك الملوثات هو طرق الإنتاج، ومنها طرق الزراعة الكثيفة بوجه خاص⁵.

ولا تقتصر تلك الأخطار على الإنسان وحده، ولكن على المنظومة الحيوية ككل. كما أنها يمكن أن تؤثر على التربة وعلى الموارد المائية.

وحدثت المخاطر الفنية عندما يجرى تحويل المواد الخام الزراعية الى مواد غذائية، أى فى مرحلة تصنيع الأغذية الزراعية، أو فى مرحلة نقل المنتجات أو تخزينها، ومن الأمثلة التى نستطيع أن نذكرها فى هذا الشأن، وجود أجسام غريبة فى المنتجات، أو عيوب فى الحفظ بعد انقطاع سلسلة التبريد فى قنوات التوزيع فى مخازن التبريد (ما يؤدي بالتتابع الى تدهور الجودة، والمذاق، والقيمة التغذوية، يعقبها ظهور أخطار بيولوجية).

وترتبط المخاطر التغذوية بكمية وجودة الغذاء، وحدثت تلك المخاطر عندما يتعد النظام الغذائى عن المعايير التى وضعها خبراء التغذية، ومن ثم يمكن أن ترتبط تلك المخاطر إما بالنقص، وإما بالإفراط، فى المعايير التى حددها خبراء التغذية، وعلى هذا تنشأ حالات مرضية بسبب نقص السعرات الحرارية، أو نقص البروتينات، أو نقص العناصر الغذائية الأخرى (الفيتامينات، والمعادن، والعناصر الدقيقة (النادرة).. الخ)، وكلها تندرج تحت مسمى نقص التغذية. أما الإفراط فى التغذية، على الجانب الآخر، فهو عبارة عن نتيجة حجم وتركيبه المواد الغذائية المهضومة، التى قد يكون فيها مكونات زائدة ضارة بالصحة (مثل السكر أو الأملاح أو الدهون) لأسباب تتعلق بالحفظ، أو المذاق، أو الإشباع⁶، فالاستهلاك المفرط والقاصر على بعض الأغذية مثل (الهامبورجر، والشيبسى، والمشروبات الغازية.. الخ)، مقترنا بحياة مترفة هائلة، يؤدي حتماً الى السمنة، والأمراض التى مصدرها الغذاء.

وثمة ملاحظتان هامتان يتعين إبداهما بشأن مخاطر الغذاء:

< أنه يتعين النظر إليها من منظور دراسة الحالات المرضية العامة.

5. الديوكسين خطر منشؤه الصناعة، وليس الزراعة.

6. ويطلق خبراء التغذية على بعض الدخلات الغذائية اسم «السعرات الناضبة»، لأنها تجلب الطاقة ولكنها خالية من العناصر الغذائية.

< أنه لابد من دفع ثمن مقابل أخذ تلك المخاطر في الحسبان.

مفهوم المخاطر- مفهوم متغير، وذاتي، وعارض.

كما توحى الأرقام التي وردت في مقدمة هذا الفصل، نجد أن حجم المخاطر الغذائية، متفاوت للغاية، بناء على طبيعة المخاطر ذاتها، وحسب الدولة المعنية.

المخاطر الميكروبيولوجية او "العارضة":

لا بد أن نذكر، فيما يتعلق بتواتر المخاطر الغذائية، بأن معدل الوفيات بسبب التسمم، منخفض جدا في الاتحاد الأوروبي (أقل عشر مرات منه في الولايات المتحدة حسب أرقام المفوضية الأوروبية) ويقدر بأنه أقل من 2 في 1000 في فرنسا من معدل الوفيات العامة (1998-Apfelbaum) أي أقل من 800 حالة وفاة في 1995 مقارنة بـ16000 ألف حالة من حالات حوادث الطرق، و35000 حالة وفاة بسبب أمراض إدمان الكحوليات. ولقد أثبتت دراسة أجراها "المركز الصحي" (Vaillant et al, 2004) إصابة ما يزيد على 200000 شخص في فرنسا كل سنة بأمراض ترجع الى الغذاء في عقد التسعينيات من القرن الماضي، ما ترتب عليه دخول 14000 حالة الى المستشفيات، ووفاة 460 حالة في المتوسط سنويا، وكانت الإصابات البكتيرية (سالمونيللا، ليستيريا، بكتريا متحوصلة) هي المسؤولة عن معظم الوفيات، وثمة نظام أوروبي للمراقبة الصحية، يزعم إنشاؤه، يمكن من خلاله الحصول على إحصاءات قابلة للمقارنة داخل الاتحاد الأوروبي⁷، بحيث يمكن اتخاذ الإجراءات الملائمة بشأن هذا الموضوع.

ولدى الولايات المتحدة نظام لمراقبة أمراض السموم الرجعة الى الأغذية، وإجراء التقديرات الاقتصادية المتعلقة بتلك الأمراض. وفي 2005 سجلت وزارة الزراعة الأمريكية USDA-76 مليون حالة من حالات الأمراض الباطنية، و325000 حالة دخول المستشفيات، و5000 حالة وفيات، وفي عام 2000 أجرى مسح على خمسة من المسببات الرئيسية للأمراض، انتهى الى وجود 3.4 مليون حالة، و31200 حالة دخول المستشفيات، وقد انطوى ذلك على تكلفة إجمالية بلغت 6.9 مليار دولار (نفقات علاج، وتعويضات عن أيام العمل المفقودة، ووقوع بعض الحوادث، ووفيات مبكرة).

جدول 1- تقدير التكاليف الرجعة الى أمراض معينة الولايات المتحدة، 2000

التكلفة الإجمالية (مليون دولار)	عدد الوفيات	عدد حالات دخول المستشفيات	عدد الحالات	مسببات المرض
1,200	99	10,539	1,963,141	البكتريا المتحوصلة
2,400	553	15,608	1,341,873	السالمونيللا
700	52	1,843	62,458	البكتريا العصبية O157

7. يوجد مشروع صحي يتبع الإدارة العامة للصحة (DG SANCO) تحت اسم «مؤشرات الصحة في الاتحاد الأوروبي»، وهو يرجع الى عام 2004، ولكن لم يتم تنفيذه بعد.

300	26	921	31,229	البكتريا العصبوية non-O157STEC
2,300	499	2,298	2,493	التلوث البكتيري
6,900	1,229	31,209	3,401,194	الإجمالى

المصدر: وزارة الزراعة الأمريكية، مسح اقتصادي، 2004

وطبقا لحسابات إدارة الأدوية الأمريكية، فإن متوسط التكلفة السنوية لحالة التسمم الغذائى التى يتم التعرف عليها 2000 دولار تقريبا (2004Frenzen).

ولا توجد بيانات رسمية تضم نفس القدر من التفاصيل بشأن الأمراض الميكروبيولوجية فى دول جنوب أو شرق المتوسط. وإنما تقوم منظمة الصحة العالمية بتقديم إحصاءات عن الوفيات مفصلة حسب أسباب الوفاة، ونستطيع أن نخرج بفكرة تقريبية عن الإصابات الراجعة الى الغذاء من خلال إلقاء نظرة على عمود الإسهال المرضى. وفى 2002، أدت تلك الإصابات الى وفاة ما يقرب من 40000 شخص فى بلدان جنوب وشرق المتوسط. أي 2.6% من إجمالى الوفيات (مقارنة بـ 1.0% فى 8 دول متوسطة فى الاتحاد الأوروبى). وطبقا لمصادر عديدة غير منشورة توجد معدلات مرتفعة نسبيا من الإصابات بسبب الغذاء فى تلك المنطقة. وفى حقيقة الأمر، يمكن أن يعزى هذا النوع من الإصابات الغذائية الى عدة أسباب، معظمها مؤثر للغاية فى منطقة البحر المتوسط (2004-Elmi):

- < عدم مراعاة المعايير الصحية فى الزراعة والصناعة والتجارة، حيث أن تلك المعايير أقل إلزاما فى البلدان النامية مما هو عليه الحال فى الدول المرتفعة الدخل.
- < انخفاض مستوى المعيشة (الفقر هو العامل الرئيسى الذى يفسر سوء التغذية).
- < التغيير فى أنماط الحياة (أصبح يقتضى تناول الوجبات بعيدا عن البيت، وتناول الأطعمة فى الشارع فى ظروف صحية مؤسفة فى الغالب).
- < الافتقار الى التربية الصحية.
- < التغييرات السكانية (الزيادة فى الفئات السكانية السريعة التأثر بسبب وجود المعمرين، وسوء التغذية، والإصابة بمرض نقص المناعة المكتسب/ الإيدز).
- < طول سلسلة الأغذية- الزراعية، ومراحل التوقف فى مخازن التبريد، وانتقال بعض الجراثيم المسببة للأمراض الى المناطق الجغرافية الجديدة.
- < أساليب الزراعة الكثيفة وأساليب التربية الحيوانية.
- < حور الكائنات الميكروبية الدقيقة، وظهور سلالات نشطة مقاومة للمضادات الحيوية.

عدم التوافق المعرفي:

أخذت حالات حدوث الأمراض الناجمة عن الغذاء، تقل بشكل حاد خلال القرن الماضي، في الدول المرتفعة الدخل، وثمة تناقض هائل بين الحقيقة العلمية للمخاطر الغذائية، وكيفية تقييم المستهلكين لتلك المخاطر، وتتماثل مع ذلك القلق الاجتماعي المتزايد، بينما المخاطر الصحية تتراجع: وهذا مثال على المفارقة التي ذكرها "توكفيل" Tocqueville والتي تقول: إن سخط الجماهير يزداد في الوقت الذي تقل فيه الفوارق الاجتماعية (2001-Cochoy).

وعلى هذا، فالمخاطر مزدوجة من حيث طبيعتها، والمخاطر كما عرفها الإحصائيون: هي احتمال حدوث أثر سئ على الصحة بسبب عيب في جودة المواد الغذائية⁸. وسوف تقاس تلك المخاطر على أساس معايير الأمراض الوبائية، أما التعريف الثاني للمخاطر، فيتعلق بالجانب الذاتي: حيث نجد أن المخاطر هنا لا تقيم وفقا للجداول الإحصائية، ولكن وفقا للاحتمالات التي يقدرها الشخص بناء على معايير الذاتية، وهذا ما يطلق عليه اسمه "المخاطر المنطبعة في الذهن"، وهذا النوع من المخاطر هو، بطبيعة الحال، النوع الحاسم في سلوك المستهلك، ويتحدث خبراء التسويق عن "عدم التوافق المعرفي" بين الصورة الذهنية للسلعة عند شرائها، وصورة السلعة في الذاكرة الناجمة عن تراكم المعرفة (2001-Gallen).

إن الاختلاف بين المخاطر المتصورة، والمخاطر الحقيقية يصبح واضحا في استطلاعات الرأي. ولقد أسفر مسح أجرته "سوفريس" "Sofres" على عينة من 1000 شخص في فرنسا في شهر مايو 2000 بشأن "أكثر مشكلات العالم مدعاة للقلق"، عن وضع الجوع في العالم، ومرض الإيدز، والأمن الغذائي على نفس المستوى، ولكن في مرتبة أدنى من التدهور البيئي وفي مرتبة أعلى من شبكات الجريمة، ويتعين تفسير هذا الاختلاف أساسا، بحكم الطبيعة الخاصة جدا "للسلع الغذائية": ذلك أنها السلع الاستهلاكية الوحيدة (إلى جانب الأدوية) التي تدخل جسم الإنسان، ومن ثم تستلزم يقظة كبيرة من جانب المستهلكين؛ ثم أنها علاوة على ذلك ملكية ثقافية، فالغذاء هو نتاج تاريخ أي جماعة إنسانية، ومع هاتين الصفتين، فإن السلع الغذائية تكتسب وضعاً خاصاً في الاستهلاك العالمي. على أن هناك عاملين آخرين يفسران الاختلاف المذكور أعلاه بين المخاطر الحقيقية، والمخاطر المتصورة، الأول: العامل النفسي، مع الشك المتزايد وعدم التيقن بخصوص العلم الذي من المفترض أن يكون قادراً على حل جميع المشكلات (المذهب الوضعي لأوجست كونت)، ولكنه غير قادر على منع الكوارث (عدوى مرض الإيدز، ومرض جنون البقر) ويتعرض لتهديدات من جانب "صبية الدجالين" Sorcerer's apprentices والكائنات الحية المحورة جينياً (GMOs)، ثم هناك العوامل الاجتماعية الناجمة عن صعوبة المخاطر وضخامتها. إن الأسباب المرضية المنشئة لمرض جنون البقر والذي يعرف باسم (Creutzfeld-Jacob)، لازالت غير واضحة إلى حد كبير، وكذلك مرض جنون البقر، وأخيراً مرض الهياج العصبى (Scrapie) الذي أصاب قطعانا ضخمة من الماشية والأغنام في أوروبا، ويجد في نفس الوقت، أن العقليات، في الدول الغنية في أوروبا، قد تطورت إلى الحد الذي أصبح معه قبول المخاطر يتناقض باضطراد (1993-Laucer).

يضاف إلى هذا الإدراك المتفاقم للمخاطر، الرغبة في دفع ثمن أكبر للمواد الغذائية المفترض أن

8. تعرف الجمعية الفرنسية للتوحيد القياسي AFNOR المخاطر في مجال سلامة الغذاء بأنها: «دالة احتمال وقوع أثر ضار على الصحة، وخطورة هذا الأثر ترجع إلى واحد أو أكثر من الأخطار المتعلقة بالمواد الغذائية».

تكون صحية، والطلب المتزايد من أجل لوائح ونظم سلامة الغذاء والبيئة. وفيما يتعلق بالقضية الأولى (هل المستهلكون مستعدون لدفع الكثير، مقابل السلع التي يعتبرونها صحية أكثر؟)، سوف نشرح وجهة نظرنا مع نتائج مسح أجرى في مدينة تيان جين في الصين وهي المدينة التي يبلغ عدد سكانها 10 مليون نسمة (Zhang, 2005).

جدول - 2 الرغبة في دفع أثمان الأنواع المختلفة من السلع الغذائية*، الصين 2001

توزيع الإجابات %			المبالغ الإضافية المقبولة
منتجات خالية من الجينات الوراثية المعدلة	منتجات عضوية	خضروات بدون مخلفات من مبيدات الآفات	
24	30	52	< %20
4	5	14	%20 - %40
4	4	6	%40 - %60
0	0	0	%60 - %80
0	0	2	> %80
68	61	26	Zero
100	100	100	العدد الإجمالي من الإجابات

المصدر: زاخ، 2005. *سلع معتمدة من وزارة الزراعة

ومع التحفظات المعتادة بخصوص الطريقة المستخدمة، نرى أن المخاطر المتصورة الأكثر حسماً في الصين، هي التلوث الكيماوي (%74 مستعدون لدفع أسعار أعلى للمنتجات غير الملوثة). ومن الناحية الأخرى، رفض غالبية الأشخاص الذين جرت مقابلتهم، دفع أسعار أعلى للمنتجات العضوية، أو المنتجات المكتوب عليها: خالية من الجينات الوراثية المعدلة. ويتوقف هذا النوع من السلوك على الظروف المحلية، الأمر الذي يؤكد مدى حساسية المستهلك إزاء البيئة المحيطة به، وإزاء البيانات القصيرة الأجل.

وكما رأينا، يتأثر الاستعداد للدفع بسياسة تمييز السلعة، التي تدفع المستهلكين بدورهم إلى البحث عن ضمانات حكومية.

إن اعتماد المستهلكين على الدولة هو نتيجة لفقدان ثقة المستهلك في المنتجين: ذلك أنه تساور المواطنين شكوك فيما يتعلق بقيام آليات السوق بواجبها بشكل صحيح بالنسبة للتحقق من جودة السلع، ولقد تم إرساء الدور الأساسي الذي تلعبه الثقة في العلاقات التجارية- إلى حد كبير- بمعرفة الاقتصاديين المؤسسين. مما يبرر الشك في الكلاسيكية الجديدة للنظرية الاقتصادية. وبالنظر إلى الدورات التي يمكن أن يخضع لها الاقتصاد، فإن السياسات "الليبرالية" (حيث تعمل أيد خفية لضمان تشغيل السوق بشكل ملائم يرضى الجميع) حيث تتناوب تلك السياسات مع السياسات "التدخلية" (حين تخضع الأسواق لتقلبات أو اضطرابات، تسبب التشوهات والتدهورات التي يتعين منعها أو الحد منها). ويبدو، في حقيقة الأمر، بعد 20 عاما من أسلوب "تاتشر" و "ريجان" في رفع القيود والتحرر، أننا دخلنا الآن في مرحلة العودة إلى

الدولة. وكان ذلك تحت ضغط سلسلة من الفضائح (الدم الملوث، ومرض جنون البقر، وأخيرا، انهيار الشركات الكبرى في المجال المالي نتيجة التدليس). إن التاريخ لا يعيد نفسه، ومع ذلك، فإن تدخل الدولة سوف يكتسى أشكالاً معيارية جديدة في سياق "العولة". كما ان تدخل الدولة سوف يرتكز على معيار يتبنى الشرعية، ويخلق إبداعاً دلالياً، وهما وظيفتان مهمتان للديمقراطية، وينشأ هذا المعيار حول المبدأ الشهير المعروف باسم "مبدأ التحوط".

جدول - 3 آراء بشأن الأحكام التنظيمية في فرنسا. (مايو 2000)

تفصيل الإجابات % (الإجمالي في كل سطر 100%)			مجالات الرقابة
لم يبد رأياً	الأحكام التنظيمية غير كافية	الأحكام التنظيمية كافية	
8	79	13	البيئة
7	71	22	سلامة الغذاء
19	64	17	الانترنت
10	61	29	حقوق العاملين
24	55	21	الأسواق المالية

المصدر: سوفريس (softres). استطلاع للرأي أجرى على 1000 شخص

عشرون عاما من الأزمات الغذائية في أوروبا

كانت هنالك دائما حوادث صحية تعزى الى عدم جودة المواد الغذائية، وبلغ الأمر أن أسفرت تلك الحوادث عن كثير من الوفيات، وحوّلت تلك الحوادث الى أزمات عندما تعرضت الحكومات للتهديد بإطلاق غضب الرأي العام، ويقترن التطور غير المسبوق لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات - الذي وسع مجال المعرفة المكتسبة وسرعة سبل الحصول عليها- بالمطالب المجتمعية الجديدة مثل حق الصحة. ولقد عرّض اختلاط الأمور بهذا الشكل البين، الزعماء السياسيين لتهديدات خطيرة- سرعان ما تداركوها وإن كانت آثارها لا زالت تتفاعل في أنحاء العالم حتى الآن، وخصوصا في أوروبا- ما أسفر عن تغييرات بعيدة المدى في المؤسسات المعنية.

وتعود الكتابات المتخصصة عموما الى عام 1996، مع الحالات الأولى لمرض العدوى بجنون البقر (كروتز فيلدت- جيكوب)، الذي يرجع الى استهلاك لحوم البقر المصابة بمرض جنون البقر، الذي حدث في المملكة المتحدة، وكانت تلك أولى "الأزمات الغذائية"، إلا أن عدد الحالات المعنية في تلك الأزمة، وفي الأزمات التي لحقتها، كان محدوداً بالمقارنة بالحوادث الأخرى التي وقعت مؤخرا، كما يتضح من الجدول التالي:

جدول - 4 حوادث الغذاء الرئيسية المسجلة في غرب أوروبا في الفترة ما بين 1980-2000

1981	أسبانيا	زيت الشلجم الفاسد كيميائيا- وفاة 1000 شخص
1987	سويسرا	ميكروب ليسيتريا كولاي في الجبن- وفاة 25 شخص

1992	فرنسا	ميكروب ليسيتريا كولاي في منتجات لحوم مجهزة- وفاة 63 شخص
1996	المملكة المتحدة فرنسا ألمانيا	مرض جنون البقر الشبيه في الإنسان بمرض Creutzfeld-Jacob والذي تفشي في الفترة-1985 وخلف 96 حالة وفاة بنهاية عام 2000
1996	المملكة المتحدة (سكوتلاند)	إيشريشيا كولاي-الذي يسبب الإسهال- في اللحوم
1998	فرنسا	ديوكسين في اللبن
1999	بلجيكا	ديوكسين في البيض ولحوم الدواجن
1999	فرنسا	تلوث الكوكاكولا (نوعية رديئة من ثاني أوكسيد الكربون أو المبيد الفطري المستخدم لمعالجة طاولات نقل العبوات)
2000	فرنسا	مرض جنون البقر في مزارع شركة سوفيبا/كارفور

بناء على دراسة قام بها Feillet-2002 .

ولم تكن هنالك أزمات غذائية خطيرة⁹. في أوروبا مؤخرا (2001-2005). وربما يرجع ذلك الى ظاهرتين:

- < إقامة نظم على درجة عالية من الكفاءة لإدارة المخاطر الغذائية (وكالات سلامة الغذاء- انظر أدناه).
- < التغطية الإعلامية الواسعة الى درجة التشبع.

لقد كانت أخطر الحوادث الصحية الراجعة الى المواد الغذائية. خلال الخمسين عاما الماضية. ما حدث في أسبانيا عام 1981 بعد استهلاك أغذية معلبة تحتوي على زيت شلجم مغشوش. ما أدى الى تسمم عدة آلاف من الأشخاص. كما كان لاندلاع حالات التلوث البكتيري (listeriosis) في عامي 1987. 1992 آثارها الخطيرة. إلا أن تلك الكوارث. لم تكن لها آثارها على الحكومات. وإنما تم التعامل معها من خلال القنوات الإدارية. ويمكن تفسير الوعي الشديد بمشكلة جنون البقر بحكم الطبيعة "الوحشية" لتلك الظاهرة (الأبقار آكلة اللحوم- وكأنها آكلة لحوم البشر. حيث كانت تقدم لها وجبات من اللحوم). وبحكم مشكلات اختلال الوظائف على نطاق واسع. سواء على المستوى الوطنى او على المستوى الأوروبى (عدم التقيد باللوائح والنظم وعدم وجود عقوبات). وبحكم تواتر الظواهر المنوه عنها سابقا (تغطية إعلامية واسعة. وإضرار بالصحة). كانت المسألة لا تتعلق بحجم الأرقام وضخامتها. وإنما تتعلق بالجانب الرمزي منها. و"استفادت"

9. كانت الأزمة الصحية الخطيرة الجديدة بالملاحظة فى الأونة الأخيرة هي أنفلونزا الطيور. والتي حدثت فى 2005/2006. ولكنها لم تختص بعلف الدواجن تحت أية ظروف.

الحوادث التي تلت ذلك من اليقظة الصحفية الدائبة، والتضخيم في وسائل الإعلام، الذي فاق كل الحدود بالنسبة للأضرار التي وقعت بالفعل¹⁰. ونود أن نوضح بأن أزمة الديوكسين في قطاع الدواجن قد أسقطت الحكومة البلجيكية في 1999.

وهناك إحدى الحالات التي لم يتم إدراجها ضمن القائمة، ولكنها، مع ذلك، جديرة بالذكر، لأنها توضح ما يمكن أن يترتب على الأزمات الغذائية من تكاليف باهظة: إنها حالة البنزين الذي وجد في زجاجات (Pschitt) للمياه الفواردة لشركة بيريه (perrier). ذلك أنه في عام 1990، اكتشفت إدارة الأغذية والأدوية في الولايات المتحدة (FDA) آثار بنزين في رسالة من المياه الفواردة الشهيرة. وهذه الواقعة لم يكن لها آثار صحية من أي نوع، ولكنها تعرضت لحملة إعلانية واسعة في الولايات المتحدة، مما أثر بشدة على الوضع المالي للشركة. وربما كان ذلك هو السبب في بيع أصول مجموعة بيريه لشركة نستله، وهكذا، فإن الشك بشأن أي سلعة، يمكن أن يؤدي إلى غرق (إفلاس) المشروع.

وعلى نفس المنوال، يمكن أن نذكر حالة شركة Snow Brand Milk - وهي من كبريات شركات تسويق الألبان في اليابان - باعتبارها من الحالات التي أدت إلى تقويض مشروعات الشركة: كانت تلك التعاونية تقوم بتسويق العديد من منتجات الألبان، والعديد من منتجات اللحوم، ثم حدثت حالات تسمم جماعي بسبب منتجات الشركة [أصيب أكثر من 10000 شخص، وحدثت 10 حالات وفاة] في سنة 2000 وسنة 2002. ونتيجة لهذه الفضيحة الكبرى، انخفض حجم مبيعات الشركة وانخفضت قيمة أسهمها. بنسبة 80%، وكان على الشركة اتخاذ إجراءات قاسية لإعادة الهيكلة [إلغاء 1000 وظيفة، وبيع الأسهم] حتى لا تخرج الشركة من سوق العمل كلية.

إطار 2- سلامة الغذاء في شمال وجنوب دول حوض البحر المتوسط: حالة الجزائر.

يمكن إلقاء نظرة عامة على منطقة البحر المتوسط. من خلال تحليل الوضع في الجزائر، لأنها مثال يمكن أن يطبق بصفة عامة على البلدان الأخرى في المنطقة. يقدر القطاع غير الرسمي في الجزائر بما يناهز 20% من قطاع الأعمال الحرفية الصغيرة والصناعات الصغيرة و 35% من شبكة التجارة [تجارة الجملة والتجزئة] وعلى هذا فإن القسم الأكبر من إنتاج الغذاء وتوزيعه يقع خارج نطاق أي سيطرة اقتصادية أو فنية. وعلاوة على ذلك، فإن أجهزة الرقابة خصوصا، أجهزة متواضعة الامكانيات [3500 مفتش حكومي مقابل 1 مليون محل من محلات التجارة والوكالات التجارية] وأخيرا فإن تواضع القدرة الشرائية للأسرة يستلزم ضغط الأسعار، مما يعنى التضحية بالتكاليف المتعلقة بالجودة. وعلى هذا، فإن هناك ثمة احتمالات عالية لحدوث أمراض مصدرها الغذاء- تتراوح ما بين 300000 و 500000 حالة في السنة (أي ما يوازي من 1% إلى 1.7% من عدد السكان). وهذا أعلى من الأرقام الرسمية بكثير، التي تفيد بوقوع ما بين 3000 إلى 5000 حالة، ولكن حالات الوفيات محدودة رغم ذلك، وآخر الحوادث الهامة للتسمم الغذائي وقعت في "سطيف" و "تلمسان" 1998 وأسفرت عن دخول 345 حالة إلى المستشفيات، 42 حالة وفاة، وكانت

10. يمكن تفسير تلك التغطية الإعلامية الواسعة، من ناحية، بسبب عدم اليقين، إزاء مخاطر اندلاع حالات جديدة من مرض العدوى بجنون البقر (كروتزفيلدت-جاكوب)، والعدد المحتمل من الضحايا في الأجل المتوسط (والذي يتراوح ما بين عدة حالات إلى عدة آلاف من الحالات).

حالات التلوث الأساسية فى منتجات الألبان، ومنتجات الحمايز والحلويات، ولحوم الدواجن، والكسكسى، وثمة احتمالات عالية لوقوع حالات تسمم جماعى فى الاحتفالات والموالد الدينية. وفى مطاعم الجامعات، ويلاحظ أيضا ارتفاع معدل التسمم الغذائى بسبب الملوثات العضوية الموجودة، والكيمائيات الزراعية، والنفايات الصناعية (المعادن الثقيلة)، ومياه الرى. (2006-Leceche).

إن هذا المستوى من سرعة تعرض المؤسسات العامة والشركات الخاصة، لأحداث صغيرة نسبيا، يثير أسئلة بشأن مفهوم المخاطر ووقوعها على المستهلك، لأن السلوك الشرائى للمستهلك، فى التحليل النهائى، هو الذى يحرك الأزمات، سواء على مستوى المنتج أو على مستوى صانع السياسات.

مفارقة: مخاطر التغذية:

تحدث مخاطر التغذية بسبب نقص الغذاء، أو فى الحالة العكسية، بسبب الإفراط فى الغذاء.

نقص الغذاء وعدم الأمن:

دأبت منظمة الأغذية والزراعة (الفاو) منذ عدة سنوات، على إصدار تقرير سنوى بشأن وضع الغذاء فى العالم (2005-de Haen). ويشير مؤلفو التقرير إلى أهداف قمة الغذاء العالمى فى 1996، والتي تكررت فى أهداف الألفية من أجل التنمية، كان من بينها «تخفيض عدد الذين يعانون من الجوع، على مستوى العالم، إلى النصف، خلال الفترة ما بين 1990 إلى 2015، إن الأولوية التى أوليت لتخفيض الجوع تبررها اعتبارات انسانية واجتماعية واقتصادية، لأنه ثبت أن الجوع وسوء التغذية يسبب ما يزيد على نصف حالات وفيات الأطفال، ويفاقم من معدلات الوفيات أثناء الحمل والوضع، ويضعف نظام المناعة، ومن ثم يزيد من احتمالات الإصابة بفيروس نقص المناعة المكتسب/ الإيدز، والدرن، والملاريا، ومعظم الأمراض المعدية، كما أن الجوع يحول دون المواظبة على الحضور فى المدارس، ويفاقم من الفوارق بين الجنسين، ويقلل من فرص العمل، وانتاج الأصول (2005-de Haen).

ويكاد إقليم البحر المتوسط أن يكون بعيدا عن ويلات الجوع، مقارنة بالأقاليم النامية الأخرى. أما سوء التغذية فكان يعانى منه حوالى 11 مليون نسمة فى ثلاث عشرة دولة فى الفترة من 2001 إلى 2003 أى 4% من إجمالى السكان، مقارنة بـ17% فى جميع البلدان النامية (راجع جدول 4) ومقارنة بـ33% فى إفريقيا جنوب الصحراء، وكانت البلدان الأشد تضرراً هى فى المقام الأول الأراضى الفلسطينية (20%) ثم منطقة شرق الأديباتيكى، تليها الأردن، والمغرب، والجزائر. وما يبعث على القلق أن نلاحظ، أنه بعد انخفاض ملحوظ فى عدد الفئات التى كانت تعانى من نقص فى التغذية خلال الفترة من 1970 إلى 1990، عاودت الأرقام الإرتفاع مرة أخرى ارتفاعا ملحوظا فى الفترة من 1990 إلى 2001: 18%+ فى البلدان النامية، 20%+ فى إقليم البحر المتوسط. ويعزى هذا التدهور أساسا إلى زيادة الفقر، ذلك أن الجوع وانخفاض الدخل صنوان مرتبطان فى حقيقة الأمر، وكانت أكثر فئات السكان تضررا هم الفلاحون (2002-Paalberg) وتؤكد تلك الأرقام، للأسف، أن أهداف قمة الغذاء العالمى وأهداف التنمية للألفية لن تتحقق.

جدول - 5 عدد الأشخاص الذين يعانون من نقص في التغذية 1969-2003

الدولة	1969 -1971	1979 -1981	1990 -1992	2001 -2003 محقق	من إجمالي السكان %	التطور 02-91
	بالمليون					
ألبانيا			0.2	0.2	6	0
كرواتيا			0.7	0.3	7	57-
صربيا والجبل الأسود			0.5	1.1	10	120
سلوفينيا			0.1	0.1	3	0
الإجمالي الفرعي لشرق الإديرياتيكا			1.5	1.7	9	13
الجزائر	6.8	1.7	1.3	1.5	5	15
مصر	9.1	3.6	2.5	2.4	3	4-
الأردن	0.3	0.1	0.1	0.4	7	300
لبنان	0.5	0.2	0.1	0.1	3	0
ليبيا	0.2	0.0	0.0	*	>2.5	
المغرب	2.5	1.9	1.5	1.9	6	27
فلسطين			0.3	0.6	20	100
سوريا	1.0	0.3	0.7	0.6	4	14-
تونس	0.6	0.2	0.1	*	>2.5	
تركيا	1.9	1.4	1.0	2.0	3	100
الإجمالي الفرعي لجنوب وشرق الدول المتوسطة	22.9	9.4	7.6	9.5	4	25
إجمالي دول المتوسط	22.9	9.4	9.1	11.2	4	23
البلدان النامية			4058.7	4796.7	17	18

المصدر: إحصاءات الفاو، الأمن الغذائي، أكتوبر 2006

أمراض الإفراط الغذائي:

إذا كانت أزمات الأمراض الفيروسية والميكروبيولوجية المذكورة آنفا قد أثارت موجات من القلق، بل والذعر في حقيقة الأمر، لدى الحكومات والمنتجين وكذلك المستهلكين، بسبب طبيعتها غير المتوقعة، فإن هناك مخاطر أخرى أشد وأنكى بالنظر إلى حجمها وضخامتها. أخذت تظهر منذ سنوات عديدة، وهي المخاطر المرضية التي ترتبط بالعادات الغذائية، ومن ثم تندرج ضمن مجال «الإرادة الطليقة» للمستهلك. ولقد ثبت من خلال دراسات عديدة للأمراض الشائعة، أن الإفراط في استهلاك السكر والدهون، وقلة استهلاك الفواكه والخضروات، مقترنا بعدم ممارسة التمارين البدنية يشكل أرضا خصبة لظهور السمنة والأمراض التي منشؤها الغذاء (Mendez and Popkin, 2004).

وطبقاً لمصادر منظمة الصحة العالمية WHO، فإن 18% من السكان الذين تزيد أعمارهم على 15 عاماً في منطقة البحر المتوسط عام 2002 يعانون من السممنة. بمعدل يتراوح ما بين 7% كما في حالة فرنسا، 31% كما في حال مصر. والبلدان الأشد تضرراً بالإضافة إلى مصر، هي: مالطة، والأردن، واليونان (أكثر من 25%). والنسبة أعلى بدرجة ملحوظة بين النساء (22% مقارنة بـ 14% بين الرجال) وبحلول عام 2010 سوف يعاني من هذا الخلل الصحي ما يقرب من 71 مليون نسمة من تزيد أعمارهم على 15 سنة في البلدان المتوسطة الإحدى والعشرين. أي ما يناهز 20% من إجمالي السكان البالغين. وتمثل الولايات المتحدة صورة متطرفة لحالة الانفلات الغذائي. حيث كان 35% من السكان يعانون من السممنة في عام 2002، وسوف تصل النسبة إلى 46% بحلول 2010 إذا استمر المنحنى الكلي في مساره (انظر الملحق خريطة 2).

إن الوزن الزائد من العوامل الخطيرة التي تسبب سلسلة من الأمراض، ولا سيما أمراض القلب، المسئولة عن 42% من حالات الوفيات الإجمالية في جميع البلدان المتوسطة، 43% في دول جنوب وشرق المتوسط، 57% في دول شرق الأدرياتيكى (انظر جدول 6).

وأخيراً، فإن الأمراض التي ترجع إلى الغذاء، لأسباب ميكروبيولوجية أو غذائية، هي السبب كما يقال، في 54% من حالات الوفيات في منطقة البحر المتوسط. وهناك اتجاه تصاعدي لهذا السبب من أسباب الوفاة، بسبب التدهور الغذائي، وهو الوضع الذي ظهر نتيجة التغيير الملحوظ في النظام الغذائي، والذي حدث بسرعة كبيرة نسبياً (أقل من 50 عاماً) (Rastion-2005). إن اليونان -التي كانت مشهورة دائماً بجودة نظامها الغذائي التقليدي (نموذج كريت المشهور للتغذية)- تتحول الآن إلى التوافق مع النموذج الغربي (al & Padilla-2005). وهو الأمر الذي يفسر ارتفاع نسبة الأمراض الراجعة إلى الغذاء، كما نشأها في تلك البلاد هذه الأيام.

جدول 6 - تقدير الوفيات حسب الأسباب في البلدان المتوسطة، 2002

إجمالي الدول المتوسطة الـ22	إجمالي دول شرق الأدرياتيك الأربعة	إجمالي الدول العشر في جنوب وشرق المتوسط	إجمالي الدول الثمانية في الاتحاد الأوروبي	في الألف، وفي المائة
450590	20128	249946	180516	السكان (بالألف)
3348	212	1492	1644	الوفيات: جميع الأسباب
40	0	39	1	أمراض الإسهال
11	0	7	5	الحرمان الغذائي
43	4	11	28	سرطان المعدة
70	5	10	55	سرطان القولون والمستقيم

76	5	26	45	السكر
1398	121	646	630	أمراض القلب
160	8	76	75	أمراض الجهاز الهضمي
1797	143	815	839	الأرقام الإجمالية الفرعية للأمراض الراجعة الى الغذاء
%54	%67	%55	%51	الأمراض الراجعة الى الغذاء: جميع الأسباب
%1.2	%0.1	%2.6	%0.1	أمراض الإسهال: إجمالي
%42	%57	%43	%38	أمراض القلب: إجمالي

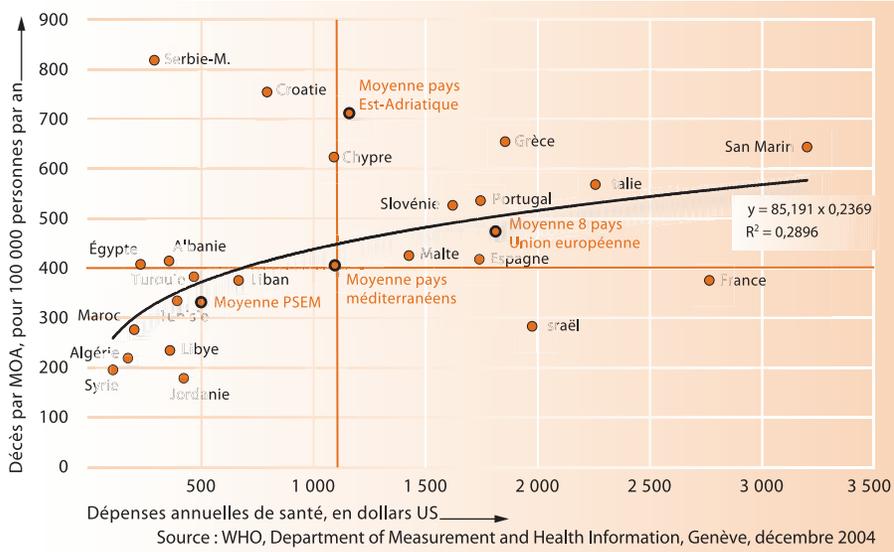
المصدر: منظمة الصحة العالمية. قسم معلومات الصحة والقياس. جنيف. ديسمبر 2004

إن الوضع في كل دولة على حدة داخل كل مجموعة جغرافية فرعية في المنطقة اليورو-متوسطية، هو وضع مختلط (انظر الملحق، خريطة 1): حيث نجد أن معدل الإصابات القاتلة للأمراض الراجعة إلى الغذاء، مرتفع جدا في صربيا والجبل الأسود وكرواتيا (أكثر من 65% من إجمالي عدد الوفيات في 2002) بينما نجد أن المعدل أقل في سلوفينيا 57%. وفي ألبانيا 59%. وفي بلدان شرق وجنوب المتوسط نجد أن تركيا وتونس متضررتان بشدة (62%، 57% لكل منهما على التوالي). فيما نجد أن الجزائر أقل تضررا نسبياً (39%). أما سوريا فتقع في منطقة وسط (47%). ويؤكد هذا التفاوت وجود مجموعة كبيرة من العوامل المعقدة. وكذلك ضرورة إجراء تحقيقات أكثر دقة بغية وضع السياسات الصحية الملائمة.

وكما سوف نتبين من الشكل التالي أدناه، فإن معدل الوفيات لم يتناقص تمشياً مع مستوى الإنفاق على الصحة؛ الأمر الذي يميل إلى أن يوضح أن الإجراءات الوقائية- في الحالات المتعلقة بأسباب الأمراض- أكثر فعالية من تقديم الرعاية الصحية. بمعنى آخر، يبدو أن هنالك ارتباطاً قوياً بين النظام الغذائي ونموذج إنتاج الغذاء. ومن ثم فإن الزراعة والصناعات الغذائية يمكن أن تلعب دوراً هاماً في كل دولة على حدة. وفي كل إقليم من ناحية تفاقم الأمراض الراجعة إلى الغذاء أو الوقاية منها (Hawkes and Ruel 2006).

شكل 1- حالات الوفاة الراجعة إلى الأمراض التي منشؤها الغذاء، والإنفاق على الصحة

في الدول المتوسطة، 2002.



تلخيصاً لما سبق، فإن 11.2 مليون نسمة من يعايشون نقص التغذية، كانوا يعانون من انعدام الأمن الغذائي في 14 دولة من الدول المتوسطة الإثنيتين وعشرين. في 2002، أي ما يعادل 4% من سكان تلك البلاد، بينما أدت الأمراض التي منشؤها الغذاء إلى وفاة 1.8 مليون نسمة أي 54% من الوفيات الإجمالية. وعلى الرغم من أن نقص التغذية يبدو أقل انتشاراً في منطقة البحر المتوسط (4%) منه في الأقاليم النامية الأخرى (14%)، إلا أن نشوء أسباب الأمراض المتعلقة بالغذاء أعلى بكثير في حوض البحر المتوسط (54%) منها في العالم ككل (40%). وتنطوي هذه النتيجة على مفارقة غريبة، حيث أن أحد النظم الغذائية التي أوصى بها خبراء التغذية، يأتي من منطقة البحر المتوسط (نموذج كريت التقليدي).

مبدأ التحوط والآليات العامة لحماية المستهلك:

كرد فعل على المخاطر التي تعرض لها مختلف السكان بسبب الأمراض الميكروبيولوجية أو الفيروسية التي حدثت منذ 1996، قام الباحثون بتطوير فكرة مبدأ التحوط - الذي كان قد تم تصميمه أصلاً لحماية البيئة - بحيث ينسحب على قضية الغذاء، إلا أن هذا المبدأ لم يعن بعد بالأمراض الأخرى الراجعة إلى الغذاء، وخصوصاً تلك الأمراض الناجمة عن مخاطر التسمم المتعلق بمبيدات الآفات، أو مخاطر التغذية.

مبدأ التحوط أم مبدأ الإلتباس؟

نشأ مبدأ التحوط من المناقشات الدولية التي دارت بشأن إدارة البيئة: مؤتمرات حماية

بحر الشمال (1987، 1990) وإعلان ريو (1992)، والقانون الفرنسي للبيئة (1995) ومؤخراً مؤتمر مونتريال الخاص بالكائنات الحية المحورة جينياً (GMOs، 2000). وفى المؤتمر الأخير تم تعريف مبدأ التحوط. على النحو التالي: ".... عدم اليقين العلمى... لا يحول بين طرف وبين اتخاذ قرار... بغية تفادي أو الحد من.... آثار سيئة محتملة".

ولابد من التفرقة بين "الوقاية" التى يقصد منها تفادي خطر حقيقى ناجم عن مخاطر معروفة أو واقعة. و"التحوط" الذى يلعب دوره فى حالات عدم اليقين حيث يواجه المرء شكوكا بالمخاطر (2000-Kourilsky Ph., Vineg G). وفى قطاع الغذاء، جُذ أن 90% من البحوث تقوم على فرضيات يجرى التحقق منها. وتصل الى نتائج لم تكن بادية للعيان؛ وعلى هذا، فإن مجال البحوث مجال يطبق فيه مبدأ التحوط على نطاق واسع. وبشكل مفرط فى حقيقة الأمر.

ويوجد حتى الآن ما لا يقل عن 17 تعريفا لمبدأ التحوط. حتى إن بعض المؤلفين يتحدثون عنه باسم "مبدأ الالتباس"!! وتكشف كثرة التعريفات عن أن هنالك مسائل سياسية واقتصادية معرضة للمخاطر. لأنه قبل مبدأ التحوط وبعده. هناك المسائل المتعلقة بتكلفة الإجراءات. والمسئولية القانونية فى حالة عدم التطبيق: فالتحوط يعنى تقييم المخاطر والسيطرة عليها (وهذا يتطلب نفقات). وحسب مقتضيات الظروف. قد يؤدي التحوط إلى عرقلة حرية تبادل السلع (على خلاف ما تقضى به لوائح الاتحاد الأوروبى¹¹ ومنظمة التجارة العالمية. وتوقيع العقوبات على عدد من الوكلاء الاقتصاديين). وفيما يتعلق بتحديد المخاطر، فإن مسألة "عبء إثبات سلامة السلعة يخضع الآن للمناقشة". ويتعين أن نذكر هنا أن مبدأ التحوط يندرج ضمن اختصاص السلطات العامة. ومن ثم يستدعى مسئولية الدولة. وفى بعض الحالات، توجد إجراءات الترخيص بالتسويق (أو قائمة إيجابية للعقاقير ومنتجات مكافحة الآفات). وحينئذ تقوم الشركة التى تقدمت بطلب الترخيص بالتسويق. بتمويل تلك العملية. وحينئذ لا يوجد طلب من أجل الترخيص بالتسويق. فإن الدولة تكون هى المسئولة. الأمر الذى ينقل عبء الإثبات إلى المشروعات ومن ثم إلى المستهلكين (الذين يدفعون الضرائب بالفعل كمواطنين). وعلى هذا، يعتبر مبدأ التحوط مبدأ متناقضا إلى حد كبير (2000-Godard).

وكانت المفوضية الأوروبية تركز اهتمامها لمشكلة المخاطر المتعلقة بعيوب الجودة. بالنسبة للمنتجات المتداولة فى الأسواق منذ 1985 من خلال القرار الإداري رقم 372/85 بشأن المسئولية القانونية عن السلع المعيبة (ولكن هذا القرار لم يكن قد أدرج ضمن القانون الفرنسى حتى عام 1998). ويعتبر هذا القرار أن السلعة معيبة "عندما لا تتوفر فيها السلامة التى من حق أى شخص أن يتوقعها فيها. مع أخذ جميع الظروف فى الحسبان... بما فى ذلك عرض السلعة. ووقت طرحها للتداول". ولكن تم تخفيف أحكام هذا القرار بموجب قرار آخر رقم 59/92 بشأن السلامة العامة للسلع، والذى ينص على: "السلعة السليمة هى أى سلعة لا تمثل - فى ظل ظروف الاستخدام العادى أو الاستخدام فى الأجل المنظور المعقول المدة- أية مخاطر. أو تمثل الحد الأدنى فقط من المخاطر التى تتناسب مع استخدام السلعة. وتعتبر فى تلك الحالة مقبولة ومتسقة مع المستوى العالمى من الحماية من أجل سلامة وصحة الأشخاص...". ويستطيع المرء أن يتصور جيدا المعركة القوية التى دارت بين المسئولين فى المفوضية وأنصار الصناعة، والليالى الطويلة من الجحاش حتى جاء هذا النص المتلوى!! إن فكرة السلعة "السليمة" تبدو أكثر مرونة

11. تنص معاهدة روما (فى المادة 30) على حظر القيود على كمية الواردات (مادة 28) أو الصادرات (مادة 29). ولكننا مع ذلك لا نستبعد أية قيود. قد يكون لها ما يبررها من أسباب تتعلق بالصحة العامة والنظام العام.

من السلعة "المعبية" لأنها تسمح بحد أدنى من المخاطر إلا أن الظروف دائماً ما تتغير. وشهدت أوروبا أزمة جنون البقر التى أدت إلى ظهور الكتاب الأبيض بشأن سلامة الغذاء، والذى نشرته المفوضية الأوروبية فى 12 يناير 2000. وأرسى هذا الكتاب الأساس لسياسة حقيقية لسلامة الغذاء. بعد 40 عاما من إطلاق السياسة الزراعية المشتركة (CAP)، ولكنه لم يُرسِ الصلة الأساسية بين الإنترنت لاعتبارات سياسية. والأمر الذى له دلالة، أن الكتاب الأبيض هو نتاج عمل مشترك للإدارات العامة المسؤولة عن الصحة والاستهلاك فى المفوضية، ولم تشترك فيه الإدارة العامة المسؤولة عن الزراعة. وحيث أنها لم تتمكن من الإعداد لـ "دور" الأغذية الزراعية فى الوقت المناسب. فإن معظم المؤسسات الحكومية. ومنظمات المنتجين الزراعيين. أصبحت الآن لا حول لها ولا قوة. وضاق عليها الخناق. بحكم الموقف الموحد للمؤسسات الأخرى.

وأخيرا. فإن شروط استخدام مبدأ التحوط منصوص عليها تحديدا فى البيان الصادر عن المفوضية. فيما يتصل بالكتاب الأبيض (المفوضية. 1-2000). وترى المفوضية أن المجتمع الأوروبى- شأنه شأن أي دولة عضو فى منظمة التجارة العالمية- له الحق فى وضع مستوى الحماية- ولا سيما حماية البيئة. وحماية صحة الإنسان والحيوان والنبات- الذى تراه ملائما.... حيثما يشير التقييم العلمى الموضوعى والأولى. أن ثمة أسبابا معقولة تدعو إلى القلق ... (حول) الآثار الضارة المحتملة....". وقد كان هذا البيان هو الأساس الذى استند إليه مشروع قرار توجيهي صادر عن البرلمان الأوروبى. ينص على أنه: للسلطات المختصة صلاحية اتخاذ الإجراءات الضرورية بطريقة تتناسب ومستوى الخطر... لوضع التدابير الملائمة موضع التنفيذ. بغية فرض حظر مؤقت -وللمدة المطلوبة. من أجل مختلف تقييمات السلامة والمراجعة والمراقبة- على توريد السلع أو طلب توريدها أو عرض السلع. عندما تكون هنالك مؤشرات محددة واضحة. على أنها تنطوى على خطورة محتملة... وفى هذا التعريف. يلعب تقييم الخبراء- بالنسبة لمستوى المخاطر التى تمثلها السلعة- دورا بالغ الأهمية. ومن ثم يثير مرة أخرى مشكلة طبيعة المخاطر ومركز الخبر. فالتقييم الذى يركز فحسب على معايير العلوم الجردة (مثل علم البيولوجيا فى هذه الحالة). يمكن أن يكون بسيطا. ولما كانت الحدود بين الحقائق والقيم تكتنفها الغيوم. من ناحية. ولما كان احتكار العلماء للمعرفة يتعرض لتحديات. من ناحية أخرى. (وجهة نظر المواطن العادي بشأن قضية علمية يمكن أن تطور المعرفة). فإن كل المعرفة العلمية تتطلب "ترجمة" حتى يتسنى استخدامها على المستوى المحلى. إنها مسألة ولوج حصون العلم والتكنولوجيا من الأبواب الخلفية للعلم التى تقام الآن. وليس من خلال البوابة الرئيسية للعلم المقامة فعلا (Latour-1999). وفى هذا السياق. لابد من تصميم آليات جديدة من أجل تقييم وإدارة المخاطر.

الآليات المؤسسية لسلامة الغذاء فى أوروبا. وحول العالم:

لقد تم وضع إطار واضح من أجل تنفيذ مبدأ التحوط فى المشاورات الدولية التى أجرتها منظمة الأغذية والزراعة (FAO) ومنظمة الصحة العالمية (WHO) خلال الفترة ما بين 1995-1997 حيث جرت التفرقة بين ثلاث مراحل فى إدارة مخاطر الغذاء (F-Guillon-2001):

< تقييم المخاطر.

< إدارة المخاطر (إدارة المخاطر إدارة سديدة من خلال اتخاذ قرارات إدارية ملائمة).

< الإعلام عن المخاطر (نشر بيانات إعلامية بشأن المخاطر).

ويشتمل هذا النهج على فكرتين إبداعيتين جديدتين: إجراء عملية تقييم المخاطر كعملية منفصلة (خبراء) وإدارة المخاطر (حكومة). وتكامل مرحلة الإعلام. وهذا أمر أساسي هام للحد من أزمات الآثار السلبية الفردية والجماعية.

وفي أوروبا، تم الأخذ بهذا النهج في الكتاب الأبيض الصادر عن المفوضية الأوروبية، والذي احتلت فيه سلامة الغذاء، مكان الصدارة في ديباجة ذلك الكتاب: "وإذ يؤكد على أن الاتحاد الأوروبي لديه أعلى معايير لسلامة الغذاء، فإن ذلك يمثل أولوية كبرى في سياسات المفوضية"¹². وتم في ذلك الحين، وضع عدد من المقترحات، يجري تنفيذ معظمها الآن:

- < إنشاء الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء (EFSA).
- < إصدار قانون يشمل السلع الغذائية (من المزرعة إلى المائدة).
- < التنسيق بين النظم الوطنية للرقابة على الجودة.
- < معلومات للمستهلك (بيان عن السلعة، الإعلان عنها، الجوانب الخاصة بالعناصر الغذائية).
- < المنشورات الدولية¹³.

أنشئت الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء EFSA في يناير 2002 على أساس مفهوم يتعلق بنموذج "المقارعة الاجتماعية الفنية" الذي يدعو إليه علماء الاجتماع، عن طريق تنظيم تبادل الآراء بين العلماء، وصانعي السياسات، والمواطنين، بغرض تقييم الأوضاع والإعداد لاتخاذ القرار. وهذا يمثل انتقالاً من نموذج "التشاور" إلى نموذج "بناء النواة" (Callon et al 2001). وعلى هذا تعتبر الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء شخصية اعتبارية مستقلة عن المفوضية: حيث إن مديرها التنفيذي مسئول أمام مجلس إدارة ينتمى أعضاؤه إلى جهات عديدة ذات تخصصات مختلفة في المجتمع المدني (14 عضواً، منهم 4 يمثلون المستهلكين والصناعة). ويلحق بالهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء، منتدى استشاري من 15 عضواً (مندوب عن كل دولة) ولجنة علمية تضم ثمانية تخصصات لخبراء مستقلين. ومن مهام الهيئة (EFSA) تقديم المشورة العلمية، وتوجيه السياسات والتشريعات، والتعرف على المخاطر الغذائية وتحليلها في مرحلة مبكرة، ومساعدة المفوضية في حالة نشوء أية أزمات، والتواصل مع الجمهور بأسره. وحثت تصرف الهيئة 250 موظفاً من أجل هذا الغرض، وميزانية تبلغ 40 مليون يورو. واتخذت الهيئة من مدينة بارما مقراً لها منذ عام 2005. والمبادئ المؤسسة للهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء هي: الاستقلال، التميز، التشاور، المصارحة، المبادرة بالنشاط، والقدرة على رد الفعل. ومع ذلك، يجب ألا تقلل من شأن الصعوبات المحتملة التي تواجه الهيئة: مثل عناد بعض المؤسسات- كما

12. صدر هذا البيان في مرحلة مبكرة جداً، في وثائق الجماعة الأوروبية، حيث كان قد تم النص عليه في الفصل 13 (الصحة العامة) من الجزء الثالث من اتفاقية روما (سياسات الجماعة الأوروبية)، حينما جاء فيه: «أنه لا بد من تأمين مستوى عالٍ من حماية الصحة الإنسانية». عند وضع وتنفيذ جميع سياسات المجموعة وإجرائاتها (الفقرة 1 من المادة 152، المادة 129 السابقة).

13. قرار لاتحة (الاتحاد الأوروبي) رقم 2002/178 الصادرة في 28 يناير 2002 بـ «وضع المبادئ والشروط العامة لقانون الغذاء، وإنشاء الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء، ووضع القواعد الإجرائية للمسائل المتعلقة بسلامة الغذاء».

هو الحال مع جميع التنظيمات الأوروبية (25 دولة اليوم، 30 غدا!!). وتطبيق مبدأ التبعية (غير مسموح للهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء بالتدخل المباشر، ولكن لها أن تنظم مناقشات بين الدول الأوروبية، وتقديم المشورة، والتنسيق بين الأنشطة- حسب مقتضى الحال- كما ذكر ذلك صراحة فى الكتاب الأبيض) وعلى أية حال، فإن هذا "المستوى الأوربي" مسألة فى غاية الأهمية، نظرا لأن مشكلة الأمن الغذائى وسلامة الغذاء مشكلة متفاقمة عالمياً، بسبب نمو التجارة السلعية، وكثافة التحركات البشرية، والقوة المتنامية للمؤسسات العبروطنية (أنظر أدناه).

جدول 7- الإدارات الحكومية المسؤولة عن سلامة الغذاء فى البلدان الأوروبية المتوسطة

الدولة	اسم المؤسسة	الاختصار
قبرص	المعمل العام للدولة، وزارة الصحة *	
أسبانيا	الوكالة الأسبانية لسلامة الغذاء	AESA
فرنسا	الوكالة الفرنسية لضمان سلامة الغذاء	AFSSA
اليونان	الهيئة الهلينية للغذاء	EFET
إيطاليا	اللجنة الوطنية لسلامة الغذاء	CNSA
مالطة	هيئة المعايير القياسية فى مالطة.	MSA
البرتغال	وكالة جودة وسلامة الغذاء	AQSA
سلوفينيا	مؤسسة- سلامة الغذاء *	

المصدر: الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء 2006، *مؤسسة غير مختصة

أما فى دول جنوب وشرق المتوسط فلا توجد أجهزة مختصة من أجل مراقبة الصحة، كما لا توجد خدمات استشارية للخبراء أو تقديم المعلومات فى مجال الغذاء، وعادة ما تكون سلامة الغذاء مسئولية كثير من المصالح والهيئات الإدارية المركزية، تحت إشراف وزارات مختلفة.

ولقد حدد قانون سلامة الغذاء فى الاتحاد الأوروبى أهدافا طموحة، يصعب التساهل إزاءها فى بعض الأحيان:

- < ضمان مستوى عال لصحة الإنسان وحماية المستهلك.
- < ضمان حرية انتقال السلع فى الأسواق الداخلية.
- < إرساء قانون يعتمد على الدليل العلمى، وتقييم المخاطر.
- < كفاءة قدرة الصناعة الأوروبية على المنافسة، وتنمية الصادرات.
- < تفويض المسئولية لرجال الصناعة، والمنتجين الزراعيين، والموردين.
- < ضمان انسجام القانون ومنطقيته، ووضوحه.

ولكى نضرب مثالا واحدا على الصعوبات التى ينطوى عليها ذلك القانون، نشير إلى التعارض بين تطبيق مبدأ التحوط، الذى هو بالضرورة مبدأ ينطوى على التقييد من ناحية نمو السوق، وبين الهدف الثانى للاتحاد الأوروبى (ضمان حرية انتقال السلع) والهدف الثالث (ضمان قدرة الصناعة الأوروبية على المنافسة)، وعلى أية حال، فإن أي حظر مؤقت على تسويق إحدى السلع،

تحت مبررات صحية، من شأنه تخفيض قدرة المشروعات المعنية على الأداء (أثر عدم الاستغلال الأمثل للطاقة الإنتاجية، وفقدان العملاء، وتدهور صورة الشركة).

وقد تبدو عملية التنسيق بين النظم الوطنية من أجل مراقبة جودة الغذاء وسلامته، عملية مقيدة. حيث أن 14 دولة من بين 25 دولة أوروبية¹⁴. كانت قد أنشأت بالفعل وكالات أو هيئات لسلامة الغذاء في أراضيها منذ بداية عام 2006. ومن ثم فإن المسألة الآن، مسألة تنسيق بين الأجهزة البالغة التعقيد، خصوصا وأننا نجد أن الأجهزة الإدارية في كل دولة مصممة بطريقة لا تترك شاردة ولا واردة: ففي فرنسا، على سبيل المثال، توجد 13 إدارة تنضوي تحت لواء 6 وزارات معنية بالموضوع¹⁵. بل أكثر من ذلك، هنالك عدد كبير جداً من الأطراف معنية بالأمر. ففي فرنسا، مرة أخرى، تشتمل «المنظومة الغذائية» على ما يقرب من 1.2 مليون شركة، ومئات من المؤسسات العامة ومؤسسات المنتجين، وأخيراً، فإن البعد الدولي يضيف مشاكل أخرى. ولهذا، فإن المهمة الأكثر إلحاحاً هي تبسيط الهياكل الإدارية الوطنية بغية تيسير التنسيق على المستوى الأوروبي، وهذا أمر لا غنى عنه.

ومعلومات المستهلك تعتبر إحدى الاهتمامات التي ظهرت مؤخراً في المؤسسات العامة التي يتسم معظمها بالثقافة التكنولوجية، وأساليب العمل البيروقراطية، والتي تؤدي إلى انعدام الشفافية، فمن جانب المنتج، يتركز الاتجاه الطبيعي على الرسائل التجارية لإنعاش المشتريات، إلا أن الشفافية بشأن البيانات الموضوعية التي بنيت على أسس علمية أصبحت شرطاً ضرورياً، لأن نقص المعلومات يمكن أن يسفر عن تشوه السوق، أو ردود أفعال تتمثل في حالة من الذعر، ويتعين إصدار القرارات التوجيهية الأوروبية الجديدة، بشأن قواعد بيانات السلعة والإعلان عنها، وتعتبر مسألة الإدعاءات بشأن الصحة ذات أهمية بالغة لأنها تقع على الحدود بين الغذاء والدواء، والإدعاءات بشأن الصحة ويمكن أن تفضي إلى نمو السوق، كما حددت المفوضية لنفسها هدفاً يتمثل في وضع معلومات بشأن التغذية، لأن ذلك يعتبر قضية أساسية من قضايا الصحة العامة، بالنظر إلى أثر النظام الغذائي - الموثق توثيقاً كاملاً - على أمراض معينة¹⁶. ومن ثم تكون الميزة الوقائية للنظام الغذائي المتوازن، مثل النظام الغذائي لمنطقة البحر المتوسط.

ويعنى التكامل على المستوى الدولي، المشاركة في المنظمات الحكومية التابعة للأمم المتحدة والتي تتناول مشكلات الغذاء، ويمكن أن نذكر المنظمات الأربع التالية باعتبارها أهم المنظمات:

< المنظمة العالمية لصحة الحيوان (OIE) التي أنشئت في عام 1884 ومهمتها مراقبة الأمراض البوبائية في الحيوانات، بغرض منع انتشارها من دولة إلى أخرى.

14. ألتانيا (Bv 1994)، بلجيكا (AFSCA-2000)، أسبانيا (AFSA-2002)، فنلندا (SANA-2001)، فرنسا (AFCSA-1998)، اليونان (EFET-2000)، أيرلندا (FASAI-1998)، هولندا (IGW8v-2000)، البرتغال (ASAP-2000)، المملكة المتحدة (FSA-2000).

15. تلعب «الإدارة العامة للمنافسة والاستهلاك ومكافحة الغش»- التي تنضوي تحت إشراف وزارة الشؤون الاقتصادية والمالية- دوراً محورياً في هذا التشكيل، وأثبتت قدرتها على إنشاء نظام للإنذار المبكر وتشغيله بكفاءة، من أجل الوقاية وإدارة الأزمات، ويدعو المنطق الآن إلى الأخذ بنظام التخصص حسب المهمة (مراقبة المنافسة من ناحية، وحماية المستهلك من الناحية الأخرى)، وبموجب هذا النظام تنجم الأنشطة والهياكل الإدارية المتعلقة بالعنصر الثاني، تحت إشراف وزير معين.

16. أمراض القلب، وأنواع السرطان، والسمنة (وتشير التقديرات إلى أن هنالك ما يناهز 300 مليون نسمة في العالم، من يعانون من زيادة مرضية في الوزن، أي ما يوازي 5% من سكان العالم... الخ).

- < منظمة الأغذية والزراعة (FAO) وهي المنظمة المسؤولة عن القضايا المتعلقة بإنتاج وتسويق، واستهلاك المواد الغذائية والأعلاف (أما صناعات الأغذية الزراعية (AFIs) فتتبع اليونيدو (UNIDO) منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية. الأمر الذي يعرقل المنهج الشامل للنظام الغذائي).
- < منظمة الصحة العالمية WHO.
- < منظمة التجارة العالمية WTO.

وكل هذه المنظمات تعمل على تحسين المعلومات الفنية والاقتصادية على المستوى الدولي بشأن القطاعات المسؤولة عنها؛ وهي تعمل من خلال مشروعات للتنمية. وتشارك في وضع المعايير على المستوى العالمي. وتستخدم كلمة معايير هنا بالمعنى المقيد (المحدود). بحيث تعنى الاتفاق الدولي على تقسيم وتصنيف أنواع السلع والخدمات. ولقد أصبح لتلك المعايير أهمية كبرى في تنظيم التجارة الدولية حيث أنها أصبحت مطبقة تطبيقاً فعلياً في جميع الدول حول العالم. وأصبح الالتزام بها هو جواز المرور الفعلي للسلع. وبدونه لا يمكن أن تدخل السلع في حيز التداول.

جدول- 8 وضع المعايير على المستوى الدولي في مجال الغذاء الزراعي

منظمة التجارة العالمية	الدستور الغذائي لمنظمة الأغذية والزراعة ومنظمة الصحة العالمية
اتفاقية بشأن الإجراءات الصحية وإجراءات صحة النبات.	شروط تسجيل مبيدات الآفات
اتفاقية بشأن حقوق الملكية الفكرية (TRIPS): شهادة المنشأ. البراءات.	التصديق على السلعة
	تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة (HACCP)، والممارسات المثلى
اتفاقية بشأن العوائق الفنية أمام التجارة (TBT) وضع البيانات على السلعة، وتصنيفاتها.	وضع بطاقات التعريف على السلعة
	المواد المضافة إلى الأغذية
	تقييم المخاطر
	المواد الغذائية الجديدة
	الحساسية المرتبطة بالغذاء

في الجدول الموضح أعلاه ذكرنا أهم آليتين مؤسستين دوليتين للمنظومات الغذائية الآلية. الأولى: وهي لجنة الدستور الغذائي (CAC) التي أنشئت عام 1963 في شكل خدمة مشتركة ما بين منظمة الأغذية والزراعة (FAO) ومنظمة الصحة العالمية (WHO). وتمارس نشاطها في صورة مناقشات فيما بين خبراء عن الحكومات. وتقوم بإصدار قرارات توجيهية. يتم من حيث المبدأ- إدماجها في وقت لاحق في القوانين الوطنية للدول الأعضاء (173 دولة في 2006)، وحتى

غرة شهر يوليو 2005، كانت اللجنة قد أصدرت أكثر من 202 معياراً تجارياً، وسبعة قرارات توجيهية بشأن البيانات المدونة على السلعة، وخمسة قرارات توجيهية بشأن مبادئ الصحة العامة، 14 قراراً بشأن الملوثات، 22 بشأن التحليلات، 5 بشأن المخاطر، 38 تشريعاً للممارسات، 2579 قراراً بشأن الحدود القصوى للأثار المتبقية (MRLs) بخصوص 213 مبيد للأفات و 377 حد أقصى للأثار المتبقية لعدد 44 نوعاً من الأدوية البيطرية. كما قامت اللجنة بتقييم 222 نوعاً من المواد المضافة للأغذية، مما أدى إلى إصدار 683 نصاً بخصوص تلك المواد المضافة، ويجب وضع تلك الأرقام في نصابها، بالنظر إلى غزارة المنتجات في المجموعات السلعية الدولية، أو في الأنواع الموجودة في تجارة التجزئة للأغذية (15000 ألف نوع من الأغذية في أي مجمع استهلاكي مثلاً). وعلاوة على ذلك، فإنه لما كان التوافق الدولي في الآراء يسود في مداولات اللجنة، فإن المعايير، والقرارات التوجيهية، وتشريعات الممارسات، تتوافق مع القاسم المشترك الأصغر، ذلك أن الجهاز الخاص لإصدار المعايير يكون أكثر تشدداً من الناحية المنهجية، من اللوائح الخاصة.

والمنظومة الثانية تتعلق بمنظمة التجارة العالمية باتفاقيتها المعنيتين مباشرة بسلامة الغذاء، وهما: الاتفاقية المعنية بإجراءات الصحة وصحة النبات (SPS)، والاتفاقية المعنية بالحواجز الفنية أمام التجارة (TBT)، واتفاقية واحدة معنية بحقوق الملكية الفكرية (TRIPs)، وهي كلها تحتاج إلى إيضاح، ولها أثرها على مشكلات تتبع الأصل (بيانات المنشأ)، ومشكلات التكنولوجيا الحيوية (البراءات). إن الاتحاد الأوروبي - الذي يعتبر أكبر مستورد وأكبر مصدر للسلع الغذائية في العالم - يجب أن يلعب دوراً حاسماً في المفاوضات العالمية المعنية بسلامة الغذاء. ولقد أكد الاتحاد عزمه على فرض المعايير العالية للجودة - والتي يطبقها على منتجاته - على السلع المستوردة. غير أن الاتحاد الأوروبي لا يزال هو المفاوض رقم 26، إلى جانب 25 دولة عضو، مما يضعف من القوة التفاوضية للاتحاد.

وتشير كثير من الدراسات التجريبية إلى الآثار السريعة لكساد التجارة الدولية، بسبب المواصفات القياسية لدستور الأغذية Codex Alimentarius والاتفاقية المعنية بإجراءات الصحة والصحة النباتية SPS، والاتفاقية المعنية بالحواجز الفنية أمام التجارة TBT - لمدة معينة من الزمن، وبات التمويل مطلوباً حتى يتسنى للمصدرين تعديل منتجاتهم بما يتفق مع المواصفات القياسية المطلوبة - وبعد ذلك - وبشروط إجراء تلك التعديلات - تنتعش التجارة بحكم أثر الترشيح على المستوى الصناعي والمستوى اللوجستي. وعلى سبيل المثال، كانت المعايير الأوروبية الموحدة الجديدة بالنسبة للحبوب والنقل والفواكه المجففة والمعلبة - وهي المعايير التي صدرت عام 2002 - قد أسفرت عن انخفاض حصيللة صادرات البلدان الإفريقية بحوالي 400 مليون دولار، أي بما يزيد على 50% مقارنة بالمعايير السابقة. وبـ 670 مليون دولار مقارنة بقواعد المجموعة الغذائية (Otsuki, Wilson and sewadeh, 2001, quoted by Wilson and Otsuki, 2003). ويفضل المصدرون المعايير المتعددة الأطراف، على الاتفاقات الثنائية التي تزيد من تكلفة التعديلات والمواصفات. وحينما تقوم الدول المستوردة بتطبيق الدستور الغذائي الغذائية على الأفلاتوكسين (aflatoxins) مثلاً، فيما يتعلق بالحبوب، أو المضادات الحيوية بالنسبة للماشية، فإن ذلك يحقق زيادة جوهرياً في حصيللة صادرات شركائهم التجاريين (Otsuki, Wilson, and Otsuki, 2003).

وتلخيصاً لما سبق، فإن المبادئ الأساسية للسياسات الغذائية الأخيرة للاتحاد الأوروبي، يجب أن تعمل على إعادة تنظيم المنظومة الغذائية عن طريق دعم الدور المنوط بالمستهلكين في

جميع المراحل التفصيلية للعملية الإنتاجية، وهذا من شأنه تحقيق نقلة من المراجعة الخطية لسلسلة انتاج الغذاء (من الدعم الزراعي إلى الصناعات الفرعية) إلى رؤية أكثر تركيزا. ولن يكون المستهلكون حينئذ الحلقة الأخيرة في السلسلة، وإنما الحلقة المركزية التي يجب أن يوليها جميع المشتغلين في المنظومة الغذائية، (قطاع التوريد الغذائي، والصناعات الغذائية الزراعية، وقطاع السوقيات (اللوجستي)، وقنوات التوزيع، والمؤسسات العامة، وحادات المنتجين) الاهتمام اللازم (2002-Feillet).

إن نهجا هذه طبيعته، من المنتظر أن يكون له أثره على استراتيجيات جميع العناصر الفاعلة المنخرطة في منظومة الغذاء الأوروبية.

استراتيجيات العناصر الفاعلة في المنظومة الغذائية:

أصبحت سلامة الغذاء مطلباً متعاظماً للمستهلكين، يترجم إلى شروط سياسية كأحد الحقوق التي تسعى المؤسسات الوطنية، والأوروبية (انظر الكتاب الأبيض أعلاه) والدولية إلى ضمانها، ومن ثم ظهرت الاستراتيجيات والبرامج الطموحة، في الغالب، ونذكر منها ثلاثة أمثلة هنا: الاستراتيجية العالمية لمنظمة الصحة العالمية (WHO) من أجل سلامة الغذاء، والبرنامج الوطني للحكومة الفرنسية للتغذية والصحة (PNNS)، والبرنامج التونسي للغذاء والتغذية (PNAN)، وأصبحت الشركات مطالبة الآن بمراعاة تطوير البيئة التجارية والتنظيمية لديها. الأمر الذي أصبح يتمخض الآن أيضا عن ظهور أوضاع استراتيجية جديدة، وفي البلدان النامية نجد أن الموقف من الجهاز المؤسسي للاستراتيجية السائدة، يتسم بالسلبية لأنها لا تقدم إلا حوافز ضئيلة- أو لا حوافز على الإطلاق- وذلك نظرا للمكاسب التي يمكن أن تتحقق عن طريق تفادي تلك الاستراتيجية. أما في البلدان عالية الدخل، فإنه من المرجح ظهور استراتيجيتين متعارضتين: إضفاء الصبغة الدوائية على الغذاء بمعرفة الشركات الكبيرة، وتطوير وجبات خاصة محلية، وتعميمها من خلال شبكة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ومتناهية الصغر.

الصعوبة التي تواجهها السلطات العامة في ترجمة الأفكار إلى أولويات للعمل:

في الدورة العالمية الثالثة والخمسين لمنظمة الصحة العالمية التي عقدت سنة 2000، قررت المنظمة وضع «استراتيجية عالمية لمراقبة الأمراض التي تنجم عن الأغذية، ومراقبة سلامة الغذاء»، على أساس أن سلامة الغذاء أولوية من أولويات الصحة العامة، وتم نشر هذا البرنامج في سنة 2002، وهو يقوم على ملاحظة أن الأمراض التي مصدرها الغذاء- ولا سيما السمنة- أخذت في الانتشار بسرعة، ولكن المعلومات المتاحة، من أجل التقييم الدقيق للمخاطر معلومات محدودة وغير موثوق فيها لحد كبير، والعمل متواصل منذ سنة 2002 لإقامة شبكة لتقديم تلك الخدمة (مراقبة الأمراض التي مصدرها الأغذية) كأولوية أولى، ولكن تلك الشبكة أبعد ما تكون عن التشغيل حتى الآن.

وعلى المستوى الإقليمي هنالك بالفعل مبادرة موجودة منذ مدة طويلة في مجال الأمراض ذات الأصل الحيواني، وهي مبادرة جديدة بالتنويه: في 1979 تم وضع برنامج لمكافحة الأمراض الحيوانية التي تنتقل إلى الإنسان (Zoonoses) في منطقة البحر المتوسط. ويدير هذا البرنامج مكتب أثينا التابع لمنظمة الصحة العالمية، وتخرط في ذلك البرنامج 18 دولة متوسطة وشرق أوسطية. ويعمل هذا البرنامج بالاشتراك مع منظمة الأغذية والزراعة، والمنظمة العالمية لصحة الحيوان. وتتلخص رسالة هذا البرنامج في الوقاية من الأمراض الحيوانية والأمراض التي منشؤها الغذاء، ومراقبتها ومكافحتها، وتركز أنشطة البرنامج بصفة رئيسية على التدريب. وعلى هذا، فإن هدف إنشاء مرصد دولي بشأن الأمراض التي منشؤها الغذاء، لا يزال أبعد ما يكون عن التحقيق.

وفيما يتعلق بهدف تحسين سلامة الغذاء، توصي منظمة الصحة العالمية بضرورة استشارة الخبراء، وإجراء الدراسات الإكلينيكية (ما بعد التحليلات) أولاً: بشأن المخاطر الكامنة في منظومة إنتاج الغذاء (المخاطر الميكروبيولوجية والكيميائية الناتجة عن التكنولوجيا الجديدة مثل التكنولوجيا الحيوية، والتعقيم الإشعاعي، والتعبئة عن طريق تفرغ الهواء)، والناتجة أيضاً عن نمو التجارة العالمية في السلع، وحركة انتقالات الأفراد. ثانياً، قيام منظمة الصحة العالمية بالدعوة إلى بذل الجهود لتحقيق الشفافية لدى المستهلكين، وتعزيز التعاون الدولي. وأخيراً، لابد من تدعيم القدرات من أجل الوقاية من الأمراض التي منشؤها الغذاء ومكافحتها، عن طريق الدعم الفني والأدوات الملائمة (تحليل الأخطار والسيطرة على النقاط الحرجة - HACCP)، وكذلك التدريب.

وعلى الرغم من أن برنامج منظمة الصحة العالمية يستحق التقدير، لأنه استرعى الانتباه على مستوى العالم إلى الخطورة المحتملة للأمراض التي منشؤها الغذاء، إلا أنه يقتصر على العموميات، التي لها أهميتها بلا شك، ولكنها تجعل من الصعب تحديد أية إجراءات عملية. وبلغ عمر البرنامج الآن أربع سنوات، ولكن نتائجه لازالت مخيبة للآمال. وربما كانت خطط العمل الإقليمية المستهدفة المزودة بالوسائل اللازمة - لمعالجة مشكلة حادة كمشكلة السممة مثلاً - هي السبيل المرجو لتطويع البرنامج العالمي وفقاً للأوضاع المتباينة ووضع موضع التنفيذ العملي. وفي ضوء التقييم الذي عرضناه أعلاه، يمكن أن يكون إقليم البحر المتوسط أحد المختبرات الهامة¹⁷.

إن منظمة الأغذية والزراعة - التي كانت تركز اهتمامها دائماً لقضية الأمن الغذائي لسنوات عديدة - أقامت نظاماً للإنذار المبكر والدراسة والتدخل، أقوى من نظيره لدى منظمة الصحة العالمية، وهو يتعامل أساساً مع مسألة نقص التغذية والقصور الغذائي. ونود أن نشير هنا إلى التقرير السنوي الرابع¹⁸ وقاعدة بيانات إدارة إحصاء الفاو (FAOStat) بشأن انعدام الأمن الغذائي، وهما أداتان رائعتان لرصد ومتابعة الأوضاع في البلدان النامية. وبالمثل فقد حدث تقدم كبير بشأن إبداء الرأي في سياسات الحكومات والتوصيات الرامية إلى مكافحة نقص التغذية (قارن فلوريس وآخرين، 2005) ومع ذلك، فإنه لم يتم التوصل حتى الآن إلى توافق في الآراء على

17. يمكن أن نذكر في هذا السياق «الخطة الوطنية لسلامة السلع الغذائية» التي أطلقت مؤخراً في الجزائر (2006) بمساعدة منظمة الصحة العالمية، ومنظمة الأغذية والزراعة.

18. SOFI. 18: حالة انعدام الأمن الغذائي في العالم (2005) (de Haen, 2005)

المستوى الحكومي الدولي، من أجل توفير التمويل اللازم بغية تحقيق الهدف المشترك لقمة الغذاء العالمي (WFS) وتنمية الألفية (MD) الرامي إلى تخفيض عدد الأشخاص الذين يعانون من الجوع في العالم إلى النصف خلال الفترة من 1995-2015. ومنذ قيام البرنامج الخاص للأمن الغذائي التابع لمنظمة الأغذية والزراعة (SPFS) في عام 1995، فإنه لم ينجح إلا في تدبير 770 مليون دولار أي بمعدل 77 مليون دولار في السنة، أو 9 سنت في السنة لكل شخص من الأشخاص المعنيين.

وقد أطلقت الحكومة الفرنسية برنامجها الوطني للتغذية والصحة (PNNS) في 2001، وكان ذلك بمثابة فكرة إبداعية في أوروبا، وخلال المرحلة الأولى للبرنامج (2001-2006)، تم وضع إطار مرجعي للتغذية - وهو أمر كان مفتقدا - وقد أطلقت حملات إعلامية جمعت بين هدف الصحة العامة والمفاهيم المتعلقة بالتذوق والمتعة والمرح تمثيا مع الثقافة الغذائية الفرنسية. ويجمع البرنامج - الذي كان أحد بنات أفكار عالم هو: البروفيسور «سيرجي هيرسبيرج» - بين نخبة من الخبراء، والسلطات الحكومية المعنية، والمنتجين في قطاع الأغذية - الزراعية، ومثلي المجتمع (الإحادات والروابط). وكانت نتائج البرنامج في مرحلته الأولى متواضعة: مجرد نشر الوعي عن الأمراض المتعلقة بالغذاء، وهذا امر مفهوم، ولكن كان هنالك قصور ذاتي ملحوظ في هذا المجال، وكانت أرقام الأمراض الناشئة عن الغذاء في ازدياد مستمر.

أما المرحلة الثانية من البرنامج (2006-2010) فقد استلهمت الدروس من المرحلة الأولى وأبرزت الحاجة إلى «إعادة صياغة سياسة تغذية فرنسية» (ولكن هل توجد مثل هذه السياسة؟) محددة ثلاثة أهداف: الهدف الأول، الوقاية عن طريق التربية الغذائية، الثاني، تتبع المرض، والاهتمام بالإضطرابات الغذائية (السمنة، نقص التغذية)، وأخيرا، خطة عمل تستهدف الفقراء. وتتوحد تلك الأهداف مع مؤشرات كمية خلال مدة تزيد على 5 سنوات (انخفاض 20% في حالات زيادة الوزن، وانخفاض 25% في عدد «صغار المستهلكين للفواكه والخضروات»، وانخفاض 5% في متوسط مستوى الكوليسترول، وزيادة 25% في عدد الأشخاص الذين يمارسون التمارين الرياضية)، وقد تم ترتيبها في 9 نقاط مرجعية، مع انتظام عملية المراقبة والمتابعة (الدراسات الوطنية للصحة الغذائية).

ولكى تتحقق تلك الأهداف، فإن التخطيط جار لاتخاذ إجراءات من أجل تحسين جودة العرض من خلال آليات للتفاوض والشراكة¹⁹ مع أرباب صناعة الأغذية - الزراعية، ومرصد مراقبة جودة السلع، مع إطلاق حملات إعلامية اعتباراً من عام 2007، وتقديم رسائل صحية بشأن السلع الغذائية (الإعلان في وسائل الإعلام وعن طريق جارة التجزئة الواسعة النطاق)، ويجرى التخطيط لإقامة نظام للاكتشاف المبكر للسمنة وعلاجها، وكذلك القيام بإجراءات خاصة من أجل الفئات المتضررة من السكان، ودعم العمل المحلي.

وهكذا يبدو أن المرحلة الثانية من البرنامج الوطني للتغذية والصحة (PNNS)، أفضل تصميمًا، وهي توفر الحلول للتقييم السديد للموقف، والأوضاع الخاصة بقضية الغذاء في فرنسا. أما نقطة الضعف في البرنامج فتكمن في التمويل الزهيد الذي منح للبرنامج: 47 مليون يورو في

19. كان قد تم التخطيط لوضع أدوات اقتصادية لفرض عقوبات على السلع الضارة بالصحة، مثل الضريبة على السكر والدهون، ثم جرى التخلي عنها. عكس ما لوحظ في دول أخرى (المملكة المتحدة والولايات المتحدة).

2007، أي بنسبة زيادة 30% عن عام 2006، ولابد من مقارنة هذا المبلغ بـ 5مليار يورو استثمرتها شركات الأغذية الزراعية في الترويج للسلع في فرنسا في 2005، والمبلغ الإجمالي الذي قامت شركة نستله باستثماره في الإعلانات في 100 دولة حول العالم، خلال السنوات العشر الماضية، ويبلغ تقريبا 5 مليار يورو: النسبة 1 إلى 100.

وفي دول جنوب وشرق المتوسط لا توجد مثل هذه الأدوات، أي أدوات مثل البرنامج الوطني للتغذية والصحة (PNNs) اللهم إلا في تونس. وفي فترة السبعينيات من القرن الماضي قامت دول المغرب ومصر بتقديم دعم كبير لكثير من المواد الغذائية، وكان الهدف السياسي من وراء ذلك هو الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي في الداخل. وفي أعقاب برامج المواءمة الهيكلية التي فرضها صندوق النقد الدولي في فترة السبعينيات من القرن الماضي، لجأت تلك الدول إلى اتخاذ إجراءات لتعويض إلغاء أو تخفيض الدعم: توزيع الغذاء مجانا، أو إعانات للدخل (شبكة الأمان الاجتماعي، في الجزائر)، ومع ذلك، فإنه تفاديا لتكرار «مظاهرات الجوع» (القاهرة 1977، وتونس 1984) احتفظت الحكومات في المنطقة بتنظيم للسيطرة على الأسعار في الداخل بالنسبة للسلع التي تمثل الغذاء الرئيسي للناس (الحبذ و/أو دقيق القمح، والسكر، والزيت، واللبن)، ولا يزال مستوى الدعم مرتفعا جدا في مصر. حسب دخل الأسرة (أكثر من 50% من فئات السكان الأشد فقرا)، ومن ثم فإن ذلك يمثل آلية من آليات الاقتصاد الكلي للإبقاء على الغذاء متاحا، وهذا لا يرتكز مباشرة على نظام الانتاج القومي (al & Heidues 2004) ويلاحظ أيضا أن الاهتمام بسلامة الغذاء كما هو معروف في هذا الفصل، مفتقد تماما في هذه السياسات.

إن تونس مثال هام ونادر على الإجراءات التي تاخذ في الاعتبار قضية الغذاء، دون الذهاب بعيدا إلى حد إدماج السياسة الزراعية في السياسة الغذائية، ولا تزال تلك الدولة تتحكم في أسعار عدد من المواد الغذائية التي تمثل الغذاء الرئيسي للناس، ولكنها شرعت أيضا في اتخاذ إجراءات في سنة 1995 في صورة «برنامج وطني للغذاء والتغذية» (PNAN)، والذي كان فكرة أصيلة في ذلك الوقت؛ وكان الهدف من البرنامج «تحقيق السلامة الغذائية للتونسيين على أساس مستدام» عن طريق إدراج المكون الغذائي في سياسات التنمية، ولقد أوضح هذا البرنامج -الذي تتمثل المرحلة الأولى منه في تقييم الأمراض التي منشؤها الغذاء- أوضح زيادة حادة في السمنة وارتفاع ضغط الدم، والسكر، وأمراض القلب في فترة التسعينيات من القرن الماضي، وكانت الإجراءات التي خططت لها الحكومة التونسية تشتمل على تشجيع الناس على استهلاك السلع المحلية²⁰ بدلا من السلع المستوردة، واستهداف الفئات المعرضة للمخاطر، وإنشاء وحدات تغذية على المستوى الجهوي، وإطلاق حملات التعليم والإعلام، ونظرا لنقص الوسائل، قصر «المعهد الوطني لتكنولوجيا التغذية والغذاء» (INNTA)- وهو المعهد المسئول عن تنفيذ البرنامج (PNAN)- أعماله على إجراء بحوث التغذية، وإدخال مناهج التغذية في المدارس، وإذاعة برامج لرفع مستوى الوعي، في الإذاعة (Dekhili-2004). وهكذا فإننا نجد هنا مرة أخرى فجوة بين النوايا الحمودة، والقدرات العملية على التنفيذ، التي لا تزال محدودة، ولذلك ظل أثرها ضعيفا على الصحة العامة، نتيجة لذلك.

ولو أردنا أن نجد حلا للمشكلات الخطيرة للغاية الماثلة أمامنا، فإنه لابد من أن تصبح السياسة

20. السلع المستوردة تراعى النظام الغذائي الأوروبي، الذي تم توضيح الاهتمام الزائد بالنواحي الباثولوجية فيه.

الغذائية أولوية حقيقية للحكومة، مع ما يترتب على ذلك من خيارات في الميزانية. ولا بد أن نذكر في هذا المقام أن دولا قليلة جدا في العالم قد تبنت تلك الأولوية. على الرغم من التحذيرات الكثيرة التي قدمتها كثير من المنظمات الدولية (مثل منظمة الأغذية والزراعة، ومنظمة الصحة العالمية)، والمجتمع العلمي. وإن ما منح لعشرات السنين للفلاحين- وهم الفئة المهنية الموجودة في بداية البداية للسلام الغذائي- لم يمنح بعد لبقية السكان: ففي فرنسا ينطوي البرنامج الوطني للتغذية والصحة على إنفاق أقل من 1 يورو لكل فرد من السكان بينما بلغ الدعم الزراعي 18300 يورو لكل عامل زراعي في عام 2005.

غش الجودة في البلدان النامية:

سوف نتناول حالة المغرب لتوضيح تلك المشكلة. لقد تم تناول مشكلة الجودة في ذلك البلد من خلال تحليل على ثلاث مراحل (المكي وآخرون، 2002).

- < تحديد مخالقات الجودة، التي قامت السلطات الرقابية بالإبلاغ عنها حسب نوع السلعة.
- < إجمالي عدد ما جرى تحويله من المخالفات إلى مكتب النائب العام.
- < الإجراءات القانونية التي اتخذت بخصوص تلك الملفات.

وفي 1991 تم الإبلاغ عن 16674 حالة في المغرب بخصوص غش الجودة. وفي عام 1999 كان الرقم 9382. وشملت حالات الإبلاغ منتجات المطاحن (الدقيق والمكرونه)، واللبن، والبن، والزيت (وخصوصا زيت الزيتون)، ولقد تأكدت هذه الظاهرة بحكم زيادة عدد الملفات المحالة الى مكتب النائب العام (60%) تختص بتلك السلع المختلفة) إلا أن تلك الأرقام أقل بكثير. في بعض الأحيان. من الأرقام الحقيقية: بسبب انخفاض عمليات الرقابة المنفذة منذ عام 1996، عندما تم إطلاق حملة إعادة التأهيل.

وتوجد ثلاثة عوامل يمكن أن تبين لنا الدوافع المحركة لغش الجودة في الصناعات الغذائية:

- < سياسات الأسعار الحكومية: الغش بخصوص الدعم الممنوح لبعض أنواع الدقيق، والغرض من ذلك الحصول على المزايا المتعلقة بفروق الأسعار بالنسبة للمبالغ التعويضية التي تدفع لمنتجات أنواع الدقيق- وكان هذا هو الحال حتى 1998، عندما كانت بعض أنواع الدقيق لا تزال حُظي بالدعم، وخصوصا الدقيق المستخرج من القمح المحلي الشائع. ولا يزال الحال كذلك مع حصة تبلغ 12 مليون قنطار من الدقيق المحلي المدعوم، الأمر الذي أسفر عن حالات كثيرة من التلاعب والغش على الرغم من الإجراءات الرادعة التي تتخذها الدولة.
- < المكاسب الاقتصادية من الغش، والتي ترجع في المقام الأول الى الآثار غير الرادعة

للعقوبات القانونية²¹. وإلى القصور الشديد في نظام مراقبة الجودة (وسائل غير كافية ونقص في عدد الموظفين). وإلى انخفاض القوة الشرائية. وأخيرا انتشار الأمية. وعدم وجود الهيئات التي تسعى الى تعليم المستهلكين والدفاع عنهم. إن تدهور الجودة في هذه الحالة. مناورة متعمدة من جانب العناصر الفاعلة المنخرطة في تجهيز وصناعة الأغذية-الزراعية. وهي عالم قائم بذاته على التفضيلات. حيث تبحث العناصر الفاعلة عن سبل تحقيق مآربها (وهي الربحية. والمكاسب غير المشروعة).

< بيئة القصور الهيكلي الذي تعمل فيه العناصر الفاعلة ما يشجع تلك العناصر على السعي الى غش الجودة. وبعض تلك العناصر التي تدرك جيدا أوجه القصور (التنظيمات المؤسسية) التي تقيد إمكانياتها في العمل غير المشروع. متأهبة لتجاوز تلك القيود. بل وتغييرها لمصلحتهم. لأن تلك العناصر ذات أقدام راسخة ونفوذ كبير (Hamimaz-1995).

إن الغالبية الساحقة من ملفات مخالفة الجودة التي أحيلت الى النيابة العامة في الدار البيضاء خلال الفترة ما بين 1990-1995. كانت تتعلق بصناعة المطاحن. والألبان. والبن. وكان متوسط عدد القضايا لكل شركة أكثر من قضية واحدة في السنة. مما يوضح أن العقوبات القانونية غير رادعة. وعلى هذا. فإن العناصر الفاعلة الأساسية لديها حرية مطلقة في أن تمارس لعبة عدم الجودة. ويوضح تحليل الصلة بين عدم الجودة من ناحية. والتنظيم المؤسسي من ناحية أخرى. أن عدم الجودة استراتيجية متبعة لدى كافة العناصر الفاعلة (في حالة المطاحن وشركات تصنيع وتجهيز الألبان). وفي بيئة تسمح باللجوء المنظم والمعناد الى الغش. نجد أنه حتى الشركات ذات الهياكل التنظيمية المتقدمة نسبيا (من ناحية الإدارة وعمليات الجودة) مضطرة لولوج مجال استراتيجية عدم الجودة التي هي في حقيقة الأمر نتاج المعوقات المنتشرة في القطاع: التوريدات. وأثر دعم المستهلك. والآثار السيئة لاستراتيجيات الغش والتدليس. والمنافسة من القطاع غير الرسمي. الخ.

وقد كان لتحرير السوق (الإلغاء التدريجي لدعم المستهلك. اللهم إلا في حالة بعض السلع التي حددت لها حصص معينة. والإدارة الحرة لسياسة التوريدات (قانون 12-94). وتوفير المواد الخام) آثار مختلطة على عدم الجودة. حيث قلت حالات الغش في قطاع المكرونة والكسكسي (استخدام دقيق القمح العادي. والألوان الزائفة) بسبب منافسة المكرونة المستوردة (قيمة جيدة مقابل النقود). وتوفر الدقيق الفاخر من قمح الديوروم. وكان على صناعة تعليب الفواكه والخضروات والمنتجات البحرية أن تتعامل مع مشكلات الصحة العامة. وبذلت جهودا جبارة بسبب اشتراطات الجودة في أسواق التصدير.

وفيما يتعلق بالمطاحن كان هناك انخفاض ملحوظ في بعض أنواع الغش. ولكن استمرت بعض المخالفات الأخرى (مثل الرطوبة. والاستخلاص فوق المستويات المصرح بها) بل تتزايد وتنتشر حالات غش اللبن بالماء في صناعة تجهيز الألبان. وفيما يتعلق بالبن فإن الطلب عليه يتسم بمرونة عالية من ناحية السعر. ما يشجع على إضافة مواد نشوية الى البن فضلا عن خليط

21. عندما تفرض العقوبات فإن أثرها محدود للغاية بالمقارنة بحجم المكاسب المحتملة غير الشرعية. أو بحجم المكاسب المحققة.

من مسحوق البن والحمص. ولكن البن عديم المرونة من ناحية الجودة. وما يشجع على غش البن العقوبات غير الرادعة.

ومن المتصور فى سوق منفتح تماما أن يتم إزالة بعض معوقات الجودة (كما هو الحال فى صناعة منتجات الألبان بصفة خاصة). ولكن عدم الجودة استراتيجية عالية الربحية فى سوق غالبية السكان فيه من ذوى القوة الشرائية الضعيفة. ثم إن الهياكل المؤسسية لتقديم الدعم. وتوفير التعليم. والقيام بأعمال الرقابة. وإقرار العدالة. عديمة الفاعلية. وعلاوة على ذلك. فإن الحد الأدنى من الشروط اللازمة لـ "الثقافة الاستهلاكية" -وهى ثقافة ضرورية إذا أريد للسكان أن يدركوا الأخطار الماثلة فى سياق الجودة- أمر لا يزال بعيد المنال. لأن 84% من السكان الذكور (فى الريف والحضر معا) إما أميون. أو حاصلون على التعليم الابتدائى فقط. بل إن النسبة تبلغ 86% فى المدن الكبرى. وأما نسبة النساء فهى 94%. 81% فى المدن الكبرى (أرقام 1999/1998).

ولنلق نظرة الآن على قطاع المكرونة والكسكسى. كمثال لقطاع تعرض لمنافسة خارجية منذ نهاية عقد التسعينيات من القرن الماضى. فنلاحظ -إذا ما قارنا بين ثلاثة أنواع من المعلومات الإنتاج. الواردات. وإحالة قضايا المخالفات الى مكتب النائب العام (كمؤشر على درجة غش الجودة)- أن هنالك انخفاضا ملحوظا فى عدد القضايا المحالة الى مكتب النائب العام. الأمر الذى يعنى أن عدد السلع. دون مستوى المعايير المطلوبة. المبلغ عنها. قد تناقص. وخلال السنوات العشر الماضية. لاحظنا ثلاثة أنواع من المشروعات:

- < المشروعات التى خرجت من العمل تماما لعجزها عن التكيف مع الأوضاع الجديدة.
- < المشروعات التى فى سبيلها الى الخروج.
- < المشروعات (الشركات الجديدة) القابلة للبقاء لأنها تدار بمعرفة جيل من المنظمين على دراية أفضل بالأساليب الفنية للتصنيع والإدارة والاتصال.

فى بحر عشر سنوات. خرج 12 مصنعا من العمل. ثمانية منها فى السنوات الأربع الأخيرة ووجه معظم مديري تلك الشركات الى أعمال الوكالات العقارية. او الخدمات الصغيرة لتقديم الطعام والمشروبات (إدارة المقاهى او محلات الوجبات الخفيفة. وهى تتميز بربحية عالية مع انخفاض المخاطر). وهذه الحقيقة تعطي مؤشرا لمسارات عمل المنظمين وأصحاب المشروعات. أما المنظمون الذين يتسمون بالحيوية والديناميكية فهم فقط المهينون لقبول المخاطر. وهم الذين يستطيعون مواجهة المنافسة التى تنطوى عليها عملية تحرير الأسواق. وفى التحليل النهائى. نتساءل عما إذا كان يمكن استقرار هذا السيناريو فى القطاعات الأخرى التى لا زالت تتمتع بحماية نسبية (مثل المطاحن. وشركات منتجات الألبان. الخ). والقطاعات التى تنمو فى أسواق احتكارية. يكون فيها الطلب- كما ذكرنا تورا- شديد المرونة من ناحية الأسعار. وعديم المرونة من ناحية الجودة. ويمكن أن نعثر على إجابة أولية إذا لاحظنا اندفاع المستهلكين المغاربة على اللبن المستورد أثناء شهر رمضان.

وليس بالضرورة أن تجلب المنافسة من الخارج معها الجودة دائما. وليس ثمة سبب يحول بين المنافسين من الخارج (مثل تركيا وأسبانيا أو حتى شركات الأغذية الزراعية المتعددة الجنسيات) وبين زيادة المعروض فى السوق المحلى. مع مراعاة عدم كفاية الهياكل الرقابية المؤسسية. وضعف

القوة الشرائية للسكان. ولن تستطيع إلا المؤسسات التي حظى بالثقة وتمتع بالكفاءة. فى فرض الإجراءات الوقائية على المنافسين. وحماية رجال الصناعة الوطنية الديناميكية. فى النهاية، من المنافسة غير العادلة التى يمكن أن تأتى من "أعلى" (الواردات أو الشركات المتعددة الجنسيات)، أو من "أسفل" (الشركات الوطنية الصغيرة فى القطاع غير الرسمى، التى تعتبر عدم الجودة استراتيجيتها) (Hamimaz-1995).

سلامة الغذاء تفترض مسبقاً ضماناً بخصوص الصحة واقتفاء تتبع الجودة.

فيما يختص بالعناصر العاملة (الفلاحين، رجال الصناعة، أصحاب الحوانيت، المسؤولين فى المؤسسات) يمكن ضمان سلامة الغذاء عند مستوى معين من جودة السلعة، وإقتفاء تلك الجودة، لأن الجودة تعبير عن الالتزام بالمعايير والقواعد التى تم وضعها على أسس علمية. وفى حالة وقوع أي حادث، فإن اقتفاء الأثر يحدد لنا بطريقة ميسرة منشأ عيوب الجودة، ومن ثم اتخاذ الإجراءات الفعالة بخصوص تلك العيوب، ونتيجة لذلك تصبح سلامة السلعة واقتفاء الأثر عاملين هامين فى استراتيجيات العناصر الفاعلة المنخرطة فى المنظومة الغذائية.

إن جودة السلعة مفهوم معقد، له وجوه عديدة تتراوح ما بين الخواص الطبيعية- الكيميائية، والمكونات الثقافية. ويضع عالم الدراسات الإنسانية Cazes- Valette قائمة بسبعة من تلك الجوانب فى حالة السلع الغذائية (التي يجب أن يضاف إليها جانب ثامن) يتوافق كل منها مع مطالب المستهلك وتوقعاته:

- < الجوانب التغذوي (توازن)
- < المذاق (حاسة)
- < الصحة العامة (صحة)
- < الجانب الوظيفي (خدمة)
- < الجانب الرمزي (ثقافي)
- < الجانب الاجتماعي (انتماء)
- < الجانب الإنساني (أخلاقيات)
- < الجانب الاقتصادي (سعر)

إن البعد الصحى هو واحد فقط من توقعات المستهلكين، وتختلف مرتبته من دولة الى أخرى بسبب التنوع الشديد فى نماذج الاستهلاك، وأفكار المستهلك ليس فقط على المستوى الوطنى وإنما على المستوى المحلى أيضاً. ولقد أظهر استطلاع للرأى أجراه فى فرنسا (Credoc) فى فبراير 2001، أن معيار "غياب المخاطر الصحية" يحتل المرتبة الثالثة بعد معياري "المذاق" و "القيمة الغذائية" عند تقدير جودة المواد الغذائية. وهذا النوع من الآراء يتأثر بطبيعة الحال، بعامل الزمن (درجة القرب الزمنى لحادثة الجودة)، والوضع الاقتصادي، والمناخ الاجتماعي، الخ.

ونظرا لزيادة تعقيد الأدوات، وطرق الرقابة على جودة السلع الغذائية، وضغوط الرأي العام والتقدم التكنولوجي في صناعات الأغذية الزراعية، واللوائح الصحية التي تميل الى أن تصبح أكثر تعقيدا وأكثر تشددا مع المنتجين²² الذين أصبح يتعين عليهم الاستثمار في الاهتمام بالموصفات بكل تفاصيلها، والاستثمار في إقامة مصانع جديدة، والاستثمار في معدات مراقبة الجودة (Mormont M., van Huylenbrock G) (2001).

ووفقا للتعريف المقترح من المفوضية الأوروبية، يعنى التتبع "القدرة على اقتفاء وتتبع الغذاء، أو الأعلاف، أو المواد خلال جميع مراحل الإنتاج، والتجهيز، والتوزيع" (CNA, 2001). كما أن هناك تعريفا للاقتفاء في معايير الأيز و ISO-8402 و 9000، وهي عملية تأهيلية تستخدم جميع المعلومات عن هوية السلعة، والهدف هو التأكد من:

- < منشأ السلعة.
 - < محتوى السلعة.
 - < معلومات أساسية عن مكونات السلعة، ثم معلومات أساسية عن السلعة تامة الصنع حتى مرحلة التسويق النهائية.
- ومنذ 1 يناير 2005، طالبت اللائحة الإطارية للاتحاد الأوروبي رقم 2002/178 الأطراف العاملة المنخرطة في المنظومة الغذائية، ضمان اقتفاء جميع المواد الغذائية، ومواد الأعلاف، ومكوناتها، على امتداد سلسلة الغذاء، وهي تطبق على جميع السلع (بغض النظر عن المنشأ)، كما تطبق على الدول الخمس والعشرين الأعضاء في الاتحاد، الأمر الذي يعنى أنه يتعين على الشركات:
- < الاحتفاظ بسجلات عن تدفقات السلعة لمدة 5 سنوات.
 - < القدرة على إعادة تخزين المعلومات عن طريق إقامة جهاز منظم.
 - < ضمان الاقتفاء المباشر السريع للمراحل السابقة واللاحقة، وقيام السلطات بإعادة بناء الاقتفاء الكامل.

وهذه سلسلة من المطالب والشروط البالغة الطموح، مما يسبب للشركات مشكلات ضخمة فنية ومالية الى حد أنه مع نهاية عام 2004، كان هناك أقل من 40% من شركات الأغذية-الزراعية في فرنسا ترى أنها التزمت بالقرار التوجيهي 2002/178 (Tracenet-2005)، وعلى أية حال، فإنه يتعين على جميع الشركات الامتثال للقرار التوجيهي في الأجل الطويل، سواء كانت تلك الشركات مقرها في أوروبا أو تمارس الأعمال التجارية مع شركات أوروبية، وهذا نوع فني من أنواع حواجز دخول السلع.

وعلى هذا فإن الاقتفاء يخص جميع العناصر العاملة في أي قطاع أو قطاع فرعي، من الإنتاج (بما في ذلك مدخلات الدعم والتعبئة) الى الاستهلاك، ومن ثم فإن وضع اقتفاء سلعة من السلع، عملية دقيقة بسبب كثرة العوامل المختلفة-من ناحية- وهي العوامل التي لا بد أن

22. انتقال المنتجين من الاهتمام بالوسائل، الى الاهتمام بالنتائج: راجع القرار التوجيهي للاتحاد 93/43 بشأن الشروط الصحية للمواد الغذائية.

تؤخذ في الحسبان. ثم التشتت الجغرافي لتلك العوامل. من ناحية أخرى. ويمكن القول بأن نظم الاقتفاء مطبقة الآن في قطاع اللحوم البقرية. وفي القطاع الحيواني بصفة عامة. لأن كل حيوان فرد (من المجترات أو الخنازير. أو الفصيلة الخيلية Equids) أو كل قطع من الحيوانات (الدواجن) يمكن تحديدها والتعرف عليها. أما المنتجات النباتية فإنها أصعب من أن يتم اقتفائها بسبب الطبيعة المركبة لمعظم الدُفعات. ويختلف الوضع حسب أي مرحلة من مراحل سلسلة الغذاء. مع الاقتفاء الجيد بدءاً من صناعة الأغذية الزراعية إلى تجارة التجزئة الواسعة النطاق. بسبب اللوائح المسبقة المعمول بها. وأساليب الإدارة المطبقة بالفعل في تلك القطاعات التي تسيطر عليها المشروعات الكبيرة. ثم إن المسار من الزراعة (التي تعاني من تشرذم شديد في بنيتها) إلى الصناعة. لا يمكن السيطرة عليه تماماً. من الناحية الأخرى. وأخيراً. فإنه يبدو أن اقتفاء المدخلات الزراعية أمر بالغ الصعوبة ويتطلب وسائل فنية- وخاصة استخدام أجهزة الكمبيوتر (أجهزة إلكترونية محملة ومركبة في معدات آلية)- والتي تفتقر إليها معظم المزارع. ومع ذلك. فقد اتخذت خطوات وقطعت أشواط في هذا الشأن. ومن المرجح تطور الأساليب الفنية الدقيقة للزراعة. والتي سوف تسهل عملية الاقتفاء الميداني.

وتستلزم عملية الاقتفاء أدوات جديدة²³ وإجراءات²⁴ جديدة في إدارة المشروعات المعنية بما في ذلك عملية التصميم ومعالجة البيانات. كما تفترض مسبقاً قيام مختلف الشركاء العاملين داخل نفس القطاع. بالأخذ بمعايير مشتركة. إنها مسألة تتعلق بالقدرة على رصد منشأ أي خطأ أو خروج على القياس (اقتفاء الأصول). ثم إدارة خطة من أجل سحب السلع المعيبة. حسب مقتضى الحال. وعلى هذا فإن سوقاً جديداً يظهر إلى الوجود الآن. حيث زاد حجمه من 0.6 مليار يورو 1997 إلى ما يناهز 2 مليار يورو في 2005 (Tracenet-2005). ويتألف هذا السوق أساساً من المنتجات والخدمات المعلوماتية Informatics. ومن التجنرات التي تجرى التحليلات البيولوجية والطبيعية- الكيميائية.

ولهذا يعتبر بناء الجودة واقتفاء السلعة مدخلات لها قيمتها (وغالباً ما تكون إجبارية لأنها مطلوبة بموجب اللوائح الحكومية) التي تولد الإبداع والنشاط. ولكن يتعين دفع ثمن لها. ومن ثم يثور سؤالان أمام الشركات:

< من الذي يقدم الخدمة (هل من المفترض أن يكون عنصراً داخلياً أم خارجياً)؟

< كيف يمكن احتساب القيمة المولدة حتى يتسنى تمويل الخدمة؟

ولا توجد إلا معلومات شحيحة بشأن الدراسات ذات الصلة²⁵. ولا يعرف إلا النزر اليسير حتى الآن بشأن التكاليف الإضافية التي تعزى إلى سلامة الغذاء. ومع ذلك. فإنه يتعين أن نلاحظ أن الشركات المتخصصة تقيم الآن مشروعاتها التجارية لتقديم تلك الخدمات الجديدة. لأن تنفيذها سوف ينطوي حتماً على تقييم يجريه خبراء من الخارج. لأن المنتجين وأو الموزعين يمكنهم إصدار شهادات الجودة واقتفاء الخاصة بهم. ولهذا بات مطلوباً الاستعانة بطرف

23. مثل التعرف على تردد الموجات اللاسلكية (RFID). أو «الشريحة الذكية» التي تستطيع تخزين كمية كبيرة من البيانات وإصدار إشارات إلى أجهزة الاستشعار. ومن ثم اختزال المراحل في حيز صغير وسهولة إدارة المخزون. وهذه التكنولوجيا لتقييم السلع سوف تُل في النهاية محل الباركود Gencod Bar code.

24. يفرض القرار التوجيهي 2002/178 طريقة تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة.

25. انظر جبرود والحلواني. 2006. من أجل مراجعة ما كتب عن الاقتفاء.

ثالث من القطاع الخاص أو العام لتزويد العميل بالمعلومات الموثوق بها. ضمانا لكسب ثقته. أما الوضع الاقتصادي المطلوب لجهة التوثيق، فسوف يتوقف على هيكل السوق. كما اقترحت ذلك إحدى الدراسات التى أجريت فى أمريكا الشمالية (Crespit et Marete-2001):

< عند افتراض وجود عدد كبير من البائعين فى ظروف المنافسة وحيثما تكون المعلومات المتاحة للمستهلك غير وافية: فإن الشهادات الخاصة «التي تصدرها هيئات مختلفة حيث تدفع رسوم موحدة عن كل سلعة تحصل على شهادة. تعتبر وافية وكافية لضمان توفير المعلومات للمستهلكين».

< وإذا كان هناك تشوه احتكارى فى فرع ما من فروع الصناعة. فإن وكالة حكومية لإصدار الشهادات. هى الوحيدة التى تضمن المنافسة والمعلومات.

ولن تعود الشهادات "الخارجية" كافية لضمان تفاضل السلع فى السوق. متى أصبحت السلع منتشرة. وسوف يتعين تكريس الفكر حينئذ لوضع استراتيجية تعمل على تهيئة الشروط والأحوال لخلق قيمة للشركة. وتشعر جميع المشروعات التى تقوم بالبيع فى أسواق البلدان ذات الدخل العالية. بالقلق نتيجة لعولة السوق. وتمثل تلك البلدان حالياً 3/4 الاستهلاك التجاري للغذاء العالمى. ونتيجة لذلك. فإن الالتزام بالتواؤم مع تلك الأوضاع يسبب للشركات فى البلدان النامية مشكلات "حديث" ضخمة.

الآثار الاستراتيجية لسلامة الغذاء:

فى حالة العناصر الفاعلة العامة: رأينا أن سلامة الغذاء أصبحت تمثل قضية ذات أولوية قصوى. وأصبحت القيادات السياسية تشعر بحساسية بالغة إزاء الأزمات. فأقامت نظاماً شاملاً للرصد والتقييم. وصاغت فكرة ذكية ومقبولة شعبياً. ألا وهى مبدأ التحوط. وعملت على الاستجابة السريعة والحاسمة. وسعت إلى إدارة عملية الاتصال والإعلام. وعلى الرغم من ان تلك الإجراءات كانت ضرورية بكل تأكيد. بعد الأزمات الغذائية فى عقد التسعينيات من القرن الماضى. إلا أن ثمة احتمالاً للابتعاد عن الجادة. طالما أن مبدأ التحوط. ونظرية الخلاف الفنى الاجتماعى. يميلان إلى إيلاء الأسبقية للمخاطر المتصورة وليس للمخاطر الحقيقية. ومن ثم إيلاء اهتمام زائد على الأرجح. للموضوعات الشديدة الوضوح. وتكريس موارد محدودة لتلك الأمور.

وفيما يتعلق بالشركات. يوجد ثلاثة مستويات من نموذج الاستراتيجية المتعلق بالأمن الغذائى.

< النموذج الصناعى الأساسى. الذى يتألف من سلسلة من المؤشرات القابلة للقياس بغرض مسايرة المعايير العامة والمهنية (على سبيل المثال: أيزو 9001. أيزو 14001. ومنذ 2005. أيزو 22000). والأخذ بنظام الشهادات التوثيق. والأخذ بإجراء أصبح موصى به الآن رسمياً فى معظم الدول. ألا وهو: تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة HACCP والذى من خلاله يمكن للصناعات أن ترصد وتراقب بنفسها عمليات الانتاج. بغرض منع وقوع مشكلات فى الجودة.

- < نموذج المستوى الثاني. مستوى التسويق. يرمي إلى ابتداء صورة للسلامة عن طريق العلامات التجارية، والاتصال بالقنوات العديدة التي تؤدي إلى المستهلك (قيادات الرأي، واضعي المواصفات، قنوات التوزيع، وسائل الاعلام).
- < نموذج المستوى الثالث: وهو نموذج عالمي بالضرورة، يجد مبرراته في هدف الجودة "الشاملة" للسلعة من ناحية القيمة الغذائية، وجودة المذاق، ومناسبتها للاعتبارات الثقافية.

النموذج الصناعي: وهو نموذج أخذ في الانتشار بسرعة، حثه "ديكتاتورية" المعايير التي أصبحت الآن من الأسس الراسخة للمنظومة الغذائية (Cordon et al 2006). إن الرقابة عن طريق معايير المنظومة الغذائية هي نتيجة لشكل هرمي مقلوب، مع ارتفاع مستوى التركيز في الصناعات الفرعية (جارة التجزئة الواسعة الانتشار، وصناعة الأغذية- الزراعية) وتميل بعض الشركات الفرعية المهنية الى خلق معايير إضافية إلى جانب القواعد العامة، وهذه المعايير تبعد تلك الشركات عن الحوادث الصحية، بينما تسهل دورها كشرركات توزيع، فضلاً عن دورها الأخلاقي أو الاجتماعي، كما تسعى تلك الشركات الى حماية سمعتها (التي تحافظ على حصتها في السوق) عن طريق إبعاد مسئولية عدم تطابق السلعة، والقائنها على عاتق الموردين بعيداً عن تلك الشركات وخلق صورة ايجابية لها لدى العملاء (أنظر نموذج التسويق ادناه)، ومن الصعب قياس حدود تلك المواصفات القياسية الخاصة حيث انه لم تنشر إحصاءات عن ذلك، وعلى أية حال، فإنه يمكن تناول تلك الظاهرة عن طريق دراسة شهادات الايزو²⁶ وهنالك معياران عالميان للأيزو بخصوص منظومة الاغذية الزراعية. معيار الايزو 9001: 2000 بخصوص ادارة الجودة، ومعيار الايزو 14001 بخصوص ترتيبات احترام البيئة- بالاضافة الى معيار خاص، وضع في عام 2005 وهو معيار الايزو 22000 بشأن سلامة السلع الغذائية. وتؤدي تلك المعايير الى منح شهادات للمشروعات.

جدول- 9 شهادة الايزو 9001 (2000) في الدول المتوسطة.

55	3497	64	الرقم الإجمالي الفرعي لدول شرق الادرياتيک.
80	13751	172	الرقم الإجمالي الفرعي لدول جنوب وشرق المتوسط.
31	160666	5230	الرقم الإجمالي الفرعي لدول الاعضاء في الاتحاد الاوربي.
33	177914	5466	الإجمالي بالنسبة للدول المتوسطة

المصدر: أيزو . مسح الايزو 2004 . جنيف 2005.

ومع نهاية 2004، حصل ما يقرب من 178000 شركة على شهادة الايزو 9001 في 23 دولة متوسطة، مع أخذ جميع القطاعات في الحسبان²⁷ والرقم منخفض بالمقارنة بالعدد الإجمالي للشركات (عدة ملايين) الموجودة في تلك البلاد، إلا أنه لا بد من ملاحظة الزيادة المضطربة مؤخراً

26. Iso : هي منظمة المعايير الدولية (International Standard Organization) . والايزو عبارة عن شبكة من المؤسسات الوطنية لتوحيد القياس في 157 دولة، وتتمثل رسالتها في إبرام اتفاقيات فنية دولية ترمي الى تسهيل التجارة الدولية عن طريق وضع المعايير.
27. نقل المنظومة الغذائية 20% في المتوسط من اجمالي عدد الشركات.

(العمود الأخير من جدول (9) حيث بلغ العامل المضاعف 33 مرة (بالمقارنة بـ15 مرة بالنسبة لجميع الدول المعنية حول العالم- 158 في عام 2004). وزيادة حادة ملحوظة في دول التحول الاقتصادي في المنطقة (العامل المضاعف 80) وفي طبيعة بلدان جنوب وشرق المتوسط. تأتي إسرائيل (× 221). ثم اليونان (× 83). ثم تركيا (×70) حيث حصل عدد كبير من الشركات على الشهادات (أكثر من 1000 شركة). ولكن يجب مقارنة ذلك بـ 84000 شركة في إيطاليا. 40000 شركة في أسبانيا. حصلت على شهادة الأيزو 9001.

جدول- 10 شهادة الأيزو 14001 في الدول المتوسطة

التغير (×)	ديسمبر 2004	ديسمبر 1999	عدد الشركات المعتمدة جميع قطاعات النشاط
17	470	27	المجموع الفرعي لدول شرق الأدريناتيك
7	1021	142	الإجمالي الفرعي لدول جنوب وشرق المتوسط
11	14850	1329	المجموع الفرعي لدول الاعضاء في الاتحاد الأوربي
11	16341	1498	اجمالي الدول المتوسطة

المصدر: أيزو 2005 مع الأيزو 2004 - جنيف .

وبنهاية عام 2004 وافقت 127 دولة على المعيار²⁸ البيئي الجديد. منها 22 دولة متوسطة وكان التطور بطيئاً؛ حيث تضاعفت الشركات التي حصلت على شهادات الأيزو 11 مرة في عام 2004 عما كان عليه الحال في عام 1999 في منطقة البحر المتوسط. مقابل مضاعفتها 6 مرات على مستوى العالم و كانت أكثر الدول نشاطاً وإيجابية في هذا المجال هي نفس الدول المعنية بشهادات الجودة (أيزو 9000) وهي إيطاليا، وأسبانيا، وإسرائيل. فضلاً عن سلوفينيا- وكرواتيا. والمغرب.

إن الانفتاح على التجارة العالمية، وديناميكية الاقتصاد الوطني، من الحوافز القوية من أجل المعايير القياسية للأيزو. ولكن من ناحية أخرى، نجد أن المعايير تخلق تشوهات للمنافسة لأن الشركات غير الحاصلة على شهادات تلاقى صعوبات في المرجعية لدى عملائها الكبار (كما في حالة تجارة التجزئة الواسعة الانتشار في قطاع الأغذية الزراعية).

28. معيار الأيزو 9000، سرعان ما تلاة معيار الأيزو 9001، الذي أعيد تعريفه من جديد سنة 2000.

إطار 3- المعايير المتعلقة بسلامة الغذاء: تحديات الحوكمة.

لقد كانت سلامة الغذاء مبعث قلق لرجال الصناعة لفترة من الزمن. وفي عقد الستينيات من القرن الماضي، ابتدعت شركة في أمريكا الشمالية هي شركة Pillsbury وهي إحدى الشركات الكبرى في مجال تجهيز الحبوب- طريقة « تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة» HACCP بالتعاون مع وكالة الفضاء الأمريكية NASA بفرض ضمان جودة الغذاء المعد لرواد الفضاء. ولقد تم اعتماد هذه الطريقة في دستور الأغذية لمنظمة الأغذية والزراعة/ منظمة الصحة العالمية. كأداة لإقرار سلامة الغذاء. ثم أوصت بها لاحقاً المفوضية الأوروبية (قرار توجيهي رقم 93/ 43) اتحاد أوروبي. بشأن اشتراطات الصحة العامة للمواد الغذائية. والتي حلت محلها بعد ذلك القواعد التنظيمية (برنامج الصحة العامة) في أبريل سنة 2004. وهو البرنامج الذي دعم طريقة «تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة» وقد تم اعتماد البرنامج في عدد كبير من الدول. وبالنظر إلى هذا العدد الكبير جداً من التوصيات أو الاشتراطات يمكن القول بأن طريقة تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة. قد أصبحت الآن (معياريًا) يؤخذ في الحسبان من جانب الغالبية الساحقة لشركات الأغذية - الزراعية، في الدول ذات الدخول المرتفعة. وكذلك شركات النمو السريع في القطاع الرسمي في البلدان النامية. وهذه الطريقة المتشددة للغاية تتيح لنا وسيلة للتعرف على المخاطر التي تهدد صحة المستهلك. وتضع قواعد إجرائية للسيطرة عليها. ومع ذلك، فهي ليست معياراً في حقيقة الأمر. وإنما قاعدة إجرائية. ونتيجة لذلك لا يمكن منحها شهادة (Boutan, 2006).

وبالنظر إلى أهمية علامات الجودة وإحاطة المستهلكين علماً بها و/أو ظهور مبدأ التحوط. فقد ظهرت معايير خاصة ترتكز أساساً على طريقة تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة من أجل انشاء نظام مرجعي قابل للتحقيق.

< معيار EurepGAP وهو نتاج تجارة التجزئة الواسعة الانتشار. وقد وضع هذا المعيار في عام 1997. وهو معيار يتعلق بالممارسات الزراعية الجيدة (GAP) بخصوص بعض المنتجات النباتية (مثل الفاكهة والخضروات، والزهور) والمزارع السمكية. وقد أصبح معيار EurepGAP معياراً مستقراً في 70 دولة.

< معيار BRC (تجمع شركات التجزئة البريطانية) الذي يضم الموزعين البريطانيين جميعاً. وهذا المعيار يطبق منذ 1998 وهو يختص بالموردين الصناعيين لتجارة التجزئة الواسعة النطاق (وخصوصاً أولئك الذين يعملون في ماركات خاصة). وعلى هذا فإن المعيار يتعلق بالممارسات الصناعية الجيدة (GMP).

< المعيار الدولي للأغذية IFS والذي بدأ من عام 2002. وهو مبادرة من جانب الموزعين الألمان. انضمت إليها الشركات الفرنسية المرتبطة باتحاد الشركات العاملة في قطاع التجزئة والتوزيع FCD: أوشان، كارفور، كازينو، الخ. ويشبه المعيار الدولي للأغذية IFS معيار تجمع شركات التجزئة البريطانية BRC.

المبادرة العالمية لسلامة الغذاء (GFSI) وهى من بنات أفكار "اللجنة الدولية لسلسلة متاجر التجزئة فى السلع الغذائية" (CIES)، وكانت قد تأسست فى بلجيكا 1953 والتي أصبحت منذ ذلك الحين بمثابة "منتدى للشركات العاملة فى مجال الغذاء" حيث انضمت إلى العضوية فيها 175 شركة أغذية- زراعية تعمل فى جارة التجزئة الواسعة الانتشار. أي الشركات الكبرى فى العالم التي تعمل فى الصناعات الفرعية للمنظومة الغذائية. والمبادرة العالمية لسلامة الغذاء GFSI، التي انطلقت فى عام 2001، هى أيضا أحد المعايير الذى يطمح الى "العالمية"، حيث إن شعاره: "متى تم التعرف على الشئ واختباره أصبح مقبولا فى كل مكان". ويعترف هذا المعيار بالمعيارين السابقين: معيار جمع شركات التجزئة البريطانية BRC، والمعيار الدولى للأغذية IFS.

هذه الوفرة من الآليات التنظيمية للقطاع الخاص، شجعت الأيزو- وهى منظمة حكومية دولية- على وضع معيار الأيزو 22000، وهذا المعيار الخاص بالقطاع الغذائى يجب أن "يشمل" جميع المعايير الأخرى. لأنه ينص على التطبيق الكامل للقواعد الإجرائية لطريقة "تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة" (HACCP- 12 مرحلة) كما أنه يطبق على سلسلة الغذاء برمتها (قطاع التوريد الزراعي، الزراعة، الصناعات الغذائية، التوزيع، والجهات التي تقدم الخدمات المتعلقة بالغذاء). وسوف يشتمل معيار الأيزو 22000 الذى اعتمده هيئات الأيزو فى يولية-2005 على 4 مكونات:

- < أيزو 22005، ويتعلق باقتفاء المواد الغذائية.
- < أيزو/22004 TS، وهو نظام لإدارة سلامة المواد الغذائية.
- < أيزو/ 22003 TS، ويتعلق بهيئات منح الشهادات.
- < أيزو 22002، وهو نظام لإدارة الجودة فى قطاع إنتاج النبات.

ومن المفترض أن معيار الأيزو 22000- وهو معيار أكثر إلزاما من المعايير السابقة، ووضع مع المبادرة العالمية لسلامة الغذاء GFSI- سوف يصبح المرجع العالمى. ومن ثم فسوف يؤكد الدور الرئيسى الذى تلعبه المعايير فى مراقبة المنظومة الغذائية، وسوف يدعم قوة الشركات الكبرى للصناعات الفرعية.

ونموذج التسويق المقترح أعلاه (الذى يمكن وصفه بأنه ذو طابع «اختصاصى». فى مقابل النموذج الكلاسيكى ذو الطابع «التجارى») هو محاولة لاستعادة ثقة المستهلك- من باب الضرورة- التى اهتزت بسبب الأزمات الغذائية حيث بدأ المستهلكون يشكون فى قدرة النظام الصناعى التقنى على تقديم الغذاء، بدون أخطار (المفهوم النفسى الاجتماعى للطمأنينة). وسوف يصبح منهج التسويق لاستعادة الثقة نافذ المفعول بعدة طرق رمزية: سمعة الصنف (ويتطلب ذلك استثمارات ضخمة فى الإعلام)، علامات الجودة الرسمية او الخاصة (ضمان خارجي)، توافق السلعة مع المعايير الاجتماعية (اتجاه التنمية المستدامة)، الألفة مع السلعة (القرب، منطقة محلية، الاقتفاء).

ومن الواضح أنه لا بد من دمج مجموعة من المتغيرات الرئيسية في استراتيجية الشركات. فيما يتعلق بقضية سلامة الغذاء. إلا أنه لا بد أن نضع في الاعتبار. أن الاستراتيجية تتجاوز السياق المحدود لسلامة الغذاء. وهي - كما قد رأينا - ترتاب أساسا في نموذج انتاج الشركات ونموذج التسويق. ولكي نتبع استراتيجية من الاستراتيجيات لا بد أن نأخذ في الحسبان عالم المنافسة (الآخرين). والتحليل المشترك للأدوات (بيانات السلعة. موقع النشاط. شكل التنظيم. أسلوب الحوكمة). والمشروع الاجتماعي (الجماعة الإنسانية).

وفي سوق الأغذية المعاصر الذي يضم ثلاث فئات (أنظر حالة فرنسا في جدول 11) يمكن التعرف على نموذجين للاستراتيجية. من خلال منهج استشرافي. له نمطه في قطاع الأغذية- الزراعية: النموذج المعولم للاستهلاك الكبير. ونموذج القرب.

جدول - 11 تقسيم سوق الغذاء الفرنسي 2004

الفئة	حجم المبيعات بالمليار يورو	حصة السوق %	معدل النمو السنوي في المتوسط %
سلع الاستهلاك الكبير «الصناعية- الزراعية»	97	75	75
السلع الجديدة «المصممة لأغراض وظيفية»	6	5	5
السلع المحلية	26	20	20
الإجمالي	129	100	100

المصدر: تقديرات أجريهاها.

يوضح تحليل استراتيجيات الشركات المهيمنة المتعددة الجنسيات. في قطاع الأغذية الزراعية- (وهي أساسا الشركات الأوروبية الكبرى مثل: نستله. ودانون. ويونيليفير) التي كانت تركز دائما على السلع القياسية ذات الاستهلاك الكبير. وذات المواءمة العالية مع السوق المستهدف منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي- يوضح أن تلك الشركات أخذت تتجه مؤخرا نحو إدماج الفئتين الثانية والثالثة (السلع الجديدة والسلع المحلية على التوالي). وأصبحت تلك الشركات الكبرى تركز الآن في استراتيجيتها السلعية على مطالب الصحة/ اللياقة. ونتيجة لذلك. أخذت تقوم الآن بتطوير سلع لها خاصية وقائية (مثل إدخال منشطات وظائف الأعضاء في السلعة Probiotic وأوميغا3. الخ); ونحن نطلق على هذه العملية اسم "إضفاء الخواص الدوائية على الغذاء".

وقد يتساءل المرء عن الملاءمة الاجتماعية لهذا النهج. لأن جودة النظام الغذائي يمكن أن تكون أيضا نتيجة للغذاء "الطبيعي" المتوازن والمتنوع. الذي ينطوي على خيارات أخرى من حيث نموذج

الإنتاج (سلاسل قصيرة للإنتاج/ التوزيع، وأشكال السلعة المصنعة)²⁹

إن الشركات الضخمة للأغذية- الزراعية- التى تتمتع بخبرة كبيرة فى التسويق- دائماً ما تبحث عن أسانيد لاجتذاب المستهلكين. ومنذ الأزمات الغذائية فى منتصف التسعينيات من القرن الماضى، اعتنقت تلك الشركات فكرة "السلعة المحلية" بعد ضغوط ممارستها تجارة التجزئة الواسعة النطاق، التى سرعان ما طورت أصناف الموزع مستعينة بتلك الفكرة (مثل الصنف الذى طرحته مجموعة كارفور تحت اسم "خيرات فرنسا")، استخدمت إدارات التسويق مؤخرًا أيضاً، ما يسمى بالسلع الأخلاقية أو التجارة العادلة.

والنموذج البديل الناشئ هو نتيجة استراتيجية القرب 1999 Rastion et vissac- وهو يتألف من سلاسل إنتاج قصيرة (يتم فيها تصنيع المواد الخام المحلية فى الموقع)، ومن مزايا هذا النموذج ضمان الجودة المثلى للسلعة، حيث إن الحصول على المادة الخام أسرع، واستهلاك الطاقة أقل، بسبب نقل المواد عبر مسافات قصيرة. والميزة الثانية هى أن الشركات التى تشكل تلك السلاسل القصيرة، هى شركات تتراوح ما بين المتوسطة والصغيرة، وتقيم شبكة فيما بينها، وهى تشارك بعضها بعضاً فى الموارد، وفى مهارات الإنتاج، بغرض السيطرة على التكاليف، والحصول على التكنولوجيا الحديثة، ويعنى إقامة شبكات فيما بينها، أنه يمكنها تدعيم قدرتها التسويقية عن طريق تنظيم الشئون الإدارية "اللوجستية" فيما بينها، وإنتاج كميات من السلع الإضافية، والميزة الثالثة، أن استراتيجية القرب، تستخدم نموذجاً فى الإنتاج يختلف عما هو موجود فى منظومة التصنيع الزراعي، وهو نموذج أكثر اقتصاداً من حيث المدخلات الكيماوية، ومن ثم فهو أقل تلويثاً، ولقد أخذ الفلاحون الذين يعودون للزراعة العضوية، يتزايدون أكثر فأكثر، وخصوصاً فى البلدان النامية على سبيل المثال، لأن الزراعة الكثيفة ليست منتشرة فيها بعد، ففى تركيا، مثلاً، زاد عدد المنتجين العضويين من 1947 فى 1996 إلى 13082 فى 2003 وزادت المساحة المحصولية للزراعات العضوية من 6789 هكتار إلى 203190 هكتار (دمير باش، وطوسون، 2006).

وعلى الرغم من عدم استخدام نموذج القرب على نطاق واسع بعد فى المنظومة الغذائية، فإنه من المفترض تزايد طلب المستهلك على المعلومات فى المستقبل، وإدراك المستهلك للمفارقة بين الرسائل التى تصدرها الشركات الكبرى (إنعاش الأصل الرمزي لها، أي صورتها) وخصائص السلعة كما يتوقعونها، ومن المرجح أيضاً ظهور جهود وأنشطة للتأثير، من جانب المشروعات والمتوسطة/ والمشروعات المتناهية الصغر- فى محاولة منها للحفاظ على مكاسبها الإقليمية- ووضع "معايير موحدة" للإجراءات من جانب السلطات العامة، وفى ظل تلك الظروف، قد يعود قطاع السلع المحلية إلى الشركات ذات المطالب الشرعية فى هذا المجال، الأمر الذى يعزز الاتجاه صوب نموذج بديل، وثمة أساس مواتٍ لمثل هذا الاتجاه فى الدول الأوروبية اللاتينية، بالنظر إلى تراثها الغذائى الغنى، والعدد الكبير من الأسماء الأصلية.

إن التحدى الرئيسى لسلامة الغذاء، الذى ينشأ عن نموذج القرب، هو قدرة الشركات المعنية

29. إحدى المفارقات الغربية- بل وفى الحقيقة أحد مظاهر اللامعقول- فى منظومة الأغذية الزراعية- الصناعية ان مستوى الإنفاق على الصحة فى دولة مثل فرنسا يقرب كثيراً من الإنفاق على الغذاء (فى 2004، كان الإنفاق على الصحة يمثل 13% من ميزانيات الأسر، وكان معدل النمو عالياً، مقارنة بـ17% نسبة الإنفاق على الغذاء، والتى تتناقض من حيث القيمة النسبية)، ومن ناحية أخرى، فإن العلاقة بين الصحة والغذاء حقيقة راسخة من قديم، بمعنى آخر فإن النظام الغذائى والتنوع والمتوازن، ينطوى على أثر وقائى، ومن شأنه تخفيض الإنفاق على الصحة ألبا.

على الامتثال للمعايير العلمية والفنية، وتنفيذ الإجراءات الصارمة للرقابة على الجودة؛ إنه حد ينطوي على استثمارات ضخمة، ومهارات إدارية رفيعة المستوى.

الخلاصة

سلامة الغذاء فكرة حديثة تشتمل على أمرين: فكرة الأمن الغذائي- وهي فكرة راسخة ومستقرة- وتركز على الاعتبارات الكمية وعلى البلدان النامية. وشروط القيمة الغذائية لمواد الغذاء، مع تقديم ضمانات تتعلق بالصحة، وخصوصاً بعد حادثتين سببتا انقلاباً في السوق: أزمة جنون البقر في أوروبا في 1996، وظاهرة السمنة المتفشية على مستوى العالم، والتي لم يزد الوعي بشأنها إلا مؤخراً. ولقد بدأت صدمة العولة - في حقيقة الأمر- تحدث أثرها في هذا المجال. كما هو الحال في مجالات أخرى.

وتؤدي المفارقة الغربية التي تجمع بين الحرمان من الغذاء والتخمة الغذائية، إلى "اضطراب تغذوي" أصبح يؤثر الآن على ما يربو على 2مليار نسمة في جميع أنحاء العالم، أي ثلث سكان العالم، وهاتان الكارثتان موزعتان بطريقة متساوية، ولكن بشكل غير متجانس إلى حد كبير فيما يتعلق بالإقليم والطبقة الاجتماعية.

إن ظاهرة نقص التغذية ظاهرة محدودة في إقليم جنوب وشرق المتوسط (4% تقريباً من سكان الإقليم، مقارنة بـ 17% في البلدان النامية ككل)، ولكن ظاهرة شيوع الأمراض التي منشؤها الغذاء، عالية (حيث أنها مسئولة عن 54% من إجمالي الوفيات في المنطقة اليورو متوسطة، مقارنة بـ 40% على مستوى العالم).

والمشكلات المتعلقة بسلامة الغذاء، هي نتيجة لطبيعة الحساسية والخصوصية الشديدة - للغذاء الذي يعتبر منتجا حيويًا وتراثيًا معاً. ويعتبر البعد الجديد الذي اكتسبه الغذاء- كنتيجة للأزمات الغذائية- هو البعد المتعلق بالغذاء كسلعة جماعية لا بد من ضمان سلامتها وإمكانية الحصول عليها؛ ذلك أن الانتقال من نموذج الزراعة الأسرية التي تقوم على الاكتفاء الذاتي، إلى نموذج الانتاج الكبير الصناعي-الزراعي، في غضون قرون قليلة، قد قضى على حالات العجز في الغذاء، ولكنه أثار مخاوف التسمم الجماعي، التي أطلق عليها ما يسمى بحالات الذعر من الغذاء.

وكانت نتيجة نموذج السوق المعاصر القائم الآن ظهور شقين:

- < قواعد تنظيمية مختلطة ترجع إلى القطاع العام والخاص، وأشكال "مهجنة" من التنسيق- مثل وكالات سلامة الغذاء- تستهدف جمع الخبراء، والمواطنين، وصانعي السياسات، جميعاً على صعيد واحد.
- < إقامة نظم التوحيد القياسي (ذات الأوضاع الخاصة أساساً)، كما تبذل جهوداً في بعض الحالات لبناء الجودة بشكل جماعي داخل سلسلة الانتاج والتوزيع، لتوفير ضمانات شروط تتبع (اقتفاء) السعة.

لقد كان للأزمات الغذائية تأثير ملحوظ على العناصر الفاعلة في مجال الغذاء. من ناحية الاستراتيجية. وثار الشكوك حول نموذج تنظيم الإنتاج. وسياسة التسويق للشركات. وتغيرت صورة السلعة تدريجيا. وازدادت تكلفة تصميم السلعة. وتكلفة التسويق. وأصبحت المنظومة الغذائية الآن في مفترق الطرق. بين استراتيجية "اضفاء الطابع الدوائى" على الغذاء. وعولمة النظام الغذائى diet التى تتبعها الشركات الكبيرة المتعددة الجنسيات. وطريق بديل يركز على استراتيجية القرب. وتطوير سلة من السلع المحلية داخل إطار من سلاسل الإنتاج القصيرة. وتتعايش تلك الاستراتيجيات مع بعضها البعض فى الوقت الراهن. وسوف تستمر فى ذلك لسنوات عديدة قادمة. داخل إطار من النموذج "المهجن" لإنتاج. وتجهيز. وتوزيع. واستهلاك الغذاء.

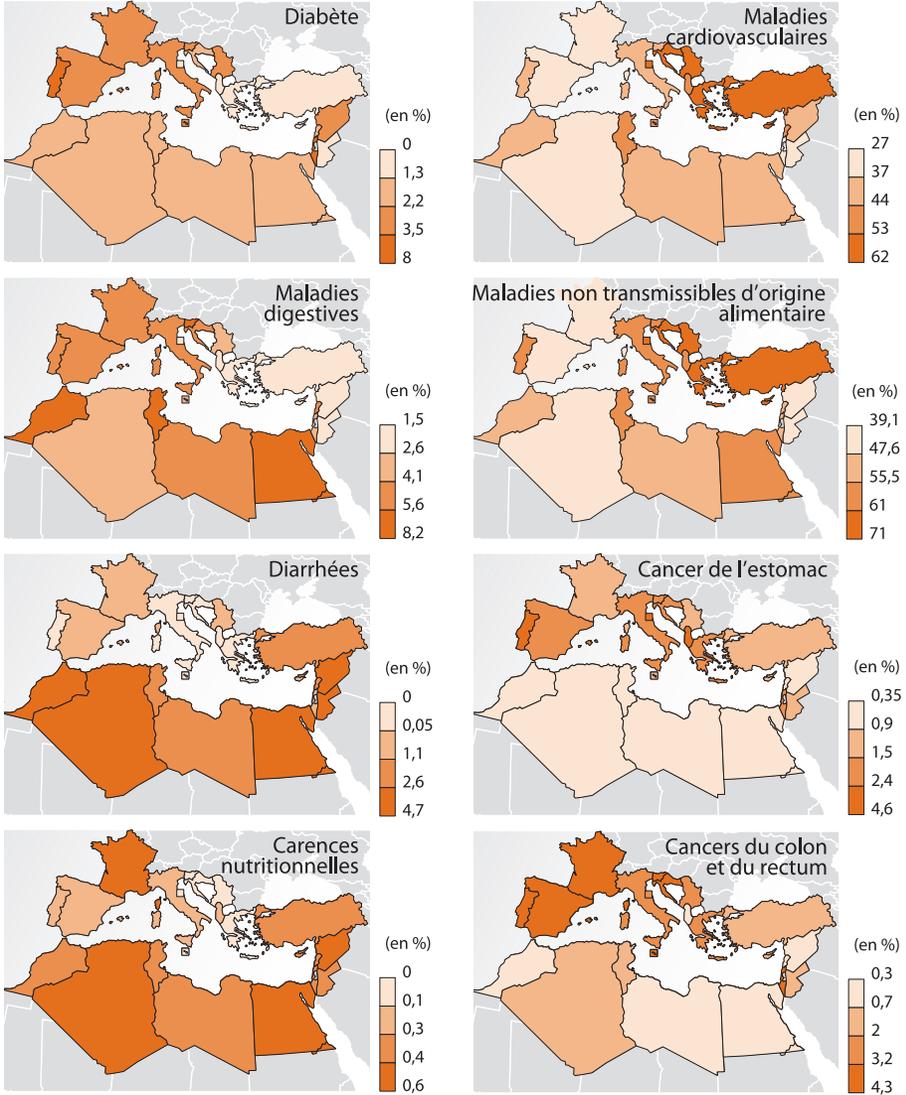
ولقد أدت الأزمات الغذائية فى عقد التسعينيات من القرن الماضى إلى إصلاحات إدارية ضرورية (إنشاء وكالات سلامة الغذاء). ومع ذلك. فإن التحدي الجديد للأمراض التى منشؤها الغذاء هو البطء فى إحلال سلامة الغذاء محل الهواجس والوساوس. حيث أن القضايا الاقتصادية والاجتماعية محط الاهتمام الآن. أهم بكثير فى سياق الأمراض الغذائية المتفشية. أو الأمراض غير المعدية مثل السمنة.

وقام الاتحاد الأوروبى الآن بتحديد السياسة الغذائية الجديدة لديه. التى تشهد مرحلة جديدة هامة طال انتظارها- ألا وهى الانتقال من منظور العرض للاقتصاد الزراعى. إلى منظور يكرس الاهتمام بالمستهلك. وما لا جدال فيه. أن مبادرات عديدة- مثل الخطة الوطنية للتغذية والصحة (PNNS) التى طرحتها الحكومة الفرنسية. والبرنامج الوطنى للغذاء والتغذية. الذى طرحته السلطات التونسية أيضا- تشهد تقدما فى فهم مسألة الأمراض التى منشؤها الغذاء. ولكن التمويل الذى تقرر لذلك. لا يزال أقل بكثير من المستوى المطلوب. حتى يكون له أثره على الاتجاهات السائدة الحالية.

وعلى المستوى الدولى. فإن "استراتيجية منظمة الصحة العالمية لسلامة الغذاء" لم تحرز تقدما فيما بعد مرحلة النوايا الطيبة. وعلى الرغم من النشاط الكبير لمنظمة الأغذية والزراعة فى مجال انعدام الأمن الغذائى. إلا أنه لا يزال يتعين عليها بذل جهود جبارة فى سياق السياسات العامة الوطنية والدولية. حتى يتسنى كفاءة التوازن الغذائى الفردى والجماعى لـ9 مليار نسمة هم سكان الكوكب الذى نعيش عليه. بحلول 2050. ومن وجهة النظر هذه. فإن "الإدارة الرشيدة للغذاء"- أى تقاسم القوة داخل المنظومة الغذائية. ووسائل السيطرة على تلك القوة- تعتبر قضية أساسية. لأن هنالك أربعة شروط لا بد من الوفاء بها. إذا كنا نريد تصميم وتطبيق سياسات غذائية عادلة وقابلة للتنفيذ: أولاها. ضرورة تنظيم جميع العناصر الفاعلة المنخرطة فى العملية (من فيهم مثلى المستهلكين). ولا بد أن توضع تحت تصرفهم معلومات متجانسة وموثوق بها. ثانيا: ضرورة وجود أشكال من المناقشات تجمع بين تلك العناصر الفاعلة على أساس متوازن فيه متسع للجميع. ثالثا: ضرورة أن تؤدي المناقشات إلى وضع قواعد مؤسسية عملية وسهلة. أي قواعد تستطيع العناصر العاملة من جميع الأحجام أن تستوعبها وتهضمها. وأخيرا. ضرورة وجود آلية مستقلة للرقابة وتوقيع العقوبات.

الملحق

خريطة - 1 تقدير الوفيات الإجمالية، حسب الأسباب، 2002



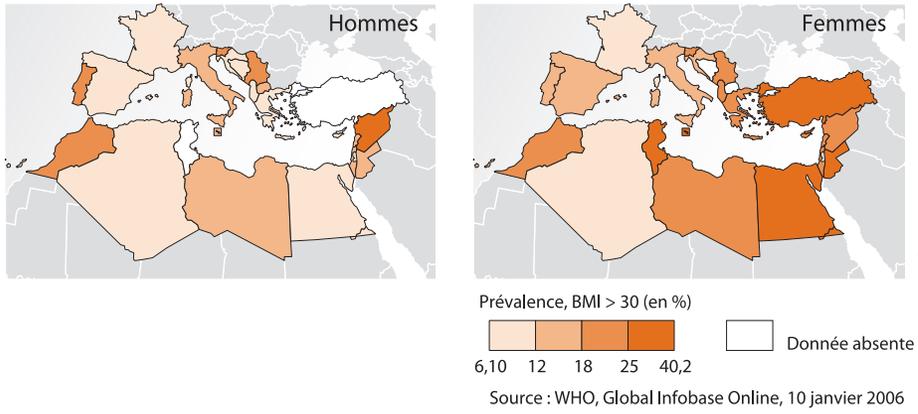
Atelier de cartographie de Sciences Po, mars 2007

Base 100 : totaux nationaux de décès,

□ Donnée absente

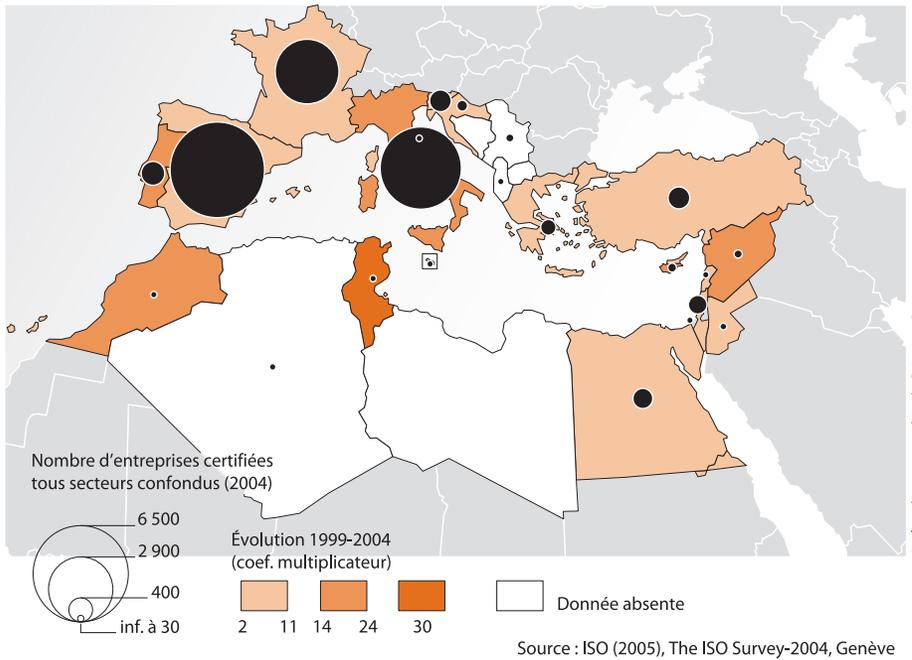
Source : WHO, Department of Measurement and Health Information, Genève, décembre

خريطة - 2 انتشار السمنة للفئات العمرية 15 سنة فأكثر 2002



Atelier de cartographie de Sciences Po, 2007

خريطة - 3 شهادات الأيزو 14001 . 2004



Atelier de cartographie de Sciences Po, mars 2007

جدول - 12 نسبة السكان الذين يعانون من نقص التغذية الى إجمالي السكان (%)

2004-2002 أولي	2003-2001 تقديري	-1995 1997	-1993 1995	-1990 1992	-1979 1981	-1969 1971	مجموعات الدول بحسب حالة عدم الأمن الغذائي
14	14						العالم
17	17	18		20	28	37	العالم النامي
16	16	17		20	32	41	اسيا والمحيط الهادى
12	12	12		16	29	45	شرق اسيا
							اوقيانوسيا
12	12	14		18	26	39	جنوب شرق آسيا
21	22	23		26	37	37	جنوب آسيا
10	10	11		13	13	20	امريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبى
5	5	5		5	5	12	امريكا الشمالية
19	20	20		17	20	30	امريكا الوسطى
21	21	29		27	19	25	منطقة البحر الكاريبى
9	9	10		14	14	20	امريكا الجنوبيه
9	9	10		8	9	24	الشرق الأدنى وشمال أفريقيا
12	12	13		10	9	21	الشرق الادنى
4	4	4		4	8	27	شمال أفريقيا
33	32	36		35	37	36	جنوب صحراء أفريقيا
57	56	53		36	36	30	أفريقيا الوسطى
40	39	46		45	35	44	شرق أفريقيا
39	39	45		48	34	34	جنوب أفريقيا
15	15	17	6	21	39	31	غرب أفريقيا
< 2.5	3		5				العالم المتقدم
6	6		> 2.5				البلدان بمرحلة التحول
< 2.5	< 2.5						دول البلطيق
3	3						أوروبا الشرقية

المصدر: منظمة الصحة العالمية، قسم القياس والمعلومات الصحية، جنيف، ديسمبر 2004

الفصل 2

إدراك مفهوم الجودة وسلوك المستهلك

لوى ميجيل ألبيزو

جودة السلع الغذائية

تتزايد التجارة الدولية وتوسع نتيجة للاتفاقيات المتعددة الأطراف والاتفاقيات الثنائية. ومن الأمثلة الجيدة على ذلك، الاتجاه الحالي في التبادل التجاري بين الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي. ويجرى التبادل التجاري أيضا فيما بين الدول المتجاورة. في جميع انحاء العالم، وهي إما دول متقدمة اقتصاديا، أو دول نامية. كما إن انخفاض الحواجز الجمركية يزيد أيضا من تدفق التجارة. وتتاح فرص أوسع أمام المستهلكين لشراء سلع غذائية مختلفة. ولقد اختفت معظم الحواجز الجغرافية الداخلية والحواجز الإدارية. في جميع الدول؛ ونتيجة لذلك تغيرت الأوضاع الغذائية حيث أصبح الغذاء متاحا بدرجة كبيرة بسبب وجود أعداد كبيرة من السلع. مع ارتفاع مستوى الجودة في الأسواق نظرا للمنافسة الشديدة.

وفي معظم أسواق الدول المتقدمة نجد وفرة من السلع الغذائية. القادمة من مناطق جغرافية متباينة عديدة، بل وبعيدة في بعض الحالات. ومن الصعب علينا في هذه الأيام، أن نتنبأ بالمناطق التي يحتمل أن يظهر فيها منافسون. في غضون السنوات القليلة القادمة، ذلك أن تحسن إمكانيات النقل، إلى جانب السياسات الليبرالية، إنما يساعد على خلق إمكانيات جديدة أمام السلع الغذائية الطازجة أو المجهزة، للوصول إلى أسواق لم تكن تخطر على بال، مع بقائها لفترات أطول مما كان عليه الحال حتى الآن. وتتزايد الآن اختيارات المستهلكين، وأصبحت المنافسة طاحنة بين أعداد متزايدة من الموردين. ويقتضى التنافس بين الأسواق، بيع منتجات تتمتع بالجودة. على الرغم من اختلاف تفسيرات مفهوم الجودة. وأصبح من ضرورات العمل الأساسية لموردي الأغذية، التأكد من مطالب الجودة لكل سوق.

ونتيجة لما سبق، فإن تحسين الجودة، أصبح هدفا عاما. وأصبحت هنالك إشارة مرجعية دائمة لفكرة الجودة، بيد أنه من الصعب للغاية أن نفهم ما تعنيه تلك الفكرة على وجه الدقة وتحاول العناصر اليقظة لردود فعل السوق، تعديل جودة أي سلعة غذائية تبعا لرغبات المستهلكين، إلا أن هنالك منتجين كثيرين، لا يزالون يؤمنون بجودة منتجاتهم، ويخفقون في إدراك اتجاهات السوق، واتجاه حركات البيع فيها.

وإذا ما نظرنا إلى القضية برمتها، فإنه من الصعب علينا أن نحدد إلى أي مدى يتعين أن ترتبط التغييرات في الجودة بالسلعة ذاتها، أو بالبيئة الاقتصادية والاجتماعية التي توجد فيها. لأن ذلك يتطلب أن نعرف على وجه التحديد، ما الذي تعنيه السلعة بالنسبة للمستهلك، وأن نعرف أكثر عن البيئة التي تستهلك فيها السلعة، ذلك أن مناخ الاقتصاد الكلى، والبيئة الاجتماعية، يمثلان أهمية كبرى حينما يتعلق الأمر بالجودة. وإن كان مناخ الاقتصاد الجزئي، و/أو الأوضاع الأكثر تحديدا يمكن أيضا أن تحدد تقديرات جودة الغذاء، ومن ذلك مثلا، أن نفس النوع من اللحوم يمكن تقييمه بطريقة معينة إذا قدم في مطعم فاخر، وبطريقة أخرى إذا قدم في

مكان متواضع: فهل المستهلك يقيم فقط جودة اللحم أم أن تقييمه يشمل المكان برمته؟. والمتعة التي نحصل عليها من النبيذ مثلا يمكن أن تعزى- ضمن أمور أخرى- إلى المناسبة التي احتسبنا فيها النبيذ؛ فالاحتفالات الاجتماعية والمهرجانات تضيف كثيرا على الصورة الذهنية المنطبعة عندنا عن الأغذية. كما تعتبر تلك الاحتفالات والمهرجانات فرصة لشراء أنواع خاصة من الخمور: فهل يجب تسويق تلك الخمور بنفس الطريقة التي تسوق بها خمور أخرى؟

إن السلعة الغذائية عبارة عن مجموعة من عناصر متعددة. يتم تقييمها في نهاية المطاف. في السوق. بمعرفة المستهلكين. ولكنها تجتاز أيضا مراحل مختلفة من التجهيز الفني. وتفي بشروط التوزيع على امتداد سلسلة التوريد. وتبدأ العملية بالمواد الخام الزراعية. التي يتم تجهيزها بعد ذلك. وأخيرا تصل إلى السوق في عرض طبيعي معين يشتمل على التعبئة. وبالإضافة إلى ذلك. فإن للمستهلكين احتياجات عديدة. تنطوي على عدد من الخدمات. ويتحدد رأيهم في السلعة التي يأكلونها بناء على عوامل عديدة. ويتم تقييم الجودة الشاملة للسلعة الغذائية على أساس تلك العناصر جميعا. وهي تتألف من مقاييس موضوعية ومقاييس ذاتية.

إن الثمن هو المؤشر الأساسي- سواء في السوق أو في ذهنية المستهلكين- الذي يمكن الأخذ به كمؤشر أساسي من أجل تقييم الجودة. فلو قام أحد المستهلكين بشراء سلعة بثمن مرتفع. فإن ذلك يعني أن جودة تلك السلعة تساوي الثمن. بغض النظر عن العوامل الأخرى. ويقتضى التقييم السليم تكرار تجربة المستهلك مع السلعة. وليس مجرد رأى يتكون بعد تجربة شراء واحدة. والسلع الغذائية يتم استهلاكها بطريقة أكثر بكثير من السلع الرئيسية الأخرى. ومع ذلك. فإن تواتر قيام المستهلك بشراء سلعة غذائية. لا يتعلق بالضرورة بجودة السلعة. ولكنه يتعلق أكثر بنوع السلعة أو بدخل المستهلك. ولكي يقوم المستهلكون بالشراء بشكل متكرر. فإنهم لابد أن يقتنعوا بأن السلعة تساوي ما يدفع فيها من نقود. وإلا فإنهم سوف يتحولون إلى سلع غذائية أخرى تحقق لهم إشباعا أفضل.

وسعر السوق هو نتيجة سلسلة من القيم المضافة في غمار عملية إنتاج المنتج الغذائي النهائي. وما يهم رجال الصناعة هو أن يعرفوا العوامل التي على أساسها يحكم المستهلكون على جودة السلعة حيث أن الاستثمارات المطلوبة في غمار الإنتاج. يجب أن تستجيب لتقييم المستهلك. على أن هذا النهج ربما يتعارض. مع الاتجاه العام لرجال الصناعة الذين يميلون إلى اعتبار منتجاتهم ذات جودة عالية. ولكنهم قد لا يحصلون على الأسعار النهائية في السوق. التي كانوا يتوقعونها. ومن ثم فإن استثماراتهم قد لا تعبأ كثيرا بتقييمات المستهلكين. ومن المهم بالنسبة للمنتجين أن يدركوا أن موقف المستهلكين إزاء السلع الغذائية غالبا ما يختلف اختلافا كبيرا عن موقفهم.

إن رغبة المستهلك في أن يدفع مقابل السلع الغذائية. تعتبر مقياسا هاما لتقييم الجودة. ولكنها قد لا تتناسب مباشرة مع تكاليف إنتاج المواد الغذائية. ووجد أن الهامش التجاري. في حالة السلع الغذائية العادية. بين سعر التكلفة والسعر النهائي. هامش ضيق. ولكن السلع عالية الجودة. مسألة مختلفة. حيث قد يرغب المستهلكون في دفع أسعار عالية-لأي سبب كان- بينما قد لا تكون تكلفة إنتاج تلك السلع عالية بالمقارنة بسلع أخرى.

ومن المهم أن نطرح السلع عالية الجودة، بأسعار مرتفعة، لأن المستهلكين عادة ما يربطون بين ارتفاع الجودة وارتفاع السعر. ومن الأخطاء الشائعة، طرح سلعة غذائية في السوق، كسلعة ذات جودة عالية ولكن بسعر عادي، لأنه متى تم تصنيف السلعة، ضمن فئة معينة من الأسعار، فإنه من الصعوبة بمكان إجراء أي تغييرات جوهرية في السعر بعد ذلك. ومن ثم فإن مرحلة بداية ظهور السلعة وطرحها للبيع، تعتبر مرحلة حاسمة، لأنها تتعلق بوضع السلعة ومكانتها في السوق، أما تغيير وضعها من جديد فيعتبر مهمة مستحيلة، حتى إن رجال الصناعة يضطرون بدلا من ذلك إلى إطلاق سلع جديدة؛ ولهذا السبب، فإنه يجب متابعة ومراقبة أنشطة التسويق بكل عناية ودقة من البداية.

والإبداع محل تقدير شديد في السوق من جانب المستهلكين الذين يسعون دائما وراء كل جديد مستحدث، ويمكن أن يتحقق الإبداع من خلال السلعة المادية، أو عملية الإنتاج، أو الخدمات المتصلة بالسلعة المادية. إن فارق السعر كبير للغاية بين السلع المتميزة، والسلع العادية المتوسطة النوع، في الأسواق المشبعة بالسلع، ويرجع ذلك جزئيا إلى أن السلع من النوع الأول تنطوي على إبداعات معينة لا يمكن العثور عليها في مكان آخر.

وميل صناع المواد الغذائية- الزراعية إلى زيادة عدد المكونات في المنتج النهائي، ولكن الأسواق البدائية تقبل السلع الغذائية ذات المكونات المفردة، بطريقة أكثر سهولة، بينما نجد أن السلع ذات المكونات العديدة تنتشر في الأسواق الحديثة، وفي بعض الأحيان، يوجد مكون واحد رئيسي يضاف على السلعة اسمها، ولكن إضافة هذا المكون إلى مكونات أخرى هو الذي يصنع الفرق بين نجاح السوق أو فشله، وهذا هو الحال مع قوالب الشيكولاتة مثلا، حيث إن مادة الشيكولاتة تختلط ببعض العناصر الأخرى التي تجعل الجودة شيئا مختلفا، وعلى هذا، فإن الشيكولاتة المختلطة بالثقل مثلا قد تكون منتجا رائجا، ولكن إذا خلطنا الشيكولاتة بعناصر أخرى، أو صنعناها كما هي، فإن تقدير الجودة قد يختلف تماما.

وعادة ما تجرى التفرقة بين الخصائص الذاتية والخصائص المضافة للسلعة الغذائية عند تقييم جودة السلعة، والغرض هو التمييز بين مجموعتين من الخصائص التي تجمع بينهما سمات مشتركة، ولكن لكل منهما أيضا سماتها المتميزة، وقد لا يكون الاختلاف ملحوظا بين التقييمات الموضوعية والتقييمات الذاتية، فالأولى ترتبط ارتباطا وثيقا بالخصائص الذاتية، والثانية تقابل عادة الخصائص المضافة.

وقد قمنا بتنظيم هذا الفصل على النحو التالي: يتناول القسمان التاليان الخصائص الذاتية والخصائص المضافة بالتفصيل، ويليهما ثلاثة أقسام نحاول أن نشرح فيها كيفية ارتباط الجودة بالسلع الغذائية المصنعة بما في ذلك تعبئتها، ونظام التوزيع، وصورة العناصر والمكونات المهمة في تلك السلع، وهناك قسم إضافي مخصص لشرح سلوك المستهلكين إزاء مختلف علامات جودة الغذاء التي تنطبع في أذهانهم، ثم نختم الفصل بتعليقات وآراء تبرز أهم الأفكار التي طرحناها في شرحنا السابق أعلاه، وبعض آثار التسويق.

الخصائص الذاتية الطبيعية- الكيماوية:

عادة ما ترتبط الخصائص الذاتية بالسمات الطبيعية- الكيماوية التي تميز المنتج الغذائي.

ومن السهل على المستهلكين اكتشاف بعض تلك السمات مثل اللون، والشكل، والسمات الكثيرة الأخرى التي ترى بالعين المجردة، ولكن قد لا يتم تقييمها بالشكل الملائم، ومن الشائع لدى المستهلكين أنهم لا يعرفون على وجه الدقة، اللون الذي يجب أن تكون عليه اللحوم الطازجة العالية الجودة.

وتوجد خصائص أخرى ذاتية في السلعة الغذائية، ولكن لا بد من اكتشافها عن طريق التحليلات الطبيعية الكيميائية أثناء عملية التصنيع، ويمكن أن تكون تلك الخصائص نتيجة عمليات كيميائية تخلق خواص طبيعية مثل: الطراوة أو الليونة والنكهة، الخ. وعادة ما يكون المذاق هو أهم الخصائص، ومع ذلك، فإنه لا يتم اختباره أو تجربته إلا عند استهلاك السلعة؛ ويتأثر المذاق أيضا بقوام السلعة وبعض العوامل الخارجية مثل المعلومات الإضافية، ووفقا للأبحاث التي أجريت على المستهلكين، يعتبر المذاق من الخصائص الأساسية التي لا بد من تحقيقها، إذا أريد للسلعة أن تكون قادرة على المنافسة في السوق، ولكن لا بد أن يقترن المذاق إذا كان يراد للسلعة أن تحقق نجاحا.

ولا يبدو أن المستهلكين على استعداد لاعتبار أي سلعة غذائية ذات جودة عالية، ما لم تلبّ تطلعاتهم بخصوص المذاق، ولهذا، فإن مقاييس التذوق للوقوف على الاختلافات في المذاق، أصبحت مسألة بالغة الأهمية؛ ويمكن أن تختلف المقاييس من فئة من المستهلكين إلى فئة أخرى، وكذلك من دولة إلى أخرى، وينطوي تقييم المذاق على كثير من المدلولات الاجتماعية-الثقافية، لأنه يتكون عبر الزمن، كما أنه عادة ما يكون راسخا في أذهان المستهلكين رسوخا شديدا، وما تجدر ملاحظته في هذا المقام أن المهاجرين- بعد أن عاشوا في الخارج سنوات طويلة- يعانون من صعوبة في التعبير عن أنفسهم بلغتهم الأصلية بطريقة صحيحة، ولكنهم مع ذلك لا يزالون يحافظون على أكلاتهم المفضلة ذات المذاق الذي يعيشونه، وهذا يعني أنهم يفقدون المعرفة بلغتهم الأصلية، دون أن يفقدوا تفضيلاتهم الغذائية من حيث المذاق.

المذاق إذن نتيجة لخصائص طبيعية-كيميائية، ولكن يتم تقييمه أيضا طبقا لاعتبارات ذهنية لدى المستهلكين، والاعتبارات الصحية أيضا تمثل أهمية لدى كثير من المستهلكين، ولما كانت الدهون الحيوانية تعتبر من الأغذية التي لها خصائصها السلبية التي تؤثر على صحة الإنسان، فإن بعض المستهلكين يحاولون خاشي المنتجات الغذائية التي تحتوي على تلك الدهون، على الرغم من تميزها الشديد بالنسبة للمذاق الذي يفضلونه؛ فالمستهلكون تختلط في أذهانهم، مصادر المذاق مع الآثار الأخرى السلبية أو الإيجابية، وعلى هذا، يمكن القول بأن الجودة قد انتقلت من الاعتبارات الطبيعية-الكيميائية، إلى الاعتبارات الذهنية للتقييم.

ويمكن إجراء اختبارات التذوق على السلعة ذاتها، بغض النظر عن أية معلومات أخرى ويعرف ذلك باسم التذوق الأعمى، كما يمكن إجراؤه أيضا مع المعلومات المختلفة بشأن السلعة مثل: المنشأ، والسعر، والتغليف، الخ. ويمكن أن تختلف تقييمات المستهلك، وتسعى هذه الطريقة لتحديد أثر العوامل الخارجية، ووضع ترتيب لردود الفعل لدى المستهلكين طبقا لمقياس مندرج- وحجم ذلك الأثر، ويمكن أن نتخذ كمؤشر قياسي، أي سلعة عادية في السوق، أو سلعة عالية الجودة.

ويمكن للمستهلكين اختبار هذه الخصائص قبل الاستهلاك، بينما يتم اختبار بعض الخصائص

الأخرى بعد الاستهلاك. فالخصائص الأولى هي الخصائص التي يمكن تمييزها عن طريق اختبار المظهر والرائحة. بينما الخصائص الأخرى ترتبط أكثر بالمذاق والقوام. من بين السمات الأخرى. وعلى أي حال من الأحوال. فإن المستهلكين هم الذين يصدرون حكم الجودة التي يمكن قياسها بمقاييس موضوعية. وتكمن الصعوبة في الربط بين المقاييس الموضوعية وأحكام المستهلكين والخبراء. كما أن التقييمات الذاتية معقدة. ولا يمكن ترجمتها بسهولة الى مقاييس موضوعية.

وتشير الكتابات العلمية الى مجموعة من الخصائص تعرف باسم "خصائص الخبرة" وهي الخصائص التي يستطيع المستهلكون اختبارها على أساس مؤشراتهم الرئيسية. وبعضها يمكن اختباره قبل شراء السلعة. بينما يتم تصنيف الخصائص الأخرى بعد تذوق السلعة. فالخصائص الأولى لها أثر كبير على الدافع الى شراء سلعة غذائية. أما الثانية فأتربها الأكبر على تكرار قرارات الشراء. والمجموعة الثانية هي الأهم في التحليل النهائي. لأن الخصائص التي تشجع المستهلك على شراء السلعة مرة واحدة فقط. ليست بالخصائص الجاذبة. وهذا هو النمط الخاص بالسلع الجديدة التي يبدو أنها تجذب المستهلكين في البداية. ولكن المستهلكين بعد ذلك لا يقبلون على شرائها بشكل متواتر.

ولابد من مقارنة ردود أفعال المستهلكين بأراء الخبراء الذين يمكن اعتبارهم أشخاصا على دراية ومعرفة كبيرة بالسلعة. وهم يمثلون آراء مهنية كثيرة ومختلفة؛ وبعضهم قد يكون من العناصر الفاعلة في سلسلة التوريد (منتجون. أو مصنعون. أو موزعون). كما يمكن أن يكونوا باحثين. وصحفيين. الخ. ويقوم هؤلاء الخبراء بتحديد أهداف الجودة طبقا لأفكارهم عن السلعة ذات الجودة المثالية. إنها مهمة شاقة. لأن أفكارهم قد لا تتوافق مع السلع العادية في السوق. أو ما يريده المستهلكون. وهذه المعايير ليست بالمعايير الجامدة. ولكنها معايير محسنة لأن التحسينات الفنية يتم إدخالها في صميم عملية الإنتاج. ويمكن اعتبار الخبراء بأنهم الصفوة وقادة الرأي أيضا. كما أن تعليقاتهم العامة ذات أهمية كبيرة للأغراض التجارية. لأن المستهلكين يتأثرون بسرعة بأرائهم.

وتشمل المواصفات الطبيعية للسلعة تامة الصنع عملية التعبئة والتغليف. والاعتبارات البصرية هي نفس الاعتبارات بالنسبة لأية خصائص ذاتية. ولكنها تتعلق أيضا بالخصائص الخارجية التي سوف نقوم بتعريفها فيما بعد. ويمكن أن يدخل في مفاهيم الجودة أيضا. عدة خصائص مثل: الحجم. وشكل العبوة أو العبوة. وسهولة التداول. وتسهيلات التخزين. فضلا عن سمات أخرى كثيرة. ويمكن قياس تلك الخصائص موضوعيا. ولكن الصعوبة تكمن في الموازنة بين التقييم الموضوعي والتقييم الذاتي. وللتغليف والتعبئة أهميتهما لأنهما يولدان انطباعا أوليا لدى المستهلك عن السلعة.

ويمكن كتابة بعض الخصائص الطبيعية- مثل استخدام نوع معين من العناصر في سلعة غذائية- على غلاف السلعة. ولكن قد لا يتعرف المستهلكون بسهولة على خصائص جودة السلعة. لأنهم لا يعرفون نوع مذاقها. ويمكن أن يحدث نفس الشيء مع عناصر طبيعية أخرى كثيرة ذات خصائص طبيعية- كيميائية مميزة ولكن المستهلكين لا يعرفونها تماما. وإذا كان يراد للمستهلكين أن يكونوا في وضع يسمح لهم بترجمة الخصائص الطبيعية- الكيميائية الى

تقييمات ذاتية صحيحة، فإنهم لابد أن يتلقوا التعليم الملائم، حتى يتسنى لهم أن يفهموا على وجه الدقة معنى تلك الخصائص.

ويمكن إبراز الخصائص الطبيعية- الكيماوية من خلال خطط ملائمة للمعلومات تستهدف شرح الخصائص المفضلة للمستهلكين؛ وقد يصدق المستهلكون المعلومات التي تحملها السلعة، رغم عدم قدرتهم على التمييز بين السمات الذاتية للخصائص. ولابد أن تكون الرسالة صادقة، ولكن في التحليل النهائي نجد أن العوامل الخارجية وليست الخصائص الذاتية هي التي تؤثر على خيارات المستهلك، وهذا مثال جيد على الانتقال الجارى حاليا، فى خيارات المستهلكين- من الخصائص الذاتية الى الخصائص الخارجية.

الخصائص الخارجية:

تعتبر الخصائص الخارجية للسلعة هي تلك التي لا تنتسب انتسابا مباشرا الى الخصائص الطبيعية، وإن كانت هي الخصائص التي تؤخذ فى الحسبان لدى المستهلكين، عندما يقيمون جودة السلعة، أيا كان ما يعنيه هذا للمستهلك الفرد، وربما كان السعر أهم الخصائص الخارجية كمؤشر للجودة، رغم أنه من الشائع جدا، اعتبار العلاقة بين الجودة والسعر مؤشرا للقبول أو أنها علاقة لها مدلولها، بمعنى أن السعر، فى ذاته، يحمل رسالة مختلفة عن تلك الرسالة التي يحملها عند المقارنة بجودة السلعة، أو الصورة الذهنية للجودة.

وفى البحوث التي أجريت على المستهلكين، لم يعط السعر نفس الاهتمام الغالب، لأن المستهلكين يعتبرون أن الثمن ليس شاغلهم الأول، وإن هذه المقولة لا تتفق فى الغالب مع سلوك المستهلك الذى كشفت عنه بيانات الشراء الفعلى، ويبدو أن فئات الثمن هي العوامل المحددة لبيع السلع، وهناك دائما مرونة سعرية، خدد جودة السلع، الى حد ما، ويمكن تفسير هذا الاختلاف بين مقولات المستهلك، وسلوكة الفعلى، بأنه الرد الطبيعي للمستهلك عندما يحاول أن يخفى قلقه بشأن السعر- لأن إخفاء أسباب اتخاذ المرء لقراراته، جزء من السلوك الإنسانى.

ومنشأ السلعة هو أحد خصائصها الخارجية، وهو يحتل مرتبة عالية بين الخصائص، وهناك زوايا كثيرة يمكن النظر من خلالها الى المنشأ، أكثرها شيوعا بلد المنشأ، الأمر الذى يعنى أن الصورة الذهنية للمستهلك عن السلعة، تختلف تبعا للدولة التي جاءت منها السلعة، وتنطوى السلع الغذائية على مدلولات تختلف عن نظيرتها فى السلع الأخرى، وخصوصا فيما يتعلق بسلامة الغذاء، ويمكن لبعض الدول فى العالم المتقدم أساسا، أن تستفيد من السمعة الطيبة التي تتمتع بها نظم السلامة الغذائية لديها، وهناك عوامل أخرى- مثل الانتاج الحيوانى فى الزراعة الواسعة- يمكن أن تصنع صورة إيجابية أيضا، كما هو الحال مع المزارع الضخمة للمواشى الموجودة فى الأرجنتين مثلا.

وهناك صور ومفاهيم أخرى تتعلق بالمناطق الأكثر تحديدا مثل المناطق المحلية، حيث نجد أن السلع التقليدية فى تلك المناطق تلعب دورا هاما، ربما لاعتقاد المستهلكين بأن السلع الغذائية من مناطق معينة تتميز بالجودة العالية، ويحدث ذلك مع الفواكه والخضروات، أكثر مما يحدث مع أنواع السلع الأخرى، صحيح أن ظروف المناخ والتربة يمكن أن تؤثر تأثيرا كبيرا فى الاختلافات

المتصورة. خصوصا لو أن المنطقة تنتج نوعا معينا من السلع له سمة خاصة.

إن اللوائح والنظم التي تخمي مسمى المنشأ (والمعروفة باسم PDO regulations) هي مخطط الحماية الأكثر وضوحا وتفصيلا في هذا المجال. وفي هذه الحالة فإنه يتم حماية مسمى المنشأ أيضا مع قواعد الجودة لمراقبة السلع والتأكد من أنها تلبى الحد الأدنى من المعايير. وهذه هي الطريقة الأكثر وضوحا وتفصيلا لحماية منشأ السلع الزراعية الرئيسية. وهي طريقة لقيت نجاحا واسعا في كثير من دول الاتحاد الأوروبي. كما أن حملات الترويج تعتبر أداة أخرى من أجل نشر المعلومات بشأن الخصائص الخارجية للجودة المتعلقة بسلع حماية مسمى المنشأ.

إن موقع السوق يعتبر من الخصائص الخارجية المؤثرة الأخرى. والتي سوف نتولى شرحها بتفصيلات أكثر. فيما بعد. في هذه الدراسة. ويتعين دراسة موقع السوق من حيث علاقته بنموذج التوزيع. وكيفية تناول البيانات وتداولها. وتؤثر الاتصالات الشخصية مقابل الاتصالات غير الشخصية. بين صاحب المتجر والمستهلكين. في تقييمات الجودة. كما يؤثر عدد السلع الغذائية المعروضة والسلع التي يتخصص فيها محل البيع. والموقع. فضلا عن عوامل أخرى كثيرة. في صورة محل البيع لدى المستهلكين.

واسم الماركة التجارية للسلعة ليست استثناء من حالة السلع الغذائية. شأنها شأن سلع أخرى كثيرة في السوق. والاختلاف هو أنه لا توجد ما كثيرة من السلع الجديدة. على الرغم من زيادة عدد الماركات نتيجة الأزمات الغذائية. وكذلك المعلومات المطروحة بشأن منشأ السلع. وباعتبار الماركة من الخصائص الخارجية للسلعة. فإن لها قوته وتأثيرها. إلا أن معظم الماركات الغذائية ضعيفة. ومن ثم فإن تأثيرها يقتصر على مناطق جغرافية محددة. أما الماركات الشهيرة التي يتم توزيعها على المستوى الوطني والدولي فتعتبر مصدر اعتزاز كبير لدى معظم المستهلكين.

ولقد أصبحت المعلومات من أهم الخصائص الخارجية. لأنها تنطوي على كثير من الخصائص الذاتية والخصائص الخارجية الأخرى: فالمعلومات مطلوبة لإحاطة المستهلكين علما بالخصائص. ويمكن إدارة المعلومات بأساليب مختلفة كثيرة. ويرتبط حجم المعلومات المتاحة. ومصداقية الرسالة الإعلامية بمؤشرات الجودة. ثم إن حجم المعلومات والجوانب الفنية التي يتعين إحاطة المستهلكين علما بها. تعتبر من العوامل الهامة أيضا. ومع ذلك. فإنه قد ثبت أن استخدام المعلومات وأثرها. كانا ضعيفين.

إن كثيرا من الخصائص الخارجية هي خصائص غير ملموسة؛ وهي تجتذب مزيدا من الاهتمام. وتتمتع بقيمة أعلى من الخصائص الملموسة. وهي تكتسب أهمية كبيرة مقارنة بالخصائص الذاتية؛ ذلك أن المستهلكين يودون أن يعرفوا مزيدا من المعلومات عن الغذاء الذي يتناولونه. الأمر الذي يعنى ضرورة ابتداء مزيد من الخصائص الخارجية. ومع ذلك. فإنه ليس من السهل تقييمها. لأن لها تأثيرا خفيا. كما أنها تختلط مع كثير من العوامل الأخرى

الصور الذهنية للجودة بخصوص التعبئة والتغليف والعرض:

أصبحت عملية التعبئة والتغليف جزءا من السلعة ذاتها. ولقد عملت التسهيلات المتعلقة

بالخدمة الذاتية على تحويل التعبئة والتغليف الى طريقة جاذبة للتواصل مع المستهلك. كما أن المعلومات المقدمة أصبحت أيضا جزءا من التقييم الكلى لجودة السلعة. وتدل التجارب على أن المستهلكين يتأثرون بحجم المعلومات المقدمة، وأسلوب عرضها. وساد الاعتقاد فيما سبق بأنه كلما قدمنا المزيد من المعلومات. كان ذلك أفضل للمستهلك. ولكن ثبت عدم صحة هذا الاعتقاد. لأن حجم المعلومات التي يستوعبها المستهلكون. محدود. بل إن المستهلكين. فى كثير من الحالات. ليسوا معنيين بذلك بصفة خاصة.

ويتمثل الاتجاه الراهن فى الحد من حجم المعلومات المقدمة. ولكن مع وضعها فى صورة تسهل للمستهلكين قراءتها. وعلى سبيل المثال. كان الاتجاه السابق. زيادة حجم المعلومات المتعلقة بالتغذية. ولكن بسبب كثرة الاصطلاحات الفنية المستخدمة. كان من الصعوبة بمكان أن يفهم معظم المستهلكين تلك المعلومات. أما الآن. فإن حجم المعلومات محدود ولكنه يشتمل. مثلا. على القيمة الغذائية لملء ملعقة. معبرا عنها كنسبة مئوية من المقطوعة اليومية الموصى بها.

إن المعلومات ضرورة لا بد منها. ولكن ليس جميع المستهلكين متعلمين بما فيه الكفاية حتى يفهموها او يكونوا على استعداد للعمل بها. ولقد أصبحت بطاقة التعريف (Label) الملصقة على السلعة وتذكر فيه القيمة الغذائية. من المجالات التي تجرى بشأنها دراسات كثيرة. ربما أكثر من المجالات الأخرى لمعلومات المستهلك. ولقد تبين أن أثر البيان الخاص بالتغذية والملصق على السلعة. محدود. وأن تأثيره أكبر على المستهلكين الذين يعرفون بالفعل كثيرا من المعلومات بشأن تلك الأمور: ومن الناحية الأخرى. فإنه لا يؤثر على المستهلكين الذين يتناولون غذاء فقير القيمة. لأنه لا تشغلهم كثيرا مقطوعة الغذاء التي يهتمونها. والمعلومة التي كثيرا ما يراجعها المستهلكون. هي الفترة المثلى لاستهلاك السلعة الغذائية. قبل موعد انتهاء صلاحيتها.

ويفضل كثير من المستهلكين. الاعتماد على المعلومات التي يعبر عنها قادة الرأي: وهنا يلعب خبراء التغذية والأطباء دورا عندما يبدون تعليقاتهم على الغذاء. مثلا. رغم أن المعلومات التي يقدمونها ربما تكون موجودة بالفعل على العبوة او العبوة. والأمر يتوقف على السلعة المراد تسويقها. فنجد أن مشاهير الرياضة الذين يتمتعون بالجاذبية والشعبية الطاغية. يتم استغلالهم أيضا فى هذا الغرض. ولأسيما فى حالة الأغذية ذات الطاقة العالية او أغذية الشباب. ولا بد أن تتسم الرسالة بالصدق. وإن كانت تضى مسحة جديدة على اعتبارات الجودة.

كما يستخدم الشكل واللون أيضا لخلق صورة ذهنية مختلفة للجودة. ومن ذلك مثلا أن منتجى السلع الترفيهيه يستخدمون أشكالا تختلف عن أشكال السلع العادية. ومن المفهوم أنهم يتجهون الى بيع تلك السلع عادة فى أحجام أصغر لأن سعر الوحدة أعلى. وتباع السلع الغالية فى حاويات كبيرة. للمطاعم التي تستطيع حينئذ تقسيم المحتويات الى شرائح او أجزاء أصغر. وعلى منتجى السلع الغذائية العادية. الاختيار ما بين طرح شكل أكثر تميزا للحاوية أو العبوة بتكلفة أعلى. او شكل عادي للحاوية أو العبوة بتكلفة أقل كثيرا عادة.

إن العبوة والتغليف الملائمين. عادة ما يكون محل تقدير المستهلكين. ويحاول المنتجون

استخدام المبتكرات في هذا الشأن. مثل سهولة التعامل مع العبوة وسهولة فتحها. ويبدو أن تقشير الفاكهة يلعب دوراً هنا. فالموالح (الحمضيات) تصبح جاذبة عندما تكون سهلة التقشير. وهذا هو أحد أسباب نجاح ثمار الماندرين (اليوسفي) أكثر من البرتقال العادي. عندما يتم تناوله كفاكهة طازجة. كما أن الزيادة في استهلاك المنتجات المشتقة من الألبان. كان لها شأنها في هذا المجال.

ويمكن تعظيم الجودة أيضاً عن طريق بيع الكمية الصحيحة بدون فاقد. ذلك أن عدد الأشخاص الذين يعيشون فرادى. أخذ في التزايد. ولهذا فإنهم يحتاجون إلى عبوات تناسب احتياجاتهم. أما العبوات الكبيرة فمعناها أن السلعة الموجودة فيها سوف تبقى فترة أطول مما ينبغي. مما يؤثر استياء المستهلك استياء واضحاً. فضلاً عن احتمالات الفاقد. وترتبط على احتياج المستهلك هذا. نتائج أخرى. وهي أن المنتجين بدأوا في بيع السلع الغذائية بأحجام أصغر. ولكن بأسعار أعلى لكل عبوة بالمقارنة بالعبوات الكبيرة. وهذا هو السبب في أنه أصبح لزاماً ذكر سعر بيع الوحدة على العبوة. حتى يتسنى للمستهلكين إجراء المقارنات.

إن تطور عملية التعبئة والتغليف كان نتيجة للتسهيلات الجديدة في التخزين في البيوت. مثل الثلاجات وأجهزة الفريزر. وإن كان التخزين يتوقف بدوره على حجم المساحة المتاحة. ولما كانت البيوت الصغيرة تخضع لقيود أكبر مما تتعرض له البيوت الكبيرة. فإن المستهلكين يضطرون إلى التردد على محلات بيع السلع بكثرة. وثمة أشكال معينة من العبوات ترتبط بسلع معينة. فالعبوة التي على شكل "قالب الطوب" ترتبط بالألبان مثلاً. لدرجة أن منتجي السلع الغذائية الأخرى يجدون صعوبة في استخدام تلك العبوات وحمل الرسالة الصحيحة.

ولقد أصبح عنصر تصميم العبوة الآن. موضع تقدير أكثر وأكثر. ويتوقف التصميم على الصورة التي يريد المنتج الغذائي أن يعكسها. وإن كان هنالك اهتمام كبير أصبح يوجه الآن نحو تصميم العبوة حتى في حالة السلع العادية. ويجرى الآن تكريس المزيد من الموارد البشرية والمالية لتحقيق إبداعات أكبر في عالم التعبئة والتغليف. دون زيادة التكلفة بلا داع. ولقد أصبح خبراء التصميم موضع احترام شديد. لأن مهاراتهم تحسن جودة السلعة.

نظام التوزيع وجودة السلع الغذائية:

إن معظم الدراسات المعنية بقرارات الشراء. تتعلق مباشرة بالسلع الغذائية. الذي يحد القرار النهائي للمستهلك. هو في الغالب مدى تنوع الأغذية المعروضة في أي محل من المحلات. ولهذا. كانت قنوات التوزيع تمثل أهمية بالغة لكل من المستهلك والمورد. وثمة فرص أكبر في البلدان التي تتنوع فيها قنوات التوزيع. ولا يكفى أن نميز بين أساليب التوزيع الحديثة وأساليب التوزيع التقليدية. لأن ثمة بدائل كثيرة في كل مجموعة من المجموعتين. ومن المهم أن نتحدث عن تلك البدائل. وأن نعرف كيفية ارتباطها بجودة السلع الغذائية.

يمكن تعريف المحلات التقليدية بأنها محلات صغيرة بها عاملون يعنون بالعمل شخصياً. ويوجد تواصل كلامي بين الطرفين. ويحاول صاحب العمل فهم احتياجات العميل. ونوع وجودة السلعة التي يريد شراءها. ويعتبر حجم المحل والعنصر البشري هما العاملان المحددان لإتمام عملية البيع في تلك المنافذ. ولكن كون المحل قديماً لم يجر تجديده إلى حد يعتد به. سواء

من ناحية الشكل المادي للمحل. او من ناحية نوعية السلع المعروضة. او كونه محلا حديثا يضم منتجات غذائية خاصة. مع إيلاء اهتمام خاص بالجودة. يمثل أهمية كبيرة من ناحية جودة السلعة.

والمحلات التقليدية لا تقوم عادة ببيع السلع القليلة الجودة. وإنما تركز عادة على السلع الغذائية التي يريد المستهلك العادي شراؤها. وهي تحرص أشد الحرص على السلع الطازجة. وتقوم دائما بتجديد مخزونها من البضائع؛ ويسعى أصحابها دائما الى شراء أفضل السلع بأحسن الأسعار. كما يقومون أيضا بوضع مجموعة كبيرة متنوعة من السلع الأخرى. سعيا منهم لعرض أكبر تشكيلة ممكنة من السلع من أجل خدمة عملائهم. وهذا هو السبب في أن نسبة السلع الطازجة التي تباع في المحلات التقليدية أكبر بكثير من الأنواع الأخرى من الأغذية. على عكس الحال في محلات الخدمة الذاتية. وهذه المنافذ هي المكان المعتاد الذي تجد فيه السلع الغذائية ذات الجودة العالية. عندما نتذكر أن المذاق التقليدي هو ما يريده كثير من العملاء. كما أن تلك المنافذ توفر الراحة لعملائها لأنها تقع عادة بالقرب من مساكنهم. ثم إن جودة الخدمة تعوض عن أي قصور آخر. وعادة ما يكون المستهلكون أوفياء للمحلات التي يتعاملون معها. كما هو الحال مع المحابر الصغيرة ومحلات الجزارة. ومحلات الخضار والفاكهة. كما تجدر ملاحظة أن تلك الخدمة تقدم من خلال محلات صغيرة بالقرب من محطات المترو تحت الأرض في المدن الكبيرة. حيث يستطيع الناس شراء احتياجاتهم وهم في طريقهم الى منازلهم. وإن نوعية الاهتمام الشخصي التي يلقاها العميل مهمة للغاية من أجل التقييم الشامل للجودة. وتعتبر المصادقية أصلا من الأصول التي يتعين الحفاظ عليها. من أجل المنافسة مع المحلات الكبيرة.

والنوع الآخر من المنافذ- التي يمكن اعتبارها ضمن مجموعة المحلات التقليدية- هي منافذ صغيرة الحجم. ولكن عرض السلع فيها مختلف تماما. وهذا النوع من المحلات عادة ما يشار إليه بالمحلات المتخصصة او "البوتيكات". وهي تعبر عن فكرة بيع كمية محدودة فقط من الأغذية. حيث تخصص في مجموعة معينة من السلع. وتقوم في بعض الحالات. ببيع سلع عالية الجودة. يصعب العثور عليها في أي مكان آخر. وبأسعار باهظة. وهذه المنافذ هي أيضا قناة جيدة للسلع التقليدية ذات الجودة الرفيعة في السوق.

أما منافذ الخدمة الذاتية فيمكن تقسيمها الى فئات كثيرة مختلفة. لأنها تستهدف مستهلكين مختلفين. ولكنها أيضا تعرض سلعا غذائية مختلفة. فهي في بعض الأحيان تعرض نفس السلع الطبيعية. ولكن ينظر الى الجودة على أنها شيء مختلف. لأن مستوى الخدمة المتاح مختلف. ومن المهم بحث مختلف النماذج وربطها بالموضوع الرئيسي لهذه الدراسة. ألا وهو جودة الغذاء. وبعض الخصائص يمكن تمييزها بوضوح. ولكن هناك خصائص أخرى تعتمد أكثر على التصورات الذهنية لدى المستهلكين- حيث إن بعض المستهلكين قد يكونون على استعداد لأن يدفعوا أكثر مقابل الحصول على بعض السلع. أو أن يتوجهوا الى بعض المحلات التي يستطيعون الحصول منها على سلعهم المفضلة.

إن الفارق الرئيسي بين المحلات التقليدية. وما يسمى بالتوزيع الحديث. هو أن النوع الأخير يستخدم أساليب الخدمة الذاتية. الأمر الذي يعنى قلة عدد الأفراد الذين يعملون في المحل. مع وجود مختلف المعدات اللوجستية من أجهزة التبريد ذات الاستخدام العام. ولحجم المحل تأثير

كبير على حجم البضاعة الموجودة من السلع الغذائية. غير أن كثيرا من الخدمات الأخرى. فى كل منفذ من المنافذ. تؤثر أيضا على الصور الذهنية للجودة لدى المستهلكين. ومن الخصائص الهامة الأخرى فيما يتعلق بتقديم الخدمات. ما يتعلق باستقلالية المحل أو تبعيته لسلسلة من سلاسل التوزيع. ولهذا. فإنه من الضروري معرفة السمات الرئيسية لكل نموذج من نماذج التوزيع. وتحديد نوع الخدمات المتاحة. ومدى جودة تلك الخدمات. وأثرها على الصورة الذهنية لدى المستهلك.

والنمط الشائع للمنافذ هو محلات "السوبر ماركت" الكبرى ذات الأحجام المختلفة. ومن نواحي كثيرة. يعتبر السوبر ماركت الصغير. حالة وسط. ما بين المحل التقليدي الصغير. والهيبرماركت الضخم وهو من حيث الموقع يتيح نفس الملاءمة والراحة التى تتيحها المحلات التقليدية. وتمثل تلك الميزة أهمية كبرى فى المنافسة مع الهيبر ماركت. ولا يميل كثير من المستهلكين الى تسوق المواد الغذائية أكثر من مرة فى الأسبوع. أو أقل من ذلك فى الغالب. ومن ثم فإنهم يبحثون عن محلات بالقرب من مساكنهم حتى لا يحتاجوا السيارة من أجل التسوق. وعادة ما تعرض تلك المنافذ السلع الغذائية بأسعار أرخص. لأنها شركات تجارية أكثر كفاءة من المحلات التقليدية الصغيرة. التى تحتاج الى إضافة هوامش ربح عالية حتى تستطيع البقاء. أما محلات السوبر ماركت فهى تبيع كميات كبيرة. ونتيجة لذلك تستطيع البيع بأسعار أقل للوحدة. والماركات المشهورة يمكن العثور عليها فى أي مكان. ولكنها غالبا ما تكون أرخص فى محلات السوبر ماركت منها فى المحلات التقليدية.

ومحلات السوبر ماركت يمكن أن تكون تابعة لسلاسل التوزيع. حيث تستفيد من القوة التفاوضية لتلك السلاسل. مع صناعات الأغذية-الزراعية. من أجل الحصول على السلع ذات الجودة بأسعار معتدلة. كما يمكن أن يكون لتلك السلاسل ماركات خاصة بها. تدر عليها عادة أرباحا طائلة. كما أن تلك الماركات تعتبر وسيلة أيضا للحفاظ على وفاء العميل. ومن بين المزايا الرئيسية للماركات الخاصة. أنها ليست محملة بتكاليف التسويق. مثل تكاليف الإعلانات. وتنافس تلك السلع مع سلع أخرى تتحمل تغطية تلك التكاليف. إن حجم المحل لا يتناسب بالضرورة مع حجم سلسلة التوزيع ولعل أهم العوامل هو الحجم الكلى لمساحة الأرفف التى توضع تحت تصرف سلسلة التوزيع.

وتوجد سبل عديدة للتعامل مع الماركات الخاصة للشركات وجودة تلك الماركات من السلع: وتتوقف تلك السبل على سياسة سلسلة التوزيع والصورة التى تريد أن تعكسها. ولدى بعض سلاسل التوزيع عدة أسماء للصنف. فى محاولة منها لتغطية عدة شرائح للسعر. وهى تقوم. فى بعض الأحيان. ببيع ماركاتها الخاصة من السلع الغذائية. ولكن بأسعار عالية. لأنها تتمتع بجودة عالية. وعادة ما تشتمل تلك الماركات على منتجات تقليدية ولكنها تفى بجميع شروط السلامة التى يأملها المستهلكون الآن. مثل شهادات الاقتفاء. وخطط ضمانات السلامة.

ويستفيد الصنف الخاص من صورة الشركة كجزء من قيمة ذلك الصنف. ولهذا فإنه من الصعوبة بمكان بناء سلع غذائية جيدة. ذات سمعة طيبة من حيث الجودة والسعر إذا لم يكن المحل أو سلسلة التوزيع على مستوى عال من المكانة. ولأسباب معينة فإن مستوى جودة السلع التابعة لنفس الصنف. وكذلك الأمر بالنسبة لبقية الخدمات التى تقدمها قناة التوزيع. لا بد أن يكون على نفس المستوى. وفى بعض الأحيان. عندما تكون قنوات التوزيع قوية للغاية.

فإنها تستطيع أن تملئ شروطها الخاصة فيما يتعلق بما يدخل على السلعة من جديد. بدلا من أن تقبل ببساطة تجديبات أصحاب المصانع. ولكن هذه الحالة ليست هي الحالة المعتادة. وقد لا تختلف الطريقة التي تتبعها سلاسل التوزيع مع عدد كبير من محلات الهيبير ماركت. اختلافا كبيرا عن الطريقة التي تتبعها سلاسل التوزيع التي تعتمد على محلات السوبر ماركت. والاختلاف الوحيد هو أنه يوجد في محل هيبير ماركت واحد. مجموعة واسعة من السلع الغذائية ذات مستويات مختلفة من الجودة. حيث يفضل بعض المستهلكين وجود هذا التنوع. أما في محلات السوبر ماركت فإن الحالة العكسية هي الموجودة. حيث إن محلات السوبر ماركت ليست ضخمة عادة. وتعرض مجموعة محدودة من السلع. على مستوى معقول من الجودة وبأسعار منخفضة. وتلجأ شركات البيع بالتجزئة والتي لا تقدم خصومات بسهولة الى التعامل أكثر مع محلات السوبر ماركت. كما تستخدم الماركات الخاصة بها على نطاق واسع. ويعتمد المستهلكون- الذين يتعاملون مع تلك المحلات- الى حد كبير على السلع المعروضة. ويقنعون بالمنتجات السلعية التي تقدمها سلسلة التوزيع.

وعندما يقرر المستهلكون وهم في بيوتهم. أين يتوجهون لشراء السلع الغذائية. فإنهم يتخذون عدة قرارات في وقت واحد بخصوص نوع السلعة الغذائية التي يريدون شراءها. والجودة التي ينشدونها. والمبدأ الواضح هو أن السلعة الطبيعية تضم عناصر تشمل المعايير الموضوعية والذاتية. فضلا عن الخدمات التي ترتبط بالمحل الذي تباع فيه السلع الغذائية. ويعرف الموزعون- بحكم قربهم من المستهلكين- كثيرا من احتياجات هؤلاء المستهلكين. كما يعرفون أفضل من أي شخص آخر. جودة الغذاء التي يريدها المستهلكون.

الصورة ومفهوم جودة الغذاء:

الصورة هي عنصر آخر في أي سلعة غذائية. وهي جزء من التقييم الكلي للجودة. ومعظم الناس يفهمون ضرورة تحسين جودة الخصائص الطبيعية. ولكنهم قلما يدركون أن الصورة أيضا يمكن أن تحسن. ونجد أن كثيرا من صناعات الأغذية-الزراعية تستدعي المختصين للاستعانة بهم في كثير من عمليات التجهيز والتصنيع الفنية. ولكنها قلما تستعين بأناس للعمل بشأن صورة السلعة. اللهم إلا في حالة المشروعات الضخمة. ويرى كثير من المنتجين أن تلك المهام يستطيع أن يقوم بها المديرون الذين يتعاملون مع كثير من القضايا العامة الأخرى.

وتعمل معظم صناعات الأغذية- الزراعية. على تكريس الجزء الأكبر من وقتها. للعمليات الصناعية ولكنها لا تكرس إلا جهدا محدودا لأنشطة التسويق. وما ذلك إلا نتيجة لحجمها المحدود على الأرجح. وتمثل القدرات الشخصية لأصحاب المشروعات الصغيرة. في إمكاناتهم المثلى عادة من أجل بناء صورة السلعة. ولا شك أن العلاقات الشخصية مع عدد كبير من أصحاب المهارات الإعلامية الأساسية والفعالة. هي الوسيلة المثلى لخلق صورة للسلعة سواء كانت من الأغذية الخاصة او التقليدية كما أن من العناصر الهامة للصورة. في هذه الحالة. المصادقية الشخصية للبائع.

إن الإعلام هو أكبر كثيرا من الدعاية والإعلان. حيث إن الفكرة الشائعة عنهما أنهما الوسيلة الوحيدة لتعظيم الصورة. بيد أن الواقع الفعلي يؤكد أن الطريقة المعتادة للإعلان عن السلع الغذائية. قد لا تكون هي الطريقة الأكثر فاعلية. وإنما هنالك العلاقات العامة وقادة الرأي

الذين يبذلون جهداً ملحوظاً له أثره في كثير من الحالات، بل إن وسائل الإعلام الجماهيرية يمكن ان تكون وسيطاً فعالاً على مستوى العالم بأسره بالنسبة للماركات المميزة، وليس للماركات الأخرى. وللإعلانات التلفزيونية تأثير كبير لكنها باهظة التكاليف عادة - ما لم تكن على القنوات المحلية أو الجهوية وُجد ان إعلانات الإذاعة، من الناحية الأخرى، مواتية من ناحية معدل العائد/التكلفة.

والأمر كله يتوقف على الجمهور المستهدف. ومع ذلك فإن كل قناة إعلامية تعرض ما هو مستحب لدى فئات معينة من الجمهور، وما هو غير مستحب لدى فئات أخرى، ومن ذلك مثلاً أن المرأة يمكن ان تفضل وقتاً معيناً أو برنامجاً معيناً يختلف عما يفضله الرجل عندما تشاهد التلفزيون او تستمع الى الراديو. وينطبق نفس الشيء عندما نقارن جيل الشباب بالجيل القديم، او المتعلمين بالأقل تعليماً، وهكذا. والفئات المختلفة من المستهلكين تطلب مستويات مختلفة من الجودة، ومن المهم ان نميز بين تلك الفئات، لا لشيء إلا لكي نعرف كيف نواصل معهم، ونعرف أين يتسوقون، بحيث نستطيع ان نصل اليهم عند نقاط البيع.

والصورة التي تريد السلعة العادية ان تعكسها، يجب ان تكون مختلفة تماماً عن صورة السلعة الكمالية او السلعة غير العادية، ويجب ان تختلف الطريقة المتبعة في حالة السلع التي تصل الى دوائر واسعة من المستهلكين عن تلك التي تتبع مع السلع التي تستهدف فحسب مجموعات محدودة من المستهلكين او تعتمد على قادة الرأي، وفي الحالة الأخيرة نجد ان استخدام المجالات المهنية المتخصصة وسلبية أكثر فعالية، سواء كان يستخدمها المهنيون المرتبطون بالسلعة المعلن عنها، او تلك التي يقرؤها المهنيون عموماً، والمعرفة الأفضل بتلك الأمور لها أثر هام بالنسبة لاختيار قناة الإعلام.

ومن الصعب جداً تغيير صورة السلعة - سواء كانت طيبة او سيئة - التي تكون قد أنطبقت بشكل دائم في الذهن منذ فترة طويلة، وهذا يتعلق بحقيقة مؤداها ان معظم الخصائص الغذائية هي خصائص اعتقادية او خصائص يؤمن بها المستهلكون، ولكن لا يمكن التحقق منها لسبب أو لآخر، ومن ثم فمتى ثبتت في أذهان المستهلكين فلن تتزعزع إلا اذا حلت محلها خصائص أخرى، يكون من الصعب أيضاً إثباتها، وهكذا تعاني المصادقية، ولعل تغيير الخصائص الطبيعية للسلعة أسهل كثيراً من تلك التي تؤثر على صورة السلعة.

ومتى كانت صورة جودة السلع متدنية، فإنه من الأفضل ان نقوم بإحلال سلعة جديدة محلها بدلاً من محاولة تحسين صورتها الأصلية، فحجم الأموال والمدة المطلوبة لتغيير صورة الجودة قد لا يساوي الجهد المبذول في ذلك، والعكس صحيح. ذلك أنه من الأسهل ان نقدم صورة جديدة من أن نحسن صور سيئة، إنها عملية تتطلب استثماراً وتخطيطاً دائمين، والدعاية المطلوبة لبناء صورة معينة لسلعة يتطلب تخطيطاً يتراوح بين الأجل المتوسط والطويل.

اما السلع الرئيسية (commodities) فإن صورتها غير مستقرة، بل أكثر تقلباً من أصناف السلع الغذائية، ولقد أتضح أنه مع الأزمات الغذائية تزيد الحاجة إلى الأصناف الغذائية المميزة، ويلعب المنشأ دوراً هاماً، لأن كثيراً من الشركات صغيرة الحجم، وليست لديها أصناف خاصة، أو لأن تأثيرها ضعيف، ولهذا السبب فإنها تحتاج إلى نوع من الأصناف تستخدمه كمظلة، مثل المنشأ، حتى يمكن التعرف عليها، وتحديد منشأ السلعة مثال جيد لإمكانية التعرف

عليها والاعتقاد في جودتها العالية . وعملية توضيح صورة الجودة. هي نفس العملية بالنسبة لكل من الأصناف الفردية أو الخاصة . وأصناف المنشأ.

المستهلك وقرارات الشراء.

ما أكثر الدراسات والمقالات التي تحاول شرح سلوك المستهلك. وإنه لمن الأهمية بمكان. أن نعرف كيف يتصرف المستهلكون إزاء الظروف الحالية السائدة في السوق . فالعرض أكبر من الطلب في كثير من الأسواق . ويريد المستهلكون تنوع مشترياتهم . لأنهم سئموا السلع التي اعتادوا شراءها . وإنه لمن الأمور المثيرة للإهتمام أيضاً ان نعرف متى يتخذ المستهلكون قراراً بشأن الغذاء الذي يريدون شراءه. هل يتخذ هذا القرار في البيت ام في المحل ؟ وإلى أي مدى يكررون شراء نفس السلع والأصناف . ولماذا ؟ ومتى يشعرون بالملل من السلعة. ولماذا؟. وهل يفضلون السلع الجديدة المبكرة . أم أنهم يتمسكون بالسلع التقليدية؟ وثمة أسئلة اخرى عديدة . ومن المهم ان نعثر على الإجابة الصحيحة لها . إذا أردنا إطلاق سلع جديدة . والحفاظ على وجودها في الأسواق .

وفي معظم الأحوال يقوم المستهلكون بتقسيم قرارات الشراء بين مجموعتين من السلع الغذائية: السلع العادية. والسلع غير العادية. ويمكن تعريف السلع الغذائية العادية بأنها تلك السلع التي يتم شراؤها على أساس منتظم ومعتاد فعلياً. حيث يكون تكرار الشراء عالياً . ويمكن ان ينطبق ذلك أيضاً على السلع الموسمية . حيث يتم شراء فواكه معينة بطريقة منتظمة ومتواترة عندما تكون في موسمها. ولكنها لا تدخل ضمن سلة الغذاء عندما ينتهي موسمها . أو أن تكون غالية الثمن عند عرضها في بداية او نهاية الموسم . ويميل هذا النمط الآن إلى التغير . مع استيراد السلعة من دول كثيرة مختلفة .

والسلعة الغذائية التي تعتبر غير عادية بالنسبة لأحد المستهلكين. يمكن أن تكون عادية تماماً بالنسبة لمستهلك آخر. لأنه يمكن العثور عليها بشكل معتاد في السوق. والسلع التي لا تعرض بشكل معتاد في السوق. يمكن إدراجها أيضاً ضمن تلك الفئة. لأن عملية توريدها على الدوام. عملية غير عادية أو لأن نظام التوزيع لا يدرجها في العرض المعتاد. ولقد أخذت معظم السلع الغذائية غير العادية تنتقل الآن الى فئة السلع العادية . إما لأن المستهلكين يغيرون الآن سلوكياتهم في الشراء. وإما لأن السوق أصبح قادراً على توفير العرض بشكل منتظم .

وقد ينظر المستهلكون الى دوام الجودة وانتظامها كسبب للتفرقة بين السلع غير العادية والسلع العادية في مجموعة الأغذية التي يشترونها او سلة الغذاء. وربما يختص موقفهم هذا بالسلع الطازجة أكثر من أية أنواع أخرى من السلع. ودوام الجودة يمكن ان يكون عنصراً هاماً شأنه شأن التقييم الشامل للجودة. وتوضح الأسواق المتنافسة أن المستهلكين يمكن ان يكونوا مستعدين لقبول السلع الغذائية التي قد لا تكون بالضرورة في قمة الجودة. ولكنهم لا يتسامحون إزاء عدم انتظام الجودة. وحرص معظم ماركات الغذاء العالمية . والمطاعم . على الحفاظ على دوام الجودة وانتظامها .

إن المستهلكين في الدول الغنية لديهم الفرصة للسفر في أوقات فراغهم. ومن ثم معرفة الأغذية المختلفة في الأقاليم والدول الأخرى. وأصبح الناس يعتادون السفر الى الخارج. ويفضلون

التوقف عن شراء سلع رئيسية معينة، حتى يستطيعوا مواصلة إنفاق جزء من دخلهم ووقتهم على السياحة والسفر. لأنهم يحصلون من السياحة على متعة أكبر من قرارات الشراء الكثيرة الأخرى. وعند العودة إلى مواطنهم فإنهم يريدون أن يأكلوا ويشربوا ما اعتادوا عليه من أغذية غريبة عن مواطنهم. ولهذا يحاولون إدراجها تدريجياً ضمن عاداتهم الغذائية كجزء من مجموعة السلع غير عادية في نظامهم الغذائي.

وهذا الاتجاه للتعرف على الأغذية غير العادية، هو أيضاً النمط العادي لملايين الناس الذين ينتقلون من بلدانهم الأصلية إلى دول أخرى، بحثاً عن فرص العمل. وهؤلاء الأشخاص مرتبطون وجدانياً بعاداتهم الغذائية، وبمضون السنوات تلو السنوات في تناول الغذاء الذي اعتادوا أن يأكلوه في بلادهم. ومن الناحية الأخرى، فإنه لا بد لهم من أن يتكيفوا مع الغذاء الجديد والعادات الغذائية الجديدة. وبالنسبة للكثيرين منهم فإن السلع الغذائية الجديدة التي دخلت قائمة طعامهم في البلد الأجنبي، تصبح غذاء عادياً، أما الأغذية الخاصة بأوطانهم الأصلية، فتصبح غذاء غير عادي. والمسألة تتوقف على مدى توفره في الدول المضيفة، ولكن سلوكهم في الشراء يختلف عن سلوك الأشخاص الذين ولدوا في الدولة المضيفة، كما أن تقييمهم للجودة مختلف كذلك.

ويمكن اعتبار قرار شراء الغذاء، أساساً قراراً من وحي اللحظة، يتخذ في المرحلة النهائية، أي عندما يتخذ المستهلك القرار النهائي بالحصول على السلعة أو طلبها، وقد أوضح عدد من الدراسات أن المستهلك يأخذ - في المتوسط - ما بين 15-30 ثانية لتحديد اختياره في محلات السوبر ماركت أو محلات الخدمة الذاتية، ولكي نعرف المزيد عن سلوكيات المستهلكين، قامت بعض الدراسات باستخدام الكاميرات لتسجيل عمليات الشراء التي يقوم بها المستهلكون ويقوم الخبراء بتحليل المدة الزمنية التي قضاها المستهلكون في المحل وعدد السلع المشتراة.

وفيما يتعلق بالمدة المستهلكة في اتخاذ قرار الشراء، نجد أن هنالك اختلافاً ملحوظاً في هذا الشأن بين السلع العادية والسلع غير العادية، ففي حالة السلع الأولى، قد تكون لدى المستهلكين فكرة دقيقة عما يريدون شراؤه رغم إمكانية اتخاذ القرار النهائي في موقع الشراء، أما في حالة السلع غير العادية، فإن المدة المستهلكة في اتخاذ القرار يمكن أن تكون أطول بشكل ملحوظ، لأن المستهلكين يضطرون إلى البحث عن السلع في موقع الشراء، حسب العرض الموجود في المحل، وقد يكون ذلك جزءاً من عملية اجتذاب المستهلكين، عندما ينتقلون من إحدى سلاسل التوزيع، أو أحد المحلات، إلى موقع آخر، وسلاسل التوزيع على دراية بسلوك المستهلك هذا، وتحاول الحد من تلك التحركات، عن طريق طرح عروض خاصة على فترات متقطعة، وهذا أمر غير عادي بالنسبة لعملائهم.

وثمة ميل أيضاً لدى المستهلكين لشراء السلع الطازجة القابلة لتلف أولاً، وبعد ذلك يقومون بشراء السلع غير القابلة للتلف أو الفساد، والانطباع الأول بخصوص السلعة الطازجة انطباع مهم، لأنها سلعة من النوع الذي يُستهلك كثيراً، بل يُستهلك يومياً في كثير من الحالات، وهذا هو أحد أسباب وضع تلك السلع في مدخل السوبر ماركت / الهيبر ماركت - وهي طريقة تجلب عائداً كبيراً.

ومن الصعوبات البالغة التي تواجه الموزعين المحدثين القدرة على البقاء في مجال المنافسة على

الجودة لان النظام اللوجستي (السوقي) نظام معقد. بالمقارنة بالمحلات التقليدية الصغيرة التي تخرص على الحصول على أفضل السلع الطازجة في السوق .

إن المدة التي يقضيها المستهلك في شراء السلعة قابلة للقياس ولكن من الصعب معرفة الدوافع وراء القرار النهائي للمستهلك . ذلك ان نتائج البحوث التي قامت بتحليل اتجاهات المستهلك وسلوكياته في الشراء لا تتفق دائماً مع أنماط الشراء الفعلية . ولقد أمكن تلاشي هذا التناقض عن طريق استخدام استمارات الاستبيان التي تشتمل على عدة أسئلة بشأن سلوكيات الشراء . وإجراءات مراجعة مشتريات المستهلك عن طريق بيانات أجهزة المسح (Scanners) التي تتوافر في محلات السوبر ماركت الحديثة عند منافذ الدفع . وفي الكتابات المعنية بالتسويق نجد ان تلك المقارنات معروفة بالشكل الذي ذكرناه، إزاء التفضيلات التي يتم الإفصاح عنها . ومن المسائل المثيرة للاهتمام في بحوث الاستهلاك، ما يتعلق بتفسير سلوكيات الناس في الشراء.

وتختلف عملية اتخاذ قرار بالشراء، حسب المناسبة، وعلى هذا فإن العملية ليست هي نفس العملية . إذا كان المستهلك يحاول شراء سلعة الغذاء لمدة أسبوع أو أكثر . أو إذا كانت عملية الشراء لغرض الملاءمة (Convenience) حيث يقوم المستهلك بشراء كمية محدودة من الأغذية ولكن لغرض معين . وهذا هو السبب في ان محلات الملاءمة تستطيع فرض أسعار أعلى مما تفرضه المحلات العادية. وثمة مثال آخر يتعلق بدور أرفف المواد الغذائية في محطات البنزين . لأن عملاء محطات البنزين يشعرون بالرضا عندما يجدون ما يريدون . ولا يهمهم السعر كثيراً وفي تلك المناسبة يكون الدافع الى الشراء أقوى منه في حالة المحلات العادية .

ويبدو أن قرارات شراء السلع الغذائية . أشد ارتباطاً بمحلات توزيع الأغذية حيث ان نسبة كبيرة من الأغذية تستهلك منزلياً . ولكن عدداً كبيراً من الناس يتناولون طعامهم أيضاً بعيداً عن بيوتهم . أن ويتخذون قرارات الشراء في المطاعم او غيرها من محلات الأطفعة. وهم إما أن ينفقوا جزءاً متزايداً من دخلهم على الطعام خارج البيت . وإما ان يتناولوا في البيت وجبات سابقة التجهيز.

والسمة العام لسلوك المستهلكين هي انهم على استعداد لتناول الوجبات في المطاعم، او محلات الوجبات السريعة او محلات التيك أواي. والفكرة التي شرحتها من قبل فيما يتعلق بعناصر السلعة الغذائية يمكن ان تطبق أيضاً على أماكن تناول الطعام . حيث لا يستمتع المستهلكون بتناول الطعام فحسب - الهامبورجر مثلاً - ولكنهم يستمتعون أيضاً بالخدمات التي تقدمها مطاعم الوجبات السريعة. مثل أماكن إنتظار السيارات . والخدمة السريعة . ضمن مزايا أخرى عديدة . بالإضافة الى ان صورة المطعم تؤثر على سلوكيات الشراء .

وفي المطاعم العادية . تكتسب الخدمات أيضاً أهمية لأن المستهلكين يريدون أن يأكلوا كميات أقل لأسباب صحية . ولكنهم على استعداد لأن يدفعوا أكثر من أجل العناصر الجيدة في الطعام . وأطباق الطعام المنمقة . والجو الملائم لتناول الوجبات . وجودة الخدمة . غير أنه تعلق قيمة كبيرة على الخدمات، لأنه من الأسهل العثور على عناصر جيدة في الغذاء . ثم ان الفروق ليست كبيرة جداً.

و يتمشى هذا أيضاً مع الاحتياجات الحالية للمستهلكين الذين يبحثون عن الذوق الرفيع. والتألق في تقديم السلعة. عند تلبية احتياجاتهم الأساسية .

ولا يوجد الا القليل من ماركات السلع الطازجة . وعادة ما تعرض تلك السلع مع اسم نوع السلعة. ومنشئها كنوع من بطاقة التعريف على السلعة . ومع ذلك . فإن المستهلكين يطلبون دائماً مزيداً من المعلومات . وإدراج علامات الاقتفاء كجزء من نظام التعريف . ويختلف مستوى الاقتفاء وطريقة تقديم المعلومات من سلعة الى اخرى حيث تتراوح ما بين الوسائل البسيطة وبين الباركود الحديث . مع وجود كم كبير من المعلومات مدرجة او معروضة على مواقع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) حيث يستطيع المستهلكون الاستعانة بالمعلومات المكتوبة او المرئية . ثم إن عرض ماركات كثيرة في السوق هو بمثابة رد يستهدف طمأنة المستهلكين الى مصداقية السلع الغذائية . ومعرفة كثير من المعلومات عنها .

إن الصحة هي الشاغل الأول لكثير من المستهلكين . ولكن ذلك يتوقف - ضمن أمور أخرى - على أعمار المستهلكين ومستوى تعليمهم . فالمستهلكون الشباب لا ينشغلون عادة - مثل المستهلكين الكبار السن - بالخصائص الصحية للسلعة الغذائية . ويميل المستهلكون المتعلمون الى تعليق أهمية أكبر على أثر الغذاء على صحتهم . مما يفعله المستهلكون الأقل تعليماً. وعلى أية حال . فقد قامت المجتمعات الحديثة بتقليص الفجوة بين هذين الموقفين المتطرفين . ويتوفر لدى معظم الأشخاص إمكانية الحصول على قدر كبير من المعلومات . وأصبحت شبكة الأنترنت وسيلة جديدة للحصول على المعلومات بخصوص اي موضوع . حتى ولو كانت مهارة استخدام الكمبيوتر محدودة . ولقد ارتفع المستوى العام للتعليم . وأصبح لدى الناس معرفة كافية تمكنهم من الحصول على أية معلومات بشأن كثير من القضايا.

وتنتشر الأنماط الغذائية العالمية في جميع أنحاء العالم بسبب عوامل كثيرة . منها التأثير الشديد لوسائل الإعلام وزيادة إتاحة السلع الغذائية في كثير من الدول . وزيادة حركة السياحة والسفر الدولية . ونتيجة لذلك . يستطيع المستهلكون شراء الأغذية التي بإمكانهم أن يجدوها في أي مكان . وأن يعثروا على الماركات الدولية للشركات متعددة الجنسيات. ومع ذلك . فإن ثمة اتجاهات أيضاً للحفاظ على الغذاء المحلي بخصائصه المميزة . ومذاقه الخاص . وهو غذاء مألوف للسكان الذين يعيشون في المناطق المجاورة لمواقع الإنتاج . ويمكن لكلا النمطين أن يتعايشا. ويمكن لأي من النمطين أن يحقق نجاحاً تجارياً . وعادة ما يتفاوت حجم الشركات . لأن الماركات العالمية تسيطر عليها شركات كبيرة . بينما نجد ان السلع الغذائية الإقليمية والمحلية تتوافر بشكل أكبر في أيدي الشركات الصغيرة والمتوسطة .

وأما سلوكيات الشراء وتقييمات الجودة لدى المستهلك . فهي ليست نفس السلوكيات والتقييمات للسلع الغذائية المحلية والماركات العالمية . وفي حالة الماركات المحلية فإن قرب المستهلك من مواقع الإنتاج يعني انه يعلق قيمة كبيرة على الخصائص غير الملموسة التي تربط بين الغذاء والبيئة المحلية . بما فيها الثقافة والتراث والأوساط الطبيعية والتاريخ الخ . ومع ذلك فإن الماركات العالمية محل تقدير . ليس فقط لخصائصها الطبيعية - الكيماوية . وعناصرها غير الملموسة . ولكن أيضاً لأنها تمثل مؤشراً مشتركاً يمكن العثور عليه في كثير من الأماكن . كما ان المستهلكين يثقون في الشركة التي تنتجها .

وسلامة الغذاء هي إحدى الخصائص الأخرى التي يضعها المستهلكون في مرتبة عالية في ميزان الجودة لديهم . وكلمة سلامة تعني عدة أشياء مختلفة . لان النتائج في الأجل القصير والأجل الطويل يمكن ان تؤخذ في الاعتبار. وتشتمل الجودة العالية على فكرة ان ما يستهلك فهو آمن . لان الشك غير مستحب بالنسبة لمعظم المستهلكين . وتشتمل الآثار القصيرة المدى على الغش . والآثار الطويلة المدى هي الآثار على صحة المستهلك. إن الناس لا يريدون ان يعيشوا حتى أزدل العمر . ولكن يأملون في ان يعيشوا حياة بلا منغصات. ويلاحظ زيادة القلق لدى المستهلكين عندما ينتقلون الى أماكن ليست مألوفة لهم . مثل الدول الاجنبية . او الى أماكن يتدنى فيها مستوى الصحة العامة . مثل المطاعم المشكوك في مستوى الصحة بها . وهنا ينبع الشك من جهتين : الغذاء والوسط الذي يتم فيه تناول الطعام.

ملاحظات ختامية :

تبدو الجودة شرطاً مسبقاً لنجاح أي سلعة غذائية في الأسواق المشبعة بالسلع حيث يوجد فائض في كل سلعة تقريباً . وفي هذه الظروف فإن الجودة هي الهدف الذي يتعين تحقيقه. والجودة كلمة معقدة المعنى . ومسألة لا يمكن حسمها بسهولة . ويختلف معناها مع الزمن وحسب المنطقة. حتى إن نفس المجموعة من المستهلكين يمكن أن يتغير تقييمها لجودة السلعة الغذائية مع تغيير الأزمان. كما ان المستهلكين من دول مختلفة. او من مناطق جغرافية مختلفة. يمكن أن تختلف تقييمات الجودة لديهم أيضا. ويجب على موردي الأغذية ان يضعوا ذلك في الاعتبار . وان يتصرفوا تبعاً لذلك . لأننا نتعامل مع أسواق تتسم بالديناميكية حيث نجد ان الخط الفاصل بين النجاح والفشل خط ضيق للغاية . والنجاح في دولة لا يعني بالضرورة النجاح في دولة أخرى . وهذا خطأ مشترك ترتكبه الشركات التي تفتقر الى خبرة التصدير . وتحاول استقراء النتائج التي توصلت اليها في بلادها وتطبيقها على البلدان الأخرى.

وعلى الرغم من وجود كثير من خصائص الجودة التي يمكن قياسها . إلا ان القرار النهائي لشراء السلعة الغذائية يتخذه المستهلك . مع تدخل جميع الاعتبارات الانسانية في اتخاذ هذا القرار. وهكذا تتغلب المقاييس الذاتية . في التحليل النهائي . على المقاييس الموضوعية . التي تتعلق عادة بالخصائص الذاتية للسلعة . بينما ترتبط التصورات الذاتية أساساً بالخصائص الخارجية العارضة . والخط الفاصل بين الموضوعية والذاتية ليس محدد المعالم تماماً . ولكن هناك تكاملاً بين النوعين . ولا بد من أخذ كليهما في الاعتبار . لكي تتوفر لدينا فكرة شاملة عن جودة السلعة الغذائية.

والقول بأن الخصائص قابلة للقياس. لا يعني انه من السهل قياسها. لانه في كثير من الحالات لا تساوي النتيجة الجهد المبذول. او الوقت الذي استغرقته عملية القياس . وهناك قياسات معينة يتم اجراؤها عندما تنشأ أزمة او مشكلة. بغية حسم الصراعات . والحفاظ على حقوق المستهلكين. والقضية الاساسية هي ان نجد خصائص لها دلالتها ومغزاها . خصائص يمكن رصدها ومتابعتها بانتظام بطرق كمية . وتقديم النتائج مباشرة الى المستهلكين المتعلمين. ويجب ان يكون حجم المعلومات المنقولة الى المستهلكين محدوداً . ويجب ان يكون معظمه مكتوباً على العبوة . لان ذلك هو أفضل مكان تقدم فيه المعلومات الى المستهلك الواعي. ومن الواضح ان المستهلكين لا يستفيدون إلا استفادة محدودة من تلك المعلومات . ولهذا فإنهم

يحتاجون الى ان يتعلموا شيئاً بشأن الموضوع إذا كان لابد ان يستفيدوا من المعلومات الموجودة على بطاقة تعريف السلعة (Label) . وتلك المعلومات هي مزيج من السياسة العامة وقرارات الشركات الخاصة .

إن الخصائص الذاتية هي الصورة الذهنية للمستهلك عن السلعة . وهذه الخصائص ازدادت تعقيداً يوماً بعد يوم. حيث أصبح المستهلكون أكثر عصرية وتأنقا. وازدادت مطالبهم. ومن الصعوبة الشديدة التعرف على تلك الخصائص. ولكن المستهلكين يعلقون قدرًا من القيمة عليها. وهم على استعداد لدفع الثمن مقابل تلبية متطلباتهم . ويمكن لمنجى الأغذية والموزعين - الذين يكتشفون ما هية الخصائص الذاتية الرئيسية للمستهلكين . ويلبون مطالبهم المرجوة ان يفرضوا على الأرحح أسعاراً أعلى من أسعار منافسيهم . ويحدث نفس الشيء - ولكن بدرجة أقل - مع الخصائص الموضوعية التي تتغير أيضاً تبعاً للزمان والمكان. ولهذا الأمر أثره على استثمارات الشركات . عندما يتعين على الشركات إنتاج وتوزيع السلع الغذائية .

وثمة طريقة أخرى للنظر في تقييمات الجودة . وهي ان نبدأ بالفكرة العالية لما تعنيه السلعة الغذائية . بأن نأخذ في الحسبان جميع مراحل الانتاج والتوزيع . ابتداء من العناصر الزراعية الى التسليم النهائي للسلعة . وتشتمل تلك العملية على إنتاج وتجهيز المواد الخام . وتعبئة وتغليف المواد الغذائية المتحصلة . مع أخذ جميع الخدمات في الحسبان . أي الخدمات التي تحيط بالسلعة الطبيعية . والتي يأملها المستهلكون . وبناء صورة إيجابية للسلعة من خلال حملات دعابة شاملة تستهدف المستهلكين . وهذا التحليل يسهل عملية التقييم الشامل للجودة - ويفتضي طريقة تطور السلعة بشكل اكثر دقة. كما يخرج بأفكار أكثر دقة أيضاً عن اتجاهات المستهلك .

ويمثل المذاق أهمية بالغة . وإن كانت معظم السلع الغذائية لها نكهات متعة على الرغم من ان تقييمات المستهلك تختلف حسب موطنه وخبراته السابقة . ثم إن الخلفية الثقافية تؤثر على قرارات الشراء . وقد تم تعديل الخصائص الفعلية للسلعة بشكل متزايد بحيث تصبح خصائص الرائحة والمذاق فيها أقل نفاذية ووضوحاً . تبعاً للتفضيلات من أجل خصائص للمذاق أكثر اعتدالاً . وتعتبر التعبئة والتغليف مؤشراً يسهل للمستهلكين التعرف على السلعة. والتغليف هو الوعاء المادي الذس يظهر عليه اسم السلعة . ومن السهل عادة تجديد التغليف خلال فترة زمنية أقصر مما يقتضية تجديد بقية السلعة الغذائية. واصبح التجديد وسيلة من الوسائل الوحيدة للمنافسة في أسواق متشعبة بالسلع . عن طريق طرح منتجات جديدة . وعمليات وخدمات جديدة .

وكلما اقتربت خصائص السلعة الغذائية ما يرجوه المستهلكون . زادت القيمة التي تعلق عليها. ولهذا أصبحت المواد الخام أقل من حيث الأهمية شأنها شأن عملية التجهيز . وإن كانت بدرجة أقل - بينما تزيد قيمة الخدمات الأخرى . ويحدث نفس الشيء مع صورة السلعة . والجهود المبذولة في الدعاية والإعلان عن السلعة بغرض تعظيم صورة السلعة الغذائية لدى المستهلك . ولهذا النهج مزايا هامة فيما يتعلق بإضفاء القيمة على مختلف خصائص السلعة . كما أنه بمثابة دليل جديد يرشد إلى مواقع أفضل لفرص الاستثمار. عندما يجري تطوير السلعة الغذائية.

وتشكو صناعات الأغذية الزراعية من السطوة الجبارة التي تزاولها سلاسل توزيع الأغذية. حيث نجد موزعين كباراً على نطاق واسع في كثير من الدول . يتحكمون في نقل كميات ضخمة من السلع الغذائية. وتستطيع سلاسل التوزيع استدرار تدفقات ضخمة من رأس المال . كما أنها قريبة أيضاً من المستهلكين في كثير من المناطق . ومن ثم تستطيع تفسير رغبات المستهلكين بشكل أفضل من أي جهة أخرى . وترتبط رغبات المستهلكين واحتياجاتهم ارتباطاً وثيقاً بالصورة المنطبعة في أذهانهم. ويمكن تلبية كثير من تلك الرغبات والاحتياجات عن طريق الخدمات حيث يلعب الإعلام والدعاية دوراً رئيسياً . ويجب على المنتجين ان يدركوا ضرورة تطويع استراتيجيات الاستثمار بحيث تتواءم مع تلك الخدمات وضرورات الدعاية والإعلان. ولو تم تنفيذ ذلك. لأضاف إلى الصورة الذهنية لدى المستهلك عن جودة المنتج النهائي.

وتؤثر الصورة الانطباعية عن السلعة. في القرارات التي نتخذها في حياتنا اليومية. في كثير من النواحي. وبعض تلك القرارات يتعلق بدولة المنشأ. بينما يرتبط البعض الآخر ارتباطاً وثيقاً بخصائص السلعة الغذائية. وعلى هذا فإن ثمة جوانب لا يمكن للهيئات التنظيمية في الإقليم ان تسيطر عليها. ولا شركات الاغذية - الزراعية تستطيع ذلك. ولكن تأثيره أخذ في التزايد. فهو يتطلب استثمارات طويلة الأجل. وأهدافاً واضحة. ومن المهم نقل صورة إيجابية. كما أنه من الأمور الحاسمة. ان نتفادى خلق صورة سلبية للسلعة في السوق. او صورة سلبية تنطبع في أذهان المستهلكين. وثمة حاجة خاصة في هذا المجال للاستعانة بعدد كبير من المختصين في هذا الشأن. بحيث نتفهم اتجاهات المستهلكين بطريقة أفضل.

الفصل 3

سلامة الغذاء واحتياجات السوق

لويس ميخيل ألبيزو

التحدي الكبير:

في الفصل السابق شرحننا أهمية إنتاج سلع عالية الجودة لتلبية لاحتياجات السوق. كما تناولنا بالشرح صعوبة تقييم اصطلاح الجودة. ولما كانت السلع الغذائية متوفرة في الأسواق فإن سلامة الغذاء حظى بقيمة عالية لدى المستهلكين. وسلامة الغذاء إحدى خصائص الجودة التي لا بد من إدراجها في صلب عمليات الإنتاج. وأنشطة التسويق. حتى يتسنى للسلعة أن تكون قادرة على المنافسة في معظم الأسواق. وإن الحد من مخاطر الغذاء والصور السلبية لدى المستهلكين. يعتبر من التحديات التي يتعين على المنظومة الغذائية الزراعية مواجهتها في المستقبل. ويشمل هذا التحدي التكاليف والمزايا التي يتعين على المستهلكين وصانعي السياسات تقديرها.

إن سلامة الغذاء جزء من مجموعة من الخصائص غير الملموسة التي أصبح المستهلكون يبدون اهتماما بها. كما أصبحوا يعلقون عليها اهتماما متزايدا. كما أن سلامة الغذاء إحدى خصائص النزكية لهذا الغذاء. الأمر الذي يعني انه لا بد أن يتفق المستهلكون في المعلومات أو رسائل الدعاية والإعلان. وأن يتفهموا تلك الرسائل. والمصادقية عنصر هام من خصائص النزكية. كما أن المعرفة والصور الذهنية تلعب دورا رئيسيا كمدخلات هامة في التفسير النهائي للأمر. وسلامة الغذاء ضرورة للمستهلك لأنه يعتبرها خدمة إضافية يجب إدراجها ضمن السلعة ذات الجودة.

ولقد أصبحت سلامة الغذاء مطلبا من مطالب السوق. وأصبحت السلع الغذائية التي تباع في الأسواق المتنافسة تشتمل - صراحة او ضمنا - على زعم أنها آمنة أي سليمة. والسلامة سمة من طبيعة خاصة يصعب قياسها والتحكم فيها. ويمكن أن تكون لها معاني مختلفة لدى المستهلكين. ومن الراجح أن يُقبل المستهلكون على السلع الغذائية الآمنة تماما. ولكن ذلك يمكن أن ينطوي على أعمال رقابية من شأنها رفع تكلفة الإنتاج. لذا كان مهماً أن نضع مستويات للسلامة تحقق التوازن بين التكاليف والمزايا. وينطوي هذا القرار المعنى بمستويات السلامة على كل من المقاييس الموضوعية والتصورات الذاتية. ويجب على المجتمع أن يبعث بالرسالة الصحيحة فيما يتعلق برغبة المستهلك في أن يدفع الثمن مقابل سلع غذائية آمنة حتى تختبر في موقع السوق. وسوف يكون من الضروري توفير المزيد من المعلومات. والتعليم للمستهلكين بشأن هذه القضايا حتى يتسنى لهم إجراء التقديرات الملائمة.

وتقوم المزايا المتحصلة من اتخاذ الإجراءات الوقائية في مجال سلامة الغذاء. على ما يتوفر من تكاليف التقاضي المتوقعة أمام المحاكم. وعلى زيادة الطلب في السوق والأسعار المرتفعة الناتجة عن بيع سلعة أكثر أمنا. ولعل أكبر حافز اقتصادي لإنتاج غذاء آمن. التكلفة المرتبطة

بالغذاء غير الأمن. وهذا هو السبب الرئيسي في تطور سلامة الغذاء عادة في المجتمعات ذات المؤسسات القوية والقوانين الصارمة لحماية المستهلكين. ومن العوامل المساعدة الأخرى. الشبكات المنظمة للأغذية الزراعية مع شركات الأغذية التي تتبع كلا منها.

ولقد اكتسبت سلامة الغذاء أهمية كبرى نتيجة للأزمات الغذائية الحرجة. وغالبا ما كان ذلك في أسواق المستهلكين ذوي الدخل المرتفع. وكلما كانت الدول غنية. زاد القلق فيها عادة حول سلامة الغذاء. أما الدول ذات الدخل المنخفض. فلها احتياجات مختلفة تتعلق بالأمن الغذائي (Food security) أي البحث عن وسائل وسبل توفير كميات كافية من الغذاء لجميع السكان. وقد تكون هنالك بعض الأوضاع التي تهتم فيها بعض فئات المجتمع بسلامة الغذاء بدرجة كبيرة. بينما تعني فئات أخرى بالأمن الغذائي. وقد تستخدم سلامة الغذاء أحيانا كحاجز أمام التجارة. وخصوصا تجارة الواردات من دول أخرى. وعلى أية حال. فإنه ينبغي على الدول. وخصوصا الدول النامية. أن تكون على دراية باحتياجات المستهلكين في أسواق الدول المتقدمة. إذا أرادت أن تبيع منتجاتها الغذائية في أسواق الدول المتقدمة.

واحتياجات السوق هي المحددات الأساسية في تنفيذ سلامة الغذاء ومع ذلك فإن ثمة عوامل أخرى هامة وكثيرة تؤثر في القرارات النهائية. وثمة لوائح ونظم عامة متعددة تحكم سلامة الغذاء التي تؤثر على السوق. كما أن القرارات السياسية لها تأثير شديد على كيفية معالجة الأوضاع الاجتماعية. والقرارات السياسية هي نتاج اهتمام عام. بل ونتيجة ردود فعل إنسانية أيضا. وهي ترتبط أيضا بالمؤسسات العامة ومصداقيتها بين الناخبين أصحاب الأصوات. وسوف نتولى شرح وتحليل كل عنصر من تلك العناصر فيما يلي أدناه. وتلعب عملية الدعاية والإعلان دورا هاما على امتداد تلك العملية. ويتفاوت الفهم الذاتي للأشخاص وسلوكياتهم من بلد إلى آخر ومن فئة من المستهلكين إلى أخرى.

ويريد المستهلكون الأثرياء الذين يمكن اعتبارهم على مستوى المستهلكين العاديين في الدول الغنية - ابتكارات وتجديدات في السلع الغذائية. وتحاول صناعات الأغذية - الزراعية دائما طرح منتجات جديدة في الأسواق. حتى تصبح قادرة على المنافسة. وينجح بعض تلك الشركات. ولكن يفشل كثير غيرها ويضطر إلى الانسحاب من السوق. وكان لاحتياجات الأسواق. بالإضافة إلى الفضائح الغذائية المختلفة. آثارها فيما يتعلق بهيكل سلامة الغذاء. حتى إن المستهلكين باتوا يطالبون الآن بضرورة اختبار المنتجات الجديدة اختبارا شاملا. قبل طرحها في الأسواق. وتخضع الآن بعض الأساليب الفنية والإجراءات الحديثة. مثل المنتجات الغذائية ذات الجينات المعدلة وراثيا. لاختبار وتحصيص شديد. وهي لا تلقى قبولا بسهولة.

وثمة مفاهيم مختلفة لسلامة الغذاء. ولكن النتائج تتفاوت أيضا. بناء على الأفق الزمني في أذهان المستهلكين. والمستهلكون بدهاء ضد الغش والتسمم. والمناورات الرامية الى خداع عمليات الرقابة. وهم يدركون الآثار المباشرة والعاجلة لتلك الأساليب على صحتهم. كما أنهم يشعرون بالقلق إزاء أثر الغذاء الذي يتناولونه. على صحتهم في الأجل الطويل. لذا كان لابد من مراقبة المكونات الغذائية بكل دقة. وإذا كان المستهلكون يتطلعون الى حياة مديدة. إلا أنهم يريدونها حياة من غير منغصات. وإذا ما نظرنا إلى مفهوم سلامة الغذاء من جميع زواياه. لوجدنا أنه ينسجم تماما ضمن ثقافة الضمان العام للسلامة. وهو ما يرجوه المستهلكون

في الدول الغنية، وإذا كان الناس يجرون وراء المال ويريدون منه المزيد، إلا أنهم يحرصون على عدم إضاعة أموالهم، ولهذا السبب يعملون على تفادي المخاطر في كثير من القرارات التي يتخذونها.

وفي هذه الدراسة نحاول إلقاء بعض الضوء على منشأ الشواغل الرئيسية حول سلامة الغذاء، والأزمات المختلفة التي أثارها قلق المستهلكين. أما بالنسبة للأزمات الأخرى، فإن ثمة عناصر موضوعية وتصورات ذاتية يتعين النظر إليها بعين الاعتبار، وهي موضوع مناقشة في القسم التالي، ومتى تم بحث إحدى الأزمات الغذائية وتقصي أسبابها، فإنه يتعين حينئذ اتخاذ كثير من القرارات وتلك المرحلة مرحلة حاسمة لمنع وقوع المزيد من المشكلات أو التخفيف من حدتها إذا وقعت. ونتولى شرح هذا الموضوع في القسم اللاحق، الذي تتلوه ثلاثة أقسام نتناول فيها موضوعات تعتبر ذات أهمية لفهم سلامة الغذاء، وهي: الاقتفاء (التتبع)، والجينات المعدلة وراثيا، والترتيبات المؤسسية.

وينتهي الفصل بمسائل وثيقة الصلة بالمستهلكين وما يساورهم من قلق، مثل تحليل سياسات الدعاية والإعلان، وقواعد حماية المستهلك، ثم نناقش عدة قضايا نظرية فيما يتعلق بالاتجاهات المستقبلية، ويعقب ذلك قسم ختامي، يحاول تلخيص الأفكار المبينة في الأقسام السابقة، بغرض فهم المسائل الرئيسية حول سلامة الغذاء، واحتياجات السوق، وهي الموضوعات الرئيسية لهذا الكتاب برمته.

الأزمات الصحية: المضاعفات واهتمام وسائل الإعلام:

لا ينكر أحد أنه قد وقعت عدة أزمات في السوق أثناء العقود القليلة الماضية، والتي كانت نتيجة للأزمات الغذائية، وثمة كثير من المسائل والهموم التي تثير قلق كل من المستهلكين وصانعي السياسات، فضلا عن كثرة أخرى من الوكلاء على امتداد سلسلة الغذاء: هل الأزمات الغذائية بدعة في أسواقنا؟ وهل أصبح غذاؤنا الآن أقل سلامة وأمنا من الغذاء الذي كان يعرض في الأسواق منذ سنوات؟ وهل السلع التقليدية أكثر سلامة وأمنا من السلع الجديدة؟ وهل الشركات الكبرى تبدي عناية أقل من الشركات المتوسطة والصغيرة؟، وغدت الأزمات الغذائية موضوعا لتغطية واسعة في الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى، الأمر الذي يضخم من أثر السوق. ومن المهم أن نفهم كيف تنشأ وتتطور الأزمات الغذائية، وكيف ترتبط بأزمات السوق؟ ذلك أن معرفة كيف بدأت تلك الأزمات، وكيف تطورت؟ وكيف حسمت في نهاية الأمر؟ فضلا عن أن معرفة مدى التناظر بين جسامة ما حدث في السوق وبين الأزمات الغذائية، يمكن أن تنطوي على دروس ومزايا كبيرة بالنسبة للمستقبل.

وقد ارتبطت بعض الأزمات بالسلع التي تبيعها الشركات الكبرى متعددة الجنسيات، مما خلق صورة سيئة لمنتجات تلك الشركات، وشكل ضغطا ملحوظا على الأعمال التجارية لها، وفي مثل تلك الأحداث، يكون الأثر على الأسواق الكبيرة وعلى السلع المنافسة من الشركات الأخرى، محدودا، وكان هذا هو الحال مثلا مع الأزمات التي ارتبطت بالمياه المعدنية على اختلاف أنواعها، ومشروب الكوكاكولا، حيث إن استهلاك المياه المعدنية ومشروب الكوكاكولا لم يعان معاناة كبيرة بعد الأزمات، ولكن الشركات واجهت مشكلات خطيرة بسبب إحلال منتجات أخرى في السوق محل منتجاتها، وشعرت كلتا الشركتين بالقلق الشديد بشأن مشكلات إعداد الأغذية

لديها. وحاولنا التعرف على نقاط الضعف لديهما. والبدء في عمليات إنتاج آمنة. وبمجرد دخول الأزمات مجال الرأي العام. قامت الشركتان باستثمار أموال طائلة في الدعاية والإعلان. لكي تحيط المستهلكين علما في مختلف الأسواق. بأن مشكلاتها أصبحت تحت السيطرة. في محاولة من جانبهما لإقناع المستهلكين بالثقة فيهما وفي منتجاتهما.

وأيا ما كان الأمر. فإن الحالة الشائعة هي: أين تؤثر الأزمة الغذائية على سلعة ما. عموما؟ الأمر الذي يعني أن جميع الشركات التي تباع السلعة في السوق تتحمل معا الأثر السلبي. وقد كان هذا هو الحال مع اللحم البقري ولحوم الدواجن. وفي تلك الأحداث كانت الجهود المشتركة مطلوبة لحل المشكلات. وإبلاغ الأسواق بالأخبار والمستجدات. وتبنى الشركات استراتيجيات مختلفة إلى جانب التزامها بالمعايير العامة. وهذا يؤثر على الأصناف الموجودة لديها. ويدفعها في بعض الأحيان إلى ابتكار أصناف جديدة. يكون لها بريق قوى في السوق. ولدى المستهلكين تصورات ذهنية عنها. لأن تلك الأصناف بمثابة رايات ترمز الى الشركات سواء عن السلع كسلع. أو عن مجمل الأعمال التجارية للشركات. فالصورة الجيدة أو الصورة السيئة للشركة تنعكس على الصنف الذي تعرضه. والعكس صحيح. وهكذا. فإن من نتائج أى أزمة غذائية. الوجود اللاحق لعدد كبير من الأصناف لنفس السلعة التي سبق عرضها في الأسواق. وهذا ما حدث مع اللحم البقري.

ويمكن أن يقتضى الأمر عدة سنوات لاستعادة ثقة المستهلك. حيث أثبتت التجربة في عدة أسواق. أن هذا يمكن أن يتحقق. وهكذا عاد الاستهلاك المحلي للحم البقري في الاتحاد الأوروبي إلى اتجاهه في الأجل الطويل. على الرغم من أن الأسعار لم تنتعش بعد. الأمر الذي يوحي بأنه حدث تحول في الطلب. ويعتبر التمويل العام ضروريا لأنه عندما يندمج مع الجهود المبذولة من جانب الحكومات المنتجة المتورطة في الأزمة فإنه يساعد على تحقيق مصداقية كبيرة. ثم إن الجهود المستمرة مطلوبة في الأجل المتوسط. فضلا عن المهارات المتميزة للدعاية والإعلان. والتي يتم تطويعها بحيث تتواءم مع ظروف كل سوق. ومن بين المشكلات التي يمكن أن تترتب على الأزمات. تحول المستهلكين إلى سلع أخرى بديلة. وهذا ما حدث مع اللحوم البقرية. وغيرها من اللحوم مثل لحم الخنزير. والدواجن. والضأن الخ. وثمة نتيجة أخرى إضافية هي إجماع المستهلكين عن تناول منتج غذائي معين لأنهم يرفضونه. وكان ذلك هو سبب تحول كثير من أكلة اللحوم الى نباتيين.

وثمة تحديات كثيرة تؤثر على سلامة الغذاء مثل: مسببات الأمراض (Pathogens) ومبيدات الآفات. ومخلفات العقاقير. والمواد المضافة إلى الأغذية. والسموم البيئية. والملوثات العضوية الدائمة. والعوامل غير التقليدية مثل تلك التي ترتبط بمرض جنون البقر. والأمراض الناتجة عن سلخ وتشريح الحيوانات (Zootomic). ومسببات الأمراض غير المعروفة الموجودة في الأغذية أكثر من المعروفة. وهي تسبب الأمراض. وتؤدي إلى دخول المستشفيات للعلاج. بل وقد تؤدي إلى الوفاة. ولقد كانت هنالك أزمات غذائية كثيرة. ولكن مرض جنون البقر الذي بدأ في المملكة المتحدة. قد أثار من المشكلات أكثر مما أثارته الأزمات الأخرى على أرجح الأقوال. ولقد كان هذا المرض معروفا منذ عام 1986م ولكن الأزمة انفجرت في عام 1996 عندما ثبت وجود ارتباط بين عدد من الوفيات البشرية وبين المرض. على الرغم من عدم معرفة كيفية انتقال المرض إلى الإنسان على وجه اليقين. حتى الآن.

وثمة أمثلة أخرى للفوائح الغذائية ارتبطت بمرض الحمى القلاعية والديوكسين وحمى الخنزير في الاتحاد الأوروبي والبكتريا العسوية والتلوث ببكتريا *Listeria* في الولايات المتحدة. وثمة ثلاث مشكلات تمثل تحديات مستمرة: الميكروبات المسببة للأمراض. ومخلفات مبيدات الآفات والفطريات المسببة للأمراض. وتعتبر السالمونيللا مثالا واضحا على المخاطر الميكروبية التي تهدد سلامة الغذاء. ولقد خلقت توترات عنيفة في الأسواق. ولاسيما في التجارة الدولية. حيث اشترطت بعض الدول معدل سماح يقترب من الصفر بالنسبة للدواجن مثلا. ولا توجد شروط قياسية موحدة بالنسبة لجميع الدول. ولكل دولة عضو في منظمة التجارة الدولية. الحق في تحديد مستوى الحماية الصحية وحماية صحة النبات. وهذا التنوع في درجة الالتزام يولد صراعات شديدة في التجارة. بل إن بعض الدول من باب تقييد الأمور أكثر. تقوم بتطبيق قواعد مختلفة. تبعا لما إذا كانت السلعة تأتي من نفس الدولة. أو تستورد من الخارج. وقد يؤدي التوسع في المبادلات التجارية إلى زيادة المخاطر الغذائية. ولكن في نفس الوقت كان هذا العامل من العوامل الهامة في تحسين الأحوال الصحية في كثير من الدول. ومن ثم حماية المستهلكين فيها.

ولقد أصبح المستهلكون الآن على دراية أفضل بالأزمات الغذائية مما اعتادوا أن يكونوا عليه. ولكن الأثر الأول الذي يعرض لهم هو الأنباء المبالغ فيها عادة عن القضية. والتي يثبت بعد ذلك أنها لا تستحق كل هذا الاهتمام. ويكون رد الفعل الأول لتلك الأزمات سعى وسائل الإعلام إلى البحث عن أنباء سلبية يكون لها دوى واسع وتؤدي إلى زيادة مبيعات الصحف. ويتعرض استهلاك الغذاء لمعاناة شديدة بسبب رد الفعل السلبي. ومن المعروف أن استهلاك الغذاء عملية يومية ضرورية. ومسألة أشد حساسية من أي أنشطة إنسانية أخرى. وتميل الأخبار المنشورة في البداية إلى المبالغة في تأكيد المشكلة. نظرا لأنه لم يوجد بعد حل لها. وبسبب عدم دقة المعلومات عن المشكلات المعنية. وحينما يقع تصدع شديد في السوق يتأثر كل من العرض والطلب. وتحدث اختلالات في السوق على امتداد سلسلة العرض. وتصبح القوة التفاوضية بين مختلف مستويات السلع حاسمة من أجل التوصل إلى توازن جديد. وفي غمار تلك الأحداث تكون لدى قطاع التوزيع. فرصة أفضل للحفاظ على موقعه لأن لديه الفرصة للحصول على سلع ماثلة من مناشئ أخرى. أما منتجو المواد الخام فهم في الموقف الأضعف. ويتعرضون لأشد الأضرار. سواء من ناحية انخفاض الأسعار. أو من ناحية نظم الحماية. بالمقارنة بالعناصر الفعالة الأخرى في سلسلة عرض الغذاء. وكذلك فيما يتعلق بعدم اليقين في العملية برمتها.

إن أزمات السوق تساعد على تعزيز التعاون فيما بين الشركات. كما تساعد على تعزيز عملية الابتكار والتجديد لمواجهة التحديات الجديدة. وينتج عن التعاون مزايا هامة للمشاطرة في المخاطر. ومن ذلك مثلا أن عدة شركات كبرى من شركات اللحوم فضلت أن تشاطرها الشركات الأخرى مجانا في ابتكاراتها الجديدة من أجل حماية بل وزيادة استهلاك اللحوم. فلقد استشعرت تلك الشركات أن سلسلة الغذاء بأكملها في خطر. وأن مزايا المشاطرة في التقدم أكبر من المزايا الجزئية التي ترتبط بزيادة مبيعات شركة واحدة. وتتعامل الشركات الكبرى والصغرى مع المشكلات بطرق مختلفة لأن النوع الأول لديه عادة سلع متجانسة أكثر. بينما نجد أن النوع الآخر لا يتمتع باقتصاديات النطاق. لذا يتعين عليها أن تكون أكثر تخصصا في عملها. وتميل الشركات الكبرى إلى الاستثمار في عملية الإبداع حتى تستطيع التعامل مع مشكلات

سلامة الغذاء وقيام طرف ثالث بالتصديق الرسمي تقنيا مسألة بالغة الأهمية.

الصورة المدركة للمخاطر:

إن تحليل المخاطر عادة ما يكون عملية ثلاثية المراحل تتألف من التقييم والإدارة والإعلام. ويتوقف تقييم المخاطر على العوامل المحسوبة لإجراء التحليل. كما يتوقف على مستوى الاحتراز المطبق في عملية تقييم المخاطر. ومنهج تحليل المخاطر منهج له أساس علمي. يتألف من الخطوات التالية: (1) التعرف على الأخطار: (2) خصائص تلك الأخطار: (3) تقييم حالة الأخطار: (4) توصيف الأخطار. ويمكن أن تختلف المقدمات أو المبادئ التي يمكن استخدامها في تقييم المخاطر. من التحليل الكمي البحت المرتكز على معرفة علمية، إلى استخدام مبدأ التحوط. ويؤخذ بهذا النهج الأخير عندما تكون هناك صعوبة في تحديد المخاطر علميا. كما في حالة الجينات المعدلة وراثيا على سبيل المثال. بسبب نقص المعرفة، مما يضطر الدول إلى التوصية بتطبيق مبدأ التحوط.

ويذهب مبدأ التحوط إلى أن صانعي السياسات يغالون في الحماية في الحالات التي يكون فيها عدم اليقين العلمي كبيرا. أو حينما تكون نتائج المشكلة ملحوظة. ويمكن استخدام مبدأ التحوط عندما تكون المعلومات العلمية غير كافية. وغير قاطعة. وغير يقينية. وعندما توجد مؤشرات تدل على أن الآثار المحتملة على صحة الإنسان أو الحيوان أو النبات تنطوي على خطورة راجحة. وهذا المبدأ إجراء حكيم. يمكن اتخاذه. ولكن من الصعوبة البالغة تحديد الخط الذي يتعين رسمه بين وجود المعرفة وعدم وجودها وتختلط القرارات السياسية في العملية. وتحدد المدى الذي تذهب إليه في التطبيق.

لقد أثرت الأزمات الغذائية تأثيرا سلبيا على الصورة الذهنية لدى المستهلكين عن الأغذية المجهزة. وطبقا للأبحاث التي أجريت على المستهلكين. اتضح أنه كلما كانت السلعة أكثر تجهيزا. زادت أخطار المشكلات الصحية التي تسببها وأصبحت تعتبر أقل سلامة. الأمر الذي يبين المخاوف الكبيرة التي تنتاب المستهلكين بشأن عمليات التجهيز الفنية والرقابة عليها. وما يضيف شكوكا ومخاطر أخرى. استخدام تكنولوجيات جديدة. وطرق جديدة لإنتاج الغذاء. ومن الناحية الأخرى فإن السلع الرئيسية المعروفة بأحجامها الكبيرة. تعتبر لدى معظم الناس سلعا آمنة للغاية. إلا أنه في حالات كثيرة نجد أن وسائل الإنتاج التي تنطوي عليها لا تلبى المعايير الصحية المطلوبة في معظم عمليات إنتاج الغذاء الحديثة. ومع ذلك فإن استخدام أو إساءة استخدام بعض المواد من أجل الحفاظ على السلع. قد خلق شكوكا بشأن عمليات التجهيز الحديثة بسبب عدم إجراء اختبارات كافية عليها قبل التصريح باستخدامها.

ويشعر المستهلكون بالحساسية إزاء كثير من المخاطر التي تكتنف السلع الغذائية. ولاسيما العمليات الفنية المستخدمة التي تنطوي على آثار عديدة: إنسانية وبحثية وأخلاقية. وتخرط أطراف مختلفة في الجانب الإنساني. فالفلاحون معرضون للأخطار عندما يتعاملون مع الكيماويات على الرغم من وجود قواعد ومعايير من أجل الحد من عملية التعرض للكيماويات وما يترتب عليها من آثار. وينطبق نفس الشيء على العمال خلال مراحل التجهيز المختلفة. وخصوصا في حالة بعض الأعمال الخطرة. والتي يقوم بها. في الغالب. العمال المهاجرون في

كثير من الدول الغنية، وقد لا يتخذ المستهلكون موقفا سلبيا في الحال. ولكن ثبت أن بعض المواد تسبب أنواعاً مختلفة من السرطان. وتكمن الصعوبة في تحديد كمية المواد التي يمكن أن تحتوي عليها السلع الغذائية. وعدد مرات الاستهلاك المطلوبة. حتى تكون الأثار الناتجة عن ذلك سلبية.

أما القضايا البيئية فقد أضحى الآن حظى بمزيد من الاهتمام بين المستهلكين والمواطنين. ولم تعد السلعة ذاتها هي التي تجتذب الاهتمام. وإنما علاقتها مع البيئة أيضا. والأضرار التي قد تتسبب فيها عملية الإنتاج. وكذلك النفايات التي تتخلف عنها بعد استهلاكها. وتتفاوت الحساسية من دولة أوروبية إلى دولة أوروبية أخرى. شأنها شأن السعر الذي يرغب المستهلكون في دفعه مقابل السلعة التي تحترم البيئة. فكلما كانت الدولة غنية وارتفع مستوى التعليم البيئي فيها. ارتفع استعداد المستهلكين في قبول الأسعار العالية لهذا النوع من السلع. ولقد أصبح من العوامل المؤازرة لعمليات البيع في السوق عرض السلع الغذائية. ولا سيما التي تتمتع بخصائص متميزة تدل على قيمة السلعة. مثل نأج الزراعة العضوية. وقد أصبح شباب المستهلكين في الدول الغنية عادة. والمستهلكون المتعلمون. أكثر اهتماما بالقضايا البيئية من بقية السكان.

وأما القضايا الأخلاقية واعتبارات المستهلكين فقد انتقلت من الفلاحين في البلدان الغنية إلى الفلاحين الفقراء في الاقتصاديات النامية والتكنولوجيا التي يستخدموها. ويرى المستهلكون أن التجارة العادلة يجب أن تبدي اهتماما أكبر بهؤلاء الفلاحين الفقراء. ومن الناحية الأخرى فإن الأخذ بأسباب التكنولوجيا الحديثة بات لزاما من أجل زيادة الإنتاجية. ومن المدهش أن نلاحظ أن بعض المستهلكين يعتبرون العمليات التقليدية المستخدمة في الدول الفقيرة بدون تكنولوجيا. هي الطريقة الأفضل للحصول على سلع غذائية أقل خطورة. وهذا نتيجة لضعف الإعلام بشأن عمليات التجهيز التكنولوجية والأفكار الشائعة عن العمليات التقليدية. سواء في الدول المتقدمة أو في الدول النامية. وعادة ما تحتوي السلع الغذائية التقليدية على عناصر طبيعية ولكن يتم تجهيزها في بعض الأحيان بوسائل غير صحية. ومن الناحية الأخرى فإن التكنولوجيات المستخدمة في الدول الغنية تحتاج إلى إجراء تحقيقات واختبارات دقيقة عليها لضمان عدم وجود أثار ضارة. ويجب تحليل العوامل حسب كل حالة على حدة. والرقابة الفنية هي أفضل الوسائل للحد من المشاكل التي يجب إبلاغ المستهلكين بها.

ويمكن التمييز بين نوعين من الصور الذهنية بناء على ما إذا كانت الصورة قد تشكلت قبل الأزمة الغذائية أو بعدها. فالخاطر التي يتصورها المستهلكون باعتبارها مرتبطة بنوع معين من الغذاء قبل أن يؤكل يمكن أن تكون حقيقية أو أن تكون صورتها على وجه لا يتناسب مع حقيقة الأوضاع المتعلقة بالغذاء. وقد أجريت دراسات بغرض التحقق على وجه أفضل من تصورات المستهلكين من المخاطر الكبرى الراجعة إلى الغذاء. ثم جرت مقارنة نتائج تلك الدراسات بمعلومات الخبراء الموجودة. ويمكن القول بأن الرؤيتين كانتا مختلفتين تماما فيما يتعلق بمشكلات الغذاء ومنشأ الأزمات وقسوة النتائج. ومن الجدير بالملاحظة أن المشكلات الغذائية التي تسبب العدد الأكبر من الأمراض للسكان. لا يتصور أنها الأشد خطورة. بينما استحوذت الأزمات الفردية على اهتمام بالغ. كما أنه من الشائع أيضا تصور المستهلكين لمخاطر أكبر وبأعداد أكبر. ما يتصوره صناعة تجهيز الأغذية.

وتعتبر العلامات التجارية المتميزة (الماركات) بمثابة مرجعيات ضرورية للمستهلكين. وخارج قطاع الأغذية، تعتبر تلك الماركات بمثابة أدوات تجارية لازمة لأي شركة من الشركات. ولكن قطاع الأغذية قد تخلف كثيرا في استخدام تلك الأدوات، وكانت منتجات طازجة كثيرة تباع دون اندراجها تحت مسمى السلع المتميزة، ولم يكن ذلك هو الحال مع المنتجات غير القابلة للتلف. لأن معظمها يندرج تحت أسماء ماركات معينة، رغم أن كثيرا منها له أثر محدود لأنه يباع في مناطق محددة. وقبل الأزمات الغذائية كان من الشائع مثلا، بالنسبة لأنواع عديدة من اللحوم تصنيفها حسب خواصها الطبيعية وجودة مذاقها، ولكن ترتب على الأزمات الغذائية أن أصبحت الماركات الآن أكثر تواجدا في السوق لأن الصور الانطباعية للمخاطر تولد مشاعر سلبية عن السلع الرئيسية والمنتجات الغذائية غير المرتبطة بالعلامات التجارية المتميزة. ويشعر المستهلكون بالأمان أكثر مع السلع ذات العلامات التجارية دون غيرها، ويجب أن يشجع هذا الاتجاه المنظومة الغذائية على العمل بشكل أكثر دأبا في هذا الاتجاه.

ومن الآثار الأخرى للأزمة، حجم المعلومات الذي كان يقدم للمستهلكين، والطريقة التي كانت تنقل بها المعلومات إليهم، لكبح جماح تصوراتهم عن المخاطر وحصرها في أضيق الحدود. ويطالب المستهلكون بمزيد من المعلومات عن الأغذية والمخاطر التي تشكلها على الصحة، رغم أنهم قد لا يستخدمون تلك المعلومات لاحقا، والفكرة هي أن تنقل للمستهلكين مزايا النظام الغذائي الصحي وإجراءات السلامة التي تشتمل عليها منظومة الأغذية الزراعية، وكثيرا ما يطالب المستهلكون بالمعلومات، ولكنهم بعد ذلك لا يستخدمونها بشكل واسع. ويبدو الأمر كما لو كانوا يشعرون بالارتياح عندما يعرفون أن المعلومات متاحة، وأنها تعمل على تحسين سلامتهم رغم أنهم لا يعرفون على وجه الدقة ما هي النتائج والآثار. ويحبذ المستهلكون الذين لديهم مشكلات صحية، زيادة كمية المعلومات المقدمة شأنهم شأن أولئك الحريصين على صحتهم بدرجة أكبر.

وتبين من نتائج الأزمات الغذائية، أن المستهلكين لا يفهمون عموما سبب عجز الخبراء الفنيين والعلميين عن السيطرة على المشكلات، وتفاديهما أصلا، وهي المشكلات التي حدثت في السوق. ونتيجة لتلك الأزمات غدا الناس أقل ثقة في العلم عما كان عليه الحال من قبل، إلا أنه من الناحية الأخرى، نجد أن بعض نجوم العلم يلعبون دورا هاما في إيصال المصداقية للمستهلكين واستعادة الثقة بينهم، وإن كان هذا لا يعني أنه لم تطرأ أية مخاوف غذائية حتى يومنا هذا، حتى مع المبالغة فيها، في بعض الأحيان. وتوضح عدة دراسات أن تصورات المستهلكين عن الأزمات الغذائية لا تتفق تماما مع الواقع، وأن معلومات المستهلكين عن أشد الآثار خطورة، يكتنفها الغموض.

وكان لأزمات السوق أثرها على منشأ الأغذية المعنية، مثل دولة أو منطقة معينة، كما كان المستهلكون يتحيزون للتصورات الإيجابية عن منشأ معين، ولقد دعمت أزمات الغذاء بشكل عام استخدام مسمى المنشأ على السلعة، وكذلك الاستفادة من المعلومات التكميلية الأخرى بغرض تقليص تصورات المخاطر والحد منها، ولما كان المستهلكون يطلبون المعلومات ولكنهم عاجزون عن فهمها بسبب ما تنطوى عليها من تعقيدات بصفة عامة، فإنهم باتوا يعتمدون على قادة الرأي حيث أضحت الآراء التي تقدمها جمعيات المستهلكين، والأطباء وخبراء التغذية، ونجوم الرياضة، هي الأسانيد التي يطمئنون إليها من أجل غذاء صحي، ومع ذلك، فإن أقوال وتعليقات كل هؤلاء تستخدم أحيانا فقط لأغراض الإعلان، وليس لأغراض واضحة تتعلق

بالصحة.

وفى الأوضاع العادية، نجد أن الثقة لها أثر هامشى على نوايا المستهلك للشراء، أما اتجاهات الشراء الأخرى فيبدو أنها المحددات الأكثر أهمية. ومع ذلك يتغير الاتجاه عندما يواجه المستهلكون أوضاعا خاصة مثل أزمات الغذاء، حيث تصبح الثقة حينئذ مكونا هاما. ويبدو كما لو أن الناس يلوذون بالثقة عندما تثور الشكوك وعدم اليقين، وتتبع الأنماط العادية فى أوضاع أخرى. على أن الثقة تعتمد على عناصر أخرى يمكن أن تنشأ فى حالة الأوضاع الحرجة، لأنه من الصعوبة بمكان، أن نغير فجأة التصورات الإنسانية المنطبعة فى الأذهان، وتقديراتهم للمخاطر. وهذه التغيرات فى السلوك الإنسانى يجب أن تشجع الشركات والمؤسسات العامة على إدراك ضرورة تهيئة بيئة مواتية للثقة.

قرارات سلامة الغذاء

تتعلق قرارات سلامة الغذاء بتقييم المخاطر. وتشير إدارة المخاطر إلى انتهاج مختلف السبل، من أجل تخفيف الأخطار المحتملة وتقليصها، وهى الأخطار التى يتم التعرف عليها من خلال التقييم العلمى للمخاطر. والإعلام بالمخاطر معناه إحاطة الجمهور علما بإجراءات تقييم المخاطر، وقرارات إدارة المخاطر. وتختلف الاستراتيجيات المعنية بإدارة المخاطر والإعلام بها اختلافا واسعا من بلد لآخر. الأمر الذى يترتب على اختلاف الخطط التنظيمية، واختلاف إجراءات اعتماد تلك الخطط. وتتوقف القرارات على: (1) ما إذا كان مستوى المخاطر يعتبر مقبولا؛ (2) التفسيرات المختلفة للمفاهيم ذات الصلة؛ (3) الهموم الأخلاقية والاجتماعية المختلفة للمواطنين؛ (4) اختلاف مواقف المستهلكين واختلاف درجة التقبل لديهم عموما.

ويتزايد اتجاه الأجهزة التنظيمية حول العالم نحو الأخذ بنظام تحليل المخاطر، والسيطرة على النقاط الحرجة، من أجل السيطرة على المسببات الميكروبية للأمراض فى الغذاء، ويعتبر هذا الإجراء فى بعض الدول إجباريا. وفى دول أخرى تعرف صناعة الأغذية جيدا أن ذلك شرط فعلى من شروط العمل التجاري، ويجد أن كثيرا من نظم منح شهادات التصديق قد أدخلت هذا الإجراء فى توصياتها باعتباره قرارا سديدا يرمى إلى تقليل حجم المخاطر الغذائية وتحسين الأعمال التجارية عموما، والارتفاع بمستوى الجودة.

وعندما تقع إحدى المشكلات، يصبح من المهم أن نعرف كيف نتصرف سواء من ناحية الإجراءات التى نتخذها أو من ناحية التوقيت. وثمة أمثلة كثيرة على تضخيم بعض الأزمات بعد اندلاعها، إما لعدم اتباع الطرق الملائمة فى معالجة المشكلة، وإما بسبب البيانات المؤسفة الصادرة عن السلطات السياسية، وإما بسبب سوء تداول الأخبار. وعلي هذا، تعتبر القرارات التى تتخذ فور وقوع الأزمة، مسألة حاسمة، لمنع تداول أخبار لها أضرار لاحقه يصعب السيطرة عليها. وثمة قراران يمثلان أهمية قصوى: الأول تحديد مكان المشكلة وحجم الأضرار - وتعقب هذا القرار قرارات فرعية عاجلة- الثاني، القيام بطرح إعلامي جيد، وعلي سبيل المثال، عند وقوع أزمة جنون البقر فى المملكة المتحدة، قامت الحكومة باتخاذ سلسلة من الإجراءات لمنع دخول الحيوانات المصابة الي منظومة الأغذية الزراعية عن طريق الجازر، وسلاسل التوريدات الفرعية، ولكن جرى تداول تلك القضية اعلاميا بشكل سيء.

وتبدو الأيام التالية مباشرة لأي أزمة غذائية أياما حاسمة من أجل تخفيف الآثار السلبية للأزمة. وعادة ما يصدر رد فعل من جانب شركات الأغذية المتعددة الجنسيات في غضون فترة زمنية قصيرة. لأنها تخشى من الإضرار بصورة الشركة بصفه عامة. أو الإضرار بالماركة الخاصة بالمنتج موضوع الأزمة. بصفة خاصة. وعادة ما تقوم تلك الشركات بإنفاق مبالغ طائلة من الاموال. من أجل إقناع المستهلكين عن طريق وسائل الاعلام بأن المشكلات باتت تحت السيطرة. وأنه يجري تخفيفها وتقليصها. وإبلاغ الجمهور بكافة الاجراءات التي تتخذ للحيلولة دون ظهور عيوب جديدة.

وقد أصبحت سلاسل الغذاء أكثر تعقيدا. وأصبحت الأطراف الفاعلة الرئيسية في السلسلة أكثر ترابطا. وتبذل قيادات السلسلة جهدا ملحوظا للتأثير علي قرارات سلامة الغذاء. ليس فقط قبيل الأزمة الغذائية. ولكن أيضا عندما تصل أي فضيحة غذائية الي وسائل الاعلام. وفي منظومة سلاسل الغذاء. يقوم الموزعون الرئيسيون بإرسال رسائل الي بقية السلسلة. ويحدث نفس الشيء مع سلسلة المطاعم الكبيرة المرتبطة بمطاعم الأغذية السريعة. وفي كلتا الحالتين. نجد أن لدى الجهتين سلعهما المتميزة الخاصة. (أي السلع ذات الماركات). للدفاع عن السلع الغذائية في سلاسل التوزيع. والدفاع عن أسماء المطاعم في المقام الثاني. وادراكا منها للمخاطر التي يمكن أن تحدث عند انهيار السوق. فإن تلك الشركات التجارية هي المعنية في المقام الأول بالتحاوط الغذائية. ومطالبة الموردين بالالتقييد بالقواعد الصارمة.

الافتاء (التتبع) Traceability:

في عدة ازومات غذائية. لم يكن الرد سريعا. لأن السبب الدقيق للمشكلة لم يكن معروفا في حقيقة الأمر. وعلي هذا كانت الآثار السلبية بارزة للعيان. بأكثر ما تسوغه الأبعاد الفعلية للمشكلة. وهذا السيناريو المتكرر. جعل من الضروري وضع نهج جديد لسلسلة الاغذية - الزراعية بأسرها. حيث بات من الضروري الحصول علي معلومات أكثر تفصيلا - عن عملية الانتاج برمتها. واقتفاء السلعة بدءا من المنتجين وانتهاء بالمستهلكين - كوسيلة لرصد ومتابعة اية مشكلات قد تنشأ وتؤثر علي تقييم السلعة. وهكذا حدث تغير في النهج. من نهج يتركز فيه الاهتمام علي السلعة ذاتها. الي نهج أكثر حداثة يشمل منظومة الغذاء برمتها.

وقد وضعت خطط الاقتفاء الاختيارية والاجبارية. حتي أن جميع شركات الاغذية - الزراعية الآن تستطيع القول بأن لديها شكلا من أشكال نظم الاقتفاء الفعالة. والمشكلة هي أن طرق الاقتفاء تتفاوت تفاوتا واسعا. شأنها شأن مستوي التشدد الذي تطبق به. وتقتضي المنظومة الجيدة. تفاعلا واسعا مع المعلومات. ولهذا فإنه يتعين وضع جميع المعلومات علي الكمبيوتر. ومن بين أكبر الصعوبات. نقل المعلومات من إحدى مراحل الانتاج الي المرحلة اللاحقة. ويعتبر نظام الباركود وسيلة أساسية لنقل المعلومات. مع توفر معدات قراءتها الكترونيا. وقد أدى الاستخدام الواسع للكمبيوتر. الي قيام بعض الشركات بوضع برنامج خاص لهذا الغرض. بسبب ضخامة حجم الاعمال التي تحتاج مثل هذه البرامج.

ومن الممكن جدا. رغم صعوبة ذلك. وضع نظم جيدة للاقتفاء. في الصناعات الغذائية. تقدم معلومات بشأن كل عملية. وكل سلعة. علي حدة. ولكن عندما ترد المدخلات من مناشيء

مختلفة يصبح تنفيذ الاقتفاء أكثر صعوبة وحدث أكثر الصعوبات عند نقاط الاتصال الرأسية. حيث لا يجري التعرف عادة علي سلعة بعينها. وإنما علي مجموعة من السلع. وفي حالة مصانع التجهيز لمنتجات اللحوم، فإنه من الممكن رصد الحيوانات التي تأتي من مزرعة معينة. أو الحيوانات التي تذبح في يوم معين، فإذا نشأت مشكلة، فإنه يمكن عن طريق نظام الاقتفاء رصد تلك الحيوانات. وان كانت المسألة لا تتسم بالدقة الشديدة. والخطوة التالية هي ان نعرف علي وجه التحديد أين توجد المشكلة، وأن نرصد العوامل التي سببت أخطاء في التجهيز.

وعلي هذا، فإنه علي مستوى المزرعة، بدلا من أن يجري وراء معلومات فردية عن كل حيوان من الحيوانات، فإنه من الأيسر أن نتوصل إلي معلومات عن كل مجموعة، وهذا هو السبب في أن الاقتفاء يميل عادة إلي الاهتمام بمجموعة من الحيوانات، بدلا من الحديث، مثلا، عن اقتفاء حيوان واحد. ولعل من الاسباب الهامة لذلك، أن المنتجين عادة ما يكونون مستقلين عن بعضهم البعض، ولديهم مشروعات صغيرة، والنتيجة قصور المعلومات وعدم كفايتها من أجل متابعة العملية بالكامل. ويتم حل تلك الصعوبات تدريجيا مع تطبيق المنتجين لنظم أكثر حداثة يمكن من خلالها، فعلا، اقتفاء كل حيوان، بل واقتفاء جميع العناصر الداخلة في أعلاف الحيوانات. وتتبع السلع علي مستوى التوزيع، لايتمثل صعوبة كبيرة، باتباع نفس النظام المطبق في شركات تجهيز الاغذية، وتتسم شبكات التوزيع بالتركز إلي حد كبير، والشركات الكبيرة منها لديها أجهزة كمبيوتر جيدة من أجل اقتفاء السلع، كأسلوب لتخفيض التكاليف، سواء من حيث الانظمة اللوجستية (السوقية)، أو من حيث تسهيلات التخزين.

وفي بعض الحالات، تتوافر امكانية قيام المستهلكين بمراجعة السلعة، ومعرفة تاريخها برمته، وهذه من طرائف الحداثة والإبداع، وهي محل تقدير شديد من جانب المستهلكين، علي الرغم من عدم استخدامها علي نطاق واسع، ربما لأن المستهلكين ليس لديهم الوقت، أو ربما بسبب الصعوبات الفنية في التعامل علي تلك الانظمة.

كما يمكن الاستئناس بالمعلومات علي شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، حيث يستطيع المستهلكون الاطلاع ليس فقط علي كل ما كتب حول صناعة التجهيز، وإنما أيضا الاطلاع علي صور مختلف مراحل الانتاج، والغرض من هذا، في التحليل النهائي، هو أن يدرك المستهلكون أن العمليات الفنية باتت تحت السيطرة بصورة أكبر، وإن كان ذلك لا يعني أنه يمكن تحقيق تحسينات من خلال نظم الاقتفاء وحدها، أو أن الجودة سوف تكون أفضل، أو أن مستوي أعلي من السلامة سوف يكون مضمونا، ذلك أنه يمكن أن تكون لدينا عمليات انتاج، في وجود أوعدم وجود نظم الاقتفاء، ولكن من المؤكد أن استخدام تلك النظم، يساعد علي تحسين عمليات مراقبة سلامة الغذاء.

ولقد حرصت شركات الأغذية - الزراعية علي الأخذ بالاقتفاء كوسيلة للتمييز بين منتجاتها، ومنتجات الشركات المنافسة الأخرى، وهذه ميزة حظي بالتقدير عادة في الولايات المتحدة، بينما في الإتحاد الأوروبي، يُقيّم الاقتفاء عادة علي أنه أداة لإدارة المخاطر، وتطالب سلاسل التوزيع الكبيرة، مورديها باستخدام نظم الاقتفاء، وهذا يزيد من التكلفة، ولكن إذا التزمت جميع الشركات بنفس القواعد، فإن شروط المنافسة تكون في النهاية، هي نفس الشروط بالنسبة للجميع. وعندما قام كثير من الشركات، في هذه الأيام، بإدخال نظم اقتفاء جيدة، أصبحت المشكلة الآن هي مشكلة الشركات التي تقاعست عن أن تفعل ذلك، حيث أنها تواجه منافسة في السوق.

والقصور من جانبها هي. ومع كل. فان المستهلكين يأملون في قيام جميع الشركات بإدماج نظم الاقتفاء في عمليات الانتاج لديها. ويأملون بأن تكون السلع الغذائية أكثر أمنا من تلك السلع التي شتملتها الأزمات الغذائية الكبرى في الماضي. وهذا من شأنه أن يؤدي إلي نوع من التمييز ضد الشركات والمنتجات التي ليست لديها نظم اقتفاء.

ومنذ سنوات قليلة. لم يكن كثير من المستهلكين قد سمع عن مصطلح " اقتفاء " وهي كلمة لازالت غير شائعة لدي الكثيرين. ولكنها أصبحت الآن مألوقة عن ذي قبل. حيث تستخدم الآن بشكل معتاد في وسائل الإعلام. ومن الغريب أن نلاحظ أن تلك الكلمة مع استخدامها. إلا أن الناس نادرا ما يعرفون معناها علي وجه الدقة. ما لم يكونوا من المهنيين المحترفين في منظومة الأغذية الزراعية. ويبدو أن المستهلكين - بسبب ما يساورهم من قلق - يحتاجون إلي البحث عن أسانيد لها مدلولات تتعلق بالسلامة. حتي ولو لم يفهموا تماما. وعلي وجه الدقة. ما تعنيه. وهذا سبب آخر من أسباب اعتمادهم علي قادة الرأي الذين يستطيعون فهم المشكلات. وإبلاغ الجماهير بالرسائل الملائمة. وقد أصبحت كلمة الاقتفاء بمثابة القول الفصل بالنسبة لهموم المستهلك بخصوص السلامة. ونتيجة لذلك اضطرت الشركات إلي إدخال نظام الاقتفاء في عملياتها الإنتاجية. وليس لدي الشركات ذاتها. حوافز لإنشاء نظم الاقتفاء من أجل تعقب الغذاء بعد بيعه واستهلاكه. وتري الشركات أنه ينبغي علي المؤسسات العامة أن تعني بتلك المسألة.

وتعايش نظم الاقتفاء مع نظم مراقبة الأغذية علي امتداد سلسلة الغذاء. وكلاهما يتسبب في زيادة تكاليف عرض الأغذية. التي يتعين تقييمها ومقارنتها مع المكاسب والمزايا. وتنطوي نظم الاقتفاء علي ارتفاع التكاليف. لوجود عمليات رقابة إجبارية كثيرة. بينما نجد أن نظم المراقبة أكثر انفتاحا علي مجموعة مختلفة من الخطط. وفي كثير من الحالات. يقوم بعمليات الرقابة بعض الشركات كطرف ثالث. ويمكن أن يكون التأمين جزءا لا يتجزأ من نظم الرقابة علي الأغذية وتقوم بعض شركات الأعمال بانتهاج النظم الطوعية بناء علي قرارات داخلية لصالح العمل. أو بناء علي طلب عملاء خارجيين. أو مخططات تنظيمية. وتنطوي أكثر نظم الاقتفاء شمولا علي مزايا أكثر حداثة مثل السلع التي تلتزم بالممارسات التجارية العادلة. والأجور الجزية. وتحاول تلك المزايا تعزيز خصائص الثقة والتمايز السلعي. ولكي يكون الاقتفاء ناجحا. فانه يحتاج إلي أن يقترن بانشطة أخرى تتعلق بالإدارة. والتسويق. ومراقبة السلامة.

المنتجات العضوية ذات الجينات المعدلة وراثيا :

إن المنتجات ذات الجينات المعدلة وراثيا (GMOs) هي الإصطلاح الشائع الاستخدام. لكي يشير إلي المحاصيل النباتية التي يتم تخليقها عن طريق الأساليب الفنية للبيولوجيا الجزيئية التي توجه نحو تعديل جينات محاصيل الأغذية. وهي تمثل حالة خاصة عند دراسة سلامة الغذاء. وتتم التعديلات الجينية في جميع السلالات التي تتبع المسار الطبيعي. ولكن البشر يستخدمون المنتجات ذات الجينات المعدلة وراثيا (GMOs) لتحقيق نفس الأهداف. أو تحقيق أهداف مختلفة. وإذا ما اقترحت نفس الأهداف. فإن سرعة التغيير تكون أكبر عادة. والاحتمالات مفتوحة مع الأهداف الجديدة.

ويجب أن نذكر هنا عدة فوائد ومزايا لاستخدام الجينات المعدلة وراثيا. فالفوائد المحتملة تشتمل

علي زيادة الغلة الزراعية، وإمكانية زيادة الأغذية المتاحة، والحد من الطلب علي مبيدات الآفات، الخ. وبعض الفوائد يمكن أن ترتبط بالصحة العلاجية، وفوائد أخرى تتعلق بالوقاية من الأمراض في المحاصيل الحقلية، أو في البشر. وربما كانت أكبر الفوائد الاقتصادية هي ما تحصل عليه الشركات التي تقوم بالأبحاث في تلك الميادين، وهي الأبحاث التي تتركز في عدد محدود من الشركات، أما المخاطر المحتملة فتشتمل علي أثار في الأجل الطويل علي صحة الإنسان، ومشكلات بيئية في الأجل الطويل، وفقدان التنوع الحيوي، وتركز النفوذ والسطوة في أيدي عدد محدود من الشركات، إلخ. وثمة أخطار كثيرة ليست معروفة، في الواقع، معرفة جيدة، ويجري حاليا تحليل النتائج في كثير من مراكز البحوث، في الاجلين المتوسط والطويل.

والتعديل الوراثي يخلق أوضاعا خاصة، شأنه شأن أي تقدم علمي كبير آخر، ويمكن أن تترتب عليه أثار طبية أو سيئة، بناء علي كيفية استخدامه، كما يثير حالات جديدة من عدم اليقين، فضلا عن احتمالات ظهور أثار جانبية مجهولة. وقد أثار استخدام التكنولوجيا الحيوية لانتاج الكائنات الدقيقة المعدلة وراثيا من أجل استخدامها في السلع الغذائية، جدلا كثيرا ومناقشات مستفيضة بشأن المنتجات الغذائية، أكثر ما يثيره تطبيق التعديلات الوراثية في أنشطة أخرى، مثل قطاع الصناعات الدوائية، وقطاع المنسوجات، والسبب الرئيسي في ذلك، أن استهلاك الغذاء يؤثر علي صحة الانسان بطريقة مباشرة أكثر، وتلك قضية كل يوم، ولقد أثار التعديلات الوراثية جدلا كبيرا بين المواطنين، ولا سيما في أوروبا، بينما ينظر اليها بشكل مختلف في الولايات المتحدة، كما أن الدول الأخرى في العالم قد اتخذت مواقف إما لصالح التعديلات الوراثية واما ضدها، ثم إن الدول الزراعية الكبيرة مثل البرازيل والأرجنتين، لديها مساحات شاسعة من الهكتارات المزروعة بمحاصيل معدلة وراثيا، وفي أوروبا يوجد عدة دول، مثل أسبانيا يتزايد فيها استخدام الجينات المعدلة وراثيا في المحاصيل التي تشكل الجزء الأساسي من الأعلاف الحيوانية، وذلك في السنوات القليلة الماضية، إلا أن استخدامها في السلع الغذائية المخصصة لاستهلاك الانسان محدود للغاية، تمثيا مع قواعد الاتحاد الأوروبي، ومراعاة حساسية السوق إزاء تلك المسألة.

ويعتقد المستهلكون بوجود مخاطر تتعلق بصحة الانسان وبالبيئة، ولكن هناك أيضا من جانب آخر، مزايا وفوائد يجب تقييمها من باب المفاضلة بين الأمور، ونتيجة لذلك، فالمستهلكون هم الذين يتخذون القرارات بشأن استهلاك أوعدم استهلاك السلع الغذائية التي تحتوي علي عناصر معدلة وراثيا، ولكن، كما هو معتاد، فإن معلوماتهم في هذا الشأن ضئيلة، وفي بعض الحالات تكون المعلومات المقدمة أكثر أستفاضة عنها في حالات أخرى، بناء علي القواعد الموجودة المتعلقة ببطاقة تعريف السلعة (label) الموجودة علي العبوات الغذائية، وتشتمل مختلف القواعد، علي وجوب كتابة حد أدني من المعلومات علي بطاقة تعريف السلعة، بحيث تكون هناك معلومات يمكن للمستهلكين تقييمها، وثمة نهجان مختلفان في هذا الشأن : ففي أوروبا يوجد لوضع بطاقة التعريف إجباريا علي السلعة، وبها معلومات كافية تسمح للمستهلك بالحكم علي الأمور - أما في الولايات المتحدة، فإن الاتجاه يتمثل في أن معظم المعلومات يجب أن تكون اختيارية، والسبب في ذلك أن بطاقات التعريف الإجبارية مكلفة، ما يؤدي إلي تضخم أسعار السلع الغذائية بلا داع.

ولقد تم تحليل تلك المشكلة المعقدة المتعلقة بالجينات المعدلة وراثيا، من زوايا مختلفة، مثل اتجاهات المستهلكين وإدراكهم، والمعلومات عن السلعة، ودور الثقة في مصادر المعلومات، وقد

تم تناول تلك المشكلة خلال أبحاث أجريت علي المستهلكين. شملت استبيانات تطلب من المستهلكين تحديد تفضيلاتهم. في محاولة لتحديد الجوانب الإيجابية والسلبية التي قد تؤثر علي قرارات المستهلكين في الشراء. ويمكن مراجعة النتائج بمقارنتها بما تكشف عنه التفضيلات. التي يجري تحليلها من خلال بيانات المستهلكين المسجلة في منافذ الخروج لمحلات السوبر ماركت. وثمة منهج آخر يقوم علي استخدام الاقتصاد التجريبي. حيث تجري مراجعة مختلف الافتراضات. وتقدير الاستعداد لدفع ثمن السلعة. والتفاعلات بين مختلف المتغيرات هي أساس تقييم المفاضلات. ولكل منهاج مزاياه وعيوبه.

وتشير النتائج التجريبية التي أسفرت عنها الأبحاث إلي تباين اتجاهات المستهلكين وتناورها. وإلي أنه من الصعب. إن لم يكن من المستحيل. دراسة المستهلك العادي. فبعض المستهلكين معنيون بالمواد الخام الزراعية. وبعضهم مهتم بمكونات الغذاء. والبعض الآخر يوجه اهتمامه إلي السلع الغذائية تامة الصنع. ومُجد فئات أخرى من المستهلكين تحرص علي مزيد من المعلومات. ولكن ليس لديها أية تصورات محددة لتلك المنتجات الغذائية. ولقد أصبح ضروريا الحصول علي مزيد من المعلومات حول السلوكيات الفعلية للشراء. ولكن القواعد المعمول بها حاليا في الاتحاد الأوروبي. تحوّل دون هذا النوع من التحليل. لأنه من غير الممكن أن تكون لدينا سلع غذائية عليها بطاقات تعريف تشير إلي أنها تحتوي علي جينات معدلة وراثيا. بينما يمكن الاستعاضة عنها جزئيا ببيانات تجريبية مستمدة من البيانات الكثيرة المُختلف عليها.

إن قضية الجينات المعدلة وراثيا قد استحوذت علي اهتمام المجتمع بشكل كبير. وربما كانت حالة جيدة للدراسة من أجل تحليل جميع العوامل التي تؤثر علي مواقف المستهلكين. فضلا عن الترتيبات المؤسسية. والقرارات السياسية. واختلال القوي في سلاسل التوريد. والحالة الحقيقية للنفون أو العلوم إزاء هذا المنتج المبتكر. ومن المرجح ان تكون القرارات النهائية. هي الخلاصة الموحدة لكل تلك القرارات. ويبدو أنه. شيئا فشيئا. سوف تنجّه أكثر السلع في أوروبا والمناطق الجغرافية الأخرى الي استخدام المنتجات المعدلة وراثيا. وسوف تسمح المؤسسات ببيعها في الأسواق. وثمة اعتبار آخر. وهو أن الشركات التي تقوم بتطوير المنتجات المعدلة وراثيا. قد خصصت لذلك استثمارات ضخمة. يتعين عليها أن تستردها من خلال مبيعات تلك السلع ويمكن أن يشكل المنهج الذي اتخذه الاتحاد الأوروبي. بالمقارنة بالولايات المتحدة. عقبة أمام شركات الاتحاد الأوروبي في منافستها مع شركات الأعمال الأخرى. حتي أن بعض الشركات الأوروبية قد انتقلت إلي الجانب الآخر من الأطلسي.

وفي الاتحاد الأوروبي تم تنظيم مسألة الاقتفاء ووضع بطاقات التعريف علي عبوات السلع (labelling). بموجب اللائحة التنظيمية 1829 / 2003. واللائحة التنظيمية 183 / 2003 بشأن الأغذية المعدلة وراثيا. وتستهدف هاتان اللائحتان تحقيق الانسجام والمواءمة بين القواعد المعمول بها في دول الاتحاد الأوروبي. وتشترط اللوائح التنظيمية الأوروبية فيما يتعلق ببطاقات التعريف علي عبوات السلع. وضع المعلومات الإيجابية علي تلك البطاقات. بحيث تكون هناك معلومات دقيقة عن كل مادة معدلة وراثيا مستخدمة في الأغذية المصنعة. وثمة هدفان وراء تلك السياسات : الأول. تشجيع إجراءات تنفيذ إدارة المخاطر. والثاني. ضمان إتاحة المعلومات الدقيقة لأطراف العمل وللمستهلكين. حتي يتسني لهم اختيار السلعة بناءً علي تلك المعلومات الدقيقة.

اللوائح الوطنية والدولية :

شجعت المخاوف من الغذاء علي وضع ترتيبات مؤسسية جديدة في كثير من الدول الأوروبية. وعلي مستوي الاتحاد الأوروبي. وكان كثير من الوكالات - سواء علي المستوي الأوروبي أو علي المستوي الوطني - قد اعتمدت اصطلاح " سلامة الغذاء " في برامجها. مثل : الوكالة الأوروبية لسلامة الغذاء. وقامت كل من الحكومات والوكالات المنشأة حديثا بوضع برامج تأمين لتحسين سلامة الغذاء. وهي تهتم اهتماما كبيرا. عادة. بالقضايا الفنية. أكثر من اهتمامها بسياسات الدعاية. وإن كانت قد أدت دورا هاما لصالح المستهلكين عندما أكدت لهم أن حكوماتهم علي دراية بمخاوف المستهلكين من الغذاء. وأنها لا تألو جهدا من أجل تحسين النظم الغذائية للمستهلكين عن طريق توفير السلع الغذائية الصحية لهم.

وثمة اختلافات كبيرة في المنهج فيما يتعلق بالترتيبات المؤسسية في كل من الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي. ففي الولايات المتحدة تقوم الدولة والقوانين الفيدرالية بتنظيم قواعد سلامة الغذاء. من خلال المؤسسات القائمة التي تتعامل أيضا مع القضايا الغذائية الأخرى. وتركز اللوائح التنظيمية التي تصدرها علي المنتج النهائي. أكثر مما تركز علي عمليات التجهيز أو التصنيع وهي ما يركز عليه الاتحاد الأوروبي. وتقوم وكالة سلامة الغذاء في الاتحاد الأوروبي بوضع لوائح تنظيمية خاصة لجميع الدول الاعضاء في الاتحاد. وإن كان هذا لا يمنع من صدور بعض اللوائح التنظيمية الإضافية في كل دولة. وكثيرا ما أثبتت خلافات ومنافسات. ليس فقط بين الدول. ولكن أيضا بين مختلف المؤسسات في الاتحاد الأوروبي.

ويمكن للمؤسسات الحكومية العمل بأساليب كثيرة مختلفة. وتشمل الاجراءات الرئيسية التي يمكن أن تقوم بها: تصعيد عمليات الرقابة علي معلومات السلامة. وزيادة تكلفة حالات انهيار سلامة الغذاء. والمكاسب المترتبة علي نجاح الإبداع عند التعامل مع مشكلات سلامة الغذاء. وتوفير المرونة في اختيار تكنولوجيا سلامة الغذاء. والاستثمار في البنية العلمية الأساسية. وتدعيم البحوث بشأن اختبارات السلامة. ومن مجالات الاهتمام الأخرى. العمل علي زيادة وسائل تفادي فوضي المعلومات التي تقدم للمستهلكين ولشركات توريد المدخلات لمشروعات الأغذية - الزراعية. وعن طريق المعلومات الجيدة. يمكن أن تتحول سلامة الغذاء - التي يمكن اعتبارها إحدى خصائص تزكية الغذاء- إلي مجال للبحث والاستقصاء. بسبب المعلومات التي يستطيع المستهلكون قراءتها علي بطاقات التعريف علي عبوات السلع. أو عندما يقومون باستقصاء مصادر معلومات أخرى. قبل شراء السلع الغذائية. أي أن المستهلكين الذين تتوفر لديهم معلومات أفضل. سوف يكونون قادرين علي البحث عن السلع الغذائية التي تتوافر بشأنها المعلومات الملائمة.

وتقوم المؤسسات العامة بوضع قواعد إجبارية. أما الشركات الخاصة فتعني بالقواعد الاختيارية التي وضعتها لنفسها. وتتضمن اللوائح التنظيمية الحكومية اللوائح المباشرة المسبقة. وقوانين المسؤولية اللاحقة عن السلع. وترتبط الأعمال الطوعية عادة بقواعد ومعايير يضعها طرف ثالث. ويحتاج الجمع بين الإثنين إلي مزيد من التفاصيل والإيضاحات. كما يجب أن يؤخذ في الاعتبار التكاليف والمكاسب المترتبة علي تنفيذهما عندما يتحقق المستوي الأمثل من

الكفاءة. وأكثر الذرائع المعروفة لتدخل الحكومة في سلامة الأغذية. انهيار السوق. ويبدو أن الخططات الخاصة تدار بطريقة أكثر كفاءة.

ويمكن للجهود المشتركة، أو اللوائح التنظيمية المشتركة، بين القطاعين العام والخاص، أن تؤدي إلى معالجة أفضل كفاءة وفعالية لاهداف سلامة الغذاء. ويقع التنظيم المشترك بين طرفي نقيض: عدم التدخل على الإطلاق، أو السيطرة الكاملة والتحكم في الأمور. أما التنظيم الذاتي فتقوم به الشركات الخاصة كلاً على حدة، عندما لا يكون هناك تدخل حكومي. وهذا هو الأسلوب الأكثر انتشاراً في الولايات المتحدة. أما بالنسبة للكثير من الحكومات الأوروبية، فإن السياسات الإعلامية والتعليمية هي المناهج النمطية المتبعة، ولكن يبدو أن هذا لا يكفي لأن معدل الأمراض التي منشؤها الغذاء، يظل أعلى بشكل متواصل من المعدل المسجل منذ سنوات قليلة.

ويمكن التمييز بين المعايير التنظيمية لسلامة الغذاء، حيث تنقسم إلى تجهيز، وأداء، ومعايير موحدة. ومعايير الأداء هي عمليات الرقابة التي تضع الحد الأعلى، أو أقصى مستوى يسمح به للمخاطر في الغذاء. أما معايير التجهيز فتقتضي من الشركة أن تستخدم - على الأقل - حداً أدنى من مدخلات الرقابة على المخاطر، ومُجد أن معظم اللوائح التنظيمية تجمع بين عناصر من كلا الجهتين، والمؤسسات العامة هي المسؤولة عن وضع تلك اللوائح.

اهتمامات المستهلك :

تتعلق اهتمامات المستهلك بشأن سلامة الغذاء، بالموقف الذي يتخذه من السلامة بصفه عامة- ولتلك المواقف العامة دلالتها الكبيرة في التمييز بين فئات المستهلكين، وهي لا تتعلق فقط بالغذاء، ولكن أيضاً بالمتغيرات المتعلقة بالبيئة، وأسلوب الحياة، والمخاطر الغذائية، وعادة ما يكون لدى المزارع (farms)، وشركات الأغذية، معلومات أفضل حول سلامة السلع التي تنتجها مما لدى عملائها أو لدى المستهلكين، أما الموجود لدى المستهلكين فهو فوضي المعلومات، التي لا بد من تصحيحها.

وعلى الرغم من أن سلامة الغذاء تميل إلى الارتباط أكثر بالفضايا الغذائية، إلا أن بعض المستهلكين يعلقون أهمية أكبر على بعض الشواغل اليومية المعتادة التي تؤثر على حياتهم، مثل مدى توفر شروط الصحة العامة والنظافة في المحلات، أو مدى طزاجة السلعة، والطريقة التي تعرض بها، أو عدم توفر المعلومات عنها، وكلها نتيجة خصائص يستطيع المستهلكون التحقق منها، بدلاً من الاعتقاد ببساطة في خصائص التركيز التي لا يستطيعون السيطرة عليها أو التحكم فيها. وهذه الشواغل المتعلقة بالسلامة قد يكون لها آثارها بالنسبة للسلع التي يشترونها أو الأماكن التي يتوجهون إليها للتسوق. ولا تؤخذ تلك الجوانب عادة في الاعتبار، ولكن قد يكون لها أثر مستمر أكبر من الفضايا الغذائية الأخرى المعروفة جيداً. ويقدم هذا المنهج أيضاً وجهة نظر مختلفة، لأن مخاوف الغذاء الرئيسية ليست في أيدي المستهلكين، الذين يأملون في قيام المهنيين المختصين، والمؤسسات العامة، بحل تلك المشكلات. ومع ذلك، فإن للمستهلكين الهيمنة على قراراتهم اليومية، ولهم طريقتهم في الرد على مشكلات سلامة الغذاء.

ويجب أن ترتبط الدعاية والإعلان بمفهوم الثقة. ويمكن تصنيف المستهلكين تبعاً لردودهم على المخاطر الغذائية. فأولئك الذين لديهم ثقة أقل في معلومات سلامة الغذاء يميلون إلى أن يكونوا أقل حساسية أمام تصورات المخاطر. ويعتمدون بدرجة أكبر على الشبكة الاجتماعية التي ينتمون إليها. وأما أولئك الأكثر ميلاً إلى الثقة في المعلومات من أي مصدر، فهم الأكثر حساسية أمام تغير مستوى صورة المخاطر. خلاصة القول، أن تأثير معلومات سلامة الغذاء يتوقف على مصدر الدعاية والإعلان، ومدى مصداقيته.

ولكي نتفهم بسهولة شواغل المستهلك وهمومه حول وسائل الاعلام بسلامة الغذاء، يتعين جمع المعلومات عن نفس المصادر التي تقوم بتحليل مواقف المستهلك فيما يتعلق بالمسائل الفنية الأخرى المتعلقة بالغذاء. وعلي هذا، يأتي التلفزيون في المقام الأول عادة. تتلوه بطاقات التعريف على العبوات الغذائية، ثم المجلات الفنية. ويحاول أكثر المستهلكين اهتماماً بالموضوع، الحصول على المعلومات من المجلات المتخصصة، بينما يستخدم المستهلكون العاديون وسائل أخرى. وتقدم الأذاعة عروضاً جيدة من حيث نسبة التكلفة / العائد. على الرغم من أن تأثيرها ليس كبيراً كتأثير التلفزيون الذي يعتبر وسيلة إعلامية أكثر إقناعاً.

ومتي تم حل المشاكل - أو على الأقل رصدها - تكون حملات الاعلان ضرورية من أجل استعادة الثقة الي السوق. ويميل المنتجون إلى استخدام حملات الاعلان الشاملة. بغية الترويج للعناصر الغذائية الايجابية، وتبديد القلق لدي المستهلك حول عدم سلامة الغذاء، ولتلك الحملات آثار مباشرة على السلع الغذائية المعلن عنها. وأثار على السلع الغذائية المنافسة، ومن ذلك مثلاً، أنه وجد أن حملات الاعلان عن الدجاج عززت قضية سلامة ذلك المنتج، ولكن كان لها آثار سلبية على استهلاك لحم الخنزير.

ويجب تطويع القواعد بحيث تعالج هموم المستهلك وأسباب قلقه، ووفقاً للمخاطر الحقيقية أيضاً. وعلي هذا، فإنه يمكن ترتيب ما يساور المستهلك من قلق وهموم على النحو التالي: الدهون والكوليسترول - التسمم الغذائي الميكروبي - مخلفات مبيدات الآفات - المواد الحافظة والمواد المضافة - محتوى السلعة من الدهون - الهرمونات الحيوية - محتوى السلعة من السكر. ويرى المستهلكون أن خدمات الأغذية هي المصدر الرئيسي لاندلاع الأمراض التي منشؤها الأغذية، ويؤثر القلق بشأن سلامة الغذاء على المستهلكين بطرق مختلفة، بناء على خصائصهم التقليدية مثل السن، والدخل. كذلك بناء على متغيرات أخرى جديدة مثل: أسلوب الحياة، والتوجه الفردي أو الجماعي، والالتزام الاجتماعي، والتوجه المادي أو غير المادي.

المنافسة الدولية، أصل من أصول الأمن الغذائي ؟

استرعت سلامة الغذاء اهتماماً ملحوظاً من جانب المستهلكين في السنوات القليلة الماضية. كما كانت مصدر قلق كبير للمؤسسات العامة وللعناصر الفاعلة في سلاسل الغذاء. ولقد قامت نظم الأغذية - الزراعية، تدريجياً، بتحسين سلامة عمليات التجهيز والتصنيع، ومن ثم تحسين منتجاتها، ومع ذلك، فإنه من الصعب للغاية، أن نصل إلى عمليات تجهيز للأغذية - الزراعية خالية تماماً من المخاطر (zero - risk)، لأن التكلفة باهظة. ثم أنه فوق مستوى معين من المخاطر، تكون هوامش الربح ضئيلة، وعلي العموم، فإن المستهلكين يشعرون بأنهم يتمتعون

بحماية أكبر، ويدركون أن السلطات ترعي مصالحهم - في حدود معينة بسبب أوجه القصور العلمي والفني، ولكن سلامة الغذاء قد تحسنت بمعناها الحقيقي، كما تحسنت في أذهان الناس. وفي هذا الخصوص، يكون من المهم في المستقبل أن نعرف الي أي مدى تؤثر الأوساط الاجتماعية علي الصورة الذهنية لدي المستهلك عن سلامة الغذاء، وكيف نتعامل مع الأزمات الغذائية في مختلف الدول والمواقف.

وعندما وقعت الأزمات الغذائية، قامت المؤسسات بالرد علي ذلك باتخاذ إجراءات لحماية المستهلكين، واستعادة ثقة الجمهور في دورها، ولقد حققت تلك المؤسسات أهدافها بدرجة كبيرة، رغم وجود جوانب كثيرة لم يتم إنجازها بعد. وفي المستقبل، قد نشاهد أيضا انخراط الشركات الكبرى بدرجة أكبر في مواجهة الأزمات - وهي شركات التوزيع، وشركات الأغذية- الزراعية، وكذلك شركات الخدمات الغذائية، والدور الرئيسي للشركات الأخيرة، يكون من خلال سلسلة مطاعم الوجبات السريعة، وأحد العوامل الدائمة التي لوحظت هو أن جميع تلك الشركات بفئاتها المختلفة، لديها سلع متميزة (ماركات) ذات الصيت في الأسواق، ولا تتحمل تلك الشركات تبعات الأخطاء، لأنها يمكن أن تضر بثقة المستهلكين في ماركاتها التي ربما تعتبر أهم أصولها، ونتيجة لذلك، تعمل تلك الشركات علي وضع القواعد، ونظم الرقابة الخاصة بها، ولما كانت مخاطر الانهيار لديها كبيرة للغاية، فإن من مصلحتها تماما منع انتشار مخاوف الغذاء.

وربما يختلف السيناريو اختلافاً بيناً في المستقبل، عندما تصبح السلامة مسألة بديهية مسلماً بها، ولا يكون بالضرورة منةً من بها علي أية سلعة غذائية، طالما أن المستهلكين يتوقعون أن تكون السلعة آمنة، وعلاوة علي ذلك، فإنه سوف يتم تنفيذ الاقتفاء في كل عملية من العمليات تقريبا، وسوف يخرج من عملية الإنتاج المنتجون الذين لا يستطيعون تنفيذ نظم الرقابة والدعاية والإعلان، وهو ما يحدث الآن بالفعل، إلي حد ما، لأن سلاسل التوزيع الضخمة، ترغب الموردن الآن، وكذلك المنتجين، - وهي تقوم بتوزيع الماركات الخاصة بهم - علي التمسك بتطبيق القواعد بشكل صارم، الأ أن ذلك لن يحول دون وقوع مشكلات، على أن هذا يهدد الطريق - علي الأقل - للقيام برد فعل فوري، أسرع مما كان عليه الحال حتي الآن.

وعلاوة علي ذلك، فإن الخصائص الأخرى للسلعة سوف تجتذب اهتماما أكبر، ومع هذا، فإن الدول، أو سلاسل الغذاء، التي لا تستطيع وضع نظم فعالة، لن تستطيع التنافس علي المستوي الدولي، وسوف تواجه انخفاض أسعار منتجاتها، وسوف تواجه أيضا تهديدا بإستبدال سلعتها بسلع من مناشيء أخرى، وينطبق نفس الشيء فيما يتعلق بالاختلاف بين السلع العامة والسلع تامة الصنع، وفي تلك الحالة، يمكن اعتبار السلع الغذائية غير الآمنة، سلعا عامة يسهل استبدالها، بينما السلع الآمنة سوف تكون لها خصائص مميزة يسهل التعرف عليها.

إن سلامة الغذاء، واحدة من أشد القضايا سخونة في التجارة الدولية، بسبب انعدام قواعد الانسجام والمواءمة، بل إنه في الاتحاد الأوروبي، يصعب اتخاذ قرارات مشتركة، نظراً لوجود خصوصيات في عدة دول من دول الاتحاد، ويرجع جزء من المشكلة إلي استخدام قواعد ومعايير مختلفة، لذا يجب أن تكون الخطوة الأولى هي الوصول الي اتفاق علي القواعد، ثم وضع حل توفيقى للسيطرة علي مستويات الأزمة، أما الدول ذات الاقتصاديات النامية فقد يكون رد الفعل لديها أشد ضراوة، علي اعتبار أن سلامة الغذاء أحد الحواجز غير الجمركية أمام التجارة،

ولهذا لا بد من وضع قواعد واضحة أثناء مفاوضات التجارة الدولية.

وسوف تطبق إجراءات وقائية أكثر بغية تفادي المخاطر. ومن المحتمل تحسن الإعلام والدعاية بشكل كبير. لأن السجل التاريخي للأزمات المختلفة، يوضح أن البيانات التي كانت تداع ضمن الأخبار لا تتفق مع النتائج الحقيقية للأزمات الغذائية. وثمة عامل آخر، وهو أن الغذاء قضية حساسة، تؤثر على النشاط اليومي لكل إنسان. وعلي هذا، فإن أية أخبار يمكن تضخيمها. سواء كان هنالك ما يبرر ذلك أم لا. وهذا يعني أيضا أنه ينبغي أن يكون لدى الشركات الكبرى أناس مختصون، وعلي دراية بتلك الجوانب، حتى يردوا بشكل ملائم، لحماية أعمال تلك الشركات وبيعها المتميزة.

ويجب تنفيذ سياسة اعلامية أكثر ايجابية، لأن الأخبار السلبية لها آثار خطيرة، ما يتطلب موقفا دينا ميكيا. لإعداد ونشر الأخبار الإيجابية عن الأغذية، وتفادي الأخبار السلبية السيئة. أو علي الأقل، يشرح بوضوح أي مشكلة غذائية قد تنشأ، ويمكن فهم العملية برمتها بشكل أفضل مع زيادة التعليم وسعي السياسات العامة إلي تعريف المستهلك بالذذاء والنظم الغذائية، فضلا عن النتائج الصحية لهما. وبعد ذلك، يتطرق الأمر إلي الجمع بين أنشطة الشركات الخاصة والسياسات العامة، علي المستوى الدولي، والمستوي الوطني.

ويجب أن تشتمل سياسات الحكومة علي البرامج التي تشجع بشكل أفضل عملية تقديم المعلومات إلي المستهلك وتعليمه. ويمكن نقل المعلومات عن طريق قنوات كثيرة مختلفة، ولكن نادرا ما يكون المستهلك قادرا علي فهم تلك المعلومات، وانما يعتمد علي المهنيين المختصين للحفاظ علي مواكبه لتلك المعلومات، وتفسير ما هو فني منها. ومع ذلك، فإن المستهلك يولي اهتماما كبيرا ببطاقات التعريف رغم أنه يقضي وقتا ضئيلا في قراءتها. وعلي هذا، فإنه لا بد من استخدام الصيغ السهلة من أجل توضيح المعلومات، بدلا من تقديم بيانات مطولة، أو معلومات معقدة، يتعذر تفسيرها.

وعلي سبيل المثال، فانه بدلا من المعلومات المكتوبة، يجب أن تشتمل أغلفة السلع علي أساليب جديدة توضح سلامة الغذاء، باستخدام الألوان علي أماكن خاصة من الأغلفة أو العبوات، أو وضع ملصقات تبين المستويات المختلفة للرقابة علي السلامة. وقد يكون ذلك أكثر صعوبة في حالة السلع القابلة للتلف بسرعة، وتشكل منتجات اللحوم بصفه خاصة، قلقا كبيرا للحكومات. ويجب التشديد علي متابعة مؤشرات درجات التبريد للتخزين، والحد الزمني لاستهلاك اللحوم، كما يجب تزويد المستهلكين بالمعلومات حول الجداول الزمنية للاقتفاء، مثل تاريخ حصاد المادة الخام، أو تاريخ ذبح الحيوان.

إن نقل كم كبير من البيانات، كان حاسما في تحسين نظم الاقتفاء، وكان نظام الباركود أساسيا لنقل المعلومات. وقد يصبح هذا النظام عتيقا في المستقبل، في حالة استخدام التعريف عن طريق الترددات الازداعية والتي يمكن من خلالها تداول المعلومات بشكل أكثر دقة، وقد تم تنفيذ ذلك بالفعل لأغراض لوجستية، علي الرغم من أن ذلك يشكل نوعا من القلق بين الحاديات المستهلكين، لأنه يمكن تتبع السلع بعد خروجها من السوبر ماركت عن طريق الخزينة، إذا لم يتم إبطال مفعول تلك النظم.

ويمكن التعامل مع القضايا الأكثر تعقيدا، مثل معلومات تطور مسببات الأمراض. ومن الأمثلة الجيدة في هذا الشأن، الشهادات المصدق عليها من الحكومة بانخفاض مستوى المخاطرة في الأغذية، وحماية حقوق الملكية الفكرية، وإجراءات تشجيع التعاون بين الشركات، والعمل على وضع قواعد ومعايير الاختبار عندما يكون من الصعب فنيا التحقق من المعايير التي تمثل نماذج جيدة لقواعد العمل في المستقبل، وانخراط الحكومة في الجهود المبذولة للتعامل مع القضايا المعنية بالسلامة. وسوف تتطلب القواعد المتعلقة بالتجارة، أن تبذل الدول جهودا، على المستوى الفردي والجماعي، في المحافل المعنية بالصحة والقضايا الاقتصادية.

وسوف تحتاج مستويات سلامة الغذاء إلى القياس الكمي في مختلف النظم، كما أنه لا بد من تحديد مؤشرات جديدة، لكي تقوم بذلك، مع التغيرات الملائمة التي يسهل العثور عليها بالنسبة لكثير من السلع الغذائية، وعمليات تجهيز الغذاء، وسوف يضيف هذا المنهج مقاييس موضوعية، وسوف يكون تعليم المستهلك أكبر حد في أي دولة، لأن قرارات المستهلك لا بد أن تقوم على أسباب سليمة، ومعرفة مستقلة، والمناهج الجديدة لن حول بين السلع الغذائية وبين إدخال خصائص أخرى لتزكية السلع من حيث سلامتها الغذائية. ثم إنه مع تقديم تعليم أفضل للمستهلك فإنه من المفترض تحويل كثير من تلك الخصائص إلى صفات الدأب على البحث والتقصي لدى المستهلك واهتمامه بخصائص الاعتراف بالغذاء.

وتميل الجهات المستقبل الي أن تاخذ في الحسبان الاعتبارات في الأجل المتوسط لأنها تقوم علي معرفة سابقة، وأحد الأمثلة علي ذلك، الدور الذي يمكن أن يلعبه تقييم الأغذية بالأشعة في المستقبل، ومع ذلك، فإن أحداثا غير متوقعة في المستقبل، سوف تطرح أبعادا جديدة تتطلب مناهج وسياسات جديدة، ويتعين علي القطاعين العام والخاص العمل معا وفق معادلة صعبة بين حماية المستهلكين، ومحاولة بناء سلاسل عرض آمنة، للأغذية الزراعية تتسم بالكفاءة، وسوف تكون المنافسة الدولية شرسة، وسوف تتزايد سلامة الغذاء بسبب عمليات التكيف والمواءمة مع الشروط الجديدة، علي مستوي البلاد بأسرها، علي الرغم من ان ذلك قد يخلق صراعات، يتعين علي المؤسسات الدولية القيام بحلها، والهدف النهائي ايجاد نظم أكثر أمانا علي مستوى العالم، وإعانة المستهلكين علي ان يحيوا حياة أطول، حياة أفضل.

الفصل 4

جودة الغذاء فى أوروبا

أنا آي. سان خوان

سياسة جودة الغذاء فى أوروبا:

الدوافع والأهداف:

فى القرن الحادى والعشرين، أخذ المستهلكون الأوروبيون يبدون اهتماما متزايدا على الدوام بشأن الصحة والقضايا الغذائية. الأمر الذى انعكس بدوره فى الطلب على السلع الغذائية الآمنة وذات الجودة. ولقد زاد من أهمية موضوع سلامة الغذاء، اندلاع سلسلة من الأزمات الغذائية فى عقد التسعينيات (من القرن الماضى)، (مثل مرض جنون البقر، وتسمم الأعلاف الحيوانية بالديوكسين، وغش زيت الزيتون)، مما دفع سلطات الاتحاد الأوروبى الى الرد على ذلك بتحديث اللوائح والقواعد التنظيمية التى خرجت فى صورة "لائحة عامة لقانون الغذاء"، وكان الدور الرئيسى لتلك اللائحة يتمثل فى فرض قواعد ومعايير أشد صرامة على سلامة الغذاء، وسلامة الأعلاف الحيوانية. ومن ناحية ثانية، فقد أخذت تلك اللائحة بنظام الاقتفاء، أى القدرة على اقتفاء أو تتبع أى مادة غذائية، ابتداء من مكوناتها الأصلية، وعلى امتداد سلسلة توريد الأغذية، حتى المنتج النهائى الذى يقدم للمستهلك؛ وأخيراً، أصبح مطلوباً الآن وضع بطاقات تعريف Labels على السلع الغذائية، بها ما يكفى من المعلومات الدقيقة للمستهلكين، بخصوص مكونات السلعة، والاقتفاء، ووجود جينات معدلة وراثياً من عدمه، ومزاعم المزايا الصحية. وهذه القواعد بمثابة قواعد عامة واسعة تطبق على أية سلعة غذائية يتم تداولها فى الاتحاد الأوروبى، سواء كانت محلية أو مستوردة.

وفى السنوات الأخيرة، كان هنالك قلق اجتماعى متزايد بشأن استخدام "المنتجات ذات الجينات المعدلة وراثياً" (GMOs) فى الأغذية. وقد فطن الرأى العام الى أنه مع المزايا المحتملة لاستخدام الجينات المعدلة وراثياً، هناك أخطار محتملة أيضاً على الإنسان، وعلى الكائنات الحية الأخرى، وعلى البيئة. رغم أن تلك المخاطر غير معلوم مداها بعد، واستجابة للقلق الجماهيرى المتزايد، قامت بعض سلاسل محلات السوبر ماركت الكبرى فى أوروبا (مثل ماركس أند سبنسر) برفض بيع أية سلعة غذائية حتوى على جينات معدلة وراثياً، واجهت السياسة الأوروبية صوب الإلزام بوضع بطاقات التعريف بالسلعة، وبيان مصدرها (الاقتفاء).

وقد تم توحيد وتعديل، وتوسيع القانون المعنى بالاقتفاء، والأخذ بنظام بطاقات التعريف بالجينات المعدلة وراثياً، بموجب اللائحة التنظيمية رقم 2003/1830 الصادرة عن الاتحاد الأوروبى.

وطبقاً للائحة التنظيمية الجديدة، فإن أية أغذية أو أعلاف حتوى على أية عناصر أو مكونات معدلة وراثياً، لابد من وضع بطاقة تعريف عليها تبين ذلك، وعلى امتداد جميع مراحل سلسلة الغذاء، ويشمل القانون الحالى جميع مواد الأغذية- والأعلاف- المنتجة من عمليات التعديل الوراثى. دون تفرقة بين تلك المواد التى حتوى على الحمض النووى (DNA) أو التعديلات الجينية فى

الكروموسومات، أو المواد التي تحتوي على بروتينات مستمدة من منتجات الجينات المعدلة وراثيا (europa. eu. int/scad plus/ leg) وتعفى من وضعها في بطاقات التعريف. بقايا المنتجات ذات الجينات المعدلة وراثيا التي لا تزيد عن حدود 0.9% والتي تعتبر تلوثاً حتمياً. ولابد من وضع بطاقة التعريف- التي تحمل عبارة "هذه السلعة تحتوي على منتجات من كائنات ذات جينات معدلة وراثيا" أو "هذه السلعة منتجة من منتج... المعدل وراثياً (ويذكر اسمه)"- على كل وحدة من وحدات التجزئة. وحينما يكون ذلك مستحيلاً فإن على الأطراف العاملة أن تؤكد أن تلك المعلومات منقولة مع السلعة على امتداد سلسلة العرض. وتقوم الوكالة الأوروبية للأمن الغذائي بمهام الترخيص والتعريف بالمنتجات ذات الجينات المعدلة وراثيا. تمشيا مع اللائحة التنظيمية رقم 2003/1892 للاتحاد الأوروبي. بشأن الموافقة على الأغذية والأعلاف المعدلة وراثيا وطرحها للتداول التجاري.

إن اهتمام المستهلك واستعداده لدفع الثمن، لكي يتفادي الجينات المعدلة وراثيا. كان موضوع أبحاث علمية عديدة ركزت على عدد كبير من السلع الغذائية والدول. وكانت هنالك بعض التطبيقات على المستهلكين الأوروبيين (لوسك وآخرون. 2003) الذين يستهلكون اللحوم البقرية في عدة دول أوروبية وفي الولايات المتحدة (بورتون وآخرون. 2001) والذين يستهلكون الأغذية النوعية (generic) في المملكة المتحدة، ويمكن أن نجد عرضاً موجزاً للكتابات الحديثة بشأن الموضوع في كتاب لوسك وآخرين (2005). بالإضافة التي التحليلات اللاحقة التي تقدم أساساً من أجل توحيد التقديرات بشأن 57 تقييماً مختلفاً للأغذية الحالية من الجينات المعدلة وراثيا.

وبالإضافة الى ذلك، فإن المستهلكين لا يطلبون فقط الغذاء الآمن، ولكنهم أيضا ينشؤون الجودة والتنوع. وفي هذا السياق، ركزت سياسة الاتحاد الأوربي على الأصناف المحلية من الأغذية أي على السلع الغذائية التي ترتبط جودتها أو شهرتها بإقليم معين أو منطقة معينة حيث يتم إنتاجها، أو ترتبط بمواد خام معينة، أو طرق تجهيز فنية ابتدعت في إطار منطقة جغرافية محددة. وفي دول أوروبية متوسطة مثل فرنسا وأسبانيا، يعود تاريخ حماية المنشأ- كوسيلة للتعرف على سلعة غذائية- إلى بداية القرن العشرين. وقد بدأ أول ما بدأ في قطاع صناعة النبيذ التي كانت أكثر تعرضاً للتدفقات التجارية الدولية، وأكثر عرضة للاحتمالات التقليد. وفي السبعينيات من القرن الماضي تم توسيع القانون الوطني في هاتين الدولتين لكي يشمل السلع الغذائية- الزراعية الأخرى. وفي عام 1992، ثم في عام 1999، قدمت المفوضية الأوروبية إطاراً قانونياً مشتركاً من أجل تعريف وتسجيل المسميات المحمية من السلع الغذائية- الزراعية والأنبذة، بحيث يسرى على جميع الدول الأعضاء في الاتحاد الأوربي. وقد استمد هذا القانون الجديد، التعريفات، والشروط، والإجراءات من القوانين الوطنية. وعلى هذا بات يمثل مرجعاً مشتركاً لجميع الدول المعنية، وقامت الهيئات التشريعية التابعة للاتحاد الأوربي بتعريف اصطلاح "المسمى المحمي للمنشأ" (PDO) بشكل يقترب كثيراً من الاصطلاح الفرنسي: "مسمى المنشأ المحمي" (ACO)، أو الاصطلاح الأسباني "تسمية المنشأ".

وكان الهدف الرئيسي من الأمثلة الأولى للسلع المتميزة بمسمى المنشأ، إبلاغ الناس بالمنشأ الحقيقي للسلعة كوسيلة لتفادي المنافسة غير العادلة، وحاشي سوء الاستخدام والتقليد، لأن ذلك لا يثبط همة المنتجين فحسب، ولكنه أيضا يحمل المستهلكين على الاعتقاد بأنهم

يشترتون سلعة "أصلية". بينما الحال ليس كذلك، في واقع الأمر. مما يؤدي الى شكل من أشكال النفور بعد الشراء. ومن المزايا الأخرى لسلع المنشأ المتميزة. تمكين الفلاحين والمنتجين من الاستمرار في كسب عيشهم في المناطق التي يقيمون فيها. عن طريق العثور على سوق لمنتجاتهم الغذائية العالية الجودة والذائعة الصيت. والحصول على أسعار تشجيعية مقابل الجودة والأصالة. ثم إن الارتباط الشديد بين السلعة والمنطقة. يجعل من الاقتفاء مسألة إلزامية؛ ومن ثم تنشأ علاقات رأسية أوثق على امتداد سلسلة التوريدات. مما يعزز إعادة توزيع القيمة المضافة بين العوامل الاقتصادية.

إن أهمية هذا النوع من الإنتاج لا تقدم فحسب للمنتجين- الذين يعملون في كثير من الحالات على نطاق صغير- مكوناً هاماً للقيمة المضافة. بل توجد عوامل خارجية إيجابية - ربما كانت أكثر أهمية- من أجل تنمية المناطق الريفية. منها منع هجرة سكان الريف. واستغلال الأراضي. والحفاظ على الريف. فضلاً عن المكاسب غير الملموسة مثل الحفاظ على التقاليد والشفافية. وعن طريق الترويج للأصناف المحلية المتميزة. يمكن أيضاً الترويج للإقليم. وهذا بدوره يشجع السياحة المحلية. وعلى نفس المنوال. فإن حماية السلع الغذائية المحلية يساهم في تنويع الإنتاج الزراعي. ويحول الفلاحين من إنتاج السلع الرئيسية بكميات كبيرة. إلى إنتاج سلع غذائية متميزة ذات جودة عالية. ولا يقل عن ذلك أهمية. من زاوية السياسات. أن تلك العلاقات المتكافئة التي تدعم بعضها بعضاً. تساعد على تقليص الاعتماد على الدعم الذي تقدمه السياسة الزراعية المشتركة (CAP). ومن ثم تتسق مع أهداف التنمية المستدامة للائحة الأوربي (أي الإنتاج المتميز القادر على المنافسة).

تعريفات قانونية:

اعتمد الإتحاد الأوروبي لائحتين في 1992. هما اللائحة 92/2081 (إتحاد أوربي) بشأن حماية السمعة الجغرافية. ومسمى المنشأ للسلع الزراعية والمواد الغذائية. واللائحة 92/2082 (إتحاد أوربي) بشأن شهادات الطابع الخاص للسلع الزراعية والمواد الغذائية. وبينما تتناول اللائحة الأولى حماية المسميات. فإن الثانية تحمي الوصفات التقليدية للأغذية. ولقد تم مؤخراً تحديث كلتا اللائحتين بموجب اللائحتين 2006/510 (إتحاد أوربي). 2006/509 (إتحاد أوربي) على التوالي.

وتميز اللائحة 92/2082 (إتحاد أوربي) بين فئتين من المسميات المحمية: المسمى المحمي للمنشأ. والسمعة الجغرافية المحمية. ويعرف المسمى المحمي للمنشأ بأنه: "اسم إقليم. أو مكان معين. أو دولة ما (في حالات استثنائية) يستخدم لوصف منتج غذائي- زراعي منشؤه في ذلك المكان. حيث ترجع جودة ذلك المنتج أو خصائصه المتميزة. أساساً- أو بشكل خالص- الى البيئة الجغرافية الخاصة بـمكان المنشأ. لما يتوفر فيه من عوامل طبيعية وبشرية أصيلة. مثل المناخ. والتربة. والخبرات المحلية. الخ. وأن جميع مراحل الإنتاج. والتجهيز. والإعداد لابد أن تتم في المنطقة التي يرتبط اسمها بالمنتج". ومن ذلك مثلاً. صناعة الجبن. حيث نجد أن أسماء بعض العائلات مثل: "روكفور" في فرنسا. و"برميجيانو ريجيانو" في إيطاليا. و"كويزو منشيجو" في أسبانيا. كلها تندرج تحت المسمى المحمي للمنشأ.

أما السمعة الجغرافية المحمية فهي: اسم إقليم أو مكان معين أو دولة من الدول (في حالات استثنائية) يستخدم لوصف منتج غذائي- زراعي. منشؤه ذلك المكان. ويتميز بجودة معينة.

أو سمعة طيبة أو أية خصائص متميزة أخرى تعزى الى ذلك المنشأ الجغرافي. أو القيام بمرحلة واحدة على الأقل من مراحل الانتاج أو التجهيز. أو الإعداد. فى تلك المنطقة الجغرافية المحددة" وعلى هذا. فإن المسمى الحمى للمنشأ يتطلب علاقة أقوى بين السلعة والمنطقة الجغرافية. بينما قد تتطلب السمة الجغرافية الحمية. بكل بساطة. أن يدين المنتج بسمعته الطيبة لمنشئه الجغرافي. ومن الأمثلة على السمة الجغرافية الحمية فى قطاع اللحوم "لحم خنزير منطقة بايون" فى فرنسا. و "تينيرا جاليجا" فى أسبانيا. و "سكوتش بيف" (لحم البقر الاسكتلندى) فى المملكة المتحدة.

وبموجب اللائحة 92/2082 (اتحاد أوروبى) يمكن تسجيل أي مادة غذائية كـ "غذاء تقليدي متميز مضمون" (TSG) إذا كانت تتوفر فيه خصائص تقليدية متميزة. تميزه عن المنتجات المماثلة الأخرى. إما لأنه يستخدم المواد الخام التقليدية. وإما لأنه يتميز بتركيبة تقليدية. أو نموذج إنتاجي و/أو تجهيزي متميز. بل إن الاسم فى ذاته يحمل تلك الدلالة الخاصة. سواء كانت تقليدية موروثه. أو نشأت بحكم العادة. ولكن لا تستخدم ماركة الغذاء التقليدي المتميز المضمون. على نطاق واسع شأنها شأن ماركات المسمى الحمى للمنشأ أو السمة الجغرافية الحمية. ومن الأمثلة على ذلك. "جامون سيرانو" أي لحم الخنزير المعالج. فى أسبانيا. وجبن الـ "موتزاريللا" فى إيطاليا.

إن فحوى هاتين اللائحتين بشأن المسمى الحمى للمنشأ (PDO) والسمة الجغرافية الحمية (PGI). والغذاء التقليدي المتميز المضمون (TSG) تغطي كافة السلع الزراعية والمواد الغذائية المحصنة للاستهلاك الإنسانى كقطعام¹ أو شراب (باستثناء النبيذ لأن له لائحة خاصة به. والمياه المعدنية مستبعدة منذ عام 2003 وتخضع لقرار توجيهي خاص)² وبعض المنتجات غير الغذائية التى تشكل مصادر رئيسية لدخل الفلاح. والتى ترتبط ارتباطا راسخا من قديم بمناطق جغرافية معينة (مثل: نباتات الزينة. والزهور. والفلين. والصوف. والزيوت الأساسية. الخ).

وتضع اللوائح الأوروبية رمزا مشتركا عبر الاتحاد. يرمز الى مسمى المنشأ. والسمة الجغرافية. والغذاء التقليدي المضمون. لكى تقرن المصادقية بالسلع المسجلة. وتقدم للمستهلك ضمانا فعليا للمنشأ. وتساعد المنتجين على زيادة الوعي بمنتجاتهم (أنظر الشكل 1). ومع ذلك. فإن استخدام تلك الشارات على بطاقات تعريف المنتج المصنعة بالسلعة المسجلة. ليس إجباريا.

شكل 1 شارات الاتحاد الأوروبى للتعرف على مسمى المنشأ. والسمة الجغرافية. والغذاء

التقليدي المضمون



1. تستبعد اللائحة مثلا المنتجات المستخرجة من نباتات التبغ.

2. قرار توجيهي للمجلس الأوروبى رقم 1777/80 اتحاد أوروبى. صادر فى 15 يوليه 1980 بشأن التقريب بين قوانين الدول الأعضاء. بشأن استغلال وتسويق المياه المعدنية الطبيعية.

أما تعليق الأسماء الجغرافية على عبوات الأنبذة، فتحكمة لائحة خاصة-على مستوى عموم أوروبا- تعود الى 1999 (اتحاد أوروبي 1493 / 1999)، وتختص بالسوق المشتركة للنبيد. وتخصص اللائحة فصلا للخمور ذات الجودة. المنتجة في مناطق محددة (q.w.p.s.r). وقد تم تعديل ذلك الفصل وتوسيعه في وقت لاحق. بمعرفة الاتحاد الأوربي 1607 / 2000. وعلاوة على ذلك، فإن كل دولة تقدم لائحتها الخاصة. لكي تضع التعريفات والشروط العامة، ففي أسبانيا، على سبيل المثال، تم اعتماد قانون جديد مؤخرا بشأن النبيد والكروم (ley 2003/24) تم بموجبه تعريف فئات النبيد المختلفة طبقا للشروط المفروضة فيما يتعلق بالارتباط بالمنطقة الجغرافية ومواصفات الجودة. وبالإضافة الى ذلك، تقوم هيئة التفتيش، بالنسبة لكل منطقة جغرافية، بوضع شروط تفصيلية للغاية لكل نوع من الأنبذة. حتى يكون صالحا للحصول على شهادة تعريف بالمنشأ (أنواع الكروم، وأقصى إنتاجية من الكروم لهكتار، والطرق التكنولوجية لزراعة وحصاد الكروم، وعمليات التجهيز التفصيلية لاستخراج النبيد، الخ). وتتسق مثل هذه الخطوط التوجيهية، في حالة النبيد، مع مثلتها المطبقة على المنتجات الغذائية الأخرى المسجلة من خلال لائحة الاتحاد الأوربي رقم 92/2081 بالنسبة للمسمى المحمي للمنشأ، او اللائحة رقم 92/2083 بالنسبة للأنواع التقليدية من الأغذية المضمونة.

ومع ذلك، فإنه يوجد العديد من السلع الأخرى ذات الجودة في أوروبا، والتي يتم حمايتها على المستوى الوطني، بل وعلى مستوى المناطق، والتي قد ترتبط بدرجات متفاوتة بمنطقة جغرافية، أو بمعايير محددة للجودة، وفي بعض الحالات، حظى تلك السلع بشارات تصديق، أي الشارات الجماعية التي تستطيع مجموعة من المنتجين استخدامها بشرط التزامهم بمجموعة من الشروط المتعارف عليها (مثل: مكان المنشأ، والمواد الخام، وطرق الإنتاج). وبموجب تلك اللوائح، فإن أصحاب المشروعات الصغيرة الحجم في مختلف القطاعات، يمكنهم أن يقوموا بدمج مواردهم حت يتسنى لهم الحصول على اعتراف عام لمنتجاتهم حيث تكفل لهم شارة التصديق الاعتراف بمستوى الجودة العالية، وعمليات التجهيز النوعية (التقليدية). ومن الأمثلة على شارات التصديق على السلع الزراعية "الشارة الحمراء" (Label Rouge)، و"التصديق على مطابقة السلعة" في فرنسا، و "التصديق على جودة الغذاء" (C de Calidad Alimentaria) في إقليم أراجون في أسبانيا.

إجراءات التسجيل³

إن تسجيل أي اسم من الأسماء مثل: المسمى المحمي للمنشأ، والسمة الجغرافية المحمية، والغذاء التقليدي المتميز، والنبيد الجيد الذي ينتج في أقاليم محددة، هو عادة نتاج مبادرة طوعية خاصة من جانب المنتجين المعنيين، على الرغم من إمكانية وجود دوافع حرك هؤلاء المنتجين بفضل دعم وأو مبادرة من جانب السلطات الإدارية العامة المحلية أو الإقليمية، ويحتاج مجموعة من الفلاحين أو المنتجين وأو المصنعين الذين يتعاملون مع نفس السلعة (وقد يشترك أيضا المستهلكون) الى إعداد طلب، يتضمن ما يلي: (1) الاسم (الجغرافي او التقليدي، وصفة التقليدي تختص بمنطقة معينة): (2) وصف تفصيلي للخصائص الطبيعية، والكيمائية، والميكروبيولوجية، والحيوية، والمذاقية للسلعة بحيث تبرز خصوصيتها الموضوعية. (3) وصف لطريقة تقديم السلعة للحفاظ على طبيعتها (مثل تقديمها في شكل شرائح أو مبشورة) وفي

3. يمكن الاطلاع على الإجراءات العامة للتسجيل لدى المفوضية الأوروبية (2004 a).

أى مرحلة من مراحل الإعداد (طازجة، مجهزة)، (4) حدود المنطقة الجغرافية الصالحة لإنتاج المنتج الغذائي. (5) الإجراءات المتبعة لضمان اقتفاء السلعة حتى منشئها (مثل: احتفاظ الفلاحين بسجلات، والأحواض الصالحة من الأراضي، والمصنعين المؤهلين لعملية التصنيع، والرقابة على مختلف مراحل الإنتاج)، (6) شرح تفصيلي لطريقة الإنتاج. وأهم من ذلك بكثير)، (7) لابد أن يبرهن الطلب على الصلة بين السلعة والمنطقة التي أنتجت فيها، والتأكيد على تأثير البيئة الطبيعية والبشرية على الخصائص النهائية للسلعة وجودتها، ويجوز تدعيم هذا المعيار الأخير باستخدام المستندات التاريخية للتأكيد على الصلة التقليدية بين السلعة والمنطقة التي تنتج فيها، وأخيراً)، (8) لابد من تعيين هيئة تفتيش (خاصة أو عامة)، لمرقبة مدى تطابق السلع مع خصائصها النوعية المطلوبة، ومنح شهادة التصديق، وهيئة التفتيش عنصر فاعل أساسي في تشغيل سلسلة التوريد فيما يتعلق بالمسمى المحمي للمنشأ/ السمة الجغرافية المحمية، وتوسيع أنشطة الشبكة- مثل تقديم اقتراحات من أجل تعديل مواصفات السلعة، أو مقترحات من أجل الترويج، والعمل على تحديث السجلات، والقيام بجميع عمليات الرقابة، والتحقق، ووضع بطاقات التعريف.

وبعد ذلك، يقدم الطلب الى السلطات الوطنية المختصة (كوزارة الزراعة مثلاً)، ولا يتم العمل بإجراءات التسجيل لدى المفوضية الأوروبية، إلا بعد إقرارها على المستوى الوطني، ثم تقوم المفوضية بنشر الإقرار النهائي في الجريدة الرسمية للاتحاد الأوربي. ويمكن لأية دولة تقديم اعتراضاتها على أساس تعارض اسم السلعة مع علامة تجارية موجودة في السوق منذ خمس سنوات على الأقل، او مع الاسم النوعي، أو إدعاءات فحواها أن السلعة لا تتوافر فيها الشروط المطلوبة. ويمكن للدول من خارج الاتحاد الأوربي، أن تقوم أيضاً بتسجيل منتجاتها باتباع نفس الإجراءات، شريطة قيامها بتقديم حماية ماثلة، لما يقوم به الاتحاد الأوربي بالنسبة للمسمى المحمي للمنشأ (PDO)، والسمة الجغرافية المحمية (PGI)، وكذلك الضمانات، وإجراءات التفتيش والاعتراضات المطابقة او المعادلة لما هو معمول به في الاتحاد الأوربي.

وقد ثارت اعتراضات عديدة من دول ثالثة، عندما حاول المنتجون تسجيل أسماء معينة في ظل لوائح الاتحاد الأوربي، ومن الأمثلة الجيدة على ذلك، الجبن "فيتا" والذي كان قد تم الاعتراف بها أصلاً من جانب الاتحاد الأوربي في عام 1996 على أنها سلعة يونانية المنشأ، حيث عانت من اعتراضات الدانمرك، وألمانيا، وفرنسا، التي زعمت أنها أيضاً أنتجت جبناً تحت اسم "فيتا"، وتبعاً لذلك رأت أن انتاجها معرض للخطر بسبب حظر استخدام هذا الاسم، متى أصبح حقاً خالصاً للمنتجين اليونانيين، وكانت دعاوهم تركز على فكرة أن "فيتا" اسم نوعي، درج المستهلكون على استخدامه للإشارة الى نوع معين من جبن الماعز، أما الحجة اليونانية المقابلة، فكانت تركز على العلاقة التاريخية بين السلعة والمنطقة الجغرافية واللائحة الوطنية التي كانت معمولاً بها منذ عام 1935، والطبيعة الخاصة للسلعة (ألبان الغنم والماعز)، وعملية التصنيع، والتفاعل بين الظروف البيئية (المناخ الجاف، والمراعي) والخصائص النهائية للسلعة، بل طرحت حجة أخرى، وهي أن شروط تصنيع السلعة قد شوهدت في الدول الأخرى (بسبب خلط الألبان البقرية مثلاً مع ألبان الأغنام والماعز، واستخدام عوامل كيميائية لتبييض الجبن)، وفي النهاية، تم التأكيد في عام 2002، على أن اسم "فيتا" يشير إلى سلعة يونانية المنشأ ولهذا يستحق الحماية.

وقد يصبح الوصف التفصيلي للخصائص النوعية لسلع المسمى المحمي للمنشأ والسمة الجغرافية المحمية، بالنسبة لمواصفات السلعة، قضية هامة من أجل توفير الحماية الشرعية. وتوضح تلك النقطة في حالة سلعتين إيطاليتين، لهما حق حماية المنشأ، وهما "لحم خنزير بارما" (Prosciutto di parma)، وجبن (Grana Padano). حيث كانت تقوم سلسلة متاجر ASDA في المملكة المتحدة ببيع لحم خنزير بارما الذي يتمتع بحق حماية المنشأ، مقطعا الى شرائح ومعبأ في المملكة المتحدة، وبالمثل، كانت شركة رافيل (Ravil) الفرنسية، تقوم باستيراد، وبشر، وإعادة تعبئة، وتوزيع جبن "جرانا بادانو" في فرنسا. فقامت مجموعة شركات Prosciutto di Parma برفع دعوى قضائية في المملكة المتحدة ضد سلسلة متاجر ASDA والشركة المسؤولة عن عمل شرائح لحم الخنزير وتعبئتها. بينما قام Biraghi وهو مُنتج إيطالي لجبن جرانو بادانو، والمستورد الوحيد في فرنسا (Bellon) لجبن "جرانا بادانو" المبسور، برفع دعوى في فرنسا ضد شركة رافيل (Ravil). وفي كلتا القضيتين، أثير في الدعوى بأن عملية الشرائح والبشر والتعبئة يجب أن تتم في إقليم المنشأ، من أجل الحفاظ على حق استخدام شهادة المسمى المحمي للمنشأ، بالنسبة للحم الخنزير بارما، ونفس الشيء بالنسبة لجبن جرانو بادانو على التوالي. ورفعت القضيتان أمام المحاكم في المملكة المتحدة، وأمام المحاكم الفرنسية على التوالي، ولكنهما أُحيلتا الى محكمة العدل الأوروبية، لإصدار حكم مبدئي بشأن تفسير لائحة الاتحاد الأوروبي بخصوص المسمى المحمي للمنشأ. وفي 2003، أصدرت محكمة العدل حكمها لصالح الشاكبين على أساس أن بشر الجبن، وتشريح لحم الخنزير إلى شرائح، وعملية التعبئة، تشكل عمليات هامة يمكن أن تضر بالجودة والأصالة، ومن ثم تضر بسمعة المسمى المحمي للمنشأ. إذا لم يتم التقيد بالشروط، وعلى أيه حال، فقد تم حظر هذه العمليات على الأطراف العاملة خارج إقليم الإنتاج، لسبب وحيد وهو أن تلك العمليات قد وضعت خصيصا وبصراحة لتلك المنتجات.

المسمى المحمي للمنشأ، والسماوات الجغرافية، والأنواع المتميزة من الأغذية التقليدية⁴

الاتحاد الأوربي:

ما لا شك فيه أن القانون الأوربي المعنى بجودة الغذاء المرتبطة بالمنشأ، قد نجح في اجتذاب المنتجين، وبحلول شهر يوليو/ 2006، كان هنالك 710 سلعة مسجلة، تتمتع بحماية مسمى المنشأ/السمة الجغرافية- بنسبة زيادة 6% عما كان عليه الحال في عام 2004، وحوالي 60% من الـ 710 سلعة، هي سلع تتمتع بحماية مسمى المنشأ (PDOs)، ومن الواضح أن الأغذية التقليدية المميزة تتخلف في هذا المضمار كثيرا، حيث تنطبق فقط على 15 سلعة غذائية (المفوضية الأوروبية، 2006).

وتقع معظم السلع الغذائية المحمية في بلدان البحر المتوسط، وهو أمر متوقع، مرجعه إلى حقيقة مؤداها أن تلك السلع موجودة في تلك البلدان منذ أجال طويلة، وحتل إيطاليا المرتبة الأولى، حيث يوجد لديها 155 سلعة تتمتع بحماية مسمى المنشأ والإقليم، وواحدة من السلع الغذائية التقليدية المتميزة، تليها فرنسا حيث يوجد لديها 148 سلعة غذائية محمية. وتمثل

4. يستبعد قطاع النبيذ من التحليل، لأنه يخضع للوائح خاصة، تعنى ليس فقط بالجودة، والسماوات الجغرافية، ولكنها تعنى أيضا بتنظيم السوق المشتركة، وعلى هذا فهي مختلفة عن تلك اللوائح المصممة من أجل السلع الغذائية داخل إطار السياسة الأوربية لجودة الغذاء.

هاتان الدولتان معا 42% من العدد الإجمالي للسلع الغذائية الحائزة على شهادة الجودة في الاتحاد الأوروبي. أما نصيب أسبانيا فهو 13.8% من العدد الإجمالي من السلع الغذائية المصدق عليها. تليها البرتغال (12.8%) ثم اليونان (11.4%). (انظر شكل بياني 1).

ويبدأ تاريخ تمييز المنشأ في دول شمال الاتحاد الأوربي مع القانون الذي أقره الاتحاد الأوربي في عام 1992. وعلى هذا فهو يتخلف عما هو موجود في الدول المتوسطة بشكل واضح. فألمانيا لديها 67 سلعة تتمتع بحماية مسمى المنشأ، والسمة الجغرافية. بينما المملكة المتحدة لديها فقط 29 سلعة تتمتع بحماية مسمى المنشأ والسمة الجغرافية. وإحدى السلع التقليدية المتميزة. أما الدول العشر الجديدة في الاتحاد الأوروبي. فليس لديها بعد أي شهادات على الجودة (باستثناء جمهورية التشيك التي لديها 3 أنواع من البيرة تتمتع بحماية مسمى المنشأ). بينما نجد أن بقية دول الاتحاد. تمثل كل منها أقل من 1% من العدد الإجمالي للسلع المسجلة.

وتكتشف المقارنة بين فئات السلع الغذائية. أن "الجبن" يأتي في المقام الأول. حيث يتمتع بحماية مسمى المنشأ وحماية السمة الجغرافية 155 نوعا. ونوعان من الأغذية التقليدية المتميزة. تليه "الفاكهة والخضروات والحبوب". حيث نجد أن 146 نوعا منها مسجلا لتمتعه بحماية مسمى المنشأ أو السمة الجغرافية (وتشتمل أيضا على البقول). (انظر شكل بياني 3). وتمثل هاتان الفئتان من الغذاء 42% من العدد الإجمالي من السلع المسجلة (انظر شكل بياني 2). ويوجد 102 شهادة تصديق بالنسبة لفئة "اللحوم الطازجة". اعتبارا من شهر يولييه 2006. تشمل اللحم البقري. والضأن. ولحوم الدواجن. وفضلات الذبائح. و94 شهادة لـ "الزيوت والدهون" مع ارتفاع نسبة تمثيل زيت الزيتون عنه بالنسبة للزبد. و79 شهادة لـ "السلع التي تعتمد في تركيبها على اللحم". أما فئة المشروبات الأخرى فتشتمل أساسا المياه المعدنية. ومياه الينابيع. وعصير التفاح؛ وتتركز تلك المنتجات أساسا في ألمانيا. وفرنسا. والمملكة المتحدة. ويبلغ إجمالي السلع المتمتع بحماية مسمى المنشأ وحماية السمة الجغرافية منها. 39 سلعة. وهناك 24 سلعة إضافية أخرى. ذات أصل حيواني. وهي: العسل. والبيض. ومنتجات الألبان (باستثناء الزبد) تحمل نفس رقم حماية مسمى المنشأ والسمة الجغرافية. الذي جملة "البيرة". أما الفئات ذات الأعداد الأقل من السلع المسجلة فهي "السلع الغذائية الأخرى" مثل البهارات. والتوابل (مثل الزعفران من منطقة لامانشا في أسبانيا ويتمتع بحماية مسمى المنشأ). وسلع غير غذائية (مثل الزيوت الأساسية. مثل زيت اللافندر من منطقة بروفانس العليا في فرنسا). والأسماك الطازجة. (مثل الأنشوجة من منطقة collioure في فرنسا) بأسماء مسجلة تقل عن عشرة.

شكل بياني 1 توزيع عدد السلع الغذائية حسب حماية مسمى المنشأ.

والسمة الجغرافية. والسلع التقليدية المتميزة بين بلدان الاتحاد الأوروبي.

وتتنثر مصادر الإحصاءات بشأن كميات الإنتاج وقيم كل فئة من السلع. أو كل سلعة حاصلة على شهادة تصديق بين الدول الأوروبية. فيما لا يوجد مصدر إحصائي أوربي واحد يجمع تلك المعلومات. وعلى هذا لا توجد بيانات شاملة بشأن القيمة الاقتصادية للسلع الغذائية الحاصلة على شهادة المنشأ



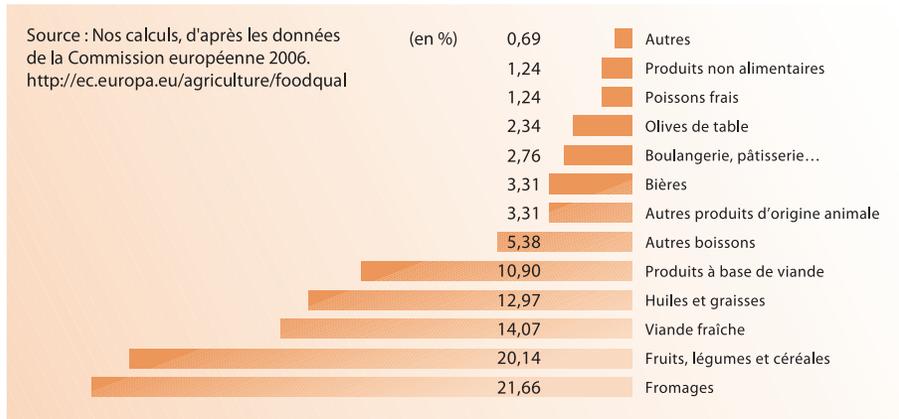
Source : Nos calculs, d'après les données de la Commission européenne 2006.
http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual

في الاتحاد الأوربي ككل. وبسبب ذلك، لا توجد تقديرات إجمالية لوزن تلك السلع في حجم أعمال صناعة الأغذية الزراعية.

ولتقديم بعض الأرقام الاقتصادية، يركز هذا القسم على الدول التي يوجد بها عدد كبير من السلع الحاصلة على شهادة المنشأ، وكذلك التركيز على القطاعات التي يوجد بها أعلى تركيز لشهادات المنشأ. وعادة ما يتم جمع البيانات بمعرفة الهيئات التنظيمية أو هيئات التفتيش. بالنسبة لمسمى المنشأ والسمة الجغرافية، ثم تقوم الوزارات الوطنية المختصة، مثل الزراعة والثروة السمكية والأغذية، بمعالجات إضافية تفصيلية للبيانات، للتوصل إلى بعض الأرقام الإجمالية. وفي سنة 2005 قام "المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية" (ISMEA) في إيطاليا، بإصدار تقرير تضمن بيانات من مختلف المصادر الرسمية في دول الاتحاد الأوروبي. ورغم أن الجزء الأساسي من التقرير ينصب على إيطاليا، إلا أن هناك بعض المعلومات عن الدول المتوسطة الأخرى مثل: فرنسا، وأسبانيا، والبرتغال واليونان. وعندما تتوفر الإمكانية، يتم تحديث تلك البيانات، مع الاستفادة من الإحصاءات الوطنية، وإن كنا في معظم الحالات، قد استقينا المعلومات الواردة في هذا القسم من التقرير المذكور أعلاه.

وفي الأشكال من 4 إلى 6، نوضح أنصبة الدول من حيث عدد السلع المسجلة التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ أو حماية السمة الجغرافية، وحجم الإنتاج. بالنسبة لثلاثة قطاعات هي: "زيت الزيتون"، "الجبن"، "الفواكه والخضروات والحبوب". وتوضح الأشكال البيانية الدول المتوسطة فقط. لأن معظم تلك المنتجات يتركز فيها.

شكل بياني 2 توزيع عدد السلع التي تتمتع بحماية المنشأ، والحماية الجغرافية، والأغذية التقليدية المتميزة بين فئات الأغذية.



تستحوذ الدول المتوسطة على 88 اسما مسجلا، يتمتع بحماية المنشأ السمة الجغرافية. وبالنسبة لزيت الزيتون يتركز نصفها تقريبا في ايطاليا (43%)، و تليها اليونان (28%)، ثم اسبانيا (16%)، ومع ذلك فانه لا يوجد تناسب بين عدد سلع حماية المنشأ السمة الجغرافية وبين حجم الإنتاج؛ فاسبانيا هي المنتج الرئيسي، وتستحوذ على 46% من إجمالي الإنتاج المحلي بنوعيه. بينما تأتي ايطاليا في المركز الثاني. وعلى الرغم من ضخامة عدد أنواع زيت الزيتون

الحاصلة على شهادة المنشأ في اليونان، إلا أن إجمالي انتاجه يمثل فقط 11% من انتاج الدول المتوسطية.

ويوجد 126 منتجاً من الجبن، يتمتع بحماية مسمى المنشأ، أو السمة الجغرافية في الدول الأوروبية المتوسطية، وتستحوذ فرنسا على 34% منها، تليها إيطاليا (25%)، بينما نجد أن إسبانيا واليونان لديهما نفس العدد تقريبا من أنواع الجبن المحمي. وكما هو الحال بالنسبة لزيت الزيتون، لا يوجد تناسب مباشر بين عدد السلع وبين الكمية المنتجة. وعلى هذا فإنه على الرغم من أن فرنسا هي الدولة الرئيسية من

حيث أنواع الجبن التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ، إلا أنها الثانية بعد إيطاليا من حيث الكمية المنتجة. فيما نجد أن إسبانيا لديها 15% من السلع المحمية تنتج 3% فقط من إجمالي الإنتاج من الجبن، وفي داخل فئة "الخضر و الفاكهة و الحبوب"، نجد أن الدول المتوسطية الخمس تنتج إجمالاً 136 سلعة محمية، يتركز ثلثها في إيطاليا، وإن كانت لا تمثل إلا 5% فقط من حجم الإنتاج. وما يثير الاهتمام، أن خمس السلع المحمية يتركز في إسبانيا، وإن كانت تساهم بالشطر الأكبر من حيث حجم الإنتاج. أما فرنسا- على النقيض من ذلك- فهي ثاني أكبر منتج ولكن نسبه السلع المحمية 18% فقط.

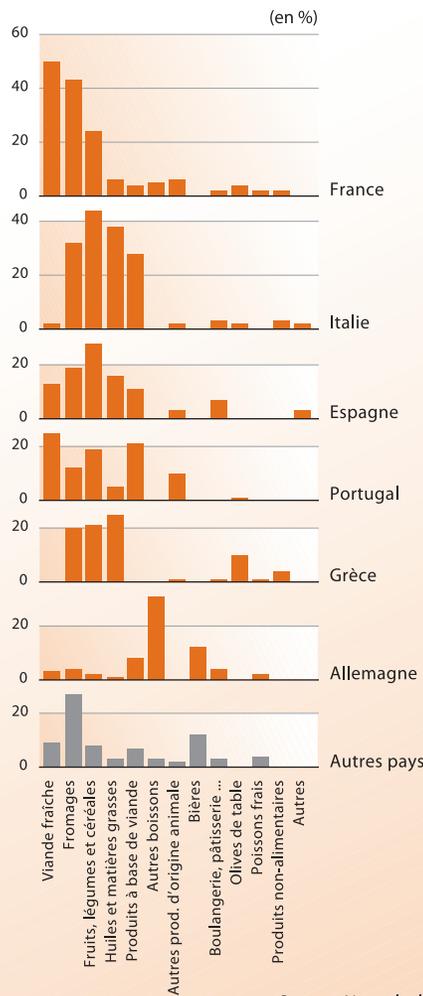
توضح الأرقام إذن، عدم وجود تناسب بين عدد السلع الحاصلة على شهادات المنشأ، وبين حصتها من السوق. ويفسر ذلك إلى حد كبير أن سلع المنشأ تلك، يتم إنتاجها كما هو معروف عنها، بمعرفة منتجين على مستوى محدود النطاق. ومع ذلك، نجد أنه في داخل نفس الفئة من السلع الزراعية، تحقق بعض سلع المنشأ أسعاراً أعلى في السوق من غيرها من السلع. ولهذا السبب فإن الأثر الاقتصادي لا يرتبط تماماً بعدد السلع، ولا حتى بحجم الإنتاج (أنظر أدناه، حالة زيت الزيتون، مثلاً، في إسبانيا وإيطاليا). وفي الفقرات التالية نقدم صورة أكثر تفصيلاً لدول معينة.

فرنسا:

في فرنسا تتركز غالبية السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ أو حماية السمة

شكل بياني 3 السلع المحمية المنشأ/ السمة الجغرافية، والأغذية التقليدية المتميزة.

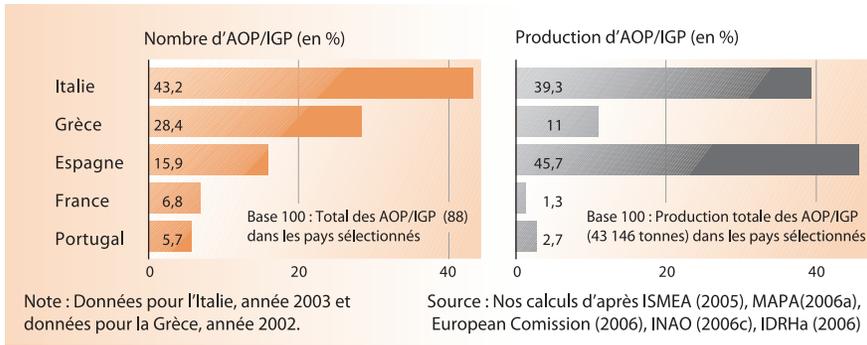
المسجلة حسب كل قطاع وحسب الدولة



Source : Nos calculs d'après les données de la Commission européenne 2006.

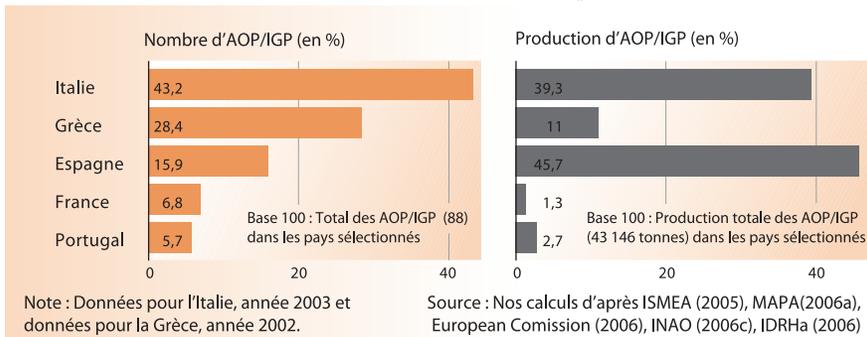
الجغرافية. في قطاعي الجبن واللحوم الطازجة. فمن بين 157 نوعا من الجبن يتمتع بحماية النظم الثلاثة لشهادات الجودة في الاتحاد الأوروبي. نجد 43 نوعا خاصا تنتج في فرنسا (أنظر جدول-1 في الملحق). وطبقا لتقديرات "المعهد الوطني لمسميات المنشأ" (b, 2006, INAO). بلغ إنتاج الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ في فرنسا 193865 طن في عام 2004. أي 17.3% من إجمالي إنتاج فرنسا من الجبن. ويقدر إجمالي المبيعات لسلسلة العرض من منتجات الألبان التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ بـ 2000 مليون. حسب تقديرات "المعهد الوطني لمسميات المنشأ". وينخرط في ذلك القطاع 30.000 من منتجي الألبان. منهم 1.400 يشتركون في تصنيع الجبن. سواء في إحدى مراحل التصنيع أو فيها جميعا. بالإضافة إلى حوالي 625 جهة تصنيع تشمل بعض التعاونيات أو شركات خاصة. وتستحوذ أربعة أنواع من السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ على نصف إنتاج الجبن المحمي المنشأ في فرنسا. وهي: كونت Comte %22.4. وكانتال (Cantal %9.7) وروكفور (Roquefort %9.7). وريبلوشو (Reblochon %8.6)- ويستخرج معظم الجبن في فرنسا من ألبان الأبقار (حوالي 85%). ولا يستهلك الجبن المحمي المنشأ فقط في فرنسا. وإنما تزداد صادراته بسبب سمعته العريضة. وطبقا لإحصاءات المعهد الوطني الفرنسي لتحديد المنشأ (b, 2006). فقد تم تصدير زهاء 6% من إنتاج الجبن الذي تتمتع بحماية مسمى المنشأ في عام 2004. وجاء الجبن الروكفور في المرتبة الأولى حيث بلغ حجم صادراته 3509 طن (19% من إجمالي الإنتاج). وجاء الجبن الكونت في المرتبة الثانية بحجم صادرات 2683 طن (6% من إجمالي الإنتاج).

شكل بياني 4 قطاع زيت الزيتون المحمي المنشأ/ السمة الجغرافية



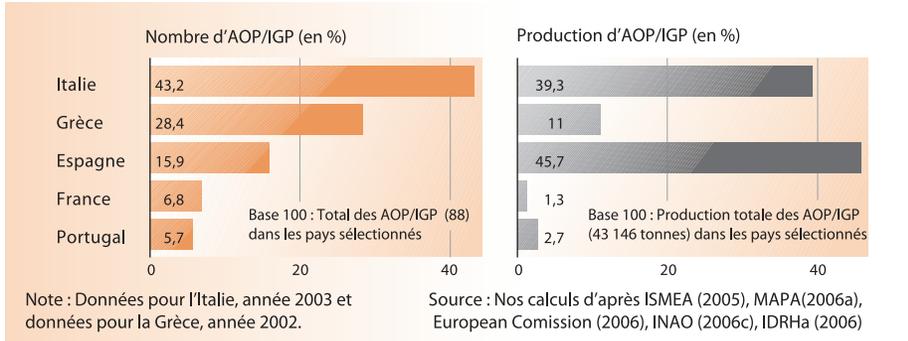
ملحوظة: الكمية في إيطاليا سنة 2003. والكمية في اليونان 2002.

شكل بياني 5 قطاع الجبن المحمي المنشأ/ السمة الجغرافية



ملحوظة: الكمية في إيطاليا سنة 2003. والكمية في اليونان 2002.

شكل بياني 6 قطاع الفواكه والخضروات والحبوب المحمية المنشأ/ السمة الجغرافية



ملحوظة: الكمية في إيطاليا سنة 2003، والكمية في اليونان 2002.

ويتركز نصف اللحوم الطازجة التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ السمة الجغرافية، في فرنسا، حيث تستحوذ هذه الدولة على 50 سلعة محمية في قطاع اللحوم الطازجة، وتمثل الدواجن قطاعاً فرعياً رئيسياً (31 حماية السمة الجغرافية)، وتشير البيانات المتاحة بشأن 16 سلعة تتمتع بحماية السمة الجغرافية إلى كمية إنتاج تبلغ 138658 طن، قيمتها 1505 مليون يورو في 2003 (المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية 2005).

وأما بالنسبة لفئة "الفواكه والخضراوات والحبوب"، فإن فرنسا تحتل المرتبة الثالثة بعد إيطاليا وأسبانيا. بـ24 سلعة مسجلة، وفي عام 2004، كان الحجم الذي حققته 9 سلع تتمتع بحماية مسمى المنشأ 29360 طن (المعهد الوطني الفرنسي لمسمى المنشأ، 2006 ج). وكانت أهم السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ "جوز هند بيمبول" (8392 طن)، (وجوز walnut جرينوبل) (5445 طن)، ويمثل هذا النوع الأخير 14% من إجمالي إنتاج الجوز في فرنسا، وكانت المجموعة الفرعية من سلع السمة الجغرافية المحمية، داخل قطاع الفواكه والخضراوات قد أنتجت 66057 طن في 2002 تبلغ قيمتها الاقتصادية 13118 مليون يورو تقريبا (المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية، 2005)، تمثل سلعة واحدة منها -وهي "قراصيا داجون" التي تحظى بحماية السمة الجغرافية 61% من إجمالي الإنتاج.

إيطاليا:

توجد غالبية السلع التي تحظى بحماية مسمى المنشأ وحماية السمة الجغرافية في إيطاليا، ضمن فئة "الفواكه والخضراوات والحبوب"، وتبلغ 12121 طن (بيانات 2003) تمثل 44 سلعة من سلع حماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية، ومن حيث القيمة، تبلغ قيمة تلك السلع 14.1 مليون يورو (جدول 2 في الملحق) ويمثل البنقدق - من نوع نوكيولا ديل بيمونتي - الذي يحظى بحماية السمة الجغرافية بما يناهز نصف قيمة المبيعات. أما القطاع الثاني من حيث عدد التسميات المسجلة للسلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ السمة الجغرافية، فهو زيت الزيتون، ففي 2003، تم إنتاج 16943 طن بلغت قيمتها 102 مليون يورو، وكانت الأنواع الرئيسية الثلاثة من زيت الزيتون الحاصلة على شهادة المنشأ هي: "Terra di Bari" حماية مسمى المنشأ، و"Toscana" حماية السمة الجغرافية، و"Riviera Ligure"، حماية مسمى المنشأ، وتمثل 90% من إجمالي الإنتاج، 83% من قيمة المبيعات على التوالي (المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع

الزراعية، 2005). وبنظرة خاطفة أخرى على البيانات يتضح أن جزءا كبيرا من قيمة الإنتاج في كلا القطاعين، يأتي من خلال عوائد التصدير، وبشكل أكثر تحديدا، تمثل الصادرات حوالي 8%. 13% من قيمة إنتاج قطاع "الفواكه والخضروات" و "زيت الزيتون" لكل منهما على التوالي. ومع ذلك، فإن القطاعين الأخيرين ليسا هما أهم القطاعات- بالنسبة للسلع الإيطالية المحمية من حيث مسمى المنشأ/السمة الجغرافية- بالمفهوم الاقتصادي.

أما قطاعا الجبن، والسلع التي أساسها اللحوم، فعلى الرغم من قلة عدد السلع المسجلة فيهما نسبيا من حيث حماية مسمى المنشأ/السمة الجغرافية، إلا أنهما يستحوذان على 95% من القيمة الإجمالية للسلع الحاصلة على شهادات المنشأ. ولدى إيطاليا 32 نوعا من الجبن يتمتع بالحماية. ورغم أن هذا الرقم أقل من نظيره في فرنسا، إلا أن إيطاليا تنتج كمية من الجبن تبلغ ضعف إنتاج الجبن الفرنسي الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ. وطبقا لتقرير "المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية" الصادر عام 2005، بناء على إحصاءات قدمتها هيئات التفتيش، فإنه قد تم إنتاج 390207 طن عام 2003 من الجبن الحاصل على شهادات حماية مسمى المنشأ والسمة الجغرافية، ويتركز معظم الإنتاج في 6 سلع حماية مسمى المنشأ. هي (جرانا بادانو) 31%، (برمجيانو ريجيانو) 28%، (جورجونزولا) 10%، (بيكورينو رمانو) 8%، (موتزاريللا دي بفلو كومبانا) 7%، (أسياجو بريساتو) 5%، وطبقا لنفس المصدر كانت قيمة إجمالي المبيعات 2650 مليون يورو في 2003 على مستوى الإنتاج، 3948 مليون يورو على مستوى الاستهلاك. وكان أعلى عائد على المبيعات بالنسبة للسلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ، على نوعين من الجبن هما: "برمجيانو ريجيانو" و "جرانا بادانو" حيث استحوذا على 39% و 29% من المبيعات، لكل منهما على التوالي. وتعتبر أسواق التصدير مقاصد هامة للجبن الإيطالي الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ. ففي عام 2003 تم تصدير 19% من إجمالي الكمية المنتجة في إيطاليا. وكانت دول الاتحاد الأوروبي هي المقاصد الرئيسية للجبن الإيطالي. وكانت السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ ذات الثقل الأكبر في الإنتاج، حيث تتجه أيضا نحو التصدير بقوة. وعلى سبيل المثال، في عام 2003، تم تصدير 12% من جبن بريجيانو ريجيانو، حيث تم ارسال 70% من تلك الصادرات إلى دول الاتحاد الأوربي الأخرى؛ وفي نفس السنة، تم تصدير 22% من جبن جرانو بادانو، وتم إرسال 60% من تلك الصادرات إلى دول الاتحاد الأوربي الأخرى (المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية، 2005) ومن المقاصد الهامة الأخرى، خارج الاتحاد الأوروبي، سويسرا، والولايات المتحدة.

وفي إيطاليا أيضا بلغ الناتج من 28 سلعة أساسها اللحوم من السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ/السمة الجغرافية 172026 طن، وقيمتها النقدية 1473 مليون يورو. وهذا ثاني أكبر قطاع من حيث حجم المبيعات، والأول من حيث الصادرات (42%). ويعتبر لحم الخنزير من نوع (Prosciutto di parma) هو السلعة الغذائية الرئيسية الحاصلة على شهادة منشأ في إيطاليا، والتي تمثل 24% من إجمالي مبيعات جميع القطاعات، كما تمثل نصف كمية وقيمة السلع التي أساسها اللحوم الحاصلة على شهادة ضمان الجودة، في إيطاليا. ومن السلع الأخرى الهامة المضمونة الجودة في تلك الفئة: "Prosciutto San Daniele" حاصلة على حماية مسمى المنشأ، و "Mortadella Bologna"، حماية السمة الجغرافية، حيث يبلغ نصيبهما في السوق 16%، و 10% لكل منهما على التوالي.

أسبانيا:

تركز السلع الأسبانية الحاصلة على شهادة المنشأ. أساسا. فى قطاع "الفواكه والخضراوات" (أنظر جدول 3- فى الملحق). وبلغ مجموع السلع التى وافق عليها الاتحاد الأوروبى حاليا 28 سلعة. وتم الاعتراف بـ 10 سلع بموجب القانون الأسباني. ولكنها لازالت تنتظر الموافقة النهائية من جانب الاتحاد الأوروبى. وقد تم إنتاج ما مجموعه 123179 طن من الفواكه والخضراوات المسجلة. فى عام 2004. تبلغ قيمتها 117.8 مليون يورو. أو 18.7% من إجمالي القيمة الاقتصادية التى تردها السلع الحاصلة على شهادة المنشأ. ومن تلك الكمية الإجمالية تم توجيه 25% تقريبا إلى أسواق التصدير (وهى بلدان الاتحاد الأوروبى أساسا). وأهم ثلاث سلع من الناحية الاقتصادية هي: "أسباراجو دي نافارا" حماية السمة الجغرافية. و"نسبيروس كالوسا دن ساريا" حماية مسمى المنشأ. و"مانزانا دي جبرونا" حماية السمة الجغرافية. التى تستحوذ معا على 43% من القيمة الإجمالية لهذا القطاع.

أما القطاع الثانى من حيث عدد الأسماء المسجلة- على الرغم من أنه الأول من حيث الوزن الاقتصادي- فهو قطاع الجبن. فأسبانيا لديها 19 نوعا من الجبن تتمتع بحماية مسمى المنشأ. بلغت كمية إنتاجها 16454 طن من الجبن. وبلغت قيمتها الاقتصادية 13192 مليون يورو فى 2004 (وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية "MAPA" 2006). وعلى الرغم من الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع ضمن إطار السلع الأسبانية الحائزة على شهادات المنشأ. إلا أن وزنها فى السياق الأوروبى محدود. لأن إيطاليا وفرنسا تسيطران بكل وضوح على السوق. وتسيطر مبيعات صنف "كوبيسو مانشيغو" الحائز على شهادة المنشأ. على القطاع (حوالى 50%). يليه صنف "إيديزابال" الحائز على شهادة المنشأ أيضا (11%). وصنف "ماهون" (10%). وتمثل الصادرات 23% من القيمة الاقتصادية للجبن الذى يتمتع بشهادات المنشأ فى أسبانيا. وتنقسم مقاصد الصادرات بالتساوى بين الاتحاد الأوروبى. ودول ثالثة.

وأما بالنسبة "للزيتون والدهون" فإن أسبانيا لديها 16 صنفا معتمدا من حيث مسمى المنشأ/ السمة الجغرافية 14 منها زيت زيتون. وقد بلغ الناتج من زيت الزيتون البكر 19735 طن فى 2004. (وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية 2006. MAPA). تبلغ قيمتها الاقتصادية 68.4 مليون يورو (11% من القيمة الإجمالية التى حققتها السلع الغذائية الحائزة على شهادات المنشأ). وعلى الرغم من أن أسبانيا تستحوذ على 17% من العدد الإجمالى لأصناف زيت الزيتون التى تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية (وفى الدهون بصفة عامة). إلا أنها تتخلف كثيرا عن إيطاليا بشكل واضح (40%) واليونان (26%). صحيح أنها المنتج الرئيسى من حيث الكم. ولكن ليس من حيث القيمة الاقتصادية. بينما نجد أن إيطاليا التى يبلغ الناتج فيها 85% من الناتج الأسباني. إلا أنها تحقّق 49% أكثر من حيث القيمة. ومن أهم أصناف زيت الزيتون التى تحظى بحماية مسمى المنشأ فى أسبانيا. سيورانبا وبابينبا. حيث تبلغ حصة كل منهما فى السوق 20%. 18% على التوالى. وزيت الزيتون- شأنه شأن القطاعات الأخرى الحائزة على شهادات المنشأ فى أسبانيا- يوجه إلى أسواق التصدير التى تعتبر مقصدا مألوفاً له. حيث تمثل 15.6% من القيمة الإجمالية للإنتاج.

وتمثل أهمية لحم الخنزير المعالج من بين الأغذية الحائزة على شهادات المنشأ (12.5%) أهمية زيت الزيتون. على الرغم من محدودية وجوده فى أسواق التصدير حتى تاريخه. وهذا هو الحال

أيضا مع اللحوم الطازجة -ومنها 13 صنفا حائزا على شهادات حماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية. وتمثل 20% من إجمالي قيمة السلع الحائزة على شهادات. على الرغم من أن صادراتها تمثل أقل من 1%.

البرتغال:

يوجد بالبرتغال ما مجموعه 19 صنفا من "الفواكه والخضراوات" مسجلا على أساس حماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية. ويعد ذلك من أهم المكونات داخل قطاع السلع الحاصلة على شهادات المنشأ في البرتغال (ما يناهز نصف قيمة المبيعات الإجمالية). (أنظر جدول 4- في الملحق). وعلاوة على ذلك، فإن هذا هو القطاع الذي يكرس معظمه نحو أسواق التصدير، حيث إن 86% من إجمالي الناتج يتم تصديره (IDRHA-2006). وكان الناتج قد وصل في 2004 إلى 24856 طن تبلغ قيمتها الاقتصادية 279 مليون يورو. ولهذا فالبون شناسع بين البرتغال والدول المنتجة الرئيسية مثل فرنسا وأسبانيا، وتستحوذ إحدى السلع (Pera Rocha do oeste) -وهي تتمتع بحماية مسمى المنشأ- على 60% من القيمة الإجمالية (IDRHA 2006).

أما القطاع الثاني من حيث الأهمية الاقتصادية، فهو قطاع الجبن، حيث يوجد به 12 صنفا مسجلا على أساس حماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية. تمثل 21% من القيمة التي تدرها قطاعات الأغذية الحاصلة على شهادة المنشأ. والصنفان الرئيسيان من الجبن في البرتغال، اللذان يتمتعان بحماية مسمى المنشأ هما: "Queijo de Nisa" و"Queijo sao jorge" حيث تبلغ حصتهما في السوق 32%، 15% (من حيث القيمة) لكل منهما على التوالي.

وعلى الرغم من أن قطاع اللحوم به أكبر عدد من السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية (25 سلعة)، إلا أنه يأتي في المرتبة الثالثة من حيث القيمة الاقتصادية (14.5%). ويخصص بأكمله للسوق المحلي. ويعتبر اللحم البقري أهم سلعة (67%)، ويعتبر صنف (Garnalentejana) هو الصنف الرئيسي من اللحوم التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ.

اليونان:

تحتل اليونان المرتبة الثالثة (20 صنفا مسجلا) من حيث عدد أصناف الجبن التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ. على الرغم من أن البون شناسع بينها وبين الدول المنتجة الرئيسية مثل إيطاليا وفرنسا (انظر جدول- 4 في الملحق). وتشير إحصاءات 2002 إلى أن ناتج أصناف الجبن الحائز على شهادة المنشأ، كان يبلغ 33000 طن (حوالي 14% من إجمالي إنتاج الجبن). وقد بلغت قيمتها 1558 مليون يورو (المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية، 2005)؛ وتمثل تلك القيمة 75% من إجمالي قيمة السلع الحائزة على شهادة المنشأ. وربما كان الجبن من نوع "فيتا" هو أهم أنواع الجبن في اليونان، الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ حيث يبلغ الناتج منه 13100 طن. ويمثل زيت الزيتون ثاني أهم قطاع، حيث تبلغ الأصناف التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ السمة الجغرافية، 25 صنفا، تبلغ قيمتها الاقتصادية 10.58 مليون يورو. ويمثل 5% من إجمالي الناتج الحائز على شهادة المنشأ.

السمات الجغرافية ومنظمة التجارة العالمية (WTO):

إن استخدام الأسماء الجغرافية للدلالة على السلع الغذائية والمشروبات. مسألة تتعرض لشدة وجذب أيضا في منظمة التجارة العالمية. حيث يرى بعض الأعضاء أن سياسة الاتحاد الأوروبي بشأن حماية مسمى المنشأ/ السمات الجغرافية. تقيد المنافسة في التجارة الخارجية. أمام قطاع الزراعة والأغذية. الأمر الذي يتعارض مع الاتجاه العام لمفاوضات منظمة التجارة العالمية. التي تركز على تحرير التجارة في المنتجات الزراعية. ولهذا السبب. فقد تم اقتراح وضع إطار مشترك للسمات الجغرافية داخل مفاوضات منظمة التجارة العالمية. في جولة أوجواي. وقد تم تخصيص فصل محدد في الاتفاقية المعنية بجوانب حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة (TRIPS) يكرس للسمات الجغرافية (GI) وبموجب اتفاقية التريس (TRIPS) تعرف السمة الجغرافية على أنها: "علامة تعريف السلعة بأنها نشأت في أراضي الدولة العضو. أو منطقة. أو جهة محلية فيها. حيث تعزى الجودة. أو السمعة. أو أي خاصية من الخصائص الأخرى. أساسا. إلى المنشأ الجغرافي للسلعة". وبموجب الاتفاقية ذاتها. تم حث الدول الأعضاء. على توفير الوسائل القانونية الوطنية للحماية والإلزام. تفادياً لإساءة الاستخدام أو التقليد. الذي قد يضلل عامة الناس. وتم توفير حماية إضافية للأنبذة والمشروبات الروحية بموجب المادة 23 (مثلا: استبعاد إمكانية استخدام كلمات مثل "نوع" أو "نمط" مع منشأ معروف. حتى ولو تمت الإشارة إلى المكان الصحيح للمنشأ. ولم يكن هناك خطر يتعلق بتضليل الجمهور). وفي المادة/24. سمح ببعض الاستثناءات من حماية السمات الجغرافية. ومن ذلك مثلا. إذا كانت السمة تتمتع بالحماية فعلا كعلامة تجارية. أو إذا أصبحت اصطلاحاً عاما (مثل: كلمة شيدر "Cheddar" التي تشير في عدة دول إلى نوع من الجبن ليس مصنعا بالضرورة في هذا المكان ببريطانيا). وعلاوة على ذلك. تم اقتراح بإجراء مفاوضات من أجل إنشاء نظام متعدد الأطراف للإخطار والتسجيل للسمات الجغرافية للأنبذة.

وكان الاقتراح الأخير جزءا من أجندة جولة الدوحة. التي تضمنت مد أعلى مستويات الحماية في المادة/23 إلى ما وراء الأنبذة والمشروبات الروحية. تفاديا لمسميات من أمثال "لحم خنزير بارما الكندي". وفي كلا المجالين اللذين يخضعان الآن للمناقشات. جُذ أن آراء الدول منقسمة. وفيما يتعلق بالتسجيل المتعدد الأطراف للمسميات الجغرافية للأنبذة. جُذ أن الاتحاد الأوربي يتمسك بأن السمة الجغرافية المسجلة. تتمتع بالحماية في الدول الأعضاء الأخرى في منظمة التجارة العالمية. ماعدا البلدان التي قدمت حفاظا يستند إلى أسباب مقبولة (عندما تصبح السمة عامة. مثلا). ومن الناحية الأخرى. فإن الاقتراح المشترك المقدم من: الأرجنتين. وأستراليا. وكندا. وشيلي. وكوستاريكا. وجمهورية الدومينيكان. وإكوادور. والسلفادور. وهونديوراس. واليابان. والمكسيك. ونيوزيلنده. والصين- تايبيه. والولايات المتحدة. يدعو إلى نظام طوعي للإخطار والتسجيل. بينما تقترح الصين حلا وسطا بين الموقفين.

كما أن آراء الدول الأعضاء منقسمة أيضا فيما يتعلق بمد مستوى الحماية إلى ما وراء الأنبذة والمشروبات الروحية. ومن الناحية الأخرى. جُذ مجموعة من الدول (الاتحاد الأوروبي. وبلغاريا. وغينيا. والهند. وجاميكا. وكينيا. ومدغشقر. وموريشيوس. والمغرب. وباكستان. ورومانيا. وسريلانكا. وسويسرا. وتايلاند. وتونس وتركيا) تدعو إلى مد الحماية إلى السلع الغذائية. لأنها ترى أن ارتفاع مستوى الحماية. وسيلة لتحسين السوق أمام منتجاتهم الغذائية. عن طريق التمييز بينها وبين منافسيها بطريقة فعالة. كما أن هذه المجموعة من الدول تتعرض على

الدول الأخرى التي تقوم بتقليد واغتصاب أسماء بعض السلع (مثل الأرز البسمتي، وهو سلعة خاصة بالهند وباكستان، ولكنه حصل على براءة في الولايات المتحدة). أما موقف الاتحاد الأوربي (بناء على الاقتراح الأخير الذي وزع في شهر يونيو 2005) فيتمثل في منح أي سلعة غذائية نفس وضع الأنبيذة والمشروبات الروحية، أي جعلها تستفيد من مستويات الحماية العالية المقررة في المادة/23، ومرعاة الاستثناءات الواردة في المادة/24، ونظام التسجيل المتعدد الأطراف (الذي جرى مناقشته الآن بالنسبة للأنبيذة والمشروبات الروحية). أما مجموعة الدول المعارضة لتوسيع الحماية، فهي: الأرجنتين، وأستراليا، وكندا، وشيلي، وكولومبيا، وجمهورية الدومينيكان، وإكوادور، والسلفادور، وجواتيمالا، وهونديوراس، ونيوزيلندا، وبنما، وباراجواي، والفلبين، والصين-تايبيه، والولايات المتحدة، وتمازي بأن فرض المزيد من الحماية، سوف يصبح عبئا، وسوف يؤدي إلى تصدع ممارسات التسويق المشروعة الحالية، كما ترفض تلك المجموعة من الدول أيضا الاتهام بالاعتصاب، خصوصا وأن المهاجرين يأخذون معهم طرق صناعة تلك السلع وأسماءها، إلى مواطنهم الجديدة، ويستخدمونها من منطلق حسن النية.

وفيما وراء مواقف الدول في المفاوضات العامة، نجد أنه قد نشبت منازعات أيضا، بشأن الأسماء الموجودة المحمية على المستوى الوطني، ومن ذلك مثلا، حالات ماثلة لحالة النزاع بخصوص اسم الجبن "فيتا" داخل الاتحاد الأوربي، مثل المسمى الجغرافي المكسيكي "تكويلا" (Tequila) بين المكسيك والاتحاد الأوربي والصين، والمسمى الجغرافي الإيطالي جرابا (Grappa) بين الاتحاد الأوربي وجنوب إفريقيا، أو المسمى الجغرافي التشيكي بدفايس (Budweis) مقابل العلامة التجارية بدوييز (Budweiser) في الولايات المتحدة، ومن الحالات الأخرى التي تلفت الأنظار، والتي تنطوي على تحد لتماسك الإطار القانوني الأوربي برمته، بشأن اتساق علامة المنشأ مع قواعد منظمة التجارة العالمية، الحالة التي طرحتها الولايات المتحدة على منظمة التجارة العالمية (في 1999)، وأستراليا (في 2003)، ادعت فيها الدولتان عدم حماية العلامة التجارية- في إقليم الاتحاد الأوربي - وهي العلامات التي كانت موجودة من قبل (وتتشابه أو تتطابق مع السمة الجغرافية)، وكذلك السمات الجغرافية للسلع الزراعية والمواد الغذائية من منشأ غير الاتحاد الأوربي، وعلاوة على ذلك، أثيرت بعض المخاوف حول إتاحة السمات الجغرافية، وإجراءات التسجيل، وحماية الأسماء، ووجد البعض أن اللائحة الأوروبية بشكل خاص، كانت تقيد استخدام السمات الجغرافية تقييدا فعالا وتقصرها على السلع التي منشؤها الاتحاد الأوربي، ومن ثم تضع الوردات في وضع غير تنافسي.

وفي شهر مارس 2005 لم يُدُن مجلس خبراء منظمة التجارة العالمية، اللائحة الأوروبية ككل، ولكن الخبراء أوصوا بوجود تعديل اللائحة لتصحيح انتهاكين لقواعد منظمة التجارة العالمية، واتفاقية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة (TRIPS)، الأول: يتعلق بإتاحة حماية السمة الجغرافية، والثاني: يتعلق بإجراءات الحصول على الحق في السمة الجغرافية، ففيما يتعلق بالنقطة الأولى، تقضى لائحة الاتحاد الأوروبي بأنه لا يجوز تسجيل السمة الجغرافية، ومن ثم حمايتها، من بلدان خارج الاتحاد الأوروبي، إلا إذ قامت حكومة الدولة التي يوجد فيها المسمى الجغرافي المرشح، بإقرار نظام لحماية السمة الجغرافية يعادل النظام المطبق في الاتحاد الأوروبي، وتوفر حماية، على أساس المعاملة بالمثل، للسلع الواردة من الاتحاد الأوروبي، ورأى مجلس خبراء منظمة التجارة العالمية أن الوفاء بهذين الشرطين بمثابة عبء يشكل تمييزا ضد السلع من خارج الاتحاد الأوروبي، الأمر الذي ينطوي على انتهاك للقواعد العامة لمنظمة التجارة العالمية.

وفيما يتعلق بالنقطة الثانية بخصوص إجراءات تقديم الطلب، فإن لائحة الاتحاد الأوربي تنص على وجوب قيام الرعايا من خارج الاتحاد الأوربي الذين يريدون تسجيل سمة جغرافية واقعة في دولة خارج الاتحاد الأوربي، بالحصول على موافقة مسبقة من حكوماتهم، قبل التقدم بالطلب للمفوضية الأوروبية، الأمر الذي أعتبر، مرة أخرى، بأنه ينطوي على التمييز.

أما الشكاوى الأخرى التي قدمتها هاتان الدولتان، فلم يستدل منها على أية انتهاكات لقواعد منظمة التجارة العالمية، وبصفة خاصة، لم تجد منظمة التجارة العالمية أي انتهاك في شرط الاتحاد الذي ينصرف إلى أن السلع التي تحمل سمات جغرافية من دول غير أعضاء في الاتحاد الأوربي، يجب أن يكون عليها سمة دولة المنشأ عندما يتطابق الاسم المحمي في الدولة مع الاسم المحمي في الاتحاد لأن الغرض من هذا الإجراء، منع حدوث لبس لدى المستهلك، وبالمثل، فإن شرط الاتحاد الأوربي الذي يسمح بالتعايش بين السمات الجغرافية، والعلامات التجارية المسجلة سلفاً لنفس الإقليم، لا تنطوي على انتهاك لاتفاقية التريس (TRIPS). وقد أوضح مجلس خبراء منظمة التجارة العالمية، أنه تم تسجيل 600 سمة جغرافية خلال ثماني سنوات، بينما كانت هناك 4 حالات فقط، وجد أن تسجيل السمة الجغرافية فيها من الممكن أن تسفر عن احتمال الالتباس والخلط مع علامات تجارية سابقة⁵

السمات الجغرافية والمستهلكون:

إن تشجيع السلع الغذائية المحلية والترويج لها يعتبر أحد أهداف كل من التشريعات الوطنية والأوروبية، بغرض تعريف المستهلكين بالطبيعة الخاصة لتلك السلع، ومنشئها الحقيقي، حتى يتسنى للمستهلكين، سواء كانوا من الرعايا الوطنيين أو من دول ثالثة، القيام باختيار السلع اختياراً يستند إلى معلومات.

وقد يكون المنشأ أداة جيدة للتمييز بين السلع، ولكن نجاح تلك السياسة لا يتأتى إلا إذا استجاب لها المستهلكون. وعلى الرغم من أن الشواهد التي تستند إلى أبحاث أجريت على المستهلكين، مجزأة بين الدول، وفئات الأغذية، إلا أن الاتجاه العام الذي لوحظ هو أن المستهلكين يعلقون أهمية على المنشأ كأحد الخصائص التي تؤثر على قرارات الشراء لديهم (انظر مثلاً بعض نتائج المشروع الأوربي (2005-Typic)، والمشروع (2002-Dolphins). وخاول بعض الدراسات بحث معنى المنشأ من أجل المستهلكين، واستخلاص أبعاد مختلفة من الأساليب الفنية الكيفية (Tregear et al. 1998) والكمية (Philippidis and Sanjuan, 2002). وتشتمل الصورة الانطباعية للمنشأ على العادات والتراث، وهي صورة تنشأ عن ظروف بيئية خاصة، وموارد بشرية، وخبرات تتطور مع الزمن داخل المنطقة، وجودة خاصة أو جودة عالية تتعلق بالخصائص الحسية لدى المستهلكين، وخواص الغذائية، إما قبل الاستهلاك (مثل الشكل واللون، والرائحة.. الخ) أو بعد الاستهلاك (مثل الطعم، والقوام، ومحتواها من الأملاح الخ). وبالمثل فإن تلك الدراسات وغيرها (تروجونو 1998، كوبيك وريفيل 1998، سيلفاندور وآخرون 2000) تشير إلى بعد رمزي أو عاطفي للمنشأ، يتعلق بالخصائص الطبيعية، أو الحرفية، للمنتجات المحلية أو الانتماء الريفي إلى منشأ تلك المنتجات، أو الالتزام الوطني والسياسي من جانب المستهلكين

5. يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات بشأن المفاوضات الجارية وطبيعة المنازعات على موقع منظمة التجارة العالمية على شبكة المعلومات الدولية: www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_background_e.htm

الحفاظ على الأنشطة الريفية. أو حتى بالحفاظ على المكون الغذائي الذي قد يكون غريب المذاق.

وتطرح أدبيات التسويق معيارين نظريين أساسيين لكي نتفهم أسباب اعتزاز المستهلكين بالمنشأ والسلع المحلية. نهج المنشأ بالنسبة للدولة. والاعتزاز العرقى للمستهلك. ويركز جزء من الأدبيات بشأن دولة المنشأ على صورة الدولة. وكيف أن تلك الصورة تنتقل إلى سلعها (مثل: السيارات الألمانية محل ثقة. والأنبذة الفرنسية لا تضاهي). وتنطبق نفس العملية على مستوى المنشأ المحلي/ الإقليمي. وعلى هذا. فإن الانطباع لدى المستهلكين عن صورة الدولة/ الإقليم يقوم على عدة أبعاد: مستوى تقدم الدولة- المشاعر إزاء شعب الدولة- الرغبة في علاقات أوثق مع الدولة - الجودة- السعر- مدى توغل سلع الدولة في السوق- الرضا المسبق عن منتجات الدولة (بإبادو بولوس وهيسلوب. 2003). وعلى أية حال. فإننا كثيرا ما نجد في الأدبيات. دراسات بشأن صورة المنتجات التي منشؤها دولة معينة. أكثر من صورة الدولة نفسها (فان إيترسوم وآخرون. 2003). إن دولة منشأ السلعة تؤثر على تقييم المستهلك للسلعة وعلى سلوكه للشراء. من خلال ثلاث آليات مترابطة: معرفية. وعاطفية. ومعارية (الوسك وآخرون. 2006. فيرلي وسترين كامب. 1999) ويشير المكون المعرفي إلى معتقدات المستهلك وخبراته فيما يتعلق بالسلعة التي منشؤها مكان معين. وبهذا المعنى. يمكن أن يكون المنشأ مؤشرا على جوده ودليلا عليها. ما يساعد المستهلك على استنتاج جودة السلعة قبل استهلاكها (مثل: إذ كان زيت الزيتون إيطالياً. فإنه لابد أن يكون جيدا). أما المكون العاطفي فيقوم بدوره عند استثارة بعض المشاعر العاطفية لدى المستهلك (مثل: ذكريات الإجازة في ذلك المكان). بينما يتم تقييم المنشأ من خلال الآلية المعيارية بسبب بعض القيم الشخصية والاجتماعية. مثل البحث عن المكانة الاجتماعية أو الاعتبار.

أما المسار الثاني للبحث الذي أجرى لكي يساعدنا على تفهم أسباب الدور الهام الذي يقوم به المنشأ الجغرافي في تفضيلات المستهلك. فإنه يتعلق باعتزاز المستهلك بانتمائه العرقى. والاعتزاز بالانتماء العرقى. صفة أصيلة في الشخصية. تشير إلى الولاء الذي يبديه الشخص تجاه منشأ معين. الأمر الذي يساعده بدوره على تكوين الشخصية الثقافية أو الإثنية. ويشير اصطلاح "الاعتزاز العرقى للمستهلك" (الذي استحدثه شيمب وشارما. 1987) إلى ترجمة تلك المشاعر الشخصية إلى سلوك شرائي يفضل السلع الوطنية على السلع الأجنبية. وقد تنسحب نفس الحجّة على سلع المنطقة التي ينتمي إليها الشخص داخل نفس الدولة. وعلى هذا. فإن السلوك الشرائي الذي يرجع إلى أسباب عرقية. ينطوي على أن شراء سلعة المنطقة التي ينتمي إليها الشخص. إنما هو تصرف أخلاقي. أو عمل يستهدف الحفاظ على الأكلات المحلية التقليدية. وأسلوب حياة السكان المحليين (أنظر فان إيترسوم. 1999 بالنسبة لتطبيق هذا المفهوم لشرح سلوكيات شراء الأغذية). وتلخيصا للمناهج التي خدثنا عنها أنفا. يمكن القول بأن المنشأ الجغرافي يؤثر على تفضيلات المستهلك. وقرارات الشراء. أولا. بطريقة غير مباشرة. كدليل على الجودة وثانيا. بطريقة مباشرة. من خلال الشعور بالانتماء إلى منطقة الإنتاج. فضلا عن جوانب عاطفية أخرى. مثل مسابرة القواعد الأخلاقية والمعارية من خلال سلوكيات الشراء (كان دير لانز وآخرون. 2001).

والمنشأ له خاصية الثقة. بمعنى أن المستهلك لا يمكن أن يسعى إلى التحقق من صحة منشأ السلعة الغذائية حتى بعد استهلاكها. ولهذا السبب. تصبح شهادة التصديق سياسة

ضرورة لضمان الأصالة. وإحاطة المستهلك علماً بالمنشأ الصحيح. ومع ذلك، فإن الاعتراف بنظم شهادات التصديق الأوروبية؛ وشاراتها logos، وما ترمز إليه تلك الشارات. لا يزال محدوداً. وطبقاً لمسح أجرته المفوضية الأوروبية في عام 1999 (المفوضية الأوروبية، 2004 ب) اتضح أن 80% من مواطني الاتحاد الأوربي لم يسمعوهم عن حماية مسمى المنشأ. وأن 86% لم يسمعوهم البتة عن السمات الجغرافية المحمية. إلا أنه عندما أشار السؤال ذاته إلى الأسماء الوطنية المقابلة (مثل: اسم المنشأ في أسبانيا، واسم المنشأ المحمي في فرنسا. بدلاً من الترجمة الحرفية لاختصار PDO أي المسمى المحمي للمنشأ). فإن درجة المعرفة ارتفعت ارتفاعاً ملحوظاً (ما بين 74% و 88% في فرنسا وإيطاليا). ومع ذلك، فإن درجة معرفة سلع معينة تتمتع بحماية المنشأ/ حماية السمات الجغرافية، ليست متجانسة. وعلى سبيل المثال، فإن معرفة المنشأ المحمي للجبين الـ"روكفورت"، أو "لحم خنزير بارما" يتجاوز الحدود الوطنية، بينما نجد أن أنواع الأغذية المحلية الأخرى، ليست معروفة إلا في المناطق المجاورة لمنطقة الإنتاج. ولا تعبر الحدود الإقليمية (ويمكن أن نجد أمثلة على ذلك في مؤلف سان خوان وآخرين، 2006). ويمكن القول بصفة عامة، بأن المستهلكين يعلقون مرجعية الجودة العالية، والسلامة، والرقابة، والأصالة على السلع الحاصلة على شهادات المنشأ (انظر على سبيل المثال، نتائج المشروعين الأوروبيين 2005-Typic و 2002-Dolphin). وتبعاً لذلك، توضح بعض الدراسات أن المستهلكين على استعداد لدفع أثمان أعلى من أجل السلعة الحاصلة على شهادة تصديق (انظر مثلاً: فوتوبولوس وكريستاليس 2003، وسكوراسي وفاكرو 2002). وعلى أية حال، فإن الدلائل على ذلك ليست قاطعة تماماً. وتختلف من طريقة تقييم إلى أخرى. ومن سلعة إلى أخرى، ومن دولة إلى أخرى.

الغذاء العضوي:

تعريف:

يشمل اصطلاح "الزراعة العضوية" مجموعة من الأساليب الفنية التي تستهدف تدعيم استدامة المنظومة الحيوية، والحفاظ على خصوبة الأراضي أو زيادة تلك الخصوبة، والعودة إلى استخدام مخصبات التربة، الموجودة في نفايات المنتجات، وتوفير السلع الغذائية التي تحتوي على جميع الخصائص الطبيعية، والزراعة العضوية تحترم النظم البيئية لمكافحة الآفات والأمراض، في زراعة المحاصيل، وتربية الماشية، وتتحاشى استخدام المبيدات الصناعية، سواء كانت مبيدات آفات، أو مبيدات حشائش، أو مخصبات كيماوية، أو هرمونات النمو، أو مضادات حيوية، أو تلاعب بالجينات، وعلى نفس المنوال، فإنه فيما يتعلق بإنتاج اللحوم، أولى اهتمام خاص برعاية الحيوان، واستخدام التغذية بالأعلاف الطبيعية⁶

التشريعات:

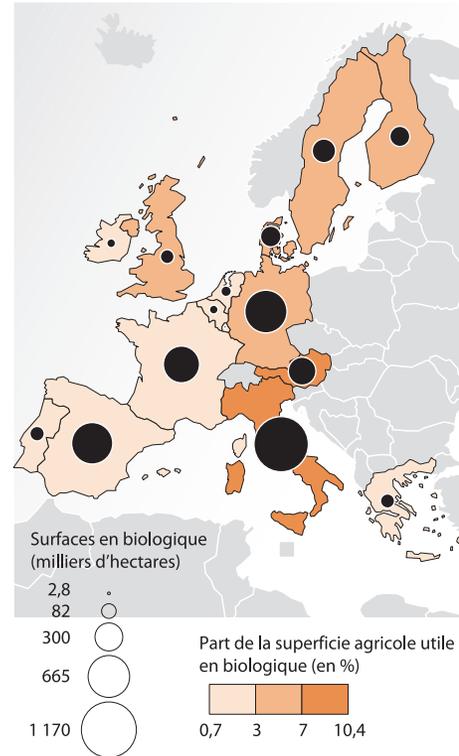
يعود تاريخ أول لائحة أوربية بشأن الزراعة العضوية إلى عام 1991 (لائحة المجموعة الاقتصادية الأوروبية 91/2092). وفي 1999 تم توسيع نطاق الممارسات العضوية بحيث يشمل الإنتاج العضوي للثروة الحيوانية (لائحة الاتحاد الأوربي 99/1804). وقد استحدثت اللوائح لضمان أصالة وصحة الإنتاج العضوي للمحاصيل، والثروة الحيوانية، وتغطية القواعد الخاصة بالإنتاج (مثل:

السماد البلدي، والوقاية من الأمراض، والمكافحة والعلاج، ورعاية الحيوان، واستبعاد الجينات المعدلة وراثيا)، وقواعد التفتيش، ووضع بطاقات التعريف، والتجهيز، وتسويق السلع الغذائية العضوية، كما تحكم القواعد أيضا واردات السلع العضوية من دول ثالثة خارج الاتحاد الأوروبي. ويحتاج الفلاحون الذين يطالبون بالاعتراف الرسمي بوضعهم العضوي، إلى فترة انتقالية، حدها الأدنى سنتان قبل بذر المحاصيل السنوية، وثلاث سنوات في حالة الأشجار الدائمة، وفي 2002 استحدثت المفوضية الأوروبية شعاعا يستخدمه المنتجون على أساس طوعي، الذين تتوافق نظمهم ومنتجاتهم مع لوائح الزراعة العضوية في الاتحاد الأوروبي. وهذا الشعاع بمثابة ضمان للمستهلك النهائي بأن 95% على الأقل من مكونات المنتج قد تم إنتاجها عضويا، وأن المنتج يتمشى مع قواعد نظام التفتيش الرسمي، وأن المنتج قد ورد مباشرة من المنتج أو من قام بتحضير المنتجات، في عبوات مغلقة، وأن المنتج يحمل اسم المنتج والوسطاء، واسم أو الرمز الكودي لهيئة التفتيش.

بعض الأرقام:

من ناحية الأراضي العضوية، وطبقا للمسح الذي يقوم به بشكل دوري "الاتحاد الدولي لحركات الزراعة العضوية" (IFOAM)، يوجد الآن ما يزيد على 31 مليون هكتار من الأراضي الزراعية تخضع الآن للإدارة العضوية على امتداد العالم، بزيادة 5 مليون هكتار عن عام 2004، ويقع معظمها في الصين، وحتل استراليا مكان الصدارة (12.1 مليون هكتار)، تليها الصين (3.5 مليون هكتار)، والأرجنتين (2.8 مليون هكتار)، وهكذا تقع معظم الأراضي العضوية في العالم في استراليا (39%)، تليها أوروبا (21%) ثم أمريكا اللاتينية (20%).

خريطة 1 أراضي الزراعة العضوية في الاتحاد الأوروبي 15-



Atelier de cartographie de Sciences Po, mars 2007

Source : E. Rohner-Thielen, "Organic Farming in Europe", EUROSTAT, Statistics in Focus, Agriculture and Fisheries, 2005

ولقد زادت المساحة الإجمالية العضوية في الاتحاد الأوروبي/15، سواء التي تم تحويلها بالكامل أو تحت التحويل، من 2.3 مليون هكتار في 1998 إلى 4.9 مليون هكتار في 2002، أي أن نسبة الزيادة قد ارتفعت من 1.8%، من المساحة الإجمالية الزراعية المستغلة (AAU) في دول الاتحاد/15 إلى 3.8%. بينما ظل عدد المنتجين العضويين ثابتا عند 2% من إجمالي عدد الفلاحين (روهنر- ثيلين، 2005)، وهذا يعني أن نسبة الزيادة السنوية كانت 21% أثناء تلك الفترة، وكانت دول الاتحاد الأوروبي صاحبة أعلى معدل نمو سنوي، خلال الفترة من 1998-2002، هي: المملكة المتحدة (75%) واليونان (49%)، وكانت أكبر الدول الأعضاء

مساهمة فى المساحة المنزرعة عضويا هى إيطاليا (24%)، والمملكة المتحدة (15%)، وألمانيا وأسبانيا (حوالى 14%)، وفرنسا ما يزيد على 10% (انظر شكل1).

وفيما يتعلق بنصيب أراضى الزراعة العضوية من إجمالى المساحة الزراعية المستخدمة، نجد أن النمسا تأتي فى المرتبة الأولى بنسبة 10%، تليها إيطاليا بنسبة حوالى 9% (أنظر شكل1). وتخصص البلدان الاسكندنافية: السويد، وفنلندا، والدانمرك، ما يزيد على 6% من المساحة الزراعية للزراعة العضوية. أما أقل بلدان الاتحاد الأوربي توجهها نحو الزراعة العضوية فهى أيرلندا، بنسبة تقل عن 1% من الأراضى الزراعية التى تدار عضويًا.

والمحاصيل العضوية الرئيسية هى محاصيل الأعلاف، والمراعى، والمروج، والتى تمثل ما يزيد على 50% فى كل دولة من دول الاتحاد الأوربي باستثناء البرتغال وأسبانيا، حيث تهبط تلك النسبة الى 39%، 31% لكل منهما على التوالى. أما الحبوب والدرنات فهما ثاني أكبر مكون من المحاصيل العضوية حيث يمثلان أكثر من 20% فى بلجيكا، والدانمرك، وإيطاليا، والبرتغال. وأما قطاع الزيتون العضوي فإنه يمثل أهمية كبيرة فى المساحة العضوية الإجمالية فى الدول المتوسطية: اليونان، والبرتغال (أكثر من 15%)، وأسبانيا (حوالى 14%)، وإيطاليا (حوالى 7%) (روهنر-ثيلين، 2005)، وما زالت المساحة العضوية للخضراوات منخفضة للغاية مقارنة بالمحاصيل الأخرى. وتعتبر هولندا هى الدولة الوحيدة التى تمثل فيها المساحة المخصصة للخضراوات العضوية الطازجة أكثر من 5% من إجمالى المساحة العضوية، بينما تمثل فى بقية الدول أقل من 1%.

السوق:

كشفت عدة دراسات عن احتمالات نمو السوق العضوية الأوروبية من منظور الطلب، (بوراكيس، 2004- فير دكار فيرلى، 2002، ميشيلسين وآخرون، 1999) بينما ركزت دراسات أخرى على توسيع أسواق دول بعينها (سان خوان وآخرون فى أسبانيا، وكليجين وآخرون فى هولندا)، وفى جميع تلك الدراسات، تركز البحث على استكشاف الدوافع القوية التى تدفع المستهلكين إلى شراء الأغذية العضوية، ووجد أن المستهلكين يشترون المنتجات الغذائية العضوية أساسا بناء على دوافع تتعلق بحماية البيئة، وبناء على أسس أخلاقية (رعاية الحيوان) و/أو لأنهم يبحثون عن سلع غذائية طبيعية وصحية (جرونيرت وجول، 1995).

وتخطى السلع الغذائية العضوية بأسعار أعلى من السلع الغذائية التقليدية، الأمر الذى قد يشكل عقبة أمام التوسع فى إنتاج السلع العضوية، ما لم يكن المستهلكون على استعداد لدفع الفارق فى الأسعار. وفى 2004، بلغت قيمة السوق للمنتجات العضوية على مستوى العالم 27.8 مليار دولار أمريكي (الاتحاد الدولى لحركات الزراعة العضوية، 2006)، وقد تم تسويق الحصة الكبرى من تلك المنتجات فى أوروبا وأمريكا الشمالية (أنظر شكل7). وتمثل الأغذية العضوية 2% من سلة المشتريات الغذائية، فى المتوسط، ويبدى المستهلكون فى الدانمرك وسويسرا ميلا شديدا لشراء المنتجات الغذائية العضوية، حيث ينفقون 5%، 4% من ميزانية الغذاء على الأغذية العضوية، لكل منهما على التوالى. إلا أننا نجد أن تلك النسبة تقل عن 1% فى الدول الأوروبية الأخرى. وهكذا نجد أنه رغم أن العالم العضوي والسوق الأوروبية أخذان فى التوسع، إلا أن الأغذية العضوية لا تزال تشكل سوقا صغيرة محدودة، حيث يتجه العرض الى مستهلكين ذوي اهتمامات خاصة بشأن حماية البيئة، أو رعاية الحيوان، أو المستهلكين الذين يهتمون بصفة خاصة بأثر الغذاء على صحتهم.

اعتبارات ختامية:

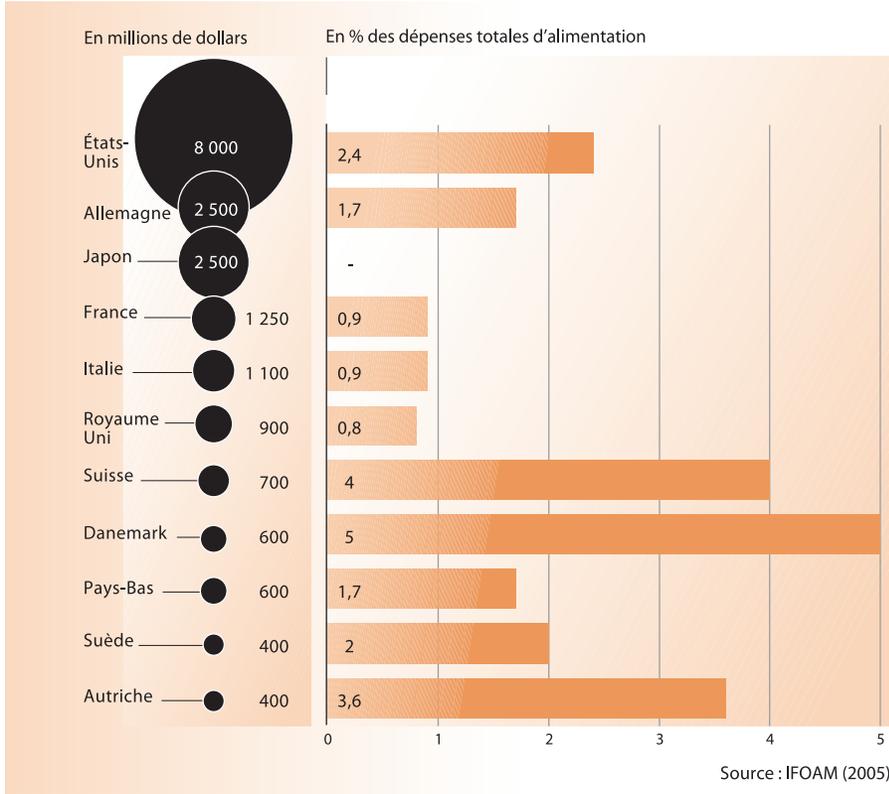
إن الأسواق الأوروبية للسلع الغذائية الحاصلة على شهادة المنشأ تنمو وتتسع عبر القارة الأوروبية. وكدليل على ذلك، أنه كان في أسبانيا سلع محمية المنشأ/محمية السمعة الجغرافية في 1995 تبلغ قيمتها 233.7 مليون يورو. بينما ارتفع عدد تلك السلع إلى 126 سلعة⁷ تبلغ قيمتها الاقتصادية (عند مستوى الإنتاج) 629 مليون يورو. وعلى الرغم من أن القطاعات المحمية من حيث المنشأ/السمعة الجغرافية- تشكل في بعض الدول نسبة ملحوظة من إجمالي قطاع الأغذية- الزراعية (مثال ذلك، الجبن المحمي المنشأ يمثل 17% من إجمالي إنتاج الجبن في فرنسا) (المعهد الوطني الفرنسي من أجل تسمية المنشأ، 2006ب)، إلا أن ذلك لا ينطبق على كل دولة. ففي أسبانيا، على سبيل المثال، تمثل القطاعات المحمية المنشأ/السمعة الجغرافية حوالي 0.8% من إجمالي قيمة مبيعات صناعة الأغذية- الزراعية. ومن الأمور المثيرة للاهتمام، تعاضم نمو سوق السلع الحاصلة على شهادة المنشأ. ليس فقط بحكم الطلب المحلي ولكن أيضاً بناء على رغبة أسواق التصدير. ولكن الطلب ليس بنفس الحدة في الدول المختلفة. وعلى الفئات المختلفة من السلع (تعتبر أسواق التصدير مهمة -مثلاً- للتوسع في بعض السلع الحاصلة على شهادة المنشأ مثل الأنبذة والجبن. بينما نجد أن أثرها هامشي على اللحوم الطازجة). وعلى هذا، فإن التمييز بين السلع الغذائية من حيث المنشأ يسمح للمنتجين الأوروبيين ليس فقط بالدفاع عن حصصهم في الأسواق المحلية، في مواجهة تحرير التجارة الدولية، ولكن أيضاً يسمح لهم بفتح أسواق جديدة بفضل السمات المميزة لسلعهم المعروضة.

إن اللوائح التنظيمية لمنظمة التجارة العالمية والاتحاد الأوربي. قد أثارت الاهتمام بالسمات الجغرافية المحمية. والقلق بشأنها في آن واحد. والدليل على ذلك، إنشاء منظمة "origin" أي "منظمة الشبكة الدولية للسمات الجغرافية" التي تمثل ما يربو على مليون منتج للسلع التقليدية في أكثر من 30 دولة، منتشرة في أفريقيا، وآسيا، وأمريكا اللاتينية والشمالية، وشرق وغرب أوروبا. والأهداف الرئيسية لتلك المنظمة، تتمثل في تشجيع الاعتراف بدور السمات الجغرافية (GIS) في التنمية المستدامة، والحصول على حماية أكبر للسمات الجغرافية على المستوى الوطني والإقليمي، والدولي. ويمكن النظر في تحقيق تلك الأهداف بصورة أفضل من خلال تبادل الخبرات في وضع وحماية السمعة الجغرافية، وتبادل المعلومات بين المنتجين في الدول المتقدمة والدول النامية.

والسلع الحاصلة على شهادات المنشأ. تدخل في صميم السياسة الأوروبية لجودة الغذاء، ومن المحتمل أن نشهد -إذا ما استمر الاتجاه الحالي- نمواً متزايداً لتلك السلع وأسواقها فيما وراء حدود أوروبا، في المستقبل. حين تنضم دول أخرى إلى السياسة التي تشدد على تفرد منتجاتها الوطنية.

7. لا يشمل هذا الرقم فحسب السلع المحمية المنشأ/السمعة الجغرافية/السلع التقليدية المتميزة، التي اعتمدها الاتحاد الأوربي. وإنما يشمل كذلك السلع التي اعتمدها اللوائح الوطنية، والتي قدمت طلبات بشأنها إلى الاتحاد الأوربي.

شكل بياني 7 قيمة مبيعات السلع الغذائية العضوية



المصدر: الاتحاد الدولي لحركات الزراعة العضوية (IFOAM)

ملحق

جدول 1 قطاعات حماية المنشأ/ السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في فرنسا

المنتج	عدد السلع الحمية PDO/PGI يوليو 2006 ⁽¹⁾	عدد السلع التقليدية المتميزة يوليو 2006 ⁽¹⁾	عدد السلع التقليدية المتميزة يوليو 2006 ⁽¹⁾	% عدد السلع الحمية PDO/PGI والتقليدية المتميزة	كمية السلع الحمية المنشأ بالطن 2004	كمية السلع التقليدية المتميزة بالطن 2004	القيمة الاقتصادية PGI للسلع بالمليون يورو 2004
الجبن	43	0	43	29.05	193865	---	
الفاكهة، الخضار، الحبوب	24	0	24	16.22	29360	66.057	131.18
اللحوم الطازجة	50	0	50	33.78	1505	138.658	58861
الزيوت والدهون	6	0	6	4.05	556	.n.a	.n.a
زيت الزيتون					.n.a	.n.a	.n.a
الزبد					.n.a	.n.a	.n.a

.n.a	.n.a	.n.a	2.70	4	0	4	أساسها اللحوم
.n.a	.n.a	.n.a	3.38	5	0	5	مشروبات أخرى
.n.a	.n.a	.n.a	4.05	6	0	6	منتجات حيوانية أخرى
.n.a	.n.a	.n.a	1.35	2	0	2	الخبز الفطائر....
.n.a	.n.a	185	2.70	4	0	4	زيتون المائدة
.n.a	.n.a	.n.a	1.35	2	0	2	السّمك الطازج
.n.a	.n.a	.n.a	1.35	2	0	2	سّلع غير غذائية
			100	148	0	148	الإجمالي

المصدر:

- (1) حسابات أجريتها بناء على بيانات من المفوضية الأوروبية (2006) (<http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual>)
- (2) المعهد الوطني الفرنسي لتسمية المنشأ (2006 INAO ب).
- (3) المعهد الوطني الفرنسي لتسمية المنشأ (2006 INAO ج).
- (4) 2003، تشتمل فقط على كمية وقيمة 16 سلعة من 47 تدرج تحت حماية السمة الجغرافية. المصدر: المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية (2005) (ISMEA).
- (5) إنتاج زيت الزيتون في عام 2004، الذي يتمتع بحماية المنشأ (2006) (أ).
- (6) إنتاج زيتون المائدة الذي يتمتع بحماية المنشأ في 2004/2005. المصدر: المعهد الوطني الفرنسي لتسمية المنشأ (2006) (INAO).

جدول 2 قطاعات حماية المنشأ/ السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في إيطاليا

المنتج	عدد السلع المحمية PDO/ PGI يوليو 2006 ⁽¹⁾	عدد السلع التقليدية المتميزة يوليو 2006 (1)	عدد السلع PDO/ PGI & TSG يوليو 2006	% عدد السلع PDO/ PGI & TSG 2006	الكمية الداخلية في التجارة بالطن 2003	القيمة الاقتصادية 2003 %	القيمة الاقتصادية بالطن 2003	كمية الصادرات بالطن 2003	قيمة الصادرات 2003 بالمليون يورو	نسبة قيمة الصادرات 2003 %	نسبة قيمة الصادرات 2003 %
الجبن	31	0	32	20.51	390.207	2.650.31	62.14	95.091	559.89	19.24	21.13
الفاكهة، الخضس، الجيوب	44	0	44	28.21	12.121.28	14.51	14.15	1366	1.14	11.27	8.07
للحوم الطازجة	2	0	2	1.28	n.a	24.21	24.21	n.a	n.a	n.a	n.a
الزيوت والدهون	38	0	38	24.36	16.943	102.74	102.74	1.192	13.97	7.04	13.61
زيت الزيتون					16.943	102.74	102.74				
الزبد											
أساسها اللحوم	28	0	28	17.95	172.026	1.473.90	1.473.90	27.716	627.20	16.11	42.55
مشروبات أخرى	0	0	0	0.00							
منتجات حيوانية أخرى	2	0	2	1.28	n.a	n.a	n.a		n.a	n.a	n.a

n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	1.92	3	0	3	الخبز، القطاثر....
n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	1.28	2	0	2	زيتون المائدة
n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	1.92	3	0	3	سلع غير غذائية
n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	1.28	2	0	2	أخرى
28.19	17.82	1202.21	105366	100	4265.32	591297	100	156	0	155	الإجمالي

المصدر: حسابات أجريتها بأنفسنا بناء على بيانات المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية ISMEA (2005) وبيانات المفوضية الأوروبية 2006, <http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual>

جدول 3 قطاعات حماية المنشأ/ السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في أسبانيا

القيمة الاقتصادية (بالمليون يورو)	الكمية بالطن 2004	عدد السلع PDO/PGI 2006	النسبة المئوية لعدد السلع PDO/PGI &TSG 2006	عدد السلع PDO/PGI &TSG يوليو 2006	عدد السلع TSG يوليو 2006	عدد السلع PDO/PGI في يولية 2006	
131.92	16454	23	19.0	19	0	19	الجبن
117.88	123179	38	28.0	28	0	28	الفواكه، الخضض والحبوب
11.53	18119	3					الأرز
35.37	16519	14					الخضروات
69.13	88036	16					الفاكهة
1.85	505	5					البقول
130.72	31087	15	13.0	13	0	13	اللحوم الطازجة
70.69	20171	22	16.0	16	0	16	الزيوت والدهون
68.4	19735	20					زيت الزيتون
2.29	436	2					الزبد
98.88	---	10	11.0	11	1	10	أساسها اللحوم
78.65	634487	5	1.0	1	1	1	لحم الخنزير المعالج
20.23	3358	5					غيرها
0.45	2576	1	0.0	0	0	0	مشروبات أخرى
2.14	312	3	3.0	3	1	2	منتجات حيوانية أخرى
0	0	0	0.0	0	0	0	البيرة
87.84	10119	8	7.0	7	1	6	الخبز والقطاثر
0	0	0	0.0	0	0	0	زيتون المائدة

0.04	8	3	0.0	0	0	0	الأسماك الطازجة
0	0	0	0.0	0	0	0	سلع غير غذائية
1	1.872	3	3.0	3	0	3	أخرى
	---	126	100	100	3	97	الإجمالي

تابع جدول 3

النسبة المئوية لقيمة الصادرات 2004	النسبة المئوية لكمية الصادرات 2004	قيمة الصادرات (مليون يورو)	كميات الصادرات بالطن 2004	القيمة الاقتصادية 2004	عدد السلع PDO/PGI 2004	
23.32	21.38	30.77	3518	20.97	18.25	الجبن
24.67	26.28	29.08	32371	18.74	30.16	الفواكه، الخضض والحبوب
0.52	0.23	0.06	41	1.83	2.38	الأرز
1.58	2.00	0.56	330	5.62	11.11	الخضروات
41.14	36.35	28.44	31999	10.99	12.70	الفاكهة
0.54	0.20	0.01	1	0.29	3.97	البقول
0.47	0.50	0.62	155	20.78	11.90	اللحوم الطازجة
15.31	14.47	10.82	2919	11.24	17.46	الزيوت والدهون
15.63	14.67	10.69	2895	10.87	15.87	زيت الزيتون
5.69	5.52	0.13	24	0.36	1.59	الزبد
1.44	...	1.42	7.94	أساسها اللحوم
0.42	0.10	0.33	6372	12.50	3.97	لحم الخنزير المعالج
5.39	2.80	1.09	94	...	3.97	أخرى
0.00	...	0	0	0.07	0.79	مشروبات أخرى
0.00	0.00	0	0	0.34	2.38	منتجات حيوانية أخرى
...	...	0	0	0.00	0.00	البيرة
10.14	9.92	8.91	1004	13.96	6.35	الخبز والفطائر
...	...	0	0	0.00	0.00	زيتون المائدة
0.00	0.00	0	0	0.01	2.38	أسماك طازجة
...	...	0	0	0.00	0.00	سلع غير غذائية أخرى
2.76	2.56	0.24	48	1.38	2.38	أخرى
13.01	...	81.86	...	100	100	الإجمالي

المصدر: حسابات أجريتها بأنفسنا بناء على بيانات وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية (2006) (أ)

1. تشمل اللحوم الطازجة، والسلع التي أساسها اللحوم، خلاف لحم الخنزير المعالج.
2. عدد القطع
3. تشمل فقط مشروب عصير التفاح، والكمية بالهيكولتر
4. تشمل فقط عسل النحل
5. تشمل السلع الجهمية المنشأ/ السمة الجغرافية المعترف بها على المستوى الوطني، ولكنها مازالت قيد الدراسة في الاتحاد الأوربي.

جدول 4 قطاعات حماية المنشأ/ السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في البرتغال

النسبة المئوية لقيمة الصادرات للسلع 2004	النسبة المئوية للقيمة الاقتصادية للسلع 2004	القيمة الاقتصادية للسلع بالمليون يورو 2004	الكمية الداخلة في التجارة بالطن 2004	% عدد السلع المحمية PDO/PGI & TSG يوليو 2006 ⁽¹⁾	عدد السلع المحمية PDO/PGI & TSG يوليو 2006 ⁽¹⁾	عدد السلع التقليدية المتميزة المضمونة TSG يوليو 2006 ⁽¹⁾	عدد السلع المحمية PDO/PGI يوليو 2006 ⁽¹⁾	
6.00	21.31	13.64	1455.44	12.90	12	0	12	الجبن
86.00	43.64	27.93	24856	20.43	19	0	19	الفاكهة، الخضار، الجيوب
0.00	14.59	9.34	2553.08	26.88	25	0	25	للحوم الطازجة
1.00	8.52	5.45	1170.76 ²	5.38	5	0	5	الزيوت والدهون
1.00	8.52	5.45	1170.76 ¹²					زيت الزيتون
								الزبد
4.00	3.42	2.19	162.38	22.58	21	0	21	أساسها اللحوم
				0.00	0	0	0	مشروبات أخرى
43.00	0.71	0.46	122.82	10.75	10	0	10	منتجات حيوانية أخرى ⁽³⁾
				0.00	0	0	0	البيرة
				0.00	0		0	الحبز، الفطائر....
	n.a.	n.a.	n.a.	1.08	1	0	1	زيتون المائدة
				0.00	0	0	0	السمك الطازج
				0.00	0		0	سلع غير غذائية
				0.00	0	0	0	أخرى
71,00	100	64.01	30197	100	93	0	93	الإجمالي

المصدر: حسابات أجريتها بأنفسنا بناء على بيانات استقيناها من الـ: <http://www.idrha.min-agricultura.pt/produtos-tradicionais/estatisticas/estatisticas.htm> (IDRHA (2006)

(1) حصلنا على القيمة الاقتصادية بضرب السعر السائد في السوق في كمية كل سلعة على حدة، ثم قمنا بعملية الجمع.

(2) آلاف الليترات

(3) غسل النحل

جدول 5 قطاعات حماية المنشأ/ السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في اليونان

القيمة الاقتصادية % 2002	القيمة الاقتصادية للسلع بالمليون يورو 2002	الكمية بالطن 2002	% عدد السلع الحماية PDO/PGI & TSG والتقليدية التميزة 2006	عدد السلع الحماية PDO/PGI & TSG والتقليدية التميزة	عدد السلع التقليدية التميزة 2006	عدد السلع الحماية PDO/PGI يوليو 2006 ⁽¹⁾	
75.16	155.80	33000	24.10	20	0	20	الجبن
2.70	5.59	7866	25.30	21	0	21	الفاكهة، الخضراوات، الحبوب
			0.00	0	0	0	اللحوم الطازجة
5.10	10.58	4742	30.12	25	0	25	الزيوت والدهون
5.10	10.58	4742					زيت الزيتون
							الزبد
			0.00	0	0	0	أساسها للحوم
			0.00	0	0	0	مشروبات أخرى
.n.a	.n.a	.n.a	1.20	1	0	1	منتجات حيوانية أخرى ⁽³⁾
			0.00	0	0	0	البيرة
.n.a	.n.a	.n.a	1.20	1		1	الخبز، الفطائر...
338	7	1000	12.05	10	0	10	زيتون المائدة
.n.a	.n.a	.n.a	1.20	1	0	1	السماك الطازج
8.56	17.74	110	4.82	4	0	4	سلع غير غذائية
			0.00	0	0	0	أخرى
100	20729	51460	100	83	0	83	الإجمالي

المصدر: المعهد الوطني لسوق السلع والأغذية الزراعية (ISMEA-2005)

2 الجزء الثاني

جودة السلع

الغذائية المتوسطة

حالة منتجات

ومشتقات الألبان



الفصل 5

الروكفور

صناعة ترمز للحماية المسجلة لمسمى المنشأ¹

جوليان فرايسن

مقدمة - المبادئ الأساسية لتحديد المنشأ: من البيئة المحلية إلى الإقليم.

إنطلاقاً من ضرورة إنشاء نموذج للتنمية الزراعية يعتمد بشكل أساسي على غزارة الإنتاج. فإن الزراعة في فرنسا. ونظراً لتاريخها. قد تميزت منذ الستينيات من القرن الماضي بتوفر الإرادة السياسية اللازمة لتحسين جودة وزيادة مصادر منتجات الأغذية الزراعية. ولم يحتل النموذج الذي يعتمد على الجودة محل الاهتمام بتحقيق الإنتاج الوفير. لكنه ما لبث أن اكتسب قوة في العشرين عاماً الأخيرة بسبب تلاقي مصالح العديد من الأطراف المعنية بالأمر. وبالنسبة للسلطات العامة. كانت القضية تتعلق بالتعويض عن انخفاض دخول العاملين بالمزارع في المناطق التي كان يطلق عليها مصطلح «مناطق صعبة». والحد من تركيز الإنتاج في بعض المزارع ومكافحة تدهور المناطق الريفية. وقد أُنحت الفرصة للمتخصصين في كافة الصناعات كي يقوموا بحماية ودعم صورة المنتجات التي كانت في طريقها للخروج خارج مناطقها الأصلية أو. على العكس. كانت ضحية لنجاحها ومن ثم. كانت عرضة لإنتاجها في مناطق بعيدة.

وقد أدى هذا النهج في التنمية إلى ظهور ما يشار إليه اليوم. بصفة عامة. على أنه علامات الجودة الرسمية. والتي أصبحت بعد إصدار قانون توجيه الزراعة في عام 1999 علامات رسمية خاصة بتعريف الجودة. وقد تمت إضافة علامات مثل «جبلي» و «إقليمي» و «منتجات المزارع» والتي خضعت إلى لوائح خاصة في بعض القطاعات إلى العلامات الأربعة الرئيسية وهي (مسجلة المصدر. شارة حمراء. شهادة مطابقة المنتج والزراعة العضوية).

وقد تم الاعتراف بهذا الكم من القواعد القانونية التي استخدمت كأداة لتنمية الزراعة والحفاظ على تراث فنون الصناعات الغذائية القومية و لتوعية المستهلكين على مستوى دول الاتحاد الأوروبي. حيث كانت العلامات الرسمية الفرنسية لتحديد الجودة هي المرجعية الخاصة بالعمل الاجتماعي المتعلق بالتوسع في اللوائح الأوروبية (رقم 92/2081) والتحديد المحمي للمنشأ والمؤشرات الجغرافية المحمية (في عام 1992).

وتشير كافة هذه العلامات إلى المناهج المتعددة المتعلقة بالجودة. وقد اقترح عالم الجغرافية «إس. شيفيه» بأن تتم التفرقة بين المنهج الإقليمي أو ما يسمى بالمنهج الوصفي -النوعي و المنهج الذي يعتمد على أسلوب إنتاج محدد. وتهدف العلامات التي تشير إلى المنطقة إلى تأكيد الصلة بين سمات المنتج و بين المنطقة (أو البيئة المحلية²) التي يتم إنتاجها بها. أما

1. يعتمد هذا الفصل على نتائج رسالة دكتوراه في الجغرافيا تمت مناقشتها في تولوز في ديسمبر 2005؛ وقد تم تمويلها من قبل مركز التجارة القومي للاقتصاد في الألبان و المجلس القومي لتحديد منشأ منتجات الألبان وذلك في إطار اتفاقية صناعية للتدريب من خلال البحث (CIFRE). وقد عنيت هذه الدراسة بالمنشأ المسجل للجنين في المناطق التالية: نورماندي. وسط و جنوب أفيرون. سافوي وسافوي العليا.
2. يتم استخدام هذا المصطلح هنا بمعناه الزراعي. وهو يشير إلى مجموعة من الظروف الطبيعية (التربة. المناخ. الخ) و الخبرة المعرفية.

المنهج الكمي فهو يهتم بالشارة الحمراء وشهادة مطابقة المنتج. ويتعلق الأمر هنا بإثبات أن المنتج الغذائي يطابق مجموعة من المعايير التي تمت الإشارة إليها في المواصفات ويمثل أسلوباً للتمييز بين المنتجات القياسية المتشابهة. وفي حالة وجود الشارة الحمراء، لا بد أن تكون المنتجات ذات جودة عالية. لكن في حالة المنتجات ذات شهادة مطابقة المنتج فإن الجودة يمكن أن تكون مميزة. وفي النهاية، يأتي المنهج الذي يعتمد على أسلوب إنتاج معين يتعلق بالزراعة العضوية، وهو منهج لم يتم تطويره على نطاق واسع في فرنسا على الرغم من ذلك (شيفيه، 2002)

وسوف نقوم في الفصل الحالي بالتركيز على المنهج الإقليمي وبشكل خاص على علامة المنشأ المسجل. وهذه هي أقدم علامة جودة في فرنسا. وقد تم تطبيقها بموجب قانون صدر عام 1919 وكان الهدف منه حماية عدد من المناطق التي تقوم بزراعة العنب (شامباني، بوردو، كونيكا، الخ) من عمليات سرقة المنتج. وعلاوة على ذلك، فإنه بالرغم من التطور المؤسسي الكبير، فإن مفهوم المنشأ المسجل لا يزال يعتمد على نفس مبدأ حماية العلاقة بين جودة المنتج و السمات الخاصة بالإقليم. وتحمل جميع التشريعات المتعلقة بتحديد المنشأ نفس الصياغة: « تحديد المنشأ هو تحديد المكان، أو المنطقة أو البلدة/القرية التي تشير إلى المنتج الذي أتى من هذا المكان والذي اكتسب جودة وصفات بسبب البيئة الجغرافية، بما في ذلك العوامل الطبيعية والبشرية.»³

إن العلاقة بين المنتج و مكان إنتاجه تقودنا إلى المبدأ الثاني وهو : عدم إمكانية تقليد منتج في مكان آخر. إن الاعتراف بالمنشأ المسجل يتضمن بالضرورة أن هناك مكان تم تحديده ويستحيل من الناحية القانونية أن يتم تقليد أي منتج خارج نطاق إنتاجه. وعلى المتخصصين الراغبين في الحصول على علامة تحديد المنشأ أن يثبتوا هذه العلاقة، والتي دائماً ما يشار إليها بأنها «النموذجية الخاصة» ويعرفها خبراء الجودة بأنها «خصائص المنتج الذي ينتمي إلى فئة تميزه عن غيره من المنتجات المشابهة من خلال سمات تتعلق بالبيئة المحلية التي يتم تصنيع المنتج بها» (كازابيانكا، سيلفاندر، نويل، بيراجار، كولون، رونسين، 2005). وتقوم الافتراضية التي يقوم عليها مبدأ عدم إمكانية تقليد المنتج في بيئة أخرى هو أن كل منطقة و بيئة محلية تتمتع بسمات فريدة يستحيل تقليدها. إن استحالة تقليد المنتج الذي يوضع عليه شارة أصل المنشأ في أي مكان آخر هي الميزة الأساسية التي تعطي المنتج تفرداً. ومن حيث المبدأ، فإن علامة المنشأ المسجل لا تشير بالضرورة إلى ارتفاع جودته. لكنها تؤكد منشأه - أو بعبارة أخرى فإنها تشير إلى جودة معينة. وبالرغم من ذلك، فلقد لوحظ من خلال الخبرة العملية بأن علاقة المنتج بمكان منشأه يقصد منها أيضاً ضمان ارتفاع الجودة.

وبالرغم من ذلك، فإن تحديد المنشأ لا يتضمن تحديد اسم المنتج أو مكان إنتاجه فقط لكنه يشير إلى القطاعات الفرعية، كأن يكون هناك سلسلة من الأطراف التي تقوم بتصنيع منتج ما وتتجمع بشكل عام على شكل هيئة إدارية (نقابة). إن هذا الفهم الاقتصادي للمنشأ المسجل هو وجه آخر لعملية تحديد المنشأ. ولتحديد منطقة ما فإن ذلك يتضمن أن هناك نشاط محدد بمكان ما وفقاً للقانون. وبذلك فإن المنشأ المسجل يعتبر، بشكل غير مباشر، جزءاً من مجال التنمية الإقليمية ولاسيما أن الحفاظ على أنشطة الزراعة والأغذية الزراعية هو

3. القسم 1 من قانون 1919، مادة ل، 1-115 من قانون المستهلك، المادة ل 1-641 من القانون الريفي. وتجدر الإشارة بأن اللائحة الأوروبية رقم 92/2081 تقرر هذه الفكرة أيضاً.

أحد الأهداف التي أحقتها التشريعات بعلامات الجودة التي تتناسب مع المعلومات المتوفرة لدى المستهلك وسلامته و جودة المنتج و رفع قيمة المنتج من خلال سلسلة الإنتاج. وينص بند 640 من القانون الريفي على: «إن السياسة المتبعة في مجال الجودة و مصدر المنتجات الزراعية (...) لا بد أن ينطبق عليه بصفة عامة الأهداف التالية: زيادة تنوع المنتج وتحديد سمات المنتج (...) مع الأخذ في الاعتبار زيادة وعي المستهلك و تلبية توقعاته: دفع عملية التنمية في قطاعات الزراعة والغذاء ورفع جودة المنتج من خلال تقسيم السوق إلى قطاعات واضحة؛ تحقيق الاستقرار في الإنتاج الزراعي والغذائي في المنطقة وضمان الحفاظ على الأنشطة الاقتصادية وبخاصة في المناطق الريفية المحرومة (...): توزيع زيادة قيمة السلع الزراعية بصورة متساوية على أصحاب المزارع (...). وعلى جهات التصنيع و شركات التسويق.

وبهذا، فإن مفهوم تحديد المنشأ يعد بمثابة عقبة أمام بعض مظاهر العولمة مثل عمليات إعادة التوطين الصناعي والتي تشير إليها وسائل الإعلام و يعتبرها السكان أحداث مؤلمة. ولا شك أن هذا البعد يعتبر ذو أهمية كبرى فيما يتعلق بالحفاظ على التراث الثقافي بوجه عام بالنسبة للعديد من الدول التي تتطلع إلى إنشاء نظام مائل. ويلعب المعهد القومي لتحديد المنشأ دورا تنويريا في هذا السياق وبخاصة فيما يتعلق بعمله الخاص بالترويج لمفهوم تحديد المنشأ وأهميته القانونية للمنتجين الذين يكونون معزول عن بعضهم البعض في غالب الأمر. ويعتبر تحديد المنشأ من أدوات التجارة الحرة وهو بذلك من الأمور الأساسية في عملية مكافحة الفقر و ضمان تحقيق تنمية مستدامة. وتقوم شبكة «أوريجين» (أو شبكة منظمة المؤشرات الدولية الجغرافية). التي تتألف من منتجين من كافة أنحاء العالم، بالعمل جاهدة على حماية المنتجات الخاصة بمنشأ محدد من خلال تسهيل دخولها للأسواق.

ويمكننا أن ندرك أنه عند فهم مبدأ ارتباط المنتج بالمنشأ من خلال سياق اقتصادي، فإنه يمثل إطارا مهماً للتحليل فيما يتعلق بالتنمية الإقليمية. وبالرغم من ذلك، فإن القضايا المذكورة آنفا، (وهي الحفاظ على الأنشطة الزراعية، التجارة الحرة، التنمية) لا تكفي وحدها لتبرير المسائل المتعلقة بتقييم تأثير علامات الجودة على الإقليم. وبالنسبة لكافة المسائل التي تحمل مثل هذه الطبيعة، فإن مستقبل الصناعات المتعلقة بمنطقة معينة ستكون معرضة للخطر. وتواجه أنظمة الإنتاج هذه بصفة خاصة مخاطر على المستوى العالمي تهدد وجودها، إن وضع عملية تسجيل المنشأ على المستوى الأوروبي قد أعطى المنتجات المعنية درجة معينة من الشرعية لكن هذه الحالة لا تنطبق على المستوى العالمي حيث تتنازع العديد من الدول بصورة دائمة على محل المنشأ - والمؤشرات الجغرافية - حيث تنظر إليها هذه الدول على أنها عقبات تعوق المنافسة الحرة. وبهذا فإن المفاوضات الحالية في منظمة التجارة الحرة تدور حول حالة المؤشرات الجغرافية: وهو مبدأ في حد ذاته يتساوى مع العلامات أو أي ترتيبات خاصة؟

ولا يبدو أن العلاقة بالأرض (=التربة / البيئة المحلية والبيئة). والتي يتم غالبا التنازع عليها، وفي بعض الأحيان يكون هناك حق في النزاع. لا يبدو أنها تمثل أساس كاف للمناقشات المناسبة لبلد المنشأ⁴. لذا يبدو أنه من الضروري أن يتم التوسع في المناقشات لتتضمن أبعادا غير النواحي التجارية والفنية. وتشير وجهة النظر هذه إلى أهمية المؤشرات الجغرافية في عملية التنمية. وبعيدا عن الأهمية الاقتصادية لهذه الصناعات الخاصة، والتي يجب أن يتم تقييمها، نتساءل

4. علاوة على ذلك فإنه من الواضح أن مصطلح ارض terroir ليس له مرادف باللغة الإنجليزية.

إلى أي مدى تعتبر هذه الصناعات جزءاً لا يتجزأ من ديناميكيات التنمية في أقاليم إنتاجها؟ وما هي الأدوات المنهجية التي يمكن وضعها لتحليل هذا الأمر؟

ويهدف الفصل الحالي إلى تقديم العديد من معايير التقييم والتي يمكن من خلالها القيام بهذا التقييم. ولكي نعطي تحليلنا شكلاً ملموساً بصورة أكبر سنقوم بالتركيز بصورة خاصة على الجبن الروكفور. وهو رمز لمنجات البحر المتوسط التي تتمتع بحماية تسجيل المنشأ منذ عام 1925. وإلى جانب طول الفترة التي مرت على إنشاء هذه الصناعة فهي مجال هام للتطبيق فيما يتعلق بالأهمية الكبيرة لفرص العمل في هذه المنطقة الهشة من الناحية الاقتصادية والديموغرافية.

وسوف نقوم بداية بتفسير القضايا العالمية التي تبرر المسائل الخاصة بنا: كيف يتم النظر إلى المؤشرات الجغرافية في داخل منظمة التجارة الحرة؟ وما هو وضعها في الوقت الحالي؟ كيف ستؤدي دراسة عملية التنمية إلى تقنين مكانة المؤشرات الجغرافية في مجال التجارة العالمية؟

سوف نعرض في الجزء الثاني من هذا الفصل المؤشرات المختلفة التي تم ترتيبها وفقاً لما ورد بدراسة المؤلف. حيث قدم تسجيل منشأ الجبن الر克福رد كمثال. ثم يتم تناول العديد من المناحي الأخرى مثل: الأهمية الاقتصادية الكبيرة للصناعة من حيث فرص العمل في مجال الزراعة والأغذية الزراعية؛ قدرة عملية تسجيل المنشأ على إحداث الاستقرار في النشاط الاقتصادي على مدى فترة طويلة؛ مزايا تسجيل المنشأ بالنسبة لمناطق الإنتاج وبخاصة بالنسبة لأسعار الألبان وتحسين صورة مهنة الزراعة؛ يؤدي تسجيل المنشأ إلى خلق «شبكة إنتاج» معينة تتركز حول مزارع الأغنام؛ وأخيراً، أهمية تسجيل المنشأ في صناعة السياحة حيث يتم تطوير المرافق تدريجياً بما يساعد على تأهيل هذه المنطقة من وجهة نظر السائح بصفة خاصة. ثم نختم تحليلنا بمناقشة نقاط القوة والضعف في مسار التنمية الذي تم إتباعه في منطقة روكفور.

تحديد المنشأ في مواجهة التحديات الدولية

قمنا بالتأكيد على الطبيعة الغامضة لعملية تحديد المنشأ في السياسة الزراعية العامة في سياق آخر؛ ومن الصعب بالنسبة لآليات مثل عملية فصل المساعدات أن تستوعب الطبيعة الخاصة للصناعات التي تعتمد على الجودة (فريسجين 2005). وفي السياق الدولي، بالرغم من ذلك، فإن هذا الغموض يؤدي إلى صدمات مع دول معينة ترفض الاعتراف بمرات وجود نظام حماية يقوم على أساس علاقة المنتج بمنشأه. وهذه المعارضة لا تتعلق فقط بالتقسيم بين أوروبا والولايات المتحدة فالأمر أبعد من ذلك؛ فهو يتعلق بمجموعات عديدة من الدول ويشمل اعتبارات تجارية وثقافية.

وهكذا فإنه لكي نستطيع فهم سمات هذه المشكلة الشائكة بصورة أفضل فسوف نناقش أولاً العوامل الكامنة في الوضع القانوني للمؤشرات الجغرافية والجهود التي تسعى إلى الوصول إلى الاعتراف بمثل هذه المؤشرات في منظمة التجارة العالمية. ثم نقوم بطرح النواحي الإقليمية لتشريع المؤشرات الجغرافية من خلال تحليل القضايا الدولية التالية: لأي مدى يمكن

لمفهوم الإقليم (والذي يعتبر أشمل من البيئة المحلية) أن يقوم بزيادة نطاق المنظور بحيث يشمل أبعاداً أخرى مثل الأبعاد السياسية، والأبعاد المتعلقة بالهوية) وعوامل أخرى؟ وما هي الأدوات التي يمكن من خلالها تقييم عملية التنمية الإقليمية؟

الاعتراف الجزئي بالمؤشرات الجغرافية من خلال منظمة التجارة العالمية

على عكس ما هو متوقع، فإن العملية التي تؤدي إلى الاعتراف بالمنتجات ذات المنشأ المسجل هي عملية دولية أكثر منها أوروبية. فالزيادة الكبيرة في التجارة الدولية على مستوى العالم بعد فترة الخمسينات دفعت الزعماء السياسيين في الدول الصناعية إلى الدخول في اتفاقيات تؤمن حماية مشتركة لمنتجاتهم الغذائية. فاتفاقية ليزين والتي تم التوقيع عليها من قبل العيد من الدول في عام 1958 كانت فرصة للاعتراف المتبادل بنظام تحديد المنشأ. وبذلك فقد تمكنت فرنسا من امتلاك علامات تحديد منشأ خاصة بها ومعترف بها من قبل الأطراف الأخرى. كما تم إبرام اتفاقيات تتعلق بأنواع معينة من المنتجات مثل معاهدة سترسا (إيطاليا) الخاصة بمنتجات الألبان والتي تم التصديق عليها في عام 1951. وبالرغم من ذلك فإن تأثير هذه الاتفاقيات العديدة كان محدوداً دائماً نظراً للعدد المحدود للدول الموقعة عليها. ولم توقع القوى التجارية الكبرى مثل اليابان أو الولايات المتحدة الأمريكية على أي من هذه المعاهدات. لذا فقد كان من غير الممكن الوصول إلى إجماع يتعلق بوضع تعريف مبسط لمفهوم تحديد المنشأ مثل التعريف السائد في فرنسا على سبيل المثال.

سنقوم بمناقشة قضية وضع تحديد المنشأ من خلال وجهة نظر مفهوم الملكية الفكرية. في عام 1994، تضمنت اتفاقية مراكش التي تم بمقتضاها تأسيس منظمة التجارة العالمية اتفاقية حقوق الملكية الفكرية⁵ والتي تطالب أعضاء منظمة التجارة العالمية بتوفير حد أدنى من الحماية لحقوق المؤلف و الاسم التجاري، و براءة الاختراع. وكانت لدى الإتحاد الأوروبي رغبة في إدراج المنتجات الغذائية تحت شكل من أشكال الملكية الفكرية. وقد نجح في تقديم نوع من الحماية للمنتجات من خلال علامة رسمية هي (PDO/PGI) (وتعني التحديد المحمي للمنشأ وعلامات جغرافية محمية) والتي تشير إلى المنشأ الجغرافي لها. ويبدو أن مفهوم المؤشرات الجغرافية كما تم تعريفه في البند رقم 22 من الاتفاقية كان أقرب ما يكون من المفهوم الفرنسي لأصل المنشأ: «يتم تعريف المؤشرات الجغرافية في هذه الاتفاقية، كمؤشرات تشير إلى أن منتج ما قد تم إنتاجه على أرض دولة من الدول الأعضاء أو إقليم أو بيئة محلية في أرض الدولة حيث ترتبط بالمنشأ الجغرافي جودة معينة أو شهرة ما أو أي مميزات تتعلق بالمنتج.»⁶ ومن ناحية أخرى فإن القواعد الخاصة بحماية المؤشرات الجغرافية تشير بصفة أساسية إلى معلومات متوفرة لدى المستهلك: «فيما يختص بالمؤشرات الجغرافية سيقوم الأعضاء بتقديم الأساليب القانونية للجهات المعنية لمنع استخدام أي وسائل في تقديم أو تعريف منتج بصورة تشير أو توحي بأن المنتج المشار إليه قد تم إنتاجه في منطقة جغرافية تختلف عن المنطقة الأصلية التي تم إنتاجه فيها بصورة تؤدي إلى تضليل الجمهور فيما يتعلق بالمنشأ الجغرافي للمنتج.»⁷

5. إتفاقية النواحي التجارية لحقوق الملكية الفكرية

6. إتفاقية حقوق الملكية الفكرية، الملحق 1 ت. الفصل 3، المادة 22

7. إتفاقية حماية الملكية الفكرية، نفس الموضوع السابق

وبالرغم من هذا التطور الظاهر، فإن هذه الصياغة لا توفر مستوى مرتفع من الحماية لأنه من الصعب إثبات أن المستهلكين قد تم خداعهم فقط بناء على هذا الأساس. ومن أجل علاج هذا الضعف استطاع ممثلو شركات النبيذ والكحوليات - كبرى الشركات في هذا المجال - الحصول على حماية إضافية من خلال المادة 23 التي قدمت بنسب إضافية هو: « على كل عضو أن يقدم وسائل قانونية إلى الأطراف المعنية تمنع استخدام المؤشرات الجغرافية... حتى عند الإشارة إلى المنشأ الحقيقي للمنتج أو عند استخدام المؤشر الجغرافي في الترجمة أو إذا كان مصحوبا بعبارة مثل «نوع»، «شكل»، «أسلوب»، «تقليد» أو ما شابه⁸. ويمنع هذا البند القيام بممارسات على نطاق واسع تعتمد على استخدام تسميات مثل «بورديو» أو «كونياك» والتي تنطق بشكل مماثل لنطق التسميات المحمية وهي نبيذ بورديو وبراندي كونياك. لكن المفاوضات التي جرت لعدة سنوات بهدف أن يشمل هذا البند أنواعا أخرى من المنتجات (مثل منتجات الألبان ومنتجات اللحوم الخ) كانت قد أخفقت. ويتضمن هذا المجال عددا لا حصر له من حالات التقليد التي تحدث نتيجة لعدم أمانة الغشاشين أو بسبب وجود لوائح ضد المنتجات التي يتم تقليدها. فمن الصعب أن يتم تصدير لحم فخذ الخنزير هام بارما إلى بعض الدول (مثل كندا والولايات المتحدة الأمريكية) بسبب وجود منتجات لحم في السوق تباع تحت اسم لحم بارما وهو اسم تم تسجيله قبل الحصول على شهادة المنشأ. فكان على مجموعة شركات هام بارما أن تباع منتجاتها في هذه الدول تحت اسم آخر لأن الإجراءات القانونية التي تم اتخاذها كانت بلا طائل.

إن هذا النزاع، والذي استمر لعدة سنوات، يجب أن يتم شرحه أولا من خلال التفرقة بين أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية والتي تعتبر المؤشرات الجغرافية مجرد فصل في مفاوضات زراعية أشمل. وبالرغم من ذلك فإن النقاش يتضمن مجموعة أخرى من الدول بما فيها مجموع كيرن، التي تتكون من 18 دولة مصدرة لسلع زراعية والتي تخرب من أجل أن يكون لها حواجز جمركية وإزالة دعم الصادرات والتي تؤيد الولايات المتحدة الأمريكية في هذه القضية⁹.

ومن ناحية أخرى ترى العديد من الدول النامية (وبخاصة في أفريقيا وأمريكا الجنوبية وأمريكا الوسطى) أن المؤشرات الجغرافية هي بمثابة فرصة كبيرة لتسهيل الدخول إلى الأسواق للعديد من صغار المنتجين. أما بالنسبة للصين، فإنه بالرغم من التقاليد الزراعية التي استمرت لعدة قرون والتشريعات التي تم إدخالها مؤخرا في هذا المجال، فإن موقف الصين من المؤشرات الجغرافية لازال غامضا.

وهذه المناقشات لا تتعلق فقط بالجدل التجاري؛ إنها مليئة بالاختلافات الثقافية والأيدولوجية (العالم الجديد/القارة القديمة) التي نعتقد أنه من الضروري أن نناقشها.

المؤشرات الجغرافية والاسم التجاري:

من وجهة نظر الدول الأوروبية، فإن حماية المنتجات الغذائية، في مواجهة المنتجات المقلدة والتدليس، هو أمر شرعي وجزء من استراتيجية تهدف إلى حماية التراث الثقافي. أما معارضو النظام فيرون أن الحماية عقبية أمام التنافس الحر ويعتبرون أن القانون الخاص بالاسم التجاري كاف

8. إتفاقية حقوق الملكية الفكرية، ملحق 1 ت، الفصل 3، المادة 23. جدر الإشارة إلى ان النبيذ والكحول لا تخضع لنظام تسجيل المنشأ في الاتحاد الأوروبي؛ وقد تم الحصول على سجل متعدد الجوانب من منظمة التجارة العالمية للمنتجات وهو يحتوي على أكثر من 7000 اسم محمي حماية تامة.

9. تعتبر الأرجنتين والبرازيل وأستراليا وكندا ونيوزيلندا من أهم الأعضاء.

لتنظيم التجارة. وهذان الرأيان اللذان يشيران إلى أصول القانون الروماني و الأجلوساكسوني يستحقان المزيد من التمييز.

وقد كان الافتراض المطروح من قبل المدافعين عن المنهج الحر هو أن إنشاء نظام حماية قانوني يعتمد على منشأ المنتجات لا يوفر أي مزايا إضافية للمستهلكين الذين لا ينظرون إلى أسماء المنتجات على أنها عناصر تتعلق بمنشأ المنتجات ولكنهم يعتبرونها عناصر تتعلق بعمليات الإنتاج. وبذلك فإن المؤشرات الجغرافية لا يوجد ما يبررها لأنه ليس لها أي ميزة من أي نوع بالنسبة للمجتمع. وهي لا تفيده سوى في منح المنتجات التي تحملها حقوقا خاصة مميزة. وبذلك فيمكن إستبدالها بأسماء تجارية تشير إلى المنشأ. ولذلك فإنه لا يمكن تطبيق حقوق الملكية الفكرية على المؤشرات التجارية. ويعتبر بعض المراقبين الأمريكيين أن رغبة أوروبا في سحب بعض أسماء المنتجات التي أصبحت أسماء تجارية (مثل فيتا. موتزاريل. إيمونتال أو جودا) من التداول العام هو بمثابة إستراتيجية «لاستعمار» لغة الأغذية: «يمتلك المنتفعون من «المؤشرات الجغرافية القوية» الخاصة بالنبيذ والكحوليات طموحات كبيرة تتعلق بالسيطرة على اللغة الخاصة بهذا القطاع من الغذاء وذلك من خلال تجنب القيود المناسبة والمفروضة على حقوق الاحتكار الخاصة بهذه اللغة بما في ذلك إدخال «التعبيرات التقليدية» ضمن نطاق حماية المؤشرات الجغرافية القوية» (جالجار 2002).

وانطلاقا من وجهة النظر هذه. تعتبر الطبيعة الحماية للمؤشرات الجغرافية ذريعة لرفع مستوى الأداء الاقتصادي للأعمال التجارية الأوروبية المعنية في مواجهة منافسيها الذين سوف يعانون من خسائر اقتصادية كبيرة إذا تم تطبيق اللوائح. فالصلة الضعيفة بين بعض علامات المنشأ الحمية الأوروبية أو المؤشرات الجغرافية الحمية ومناطق إنتاجها لا تؤدي سوى إلى إضافة المزيد من الشكوك المتعلقة بجدوى المؤشرات الجغرافية.

ومن جانبهم. فإن المدافعين عن المؤشرات الجغرافية يعتبرون أن شرعية هذا النوع من الأنظمة لا يمكن أن يعتمد بأي حال من الأحوال على إدراك المستهلك لأن المستهلكين لا تتوفر لديهم المعلومات الكافية في غالب الأحيان.¹⁰ إن المؤشرات الجغرافية ليست مجرد أدوات تجارية؛ فالغرض منها أيضا هو أن تلعب دورا في الحفاظ على الأنشطة الاقتصادية في المناطق الصعبة. كذلك فإن المزايا الخاصة بالمستهلك هي أيضا من الأمور الهامة طالما أن الضمانات الخاصة بالمنشأ والجودة تعتبر بلا شك عامل من العوامل المتعلقة بالمعلومات. أما الخسائر التي يتعرض لها منتجو المنتجات المقلدة هذه الأيام فيما يتعلق بعمليات سرقة الحقوق فإنها ليست مجرد خسائر اقتصادية لكنها خسائر تتعلق بصورة وسمعة المنتجات وبخاصة عندما يثبت أن المنتج المقلد أقل جودة من المنتج الأصلي. وما يحزن هؤلاء المنتجون هو أن المؤشرات الجغرافية لها تأثير أقل من الإسم التجاري الذي يعتمد على منطق التسجيل وفقا لمبدأ «أولوية طرح الاسم».¹¹

وبهذا فإن التحدي الذي يواجهنا هو تحديد حالة المؤشرات الجغرافية فيما يتعلق بالإسم التجاري. ويقوم المفاوضون. وبخاصة الأوروبيون. بدراسة استراتيجيتين محتملتين وهما:

10. ندعو القارئ إلى الرجوع إلى المقال الذي قام به. تشين بنشره حول الموضوع في مجلة «استعراض الحقوق الريفية» (العدد 249) و رد إل لورسيليك والذي تم نشره في نفس العدد.

11. وهو ما يشبه مبدأ «أولوية خدمة العميل الذي يصل أولا».

< مد نطاق اتفاقيات حقوق الملكية الفكرية بحيث تشمل كافة المنتجات. ويدعم هذه الاحتمالية 30 دولة من بين 140 دولة حالياً لكن هناك معارضة متزايدة لهذه الفكرة. وتجدر الإشارة إلى صعوبة المناقشات بسبب قلة المنتجات التي لدى الولايات المتحدة الأمريكية التي تريد أن تقوم بحمايتها كما أن الاتحاد الأوروبي ليس لديه ما يقدمه «في مقابل» مد نطاق اتفاقية الملكية الفكرية.

< إعداد قوائم بالمنتجات التي تتمتع بحماية مطلقة. وسوف يكون من السهل إقناع الدول بقبول القائمة لأنها سوف تكون جزءاً من المكون الزراعي ولن تأتي ضمن حقوق الملكية الفكرية وبذلك يمكن تصور إمكانية القيام بعمليات التبادل التجاري.

وبالرغم من أن هذين المنهجين ليسا منهجين متعارضين فإنهما يقومان على منطقتين مختلفتين. ففي الحالة الأولى سيتم الترويج للمؤشرات الجغرافية من حيث المبدأ بنفس الطريقة التي يتم الترويج بها للعلامات وبذلك فإنها ستتمتع بحقوق ماثلة. وفي الحالة الثانية، سيتم اعتبار أن حماية المنتجات تندرج تحت نظام معين منفصل عن نظام المنافسة ويتساوى مع الاستثناءات الثقافية والزراعية. ويأتي هذا الفرق الطفيف في المعنى وراء التعقيبات التي تواجه المناقشات.

وبالرغم من ذلك فسوف نقوم بالتركيز على أن مختلف المناقشات التي تلت بعضها بعضاً من خلال جولة المئوية (في كانكان عام 2002 و في الدوحة في 2003 و في هونغ كونغ في 2005) لم تكن هناك فرصة للتعامل مع قضية المؤشرات الجغرافية. لأن هذه القضية الكبيرة تبدو وكأنها قضية ثانوية بصورة كبيرة بالنسبة للمناقشات الزراعية (دعم الصادرات، الحواجز الجمركية، ودعم الأسواق الداخلية). وبالمثل فإن الزراعة ككل لها وزن أقل من القطاعات الأخرى (مثل الصناعة والتكنولوجيا والخدمات). لذلك فإن أهمية المؤشرات الجغرافية لا بد من النظر إليها من حيث حجمها بالنسبة للقضايا الأخرى ولا بد أن ندرك أنها يمكن أن تمثل «وحدة مساومة» في سياق المناقشات الأشمل.

وكما يبدو، فإن هذا المنظور العالمي يوضح جلياً أن الاعتراف بمبدأ المؤشر الجغرافي هو أمر حتمي بالنسبة للاستمرارية طويلة المدى ومتوسطة المدى للصناعات التي تقوم بإنتاج منتجات تحمل علامة المنشأ. ويتطلب مثل هذا الاعتراف تكريس إهتمام خاص بالسمات النوعية المميزة للمنتج والتي تعتبر أساس مبدأ المنشأ. وبالرغم من ذلك، يشير التحليل السابق إلى ضرورة إسهام المؤشرات الجغرافية في شروط التنمية التي يجب التركيز عليها كمسألة شرعية في حد ذاتها.

البعد الإقليمي للصناعات كأطروحة شرعية لتحديد المنشأ

بالرغم من أنه من الضروري إقامة علاقات سببية بين جودة المنتج و السمات الخاصة بالمنطقة التي تم تصنيعه فيها حتى نبرر مبدأ تحديد المنشأ. فإن هذا المنطق المتعلق بوجود علاقة مع البيئة المحلية غير كاف لتبرير الحماية القانونية التي يتم تقديمها من خلال علامات الجودة الرسمية. وفي رأينا أن الاعتراف بإسـم فيـتا كإسـم منشأ مسـجل لصالـح اليونان يؤيد هذه الأطروحة. تم الحصول على تخصيص تسمية فيتا في عام 2002 وقبول الأمر بمعارضة شديدة

من قبل العديد من دول العالم ودول في أوروبا أيضا بما فيها ألمانيا و الدانمارك و فرنسا وهي من أكبر ثلاث دول منتجة لهذا النوع من الجبن والذي كانت تسميته حتى هذا الوقت غير محمية. ففي فرنسا، كان إنتاج جبنة فيتا هو المجال الوحيد للتنوع أمام رجال الصناعة في منطقة روكفور كما أنها تمثل جزء كبير من القيمة المضافة للبن الماعز بالنسبة للمنتجين. فإذا لم يتمكن المنتجون من استخدام هذه التسمية، فإن الصناعة سوف تتعرض لخسائر فادحة وكذلك اقتصاد المنطقة ككل. ولذلك، فقد عارض المنتجون هذا الإجراء لأن المواصفات لم تكن تتضمن أي قيود لأن منطقة الإنتاج تضم كافة أراضي اليونان. وبالرغم من أن جبنة فيتا هي ولا شك جزء من التراث الإغريقي، فإن حصول اليونان على تسجيل محمي للمنشأ يعطي مصداقية للائتلاف الأوربي أمام شركائه التجاريين لأنه يمكنه من تبرير الاتهامات المتعلقة بالحماية التجارية. إن عدم كفاية الأسانيد الخاصة بالسماوات النوعية المميزة يحدو بنا لأن نقوم بتضمين مناقشاتنا مسألة مساهمة الصناعات التي تقوم على الجودة في عملية التنمية الإقليمية.

ونلاحظ في الوقت الحالي اتجاهها واضحا يتعلق بظهور مخاوف إقليمية متنامية في مجال الأنشطة الزراعية و أنشطة الأغذية الزراعية. فقد تمخضت التغيرات بعيدة المدى التي حدثت في مجال الزراعة في فرنسا على مدى الأربعين عاما الماضية عن زيادة في الفروق بين المناطق ذات القدرة الإنتاجية الكبيرة والمناطق المهمشة. وقد أدت هذه العملية، بالإضافة إلى زيادة توقعات المستهلكين التي تتعلق بالمنتجات التي تقوم على أساس الجودة، إلى تغيير أهداف السياسات الزراعية منذ بداية التسعينات. فبعد أن كانت هذه السياسات تساند أصحاب المزارع أصبحت تبني منهاجا أكثر إقليمية. وقد تم استبدال عقود الزراعة الإقليمية بعقود زراعة مستدامة وهو ما يرمز إلى الاعتراف المؤسسي بمفهوم تعدد وظائف الزراعة الجديد. وتعتمد هذه التشريعات الجديدة على مفهوم جديد لديناميكيات التنمية وطرح مسألة وظائف الزراعة والتي لم يعد الغرض منها مجرد إنتاج وتصنيع المواد الخام لكن أصبح الغرض منها أيضا أن تلعب دورا في مشكلة البطالة، جودة الغذاء، السياحة وحماية البيئة. ومن خلال هذا السياق الجديد، فإن القيمة المضافة والحفاظ على الأنشطة الاقتصادية تعتبر من بين الوظائف غير التجارية لصناعات الأغذية الزراعية. وبذلك يمكن الاعتراف بالتنمية الإقليمية كخدمة مستقلة تقدمها الزراعة. وتتماشى هذه الفرضية مع وجهة النظر التي عبر عنها «جيه. نفوسي»، الذي يشير في هذا السياق إلى الوضع الجديد لهذه الصناعات والتي يجب أن تضيف قيمة لمنتجاتها من خلال تقديم خدمات تماثل توقعات المستهلك (فيما يتعلق بالجودة و انتظام الإنتاج و زمن الإنتاج). وبعد ظهور تعدد الوظائف بمثابة ظاهرة تتعلق بظاهرة وضع قطاع الزراعة كقطاع ثالث؛ وهي العملية التي أدت إلى زيادة التصنيع الزراعي والذي بدأ في بدايات الخمسينات (نفوسي، 2000).

تعتبر التنمية عملية أكبر من مجرد وظيفة جديدة محتملة للصناعات التي تقوم على الجودة والتي تنتج منتجات تحمل علامة منشأ؛ وهو جزء واضح من مهمتها كما رأينا في مقدمة هذا الفصل. وتنبع «إقليمية» هذه الصناعات أيضا من وجود طلب متزايد ومستمر من قبل المجتمع عليها. كانت علامات الجودة تعتبر في بداية الأمر مجرد ضمانات خاصة بالتقاليد المتعلقة بالصناعات الغذائية لكنها أصبحت تعتبر أدوات مستقلة لإدارة البيئة. وفي إشارة إلى ظهور مجتمع مرحلة ما بعد الحداثة، يؤكد «إل. بيرار و بي. مارشينييه» على جدد الاهتمام بهذه

المنتجات والتي تقوم عدة جهات في المجتمع بإعادة استغلالها- القطاع الاقتصادي والسياسي والسياحة وإدارة التراث (بيرار مارشيني، 2004). وقد تم تضمين الصناعات التي تقوم على أساس الجودة- وبخاصة تلك التي تقوم على أساس تسجيل المنشأ - في هذا المجالات من خلال إنشاء روابط بين المنتجين و الأطراف الأخرى في المنطقة: «يعتبر تسجيل المنشأ عاملاً من عوامل التميز الإقليمي. وبهذا تقوم العديد من الجهات بطلب الحصول عليها بعدة طرق وذلك وفقاً للأهداف الموضوعية:

- < رؤساء المجالس المحلية الذين يرغبون في تنمية مناطقهم وخاصة في حالة المناطق الريفية الهشة التي تواجه مشكلات إقتصادية أو ديموغرافية.
- < وكلاء وهيئات التنمية (المناطق ذات السمات المحلية، المحميات الطبيعية الإقليمية، الخ) والتي تتقدم لهيئة تسجيل المنشأ بهدف الترويج للأصول المميزة المحلية.
- < منظمات المزارعين المعنية بقضية التجديد والتي تهدف إلى تشجيع الأجيال الجديدة على الاشتغال في المزارع. وبذلك يمكن لعملية تسجيل المنشأ أن تساعد في زيادة الجذب في مناطق الإنتاج (وهو ما قد يؤدي إلى ارتفاع أسعار الألبان).
- < شركات السياحة التي تعمل على الترويج لتسجيل المنشأ محلياً (إقامة الاحتفالات، زيارة المزارع، إلخ) وتسعى للحصول على عوامل تميز للمنطقة؛ وفي هذه الحالة تقوم المنتجات بزيادة عوامل الجذب في البيئة المحلية ويمكن للسكان المحليين أن يلعبوا دور «سفير» المنتجات فيما يتعلق بالسائحين. وبهذا يصبح تسجيل المنشأ عاملاً من عوامل تحديد الهوية المتضمنة في عملية التماسك الاجتماعي.» (فرايسيجن، 2005)

وتركز الجهود البحثية على وضع أدوات منهجية يمكن من خلالها قياس عملية الإدماج الإقليمي للصناعات التي تقوم بتصنيع منتجات مسجلة المنشأ. وفي الواقع أننا نفضل مصطلح «إدماج» على مصطلح «تأثير» (سواء كان اقتصادياً أو اجتماعياً أو غير ذلك). فلكي نقوم بالتعامل مع مسألة ما على أساس التأثير فإن ذلك سيتطلب استخدام أساليب - وبخاصة الأساليب الإحصائية - لا تناسب ما نقوم به في الدراسة التي بين أيدينا. وكما سنرى، فإن الصعوبات المنهجية التي نتجت عن هذا المنهج جعلت من الصعب علينا الوصول إلى النتائج المرجوة. وعلاوة على ذلك، فإن رجال الزراعة دائمي البحث عن أدوات يتم الاعتماد عليها في صناعة القرار لتمكينهم من تبني منهج تعدد الوظائف. ولأن هذا المفهوم لا يزال غامضاً، فإننا في حاجة إلى فهم لا يمكن أن يوفره منهج يعتمد فقط على التعرف على التأثير.

وبهذا فإن منهجنا يركز على الطرق التي من خلالها يساهم تسجيل المنشأ في عملية التنمية. والهدف هو اقتراح نتائج موضوعية يمكن مقارنتها؛ فالتنمية كما تفهم في هذا السياق تفترض تطبيق منهج يهدف إلى تحقيق الجودة حتى وإن تم الاعتماد على الإحصاءات. ولأن هناك العديد من الأوجه المختلفة لعملية التنمية الإقليمية، فسوف نقوم بفهم تسجيل المنشأ بثلاثة طرق مختلفة: كمنشآت اقتصادية، كتراث، وكنظام أطراف فاعلة. وسوف نجيب على التساؤل المطروح في هذا الفصل من خلال وجهات النظر الثلاثة.

الأوجه الثلاثة لتسجيل المنشأ فيما يتعلق بقضايا التنمية

من بين المطبوعات العديدة التي صدرت حول إسهام علامات الجودة في عملية التنمية¹² نقوم بالتركيز بصفة خاصة على الفكرة التي طرحتها شبكة «الدولفين»¹³. ولكي نوضح تعقيدات هذه العملية، قام إي. ستوكي وإس. بواسو بتقديم شكل رقم 8 والذي يقوم على الافتراضات التالية:

- < المنطقة تعطي المنتج السمات النوعية المميزة له
- < يعترف المجتمع (الأسواق و التشريعات) بالسمات النوعية المميزة للمنتج
- < يقوم المجتمع بتعويض المنتجين ماديا نتيجة لذلك
- < يخصص المنتجون جزءاً من دخلهم لتجديد الموارد الإقليمية و المساهمة في التنمية (بواسون، ستوكي، 2001)

يقوم منهجنا على أساس الفرضية الرابعة: كيف يمكن تحليل المساهمة التي يقوم بها المنتجون - ومن ثم دور المنتج - في عملية التنمية الإقليمية؟ وهذه المساهمة ليست مساهمة مالية فحسب لكنها تأخذ أشكالاً عديدة أخرى - كمنشآت اقتصادية، كترات أو كنظام أطراف فاعلة.

يتضمن تحليل الأنشطة الاقتصادية التي ظهرت من خلال وجود الصناعات التي تقوم على تسجيل المنشأ الإشارة إلى قضية أشمل وهي قضية التوظيف. وبذلك تكون المهمة الأولى هي تقييم عدد الأطراف المشتركة في هذه الصناعة في أعلى النسق (المنتجين) وفي أسفله (الوظائف في شركات التصنيع). ولا بد من مقارنة هذه الأرقام بمعلومات أكثر شمولية (مكان المنشأ، المنطقة الإدارية، إلخ). وبالرغم من ذلك فإنه نظراً للطبيعة الثابتة لمثل هذا النوع من التحليلات فقد عمدنا إلى منهج أكثر ديناميكية يعتمد على عملية بناء موارد إنتاج متميزة. ويشير وجود أنشطة زراعية وأغذية زراعية في منطقة ما إلى الحاجة إلى توافر مهارات فنية وتكنولوجية (موردون، مقدمو خدمة، تدريب، أنشطة بحث وتطوير، دعم فني، إلخ). وبالرغم من كون هذه الخدمات أنشطة تم خلقها فإنها تقوم بنفسها بتوليد موارد (مثل المهارات، والخبرة، إلخ) والتي تقوم بدورها بتحقيق التنمية. ولأن تسجيل المنشأ يعتمد على أساس مبدأ عدم إمكانية التقليد، فإن هذه الموارد يمكن أن تصبح موارد مميزة. وهناك عدة أسئلة من شأنها تفسير مفهوم التنمية الإقليمية: هل أدى وجود المنشأ المسجل إلى ظهور سمات إنتاجية معينة يصعب تقليدها في أي مكان آخر؟ هل يمكن لمضمون المواصفات أن يؤدي بمرور الوقت إلى ظهور مجموعة من المهارات التي تعتمد على نشاط ما؟

وتنصب كافة الموارد التي تمت الإشارة إليها في هذا المنهج على عملية الإنتاج. وتتطلب عملية التنمية، التي تقوم على أساس تعدد القطاعات، دراسة أنواع الموارد الأخرى التي تكونت بسبب

12. أنظر الأعمال التالية والتي تم ذكرها في ثبث المراجع: لاجراخ (1999)، برياند (1999) كوتر بيكار (1999) بيرييه سولبيك و دوسيه و ليون و شميت (2000) و أوليفيه (2003).

13. تنمية المنتجات ذات المنشأ المسجل، الإنسانية و الإبداع والاستمرارية، شبكة الأبحاث الأوروبية التي تعمل على المنتجات ذات الجودة، لمزيد

وجود تعاون بين مختلف قطاعات الأنشطة في منطقة معينة. إن النظر إلى تسجيل المنشأ على أنه جزء من التراث يعتبر جزءاً من هذا المنهج حيث نقوم بدراسة إمكانية قيام المنتج الذي يحمل علامة منشأً مسجلاً من تأهيل المنطقة - من خلال تحويله إلى عامل من عوامل الجذب السياحي . على سبيل المثال. وتكمن التنمية الإقليمية هنا في قدرة علامات المنشأ على التجمع أو أن تصبح جزءاً لما أشار إليه أحد خبراء الاقتصاد بعبارة « سلال المنتجات - سلسلة من المنتجات والخدمات والتي تتم في نفس المنطقة وتساند بعضها بعضاً وتكون لدى السائحين والمستهلكين الرغبة في شرائها (مولار، 2001؛ بيكور، 2001). وهناك أعمال مثل «الجولات» المخصصة لمنتج ذي علامة منشأً مسجلة والتي تذكر بالتفصيل ما تقدمه كل منطقة والتي يمكن إدراجها تحت هذه الفئة.

ولابد من أن تتضمن عملية التأهيل هذه تنسيقاً بين كافة الأطراف في سياق العمل الجماعي (متخصصين في مجال الصناعة، رؤساء مجالس محلية، شركات سياحية، الخ). وتعتبر عملية التنسيق هذه عنصراً أساسياً من عناصر عملية التنمية الإقليمية شأنها شأن عملية بناء الموارد (الإنتاج أو التراث). أما المكون الثالث في هذا المنهج فهو إدماج تسجيل المنشأ في بعض صور التنسيق الإقليمي (سواء كان قطاع خاص، أو عام أو شبه عام).

ولأن هذا المنهج يمكن تطبيقه على كافة علامات الجودة وعلى كافة المنتجات ذات علامة المنشأ المسجل فإنه يمكن شرح كافة القوائم بالتفصيل وذلك بهدف تقييم الدور الذي يلعبه تسجيل المنشأ في عملية التنمية. ويوضح مثال روكفور والذي ذكرناه في الجزء الثاني من هذا الفصل الطرق العديدة والمتختلفة التي تسهم بها الصناعة في الديناميكيات الإقليمية. وسوف نركز بصورة خاصة على مستويات هذه العمليات.

تسجيل المنشأ للروكفور في ديناميكيات التنمية الإقليمية

قمنا باختيار تسجيل منشأ روكفور (والتي تقع في جنوب مقاطعة أفيرون) كمثال ملموس. وهناك ميزات كبيرة وعديدة تميز هذا القطاع عن قطاعات صناعة الجبن الأخرى التي تتمتع بعلامة منشأً. وتجدر الإشارة إلى هذه السمات النوعية لأنها تلعب دوراً هاماً في عملية تنمية المنطقة. ويمكننا دراسة الإسهامات الهامة التي قدمتها الصناعة إلى مجال التنمية الإقليمية:

- < تقييم الأهمية الاقتصادية المتعلقة بالمزارع و فرص العمل الصناعية في شركات التصنيع
- < قدرتها على إحداث استقرار في الأنشطة على مدى فترات طويلة كنتيجة للحماية القانونية للمنتج
- < المزايا التي وفرها تسجيل المنشأ لمجال الإنتاج (سعر الألبان، عوامل الجذب، تحسين الصورة الذهنية للزراعة كمهنة، والمفاوضات مع الموزعين، الخ).
- < ميل عملية تسجيل المنشأ إلى خلق شبكة إنتاج نوعي يجمع عدداً كبيراً من التشكيلات و الهيئات ويجعل منطقة روكفور منطقة مرجعية فنية عالية فيما يختص بالأمور المتعلقة بمزارع الأغنام.

< الدور الذي لعبته عملية تسجيل المنشأ في السياسات التي اتبعتها رؤساء المجالس المحلية و المتخصصون في مجال السياحة لتطوير المنطقة.

صناعة الروكفور

تم الحصول على علامة المنشأ المسجل لجبن الروكفور في عام 1925 وبذلك يعتبر أقدم إسم مسجل لجبن في فرنسا. وقد تمت صياغته بناء على مؤسسة تم إنشائها في عام 1930 تحت اسم الاتحاد العام لمنتجي ألبان الأغنام ومصنعي جبن الروكفور¹⁴ والذي جمع كافة الأطراف الفاعلة في مجال الصناعة (منتجو ومصنعو الألبان) منذ ذلك الحين. وبالإضافة إلى كون الاتحاد نقابة حاصلة على علامة منشأ مسجلة. يعمل الاتحاد كمنظمة لمختلف القطاعات وتكرس مجهوداتها لإدارة كافة عمليات إنتاج ألبان الأغنام في المنطقة. ويتم استخدام حوالي نصف حجم الألبان المنتجة في تصنيع الجبن الحاصل على علامة منشأ مسجلة أما الباقي فيتم استخدامه في صناعة أنواع أخرى (فيتا، الجبن المضغوط، مسحوق اللبن، الخ). وقد تم تفسير هذا الموقف من خلال الاستراتيجية التي قام رجال الصناعة في المنطقة بتطبيقها وقد كان عليهم التعامل مع الفائض في الإنتاج منذ السبعينات. وقد جعلت البنية التي تقوم على أساس التعاون بين كافة جوانب الصناعة من الروكفور مؤسسة تتمتع نسبيا بالاستقلالية ولا يضاهاها مؤسسة أخرى في فرنسا. حيث تم تطبيق نظام معقد يقوم بوضع حد للإنتاج في عام 1987 وهو نظام يشبه نظام الحصص الخاص بألبان الأبقار إلى جانب آلية جديدة أيضا لدفع ثمن الألبان.¹⁵ وبالرغم من المصالح المتعارضة التي لا حصر لها بين الأطراف المعنية في هذا المجال (وبخاصة فيما يتعلق بتحديد أسعار الألبان). فإن الاتحاد يعتبر الإطار المؤسسي الرئيسي والذي يتم به اتخاذ القرارات الخاصة بإدارة ألبان الماعز في المنطقة. وقد كان الإنشاء المبكر لهذا الاتحاد واستمراره من السمات التي يجب التركيز عليها.

كان إنتاج روكفور في عام 2005 حوالي 19 ألف طن (أنظر جدول 1) وهي بذلك ثالث أكبر اسم تجاري بعد كونت و كانتال. جدر الإشارة هنا إلى ثبات الإنتاج - والذي وصل إلى 19800 طن في عام 1991. وبهذا يبدو أن أسواق الجبن الروكفور قد بلغت مرحلة النضج وأصبح لا يحدث بها سوى تغيرات طفيفة وذلك بصورة تشبه الأنواع ذات علامات المنشأ المسجلة التي يتم إنتاجها بكميات كبيرة. ويوجد حاليا سبع شركات تقوم بجمع الألبان من 2350 نقطة تسليم (منتجين مستقلين أو جماعات مزارع). وتمتلك مجموعة لاكتاليه حصة كبرى في الاسم التجاري الرئيسي سوسيتيه والذي يقوم بإنتاج ثلثي إجمالي إنتاج الجبن. أما الثلث الباقي فيقوم بإنتاجه ثلاث مصانع جبن تعمل على المستوى الإقليمي (ساكرو هو أحد هذه المصانع وهي عبارة عن جمعية تعاونية) وثلاث شركات أخرى أصغر حجما. إن محل المنشأ، والذي تمت مراجعته مؤخرا¹⁶. ينطبق حاليا على منطقة إنتاج لبن الماعز والمعروفة أيضا "بمنطقة روكفور". وهي تمتد عبر ستة مقاطعات وإقليمين إداريين: أفيرون، تارن (البرانس الوسطى) لوزير، هيرولت، جارد، و آود (الاجودوك- روزيلون).

14. والذي سيشار إليه لاحقا باسم إتحاد روكفور.

15. فيما يتعلق بالزيادة الكبيرة في الإنتاج والنجاح في المزارع في السنوات الأربعة السابقة. وفي نفس الوقت تقرر وضع قواعد دفع أثمان حجم فردي مرجعي لكل منتج على حدة على أساس عمل المزارع في السنوات الأربعة السابقة. وفي نفس الوقت تقرر وضع قواعد دفع أثمان الألبان وفقا لثلاثة فئات سعرية: ألبان الفئة أ والتي تستخدم في صناعة جبن الروكفور (جودة عالية) وألبان الفئة ب وهي تستخدم في العديد من المنتجات ومنها جبن فيتا - وقد زاد إنتاجها بصورة كبيرة - وألبان الفئة ج والتي تباع سائبة (بحالتها السائلة) أو كألبان مجففة.

جدول 1 - ملف التعريف بصناعة الروكفور الحاصلة على علامة منشأ مسجلة

الاسم	روكفور
التكنولوجيا المستخدمة	جين ذو عروق زرقاء
نوع اللبن المستخدم	لبن ماعز
مضمون المواصفات	لبن خام من المنطقة المحددة ، نظام تغذية يقوم على الحشائش (بالاستعانة بالعلف)، تنضج في كهوف جبن روكفور
موقع المنشأ المسجل	أفيرون، تارن، لوزير، جارد، هيرولت، و آود.
تاريخ الحصول على علامة المنشأ المسجل	26 يوليو 1925
إجمالي إنتاج الألبان (بالتر)	180 مليون
الماعر المدر للألبان	800000
إجمالي الناتج في عام 2005 (بالطن)	19000
الاجاه بأرقام مطلقة 1991 - 2005	828-
الاجاه في 1991 - 2005 (%)	3.5 - %
عدد منتجي الألبان	2358
عدد المصنعين	7
الاطراف الأساسية	لاكتالي، بابيلون، سكارو
الأسماء التجارية الرئيسية	سوسيتيه، بابيلون، أسماء خاصة
قنوات التسويق	86% في المتاجر متوسطة الحجم وكبيرة الحجم
الصادرات (بالطن)	3450
الهيئة الإدارية	الاتحاد العام لمنتجي ألبان الأغنام ومصنعي جبن الروكفور

المصدر: المعهد القومي لتحديد المنشأ و المركز القومي المهني لاقتصاديات الألبان و اتحاد روكفور

خريطة 1 منطقة تسجيل نشأة الروكفور



تعتبر منطقة منشأ الجبن الروكفور المسجلة جزءاً من "فضاء فرنسا" والذي أشار الجغرافي «آر. بتاي» (1981) إليها على أنها منطقة هشّة بصورة كبيرة من الناحية الديموغرافية. ولأزال الوضع أخذ في التدهور في الجزء الجنوبي من مقاطعة أفيرون وشرق مقاطعة تارن بالرغم من أن إحصاءات الفترة من 2003 إلى 2005 تظهر وجود اتجاه نحو التباطؤ (فقد أصبحت الأرقام التي تشير إلى صافي أعداد المهاجرين تشير إلى قيمة إيجابية). فمنطقة ميلو على سبيل المثال توجد بها كثافة سكانية منخفضة للغاية: وتبلغ الكثافة 20 شخص لكل كم² كما أن الكثافة في 50% من البلديات تصل إلى أقل من 10 أشخاص لكل كم. كما تعتبر المنطقة هشّة من الناحية الاقتصادية لأن صناعة جبن الروكفور هو النشاط الأساسي في هذه المنطقة. ويفسر هذا الموقف المتمثل في عدم توافر أنشطة بديلة الأهمية الكبرى والحاسمة لعلامات تسجيل المنشأ في المنطقة.

الأهمية الاقتصادية الكبرى

قامت الغالبية العظمى من معامل التصنيع في روكفور وغيرها من الأماكن بتنوع أنشطتها وقامت بتصنيع منتجات تتمتع بعلامة منشأ مسجلة ومنتجات لا تحمل هذه العلامة. وأحيانا يبدو أنه من باب التهويل أن ننسب كافة فرص العمل في شركة ما إلى تحديد المنشأ. وبالرغم من ذلك فإننا نعتقد أن منهجنا ينطبق على حالة الروكفور. لأن علامة المنشأ المسجلة تمثل المنتج الرئيسي للشركات المعنية وذلك بمرر إنتاج منتجات أخرى والتي ما كانت لتظهر في ظل ظروف مغايرة. ولابد من التعامل بحذر مع الحقائق المتعلقة بهذا المجال المرتبط بمنتهي الألبان. فالشركات العاملة في هذا المجال تتوافر لها إمكانيات كبيرة للحصول على المواد الخام وهو ما يزيد عن المنتجات التي يتم تصنيعها بالفعل في شكل منتجات تحمل علامة منشأ مسجلة. ويمكن إدراج بعض منتجي الألبان الذين يتم تصنيع ألبانهم لتصبح منتجات بديلة تحت تصنيفات مختلفة عن تصنيف المنتجات التي تحمل علامة المنشأ المسجل. وبالرغم من ذلك فلقد حرصنا على إبقائهم ضمن هذا التصنيف لأن كافة أصحاب المزارع والذين يقومون بتربية الأغنام في هذه الصناعة ملتزمون بالمواصفات ويتلقون مقابلا ماديا محددا.

وقد تمت مقارنة عدد مزارع الألبان و فرص العمل الصناعية بقاعدة بيانات أشمل وذلك بهدف تقييم الأهمية الاقتصادية لتسمية المنشأ وعلاقتها بالأنشطة الزراعية و الأغذية الزراعية. وقد تم الحصول على المعلومات الخاصة بأصحاب المزارع من التعداد الزراعي العام وتمت مقارنتها بالمعلومات المحلية والإقليمية. وتأتي المعلومات المتعلقة بفرص العمل في مجال الصناعة من الإحصاءات الاقتصادية التي يصدرها معهد INSEE¹⁷ (دليل سايرين، وهو عبارة عن قاعدة معلومات مخصصة للشركات والمؤسسات¹⁸). والجدير بالذكر أنه ولأسباب عملية لم تكن المنطقة الخاصة بمقارنة هذه الوظائف منطقة علامة المنشأ المسجل لكنها كانت المنطقة الإدارية للبرانس الوسطي لأن المعلومات المتوفرة تتعلق بهذا المستوى فقط. وبالرغم من ذلك فإن النتائج كانت ملائمة لأن كافة معامل التصنيع كانت تقع داخل المنطقة باستثناء مصنع جين يقع في لوزير.

ويكمن أحد أوجه القصور الرئيسية في هذا العمل في التعارض في البيانات: عام 2000 بالنسبة للتعداد الزراعي العام و عام 2005 بالنسبة للمعلومات الخاصة بعلامة تسجيل المنشأ و عام 2002 بالنسبة لإحصاءات للمعهد القومي للإحصاء و البحوث الاقتصادية. ولأن هذا الاختلاف لا يمكن التغلب عليه في الوقت الحالي يمكننا أن نفترض فقط أن هناك اختلاف طفيف في الأرقام بين عام وآخر بحيث لا يوجد تغير كبير في النتائج. وبهذا فإن الأرقام التي تم تقديمها يمكن أن تتم دراستها من حيث حجمها لكنها بالرغم من ذلك أمكن الاعتماد عليها طالما كان بمقدورنا التأكد منها و تنقيحها من خلال اللقاءات التي تم عقدها في هذا المجال (جدول 2 و جدول3).

17. المعهد الوطني للإحصاء والأبحاث الاقتصادية.

18. انظر موقع www.sirene.tm.fr

جدول 2 - أهمية مزارع صناعة الجبن الروكفور (2005)

صناعة الجبن الروكفور	
2358	المزارع (2005)
2358	مزارعو الأغنام في منطقة علامة المنشأ المسجل
%100	نسبة مزارع علامة المنشأ المسجل /مزارع الأغنام في منطقة علامة المنشأ المسجل
19370	إجمالي عدد المزارع في منطقة علامة المنشأ المسجل
%12.17	نسبة مزارع علامة المنشأ المسجل /إجمالي عدد المزارع في منطقة علامة المنشأ المسجل

المصدر: الدراسات التي قام بها الكاتب في (2003-2004). معلومات من المعهد القومي لتحديد المنشأ (2005) و التعداد الزراعي العام (2000). المعهد القومي للإحصاء و الأبحاث الاقتصادية(2002-2003).

جدول 3 - الأهمية الاقتصادية للوظائف الصناعية في صناعة جبن روكفور(2005)

صناعة جبن الروكفور	
1829	الوظائف الخاصة بالأغذية الزراعية ذات علامة المنشأ المسجلة
3888	وظائف في صناعة الألبان الإقليمية
%47	نسبة الوظائف في مجال الصناعات ذات المنشأ المسجل/الوظائف في صناعة الألبان الإقليمية
23000	الوظائف في صناعة الأغذية الزراعية الإقليمية
%7.96	نسبة الوظائف في منطقة المنشأ المسجل/الوظائف في صناعة الأغذية الزراعية الإقليمية
154000	وظائف صناعية إقليمية
%1.19	نسبة الوظائف في منطقة المنشأ المسجل/الوظائف الصناعية الإقليمية

المصدر: الدراسات التي قام بها الكاتب في (2003-2004). معلومات من المعهد القومي لتحديد المنشأ (2005) و التعداد الزراعي العام (2000). المعهد القومي للإحصاء و الأبحاث الاقتصادية(2002-2003).

يقتصر إنتاج ألبان الماعز على منطقة إنتاج الروكفور. ويقوم كافة أصحاب المزارع في هذا المجال بتقديم ألبانهم لصناعات روكفور. وفي الواقع أن هذه المنطقة هي أكبر منطقة لإنتاج ألبان الماعز في فرنسا. وهي تتفوق على إقليم الباسك و كورسيكا لأنها تمتلك 40% من مزارع الأغنام. وتجدر الإشارة في الختام إلى أنه بالرغم من الطبيعة المميزة لمزارع الأغنام فإنها لا تزال هامة في مجال الزراعة في المنطقة ككل وتمثل 12% من إجمالي عدد المزارع. وقد يبدو الرقم منخفضاً

لكنه مرتفع نسبيا بالمقارنة بالمناطق الأخرى حيث نجد أن منتجات الألبان ذات علامة المنشأ المسجلة أقل أهمية بالمقارنة بالأنشطة الزراعية بصفة عامة (4.9% في نورماندي السفلى و 3.7% في المنطقة الوسطى).

وفي قطاع تصنيع الألبان الذي يدخل ضمن صناعة الأغذية الزراعية، نجد أن الوظائف المرتبطة بمنتجات روكفور ذات المنشأ المسجل تمثل نسبة كبيرة من العمالة - وهي 50% تقريبا. وعندما نقوم بدراسة قطاع الأغذية الزراعية ككل نجد أن قطاع صناعات جبن روكفور يوجد به 8% من نسبة الوظائف؛ وهذه نسبة مرتفعة بالمقارنة بالمناطق الأخرى التي تمت مناقشتها في الدراسة¹⁹. وتتمتع صناعة روكفور بثقل هامشي بالمقارنة بنسبة العمالة في هذه الصناعة، لكن ذلك يماثل أهمية قطاع الأغذية الزراعية في الدول الصناعية ككل. وعندما نحصر مجال المقارنة ليقصر على مقاطعتين تقع بهما مصانع الجبن (أفيرون و لوزير)، فإن فرص العمل في قطاع المنتجات ذات علامة المنشأ المسجل تبلغ حوالي ثلث الوظائف في مجال الصناعات الغذائية الزراعية، وتبلغ حوالي 10% من الوظائف في الصناعة ككل.

في أحد المقالات التي تم نشرها حول الموضوع في «ميدي لبر» في عام 1977، أعتبر الصحفي «إس.جويرو» أن صناعة روكفور تهم حوالي 10000 شخص يعملون بها (جويرو، 1997). وبذلك يبدو أن قدر المنطقة مرتبط ارتباطا وثيقا بالأداء الاقتصادي السليم لهذه الصناعة. وبالرغم من أن الصناعات ذات علامة المنشأ المسجلة والكبيرة مثل كونت و كانتال أو ريبلوكون للجبن يعمل بها عدد مائل أو يزيد عن هذا العدد في وظائف مباشرة وغير مباشرة، فإنها تقوم بذلك في ظل اقتصاد إقليمي أكثر تنوعا. ولا يرتبط مستقبل إقليم إرتباطا وثيقا بمنتج واحد كما يحدث هناك.

وتعطي الأرقام التي ذكرناها أعلاه فكرة عن الأهمية الاقتصادية لصناعة الجبن الروكفور. ولأن هذه الأرقام هي نتاج لعملية إنتاج و بنية مؤسسية خاصة بتسمية المنشأ. نرى أنه من المهم أن نقوم بمناقشة العمليات التاريخية التي تؤدي إلى حماية إسم روكفور بصورة أكثر تفصيلا إلى جانب التأثير الخاص بالاستقرار المكاني للنشاط.

القدرة على إحداث استقرار في الأنشطة الاقتصادية

من الناحية القانونية، يمكن تصنيف الأجبان ذات علامات المنشأ المسجل في فئتين رئيسيتين. وهناك بعض الأسماء المسجلة التي توجد جنبا إلى جنب مع منتج بنفس الاسم - منتج غير محمي - ويكون له اسم مطابق له. وهذا هو الحال بالنسبة لجبن كروتان دو شيفينيول و سان مور دوت واران (وتعتبر تسمية «كروتان» و «سان مور» أسماء تجارية مقلده) وبالنسبة لجبن كوميمبير دو نورماندي الذي ينتج جنبا إلى جنب مع منتج يحمل اسمين تجاريين مختلفين: كوميمبير و «كومبير مصنوع في نورماندي» (إسم شبه تجاري، وهو مقتصر على نورماندي العليا والسفلى). ولا بد لهذه الأسماء التجارية الثلاثة أن تتنافس مع المنافسين المباشرين الذين يعملون في مناطق علامات المنشأ المسجلة²⁰. وعلى العكس من هذه «الحماية الجزئية» يمكن

19. نورماندي السفلى: 5.1% ووظيفة: الوسط: 2.6% وسافوي و سافوي العليا: 2.2%.

20. غالبية المصنعين الذين يعملون في الصناعات المعلنة يقومون بزيادة فرصهم في الربح من خلال إنتاج المنتجين في نفس الوقت.

النظر إلى أسماء تجارية أخرى على أنها تتمتع بحماية كاملة لأنها تمنع تصنيع المنتج المقلد من حيث المبدأ. وهذه الأسماء التجارية فريدة ولا يمكن تقسيمها وتشير إلى منتج واحد فقط. ومن أمثلة المنتجات التي تتمتع بحماية كاملة جبن ريبلوكون و روكفور بالطبع. ويبدو أن هذا التقسيم هو أمر حاسم بالنسبة لتأثير علامة المنشأ المسجلة على المنطقة، بالرغم من سهولة تحديد كيفية تحقق هذا التأثير. وسوف نلقي مزيداً من الضوء على هذا الموضوع من خلال القيام بالمزيد من الدراسة لتاريخ حماية جبن الروكفور.

إن تاريخ تحديد منشأ روكفور هو في الواقع تاريخ صراع للقضاء على ما تم اعتباره منافسة غير عادلة و غير شريفة في الإقليم. تعتبر تربية الأغنام من الأنشطة القديمة. وقد دفعت الأزمات المتلاحقة التي حدثت في الفترة من 1910 إلى 1920 (الانخفاض الحاد في أسعار الألبان) المنتجين إلى التجمع في ظل الاتحادات محلية ثم اتحاد إقليمي هو اتحاد FRSEB²¹ والذي تم تأسيسه في عام 1922. وعلاوة على دفاعهم عن مصالحهم، كان المزارعون يهدفون إلى بيع ألبانهم إلى أصحاب المصانع في ظل أفضل الظروف لتحسين المزارع و إنشاء هيكل يوفر المعلومات و الدعم الفني والمالي. وقد تجمع أصحاب المصانع في هيكلين في هذا الوقت - نقابة أفيرون (وضمت أكبر الشركات بما فيها شركة سوسيتيه دو كاف) ونقابة الحجر (للشركات الصغيرة). ولأن أصحاب المصانع كانوا يتنافسون مع بعضهم البعض على شراء الألبان فقد قرروا أن يقوموا بإعادة التجمع تحت راية اتحاد FSIR²² في عام 1928 وذلك من أجل ترشيح عملية جمع الألبان ولزيادة التعاون (تبادل المواد الخام، والجهود الرامية إلى البحث عن منافذ جديدة في الأسواق إلخ). وقد أدرك الاتحادان الفيدراليان أنه من المفيد وجود اتحاد واحد يقوم بتنظيم العلاقات بينهما وبذلك تم إنشاء اتحاد روكفور الكونفيدرالي في عام 1930 والذي تم إنشاؤه على نمط المنظمات الخاصة بالتجارة بين مزارعي العنب التي كانت تعمل في فرنسا في ذلك الوقت (وبخاصة في منطقة شامباني).

ويعتمد القانون الذي حدد تسمية المنشأ والذي تم تطبيقه في 26 يوليو 1925 بصورة كاملة على التوازن بين أصحاب المزارع و أصحاب المصانع. وقد أدت الشهرة العالمية لجبن روكفور إلى توضيح الغرض من حماية المنتج توضيحاً كاملاً. وكان الغرض هو وضع نهاية لممارسات الغش لحماية سمعة المنتج: مثل استخدام ألبان الأبقار و الإنضاج في كهوف في خارج مقاطعة روكفور على سولزون (أفيرون). ولم يعارض أصحاب المزارع هذه الإجراءات لكنهم أرادوا أن يستفيدوا من القانون لإنشاء منطقة لجميع يكون على أصحاب المصانع الحصول على احتياجاتهم منها. وبسبب ارتفاع تكلفة الإنتاج في فرنسا فقد دفع ذلك أصحاب المصانع منذ نهاية القرن التاسع عشر إلى إنشاء مزارع الألبان في دول المغرب و اليونان وأوروبا الشرقية. وبسبب خوفهم من الخروج من مجال الصناعة على المدى البعيد طلب أصحاب المزارع أن يتم منحهم الحق الحصري لإنتاج الألبان وذلك لمنع أصحاب المصانع من تحقيق هدفهم الرامي إلى تحرير أنفسهم من الاعتماد على الإقليم. وفي النهاية، تضمن نص القانون المتطلبات الخاصة بالطرفين. وقد كانت هضبة كوس دو كامبالو الجيرية التي تقع عليها بلدية روكفور على سولزون المكان الوحيد المصرح بإنضاج الجبن به؛ ويستثنى من ذلك ما كان يطلق عليه الكهوف "المختلطة" التي كانت تقع في أنحاء متفرقة من المنطقة. وكان القانون ينص أيضاً على أن الجبن لا بد من إنتاجه من ألبان ماعز غير مصنعة وكاملة الدسم. وفي النهاية، لم يكن يعرف أصحاب المصانع سوى الأغنام من

21. الاتحاد الفيدرالي الإقليمي للاتحادات مربي الأغنام: كان يوجد 10000 مربي أغنام في المنطقة في هذا الوقت.

22. الاتحاد الفيدرالي للاتحادات مصنعي الجبن الروكفور: كان هناك 40 مصنعا في هذا الوقت وكانت هناك 1200 مزرعة ألبان.

نوع لاكون. أما المزارعون على الجانب الآخر فقد استطاعوا الحصول على حديد لمنطقة التجميع وأصبحت مقصورة على مدن فرنسا. وفي مجال التطبيق الفعلي حصل أصحاب المصانع على احتياجاتهم من المقاطعة الجنوبية من أفيرون (والتي امتدت إلى المقاطعات المجاورة) في مقاطعة البرانس الأطلسية وفي كورسيكا. وقد أثبتت هذه المرحلة الهامة من مراحل تطور الصناعة أنها حاسمة في عملية ظهور تسمية منشأ روكفور ومن ثم تسمية المنشأ في المنطقة بكاملها. وقد تم إصدار القانون في عام 1925 و كان له تأثيراً واسع النطاق - بل يمكننا أن نشعر بتبعاته حتى الآن. وفي حين كان الهدف في هذا الوقت هو استبعاد أي جبن يتم صنعة من لبن الأبقار أو يتم إنضاجه في كهوف غير كهوف روكفور فإن القانون و المراسيم العديدة التي صدرت بعد ذلك تمثل عقبة حقيقياً أمام أي محاولة لتغيير موطن الجبن. وعلاوة على ذلك، فإنه بالإضافة إلى كونها منطقة لجميع ألبان. فإن منطقة روكفور ذات المنشأ المسجل تتميز بأنها تأسست حول منطقة إنضاج الجبن والمقصورة على بلدية روكفور على سولزون. وبهذا فإنه بينما كانت مناطق المنشأ المسجلة الأخرى تسمح بأن تتم مراحل معينة من عمليات الإنتاج. وبخاصة مرحلة الإعداد. في مكان بعيد. فإن روكفور تعتبر نموذجاً جيداً على الاستقرار المكاني لنشاط اقتصادي كما يتضح من العبارة التالية: «يعتبر الإطار التنظيمي أكبر نقطة قوة لروكفور. فالكهوف تمثل قطاعاً صغيراً وهناك أيضاً عملية التخزين و الإعداد في البلدية. فإذا لم يكن من الحتمي القيام بالتخزين والإعداد في داخل البلدية فإن مراحل الإنتاج هذه كانت ستتم في أماكن أخرى. وكانت هذه المشكلة ستواجه كافة أصحاب المصانع الذين يعملون في هذا المجال. وتكمن نقطة قوة تسجيل المنشأ في أنها تحافظ على أقصى قيمة مضافة إلى المنتج. وهذا يعني أن كافة الأرباح تبقى في المنطقة. وبخلاف ذلك، فإن كافة العمليات كانت ستتم في مناطق أخرى».²³

ولهذا فإنه من المهم أن نرى أن قدرة تسجيل المنشأ على نشر الاستقرار في نشاط ما في منطقة ترتبط ارتباطاً مباشراً بميل الأطراف المعنية بالحصول على حماية كاملة لمنتجاتها عندما يتم تحديد موقع المنشأ. وتوضح الأمثلة التي ذكرت آنفاً (كامومبير دو نورماندي. كروتون دو شافينول. سانت موريه دوت واران) حالات كانت فيها الأطراف المعنية في هذا الوقت لا تملك الإرادة - أو لم تكن تملك الوزن الكافي - لإثبات أن منهجهم له مبرراته وأن منتجهم منتج متميز. ومن الأمور ذات الدلالة أن نلاحظ أن أنواع الجبن الخمسة ذات المنشأ المسجل في فرنسا والتي تمثل أعلى نسبة إنتاج (كونت. روكفور. ريبلوكون. كانتال. سانت نيكثير²⁴) تتمتع جميعها بحماية كاملة. وفي ظل تشابه الظروف. فإن الحماية الكاملة لمنطقة المنشأ يؤدي بلا شك إلى مستوى أعلى من الأنشطة أكثر مما ينتج عن الحماية الجزئية. وهي حقيقة أساسية من منظور عملية التنمية الزراعية. ولا شك أن علامات المنشأ المسجلة مثل "ريبلوكون دو سافوي". كونت دو جورا" أو "روكفور دافيرون" على سبيل المثال لم تكن ليصبح لها نفس التأثير اليوم فيما يتعلق بالنشاط الاقتصادي. بل على العكس. فإن أنواع الجبن التي تحمل علامات تجارية تشير إلى مناطق معينة (كامومبير دو نورماندي. سانت موري دو توران. بري دو موبري دو ميلون) أو أنواع منتج (كروتون دو شافينول. توم دي بوج. بلو دوفيريني. فورم دامبيرت) كان يمكن أن تنتج بمعدل مختلف تماماً إذا كانت تتمتع بحماية كاملة.²⁵

23. منتج من منتجي ألبان الماعز

24. أي 60% من حجم أنواع الجبن التي تتمتع بعلامة منشأ مسجل في فرنسا في عام 2005.

25. وعلى سبيل المثال. فإن إنتاج جبن كامومبيرت (بجميع أنواعه) بلغ 135 ألف طن في عام 2005 (13 ألف طن في حالة كامومبيرت دو نورماندي المسجلة المنشأ و 85 ألف طن في حالة كامومبيرت المصنوعة في نورماندي. أما الكمية الباقية فهي جبن كامومبيرت مقل ويصنع في كافة أنحاء فرنسا).

ويمكننا القول في الختام أنه في ظل وجود ظاهرة المنافسة فإن عملية تعريف المنتجات تعتبر من الأمور ذات الأهمية القصوى في السياق الاقتصادي الحالي والذي يتميز بنقل الأنشطة إلى دول أوروبا الشرقية. إن الزراعة، وبخاصة إنتاج الألبان، تتأثر بهذه المشكلة بخاصة في الدول الناشئة مثل بولندا التي تتميز بمستوى مرتفع من الأنشطة الزراعية والتي لازالت مجزأة ولازال هذا القطاع متخلفاً في النواحي الفنية والصحية. وفي هذا السياق نجد أن علامات المنشأ المسجلة تعتبر بلا شك الدرع الواقى ضد عمليات نقل الأنشطة.

ويوضح المنظور الزمني لحماية المنتج الدور الذي تلعبه علامة المنشأ المسجلة كأداء مؤسسية تؤدي إلى إحداث استقرار في الأنشطة وفي عملية التوظيف. وتعتبر علامة منشأ روكفور المسجلة مثال على هذه المسائل. أما التأثير المكاني لتحديد المنشأ فلا يمكن قصره على هذا الجانب وحده. وتعتبر الديناميكيات الكامنة في بنية مجالات الإنتاج (سعر اللبن، إمكانية التحرك في المزارع، والمصانع) وجهاً آخر للمشكلة التي تستحق الدراسة.

مزايا لمناطق الإنتاج

إن الغرض من علامة المنشأ المسجلة هو الحفاظ على النسيج الزراعي و الريفي، وهو أمر يتضمن خلق مناطق إنتاج تجذب المزارع و شركات التصنيع. ويمكن قياس مقدار الجاذبية باستخدام العديد من المعايير؛ وتعتبر عملية زيادة قيمة المواد الخام من العوامل الرئيسية. ومن الخطوات المبدئية الضرورية التي يجب القيام بها لتحديد مزايا علامة المنشأ المسجلة عملية تحليل سعر ألبان الماعز في منطقة روكفور (بالإضافة إلى النتائج المترتبة عليه). كما يجب قياس قدرة الأطراف الفاعلة على التحرك في المنطقة وبخاصة فيما يتعلق بميل العلامة التجارية إلى السيطرة على ظاهرة إعادة الهيكلة. وفي النهاية فإن التمتع في الممارسات والإدراكات الخاصة بالأطراف الفاعلة في مجال الدعم الزراعي والصناعات النهائية سوف يستكمل هذا القسم الخاص بعوامل الجذب في مناطق الإنتاج.

ويعتبر سعر إنتاج اللبن من العوامل الهامة بالنسبة للأطراف المعنية بتحديد المنشأ والذي يمكنها من خلاله تقييم الأداء الاقتصادي للصناعات التي تتمتع بعلامات منشأ مسجلة بل ومقارنتها في بعض الأحيان. وتوضح الدراسات التي أجريت على المستوى الوطني أن اللبن الذي يتم تصنيعه وحويله إلى منتجات ذات علامة منشأ مسجلة يرتفع سعره بنسبة 20% عن السعر الخاص باللبن " العادي": 357 جنيه إسترليني لكل 1000 لتر من اللبن لمنتجات ذات علامات منشأ مسجلة: 298 جنيه بالنسبة للبن العادي (أوجوت 2003). وبالطبع أن هذه القيم الشاملة تخفي أوجه الاختلاف الإقليمية الواضحة. فعلاصة سافوي التجارية (وبخاصة بوفورت و ريبلكون) تأتي في المقدمة وتتراوح أسعارها بين 431 جنيه إسترليني و 539 جنيه إسترليني لكل ألف لتر (2.82 إلى 3.53 فرانك/لتر). أما بالنسبة للعلامات التجارية الخاصة بنورماندي السفلى فهي في مستوى متوسط (317 جنيه إسترليني بالنسبة لكل ألف لتر أي 2.10 فرنك/لتر) والمنتجات التي تتمتع بأقل قيمة مضافة هي جبن ماسيف الوسطى (300 جنيه إسترليني لكل ألف لتر أي 1.96 فرنك/لتر)

ونظراً لأهمية إنتاج لبن الماعز على المستوى القومي فلا يمكن القيام بمقارنة بين اللبن الذي تم تصنيعه من قبل شركات روكفور وبين لبن الماعز العادي. أما نظام الدفع الإقليمي الذي

قام بوضعه اتحاد روكفور الكونفيدرالي . والذي ذكرناه في بداية هذا الفصل (أنظر أعلاه) . فهو يقوم بتقسيم مختلف المنتجات المصنعة. وكان اللبن الذي تم تصنيعه وتحويله إلى جبن روكفور (درجة أولى) قد بلغت قيمته 1047 جنيه إسترليني لكل ألف لتر في عام 2004 (أي 6.87 فرانك /لتر). أما متوسط السعر (الخاص بكافة درجات المنتج) كانت حوالي 820 جنيه إسترليني لكل ألف لتر في نفس العام (5.36 فرانك/لتر). ولابد من التركيز هنا على الاستقرار الواضح لهذه القيمة المضافة بمرور الوقت - ففي عام 1995 كان متوسط السعر هو 817 جنيه إسترليني لكل ألف لتر (5.38 فرانك/لتر). أما النظام الذي تم إنشاؤه في روكفور والذي كثيراً ما ذكر على أنه مثال للتوفيق الجيد بين القيمة المضافة إلى المواد الخام و القيمة المضافة إلى المنتج النهائي. فهو يمكن منتجي الألبان من كسب دخل جيد نوعاً ما. وهو ما يعنى امتلاكهم قدرات استثمارية أكبر. وعلاوة على ذلك. فإن السعر المرتفع للبن لا يؤثر سلباً على جودة اللبن²⁶ كما لاحظنا في المناطق الأخرى المنتجة للبن طالما أنه يتم تطبيق السمات الخاصة بهذه الصناعة و هي التقنيات الخاصة بتربية الحيوانات (إدارة القطعان. التلقيح الصناعي. اختبار اللبن و تسجيل الناج. الاختيار الجيني. والتغذية) على نطاق واسع في منطقة الإنتاج. ولابد من الإشارة في الختام إلى أن جذب الصناعة لآبد من تفسيره على الأقل من خلال كون الصناعة نشاط يقوم على التفاعل بين مختلف القطاعات ومن خلال مستوى القيمة المضافة إلى اللبن. وفي التسعينات. طالبت مزارع الألبان في ماسيف الوسطى العديد من أصحاب مزارع الأغنام ذوي معدلات الإنتاج المنخفضة أن يقوموا بإنتاج ألبان الماعز بصورة عضوية وتم إبلاغهم أنهم سيحققون مكاسب أعلى. وبالرغم من ذلك فإنه في ظل المصاعب المرتبطة بتحويل المزارع إلى مزارع عضوية وفي ظل وجود أسواق تحقق نسبة أرباح منخفضة فإن هؤلاء المنتجون قاموا بطلب الانضمام إلى نظام التعاون بين مختلف قطاعات الصناعة: "نحن أصحاب المزارع قد دافعنا عنهم ضد أصحاب المصانع الذين لم يريدوا أن يعملوا معهم مرة ثانية- وأعطيناهم مهلة ثلاثة أعوام لأننا شعرنا بأنهم يرتكبون خطأ. اعتقد أن النظام يعتبر ضمان جيد بالصورة التي أنشئ عليها. وذلك لأنه أقرب ما يكون لحقائق السوق."²⁷

وبالنسبة للقيمة المضافة فإن منطقة روكفور تعتبر منطقة جاذبة بالمقارنة مع صناعات مزارع الحيوانات الأخرى في المنطقة حتى وان كانت التوقعات المستقبلية غير أكيدة لحد ما وخاصة فيما يتعلق بتجديد المزارع و العمال.

وبالنسبة لحرية حركة الأطراف الفاعلة في مناطق العلامة التجارية. لوحظ في المناطق الأخرى (نورماندي الوسطى و السفلى. سافوي وسافوي العليا) أن تداخل مناطق علامات المنشأ المسجلة قد أدى إلى نقل المصانع وأثر على تخصص المزارعين في بعض السلع بل وقراراتهم المتعلقة بالاستمرار في العمل في مجال الزراعة. ويؤكد نموذج روكفور على "الثبات" أي الميل إلى الحفاظ على ما تم إنجازه وكبح ظاهرة إعادة الهيكلة. لكن نظراً للطبيعة الديموغرافية الهشة للمنطقة. فإن قضية الحفاظ على أنشطة المزارع هي قضية خطيرة بصفة خاصة. وكانت النتيجة الطبيعية للطبيعية للجهود الفنية الكبيرة التي قامت بها الأطراف الفاعلة في مجال الصناعة منذ الستينات حدوث زيادة في حجم الألبان التي يتم تجميعها. وزيادة أعداد الماعز إلى

26. يمكن ذكر حالة سافوي وسافوي السفلى حيث نجد أن الفئتين يقولون أن القيمة المضافة العالية التي أضيفت إلى ألبان الإبقار سيكون لها نواحي على الممارسات المتعلقة ببعض مزارع الألبان (قطعان صغيرة مزارع تقليدية). ومن الصعب أن نشكك في طرق الزراعة من وجهة النظر التكنولوجية.

27. منتج لبن ماعز في منطقة روكفور.

جانبا زيادة حجم المزارع. لكن على النقيض من ذلك، فإن عدد المزارعين و شركات التصنيع قد اخذت في التناقص بصورة مطردة منذ ذلك التاريخ؛ ويلخص الجدول 4 هذا الاتجاه.

جدول 4 - تطور صناعة الجبن الروكفور منذ عام 1950

العام	إجمالي حجم الألبان المجمعة (بالمليون لتر)	عدد الماعز المنتج للألبان	متوسط الكميات التي يتم تسليمها من كل مزرعة كل عام (100 لتر)	عدد مزارع الألبان	عدد المنتجين
1951	33.2	480000	32	690	13204
1961	38.9	450000	49	345	8010
1971	39.2	440000	79	250	4950
1981	76.1	700000	219	212	3475
1988	117.7	740000	384	43	3063
2004	180	800000	777	10	2358

المصدر: اتحاد الروكفور الكونفيدرالي، 2004.

ويمكننا أن نلاحظ إعادة هيكلة الإنتاج بصورة كبيرة، و حدوث انخفاض يزيد عن 80% في الأعداد على مدى خمسين عاما، وهو انخفاض يؤدي بصورة واضحة إلى إثارة تساؤلات فيما يتعلق باستغلال الأرض. وبالرغم من ذلك، لا بد من أن نقوم في نفس الوقت بدراسة اتجاهات الإنتاج في العشر سنوات الأخيرة. وقد انخفض عدد أصحاب المزارع من 2550 إلى 2315 بين عام 1996 و عام 2004 - وهو ما يمثل انخفاضا بنسبة 10.1% وهذا الرقم يمكن مقارنته (بصورة متوازنة) بالأرقام الخاصة بقطاع إنتاج الألبان الوطني والذي فقد حوالي ثلث عمالته أثناء نفس الفترة (فقد انخفضت من 140000 إلى 96000). وبذلك يبدو أن إعادة الهيكلة التي حدثت على نطاق واسع في منطقة روكفور قد ساعدت على تقوية قدرة الهياكل التي لازالت تعمل حتى الآن. وهذه الاستمرارية - والتي زاد من قوتها الحجم الهائل لأصحاب المزارع المتخصصين (99%) - قد أدت إلى تحويل روكفور إلى صناعة مهيأة من حيث المبدأ للتعامل مع الاتجاهات المستقبلية أكثر من قطاعات الإنتاج الأخرى (سافوي، سافوي العليا، نورماندي السفلى) حيث يمكن أن يحدث انخفاض كبير في القوة العاملة في السنوات القادمة.

وتشكل الممارسات و الادراكات الخاصة بالأطراف الفاعلة في مجال الصناعات - سواء كانوا أصحاب مزارع أو أصحاب شركات تصنيع - الفصل الأخير لتحليل مقدار الجذب الذي تتمتع به مناطق إنتاج المنتجات ذات علامة المنشأ المسجلة.

وبالنسبة لمجال تربية الحيوانات، فإن أحد السمات النوعية لعملية إنتاج الألبان بالمقارنة بالأنشطة الزراعية الأخرى هو أن أصحاب المزارع يواجهون - بصفة عامة - قيودا أكبر. فالغالبية العظمى من أصحاب المزارع لا يعتبرون أن أعمالهم أكثر صعوبة (فلقد أدت عملية التحديث

إلى تخفيف عبء العمل بشكل كبير) لكن حلب الماعز يتطلب التواجد يوميا طوال العام. وتعتبر مشكلة وقت العمل من أوجه القلق المتزايدة في هذا المهنة وذلك بسبب اتساع الهوة بين الزراعة و الطموحات الحالية للمجتمع (مكان العمل، الرغبة في توافر وقت فراغ، الأنشطة الترفيهية، الخ). وفي هذا السياق، تعتبر العديد من مزارع الألبان أن أسلوب الحياة بها يختلف تماما عن هذه الطموحات. وقد كانت التغطية الإعلامية لاستحداث نظام لفترة العمل لمدة 35 أسبوع قد زاد من هذا الشعور لديهم. فمهنة العمل بالمزارع مهنة مهددة على المدى الطويل لأن القيود الموجودة قد تؤدي إلى عزوف الناس عن العمل في هذا المجال. وتؤدي إلى الحد من المسحوبات الكبيرة نسبيا في الوقت الحالي في قطاع إنتاج الألبان. إن عملية إصلاح السياسة الزراعية العامة والتي بدأت في عام 2003 قد أدت إلى تفاقم الموقف في قطاع الألبان الهش. لكن المنطق الذي يعتمد على الفصل بين المساعدات²⁸ هو منطق يصعب على العاملين بالمزارع قبوله لأنهم يعتبرون أن هذا النظام يقوي منطق دعم الدولة لأن سعر الألبان لا يزال المصدر الرئيسي للدخل لديهم.

وفي ظل هذه الظروف الخاصة، فإن المزايا المتعلقة بوجود علامات منشأ مسجلة لا تتعلق بإمكانية زيادة الدخل وحدها. فالعديد من المنتجين على وعي تام بضرورة المشاركة في تطوير منتج نوعي ذو قيم إيجابية (من تقاليد، وأصالة، جودة، الخ). وهكذا فإن فخرهم بعملهم كمزارعين يقوم بالتعويض ولو بصورة جزئية عن القيود السابقة، حتى ولو كان العائد المادي هو أهم عنصر يحفز الأطراف الفاعلة.

وقد أدت صناعة جبن روكفور إلى تحسين صورة مهنة الزراعة. وبالإضافة إلى ذلك، فإن وجود العلامة التجارية - ممتزجة بعملية مراجعة المواصفات والمكان في الفترة بين 2001 و 2005 - قد ساعدت على زيادة اندماج منتجي اللبن في الصناعة. وبالرغم من القيود الموجودة، فإن تطبيق القواعد الجديدة على عملية تغذية الأغنام (تقليل حجم العلف المحفوظ و الحُفَف وتقديم أقل كم من الحشائش) قد مثلت فرصة أمام المنتجين لاسترداد منتج ظل لزمّن طويل امتيازا خاصا بالمصنعين الذين اعتقدوا أن جودة المنتج هي في المقام الأول من صنعهم لأن الألبان ما هي إلا مادة خام.²⁹ كذلك كانت الفكرة وراء إعادة النظر في حديد منطقة المنشأ ماثلة لذلك. فالمنطقة الحالية (انظر خريطة 1) تتبع المنطقة التي تمتد خلال جنوب فرنسا (21 مقاطعة من جبال الألب البحرية و حتى جيروند) وقد استمرت منذ زمن كان فيه الطلب على الألبان كبير وكانت المعدات الفنية الخاصة بالمزارع متوسطة الجودة³⁰. وهذا المنهج الخاص باسترداد المنتج والتي حدثت في الصناعات الأخرى التي تتمتع بعلامة منشأ مسجلة (في نورماندي السفلى و الوسط) هو بلا شك ضمان للاستمرارية في المستقبل. ومن السمات المميزة لهذا القطاع، حيث يعتبر منتجي الألبان بصفة عامة هم أقل الجماعات المتخصصة اندماجا في القطاع لأنهم لا يتصلوا اتصالا مباشرا بالسوق. اعتبار منطقة المنشأ المحددة صناعة في حد ذاتها.

وبالرغم من ارتباط مشاعر الفخر بمرحلة ما بعد الإنتاج، فإن مزايا علامات حديد المنشأ بالنسبة للمصنعين تقاس أيضا من الناحية التجارية. وتوضح الإحصاءات أن السنوات التي أعقبت

28. تتوقف مدفوعات المنتجين حاليا جزئيا على الكميات التي يتم انتاجها.

29. يشير المتخصصون عادة إلى علامة روكفور على أنها « علامة منشأ مسجلة لنضج الجبن »

30. قام مصنعو الجبن الروكفور بجمع الألبان في منطقتين رئيسيتين لمزارع الأغنام في فرنسا - وهي كورسيكا و الباسك- وذلك حتى السبعينات.

الحصول على علامة منشأً مسجل قد تميزت بزيادة في الإنتاج. ويوضح الجدول 5 الذي يغطي الفترة من 1990 وحتى 2004 هذه الظاهرة³¹.

جدول 5 - أرقام الإنتاج في العديد من صناعات الجبن بعد الحصول على شهادة تسجيل المنشأ.

الإجاء العام في أرقام مطلقة	ن+4	ن+3	ن+2	ن+1	سنة الحصول على شهادة تسجيل المنشأ (ن)	إنتاج الجبن الحاصل على شهادة تسجيل منشأً (بالطن)
210+	213	207	194	178	3	بيلاردون
125+	272	235	202	181	147	فالنسيه
107+	146	131	106	92	39	بلو دو فيركور ساسوناج
296+	642	490	447	392	346	ايبواس
160+	600	598	456	480	440	روكامادور

المصدر: المعهد القومي لتحديد المنشأ، 2005.

تؤكد الأرقام على أن هناك طلب نوعي على الجبن الذي يحمل علامات منشأً. وما أن يحصل الجبن على علامة منشأً مسجلة حتى يوضع في مصاف الأجبان الشهيرة مثل كونت. كانتال او روكفور. وبذلك فإن الموزعين يهتمون بعلامات تسجيل المنشأ كما أشار أحد رجال الصناعة قائلاً: "يخبرني مدراء التسويق في الشركات أنهم يقومون بفتح أسواق جديدة لأن الجبن يحمل علامة تسجيل منشأً. فهناك طلب عليه لأنه يحمل علامة تسجيل منشأً جديدة لذا فهناك طلب لوضعه بين الأنواع الأخرى." وهذه المكانة الخاصة التي يتم منحها للمنتج لا ترتبط بالضرورة بتمتعه بقيمة أعلى لأن ذلك أمر صعب القياس. ومن السمات الأساسية للجبن الذي يحمل شهادة تسجيل منشأً إذا ما قورن بالأنواع الأخرى من الجبن المقلد أو المنتجات الجديدة هو عمر تواجدتها في المتاجر: "عندما يقوم أحد العملاء بمراجعة تشكيلة المنتجات التي يعرضها فإنه لا يقوم بتغيير المنتجات التي تحمل علامة جودة مسجلة لأنها يجب أن تظل في متجره. لكن إذا احتاج لإخلاء مساحة ما فإنه سيسبب بعض المنتجات التي لا تحمل هذه العلامة. لذا فإنها تعتبر سلاحاً. وتظهر الدراسات التي أجريت على المستهلكين أن 85% من المنتجات الجديدة لا تستمر في السوق لأكثر من عامين. إن عدد المنتجات غير الناجحة يفوق عدد المنتجات الناجحة."³²

31. حصلت أنواع أخرى من الجبن على شهادات تسجيل منشأً في نفس الفترة لكنها غير مذكورة في هذا الجدول بسبب عدم توفر المعلومات (شيفرونان، نوم دي بوج، إلخ) أو لأن حالتها خاصة جداً (فورم دامبير و مونتيريسون).

32. مديرة في قسم من أقسام التسويق في شركة روكفور.

وفي المثال الذي نحن بصدده هنا ، تلعب روكفور بلا شك دور «تسهيل المبيعات» لأنها توفر فرصه «لوضع» أنواع أخرى من المنتجات التي لا تحمل علامة جودة مع الموزعين و تجار الجبن. ومن نفس المنطلق، يجب التأكيد على أهمية إمتلاك المصنعين العديد من أنواع الجبن التي تحمل علامة تسجيل منشأً بين منتجاتهم ليميزوا أنفسهم عن منافسيهم ولتسهيل مفاوضاتهم مع موزعيهم. وتتضح هذه السياسة من خلال حالة مجموعة لاكتاليز. وهي أكبر مؤسسة صناعية للألبان في فرنسا والتي تمتلك غالبية الأسهم في سوسيتيه دي كاف (ثلثي حجم الجبن الروكفور الذي يتم تسويقه). وتأتي المؤسسة في موقع الصدارة في مجال تصنيع المنتجات التي تحمل علامات تسجيل منشأً. إذ أنها تنتج 23 نوعاً من أصل 45 منتج ألبان يحمل علامة تسجيل منشأً. وفي خلال الفترة من 1999 وحتى 2001 تمت إعادة تنظيم جميع أقسام المؤسسة وكانت النتيجة هي إنشاء قسم تسويق خاص بالمنتجات التي تحمل علامة تسجيل منشأً (يعرف باسم قسم المنتجات التي تحمل علامات تسجيل منشأً) ومقره في روكفور على سولزون. وكان الهدف من إجراءات إعادة الهيكلة هذه هو ترشيد عملية تسويق مجموعة من المنتجات التي تحمل علامة خديد منشأً والتفاوض مع الموزعين من منطلق هذا التنوع العريض. وقد عاد هذا الأمر بمزايا كبيرة على الصناعة ككل وبخاصة لأنه أدى إلى التوسع في الأنشطة التجارية.

يقدم لنا تحليل الديناميكيات الموجودة في مناطق الإنتاج مجموعة كاملة من المؤشرات الكمية والكيفية المناسبة لتقييم إسهامات المنتجات التي تحمل علامة تسجيل منشأً وأهميتها الاقتصادية. ويفترض منهجنا أنه يجب أن تكون لدينا نظرة أشمل تنطلق فيما هو أبعد من المجالات الزراعية و الأغذية الزراعية، وذلك بهدف دراسة الأطراف الفاعلة الأخرى في المنطقة. وهكذا فإن القسمين التاليين يلقيان الضوء على التوضيح السابق لعمليات التنمية. وذلك على أساس مثال روكفور:

- < البعد الذي يتعلق بالإنتاج في التنمية حيث سنقوم بدراسة قدرة المنتجات التي تحمل علامة منشأً مسجل على خلق موارد إنتاج مميزة (مهارات، خبرات معرفية، الخ) على أساس الارتباط بين الأطراف المعنية في مجالات التدريب و البحث والتطوير و الدعم الفني
- < دراسة التنمية من منطلق التعاون والتنسيق بين الأنشطة المتعددة حيث تنصدر السياحة القائمة، ثم سنقوم بمناقشة الديناميكيات العامة التي تهدف إلى تأهيل المنطقة على أساس منتجاتها ذات الجودة بصفة خاصة.

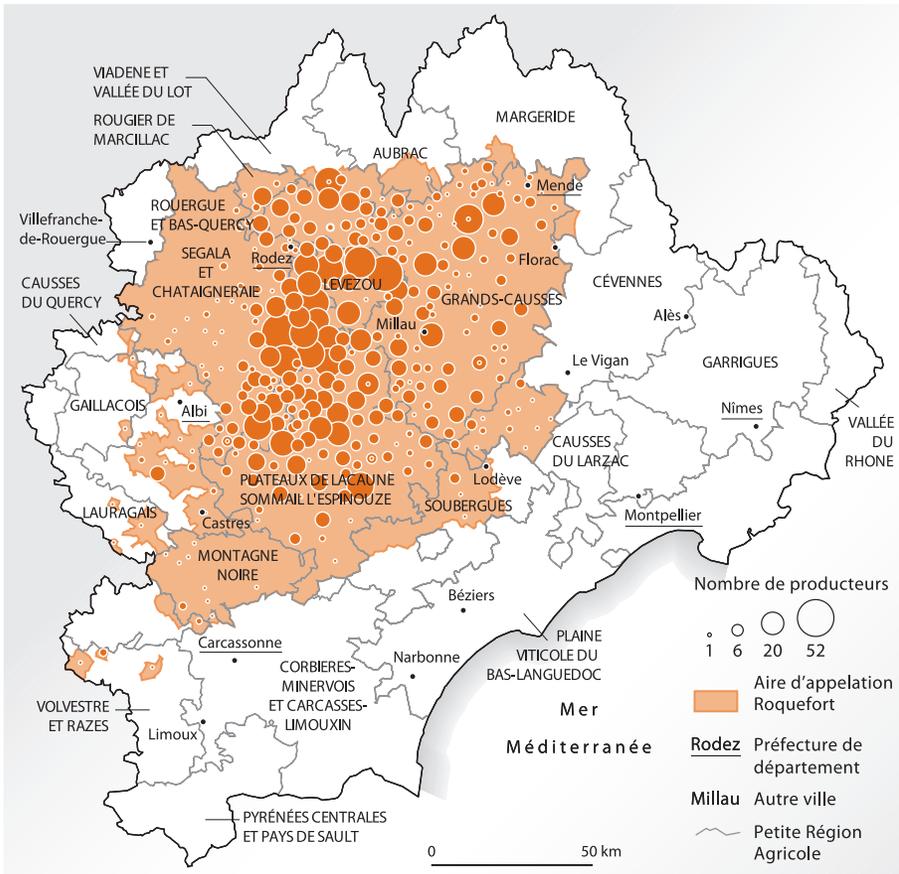
التأكيد على نظام الإنتاج الخاص بإنتاج ألبان الأغنام

سنقوم أولاً بمناقشة نظام إنتاج جبن الروكفور من خلال دراسة سماته الأساسية المتعلقة بالكثافة و التخصص و التقدم التقني. وعلى خلفية السياق الديموغرافي الهش، سنقوم بدراسة كيفية قيام الأطراف المعنية في النظام بمحاولة استخدام الموارد المحلية لتحقيق أفضل النتائج. وفي النهاية نقوم بتقييم المكانة الحقيقية للمنتج الذي يحمل علامة المنشأ المسجل في هذا السياق.

منطقة روكفور بين الكثافة و التخصص

يعتبر توزيع إنتاج اللبن في منطقة المنشأ توزيعاً غير متساو. فبعض المناطق مثل سيجالا و ليفيزو (تارن و أفيرون) تنتج إنتاجاً كبيراً حتى حدود مناطق الهضبة الجيرية. ويوجد العدد الأكبر من مربي الأغنام (70%) في أفيرون لكن يوجد 17% فقط في تارن. ومن العوامل التي يجب الإشارة إليها أيضاً ارتفاع كثافة إنتاج اللبن في بعض المناطق المحلية. فمناطق ركيستا كانتون (أفيرون)، على سبيل المثال، يوجد بها ضعف عدد مزارع الأغنام التي توجد في جار. هيرولت. و أود مجتمعة (204 في مقابل 116). وتوضح الخريطة توزيع نقاط التسليم.

خريطة 2 - منتجو الألبان الماعز في روكفور في عام 2004



المصدر: إتحاد روكفور الكونفيدرالي (2004) تصميم: جيه. فريسجين: اصدار: اتيليه كارتوجرافي. يوتي.إم. 2005

وتوفر كثافة إنتاج الألبان شبكة ممتدة من الموردين بما يؤدي إلى خلق أنشطة زراعية. وبالرغم من صعوبة القيام بتحديد كمي لهذه الشبكة فإن المنتجين يعتبرونها شبكة ضخمة: « إن لدينا تنوع بين موردي الأعلاف على سبيل المثال، فهناك يونيكور و راجت و ساندرز، والخدمات

تتوفر في المنطقة بكاملها ولا يوجد أي عجز في البضائع.» وتشكيل شبكة نقل الألبان ماثلة. فشركة سوسيتيه دي كاف لا يوجد بها أي خدمة نقل مميزة. وهي تعمل فقط من خلال عقود مع موردي خدمة مستقلين. وتعمل الشركة حالياً مع حوالي 50 جهة نقل سواء كانوا أفراداً حاصلين على تصاريح نقل أو شركات متخصصة لديها العديد من السيارات. وهذه الميزة تقتصر على هذه المنطقة - أما في المناطق الأخرى (نورماندي السفلى و سافوي. و سافوي العليا) فإن مجموعة لاكتاليز تمتلك أسطولاً من سيارات النقل. ويبدو أن هذا الموقف الذي ساد قبل وصول شركة لاكتاليز مستمر في الوقت الحالي بالرغم من استراتيجية المجموعة التي تمكنها من المساواة بشأن أي قضية في أي وقت. ويمكنها وقف عمل عدد من الشركات المحلية التي تعتبر شركة سوسيتيه دي كاف العميل الرئيسي لديها.

وقد ساهمت خصوصية وامتداد نطاق النشاط أيضاً في التخصص في عملية التدريب. وقد تم إنشاء مدرسة لا كازوت الزراعية (في سانتا فريك) في السبعينات لتفي باحتياجات المتخصصين في المنطقة من تدريب تم تكييفه ليتناسب مع ظروف المنطقة. وتعتبر هذه المدرسة المصدر الرئيسي لتخريج مزارعين للعمل في هذه الصناعة. وبالإضافة إلى دورات التدريب الكلاسيكية BPREA³³ بدأت المدرسة بتقديم شهادة متخصصة تسمى «شهادة فني استشاري في إنتاج ألبان الأغنام» والتي يصبح الخريجون من خلالها فنيين في مزارع الألبان. ثم يمكنهم العمل في أحد أقسام اتحاد روكفور الكونفيدرالي أو أي شركة من الشركات. وقد كانت هذه الشهادة نتاج التعاون بين الأطراف الفاعلة في مجال التعليم و بين المتخصصين في مجال الصناعة. وهو ما يعد تطوراً بالمقارنة بشهادة التدريب المهني العالي السائدة.

وسوف نشير في الخاتمة إلى أن شبكة الإنتاج قد تم استغلالها من قبل السلطات المحلية كأداة اتصال تمثل أحد عوامل الجذب للمنطقة. ويصور مجلس مقاطعة أفيرون المقاطعة كنقطة رئيسية للغذاء الزراعي في أقصى الجنوب. وهي تنقسم إلى ثلاثة أقسام رئيسية: الغرب (معالجة لحم فخذ الخنزير. صناعة الخبز و تصنيع الأطعمة المناسبة). الوسط (لبن الأبقار. صناعة الجبن. اللحم المصنع. البذور) و الجنوب (ألبان الماعز و صناعة الجبن). وقد تم إلقاء الضوء على المقومات الموجودة مثل البيئة الديناميكية (التدريب و البحث و التطوير) و عامل الجودة (من خلال علامات الجودة الرسمية)³⁴.

التقدم التقني الحاسم

لم ترتبط طبيعة منطقة روكفور المتميزة بكثافة الإنتاج بها فحسب. لكنها ارتبطت بصفة خاصة بخدمات المساعدة الفنية و تميزها المؤكد بالمقارنة بأي مناطق مزارع أغنام في فرنسا أو في أي منطقة في أوروبا. ويعزى هذا التميز أولاً إلى إنشاء نموذج تنموي منذ الستينات يقوم على أساس عدة مبادئ عامة (آلية الحلب. ترشيد العلف. الانتقاء الجيني) و تم تصميمه بصورة تجعله يمد صناعات روكفور باحتياجاتها بعد أن كانت تواجه عجزاً في الألبان في ذلك الوقت. ومن الأمور التي توضح ذلك أن سجلات اختبار الألبان و سجلات الأداء تضمنت 80% من المزارع في منطقة علامة المنشأ المسجلة (أي 95% من الماشية) في عام 2001 في حين كانت النسبة

33. شهادة مدير مزرعة.

34. كتيب تم نشره من قبل لجنة التوسع الاقتصادي في أفيرون: «أفيرون قطب الأغذية الزراعية في أقصى الجنوب».

في الباسك وكورسيكا هي 25% و 15% على التوالي³⁵. وتشعر الأطراف الفاعلة في هذه الصناعة بالفخر بسبب ذلك: «إننا في المقدمة هنا؛ ويتوافر بالمنطقة أقصى درجات المتابعة. وإذا قررت الصناعة القيام بأمر ما فإنه ينفذ على الفور. وهكذا تم تحديد الإنتاج. وكانت هذه الريادة هي التي أنقذتنا.»³⁶ وكانت الأطراف المعنية في «ثورة روكفور الصامتة» هي اتحاد روكفور الكونفيدرالي من جانب والشركات الصناعية من جانب آخر. وكانت تأتي على رأسها شركة سوسيتيه دي كاف. وفي داخل الاتحاد الكونفيدرالي كان تطوير الخدمتان الأساسيتان - الجودة وتربية الأغنام- جزءاً من الاستراتيجية الفنية للتنمية. وكان الاتحاد الكونفيدرالي يتعاون مع المعهد القومي للأبحاث الزراعية منذ الستينات بهدف القيام بأبحاث تتعلق بأساليب تسجيل اختبار الألبان والأداء ثم الأساليب الجينية في تحسين إنتاج الماشية. وكان من الضروري حشد طاقات جميع الأطراف الفاعلة في مجال الصناعة بسبب العزلة النسبية التي تم تطوير نظام روكفور من خلالها. وبسبب إهمال السلطات المحلية والقومية نوعاً ما للألبان الماعز. فقد كان على هذه الصناعة أن ترعى نفسها بنفسها.

وعندما يتعلق الأمر ببناء الموارد. فإن التميز التقني لمنطقة روكفور يعتبر من الأمور الأساسية لأنه يجعل من صناعة منتجات الألبان في المنطقة صناعة ذات شهرة عالمية في مجال تربية الماعز. وتنعكس هذه المكانة على استراتيجية تسمح بالمهارات بالانتقال إلى مناطق أخرى لتربية الأغنام. ويتم الاتصال بالمسؤولين بصورة دورية من قبل المتخصصين و مراكز التدريب لحل مشكلات فنية أو لتقديم الدعم. وقد تم إنشاء مركز موارد منطقة روكفور في عام 1998. وهو متخصص بصورة أساسية في تربية الأغنام. وكان إنشائه بغرض الوفاء بهذه الاحتياجات. وقد قام ببدء العمل في المركز المتخصصون في مجال الصناعة. ويتميز المركز بأنه يضم عدد كبير من الأطراف الفاعلة في مجال الإنتاج (غرف الزراعة واللجنة القومية للماعز المنتج للألبان) وفي مجالات إقليمية أكثر اتساعاً (مدرسة سانت أفريك الزراعية. السلطات المحلية. محمية جرانديز كوساس الطبيعية). وكان الغرض من إنشاء مركز الموارد في بداية الأمر هو أن يصبح مركزاً للتوثيق لخدمة المتخصصين والمدرسين في مجال الزراعة والتركيز على معلومات ميدانية لموسسة عن الماعز (التغذية. الإجراءات الخاصة بالصحة. بناء المزارع. التكاث. تصنيع الجبن. الخ). وكان الهدف الثاني له هو تنظيم زيارات تقنية لطلاب المدارس من كافة أنحاء أوروبا. وكان الهدف الأكبر للمركز أن يصبح أداة للتنمية التقنية للصناعة بالنسبة للأطراف الفاعلة على المستوى المحلي والعالمي.

السياق الديموغرافي الذي يؤدي إلى «التضامن في الإنتاج»

ففي هذه البيئة الإنتاجية الخاصة تدفع الديناميكيات الديموغرافية غير الموازية والتي ذكرناها آنفاً (انخفاض الكثافة السكانية. الفئة العمرية) الأطراف الفاعلة إلى القيام بالاستغلال الأمثل للموارد المحلية. وفي حين كانت القضية الرئيسية في لارزاك³⁷ هي الشعار الذي يقول «الحياة والعمل في بلدتك» كان يبدو أن المتخصصين في مجال الصناعة يؤكدون على الحاجة إلى « جلب العمل إلى البلدة». وكان أعضاء البرلمان في مقاطعة أقيرون يحاولون لعدة سنوات أن يقوموا بوضع سياسة تقوم على توافر العناصر اللازمة لجذب شركات جديدة إلى المنطقة.

35. المصدر: اللجنة القومية للأغنام المنتجة للألبان.

36. مدير بقسم المزارع في اتحاد روكفور الكونفيدرالي.

37. في السبعينات قبل مشروع التوسع في معسكر الجيش بلارزاك برود فعل قوية وفي النهاية تم إلغاء المشروع في عام 1981.

ولم يكونوا يفكرون في تقديم امتيازات خاصة بالضرائب فحسب، أو تسهيلات لدخول المنطقة فحسب، ولكنهم عملوا فكرهم من أجل رفع مستوى البيئة وتوفير الخدمات. وهذه القضايا تتعلق أيضا بقطاع الزراعة وقطاع الأغذية الزراعية، حيث توجد مشكلات كبيرة في قطاع التوظيف.

وهكذا فإن هذا السياق الخاص قد حدا بالمتخصصين في صناعة جبن الروكفور إلى إقامة علاقات خاصة مع شركائهم الاقتصاديين، كما يتضح من التعليقات التالية التي صدرت عن منتجين و مصنعين:

< بالنسبة للأعلاف، نحاول شراء ما نجد متاحا على المستوى المحلي لكن الأمر يتعلق بالعلاقات، فنحن نحاول جميعا أن نقتسم العمل بقدر الإمكان. فمن المهم أن نضمن حصول كل منا على جزء من العمل.³⁸

< فيما يتعلق بنقل الألبان عن طريق الشركات المحلية، فإن هناك ممارسات لا زالت مستمرة، لكنني اعتقد أنها ليست مريحة. لكن الواقع أننا إذا توقفنا عن العمل مع هؤلاء الناس فإن ذلك سوف يثير الغضب.³⁹

< " إنني أفضل أن أقوم بتوظيف أشخاص من المنطقة، ومن المنطقة المحيطة، حيث يكونوا على دراية بالدوائر الزراعية. إنها وظائف تخلق نوعا من الانتماء، وهي ليست وظائف تجارية حيث تتحرك الأمور بسرعة وحيث يوجد تغيرات كبيرة و دائمة. على النقيض من ذلك، إنني في حاجة إلى الاستقرار بحيث يعرف المنتجون الأشخاص الذين يتعاملون معهم. على أية حال ليس من المنطقي أن نقوم بالبحث عن أشخاص من مكان آخر- وسوف يكون الأمر محل استهجان."⁴⁰

علامة تسجيل المنشأ في نظام روكفور- دور تتزايد قوته

كان المنهج الذي اتبعته منطقة روكفور فيما يتعلق بالتنمية قد جعل من علامة تسجيل المنشأ نموذجا للتنظيم والنجاح التجاري. وبالرغم من نجاح الصناعة الأكيد، لابد من تقييم الدور الذي يلعبه المنتج ذو علامة المنشأ المسجلة : فهو يلعب دورا هاما لكنه ليس أهم الأدوار على الإطلاق. فالدور الرئيسي لاخذ روكفور الكونفيدرالي ، قبل كونه نقابة لتحديد المنشأ، هو أنه مؤسسسة تنظم العمل بين مختلف المهن و مسؤولة عن إدارة إنتاج لبن الماعز والذي يتم تسويق نصفه فقط كمنتجات تحمل علامة منشأ مسجلة، وتتعلق المفاوضات التي تجري بين منتجي الألبان و المصنعين بإضافة قيمة إلى اللبن في جبن الروكفور و في أشكال تصنيع أخرى. وبالمثل فإن التميز التقني لمنطقة روكفور يجب أن تعزى بلا شك إلى الطبيعة المتميزة بصورة كبيرة لإنتاج لبن الماعز بالمقارنة بلبن الأبقار، بقدر ما تعزى إلى ما يدره جبن الروكفور من أرباح. وهكذا فإنه بالرغم من ضرورة عدم التقليل من دورها ، فإن المهارات التي اكتسبتها الأطراف المعنية هي نتيجة لعملية تراكم طويلة المدى كان محورها المنتج ذو علامة المنشأ المسجلة.

38. منتج ألبان من منطقة روكفور.

39. أحد رجال الصناعة من مجال صناعة جبن الروكفور.

40. أحد رجال الصناعة من مجال صناعة جبن الروكفور.

وبالرغم من ذلك، فإن تأثيرها قد كان محدودا بلا شك بسبب عدم وجود قيود حتى وقت قريب على المواصفات المتعلقة بإنتاج الألبان.

أما العلامات الخاصة بالمواصفات والتي يجب أن ترتبط بصورة مباشرة بالمنتج ذو علامة المنشأ المسجلة، فقد كانت تتم مراعاتها في السنوات الأخيرة. وتؤدي عملية إعادة النظر في قيود الإنتاج على دفع الجهود الرامية إلى تحقيق الاستقلال في مجال إنتاج الأعلاف، لأن ثلاثة أرباع كميات الغذاء المعتاد قد أتت من مزارع. كما لا يجب أن تتجاوز كميات العلف المجفف المشتراه 200 كجم بالنسبة لكل حيوان في العام. وكان الغرض من هذه الإجراءات هو منع حدوث أي توسع في شكل إقامة مزارع خارج الأراضي المخصصة، مما قد يؤدي إلى إعادة تخصيص منطقة الإنتاج واحتياجاتها من معدات ومهارات. ونتيجة لذلك وجدنا بعض مصنعي الأعلاف يقومون بتقديم تشكيلة من المنتجات، كما قاموا بابتكار أعلاف خاصة حتى يلتزموا بالمواصفات الجديدة. أما بالنسبة لعملية التدريب فقد قام مدرء مدرسة لا كازوت الزراعية بالتفكير لعدة سنوات في تنظيم دبلومة مهنية تركز على إنتاج لبن الماعز. يمكن من خلالها تحديد المهارات التي يحصل عليها التلاميذ بصورة أكبر. وسيتم تخصيص مزيد من الوقت والجهد في العملية التعليمية للمنتجات ذات علامة المنشأ المسجلة وإلى قضية الجودة.

وهكذا، فمنذ أن ظهرت هذه الصناعة في صورة مؤسسية في العشرينات فقد ساعدت على وضع نظام يهتم بصفة أساسية بإنتاج لبن الماعز و تصنيع الجبن. وقد اسهم هذا المنهج التنموي في " التخصص " الذي تميزت به المنطقة التي لا تتمتع بالكثير من الأنشطة البديلة. وقد أسهمت الموارد التي تم خلقها (المهارات، الخبرات في مجال تربية الأغنام وإنتاج الألبان وتصنيعها) في عملية التمييز بين المناطق وهو أمر من المفترض أن يؤدي إلى إحداث تنمية. وعلاوة على ذلك فإن عملية استرداد منتجي الألبان للمنتجات ذات علامة المنشأ المسجلة قد أدت إلى تقوية ما يتحلى به نظام روكفور من تميز، مما يؤدي بدوره إلى دوام هذه المنتجات. ولقد كان هذا المنهج الذي يعتمد على الإنتاج عاملا هاما في تنمية المنطقة لأنه يؤدي إلى تطبيق التحليل على أطراف أخرى؛ وبالرغم من ذلك فهو لا يمكن أن يغطي كافة جوانب العملية. ومن خلال تركيز الاهتمام على الروابط القائمة بين المتخصصين في مجال الصناعات ورؤساء المجالس المحلية والأطراف الفاعلة في مجال السياحة، سيمكننا التركيز على سمة تعدد القطاعات في عملية التنمية الإقليمية.

التعاون بين الزراعة و السياحة - بناء الإقليم والموارد المترابطة

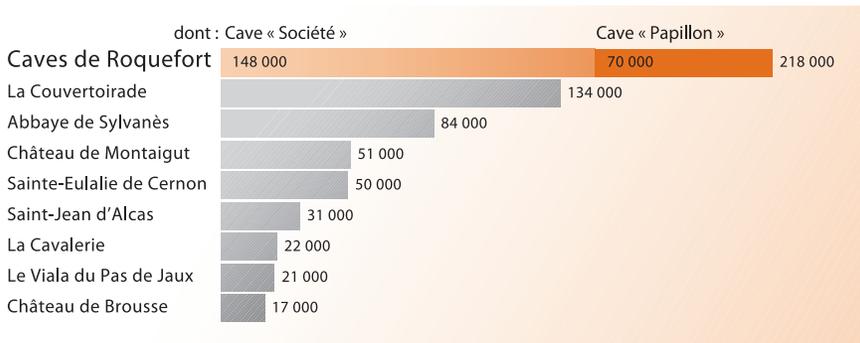
عندما نتأمل أوجه التعاون بين مختلف الأنشطة في منطقة روكفور فإننا نلاحظ أنها منطقة لا توجد لها حدود واضحة ولا تتميز بأهمية سياحية كبيرة أو أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك، إنها منطقة تحاول الأطراف الفاعلة فيها الاعتماد على الشهرة العالمية للجبن ذو المنشأ المسجل كي تلفت الانتباه إلى المرافق السياحية الأخرى. وبينما كانت عملية تقوية العلاقات بين شركات السياحة والشركات الصناعية تتم بشكل مطرد في خلال السنوات القليلة الماضية، كانت المرافق العديدة التي يجب أن تتوفر في المنطقة تنمو بصورة تدريجية.

جين ذو شهرة عالمية في منطقة لا يمكن تحديد مكانها

بالرغم من تمتع روكفور بشهرة عالمية فلا يستطيع الكثيرون تحديد موقع القرية على الخريطة . وقليلون هم الذين يعرفون أن اسم روكفور هو إسم قرية يوجد بها كهوف تحت الأرض يتم انضاج الجبن بها. وعلاوة على ذلك فإن المنطقة المسجلة ليس لها علاقة على الإطلاق بالشبكة الإدارية الحالية. فلبن الماعز يتم إنتاجه بصورة أساسية في منطقة البرانيس الوسطى (في لوزير بصفة أساسية). وقد زاد من عدم وضوح حدود الموقع غياب وجود حدود للمنطقة تمثل أساسا للدعاية. ولم تكن الشبكات الإدارية (افيرون. البرانيس الوسطى) أو الكيانات الطبيعية (جراندز كوساس. لازاك) أو المقاطعات القديمة (رورج) معروفة بصورة واضحة حتى تمثل وسيلة للترويج للجبن كما يحدث في المناطق الأخرى مثل (نورماندي . سافوي. سافوي العليا). ولكن الشركات لا ترى أن هذا الموقف يمثل عقبة كما يوضح لنا مدير التسويق التالي: "إننا محظوظون لأن روكفور مشهورة بدرجة لا تجعلنا في حاجة لنشرح أين تقع. فروكفور لا تقلق بشأن شرح موقعها لأن المنتج له شهرة جيدة وإذا أخذنا نشرح من أين أتى المنتج بالتحديد فإن ذلك لن يضيف شيئا. إن ريف روكفور متميز للغاية. فقد تم الحفاظ على المناظر الطبيعية به وهناك مساحات مفتوحة واسعة. إنه بعيد كل البعد عن نبات الذرة المعدل وراثيا؛ فأرضها الحجرية تجعلها منطقة تتميز الحياة فيها بالصعوبة وليس هناك شيئا سهلا. وهذه صورة متازة."

وعند مقارنتها بمناطق مثل نورماندي أو مقاطعتي سافوي فإن الوضع سيختلف: فالمتخصصون في مجال الصناعة لا يعتمدون على المنطقة كوسيلة لدعابتهم. لكن من يفعل ذلك هي الشركات الأخرى التي تحاول استغلال شهرة روكفور للترويج للمنطقة وبخاصة فيما يتعلق بالسياحة. وقد أكد هذه الحقيقة أن هناك أكثر من 200000 سائح يزورون كهوف جين روكفور كل عام مما جعلها أكبر منطقة جذب سياحي في جنوب أفيرون (شكل 1).

شكل بياني - عدد السائحين الذين قاموا بزيارة بلدة روكفور في عام 2004



المصدر: مكتب سياحة بلدة روكفور. 2004

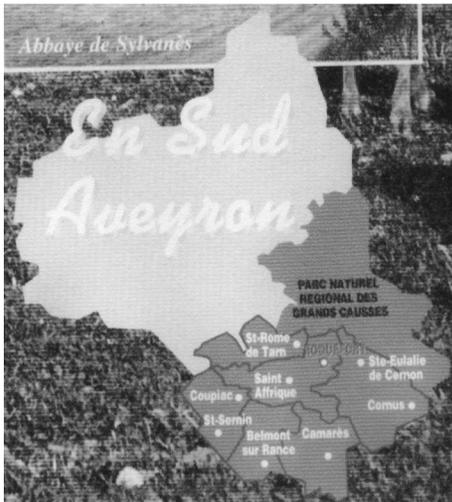
وكان ما ذكرناه أنفا من عدم توافر بديل اقتصادي لإنتاج الألبان ينطبق أيضا بالنسبة للمرافق السياحية. فمن الواضح أن جين روكفور هو العامل الوحيد الذي يروج لصورة المنطقة. وفي الواقع أن المتخصصين في مجال السياحة يحبون أن تقوم صناعة روكفور بالتركيز على أصل

المنتج (أفيرون) في دعايتها وخاصة في الإعلانات التليفزيونية التي ينتجها الإتحاد الكونفيدرالي. وهم يعتبرون أن جبنة كونت والتي يتم الإعلان عنها على أنها أحد منتجات جبال جورا و جبنة أوساو إيراني التي تنتمي إلى إقليم الباسك. لابد من أن تؤخذ كنماذج.

نحو ظهور منطقة سياحية تقوم على شهرة روكفور

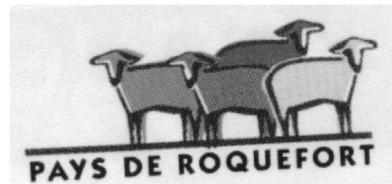
من الناحية التاريخية، ونتيجة لحجم النجاح الذي حققه نظام إنتاج روكفور لم يتم الاهتمام بمجال السياحة في المنطقة إلا من خلال القيام بزيارات إلى كهوف الجبن كانت تنظمها شركتي سوسيتية دي كاف و بابيلون منذ أربعين عاما. وبذلك فلم يكن هناك بنية خاصة بإقامة السائحين بالقرب من روكفور حتى التسعينات عندما قام مكتب سياحة روكفور باتخاذ قرار ببناء مركز بالقرب من كهوف الجبن حيث يمكن للسائحين الحصول على المعلومات وبخاصة عن الأماكن الأخرى التي يمكنهم الاستمتاع بزيارتها في المنطقة المجاورة (أنظر الجدول السابق). وبالتدريج ظهرت شبكة حول مكتب سياحة روكفور وأصبح لها فروعاً في البلديات المجاورة وكان الهدف منها نشر معلومات عن المناطق السياحية والتي كانت لحسن الحظ تتركز في مكان واحد.

وبعد العمل بصورة غير رسمية لعدة سنوات، خرجت تسمية "ريف روكفور" بصورة رسمية عام 2003 كمنطقة سياحية بالرغم من استنكار عدد كبير من رجال الصناعة الذين كانوا لا يثقون بالسياحة واستنكار المجالس المحلية في البلديات الأخرى والتي كانت لا ترغب في "الإختفاء" لمصلحة مكتب سياحة روكفور. وكانت تسمية الهيكل الجديد محل جدل شديد. وكان من الختمي الإشارة إلى روكفور ولكن تم تفضيل عبارة "ريف روكفور" على عبارة "ريف الجبن روكفور" والذي كان ينطوي على أن المنطقة "لا يوجد بها ما تقدمه" سوى كهوف الجبن. وهكذا فإنه بالرغم من أن الجبن كان الموضوع الرئيسي للدعاية، في حملة "ريف روكفور" فإنه لا يمكن أن يشمل كل مكان (شكل رقم 1)



شكل 1 - مناطق "ريف روكفور"

وشعارها



وبهذا فقد خلق هذا المنهج كيانا إقليميا جديدا يتمتع بميزة تخطي التقسيمات الإدارية الحالية. وقد تسبب ذلك في خلافات مع رؤساء المجالس المحلية. فالسياسات التي قام عليها هذا التقسيم لا تستند إلى أسباب سياسية. ولكنها صيغت خصيصا لتلائم احتياجات السائحين. لكن يجب أن نلاحظ بالرغم من ذلك اقتصار هذه الديناميكية على منطقة أفيرون. أما المناطق المجاورة فيبدو أنها غير متحمسة لاستخدام شهرة المنتج في دعايتها لأنهم يعتبرون روكفور جزءا من أفيرون. فتسمية "ريف روكفور" تشير إلى الجهود التي تم بذلها للحصول على شرعية الملكية الإقليمية للمنتج. وبالإضافة إلى ذلك، فإن السمات المميزة التي خلقت هوية هذه المنطقة تعكس التضامن الإنتاجي الذي لاحظناه في القسم السابق. وتعتبر السياحة هنا في حد ذاتها أداة من أدوات التنمية وهو ما يتضح من التعليقات التالية:

< "لابد من أن يتحول مكتب السياحة و فروعها المحلية إلى مؤسسة سياحية. ودعونا نتوقف عن الحديث عن العمل التطوعي وعدم توفر التخصص. فلا بد من وجود مصالح اقتصادية معرضة للخطر حتى نستطيع أن نحافظ على المنطقة ككل. إن هذا هو ما يخلق أنشطة اقتصادية في منطقة ما."⁴¹

< "إن واجبي في المقام الأول هو جلب أنشطة اقتصادية إلى منطقتي. فليس هناك فائدة من بيع جبن ماروال في سانت أفريك - ولا أرى أهمية لذلك. وما أحاول أن أقوم به هو أن استغل مهنتي في جلب أنشطة اقتصادية إلى منطقتي- هذه هي فلسفتي."⁴²

في السنوات العشر الأخيرة فقط استغلت الشركات في المنطقة شهرة روكفور. ومن التطورات الكبيرة أيضا تغير رد فعل المتخصصين في مجال صناعة الجبن ذو المنشأ المسجل. ففي البداية كانوا لا يدركون المزايا التي تعود من الانفتاح على مجال السياحة لكنهم بدأوا الآن في إدراك المزايا التي يمكن أن تحقق. وكانت صلتهم بالشركات الأخرى قد أصبحت أكثر قوة حتى وإن كانت متفرقة و تتعلق بأقلية فقط.

تعاون الشركات في مجال صناعة الجبن والشركات الإقليمية بغرض بناء مرافق سياحية متناسقة

لم تتوفر في عملية التنمية سوى فرص سياحية ضئيلة وهو ما كان يميز الصناعة حتى وقت قريب. لكن يبدو أن الأمر الآن قد تغير حيث أصبح هناك تركيز على أوجه اهتمام جديدة. فغالبيتهم رجال الصناعة يقومون بالاهتمام بالسائحين. ويقوم أصحاب الصناعات الصغيرة بصفة خاصة بتقديم منتجات لتباع في مواقع الزيارة. وبالمثل، فمجال التشغيل في مركز موارد منطقة روكفور، والذي كان معنيا بالجانب الفني في بداية الأمر، امتدت إهتماماته حاليا بحيث أصبح يهتم بالجانب السياحي. وكان الغرض من ذلك هو استكمال زيارة كهوف الجبن بإقامة معرض عن مزارع الأغنام. وكان معرض "المراعي" الذي تم افتتاحه عام 2001 عبارة عن عرض تفاعلي لأوجه الأنشطة المختلفة لمزارع الأغنام (حلب الأغنام، تغذية الأغنام، العناية بالأغنام، الخ). ويزور المعرض حاليا حوالي 10000 شخص. وقد أخذ مركز الموارد على عاتقه تنظيم حدث

41. مدير في مكتب سياحة روكفور.

42. خبير سياحي في جنوب أفيرون.

كبير في جنوب أفيرون وكان هذا الحدث عبارة عن مهرجان لاكون للأغنام. وقد تم تخصيص هذا الحدث الذي استمر لمدة ثلاثة أيام بشكل كامل لتربية الأغنام. و كان بمثابة فرصة للمتخصصين في مجال الصناعة للالتقاء وتبادل الآراء حول الممارسات والتقنيات المطبقة في هذا المجال. ولأول مرة تم تخصيص يوم مفتوح للجمهور في برنامج المهرجان الأخير. وقد حضره حوالي 12000 زائر. ويشترك بعض منتجي الألبان أيضا في مناسبات إقليمية مشابهة بالرغم من أن مشاركتهم تكون هامشية. وفي بداية التسعينات حرصت زوجات أصحاب مزارع الأغنام على استقبال السائحين بزراعتهم. وهي خطوة اعتبرت بمثابة استجابة لطلب محدد: فقد كان السائحون يرغبون في مشاهدة الماعز في بيئتها اليومية وهو أمر لا يستطيع أصحاب كهوف الجبن توفيره. ولم تحصل المزارع حتى عام 2003 على دعم كاف لفتح آفاق جديدة لأنشطتها. وقررت محمية جرانديز كوساس الطبيعية الإقليمية والتي أنشئت في جنوب مقاطعة أفيرون في عام 1995 منح ميزانية مالية لإنشاء غرف لاستقبال السائحين وزرع أشجار وإقامة أسوار حول المزارع. وقد قرر بعض رجال الصناعة تمويل العديد من العمليات الخاصة بالترويج السياحي (طباعة كتب). وقد تم افتتاح "شبكة زيارة مزارع بلدة روكفور" بصورة رسمية في عام 2003: وبالإضافة لما تقوم به الشبكة من تنظيم لزيارات لمزارع الأغنام تقوم أيضا بتقديم زيارات للتذوق وذلك للترويج للمنتجات المحلية (جبن الروكفور. نبيذ كوت دو ميلو. حلوى لبن الماعز) وقد استفاد 5000 زائر من هذا العرض في هذا العام. وبالإضافة إلى الدخل الإضافي الذي تحقق بفضل هذا الأنشطة، تقوم الشبكة أيضا بتوفير فرصة لزوجات أصحاب مزارع الأغنام للاجتماع معا (لأنهم يعيشون شبه منعزلين).

ومن الخطوات الخاصة الأخرى التي تم اتخاذها قيام مالكي بعض المطاعم المحلية الراقية في المنطقة المجاورة لبلدية روكفور على ساليزون بتقديم عروض خاصة: أطباق صنعت خصيصا من جبن روكفور. وتمثل مختلف المنتجات والخدمات المذكورة أنفا (زيارات لكهوف الجبن. مراعي الأغنام. شبكة زيارة مزارع الأغنام. المطاعم) بدايات نظام سياحي خاص بجبن روكفور. وبالتدريج قامت روابط وثيقة بصفة خاصة في شكل تبادل المطبوعات و تخفيض رسوم الدخول (مراعي الأغنام/زيارات كهوف الجبن). بل أن شركة سوسيتيه دي كاف قد قامت بما هو أبعد من ذلك: فلقد بدأت في تقديم "رحلات التذوق" منذ عدة سنوات على أساس عروض زيارة شاملة تضم زيارة كهوف الجبن. مراعي الأغنام. زيارة مزرعة في الشبكة، ووجبة في أحد المطاعم. ويشبه هذا العرض، الذي تم إعداده بالتعاون مع مكتب سياحة روكفور، إلى حد كبير فكرة سلة البضائع والخدمات الإقليمية التي وضعها إيه. مولارد و بي. بيكويه (أنظر القسم الأول بعاليه). وبالرغم من الدور الذي لعبه مكتب السياحة فإن هذه الخطوة التي كان الغرض منها الربط بين كافة مكونات السلسلة. يبدو أنها تعتبر في المقام الأول جزءا من استراتيجية دعائية خاصة. ولم يشارك رؤساء المجالس المحلية بأي شكل مؤثر في هذه الخطوات والتي قامت بها المؤسسات المعنية. وبالرغم من صعوبة تقييم نجاح هذا الجانب من التنمية، فإن عدد الزوار، وفقا لمكتب سياحة روكفور، قد ارتفع من 61000 إلى 72000 شخصا في الفترة من 1998 إلى 2003. وقد أفادت هذه الزيادة مكاتب السياحة في المناطق المجاورة لروكفور بصفة خاصة. وهو ما يثبت أن الجهود الرامية للتوسع في صناعة السياحة بدأت تؤتي ثمارها. وعلاوة على ذلك، يبدو أن جنوب أفيرون قد بدأ يتغلب لحد ما على النقص في أماكن إقامة الزوار (أماكن إقامة بدون وجبات، إقامة شاملة الإفطار، الخ).

ويبدو أن صناعة روكفور، التي تركز سياساتها بصورة أساسية على الإنتاج، بدأت تتجه منذ عدة سنوات إلى الاهتمام بأوجه أخرى في المنطقة. وتساهم هذه الخطوات التي قامت بها بالأساس شركات خاصة في ظهور مرافق سياحية يتم إنشاؤها في محيط واسع حول صناعة جين الروكفور. وبسبب عدم مشاركة السلطات المحلية في هذه الخطوات فإن هذه المبادرات تعتبر مبادرات خاصة بل وهامشية في الوقت الحالي - وهو ما يشكل عقبة أمام عملية التنمية.

أوجه القوة والضعف في مسار التنمية

نظرا للأبعاد المختلفة الخاصة بعلامة المنشأ المسجلة لجين الروكفور، فقد أصبحت موضوعا شيقا للبحث، وهو ما يثير العديد من التساؤلات في كافة العلوم الاجتماعية. وتبرر التحديات الدولية التي تواجه علامات تسجيل المنشأ المسجلة اليوم تضمين الموضوع في مجال التنمية الإقليمية. وتعتبر الجهود الرامية إلى إلقاء الضوء على مختلف الإسهامات التي قدمتها عملية تحديد المنشأ لديناميكيات المنطقة أداة منطوية في المفاوضات التي تجري مع منظمة التجارة العالمية. وبذلك تبدو أدوات الإنشاء التي يمكن من خلالها تقييم هذه الإسهامات على أنها من الأمور الضرورية لاستمرارية الصناعات المذكورة.

وهذا هو المنهج الذي قمنا بتبنيه في بحثنا والذي اقترحنا من خلاله العديد من شبكات التحليل التي توضح الأوجه المتعددة لعملية التنمية الإقليمية. وقد كانت صناعة روكفور الحاصلة على علامة منشأ مسجلة نموذجاً محدداً على ذلك، يمكن من خلاله تقديم نتائج ملموسة بما يوضح الدور المفيد الذي يمكن أن تلعبه علامات تسجيل المنشأ في الأقاليم الخاصة بها.

وكان أول جزء من التحليل عبارة عن تقييم للأهمية الاقتصادية للصناعة، وقام بإلقاء الضوء على أحد السمات المميزة لعلامة المنشأ المسجلة لروكفور بالمقارنة بالعلامات التجارية الأخرى: وهذه هي أهميتها الحاسمة لمستقبل هذا الإقليم حيث لا تنشأ نشاطات أخرى كبيرة به. إلا أنه كان من الضروري دعم هذه المعلومات الإحصائية بتحليل تاريخي يقدم الخواص المميزة للحماية القانونية للمنتج. وفي هذا السياق اتضح لنا أن علامة المنشأ المسجلة لروكفور توفر "حماية كاملة" وأن الطريقة الخاصة التي تعمل بها (منطقة التجميع، ومنطقة إنضاج الجبن) قد ساعدت على الاحتفاظ بعدد كبير من الوظائف بالإقليم).

وهناك أسلوب آخر لتناول المشكلة، وهو تحليل ديناميكيات العمل في منطقة الإنتاج، وإعطاء اهتمام خاص للمزايا المتوقعة لعلامة المنشأ المسجلة، وقد أوضحت دراسة الأساليب المستخدمة في تثبيت أسعار اللبن و سهولة التحرك و ممارسات الشركات المعنية، الدور الذي يمكن أن تلعبه عملية تحديد المنشأ فيما يتعلق بضمان الدخل، الحفاظ على الإنتاج، وزيادة شهرة المهنة، والتفاوض في عملية التسويق.

ومن منظور الجودة، فقد أظهر تحليل عملية تنمية نظام روكفور الإنتاجي قدرة علامة المنشأ المسجلة - بمفهوم أوسع لإنتاج الألبان - على خلق موارد مميزة تؤدي إلى إعطاء تميز للإقليم (التدريب، البحث والتطوير) وبالتالي تحقق التنمية. وعندما تم تطبيق التحليل على كافة الشركات في الإقليم وعلى الشركات المتخصصة في مجال السياحة بصفة خاصة، فقد اتضح أن هناك منطقة جديدة مميزة عن المنطقة المحددة للمنشأ قد بدأت في الظهور، وهو

ما يعتمد على التعاون بين مختلف الأنشطة بهدف التنسيق بين الإجراءات التي تم اتخاذ كل منها في البداية بصورة مستقلة. وهنا تظهر قدرة علامات تسجل المنشأ على جعل مرافق المنطقة مرافق مميزة.

وقد ساعدت الرؤى المختلفة لهذه العملية في التأكيد على أنه لا يوجد منهج مثالي للتنمية. ويوضح نموذج روكفور أنه بالرغم من وجود عدد من المميزات لوجود منهج إقليمي للتنمية فإن هذا المنهج له نقاط ضعف أيضا والتي من الضروري تحديدها في سياق تطبيق البحث. وتعلق نقاط الضعف هذه بعملية الإنتاج والتعاون بين الأنشطة المختلفة، وهو ما يتطلب مزيد من التعليق.

وفي حين يجعل السياق الديموغرافي عملية إنتاج ألبان روكفور من الأنشطة الهشة فإن تركيز الإنتاج قد بدأ في الانتقال من شرق الإقليم إلى غربه أي من مناطق رعوية (ليكوسيك، روجيه) إلى مناطق ذات مراعي أخصب (سيجالا، ليفيزو- انظر خريطة 2)، ويجب شرح هذا الاتجاه الذي بدأ منذ عشرين عاما من خلال تزايد كثافة الأنشطة في هذه المناطق في نهاية الثمانينات (تطوير العلف الجففا). بهدف التعويض عن صغر مساحة الأرض. ويتركز جزء كبير من إنتاج الألبان حاليا في سيجالا و ليفيزو وذلك لصعوبة الرعي على الهضبة الجيرية (حدوث جفاف متكرر، نوعية رديئة من العشب). ويمكن للقيود المفروضة على عملية شراء العلف من مناطق خارجية والتي ذكرت في المواصفات الجديدة أن تقوي هذا الاتجاه. لكن ذلك سيشكل عقبة أمام المناطق الأقل حظا. وبخلاف المشكلات المتعلقة باستغلال الأرض، فإن التعارض المستمر بين واقع الإنتاج و بين صورة المنتج (مراعي أرض جيرية)، يمكن أن يصبح أمرا محرجا في استراتيجيات الدعاية التي قامت على أساس ممارسات الرعي التقليدية.

وعلاوة على ذلك، فإنه بالرغم من أن عملية التخصص عالية المستوي في منطقة الإنتاج تعتبر بلا شك من بين المميزات، فإن هذا النوع من التنمية يتضمن مخاطر كبيرة في حال حدوث كارثة ضخمة سواء في مجال الصحة أو التجارة. ويذكرنا بهذه الحقيقة الدخول الذي فقد بسبب إنشاء منشأ محمي لجبنة فيتا. ومن منطلق وجهة النظر هذه، يبدو أن مساحة الحركة الخاصة بالمخصصين في مجال الصناعات ذات علامة المنشأ المسجلة كعناصر مشاركة في عملية التنمية هي مساحة محدودة.

وتعتبر الجهود الرامية إلى إعادة استخدام موارد الإنتاج في مجال السياحة جزءا من هذا المنهج البديل بالرغم من أنها لازالت جهودا مبدئية ولا تتناسب مع حجم النشاط. وما لاشك فيه أن الخطورة الكامنة في هذه الاستراتيجيات تكمن في الطبيعة الأحادية للمرافق السياحية. فلا يوجد ما يضمن أن السياحة الغذائية و سياحة المنتجات ذات الجودة سوف يظل الطلب عليها مرتفعا في المجال السياحي والاستهلاكي في الأعوام والعقود القادمة. كما هو الحال في الوقت الراهن.

ويتساءل المرء ما إذا كانت عملية إعادة هيكلة شركات السياحة حول بلدة روكفور تعتمد على العوامل الجغرافية وتناسب الواقع التاريخي لصناعة الجبن. فلقد تجاهلت عملية الهيكلة هذه منطقة لارزاك حيث نشأت صناعة الجبن. وبالرغم من تثبيت لافتات لخدمة السائحين والمقيمين بالمنطقة لتأكيد شرعية المنطقة، فإن هذا الإجراء قد تعارض مع الإجراء الذي اتخذه

المجلس الإقليمي للبيرينيس الوسطى الذي قام بوضع لافتات على طول الطرق السريعة منذ عدة سنوات بهدف إلقاء الضوء على المنتجات ذات الجودة بالإقليم. وقد شكلت هذه اللافتات مشكلة تتعلق بجبن روكفور. لأن هناك لافتة قد وضعت على طريق الوطني سريع أ. إن. 88 في مقاطعة تارن والتي تشير إلى الدخول إلى منطقة روكفور للجبن. أي اقتراب الدخول إلى المنطقة المسجلة لروكفور. وبدون وجود أي تنسيق مع مكتب السياحة فإن هذه المبادرة يمكن أن تؤدي إلى التقليل من قيمة صورة الجبن في منطقة يصعب تحديد أبعادها بسبب اتساعها.

وفي التحليل النهائي، بالإضافة إلى مؤشرات التنمية، فإن نتائج البحث تؤكد على الحاجة إلى وجود منهج مكاني للعمليات التي يتم تطبيقها. فعند تفكير الشركات في وجوب استمرارية صناعتها. عليها أن تضع في الحسبان بصورة دائمة حجم الإجراءات التي يجب تطبيقها. وبناء على العوامل التي توصلنا إليها في هذه الخاتمة فإن التفكير المتأني يعتبر حجر الزاوية في الإجراءات الخاصة بحماية تراث الصناعات الغذائية، والذي يتضمن حماية جزء كبير من هويتنا.

الفصل 6

الجبن الأسباني ذو علامة المنشأ المحمي

سوق لا تزال مجزأة

إعداد: مرسيدس سانتشيز

اتجاهات النمو في إنتاج واستهلاك الجبن الأسباني

تمخضت التطورات الاقتصادية والاجتماعية الأخيرة عن زيادة في فرص ومخاطر النمو التي تواجه قطاع الأغذية الزراعية بكامله بما في ذلك قطاع الألبان. ففي أسبانيا، تبلغ حصة منتجات الألبان حوالي 10% من صافي مبيعات صناعة الأغذية الزراعية في كافة أنحاء البلاد. وتبلغ قيمة إجمالي المبيعات السنوية ما يربو على 7.5 مليون يورو. ومع وجود 1700 مصنعا و27000 عاملا (الاتحاد الوطني الأسباني لمنتجات الألبان) في هذا القطاع، فإنه يعتبر ثاني أكبر قطاع من قطاعات الأغذية الزراعية بعد قطاع صناعة اللحوم. وهناك 1.26% من الشركات في هذا القطاع يعمل بكل منها أكثر من 200 عامل وحوالي 15% يعمل بكل منها بين 10 و200 عاملا. و34% يعمل بها عمال لا يحصلون على مرتبات ثابتة، وهذا ما يجعل هذا القطاع قطاعا ثنائي البنية. أما إنتاج ألبان الأبقار، والذي يسهم بحوالي 98% من إجمالي الإنتاج، فقد ارتفع بنسبة تقارب 8% في السنوات القليلة الماضية. ويسهم إنتاج ألبان كل من النعاج والماعز بنصيب متساو من الخمسة بالمائة المتبقية من الإنتاج في ظل زيادة أعداد الأغنام بنسبة 17% وزيادة أعداد الماعز بنسبة 11%. ويوضح الجدول رقم 1 اتجاهات إنتاج الألبان في السنوات الأخيرة وفقا لنوع اللبن إلى جانب المؤشرات الأولية الشاملة لإنتاج الجبن الأسباني.

جدول 1- إنتاج الألبان والجبن في أسبانيا (بالطن) 2000-2004

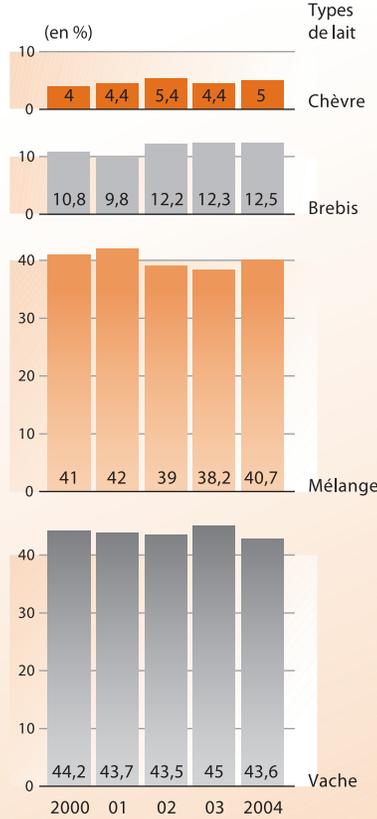
المنتج	2000	2001	2002	2003	2004	نسبة الفرق بين عام 2000 و2004
إنتاج الألبان	6100800	6444700	6691500	6634300	6656900	9.12+
البقر	5453900	5801600	5967000	5914000	5291500	8.57+
النعاج	304800	310000	348600	351300	357300	17.22+
الماعز	342100	333100	375900	369000	378100	10.52+
الجبن	*255000	265200	289000	289400	298400	17.01+
ألبان الأبقار	112700	116000	125600	134400	130000	15.35+
ألبان النعاج	27600	25900	35400	36800	37300	35.14+
ألبان الماعز	10200	11800	15500	13100	14900	46.07+
اللبن الخلووط	104500	111500	112500	114100	121500	16.36+

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، في أسبانيا، ومعهد التنمية الاقتصادية في مقاطعة استورياس - * باستثناء معجون الجبن.

شكل بياني 1- إنتاج الجبن

الأسباني. 2004-2000

تستخدم أسبانيا أقل من 5% من إنتاجها من اللبن الخام في صناعة الجبن. ويقل هذا المعدل عن متوسط المعدل السائد في أوروبا حيث- وفقا لما قاله لاجيرو (2006) ولوبيز تابيا (2006)- تتم معالجة 32% من إجمالي إنتاج اللبن الخام لتصنيع الجبن. وبالرغم من ذلك، تظهر الإحصاءات التي صدرت مؤخرا أن هناك زيادة مقدارها 17% في حجم اللبن المستخدم في صناعة الجبن. ولأن هذه الزيادة تفوق الزيادة التي حدثت في إنتاج اللبن السائل في نفس الفترة، فإن ذلك يشير إلى زيادة في نسبة اللبن الخام المستخدم في صناعة منتجات ذات قيمة مضافة من خلال معالجته لاستخدامه في صناعة الجبن. وبالرغم من حدوث زيادة أكبر في إنتاج ألبان الماعز والنعاج في نفس الفترة، فإن هذه الزيادة تسهم بنسبة 5% و13% من صافي المعروض (جدول رقم1). وبالرغم من ذلك، فلا بد من النظر إلى هذه الأرقام بشيء من الحذر لأن الجبن المصنوع من الألبان المخلوطة يسهم بنسبة تقارب 41% من إجمالي إنتاج الجبن في أسبانيا، وأي جبن مصنوع من نوعين أو أكثر من الألبان يعتبر جينا مصنوع من لبن مخلوط. ويلخص الرسم البياني رقم 1 اتجاهات الإنتاج الخاصة بمختلف أنواع الجبن الأسباني، حيث ترتفع نسبة إنتاج الجبن المصنوع من لبن النعاج والماعز بالرغم من عدم أهميته من حيث الكم.



المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، في أسبانيا، وإدارة معهد التنمية الاقتصادية استورياس
*يعرف أي نوع من الجبن مصنوع من نوعين أو أكثر من الألبان بأنه لبن مخلوط.

وقد استقر استهلاك الجبن في أسبانيا في السنوات الأخيرة عند نسبة 7 كيلوجرامات بالنسبة لكل شخص سنويا أي زيادة مقدارها 4.4 كيلوجرامات عن عام 1980. وبالرغم من أن هذا الرقم يقل عن متوسط استهلاك الفرد في أوروبا، والذي يبلغ 17 كيلوجرام، فإنه من المتوقع أن يزيد حوالي 10.2 كيلوجرامات، وفقا لتصريحات الاتحاد الوطني لصناعة الألبان (لوبيز تابيا، 2006).. ويقدم لنا الجدول رقم 2 توزيع الأولويات التفضيلية لدى المستهلكين في أسبانيا، حيث نجد أن 36% من حجم الطلب يركز على الجبن المعتق، ونصف المعتق و31% على الجبن الجديد أما نسبة 33% الباقية فتتعلق بالطلب على كافة الأنواع الأخرى. وقد زاد استهلاك الجبن الجديد في السنوات الأخيرة مع انخفاض طفيف في استهلاك الأنواع المعتقة. يتم استهلاك 89% من

الجبن الأسباني داخل المنزل أما النسبة الباقية فتستهلك خارج المنزل.

يشير جدول 3 إلى اتجاه نحو زيادة استهلاك الجبن في أسبانيا. كما يلقي الضوء على حدوث استقرار في السوق المحلية في السنوات الأخيرة. بغض النظر عن الزيادة المذكورة آنفاً والمتعلقة باستهلاك الجبن الجديد. والذي يسهم بنسبة 31% من الطلب المحلي. مع حدوث زيادة بنسبة أقل في استهلاك الجبن الأزرق الروكفور.

جدول 2- اتجاهات الاستهلاك بالنسبة لمختلف أنواع الجبن في أسبانيا (بالطن) مقسمة إلى

استهلاك منزلي وغير منزلي (بالفنادق والمطاعم والجهات التي تقدم طعاماً) 2004-2000

نسبة الفرق بين عام 2000 و2005	2004	2003	2002	2001	2000	
صفر	265758	260300	295311	283540	266950	إجمالي الاستهلاك
2.57-	%35.63	%39.10	%40.6	%42.8	%38.2	جبن معتنق ونصف معتنق
2.8+	%30.6	%30.0	%29.8	%25.9	%27.8	جبن جديد
0.23-	%33.77	%30.9	%29.6	%31.3	%34	أنواع أخرى
	غير محدد	غير محدد*	%88.47	%88.47	%86.2	نسبة الاستهلاك المنزلي
	غير محدد	غير محدد	%11.53	%11.53	%13.8	نسبة الاستهلاك خارج المنزل

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية. في أسبانيا. وإدارة معهد التنمية الاقتصادية بمقاطعة أستورياس- * باستثناء انتشار الجبن. * غير محدد لعدم توافر بيانات.

جدول 3 - اتجاهات استهلاك الفرد في أسبانيا لمختلف أنواع الجبن (كجم)، 2005-2004

نسبة الفرق بالنسبة للفرد (2004-) (2005)	نسيبه الفرق في الحجم (2004-) (2005)	2005		2004		المنتج
		استهلاك الفرد	الحجم (كجم)	استهلاك الفرد	الحجم (كجم)	
صفر	2.4+	6.33	272139	6.33	265757	الإجمالي
1.56+	3.96+	1.96	84684	1.93	81451	الجبن الجديد
6.57-	0.01-	0.71	31349	0.76	31375	معجون الجبن
صفر	1.12+	2.25	96771	2.25	95690	الجبن نصف المعتنق
صفر	صفر	0.2	8710	0.23	8709	الجبن الشيدر
صفر	7.62	0.12	3565	0.12	3859	جبن إيمنتال وجروبر

33+	2.18+	0.02	2244	0.03	2196	جبن أزرق روكفور
صفر	3.3+	1.03	44814	1.03	43391	أنواع أخرى من الجبن

المصدر: الإخاء الوطني الأسباني لمنتجات الألبان (www.fenil.org).

وبالرغم من أن هذه الأرقام تشير إلى حدوث زيادة في إنتاج الألبان واستقرار في عملية الطلب مع وجود إمكانات للنمو. فإن الميزان التجاري للجبن يظهر عجزا واضحا. أما الرسمان البيانيان رقم 4 و5 في الملحق واللذان يوضحان اتجاهات صادرات وواردات الجبن الأسباني في السنوات القليلة الماضية. فيظهران زيادة الواردات والصادرات بنسبة تصل إلى 51% عن السنوات الخمس الماضية. بالرغم من اختلاف نقطتي البداية الخاصة بهما (182000 طن للواردات و52000 طن صادرات). وقد حقق الجبن الجديد أكبر نسبة نمو بين أنواع الجبن المستوردة ويليه الجبن القشدة بينما أتت أنواع الجبن الأخرى. إلى جانب الجبن الجديد. على رأس قائمة الصادرات.

الأهمية الاجتماعية والاقتصادية لأنواع الجبن ذات علامة المنشأ المسجل في أسبانيا

كانت نسبة النمو في أنواع الجبن الأسباني التي تحمل علامة المنشأ المسجل المعتمدة من الإخاء الأوربي تتماشى مع مستوى الإنتاج العام للجبن. وبهذا فإننا نرى في جدول رقم 4 زيادة في عدد الأنواع المحمية من 16 نوعا في عام 2000 حتى أصبحت 23 نوعا في الوقت الحالي. إلا أن ذلك يمثل نصيبا ثابتا نسبيا فيما يتعلق بإجمالي عدد المنتجات الغذائية التي تحمل علامة المنشأ المسجل في أسبانيا. بما يشير إلى حدوث زيادة شاملة في عدد المنتجات التي تحمل علامة المنشأ المسجل في أسبانيا والمنتجات التي تحمل علامة المؤشر الجغرافي المحمي. ويمثل الجبن نسبة 20% من السلع المتميزة ذات الجودة العالية في أسبانيا. إن مكانة قطاع الجبن والذي يأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية بعد قطاع الخمور يعطينا فكرة عن أهمية هذا النوع من الأنشطة الإنتاجية بالنسبة لبعض الاقتصاديات المحلية.

وفي الوقت نفسه. زاد حجم المبيعات بنسبة 27% خلال الخمس سنوات الماضية فأصبح يقترب من 17 ألف طن. وهو ما يمثل حوالي 6% من إجمالي إنتاج البلاد من الجبن. كما يعطي جدول رقم 4 فكرة عن متوسط حجم السلع المتميزة ذات الجودة العالية والتي يبلغ انتاجها حاليا حوالي 700 طن بعد أن انخفضت نوعا ما منذ عام 2000. وهو ما يشير إلى أن غالبية المنتجات الحاصلة حديثا على علامة المنشأ المحمي تقل عن تلك التي حصلت على هذه العلامة منذ عدة سنوات. والهدف من هذه الأرقام التي تشير إلى متوسط الإنتاج هو إعطاء مؤشرات مسبقة لمتوسط حجم وحدة الإنتاج في القطاع. وذلك استعدادا لعمل تحليل لهيكل الإنتاج. والذي سيتم ذكره بالتفصيل من خلال هذه الدراسة.

جدول 4 - عدد أنواع الجبن الأسباني الحاصل على علامة منشأ محمي بالإضافة إلى حجم المبيعات بالطن، 2000-2004.

السنوات	عدد أنواع الجبن الحاصل على علامة منشأ محمي*	نسبة إجمالي الأغذية الأسبانية الحاصلة على علامة منشأ محمي*	حجم المبيعات (بالطن)	متوسط حجم المبيعات بالنسبة لكل منتج حاصل على علامة منشأ محمي (بالطن)	نسبة الجبن الحاصل على علامة مؤشرات جغرافية محمية - وعلامة منشأ محمي بالنسبة لإجمالي إنتاج الجبن
2000	16	20.25	12910	807	5.06
2001	17	19.31	13233	778	4.99
2002	19	18.18	14365	756	4.97
2003	21	17.40	16719	796	5.60
2004	23	18.25	16454	720	5.51

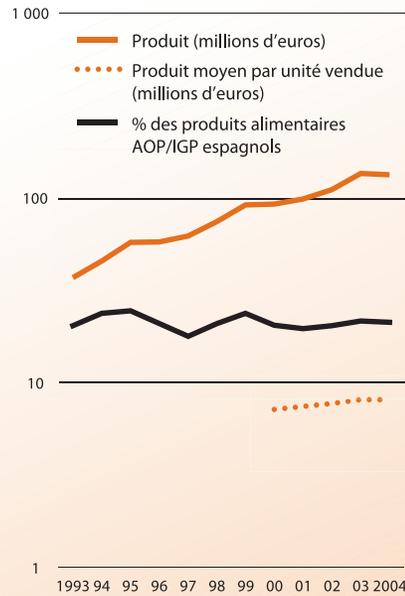
المصدر: قام المؤلفون بالحصول على البيانات من قسم إنتاج وجودة الأغذية الزراعية. *باستثناء النبيذ

يشير تحليل المؤشرات الاقتصادية لأنواع الجبن الحاصل على علامة منشأ محمي والذي يظهر في رسم بياني رقم 2 إلى أن هذا القطاع قطاعا متماسكا. حيث يستحوذ على نصيب يبلغ 21% من إجمالي إنتاج البلاد من الأغذية عالية الجودة والتي تقدر قيمتها بـ131.92 مليون. ويوضح أيضا أن هذا القطاع قد سجل زيادة في العائدات لكل وحدة مباعة. وقد ارتفع الرقم من 7.08 في عام 2000 ليصبح 8.02 في عام 2004، وهو ما يزيد قليلا عن معدل التضخم التراكمي لهذه الفترة.

ويستمر جدول رقم 5 في تقديم معلومات مفصلة عن أنواع الجبن ذات العلامات المنشأ المحمي. كما يقدم ملخصا يذكر مناطق المنشأ المختلفة إلى جانب نوع اللبن المستخدم. أنواع الماشية المعترف بها. الموقع الجغرافي للإنتاج. ومعلومات أخرى تتعلق بسنة إنشاء السلعة المتميزة ذات الجودة العالية إلى جانب تقديم مؤشر لمتوسط الإنتاج بالنسبة لمنتجات الألبان والمنشأ.

شكل بياني 2 - عائدات الجبن الأسباني الحاصل

على علامة منشأ محمي، 1993-2004



وبالنسبة لنوع اللبن المستخدم في إنتاج الجبن ذو علامة المنشأ الحمي في أسبانيا، فإن أكثر الألبان استخداما هو لبن الأبقار والذي يستخدم في إنتاج عشرة أنواع مختلفة من الجبن ذو علامة المنشأ الحمي (افوجال بيتو، ارزوا - اولوا، كابرال، سيبريرو، ماهون - مينوركا، كويسو دو كانتابريا، كويسو دو لالت اورجيل، فالديون، تيتيلا، وسان سيمون داكوستا) وهناك ستة أنواع تصنع من لبن النعاج (ايديازابل، كويسو دو لا سيرينا، مانشيغو، زامورانو، رونكال، وتورتا ديل كاسار) وأربعة أنواع تصنع من لبن الماعز (مورشيا ومورشيا الفينو، إيبورز، ماجوريروا، وباليرمو). أما بقية الأنواع فهي تصنع من خليط من الألبان الثلاثة (يكون بيجيه - ترسفيسو، كويسوكوس دو ليانا، كابرال¹ وفالديون).

تقع المناطق الجغرافية الرئيسية للإنتاج في الشمال، في ساحل كانتابري، حيث توجد ثلاث مناطق لإنتاج الجبن في جاليتشيا وثلاثة في استورياس وكانتابريا، في حين تقوم منطقة الباسك ونافارا بالاشتراك في إنتاج أحد أنواع الجبن عالي الجودة، لكن نافارا تنتج نوعا خاصا بها. وننتقل إلى شرق أسبانيا حيث نجد نوع واحد من الجبن ذو علامة المنشأ الحمي في كاتالونيا، في حين نجد في كاستيلا ليون في الغرب منطقتي منشأ في زامورا وليون. أما منطقة جنوب أسبانيا فيوجد بها العديد من مناطق المنشأ: ثلاثة في أكستريمادورا، إثنين في مورشيا، وواحدة في كاستيلا لامانشا، وتقوم كل مجموعة من مجموعات الجزر الأسبانية بإنتاج أنواع من الجبن ذو علامة المنشأ الحمي: يوجد نوعان في جزر الكناري، ونوع واحد في جزر البلياريك.

ومن الأمور التي ينبغي ذكرها هو أن كل منتجي الأجبان ذات علامة المنشأ الحمي في أسبانيا ملتزمون باستخدام ألبان من سلالات معينة من الماشية، ويتم الاستعانة بنوع أو أكثر من السلالات المحلية بما يساعد على إعطاء سمات فريدة لكل نوع.

ومن وجهة النظر التاريخية، فإن بعض المنتجات ذات علامة المنشأ الحمي، قد تم بدء إنتاجها منذ أكثر من عشرين عاما، أما بعضها الآخر فهو حديث الإنتاج كما يتضح من الجدول رقم 5 الذي يضم أيضا، تفاصيل أخيرة تتعلق بعملية التحليل، وهي التفاصيل الخاصة بحجم وحدات إنتاج الجبن الأسباني ذو علامة المنشأ الحمي، ويمكن وصفها بأنها وحدات صغيرة في الحجم، وهو ما يلائم متابعة عملية التنمية الريفية والتي يتم من أجلها تطبيق استراتيجيات التمييز بين منتجات الأغذية. وهكذا، فإنه طبقا للبيانات التي ساقها جاليندو (2004) فإن متوسط إنتاج كل مزرعة إنتاج جبن لا يتعدى خمسين طنا، والكثير من المزارع في مناطق المنشأ تنتج كميات أقل. أما الأجبان الأكبر حجما في الإنتاج فهي أجبان مانشاجو، رونكال، وايديازابل وكلها مصنوعة من لبن النعاج، في حين يتم إنتاج أجبان كويسو تيتيلا، كانتابريا، وماهون مينوركا من لبن الأبقار، وهذا يعني أن هناك مزرعة على الأقل في كل منطقة منشأ يزيد إنتاجها عن متوسط الإنتاج في هذا القطاع.

1. يصنع الجبن كابرال وفالديون من لبن الأبقار، كما يوجد نوع آخر منه يصنع من مزيج من لبن الأبقار والنعاج والماعز.

جدول 5 - أنواع، مناطق الإنتاج، سنة التطبيق، ومتوسط الإنتاج لأنواع الجبن الأسباني ذي

علامة المنشأ المحمي

متوسط إنتاج المزرعة (بالطن)	مزارع إنتاج الجبن (2002)	سنة بدء تطبيق علامة المنشأ المحمي	النوع والمنطقة	منتجات ذات علامة منشأ محمي/ذات مسميات جغرافية محمية
غير محدد	غير محدد	2000	جبن مصنوع من لبن بقري كامل الدسم، سلالة فريزيان واستورياس. أستورياس	افويجال بيتو(ذات علامة منشأ محمي)
0.09	*25	2006	جبن مصنوع من لبن أبقار لم تتم تربيتها في مراعي، مصنوعة بأسلوب المنازل الريفية وتم تعتيقه لستة أشهر على الأقل. روبيا جاليكا، البايين براون، فريزيان، سلالات مهجنة، جاليتشيا	ارزوا-اولوا
10.4	50	1990	جبن روكفور شبه طري مصنوع من لبن أبقار لم يتم تربيتها في مراعي أو من لبن الأبقار والنعاج والأغنام، ويتم تعتيقه لفترة تتراوح بين شهرين وأربعة أشهر. استورياس	كابرال(جبن ذو علامة منشأ محمي)
غير محدد	غير محدد	2005	جبن مصنوع من لبن أبقار، السلالات: روبيا جاليكا، براون، البايين، فريزيان، وتنوع درجات المنتج من جبن طري إلى جبن معالج، جاليتشيا.	سيبريرو(جبن ذو علامة منشأ محمي)
غير محدد	غير محدد	2006	جبن معتق كامل الدسم مصنوع من خليط من لبن الأبقار والماعز والنعاج ومدخن قليلاً، فريزيان، استورياس، وسلالات الأبقار براون: لاتشيا، كارانزانا، وسلالات أغنام ميلزنشافل: البايين، مورسيان، بيكوس دو يوروبا، وسلالة ماعز سانين، استورياس.	جامونيدو(جبن ذو علامة منشأ محمي)
34.94	35	1993	جبن مضغوط كامل الدسم مصنوع من لبن نعاج لم تتم تربيتها في مراعي، سلالات أغنام لاتشيا وكارانزانا، يتم تعتيقها لمدة ثلاثة أشهر وهو مدخن أو غير مدخن، إقليم الباسك ونافارا.	ايديازابل(جبن ذو علامة منشأ محمي)
49.95	44	1985	جبن مضغوط مصنوع من لبن الأبقار، فريزيان، ماهونيسا/مينوركيينا وألباين براون، يوجد منه نوعان: نوع مصنوع بالطرق التقليدية ونوع يتم إنتاجه على نطاق صناعي في ماهون، مينوركا (جزر بالياريك)	مانهون- مينوركا(جبن ذو علامة منشأ محمي)

جدول 5- تابع

2.27	11	1994	مصنوع من خليط من لبن الأبقار والنعاج والماعز. سلالات الأبقار تودانكا، الباین براون، وفريزيان. أغنام لاتشيا. وبيرينيان أو ماعز بيكوس دي يوروبا. كانتابريا.	بيكون بيجيه- تريسفيسو(جين ذو علامة منشأ محمي)
68.75	4	1985	جين مضغوط عال الدسم مصنوع من لبن أبقار نظيف كامل الدسم، أبقار الفريزيان. كانتابريا.	كويسو دي كانتابريا(جين ذو علامة منشأ محمي)
170	1	2002	جين مصنوع من لبن كامل الدسم لأبقار تمت تربيتها بمراعي. فريزيان. فترة نضج قصيرة. لاريدا وجيرونا(كاتالونيا)	كويسو دو لالت اورجيل إي دو لا سيردانيا (جين ذو علامة منشأ محمي)
13.28	14	1993	جين كامل الدسم أو عال الدسم مصنوع من لبن النعاج. وتم إنضاجه لمدة لا تقل عن 20 يوما. سلالة مارينو. باداجوز(اكستريادورا).	كويسو دي لا سيرنا (جين ذو علامة منشأ محمي)
غير محدد	غير محدد	2001	جين من لبن الماعز جديد أو تم تعتيقه لمدة ستين يوما. سلالة محلية من ماعز مورشيا. مورشيا.	كويسو دي مورشيا (جين ذو علامة منشأ محمي)
37.28	7	2001	جين مضغوط عال الدسم مصنع من لبن الماعز. سلالة مورشيا المحلية. جين مغمور في نبيذ أحمر لمدة 45 يوما. مورشيا.	كويسو دي مورشيا الفينو (جين ذو علامة منشأ محمي)
غير محدد	غير محدد	2006	جين روكفور شبه طري، وغني بالقشدة، مصنوع من لبن البقر أو خليط من لبن البقر والنعاج والماعز. كامل الدسم، اللبن الخيض. أبقار الباین براون، أغنام ثنورا وكاستيلا، وسلالات مهجنة منهما وماعز الباین أو ليون المحلية. ليون.	كويسو دي فالديون (جين ذو علامة منشأ محمي)
16.16	6	2006	جين كامل الدسم مصنع من لبن خام من ماعز لم يتم تربيته في مراعي من سيرانا، فيراتا، رينتتا، وسلالات مهجنة منها. ختاج الى 60 يوما على الأقل لتنضج. جين مصنوع من لبن قطعان ملوكة لمنتجي الألبان ويتطلب 100 يوما لعمل النوع اليدوي. كاسوريس (اكستريادورا).	كويسو أيه بور (جين ذو علامة منشأ محمي)

جدول 5- تابع

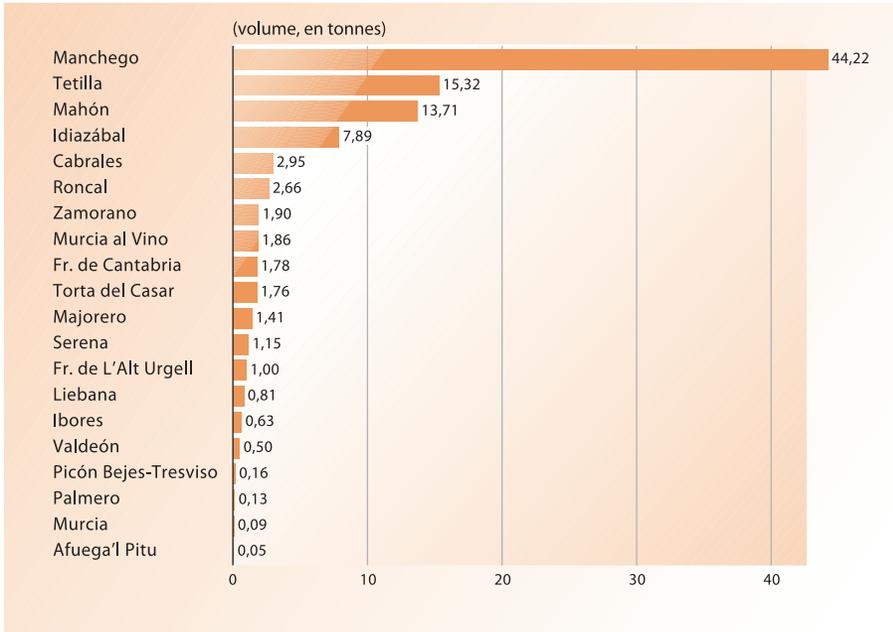
16.28	21	1996	جبن مضغوط كامل الدسم مصنع من لبن الماعز وينضج في فترة تتراوح بين 8 الى 60 يوما. تتم صناعة النوع المتوسط وشبه الناضج والناضج من لبن ماعز ماجورييرا والنوع الطري يتم تصنيعه من 15% لبن نعاج جزر الكناري. فورتيفنتورا (جزر الكناري).	كوييسو ماجوريرو (جبن ذو علامة منشأ محمي)
98.71	82	1995	جبن كامل الدسم مصنع من ألبان النعاج. أغنام مانشييجا. ويترك الجبن المصنوع يدويا والجبن المنتج على نطاق صناعي والجبن الناضج أو شبه النضج لمدة 60 يوما على الأقل لتنضج. لامنشا (كاستيلا لا مانشا)	كوييسو مانشاجو (جبن ذو علامة منشأ محمي)
2.5	6	2001	جبن مصنوع من لبن الماعز. في مزارع صغيرة من ألبان ماعز لم تتم تربيته في مراعي. طازجة، طرية، شبه ناضجة، وناضجة. عادة ما تكون مدخنة. لابلما (جزر الكناري).	كوييسو بالميرو (جبن ذو علامة منشأ محمي)
75.35	28	1993	جبن مصنع من لبن البقر. وهو يتراوح بين الطري وشبه الناضج (7 أيام). فريزيان، البايين براون، روبيا جاليكا، جاليتشيا.	كوييسو تيتيلا (جبن ذو علامة منشأ محمي)
28.1	10	1993	جبن مضغوط مصنوع من لبن النعاج من 1 كيلو إلى 4 كيلو. أغنام شموري وكاستيلانا. تنضج في فترة تتراوح بين 100 يوم إلى 365 يوما. زامورا.	كوييسو زامورانو (جبن ذو علامة منشأ محمي)
11.75	8	1994	جبن مصنع من خليط من لبن البقر والنعاج والماعز. أبقار تودانكا، البايين براون، وفريزيان. أغنام لاتشا، وماعز بيرينيس، وبيكوس دو يوروبا. أنواع مدخنة وغير مدخنة. كانتابريا.	كوييسكوس دو ليباننا (جبن ذو علامة منشأ محمي)
91.8	5	1991	جبن مصنع يدويا من لبن النعاج. ينضج في 4 أشهر. سلالات راسا ولاتشا من نافارا. رونكال (نافارا).	رونكال (جبن ذو علامة منشأ محمي)
غير محدد	غير محدد	2005	جبن مصنوع من لبن الأبقار. روبيا جاليكا، البايين براون، فريزيان، او سلالات مهجنة منها. لوجو (جاليتشيا)	سانسيمون دي كوستا (جبن ذو علامة منشأ محمي)
29.5	8	2002	جبن مصنوع من لبن نعاج خام ينضج لمدة 60 يوما. الإنتاج أصبح أقل موسمية. كاسوريس. (اكسترامادورا)	تورتا ديل كاسار (جبن ذو علامة منشأ محمي)
49.17	340			الإجمالي

المصدر: قام المؤلفون بالحصول على البيانات من وزارة الزراعة، والثروة السمكية والأغذية في أسبانيا(مابا). جاليندو (2004) و. www.

وقد تم ذكر البيانات الاقتصادية بإيجاز في الرسم البياني رقم 3 والذي يوضح أماكن بيع أنواع الجبن الأسباني ذات علامات المنشأ المحمي ويشير إلى قيمة نصيبها من السوق. وقبل القيام بمزيد من التحليل لهذه البيانات نعرض الرسم البياني رقم 3 والذي يشير إلى نصيب بعض السلع المتميزة في سوق الجبن الأسباني ذو الجودة العالية. ويوضح هذا الرسم أن جبن مانشاجو المصنوع من لبن النعاج يأتي على رأس قائمة حجم الإنتاج فهو يشارك بنسبة 44% من إجمالي حجم العرض ويليه نوعان مصنوعان من لبن الأبقار وهما تيتيلا (15%) وماهون مينوركا (14%). ومن بين الأنواع ذات الإنتاج الأقل حجما. نجد نوعين من الجبن المصنوع من لبن النعاج وهما ايديازبال (8%) ورونكال (3%) بالإضافة إلى جبن كابرال المصنوع من لبن الأبقار (3%) وهناك أنواع جبن يمثل إنتاجها 2% وهي زامورانو. ماجوريرو. كانتابريا. مورشيا ألفينو. وتورتا ديل كاسار. أما بقية الأنواع فلها حصص صغيرة في السوق.

ويتم بيع 80% تقريبا من الإنتاج في السوق المحلية حيث لا يباع جزء كبير من الإنتاج خارج الإقليم الذي تم تصنيعه به (الجدول رقم 6). ويتم تصدير نصف الجزء المتبقي إلى الاتحاد الأوروبي والنصف الآخر للدول الأخرى. وتحقق سوق إنتاج الجبن الذي يحمل علامة المنشأ المحمي نسبة متوسط نمو سنوي تزيد على 1.6% وتتفوق عليها أنواع كويسو دو تيتيلا (+19%). كانتابريا (+6.5%). وايديازبال (+6%) من بين أماكن المنشأ التي تستحوذ على أكبر نصيب من السوق. أما المتبقي من حصص السوق المتنامي فتذهب إلى أماكن المنشأ التي بدأت بقدرات إنتاجية أقل. أما الأنواع الرئيسية أسفل القائمة، أي الأنواع التي ينخفض معدل إنتاجها. فهي مانشاجو (-10%). ورونكال (-4.7%).

شكل بياني 3 - حصة سوق الجبن الأسباني ذي علامة المنشأ المحمي، 2004



المصدر: وزارة الزراعة، والثروة السمكية والأغذية في أسبانيا(مابا). قسم جودة وإنتاج الأغذية الزراعية

وقد تنجم هذه الاختلافات، في بعض الأحيان، عن الاعتماد الكامل على المواد الخام، إلى جانب درجة التكامل بين حلقات التوزيع أو حدوث انخفاض في إنتاج بعض المزارع الرئيسية. وبالرغم من ذلك فلا بد من النظر إليها بشيء من الحذر لأن الملاحظات تعتمد على بيانات خاصة بعامين محددين. وإجمالاً، يبدو أن الإنتاج مستقر لحد كبير.

ومن وجهة النظر الاقتصادية، فقد انخفض متوسط القيمة (-1.5%) في السوق في فترة العامين التي تم استخدامها كعينة، وهو ما يوحي بأن بعض مناطق المنشأ ربما تحقق أرباحاً أقل. ومن بين أنواع الجبن الأكثر مبيعاً في السوق نجد أن جبن مانشيجو هو الذي عانى من خسارة مركزه في السوق في أثناء الفترة محل الدراسة، لكنه بدأ في التعافي مؤخراً. وقد نُجحت بعض الأنواع التي حُملت علامة المنشأ المحمي (كابرال (+3.5%)، ايديازبال (+8.5%) وكويسو دو تيتيلا (+19%) في تسويق منتجاتها.

وهناك نقطة يجدر ذكرها فيما يتعلق بالنظرة الاقتصادية الشاملة للمنتجات التي حُملت علامة المنشأ المحمي، وهي تتعلق بالتفاوت في الأرباح بين السلع المتميزة المختلفة. ومتوسط سعر الألبان التي حُملت علامة منشأ محمي هو 6.2 يورو للكيلوجرام. في حين تزيد أسعار الكيلوجرام في بعض الأنواع الأخرى مثل أفويجال بيتو (8.75) وكابرال (7.98). في حين نجد الجبن المصنع من لبن النعاج يصل متوسط سعره إلى 11.33 يورو للكيلوجرام ولا ينافس في السعر سوى جبن تورتا ديل كاسار (15.9). وتباع أنواع الجبن المصنع من ألبان الماعز والتي حُملت علامة منشأ محمي بمتوسط سعر 7.56 يورو للكيلوجرام وأعلى نسبة أرباح في هذا القطاع يحصل عليها جبن مورثيا (9.29).

جدول 6 - حصة الجبن الاسباني الذي يحمل علامة المنشأ المحمي والمسميات الجغرافية

الجمية، من السوق من حيث الحجم والقيمة، 2004-2003

حصة السوق من حيث الحجم 2004 (بالطن)					منطقة المنشأ
السوق					
نسبة الاختلاف 2003 عن	الإجمالي	الدول الأخرى	الاتحاد الأوروبي	المحلي	
*	8	صفر	صفر	8	افويرال بيتو (ع)
غير محدد	غير محدد	غير محدد	غير محدد	غير محدد	ارزوا يو لوا (ع)
6% -	486	24	24	437	كابرال (ب-م)
*	*	*	*	*	سابيرو (ع)
*	*	*	*	*	جامونيدو (م)
6% +	1298	28	62	1209	ايديازabal (ن)
2.6% +	2256	92	36	2129	ماهون-مينوركا (ع)
8% +	27	صفر	صفر	27	بيكون بيجيز تريسفيسو (ع)
6.5% +	293	صفر	صفر	293	كويسو دي كانتابريا (ع)
3% -	165	12	131	23	كويسو دو لالت اورجيل إي دو لا ساردانيا (ع)
2.1% +	190	صفر	صفر	190	كويسو دي لا سيرينا (ن)
12% -	14	3	1	11	كويسو دو مورثيا (ع)
17% +	306	150	38	118	كويسو دو مورثيا ألفينو (ع)
28% -	83	35	22	25	كويسو دي بالديون (ب-م)
6.2% +	103	7	8	88	كويسو ايبوريس (ع)
32% -	232	صفر	صفر	232	كويسو ماجوريرو (ب.م)
10% -	7276	143	1351	4582	كويسو مانشاجو (ن)
47% +	22	صفر	صفر	22	كويسو بالميرو (ع)
19.4% +	2520	14	16	2490	كويسو توتيللا (ع)
11.4% +	313	15	14	284	كويسو زامورانو (ن)
42.5% +	134	صفر	صفر	134	كويسو كوس دو ليابانا (م)
4.7% -	437	13	52	372	رونكال (ن)
*	*	*	*	*	سانسيمون دا كوستا (ع)
23% +	290	4	22	264	تورتا ديل كاسار (ن)
1.6% +	16454	1741	1777	12936	الإجمالي

جدول 6 - تابع

متوسط السعر باليورو (كيلوجرام) 2004	حصة السوق من حيث القيمة 2004 (بالمليون يورو)					منطقة المنشأ
	نسبة الاختلاف عن 2003	الإجمالي	الدول الأخرى	الاتحاد الأوروبي	المحلي	
8.75	*	0.07	صفر	صفر	0.07	افويرال بيتو(ع)
1	1	1	1	غير متوافر	غير متوافر	ارزوا يو لوا(ع)
7.98	%3.5+	3.88	0.19	0.19	3.5	كابرال (ب+م)
*	*	*	*	*	*	سابيرو(ع)
*	*	*	*	*	*	جامونيدو (م)
11.50	%8.5+	14.93	0.32	0.71	13.90	ايديازابل (ن)
5.94	%6.3+	13.40	0.54	0.21	12.64	ماهون-مينوركا (ع)
8.15	%10+	0.22	صفر	صفر	0.22	بيكون بيجيز تريسفيسو (م)
4.47	%9 +	1.31	صفر	صفر	1.31	كويسو دي كانتابريا (ع)
5.76	%2 -	0.95	0.07	0.75	0.13	كويسو دو لالت اورجيل إي دو لا ساردانيا (ع)
11.00	%7 +	2.09	صفر	صفر	2.09	كويسو دي لا سيرينا (ن)
9.29	%7 -	0.13	0.03	0.01	0.09	كويسو دو مورثيا (ع)
8.01	%20+	2.45	1.20	0.31	0.94	كويسو دو مورثيا ألفينو(ع)
6.14	%4.1+	0.51	0.22	0.14	0.16	كويسو دي بالديون (ب+م)
7.86	%4.7-	0.81	0.06	0.06	0.70	كويسو ايبوريس (ع)
5.39	%32-	1.25	صفر	صفر	1.25	كويسو ماجوريرو (ع)
9.00	%10-	65.48	12.09	12.16	41.23	كويسو مانشاجو (ن)
7.27	%45+	0.16	صفر	صفر	0.16	كويسو بالميرو (ع)

جدول 6- تابع

4.38	%19+	11.04	0.06	0.07	10.91	كويسو توتيلا (ع)
10.38	%13.6+	3.25	0.16	0.15	2.95	كويسو زامورانون)
6.79	%46.7+	0.91	صفر	صفر	0.91	كويسو كوس دو ليابانا(م)
10.21	%4.7-	4.46	0.13	0.54	3.79	رونكال(ن)
*	*	*	*	*	*	سانسييمون دا كوستا(ع)
15.90	%1.5-	4.61	0.07	0.35	4.20	تورتا ديل كاساران)
	%1.4-	131.92	15.13	15.64	101.5	الإجمالي

المصدر: قام المؤلفون بالحصول على البيانات من وزارة الزراعة، والثروة السمكية والأغذية في أسبانيا(مابا). قسم جودة وإنتاج الأغذية الزراعية
أول سنة إنتاج. ولم يكن هناك علامة منشأ محمي في وقت إعداد الدراسة ب=أبقار، ن=نعاج، ع=ماعز، م=مخلوط

جودة الأغذية كما يدركها المستهلكون: التحديات التي تواجه أنواع الجبن الأسباني ذات

علامة المنشأ المحمي

في سوق يحدث فيه عملية تشبع متسارعة الوتيرة، وفي ظل وجود منافسة شرسة، فإن أهمية استراتيجيات الجودة كعامل من عوامل نجاح السوق بالنسبة لبعض المنتجات تعتبر خارج نطاق المناقشة. وبالرغم من ذلك فإن جانب العرض قد لا يكون له نفس وجهة النظر فيما يتعلق بالجودة مثل جانب الطلب. وتوفر البيانات التي قدمناها بعالية دليلاً كافياً على أهمية إنتاج الجبن الأسباني ذو الجودة العالية. وتتعلق السمات الرئيسية المميزة بطرق الإنتاج واستخدام سلالات الماشية الفريدة والمنشأ الجغرافي والالتزام بالتنمية المحلية والريفية. وتكتسب هذه العوامل أهمية نسبية، في بعض قطاعات المستهلكين على الأقل. وبذلك تصبح التحديات الأساسية التي تواجه هذه المنتجات متعلقة بقضايا مثل كيفية زيادة عدد مجموعات المستهلكين الذين يهتمون بالأغذية ذات الجودة التي تتميز بسبب منشأها. وأفضل الأساليب لتعديل استراتيجيات التسويق وهيكل الإنتاج للوفاء بالطلب الحالي والمستقبلي، مع الوضع في الاعتبار أن عملية التعديل هذه لا بد أن تتم دون الإضرار بالسمات التي تميز المنتجات.

ومن بين الخطط التي يمكن تطبيقها في أسبانيا رفع مستوى المعلومات المتاحة من خلال تقديم رسالة يتم إعدادها بصورة تزيد من إعجاب الجمهور بالجبن وتزيد من معلوماته عنها. وبالرغم من توافر عدد كبير من أنواع الجبن (هناك ما يزيد عن 100 نوع وفقاً لآخر إحصاء، اسبيجو، 2000) وبالرغم من تاريخ صناعة الجبن الطويل الذي يعود إلى عصور قديمة، فقد أظهرت دراسة شنيقة قامت مؤسسة إيكيرفيل (Ikerfel) في أسبانيا بإعدادها عن الجودة، بناء على طلب من وزارة الزراعة والصيد والأغذية، أن الجمهور الأسباني يربط بين أنواع الجبن المختلفة وبين مناسبات استهلاكية مختلفة. وتنبأت الدراسة بوجود إمكانات نمو خاصة بكل نوع من أنواع

الجبن. وبالرغم من ذلك، فقد وجدت الدراسة أن الجمهور الأسباني لديه معلومات محدودة عن ماركات الجبن المختلفة التي تحمل علامة منشأ محمي. حتى أن المستهلك العادي إذا سؤل عن أنواع الجبن فإنه لا يمكنه أن يذكر أكثر من ثلاثة أسماء منها. ويعتبر المستهلكون أن التقاليد. أي العامل البشري. هو أهم ميزة أساسية لهذه الأنواع من الأجبان.

وكما نجد في الأسواق الأخرى. وكما يقترح تاكور ولافاك (2003)، فإن المستهلكين يربطون علامات المنشأ المحمي بسمات رمزية ووظيفية وسمات تتعلق بمواقف معينة. ولا بد أن نتجاهل هذه الأمور عند إعداد استراتيجيات التسويق. لأن بعض الكتاب يعتبرون أن القيم الرمزية أكثر أهمية بالنسبة للمستهلكين من القيم الحقيقية (بونيتي، 2004؛ دي موناكو وآخرين، 2005؛ برانيسسي 2002). وقد تكون هذه العوامل ذات طابع ملموس أو غير ملموس. أو إذا أردنا أن نعبر عن هذا الأمر بعبارات تتعلق بنظرية المعلومات. لقلنا أنها قد تكون سمات بحث ما قبل الشراء أو سمات وقت الشراء أو سمات تجريبية أو سمات المصادقية والتي لا يمكن التحقق منها سواء قبل الشراء أو بعده. وحاليا. وبالنسبة لحالة المنتجات ذات الجودة العالية مثل المنتجات التي تحمل علامة منشأ محمي. فإن سمات المصادقية (التقاليد. الصناعة اليدوية. الطبيعية. المنشأ) قد تبلغ درجة عالية من الأهمية النسبية بما يجعلها تتساوى مع السمات التجريبية (الذوق والنكهة) أو سمات البحث وبخاصة الماركة أو السعر. وبعبارة أخرى فقد بدى أن المستهلكين قد أظهروا إقبالا على الأغذية التي يعتمد الاختيار فيها على سمات البحث أو المصادقية وليس سمات التجربة (جياخ، 2004). وفي نفس السياق. وجد كوبيك وبفيل (2001) أن حساسية الطلب قد أظهرت استجابة بصورة أقل للتغيرات في السعر أكثر من التغير في النكهة. أو المظهر أو الاستخدام. في سوق الأغذية المتخصصة. والتي تتضمن الأنواع التي تحمل علامة المنشأ المحمي المصنوعة يدويا والفريدة والتي ركزت عليها الدراسة.

وبهذا فإنه قد تم التركيز على هذا الجانب التقليدي والأصيل لهذا النوع من المنتجات الغذائية الإقليمية في سياسة التسويق نتيجة لزيادة تقدير المستهلكين لهذه القيم (كوزنيسوف وآخرون، 1997). ويأتي ذلك إلى جانب اكتشاف أن أنواع الجبن التي تحمل علامة منشأ محمي يتم استهلاكها بصفة أساسية في المناطق الحضرية في أسبانيا (تينديرو وبيرانابيو، 2005) حيث يزيد الاهتمام بالعناصر العاطفية والرمزية المرتبطة بالتقاليد والثقافة. إلا أن ذلك لا يعنى أننا يجب أن نتجاهل السمات الوظيفية للجبن أيضا.

وفي ضوء خصائص التفرد الكامنة في أنواع الجبن الأسباني التي تحمل علامة منشأ محمي. والتي تمكنها من تحقيق مراكز جيدة في الأسواق. فإنه على المنتجين أن يظهروا مهارة كافية لخلق ونقل صورة قوية للعلامة التجارية كما أشار كريستي ونوريس (1999). وهنا قد نجد بعض الغموض بما يجعل من الصعب علينا أن نقوم بتقييم إمكانات نمو هذه المنتجات لأن غالبية العرض متناثر بصورة كبيرة كما أوضحنا. ولن يفيد ذلك كثيرا في إعداد هياكل تسويقية مناسبة كما أنه سوف يقلل فورا من قنوات التسويق الممكنة بما ينتج عنه اعتمادا كاملا على التوزيع المتخصص (الاجيرو، 2006).

وهناك عامل ثالث يميز لهذا النوع من المنتجات. ولكنه موضع جدل. وهو يرتبط بمدى إمكانية استخدامها لرفع مستوى الاستدامة والتنمية الريفية. ويمكننا أن نرى مدى الدعم الذي يتم تقديمه إلى قدرات هذه المنتجات لتحقيق هذا الغرض في أسبانيا من خلال ما كتبه نافارو

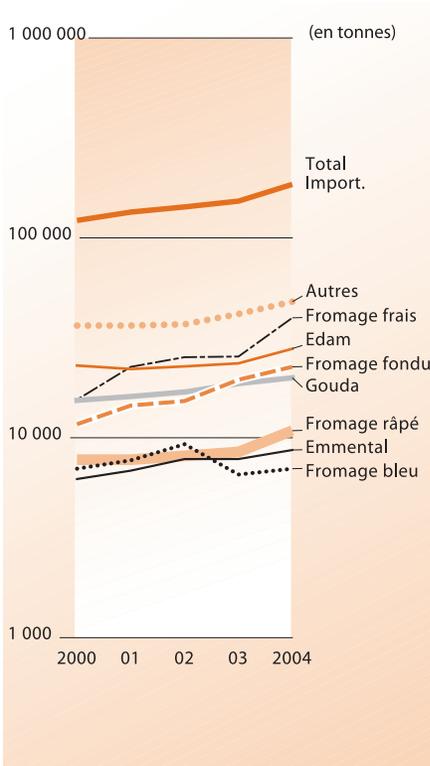
وأخرون (2006) وهي دراسة عن جبن كويسو دو لا سيرينا. وبالرغم من ذلك، فقد قام كالوا (2006)، من خلال منظور أوسع، بتطبيق نموذج اقتصادي إقليمي حدا به إلى اتخاذ وجهة نظر حذرة من درجة التنمية الريفية الخاصة بالسكان المحليين والتي تم تحقيقها من خلال هذا الأسلوب. واقترح أن التنمية الصناعية مفضلة على تنمية قطاع الخدمات والتي قد يكون لها أثراً أقل على منطقة المنشأ.

وخلاصة القول، ما من تقرير تم إعداده عن الاتجاهات السلوكية لمستهلكي الأغذية إلا وأكد على رغبتهم في التغيير (المعهد الوطني للمستهلكين، أسبانيا، 2000). ولم يسلم قطاع إنتاج الجبن ذو علامة المنشأ المحمي في أسبانيا من هذه التغيرات وسيحتاج لذلك إلى التكيف مع السوق فيما يتعلق بالشكل. وطريقة العرض بل وحتى تكوين الجبن إذا رأته جهات الترخيص أن ذلك ضرورياً من أجل الوفاء باحتياجات السوق المستقبلية. وبالرغم من ذلك فإنه ستكون هناك حاجة أيضاً إلى المهارات الخاصة على جانب العرض. حتى نحقق توازن بين التقاليد والاتجاهات الجديدة.

ملحق

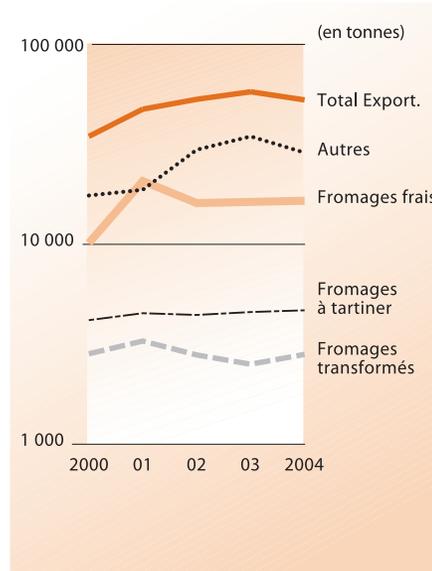
شكل بياني 5 - اتجاهات صادرات الجبن

لأسبانيا، 2004-2000



شكل بياني 4 - اتجاهات واردات الجبن

لأسبانيا، 2004-2000



المصدر: قامت إدارة لجنة التنمية استورياس (2006) بجمع المعلومات من البيانات التي قدمتها مؤسسة اليماركت والمعهد الأسباني للتجارة الخارجية.

الفصل 7

جودة منتجات الأغذية الزراعية في تونس

تطوير استراتيجية

لفمان زايببت

تغيرات كبرى

توضح الاتجاهات الحالية وجود تغيرات كبيرة في أسواق المواد الغذائية الزراعية. ووضع مقاييس جودة تتماشى مع اللوائح الوطنية والدولية. وإرضاء الطلب المتزايد من قبل المستهلكين على المنتجات ذات الجودة العالية. وتنتج غالبية صادرات تونس إلى السوق الأوروبية التي أصبحت تدقق كثيرا بخصوص الجودة. والصحة العامة. والمنشأ. والبيئة. وصحة الحيوان (أندرسون وآخرون. 2004).

وتعمل اتفاقية الشراكة التي تم توقيعها بين تونس والاتحاد الأوروبي على تسهيل التجارة بين الشركين. لكنها تتطلب من تونس الالتزام بمتطلبات الاتحاد الأوروبي فيما يتعلق بمقاييس الجودة. وقد تم القيام بجهودات تستحق الثناء لرفع مستوى قطاع الأغذية الزراعية وتطبيق المقاييس الدولية. كذلك يمثل الطلب على المنتجات عالية الجودة. أحد متطلبات السوق المحلية.

وسوف نقدم في هذا الفصل محددات الجودة الخاصة بالمنتجات الغذائية الزراعية والجهود المبذولة من جانب مختلف الأطراف لتحسين الجودة. وبخاصة في مجال التشريعات وتبني مقاييس الجودة والأسماء التجارية. كما سنلقي نظرة أيضا على الدور الذي لعبته التجمعات (العمل الجماعي) في مجال تطوير منتجات زراعية عضوية ومنتجات ذات منشأ. وقواعد الجودة في السوق المحلية. ثم مواقف وملاحظات المستهلكين.

السياسة الوطنية والتشريعات المطبقة

إن الاهتمام بسلامة¹ وجودة الغذاء مسألة متأصلة في التشريعات والتقاليد والممارسات. ويعتمد التشريع الحالي على لوائح مثل مرسوم 10 أكتوبر 1919 الخاص بالسيطرة على عمليات الاحتيال الصادر عن منظمة التجارة والتحكم في السلع الزراعية والأغذية المستوردة. ويتكون الإطار التشريعي الحالي من سلسلة من القوانين عن:

- < التوحيد القياسي وجودة المنتج (1982)
- < حماية المستهلك (1992)
- < الاتجار في السلع الزراعية (1999)
- < شروط تربية الحيوان وجودة المنتجات الحيوانية (2005)

التوحيد القياسي والجودة

حدد قانون رقم 66-82 الصادر في 6 أغسطس عام 1982. الخاص بالتوحيد القياسي والجودة. الأسس الخاصة بجودة كافة المنتجات والخدمات. وقد تم إنشاء المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (INORPI) وهو تابع لوزارة الشؤون الاقتصادية. وينحصر دوره في اتخاذ كافة الإجراءات التي تتعلق بالتوحيد القياسي وجودة المنتجات والخدمات ونظام المقاييس والموازن

1. تعرف السلامة بأنها نقيض المخاطر الصحية؛ وتعرف الجودة بالإشارة إلى الخصائص التي يطلبها المستهلكون.

وحماية الملكية الصناعية. ويمثل المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (INORPI) تونس في الهيئات الدولية في مجال التوحيد القياسي. وهذا ما جعل المقاييس التونسية تماثل المقاييس الدولية (ISO). كما تعتبر المؤسسة مسؤولة عن دعم الجودة وخلق السلع الوطنية المتميزة وفقا لهذه المقاييس. وتقديم شهادات الجودة وتفويض استعمال هذه السلع المتميزة وتقديم شهادات الاعتماد. ويعتبر المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (INORPI) مسؤولاً عن إجازة الاختراعات. تسجيل العلامات التجارية وأسماء السلع المتميزة. وتطبيق البنود على الملكية الصناعية. وعلى حماية هذه الملكية. وعلى علامات المنشأ. ومؤشرات المصدر.² وبالنسبة للمقاييس التونسية. فإن لجنة المقاييس الوطنية. والتي تعرف أيضا بلجنة الدستور الغذائي CODEX ALIMENTARIUS تقوم بتطبيق المعايير الدولية الخاصة بالغذاء. وهذه اللجنة التي تم إنشاؤها في نوفمبر 2000 تهدف إلى إنشاء نظام يوفر معلومات تتعلق بالمعايير الدولية الخاصة بالغذاء كي يتم نشرها. وعلاوة على ذلك. فإنه استجابة للقرار الأوروبي (قرار EEC/43/93 الصادر في 14 يونية 1993) الخاص بتطبيق مبادئ السيطرة وفقا لنظام تحليل المخاطر وسلامة الغذاء HACCP. فقد قامت تونس باتخاذ سلسلة من الإجراءات منذ عام 1999 لتبني هذه المبادئ. بالإضافة إلى قيام المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (INORPI) بإنشاء قسم في عام 1997 لاعتماد أنظمة الجودة وفقا لمعايير أيزو 9000: وقد تم تزويد هذا القسم بالوسائل والأطر (الكوادر) البشرية المؤهلة والضرورية لإدارة نظام شهادات الاعتماد.³

حماية المستهلك

يعتبر قانون رقم 92-117 الصادر في 7 ديسمبر 1992 المرجعية الخاصة بالضوابط المتعلقة بالمنتجات الغذائية الزراعية والمطابقة من قبل إدارات وزارة التجارة ووزارة الصحة العامة. وهو يتكون من الأقسام الرئيسية التالية التي حدّد القواعد المتعلقة ب:

- < سلامة المنتج (بما في ذلك المنتجات الغذائية الزراعية)
- < التجارة الحرة
- < حماية المستهلك (المعلومات الخاصة بالمستهلك وضمن المنتج) بالإضافة إلى الخلفات والعقوبات المتعلقة بها.

والجديد في هذا القانون هو أنه يشير إلى الالتزام بالخصائص القانونية (المقاييس المرجعية أو المواصفات الفنية) والمسئولية المدنية: أول فرد أو شركة تقوم بطرح المنتج في الأسواق تكون مسؤولة عن جودة المنتج.⁴ كما أن هناك ضرورة لتقديم ضمانات خاصة بطبيعة ونوع الصفات الأساسية للمنتج وتكوينه والعناصر النشطة المميزة له.⁵ وفي النهاية. يعتبر المورد النهائي للمنتج مسؤولاً أيضا عن سلامة المنتج ومسئوليته "لا يمكن استثنائها أو تقييدها بناء على أي شرط تعاقدي". أما بخصوص حماية المستهلك. فقد تم إنشاء مجلس وطني لحماية المستهلك ومسئوليته الأساسية إصدار آراء وتقديم اقتراحات بغرض ضمان سلامة المنتج. وضمن تقديم المعلومات والإرشادات الكافية للمستهلك. وتحسين جودة المنتج وكافة النواحي التي تؤدي إلى

2. لا يشير قانون 1999 حول علامات المنشأ إلى المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (INORPI) (أنظر أدناه).

3. بالرغم من أن الجهود المبذولة في العقودين السابقين جعلت البنود القانونية التونسية التي تحكم السلع والأغذية الزراعية تتماشى مع المقاييس الأوروبية والدولية. فإن هناك هوة كبيرة بين ما تم إجازته والطموحات في مجال شهادات الاعتماد والجودة (أنظر القسم الخاص بتبني مقاييس الجودة).

4. لم يحدد القانون بالرغم من ذلك الإجراءات الخاصة بعملية التثبيت أو تقييم المطابق والخاصة بالموردين.

5. لكن ذلك لا يحدد صراحة ضرورة وجود ضمانات للمنتجات الغذائية الزراعية.

حماية المستهلك، ودعم الدور الذي يلعبه المستهلكون في الاقتصاد (JORT 1992). وقد تم تفويض الإدارات الوزارية التالية بتنفيذ عمليات الفحص الصحي: قسم الصحة العامة (وزارة الصحة)، الإدارة البيطرية (وزارة الزراعة)، إدارة الصحة العامة (وزارة الداخلية/المجالس المحلية)، إدارة جودة المنتج (وزارة التجارة).

جودة السلع الزراعية

هناك مرسوم وزاري يجعل الالتزام بمعايير الجودة الحالية أمرا إجباريا للسيطرة على جودة السلع الزراعية. ويحدد مرسوم وزارة التجارة الصادر في 10 يونيو لعام 1999 القواعد الخاصة بالتعبئة و التوحيد القياسي وعرض السلع الزراعية ومنتجات الثروة السمكية بالإضافة إلى الشروط التي يجب توافرها فيما يتعلق بالجودة والدرجة والنوع (JORT 1999). وحيثما تتوفر معايير الجودة، يجب أن تتماشى المنتجات مع هذه المعايير فيما عدا حالة المنتجات المعروضة في أسواق المنتج المحلي. كما تضع هذه اللوائح الشروط المتعلقة بالمعالجة ضد الطفيليات، والمعالجة الكيميائية، والألوان الصناعية، والري بمياه الصرف، وبالنسبة للمنتجات الحيوانية، فهناك مرسوم برلماني (أكتوبر 2005) يكمل مجموعة اللوائح الخاصة بجودة السلع الزراعية، وهذا القانون هو قانون رقم 2005/92 الخاص بتربية الحيوان بوجه عام وجودة وسلامة المنتجات الحيوانية (الذبح، واللبن). كما يحدد القانون القواعد المتعلقة بالمنتجات الحيوانية وتحسين المصادر الجينية، وتنظيم المراعي، وجودة المنتجات الغذائية، وصحة الحيوان ومنتجات الثروة الحيوانية ويشير الجزء الخاص بالحيوانات والماشية (الجزء رقم 5 من القانون) إلى الشروط الخاصة بنقل الحيوانات، والمجازر⁶ ونقل اللحوم، وجمع اللبن وجودته، لكن هذه القوانين لم يتم تطبيقها حتى الآن تطبيقا كاملا بسبب ما تواجهه الجهات المعنية المختلفة من صعوبات، ويتضح هذا الأمر من خلال تطبيق معايير الجودة في قطاع الألبان. وقد قامت مراكز جميع الألبان وأصحاب المصانع بتوقيع اتفاقيات لهذا الغرض، وتم تقديم عقود قياسية إلى مراكز التجميع لاستخدامها في الاتفاقيات التي يتم إبرامها مع منتجي الألبان. وتهدف هذه العقود بصورة رئيسية إلى تطبيق مقاييس الجودة التونسية 114-NT41، التي تحدد لون وطعم وكثافة ودرجة حموضة الألبان بالإضافة إلى اختبارات الكحول والفلوروجلوسينول واختبارات خمائر الرادكاتاز، وتقوم مراكز جميع الألبان بعمليات التحليل عند تسلم الألبان ثم تقوم بإبلاغ أصحاب المزارع بنتائج هذه التحاليل في حالة رفض اللبن. كما تقوم بدفع مكافأة تختسب وفقا لنسبة جودة الطبيعة الكيميائية والبكتريولوجية للألبان، ويتم تحديد الجودة من خلال التحليلات التي تقوم بها المراكز عند تسلمها للألبان، وغالبا ما يكون هذا الأمر محل تناقض بين الأطراف المتعاقدة، وذلك لعدم توافر الشفافية في هذه العملية، ويقوم أصحاب المزارع من جانبهم بالالتزام بقواعد النظافة الصحية والتي يقوم الأطباء البيطريون في مراكز جميع الألبان بالتنبيه عليهم بصورة متكررة وتنص تلك القواعد على أن الألبان لا بد ألا يتم تخفيفها أو مزجها بألبان الأبقار المريضة، وأنه يجب حفظها في ظروف صحية نظيفة، وأنه لا يجب إضافة دهون إليها أو إزالة دهون منها، ونتيجة لوجود وسطاء (أفراد وجمعيات خدمية) يقومون بجمع الألبان لصالح هذه المراكز وبسبب صعوبة اقتناء مصدر الألبان في حالة رفض المراكز للألبان، فإنه ليس من السهل على الإطلاق بالنسبة لمراكز جميع الألبان أن تتأكد ما إذا كانت الشروط، التي تم التنويه عنها في بنود العقد، قد تم الالتزام بها (زايببت وآخرون 2005).

6. الجدير بالملاحظة أنه يتم حاليا تطبيق خطة رئيسية للمجازر وهي سوف تحدد الشروط الخاصة بالنظافة الصحية في المجازر، وقد تم وضع قائمة بالمجازر المعتمدة لهذا الغرض، وقد تم اعتماد 57 مجزرا من المجازر الـ 225 الموجودة في تونس (الإدارة العامة لصحة الحيوان).

برامج رفع مستوى الجودة

يوضح الإطار التشريعي المشار إليه بعاليه الرغبة في حماية المستهلكين من الأخطار التي تنتج عن وجود منتجات غذائية منخفضة الجودة. وبالرغم من ذلك، فإن عملية الترويج للجودة لا تزال تعتمد على الجهود التي تقوم بها الشركات الخاصة لإشباع احتياجات المستهلكين على مستوى السوق المحلية وأسواق التصدير. وبداية، فإن الحكومة تقوم بالتركيز على القطاع الخاص وقطاعات التصدير المستهدفة، والتي تعتبرها ذات أولوية. وقد تم تطبيق برنامج لرفع مستوى القطاع الصناعي في عام 1996 لتحقيق هذا الهدف بمناسبة انضمام تونس إلى منظمة التجارة العالمية وتوقيعها على اتفاقية شراكة مع أوروبا. وتم تدشين برنامج لرفع مستوى الجودة ليتماشى مع هذا البرنامج. وأنشئ صندوق لزيادة التنافسية من أجل تطبيق هذه البرامج. وأخيراً، تم إنشاء برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي لاستكمال هذه المنظومة.

برنامج التحديث

كان الهدف من هذا البرنامج، الذي تم تدشينه في مارس 1996 مساعدة الشركات على الاستعداد بصورة أفضل لانفتاح السوق التونسية بهدف تطبيق اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي. وقامت الدولة بمنح مساعدات مالية ضخمة من خلال « صندوق تطوير التنافسية الصناعية» والذي تم من خلاله إجراء دراسات تقييم تلتها توصيات خاصة بالتحديث. وقد قام بهذه الدراسات المركز الفني للأغذية الزراعية⁷ أو شركات استشارية خاصة. وتتكون عملية التحديث (والمساعدات التي تم منحها في هذا السياق) بصفة أساسية من مكونين اثنين: (1) الاستثمار المادي (التحديث والأجهزة العملية)؛ (2) الاستثمار غير الملموس (تدريب المتخصصين وتبني ضوابط جودة وأنظمة اعتماد الشهادات). وقد قام المركز الفني للأغذية الزراعية بإجراء دراسات مرحلة ما قبل التقييم بدون مقابل. وتشارك حالياً 3470 شركة في هذا البرنامج. منها 214 تعمل في قطاع الخدمات، و 1705 شركة تستفيد أيضاً من برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي. ويعرض جدول رقم 1 للتطور الذي حققته عملية معالجة التطبيقات الخاصة بمقاييس الأيزو 9000 واعتماد نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة HACCP: فقبل تطبيق نظام برنامج التحديث لم يكن هناك شركات أغذية زراعية تقوم بتطبيق نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة، لكن نتيجة لتطبيق البرنامج زاد عدد تطبيقات الاعتماد إلى ما يزيد عن 85 أي حوالي 34% من التطبيقات.

جدول 1 - تطبيق برنامج التحديث من عام 1996 وحتى 2006

بعد برنامج التحديث 2006-1996		قبل تطبيق برنامج التحديث 1995	النظام
عدد	%		
545	31	6	الأيزو 9000
85	34	لا يوجد	تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة (IAA)

المصدر: مكتب التحديث 2006. www.pmn.nat.tn

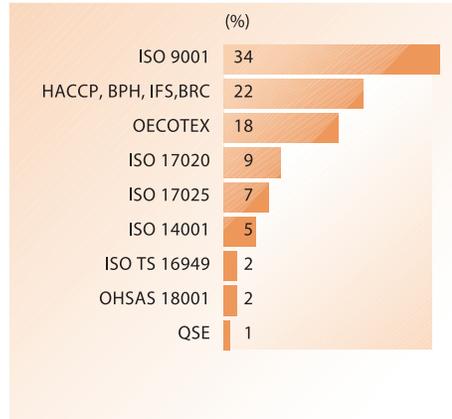
7. تم إنشاء المركز الفني للأغذية الزراعية بناء على مرسوم وزارة الصناعة رقم 29 الصادر في فبراير 1996. وكانت مهمته تقديم الدعم الفني للصناعات في مجال الأغذية الزراعية. وكانت المصادر الرئيسية للتمويل صندوق تطوير التنافسية الصناعية والتعاون الدولي.

البرنامج الوطني لرفع مستوى الجودة

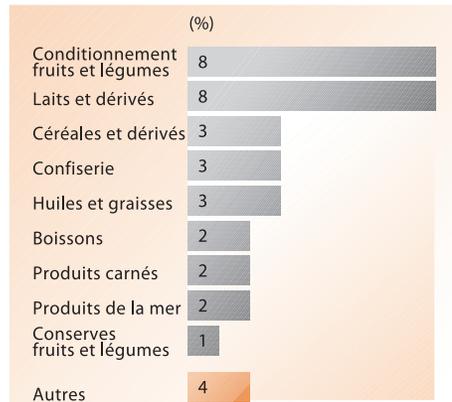
يركز هذا البرنامج بصفة أساسية على إنشاء نظام أيزو 9000؛ وهو برنامج يخضع لسلطة وزارة الصناعة والطاقة. ويكون المركز الفني للأغذية الزراعية مسئولاً عن مراقبة تنفيذ البرامج الخاصة بقطاع الأغذية الزراعية. ولأن البرنامج قد تم تدشينه في عام 1996 فقد ركز بصفة أساسية على أنظمة مرجعية أيزو 9001 (النسخة الخاصة بعامي 1994 و 2000).⁸ وبنهاية شهر ابريل عام 2001 تم إعطاء اعتماد أيزو 9000 لـ 270 شركة. كانت 130 منها مشاركة في البرنامج. بالإضافة إلى أربعة معامل معترف بها (TUNAC , COFRAC) و 36 خبير تم تدريبهم على تقنيات مراقبة الجودة و 700 مدير متخصص في مجال الجودة بصفة عامة.

متخصص في مجال الجودة بصفة عامة. واستجابة للإرشادات الأوروبية فيما يتعلق بتتبع مصدر المنتج. تم تدشين برنامج جديد مؤخرًا- في ابريل-2005 وهو يتعلق بالأنظمة المرجعية مثل تلك التي تستخدم في تجارة التجزئة على مستوى واسع. وقد اتبع هذا البرنامج تأسيس وحدة إدارة برامج؛ وستقوم الوحدة بالعمل لمدة ثلاث سنوات (2005-2007) والهدف منها هو الترويج للمعايير الدولية والأنظمة المرجعية. وتكون وحدة إدارة البرامج مسؤولة عن إدارة هذا البرنامج وتوفير الخبراء التونسيين والدوليين للشركات المستفيدة على أساس 20 إلى 60 رجل-يوم من الخبرة بالنسبة لكل شركة اعتماداً على نوع المشروع محل النظر. ويكون دور هؤلاء الخبراء هو تقديم الدعم والإرشاد الفني أثناء مرحلة إنشاء نظام إدارة الجودة. ويستهدف البرنامج 600 شركة بغرض تمكينها من الحصول على شهادات الاعتماد. وبحلول 24 مايو. كانت هناك 140 شركة قد التحقت بالبرنامج؛ وكان 26% من الشركات المشاركة تعمل بمجال الأغذية الزراعية وكانت ترغب في الحصول على اعتمادات أنظمة مرجعية معينة: مثل نظام تحليل المخاطر والسيطرة علي النقاط الحرجة . ونظام BPH . ونظام الاتحاد البريطاني لتجارة التجزئة (BRC). والفيلق الدولي للأغذية IFC (الفاو). و (انظر الشكل البياني رقم 1) وتمت إدارة البرنامج بالتعاون مع برنامج

شكل بياني 1 - توزيع المشروعات المتضمنة في البرنامج بحسب النظام المرجعي، مايو 2006.



شكل بياني 2 - توزيع المشروعات الزراعية - الغذائية المتضمنة في البرنامج وفق القطاع الفرعي في مايو 2006.



8. حصلت 41 شركة على شهادات اعتماد وفقاً لهذه الأنظمة المرجعية في نهاية البرنامج الثاني الذي استمر لمدة ثلاثة أعوام والخاص برفع مستوى الجودة في عام 2001.

أولوية الاستثمار التكنولوجي وتلقى دعماً مالياً من الدولة من خلال برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي و صندوق زيادة التنافسية. وقد حظي البرنامج بدعم الاتحاد الأوروبي من خلال برنامج تحديث الصناعة. ويتضمن برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي مكون استثماري غير ملموس (بالنسبة للقيمة التي تقل عن 70 ألف دينار تونسي) والخاص باعتماد أنظمة الجودة. ومكون استثماري ملموس خاص بتزويد المعامل بالأجهزة (كالحاسب الآلي. الخ) للقيم التي تصل إلى 100000 دينار تونسي. ويحكم مشاركة المؤسسات في البرنامج اتفاقية تم توقيعها بين وحدة إدارة البرامج والمركز الفني للأغذية الزراعية والشركة المعنية على أساس النظام الذي تم تحديده في جدول رقم 2 أدناه. والذي تقوم بموجبه أي شركة. تتقدم بطلب شهادة اعتماد (مثل شهادة اعتماد نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة) يتكلف 9000 دينار تونسي. بدفع 2700 دينار تونسي فقط ويقوم برنامج التحديث بتحمل المبلغ المتبقي.

البرنامج التجريبي لنظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة⁹

بناء على قرار وزاري صادر. تم تدشين برنامج تجريبي لتطبيق إجراءات نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة في مايو 1999 حتى يعمل بالتوازي مع البرامج التي يتم تطبيقها في سياق برنامج التحديث والبرنامج الوطني لرفع مستوى الجودة. وكان الزمّع أن يقوم المركز الفني للأغذية الزراعية بإدارة البرنامج التجريبي. وكان الغرض هو تطبيق نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة في 100 شركة على مدى خمس سنوات. والهدف هو تطوير بنية تحتية تتعلق بمراجعة متطلبات الصحة العامة تعتمد على تطبيق إرشادات الاتحاد الأوروبي.

جدول 2- حصة تكاليف شهادات الاعتماد التي تدفعها الشركات

نظام المرجعية	إجمالي المبلغ بالدينار التونسي	الحصة التي تدفعها الشركة	منحة برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي
شهادة اعتماد واحدة	9000	2700	6300
نظام متكامل	15000	4500	10500
BPH	7000	2100	4900

المصدر: وحدة إدارة البرامج. وزارة التجارة. 2006

وسوف يوفر هذا الأمر بالتحديد وسيلة لرفع مستوى السلامة وظروف الصحة العامة والظروف البيئية والتحكم فيها في صناعات الأغذية الزراعية. وزيادة التنافسية في شركات الأغذية الزراعية. وزيادة صادرات منتجات الأغذية الزراعية. أما الإجراءات التي تم اتخاذها فتتضمن: (1) رفع درجة الوعي بالإجراءات الخاصة بنظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة والأمن الغذائي؛ (2) إنشاء أنظمة مرجعية وجمع قواعد بيانات عن الأمن الغذائي؛ (3) الإجراءات الخاصة بتدريب المدربين/الإستشاريين في هذا المجال؛ (4) الإجراءات الخاصة بتدريب 300 مسئول عن نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة في مائة شركة مستهدفة؛ (5) الدعم الفني لمساعدة المائة شركة على وضع إجراءات خاصة بنظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط

9. تم تطبيق برامج تجريبية أخرى في سياق برامج التحديث: المركز الفني للأغذية الزراعية - ومؤسسة ONUDI - إيطاليا: 10 شركات؛ المركز الفني للأغذية الزراعية - المؤسسة التونسية الأوروبية: 30 شركة.

الدرجة : وفي النهاية (6) إجراءات خاصة بتدريب مراقبي جودة لأغراض الاعتماد.

شهادات الاعتماد وعلامات الجودة

إن الهدف من برامج التحديث والبرنامج الوطني لرفع مستوى الجودة هو زيادة تطبيق الإجراءات والاعتمادات الخاصة بالجودة. ولا تتطلب القواعد المطبقة بصورة مباشرة الحصول على شهادة اعتماد أو مطابقة للمقاييس الدولية. أما مرسوم رقم 3158 الصادر في 17 ديسمبر 2002 حول المشتريات العامة فينص على أنه لا بد للمواصفات أن تتماشى مع المقاييس التونسية. أو في حالة عدم توافر مقاييس ملائمة. يجب أن تتماشى مع المقاييس الدولية. ويتم اعتماد عملية المطابقة مع المقاييس التونسية بإصدار شهادة اعتماد مطابقة للمقاييس التونسية. وتصدر عن المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية. وقد تم وضع مقاييس تونسية لكافة السلع الزراعية ومنتجات الأغذية. ولكن يجب تطبيق المقاييس "المعترف بها" فقط. ويوجد منتجان فقط في الوقت الحالي - الخل و المياه المعدنية- تم اعتماد المقاييس الخاصة بهما من خلال هذا المرسوم.¹⁰ ونعرض في هذا الفصل الجهود الخاصة بالاعتماد والتي بذلتها الشركات كما انعكس ذلك في ظهور في عدد من أنظمة إصدار شهادات الاعتماد.

جهات إصدار شهادات الاعتماد والأنظمة المرجعية للجودة في تونس

توجد تسع جهات إصدار شهادات اعتماد في تونس. معظمها جهات دولية (أوروبية) يوجد لها مكاتب تمثلها في تونس. ووفقا للمعلومات التي حصلنا عليها من خلال مناقشاتنا مع مدراء وخبراء عاملين بهذا المجال. فإن الجهات الثلاثة الأكثر تمثيلا في تونس هي Tunicert و TÜV و AFAQ. أما الجهات الأخرى فهي لازالت في طور الاعتراف أو في مرحلة الإنشاء (مثل ProCert على سبيل المثال).

جدول 3 - جهات تقديم شهادات الاعتماد في تونس

الدولة	الجهة
تونس	TuniCert المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية
ألمانيا	TUV
فرنسا	AFAQ
بلجيكا	AIB-VINCOTTE
سويسرا	SGS
فرنسا	BVQI
فرنسا	DNV
تونس	Certo
سويسرا	ProCert

المصدر: وحدة إدارة البرامج. وزارة التجارة، 2006.

10. بالرغم من اعتماد هذه المقاييس. لم يتم تطبيقها منذ صدور مرسوم اعتمادها في عام 1990.

تبنى مقاييس الجودة وشهادات الاعتراف

تم جمع النتائج الواردة أدناه من خلال الاتصال المباشر بالجهات الأكثر تمثيلاً في تونس. ومن خلال مواقع على الانترنت¹¹. وقوائم قامت بجمعها وحدة إدارة البرامج في سياق مراقبة برامج رفع مستوى الجودة. وتوضح البيانات التي تم جمعها أن عدد الشركات المعتمدة والتي تلتزم بأنظمة الجودة لازال منخفضاً بالمقارنة بالجهود المبذولة إليها بعاليه (جدول رقم 4). ولابد من ملاحظة أن شهادات اعتماد نظام تحليل المخاطر والسيطرة علي النقاط الحرجة /أيزو الـ 22000 تختص بقطاع الأغذية الزراعية بينما نجد أن شهادة الأيزو 9001 يمكن أن تتضمن شركات أغذية زراعية. لذلك فإننا سنقدم قائمة بمنتجات الأغذية الزراعية المعتمدة في جدول 5. ولازالت الاستجابة من شركات منتجات الأغذية الزراعية محدودة بالمقارنة بالجهود التي بذلت (لتشجيع الشركات ورفع الوعي) وما يتم في الدول الشريكة. ففي قطاع التمور. على سبيل المثال- وهو أحد دعائم الاقتصاد الزراعي نظراً للدور الذي يلعبه في الصادرات - لا توجد شركة واحدة من شركات التمور على قائمة الشركات المعتمدة. ووفقاً لدراسة أجريت مؤخراً حول شركات تصدير التمور. فقد قامت شركتان فقط بالتسجيل في برنامج نظام تحليل المخاطر والسيطرة علي النقاط الحرجة. وذلك من خلال البرنامج التجريبي للمركز الفني للأغذية الزراعية (الاجيمي وكتاب آخرين، 2004). كانت المشكلات والعوائق التي ذكرتها هذه الشركات مرتبطة بنقص المعلومات ونقص التدريب ونقص الأرصدة اللازمة وبخاصة في حالة الشركات الصغيرة. إلا أن هناك سبب أكثر أهمية لهذا المستوى المتدني من المشاركة وهو أن تطبيق هذه الأنظمة لا يزال أمراً اختيارياً حتى الآن. وفي حالة منتجات المزارع السمكية على سبيل المثال. فإن جميع الشركات التي تقوم بالتصدير إلى أسواق أوروبا تقوم بالتصدير على أساس قوائم موحدة قامت اللجنة الأوروبية باعتمادها. وقد تم تحديد هذه القوائم من خلال زيارات قامت بتنظيمها اللجنة. وقامت اللجنة باعتماد قائمة تضمنت 62 شركة في عام 1999 زاد عددها إلى 93 شركة بحلول عام 2005.

جدول 4 - تطبيق أنظمة الجودة (كافة الصناعات)

وفقاً لجهات الاعتماد والأنظمة المرجعية

**PROCERT	*AFAQ	TUNICERT	TUV	
0	1	19	125	أيزو 9001
0		2	6	أيزو
0		0	9	22000/نظام تحليل المخاطر والسيطرة علي النقاط الحرجة
0		0	1	أيزو 14001
0		0	7	اوهساس
		135		أيزو تي.إن 16949
				المقاييس التونسية
0	1	156	148	الإجمالي

المصدر: وحدة إدارة البرامج والمؤلف. 2006 *شركات الأغذية الزراعية فقط- **حتى شهر مايو. لم يتم اعتماد أي شركة تونسية بشهادة PROCERT

جدول 5 - منتجات الأغذية الزراعية المعتمدة، 2006

الشركة*	قطاع النشاط/مجال الاعتماد	الجهة المعتمدة	النظام المرجعي
	الكسكس	TUV	أيزو 9001، نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	الطماطم المركزة		أيزو 9001، نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	عوامل إضافة النكهة		أيزو 9001، نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	اللبن ومشتقاته		نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	السمن		أيزو 9001، نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	اللبن		أيزو 9001، نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	منتجات اللحوم المصنعة		نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	المشروبات الغازية		نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	مجال الفنادق		أيزو 22000 / نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة
	منتجات اللحوم المصنعة وأغذية سهلة الإعداد		المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية
	السمن، والدهون	نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة - المعايير التونسية	
	الذبح والتصنيع	نظام تحليل المخاطر والسيطرة على شتلة الحرجة - المعايير التونسية	
	المشروبات الغازية	AFAQ تونس	أيزو 9001

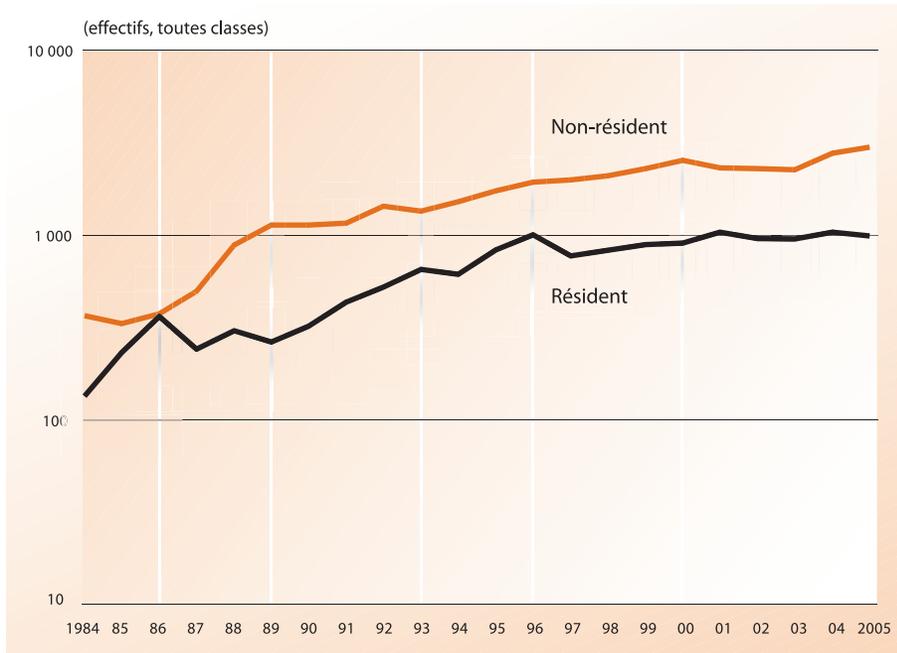
المصدر: TUV، المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية - *تم حذف أسماء الشركات للحفاظ على سريتها.

تطبيق أسماء السلع المتميزة

تعتبر العلامات التجارية وأسماء السلع المتميزة علامات خاصة بتعريف الجودة، ويرجع استخدامها إلى الفترة التي سبقت تطبيق نظم شهادات المطابقة، وهي عبارة عن علامات مرئية يستطيع المستهلك من خلالها أن يميز بين المنتجات المعروضة للبيع، ويجب أن تكون

السلع مسجلة في المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية، مما يعطيها حقا حصريا باستخدامها كما يحميها من التقليد. إن خلق سلعة متميزة يشير إلى الالتزام بالجودة. لأن الاسم يشير إلى صورة الشركة. ويوضح تطور عملية التسجيل أن السلع العالمية المتميزة هي أكثر السلع المتميزة شيوعا (الأجنبية). أما السلع الوطنية فهي تمثل نسبة 30% إلى 40% فقط. وتمثل الأسماء التجارية للسلع الغذائية الزراعية حوالي 50% وتم وضعها في فئات أساسية هي 29، 30، 31، 32 (انظر الملحق للحصول على وصف كامل للسلع). وقد زاد عدد الأغذية الزراعية الوطنية المتميزة والمسجلة عن الضعف منذ عام 1990 (فقد زادت من 315 إلى 1020 في عام 2004). ولم يتم تسجيل سوى عدد قليل من السلع المتميزة بالرغم من الحوافز والتسهيلات التي قدمها المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية (فيما يتعلق بإجراءات وتكلفة الحماية) وبالرغم من أن صندوق زيادة التنافسية يقوم بتحمل 70% من تكلفة برنامج أولوية الاستثمار التكنولوجي. وعند تقديم طلب لحماية سلعة متميزة فإن ذلك يتكلف 271.60 دينار تونسي أما رسوم التجديد فهي 389.60 دينار تونسي. ومن الجدير بالذكر أنه قد تنشأ منازعات في حالة وجود سلعة متميزة غير محمية أو عند استخدام أسماء متشابهة لسلع متميزة (مثل اسم دواريف و اسم دوفيف للتونة المعلبة).

شكل بياني 3 - تطور عدد السلع المتميزة المسجلة . 1984- 2005



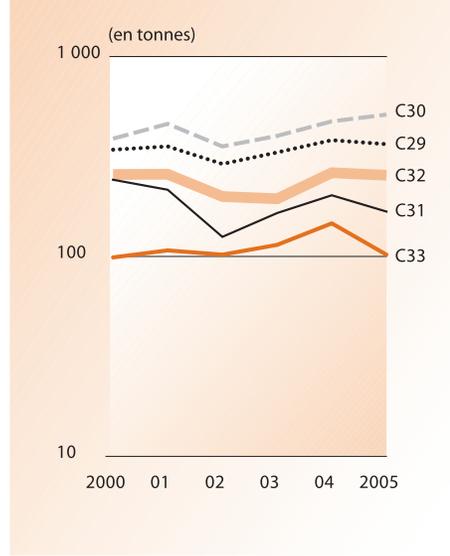
المصدر: المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية

الزراعة العضوية وتحديد المنشأ/الإشارة إلى المصدر

من بين علامات الجودة الرسمية الأخرى التي يتم تطويرها حاليا نذكر علامة تحديد المنشأ (تحديد المنشأ المسجل والإشارة إلى المصدر) علاوة على بطاقة تعريف الزراعة العضوية.

شكل بياني 4 - تطور عدد الأسماء التجارية المتميزة في قطاع الزراعة الغذائية بحسب الفئات. 2005-2000.

الزراعة العضوية
تعتبر الزراعة العضوية من الأمور الحديثة في تونس. وقد تم إنشاء اللجنة القومية للزراعة العضوية بناء على مرسوم صادر في 24 مايو عام 1999. كما تم إصدار قانون الزراعة العضوية في 5 أبريل من العام نفسه. وقد حدد المرسوم الوزاري الصادر في 29 أغسطس 2003 قائمة جهات الإشراف المعترف بها وجهات إصدار شهادات الاعتماد: وهي تضم ثلاثة جهات ألمانية هي ECOCERT و BCS و LACON إلى جانب جهة إيطالية هي IMC. وهذه الجهات مسؤولة عن تطبيق المواصفات الخاصة بمجال الزراعة العضوية.



المصدر: المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية، 2006.

وبالرغم من أن هذا الأمر يعتبر من الأمور حديثه التطبيق فقد اصبح مثار اهتمام كافة القطاعات الفرعية للزراعة وكافة المناطق في البلاد. فمحافظات المهدية و توزور و صفاقس هي أكثر المحافظات التي قامت بتطبيق هذه الزراعة من حيث عدد الأفدنة (أنظر خريطة رقم 1 وخريطة رقم 2) ويعتبر الزيتون (54.16%) والتمور واللوز أهم المحاصيل التي تتم زراعتها (شكل بياني رقم 5). وتتكون الصادرات بصفة أساسية من الزيتون والتمور (جدول رقم 6 و 7) وتمثل 1% إلى 2% من إجمالي صادرات هذه السلع.

جدول رقم 6 - الإنتاج العضوي في تونس

الإنتاج بالطن					السلع
2004-2003	2003-2002	2002-2001	2001-2000	2000-1999	
6721	400	338	1000	3000	زيت الزيتون
3500	2900	1732	2500	400	التمور
		340	400	200	الخضروات
			25	20	اللوز
		85	30	20	النباتات العطرية - والنباتات الطبية
		6	0	6.5	الجوجوبا
			400 هكتولتر	400 هكتولتر	النبيد
		58			زيتون المائدة

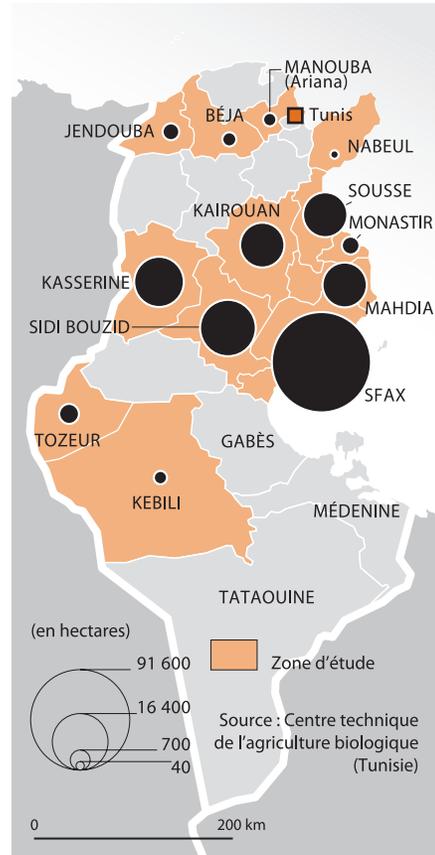
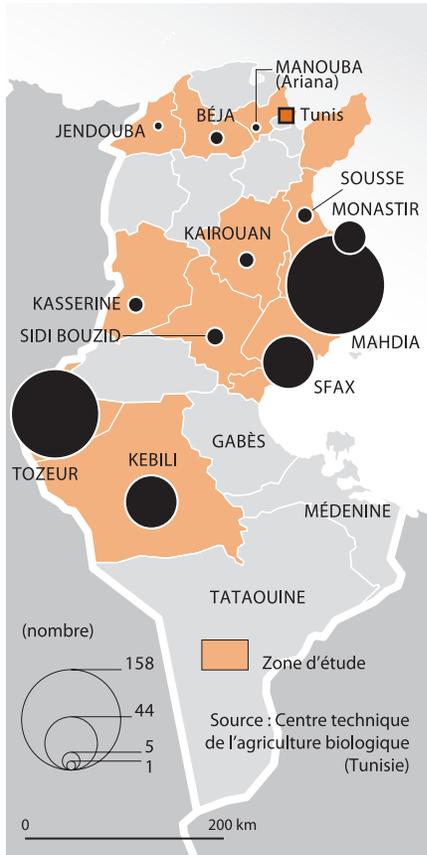
المصدر: المركز الفني للزراعة الجيوبية (تونس)، 2006.

جدول 7 - تطور صادرات المنتجات العضوية في تونس

الصادرات بالطن					السلع
2004-2003	2003-2002	2002-2001	2001-2000	2000-1999	
2225	180	368	600	400	زيت الزيتون
789	830	739	670	400	التمور
				200	الخضروات
				20	اللوز
				20	النباتات العطرية - والنباتات الطبية
				6.5	الجوجوبا
				400	النبيد
					زيتون المائدة

المصدر: المركز الفني للزراعة الحبيوية (تونس)، 2006.

خريطة 1 - عدد أصحاب المزارع الذين يعملون في مجال الزراعة العضوية
خريطة 2 - المساحة المحصولية التي تتم زراعتها بطريقة عضوية



المنتجات ذات علامة تحديد المنشأ المسجل أو الإشارة إلى المصدر

مثلت عملية الترويج للسلع الزراعية ذات الجودة من خلال تطبيق علامات جودة. مثل علامة تحديد المنشأ المسجل أو مؤشرات المصدر الجغرافي. محور الاهتمام لسنوات عديدة. وتعود أولى الجهود المبذولة في هذا المجال إلى الخمسينات (قانون 1946) وقد تمخضت عن ظهور العديد من علامات تحديد المنشأ المسجل في مجال صناعة النبيذ مثل مورناج، كليبيا، وسيدي سالم (في نابل) وعلامة جراند كرو دومورناج (في بن عروس) وعلامة تيبارا (في بيجا). لكن لم يتم تسجيل علامة تحديد منشأ في أي قطاع آخر منذ ذلك

الحين. وقد تم إصدار قانون في عام 1999 (قانون رقم 57 الصادر في 28 يونيو 1999) بهدف وضع إطار خاص بعلامات الجودة هذه. وبشكل أكثر تحديدا، تم إنشاء لجنة فنية استشارية بغرض الإشراف على تطبيق الإجراءات المرتبطة بهذا البرنامج. وقد تم تطبيق برنامج وطني لرفع مستوى جودة السلع الزراعية وزيادة تنافسية هذا القطاع بالتعاون مع البنك الدولي للتأكيد على أهمية هذه الاستراتيجية وذلك في الفترة من 2002 وحتى 2006. أما تطوير مواصفات خاصة بالإشارة إلى المصدر فقد تم تسجيلها لاثنتين من المنتجات وهي الرمان (قابس) والتفاح (سبيبه) وقد انضم إلى هذا المشروع 15 منتجا من منتجي الرمان و 420 منتج من منتجي التفاح.

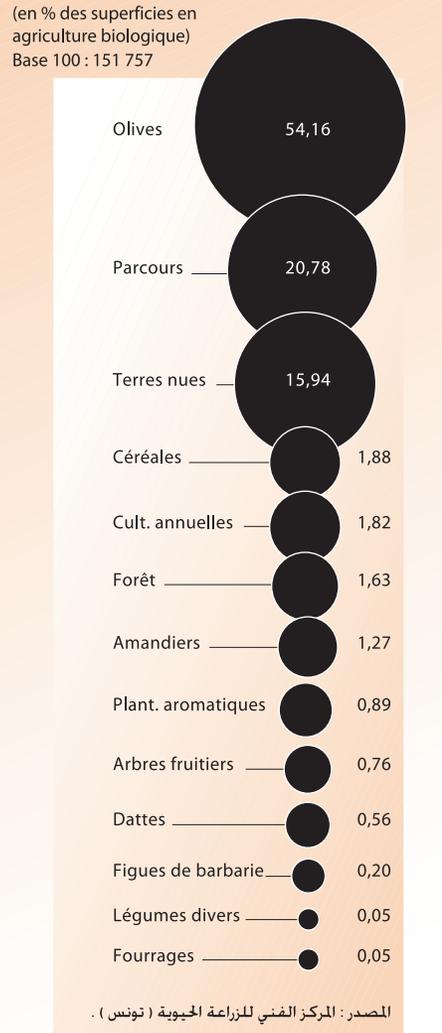
الجودة والسوق المحلية

كان التركيز الأساسي لكافة برامج الجودة التي قدمناها أيضا على زيادة التنافسية وزيادة الصادرات. ويتم التأكد من جودة السلع الزراعية ومنتجات الأغذية الزراعية في السوق المحلية من خلال اختبار مطابقة السلعة مع المقاييس التونسية. ومن خلال فحص النظافة بالنسبة للمنشآت الخاصة بالتصنيع والتوزيع (الرسوم الصادر في 18 سبتمبر 1993 والمعدل بالرسوم الصادر في 23 يوليو 2003). أما بالنسبة للمنتجات الزراعية الطازجة، فإن الضوابط تتعلق بما يلي: درجة الطازجية، قدر التجانس، ودرجة النضج وحملها طابع العلامة المميزة، وعلو

شكل بياني 5 - توزيع الزراعة العضوية وفقا

للمحاصيل.

المساحة 100 % : 757 ر 151 هكتار .



على ذلك، فإن مرسوم وزارة التجارة الصادر في 10 يونيو 1999 يضع القواعد الخاصة بالتعبئة والتوحيد القياسي وعرض المنتجات الزراعية ومنتجات الثروة السمكية. وينص هذا المرسوم على شروط التعبئة الخاصة بالمنتجات الزراعية ومنتجات الثروة السمكية بالإضافة إلى الشروط التي يجب توافرها فيما يتعلق بالجودة ودرجة المنتج ونوعه. وفي حالة وجود مقاييس خاصة بجودة المنتجات، يجب أن تكون مطابقة لهذه المقاييس إلا في حالة المنتجات التي يعرضها المنتج في السوق المحلية. وتعد مديرية الجودة وحماية المستهلك التابعة لوزارة التجارة مسؤولة عن الضوابط المشار إليها وتقوم بعمل زيارات إلى منشآت التصنيع (المديرية المركزية) ومنشآت التوزيع (مديريات المناطق). ومن المفترض أن تقوم مصانع التصنيع بالتطبيق الذاتي للإجراءات والضوابط المسجلة (مشروع يتم تطبيقه حالياً) وتطبيق إجراءات وضوابط من خلال سلسلة الإنتاج. أما أعمال التفتيش فتتعلق بالمواد الخام والمنتجات النهائية والاختبارات التي يتم إجراؤها. كما يتم أخذ عينات للتحليل على أساس مقاييس مرجعية أو اختبارات معينة. ويتطلب مبدأ التطبيق الذاتي للضوابط وجود إجراءات داخلية مثل إجراءات نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة. لكن هناك عدد قليل من المصانع المجهزة حالياً لتطبيق هذا النوع من الضوابط. ولأنه تم إلغاء الضوابط في مجال الصناعات التي تعتمد على منتجات زراعية في سبتمبر 2005 فإن مسؤولية التطبيق الذاتي للضوابط يجب أن تنتقل إلى الشركات نفسها. وقد تم عمل دراسة¹² لهذا الغرض في مارس 2006 على عينة من شركات منتجات الأغذية الزراعية. وأظهرت النتائج أن الضوابط لا يتم تطبيقها بصورة منتظمة. كما لم يتم توفير إجراءات خاصة بالتطبيق الذاتي للضوابط. وقد تم تركيز الجهود في الوقت الحالي على رفع الوعي بالالتزام بالتطبيق الذاتي للضوابط.

وهناك مشروعات أخرى تحت التنفيذ وتعلق باعتماد وحدات التصنيع وأسواق السلع الصناعية. وتهدف خطة المجازر الرئيسية إلى توافر شروط صحية في المجازر وتحديد قائمة بالمجازر التي تم اعتمادها وفقاً للشروط الموضوعية مسبقاً. وقد تم اعتماد 57 مجزراً من بين 225 مجزراً موجودة في تونس. وركزت دراسة أخرى على اعتماد أسواق الماشية وتم إعداد قائمة تضم 83 سوقاً معتمداً من بين مجموع الأسواق البالغ عددها 148 سوقاً. وفي ظل انتظار تطبيق نتائج هذه الدراسة، فإن الموقف الحالي لا يعكس الجهود التي بذلت في هذا المجال وخاصة تلك التي بذلت في مجال التشريعات.

إدراك مفهوم الجودة لدى المستهلك التونسي وسلوكه

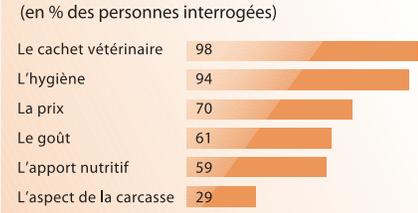
ركز بحث أجرى حول سلوك المستهلكين في تونس على مفهوم جودة المنتج بصفة عامة (زايبيت وكتاب آخرين، 2005) وعلى جودة اللحوم الحمراء بشكل خاص (زايبيت وعمار، 2006). وكان الهدف من هذه الدراسة معرفة السلوك الذي يتعلق بالدور الذي يمكن أن يلعبه المستهلك في عملية تطبيق مقاييس مستوى الجودة. ويستند المستهلكون في اختياراتهم على المفاهيم التي لديهم عن المنتج، فعلى سبيل المثال فإنهم يريدون شراء منتج ما لأنه يتفق مع أدواقهم. لذا فإن مفهومهم عن المنتج هو الذي يؤثر في اختيارهم. ويعنى هذا المفهوم الفردي أنهم يلصقون بالمنتج عدداً من السمات التي تتعلق بالجودة. وهم لا يحكمون بشكل مباشر على الصفات الداخلية للمنتج ولكنهم يختارون منتجاً ما لأنه يترك انطباعاً جيداً لديهم على أساس مؤشرات خارجية. وفي حالة اللحوم الحمراء فإن الصفات الداخلية تتضمن: طراوة

12. دراسة أجرتها مديرية الجودة وحماية المستهلك (وزارة التجارة) على 90 شركة في سياق الجهود الرامية إلى متابعة أحكام القوانين الجديدة.

اللحم وطعمه وطزاجته والقيمة الغذائية له والضمانات الخاصة بالصحة إلخ. وعلى جانب آخر، نجد الصفات الخارجية مثل السعر. المنشأ، علامة سلامة الغذاء (توفر شروط الصحة العامة، وختم الطبيب البيطري إلخ). وقد أظهر بحثنا أن المستهلك التونسي يعطي مزيداً من الاهتمام بالنواحي الصحية (ختم الطبيب البيطري) وشروط الصحة العامة ولكنه يركز بدرجة أقل على السعر والقيمة الغذائية (أنظر الشكل البياني رقم 7.6). وعلى الجانب الآخر فإن هناك 50% من المستهلكين فقط هم الذين مستعدون بشكل كامل في أن يدفعوا سعراً أعلى للحصول على لحوم ذات جودة أعلى (ويظهر هذا الأمر أن هناك تفضيلاً للسلع متوسطة الجودة). وبالنسبة للجودة بصفة عامة، يوضح جدول رقم (8) أن هناك 7% فقط من الذين تم عمل لقاءات معهم قد أشاروا إلى أن وجود علامة الجودة كانت من المسائل الهامة عند اختيارهم لمنتج غذائي ما، في حين أن هناك 80% كانوا مستعدين لأن يدفعوا سعراً أعلى للحصول على منتج ذي جودة أعلى (في حالة العينة التي تم اختيارها من بين المستهلكين في سلاسل سوبر ماركت كارفور وبروموجرو). وتوضح النتائج التي تم استخلاصها من هذه الدراسات أن المستهلكين التونسيين يهتمون بصفة أساسية بتوفر شروط الصحة العامة، وأنهم يفضلون اسم السلعة المتميزة أكثر من اهتمامهم بعلامات الجودة الرسمية. وهناك بعض قطاعات السكان الذين يبدو أنهم ملمون بالدور الذي تلعبه علامات الجودة وهم مستعدون لأن يدفعوا سعراً أعلى للحصول على جودة أعلى.

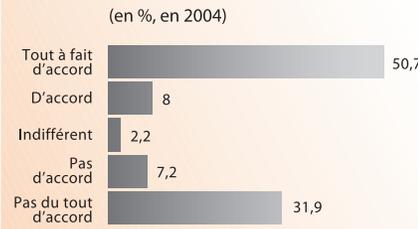
شكل بياني 6 - إدراك جودة اللحوم الحمراء،

2004.



شكل بياني 7 - الاستعداد للدفع مقابل

جودة اللحوم الحمراء، 2004



شكل بياني 8 - الاستعداد للدفع مقابل

الجودة، 2004



جدول 8 - إدراك جودة المنتج الغذائي

النسبة	عدد الإجابات	الصفات
23	59	المكونات
9	39	تاريخ الإنتاج
30	114	تاريخ انتهاء الصلاحية
7	29	علامة الجودة
24	97	السعر
7	32	المنشأ
100	406	الإجمالي

المصدر: زابيت وآخرون (2004)

آفاق التطوير

لاحظنا من خلال هذه الدراسة أن اهتمام برامج الجودة الأساسية، والتي يجري تنفيذها على المستوى الوطني حتى الآن، ينصب على زيادة تنافسية قطاع المنتجات الزراعية، وأن البرامج تركز على أسواق التصدير. وفيما عدا عمليات التحديث الرسمية وبرامج تحسين الجودة، لم تبذل سوى جهود متواضعة على مستوى الشركات الخاصة لرفع مستوى الجودة بالاعتماد على أساس المقاييس الدولية. وهذا أمر يجعلنا نتساءل، ما إذا كانت هذه الخطط تتميز بالاستدامة أم لا. وهذه البرامج قليلاً ما تستهدف الأسواق المحلية، بما يجعل المستهلكين المحليين غائبين عن الصورة، أو بما يجعلنا نفترض أنهم لا يابهون بشأن الجودة.

وعلاوة على ذلك، فإن الطلب على السلع الزراعية والمواد الغذائية الزراعية يعتمد بصفة أساسية على معايير التقييم الخاصة بالمستهلك، في حين أن هناك بعض الصفات - التي تتسم بها اللحوم مثل أن تكون طازجة وطرية وذات نكهة - والتي يختص بها منتج معين، وهناك صفات أخرى تعتبر صفات عامة بل ربما تمثل عوامل حكم في سلوك المستهلك ككل. إن الدراسات التي أجريت على التوقعات الخاصة بسوق المستهلكين (تريل، 1992) تظهر أن الجودة هي محل الاهتمام الأول بالنسبة لهم. ويتم تطوير العديد من أشكال ضمانات الجودة، مثل مؤشرات المنشأ الجغرافي وتحديد المنشأ المسجل وضمانات أخرى - مثل اللحم المصنع الذي يعتبر من إنتاج مزارع مضمونة. وهناك طلب كبير على المنتجات التي تتم زراعتها زراعة عضوية، كما أنها تتمتع بمرونة مرتفعة فيما يتعلق بالدخل. ويتم تطوير هذه الأشكال في تونس لكن التقدم يسير بخطى بطيئة.

أما البرنامج الجديد الذي تديره وحدة إدارة البرامج، والتي تعمل منذ عام 2005 وحتى 2007 فهو يهدف إلى الترويج للمعايير الدولية والأنظمة المرجعية في مجالات إدارة الجودة والسلامة وتوفير شروط الصحة العامة والبيئة وأنظمة إدارة القطاعات. وهو يستهدف 600 شركة بهدف تمكينها من الحصول على شهادات اعتراف. وسيتمكن هذا البرنامج الطموح من المساهمة في توفير شهادات اعتراف ورفع مستوى الوعي في الشركات المعنية. ولا تتوافر لدينا دراسة

تاريخية في الوقت الحالي عن تقييم البرامج السابقة (برنامج التحديث - والمركز الفني للأغذية الزراعية). ويمكن لدراسة من هذا النوع أن توفر لنا رؤية لما تم تحقيقه إلى جانب القيود المتوقعة أو التي تعرض لها المشتغلون في قطاع الأغذية الزراعية في سياق جهودهم الرامية إلى الحصول على شهادات مطابقة. وعلاوة على ذلك، فإنه لا بد من تقييم استدامة البرامج التي تم تدشينها فيما يتعلق بالمشاركة الحقيقية للقطاع الخاص والرغبة في الاستمرار خارج نطاق البرامج المنظمة، وذلك إذا أردنا أن نتوصل إلى دروس مستفادة .

الملحق

جدول 9 - الأنظمة المرجعية للجودة النوعية في البرامج الوطنية الخاصة برفع مستوى الجودة

النظام المرجعي	الدلالة
أيزو 9001	يسعى لضمان التحكم في العمليات وتحسينها بصورة مستمرة بالإضافة إلى المتطلبات المعتادة لضمانات الجودة.
أيزو 14001	يحدد المتطلبات الخاصة بإنشاء نظام إدارة بيئية
18001 OHSAS	يهدف إلى ضمان الالتزام بقواعد الصحة والبيئة الصحية والسلامة في داخل المؤسسة
نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة - أيزو 22000	نظام إدارة سلامة أغذية خاص بقطاع الأغذية الزراعية
أيزو تي.إس 16949	نظام إدارة جودة يتم تطبيقه في مجال صناعة السيارات
EOKO TEX	نظام للتحكم في المواد غير المرغوبة في منتجات النسيج
الاتحاد البريطاني لتجارة التجزئة/IOP	متطلبات السلامة الخاصة بمواد التعبئة الخاصة بالأغذية الزراعية (الاتحاد البريطاني لتجارة التجزئة).
الفيلق الدولي للأغذية IFC (الفاو)	متطلبات السلامة الخاصة بالأمن الغذائي للمواد المستخدمة في تعبئة الأغذية الزراعية.
نظام QSE	بيئة الجودة والسلامة. هو عبارة عن نظام مرجعي يتضمن ثلاث أنظمة مرجعية أخرى مجتمعة: أيزو 9001، أيزو 14001 وأوهساس 18001.

المصدر: وحدة إدارة البرامج، 2006.

جدول 10 - التصنيف الدولي لمنتجات الأغذية الزراعية والخدمات

المسمى	الفئة
اللحوم. والأسماك. والدواجن والجوارح وخلصات اللحوم: الفاكهة والخضراوات المحفوظة والجففة والمطبوخة: الهلام. المربي. والفاكهة المسلوقة: البيض واللبن ومنتجات الألبان: زيوت وشحوم الأكل.	سي 29
القهوة. الشاي. الكاكاو. السكر. الأرز. التابيوكا. الساجو. القهوة الصناعية: الدقيق والمستحضرات المكونة من الحبوب. الخبز. الفطائر. الحلويات. الأيس كريم. العسل. دبس السكر. الخميرة. البيكينج باودر. الملح. الخردل. الخل. مرقة متبلية (التوابل): البهارات. الثلج.	سي 30
المنتجات الزراعية ومنتجات البساتين والغابات والحبوب غير المذكورة في الفئات الأخرى: الفاكهة والخضراوات الطازجة: البذور. النباتات الطبيعية والزهور: العلف الحيواني. ومنقوع الشعير.	سي 31
الجمعة: المياه المعدنية والغازية والمرطبات غير الكحولية الأخرى. ومشروبات وعصائر الفواكه. والمستحضرات الأخرى لعمل المشروبات.	سي 32
المشروبات الكحولية (فيما عدا الجمعة).	سي 33

المصدر: وحدة إدارة البرامج، 2006.

جدول 11- ترقيم المقاييس التونسية في قطاع الأغذية الزراعية

الاسم	الترقيم الكودي للمقاييس التونسية
جودة الماء	100
المبادئ العامة لشرح مناهج أخذ عينات المنتجات الغذائية	3
اللبن ومنتجات الألبان	230
بطاقات التعريف. التخزين. ونقل السلع الغذائية	46
الأحياء المجهرية الغذائية	27
الجوز. الحبوب. الفواكه والخضراوات المجففة.	33
النظافة العامة	6
الحبوب ومنتجات الحبوب	77
الأغذية المعلبة ونصف المحفوظة	97
اللحوم ومنتجاتها	31
الأسمك ومنتجات الثروة السمكية	21
العصائر والمرطبات	59
السكر ومشتقاته	28
التبغ. ومنتجات التبغ والثقاب	27
منتجات الكاكاو والشوكولاته	36
الأطعمة سريعة التجمد	22
الشاى. القهوة. التوابل. مواد إضافة النكهة	100
العلف الحيواني وتربية بالحيوان	35
الدواجن ومنتجات البيض	6
الفواكه والخضراوات الطازجة	44
أغذية الرضع والأطفال	7
إضافات الأغذية. مخلفات المبيدات الحشرية. وسمية المنتجات	10
الزيوت والدهون	120
المواد الغذائية	19

المصدر: المعهد الوطني للتوحيد القياسي والملكية الصناعية، 2006.

3 الجزء الثالث

الجودة والاستراتيجية

للألبان وصناعات منتجات الألبان



الفصل 8

صناعة الألبان في فرنسا

سوق رئيسي مكتمل النمو

جان لوي موبوا

الموقف في أوروبا وفي العالم :

تمثل فرنسا المركز الثاني في أوروبا من حيث كمية إنتاج الألبان التي تناهز 24 مليون طن. وتأتي بعد ألمانيا مباشرة. التي تنتج 72,7 مليون طن. ولكنها تسبق بكثير كلا من إيطاليا وهولندا (11 مليون طن). (المركز التجاري الوطني لاقتصاديات الألبان (Cniel, 2006).) وببلغ هذا الإنتاج المجمع من الألبان - الذي يصنع 95% منه - 1/4 إنتاج شبه القارة الهندية (100 مليون طن) أو 1/3 إنتاج الولايات المتحدة. وأصبح إنتاج الصين من الألبان مساويا له في عام 2005. وتبلغ الأيدي العاملة في مجال إنتاج الألبان وصناعتها 160000 شخص.

وتعتبر صناعة الألبان في فرنسا، الصناعة الرئيسية في مجال الأغذية - الزراعية. حيث يبلغ حجم الأعمال فيها ما يناهز 18 مليار يورو. يصدر ثلثها تقريبا. وتندرج صناعة منتجات الألبان في فرنسا ضمن الصناعات الرائدة في العالم من خلال تنوعها. وجودتها. والطبيعة الإبداعية لمنتجاتها.

هيكل إنتاج الألبان في فرنسا :

منتجات الألبان :

قسم عدد منتجي الألبان علي أربعة خلال الثلاثة عشر عاما الأخيرة. ويوجد حاليا قرابة. 105000 من هؤلاء المنتجين . ولكن العدد مستمر في التناقص بنسبة تتراوح ما بين 1.5% - 2% سنويا. وقد انخفض عدد المواشي المدرة للألبان إلي النصف خلال نفس الفترة. ويوجد الآن قرابة 3900000 بقرة حلوب في فرنسا. يبلغ متوسط إدرار الحليب لكل منها 6.07 لتر. وتبلغ حصة الإنتاج السنوي من اللبن لـ 50% تقريبا من المزارع ما تتراوح كميته ما بين 150000 لتر - 400000 لتر. وبالإضافة إلي هذا التخصص في مزارع الألبان (زاد متوسط الكميات التي يقوم المنتج بتسليمها بنسبة 350% في 13 سنة). حيث أن إنتاج الألبان قد أصبح يتسم بالتركز الشديد. إذ يوجد أكثر من 50% من المنتجين في غرب البلاد : تستحوذ مقاطعة بريتاني علي 21% من الناتج الوطني من الألبان. ومنطقة Pays de la Loire علي 15%. ونورماندي العليا ونورماندي السفلي علي 15%.

سلالات الماشية وتطورها :

السلالة السائدة هي من نوع هولشتاين الممتاز (وهو نوع أصيل من البقر العالي الإدرار) ويمثل

51% من الأنواع الموجودة، تليها سلالة النورماندي ومونيلارد وتبلغ حوالي 10% - 11%، ثم الأنواع المحلية وهي أقل كثيرا حيث تدور حول 1%، ومعرفة ضمن مسميات المنشأ للألبان الفرنسية (تارين، أبوندانس، ساليير، الخ).

تركيب وجودة الألبان المجمعة :

لقد وصل منتجو الألبان الفرنسيون الآن، إلى درجة من الخبرة الفنية حتى أنهم يختارون أعلاف الماشية بحيث تتلاءم دائما مع منتجاتهم، بغض النظر عن التغيرات في الطقس. ومن النادر جدا أن يقوموا بجمع ألبان يكون تركيبها غير متوازن، أولا يمكن تصنيعها. علاوة على ذلك، فإن الدعم الذي يقدمه "وكلاء العلاقات الثقافية" (ARCs) أو الوكلاء الاستشاريون لشركات التصنيع فيما يتعلق بالصحة العامة لعملية الحلب (milking)، وصيانة وتنظيف أجهزة الحلب، وصهاريغ تبريد اللبن، والرعاية البيطرية، قد تمخضت جميعا عن التحسن الملحوظ في جودة الألبان المنتجة في فرنسا التي أصبحت في طليعة الدول الأوروبية، بل في طليعة الدول علي مستوي العالم من حيث جودة إنتاج الألبان. وقد تم القضاء فعليا الآن علي "الحمي المتوجة" brucellosis ومرض السسل tuberculosis (كانت نسبة الإصابة بين القطعان أقل من 1% سنة 2000)، وعلي مستوي آخر، استحدث رجال صناعة منتجات الألبان نظاما للحواجز يتمثل في علاوات إنتاج الألبان، حتي يكون حجم العرض ثابتا ما أمكن، بغرض الاستغلال الأمثل لمعدات التصنيع، ونتيجة لذلك، لا تتجاوز النسبة بين الحد الأقصى والحد الأدنى لحجم الناجح الشهري 1 : 4 (مركز التجارة الوطني لاقتصاديات الألبان Cniel سنة 2006)، بينما نجد أن النسبة 1 : 10 في استراليا، ولقد شجع هذا الحافز المالي مربى الماشية علي نشر تربية العجول في جميع الأقاليم حيثما يسمح إنتاج الأعلاف بذلك، وعلي هذا، فإن الاختلاف في تركيبية الألبان المرتبطة بمرحلة الإدرار أصبح غير موجود علي مستوي ألبان القطعان، بل وأيضاً من حيث حجم الألبان، وطبقا لسجلات إنتاج الألبان (Cniel-2006) ظل محتوى الألبان من الدهون ثابتا طوال السنوات العشر الماضية، ويبلغ 41.8 جرام لكل كيلو جرام من الألبان، وزاد محتوى الألبان من البروتين بأكثر من 1 جرام لكل كيلو جرام - وكان متوسط المعدل 33.3 جرام لكل كيلو جرام في عام 2004 - وذلك بعد الحوافز التي استحدثها نظام المدفوعات في عقد التسعينيات من القرن الماضي.

نظام دفع أثمان الألبان : معايير وقواعد الصحة العامة ودسامة الألبان:

يوضع السعر الأساسي للألبان سنويا نتيجة لمفاوضات التجارة البينية التي تعقد علي المستوي الوطني والمستوي الإقليمي، ولكن ينص القانون تحديدا علي وجوب دفع الثمن للمنتجين طبقا لتركيبية اللبن، أي من حيث محتواه من البروتين، ومحتواه من الدهون، علي أساس المتوسط المرجح للقيمة (عينات كل 3 - 4 أشهر) التي تشير إلي القيم المعيارية التي تدور حول 32

جرام بروتين لكل كيلو جرام لبن. 38 جرام دهون لكل كيلو جرام لبن. وقيمة تفاضلية لكل جرام من البروتين أو الدهون. أعلى أو أدنى من المعيار القياسي. والقيمة التفاضلية لجرام البروتين أعلى من نظيرتها بمقدار مرتين إلى مرتين ونصف لجرام الدهون. وكان الهدف تشجيع الفلاحين على إنتاج اللبن عالي البروتين لأنه يتناسب مع صناعة الجبن. ويؤخذ أيضا في حساب السعر عدم وجود اللبأ¹ colostrum. وعدم غش اللبن بالماء (cryscopy أقل من 0.506° C). والجودة البكتيرية تتراوح ما بين UFC 100000 للميليلتر و UFC 400000 للميليلتر. والمحتوي من بقايا الخلايا أقل من 300000 خلية للميليلتر. وبناء على أنواع الجبن التي تصنع في المنطقة. وينبغي أن يقل جمع *clostridium tyrobutyricum* عن أقل من 3000 خلية بالليلتر. إن التحليلات التي تستخدم كأساس لدفع أثمان الألبان للمنتجين يجريها 20 معملا للتجارة البينية. موزعة في جميع أنحاء البلاد. ويقوم مركز سيكاليه (Gecalait) - (مركز التميز لمتابعة خليات الألبان) ومقره منطقة بوليني (poligny) - بوضع ضوابط من أجل تماثل وتوحيد التحليلات ودقتها. وهذا المركز المستقل مسئول عن اعتماد معدات وأجهزة التحليل المستخدمة. ويقوم بمعايرة المعامل العشرين دوريا. عن طريق سلسلة من التحليلات. بناء على عينات يقوم المركز بإعدادها.

وقد أنشئ نظام دفع أثمان الألبان هذا. أول ما أنشئ في سنة 1969 من خلال ما يعرف بقانون جود فروي (Godefroy Act). ويتم تحديث هذا النظام بشكل دائم بمعرفة سلطات التجارة البينية وقد تمخض عن انخفاض ملحوظ في التلوث البكتيري للألبان المجمعة في فرنسا. (في معظم مناطق التجميع جُذ أن ما يزيد على 90% من الألبان المجمعة تحتوي على جمعات بكتيرية تحت 10000 UFC للميليلتر- وهي قيم تتطابق مع تلك القيم المسجلة في الدول الأجلو - سكسونية. التي تستخدم كأساس للمقارنة. ولهذا. لجأت عدة شركات كبرى لتصنيع الألبان إلى ابتكار معيار جديد للدفع. يناظر ما يعرف باسم «جودة بكتيرية سوبر أ» (أقل من 50000 UFC للميليلتر).

إنتاج ألبان الماعز والنعاج :

تنتج فرنسا ما يناهز 550 000 000 لتر من ألبان الماعز و 262 000 000 لتر من ألبان النعاج. وحتى وقت قريب جدا. كان كل هذا الإنتاج يتم استخدامه في إنتاج الجبن الخام. ولكن كان هناك قدر معين من التنوع في السنوات القليلة الماضية: لبن مبستر للشرب. واللبن المصبر UHT (من خلال الاستخدام المصرح به لأملح تثبيت الحرارة). والزيادي. والزيد. والقشدة. واللبن المجفف (البودرة). الخ. وأما معايير الجودة وتركيبه اللين من أجل دفع أثمان هذه الكميات الصغيرة من ألبان الحيوانات المجترة. فهي على نفس نمط المعايير المطبقة على ألبان الأبقار. ولكن باستثناء

1. اللبأ: أول اللبن عند الولادة. ويطلق عليه بعض الفلاحين في مصر (لبن مسمار) أو (السرسوب). (المترجم)

ألبان النعاج المنتجة في منطقة إنتاج الجبن الروكفور. حيث إن المعيار الأساسي هو ناتج الجبن المعفي من الضريبة المرتبطة بالخسائر في المبيعات الناجمة عن تصنيع فائض الإنتاج في صورة منتجات أخرى.

هيكل قطاع التصنيع :

المنشآت الصناعية وتركزها.

إن قرابة 900 شركة من الشركات التي كانت تعمل في جميع وتصنيع الألبان. قد خرجت من تلك الصناعة. في بحر 11 سنة. نتيجة للاستحواذ أو الاندماج. بيد أنه علي الرغم من هذا التركيز. إلا أن صناعة تجهيز الألبان في فرنسا. لازالت شديدة التنوع. كما هو الحال في الدول المتوسطة الأخرى (إيطاليا. وأسبانيا. واليونان). حيث نجد أن حوالي 10 مجموعات صناعية كبرى. تقوم بجمع ما يزيد علي 70% من اللبن المنتج في فرنسا. من ناحية. وأن مجموعة من 300 مشروع من المشاريع الصغيرة و المتوسطة (SMEs) تعمل أساسا في صناعة الجبن من ناحية أخرى. ولقد اختفي هذا الشكل من التنوع في الدول الرئيسية الأخرى لإنتاج الألبان في شمال أوروبا (مشروعان في هولندا. وواحد في كل من الدانمرك والسويد. وأربعة في أيرلندا). وفي منطقة أستراليا (مشروع واحد في نيوزيلندا).

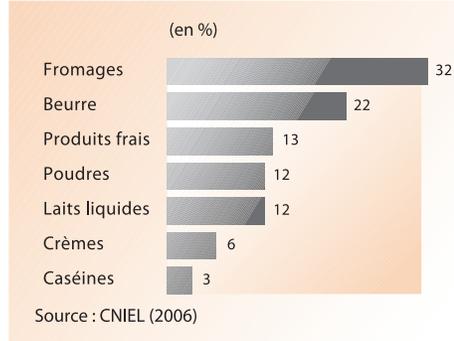
المنتجات المصنعة :

يستخدم نوعان رئيسيان من التكنولوجيا في تصنيع الألبان. سواء كان ذلك يتم علي نطاق صغير أو علي نطاق صناعي كبير. وتعمل أبسط التكنولوجيات علي تثبيت المادة الخام. إما بوسائل المعالجة الحرارية (التخمير البسترة. والمعالجة تحت درجة حرارة عالية). التي تقتل الميكروفلورا في اللبن الخام. وتقضي علي فعالية كثير من الأنزيمات الباطنة. إما عن طريق الحد من نشاط الماء - التبخير (الألبان المركزة). أو التجفيف (مسحوق اللبن - لبن بودرة). أو عن طريق التحويل الحيوي لسكر اللبن (اللاكتوز) إلي حامض اللاكتيك. وهي الطريقة التي تمنع نمو الجراثيم التي تشكل بالضرورة خطرا علي الصحة. وعلي هذا. فإن فترة الصلاحية لاستهلاك اللبن - التي تم التوصل إليها والاستقرار عليها في هذه الحالة - تمتد لفترات تتراوح ما بين بضعة أيام (3 أيام في حالة اللبن الخام عند درجة حرارة 4 مئوية. 7 أيام في حالة اللبن المبستر) وبين بضعة أشهر (3 - 6 أشهر في حالة اللبن المصبر ذو الصلاحية طويلة المدى. ومن 6 أشهر إلي سنة في حالة اللبن المجفف (اللبن البودرة). أما كافة الأشكال الأخرى للتجهيز فتستخدم تكنولوجيات أكثر تعقيدا. وتعمل دائما علي إنتاج منتجات أخرى موازية (اللبن الخالي من الدسم. ومخيض اللبن (buttermilk). ومصالة اللبن (شرشش اللبن) (whey). واللبن المصفي) والتي تتطلب عمليات معالجة شاملة حسب الدرجة المطلوبة.

إن قطاع صناعة الألبان - وقد واجه بعض حوادث تتعلق بالصحة العامة والتي تم نشرها علي نطاق واسع - قد اتخذ إجراءات صارمة من أجل تنظيف وتعقيم المعدات والمباني. وليس هذا فحسب، بل انه أيضا حرص علي متابعة الاقتفاء بطريقة فعالة للغاية، ولا سيما في مجال الميكروبيولوجي. ولقد زادت حساسية الفحص التحليلي أكثر من مائة مرة. خلال السنوات العشر الأخيرة، مما جعل وجود التلوث البكتيري للخلايا الأحادية *Listeria Monocytogenes* أو الإصابة بالسالمونيلا، قد أصبح شيئا نادر الحدوث. مما يبعث الطمأنينة في نفوس المستهلكين. وعلي مستوي آخر، فإنه في حالة إجراء الدراسات، يفيد التقدم المحرز في معرفة خريطة جينات الماشية بحيث يجعل من الممكن تعقب العلاقة ابتداء من الجبن أو أي منتج آخر من منتجات الألبان. وبعودا مع سلسلة الإنتاج، وصولا إلي الحيوان المنتج. من خلال الخلايا البدنية *somatic cells*. شريطة عدم تصنيع المنتج موضوع البحث من اللبن المصفي المنزوع الدسم (لأن تكنولوجيا التصفية تقضي فعليا علي متبقيات الخلايا).

شكل بياني - 1 استغلال اللبن المجموع في تصنيع منتجات الألبان 2005

يتم معالجة وتهيئ 12.2% من الألبان المجمعة في شكل ألبان سائلة مهيأة للاستهلاك. ومن الناحية العملية، نجد أن جميع ألبان الشرب (93%) يباع 80% منها كألبان منزوعة الدسم. إلي حد ما بعد تعقيمها ومعالجتها بطريق التصبير UHT (4s-140°C). وهذه الظاهرة الفريدة فعلا من نوعها (والتي لا توجد إلا في عدد قليل من الدول الناهضة مثل الصين) هي نتيجة إجراءات سياسة اقتصادية



استحدثتها الحكومات في عقدي الخمسينيات و الستينيات من القرن الماضي. كما أنها غيرت تغيرا ملحوظا تقدير أجيال الشباب لمذاق اللبن السائل. لأنهم أصبحوا أكثر اعتيادا علي طعم اللبن المطبوخ. وعلي صعيد آخر، فإنه لما كانت اللوائح الأوروبية تعرف وترخص التوحيد القياسي لمحتوي الألبان السائلة من الدهون، ولكنها لا تشترط حدا أدني لمحتواها من البروتين (28 جرام - 1 كيلو جرام). فإنها بذلك حظرت فعليا أي توحيد قياسي لهذا المكون (وهو أمر يتسم بالعبثية من الناحية الاقتصادية والتنظيمية. لأن المنتجين يحصلون علي أثمان ألبانهم علي أساس هذا المكون بالذات). وكان من نتيجة ذلك إعادة توطيئ إنتاج الألبان السائلة. إلي حد كبير في مناطق الجنوب. حيث إن الألبان المنتجة في تلك المناطق، معروف عنها انخفاض محتواها من البروتين.

ويتم تصنيع 13% من الألبان المجمعة، في شكل منتجات طازجة، حيث يتم إنتاج 1.5 مليون طن من الزبادي، والألبان المتخمرة الأخرى، وقاربة. 600000 طن من حلوي الألبان، ويزيد هذا الناتج من الألبان المصنعة بنسبة 5% سنويا (المركز الوطني للتجارة البينية لاقتصاديات الألبان، 2006). ولقد ظل إنتاج الزبادي ثابتا علي العموم، خلال السنوات القليلة الماضية. ولكن في داخل هذا البند من بنود الإنتاج، تم تعويض الانخفاض في استهلاك الزبادي التقليدي (- 10%) بالزيادة في استهلاك الزبادي بالفواكه، والزبادي الحفوق، أو زبادي الشرب، وهو مجال يشهد منافسة شديدة بين الشركات الأربع الكبرى، في مجال الابتكار والإبداع - مثل نوع الفاكهة، أو حتي نوع الخضار (نبات الراوند) الذي يضاف إلي الزبادي، ومحتواه من الدهون (6% - 10%). وقد سجلت نسبة نمو عالية (+ 77%) لإنتاج الزبادي من ألبان النعاج، علي أن حجم الإنتاج لا يزال منخفضا (2400 طن)، أما إنتاج الزبادي من ألبان الماعز، فلا يزال رمزيا، ربما لأن لبن الماعز - من وجهة أخرى - يعتبر منخفض البروتين، مما يعني أن المنتج المتخمر يتسم قوامه بالسيولة الشديدة، ويحسم المنتجون هذه المشكلة باستخدام ألبان غنية بالبروتين، إما عن طريق إضافة مسحوق اللبن (بودرة) وإما باستخدام غشاء التصفية الشديدة، ولكن هذا الإجراء له أثر اقتصادي ملحوظ، لا يمكن للمستهلكين أن يتقبلوه، وأما فيما يتعلق بالحلوى الطازجة من اللبن فلقد كانت المبيعات من اللبن المخثر rennet milk - أحد منتجات الصدارة في عقد السبعينيات من القرن الماضي - قد شهدت هبوطا شديدا يزيد علي 20% سنويا، وأصبح لا ينتج اللبن المخثر الآن إلا عدد محدود من كبار رجال الصناعة الذين يستطيعون الالتزام بالشروط الصحية الرهيبة المطلوبة من أجل الحصول علي ذلك المنتج بدون حماية الألبان، ولقد أصبحت الحلوى المصنعة من الألبان شديدة التنوع إلي حد كبير خلال السنوات العشر الأخيرة، مع استخدام مجموعة واسعة من مكسبات النكهة التي تكسبها مختلف المذاقات، مع تعدد قوام الحلوى ذاتها (البودنج في شكل جيلي، والألماسية viscous fluid، وحلوى الموس mousse، وأنواع مختلطة)، واستخدامات مختلفة مع الفطائر.

إن ما يقرب من 1/3 كمية الألبان المجمعة يدخل في صناعة الجبن، حيث يبلغ الناتج الكلي 1.703.000 طن، ويوضح الشكل البياني أدناه نسب الفئات الرئيسية من الجبن المصنع.

ويمكن التمييز بين أنواع الجبن المصنع طبقا ل :

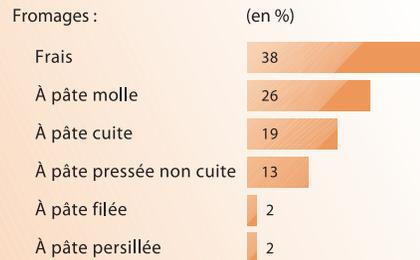
- < الشكل والوزن : بدءا من الكرات الصغيرة من الجبن التي تزن عدة جرامات، إلي العجلة التي تزيد عن 100 كيلو جرام.
- < القوام : ويتراوح ما بين قوام رجراج يتطلب استخدام المعلقة (فاشيرين) ومجموعة من درجات النعومة والمرونة الوسطية. (بونت ليفيك Leveque - pont، ريبلوشون reblochon، كامبير camembert، كونت comte، بوفور beaufort، كانتال cantal).

- (الخ) إلي قوام شديد الصلابة كالحجر مثل جبن الميموليت القديمة جدا.
- < الفتحات : إما عدم وجود فتحات (مثل البوفور، الكانتال) أو منتجات متفاوتة الأحجام (مثل الكونت، والامينتال) أو الجبن المجزع في شكل قوالب (مثل الروكفور أو الجبن الأزرق (cheese blue).
 - < مواصفات القلف : مقولب، أو مغبر من الخارج (كامبير، بري، سان موري)، لامع ومختلط (بون ليفيك، منستر، إبواس)، وبالعث mites (ميموليت).
 - < منشأ اللبن : ألبان الأبقار (في حالة وجود أنواع عديدة من الجبن مسجلة المنشأ، مع شرط ذكر سلامة الأبقار المنتجة، ومنطقة الإنتاج) ، وألبان الماعز، وألبان النعاج.
 - < المعالجة الحرارية : خام، أو مسخن أو مبستر.
 - < المحتوى من الدهون : في الألبان الخفيفة للغاية (الدهون / المادة الصلبة 10%) وفي الجبن الدسم (الدهون / المادة الصلبة 70 % أو أكثر).

وبناء علي معايير حسابية، فإنه يتم تصنيع ما بين 400 - 1000 نوع من الجبن. وبهذا التنوع الهائل، الذي يسمح للمستهلكين بتناول أنواع مختلفة من الجبن ليس فقط كل يوم، بل في كل وجبة، إن لم يكن في كل طبق من الأطباق. وليس مما يبعث علي الدهشة أن يكون المستهلكون الفرنسيون من بين أكبر المستهلكين للجبن في العالم، وأن 85 % من الأسر تتناول الجبن مرة واحدة علي الأقل كل يوم، ويبلغ متوسط استهلاك الفرد من الجبن في فرنسا 24 كيلو جرام، وتأتي فرنسا في المرتبة الثانية بعد اليونان من حيث متوسط استهلاك الفرد من الجبن. و أصبح التقدم الذي حقق في مجال علوم الألبان، لا سيما نمو المعرفة في مجال الأيض البكتيري وأيضاً الفطريات، الذي حقق بفضل بيولوجيا الأحياء الدقيقة، والتقدم التكنولوجي الكبير الذي حقق في مجال تكنولوجيات فصل المواد باستخدام الأغشية (التصفية الدقيقة، والتصفية الشديدة) والتي أصبحت تشكل جميعاً أدوات جديدة، يمكن باستخدامها أن يزيد مصنعو الجبن من جودة منتجاتهم، وأن يبتكروا في نفس الوقت مجموعة - لا تنتهي من التركيبات الجديدة والنكهات الجديدة للجبن.

شكل بياني - 2 الألبان المصنعه في فرنسا، 2005

ويوجد 42 نوعاً من الجبن الذي يتمتع بتسجيل مسمي المنشأ، وتتراوح الأحجام الفردية لكل نوع ما بين 56 طن (بانون) إلي 64600 طن (كونت)، ويبلغ الناتج الإجمالي قرابة 200000 طن (المركز الوطني للتجارة البينية لاقتصاديات الألبان، 2006).



Source : CNIEL (2006)

أما الزبد والقشدة فهما نتاج تصنيع 28 % من الألبان المجمعة. وبالإضافة إلي الكميات المحدودة من الزبد المسجلة المنشأ (إيشيريه، إيسيني) اللذين يتم الحصول عليهما من خلال الطريقة التقليدية لخض القشدة المنضجة. فانه يتم الحصول فعلياً علي جملة الإنتاج الفرنسي من الزبد. باستخدام ما يسمى بطريقة نيزو (nizo) (نيزو هو الاسم الذي يطلق علي معهد بحوث الألبان في هولندا). وتمثل تلك الطريقة الفنية في مخض القشدة الحلوة داخل أجهزة صنع الزبد. مع إضافة مقطرات غنية بمادة اللاكتوز بعد إضافة خمائر لبنية إليها لإكسابها الطابع الحمضي. وتلك الطريقة الفنية - فضلاً عن إنتاجيتها الممتازة - تعطي منتجاً مشتركاً آخر. اللبن الدسم الحلو الذي يمكن تصنيعه بسهولة لكي يكون منتجاً قابلاً للتسويق - وليس هذا هو الحال مع اللبن الدسم الحامض الذي تحصل عليه من طريقة التقليدية وعلي أنه حال فقد تمخضت تلك الطريقة الفنية. كما هو واضح. عن المذاق والقوام الموحد للزبد الفرنسي المعروف علي نطاق واسع. وبالإضافة إلي تخفيض المحتوى من الدهون من 84 % إلي 51 % (مع الإضافة المصاحبة لبروتينات الألبان التي تؤثر علي القوام) وإضافة أملاح البلورة من مصادر مختلفة (أملاح البحر. التي قد تعالج باليود). فان الأشكال الرئيسية لتنوع إنتاج الزبد. قد استخدمت الأسلوب الفني للبلورة المتكسرة. التي تتمخض عما يعرف " بمعجون " الزبد. وأما إنتاج القشدة فقد أصبح متنوعاً إلي درجة كبيرة لمواجهة الطلب علي القشدة. كمادة للطهي. ويتعلق هذا التنوع بالمحتوي من الدهون (من 10% - 60%). وبالقوام (من القشدة السائلة إلي القشدة الغليظة القوام أو المحفوفة). وبالحموضة (قشدة حلوة. أو قشدة حامضة). وبالتثبيت الحراري (من قشدة طازجة إلي قشدة مصبرة).

وتستخدم صناعة اللبن المجفف (البودرة) 12% من حجم الألبان المجمعة. وقد بلغ الناتج من اللبن المجفف 566000 طن (المركز الوطني للتجارة البينية لاقتصاديات الألبان. 2006). ويتناقص هذا النشاط المنخفض الريحية. بثبات. والذي انخفضت المساعدات الأوربية منه - سواء بالتصدير إلي بلدان ثالثة أو استخدامه كعلف حيواني : العجول. والخنازير الصغيرة - بنسبة 25 % في السنوات العشر الأخيرة. ويرجع هذا الانخفاض الحاد في الإنتاج إلي التحول إلي إنتاج الجبن. الذي يؤدي إلي زيادة مرتبطة به في إنتاج مصالة اللبن (شرش اللبن) ومشتقاتها. وتستهدف الطرق المبتكرة الحديثة (زيادة إنتاج البروتين الكلي. والإزالة الجزئية لبروتين المصالة (الشرش) من خلال عملية معالجة مصرح بها من المعهد الوطني للبحوث الزراعية " INRA - كيبير وآخرون. 1992) تحسين ملاءمة تصنيع الجبن. بعد تعديل تركيبته بناء علي رغبة الدول المستوردة التي لا تنتج كميات كافية من الألبان (دول المتوسط وفي الشرق الأوسط). إن تصنيع الألبان وتحويلها إلي زبد وجبن. ينتج عنه منتجات مشتركة أخرى. مثل مخيض اللبن (buttermilk). ومصالة اللبن (الشرش) علي التوالي - والتي كانت تعتبر في الماضي منتجات ثانوية والتي

يمكن استخدامها - في أحسن الأحوال - كغذاء للحيوانات (العجول، الخنازير، وصغار الخنازير). أو حتى ترش علي الأراضي. علي الرغم من احتوائها علي عناصر مهمة لتغذية الإنسان. ولكن الاعتراف بالتلوث الذي يترتب علي ذلك (1000 لتر من الشرش يترتب عليه نفس القدر من التلوث الذي يحدث من 400 شخص). والفرص التي وفرتها الطرق الفنية الحديثة للفصل عن طريق الأغشية، قد أدت كل ذلك إلي ظهور قطاع جديد - قطاع تصنيع المصالة (الشرش). وعلي الرغم من أن مسحوق اللبن عموماً، والمسحوق الناجم عن استخلاص البروتين، وكلاهما يستخدم في تغذية الثدييات الحديثة الولادة (العجول والخنازير الصغيرة) لا يزال المنفذ الرئيسي من حيث الحجم، إلا أن العناصر العديدة الأخرى المنفصلة عن المصالة، تهم كثيراً من المجالات المختلفة لغذاء الإنسان: مركبات البروتين - أو المواد المنفصلة لغذاء الطفل، وتغذية الرياضيين، أو العناصر المختلفة السعرات الحرارية من أجل الرشاقة، والآيس كريم، وصناعة تمليح اللحوم، أو صناعة البسكويت، واللاكتوز المستخدم في الصيدلة كمادة مسوغة لتقبل طعم الأدوية، أو بعد تخميره ثم تحويله إلي كحول اثيلي من أجل المشروبات (عملية كاربيري)، أو وقود، كذلك أملاح الكالسيوم التي تستخدم لتقوية كثير من أغذية الرجيم مع الكالسيوم القابل للذوبان، وهناك البروتينات المنفردة مثل: اللاكتوفيرين أو اللاكتو بيروكسيديس، والتي يتم تسويقها كبدايل للمضادات الحيوية، أو حتي كمادة بيولوجية مطهرة للحم تستخدم في معجون الأسنان، أو غسول الفم، أو العلك (اللبن) بسبب فعاليتها ضد الميكروبات.

منتجات الألبان الخام : أصناف متوسطة خاصة :

علي الرغم من أن اللبن الذي يخرج من ضرع الحيوان يكاد يكون معقماً الي حد كبير، إلا أنه سرعان ما تنتشر فيه الكائنات الدقيقة بحكم البيئة المحيطة (معدات حلب اللبن وتخزينه، والتجمعات البكتيرية (الفلورا) التي ينقلها الهواء من الأغذية، والجو المحيط، ونظام التهوية في مباني المزرعة). علي أن التلوث بتجمعات البكتيريا الدقيقة قد لا يكون له أثر علي الإطلاق، بل علي العكس، قد يكون له أثر حميد. (المنشأ ونمط المنتجات المصنعة)، أو علي العكس قد يكون مصدراً للتدهور، أو علي أسوأ الحالات، سبباً من أسباب مرض المستهلك، بالنظر إلي تلك المخاطر، فقد حظرت جميع دول شمال أوروبا، حظراً عملياً، كافة منتجات الألبان الخام، فلم تعد توضع علي أرفف المحلات، فيما دافعت البلدان المتوسطة وسويسرا بكل حماس عن تلك المنتجات، التي بحكم نمطيتها تعتبر جزءاً من تراث تلك البلدان وثقافتها وتقاليدها. وفي فرنسا، يتم إنتاج نحو 200000 طن من الجبن، من الألبان الخام أي 30% من إجمالي الناج الأوربي، ونسبة كبيرة مما يسمى بأجبان الألبان الخام هذه (بما فيها جميع الأجبان المطبوخة المضغوطة، أي عائلة جرويير وما علي شاكلتها من أجبان) لا تمثل أية مخاطر علي صحة المستهلكين، لأنه، علي الرغم من أن اللبن الموضوع في راقود الجبن هو لبن غير مغلي، إلا أن عملية التصنيع تنطوي

علي تسخين الخثارة Curds والمصالة Whey عند درجة 55 درجة مئوية لمدة 60 دقيقة. وهذه المعالجة الحرارية تعادل أو تزيد عن المعالجة الحرارية في حالة البسترة. وليس هذا هو الحال مع الجبن الطري أو شبه الطري. الذي لا ينطوي استهلاكه بأي حال من الأحوال علي أدني المخاطر بالنسبة للمستهلك. وبالنظر الي هذا الشرط - الذي أقل ما يقال فيه أنه شرعي أو قانوني - فإن صناعة الجبن وهيئات الأبحاث. قد وضعت إجراءات من أجل التعرف علي مزارع الألبان. التي تمثل بعض المخاطر - وهي إجراءات أصبحت ميسورة بفضل زيادة الحساسية (1000) لطرق اكتشاف عدد كبير من البكتيريا المسببة للأمراض - وأنشأت نظاما من أجل تحليل ومتابعة الأخطار الغذائية المعروفة باسم (تحليل المخاطر. والسيطرة علي النقاط الحرجة) HACCP. في كثير من مؤسسات صناعة الجبن. وأخيرا. وبعد مناقشات حامية شهدتها منظمات المنتجين. قامت السلطات الادارية بالترخيص مؤقتا باستخدام نظم التصفية الدقيقة. بالنسبة لجميع المنتجات التي تتمتع بحماية مسمي المنشأ. في عام 2002 (لمدة 5 سنوات). ولكن يشترط وضع بطاقة تعريف علي المنتج. وهذه الطريقة الفنية للتطهير من البكتيريا عبارة عن تكنولوجيا فصل المواد. تنطوي علي معالجة حرارية عند درجة 37° (saboya and maubois 2000). وهذا الترخيص باستخدام طريقة التصفية الدقيقة باستخدام الاغشية. يتطلب - مع ذلك - بحوثا مكثفة حتي يمكن التعرف بالكامل علي العناصر الميكروبية - لكل منظومة حيوية تعمل علي الحفاظ علي نمطية قوام وطعم كل نوع من أنواع الجبن الذي يتمتع بحماية مسمي المنشأ.

التطورات المحتملة :

بالنظر الي إعادة هيكلة الإجراءات التي نفذت بالفعل . فان انخفاض عدد مزارع الألبان (- 5% في السنة) من المفترض أن يتباطأ إلي أن يستقر عند عدد إجمالي يتراوح ما بين 80000 - 85000 مزرعة. يتراوح متوسط القطيع في أي منها ما بين 40 - 100 بقرة. ونجد أن مزارع الألبان القائمة علي شكل شركات (GAECs) (جماعات المزارع الجماعية). أو الشركات الزراعية القابضة ذات المسؤولية المحدودة (EARLS) تستحوذ علي 30 % فقط من بنية الإنتاج في سنة 2001. ولكن من المرجح أن يزيد عدد تلك المزارع زيادة سريعة. ومن المحتمل أن تتخطي حاجز الـ 50 % . نتيجة التجديد الملحوظ للنظام الهرمي العتيق. والطموحات المشروعة للمديرين الجدد لمزارع الألبان. من أجل جودة أفضل للحياة. وأما التخصص في منتجات الألبان للأقاليم الواقعة علي جبهة ساحل الأطلسي (نوردي - با دي كاليه. نورماندي. بريتاني. بيبي دولوار). والمناطق الجبلية (رون - ألب. أو فريني. شامبين - أردين). فمن المرجح أن يتطور أكثر. وباستثناء الالتزام بسلالات معينة. كما نصت علي ذلك اللوائح بشأن المسميات المسجلة لمناشيء الأجبان. فانه من المرجح أن تزيد السلالة السائدة من أبقار فريزون - هولشتاين. ولكن باستثناء المناطق الجبلية. حيث أنه من المحتمل أن يحل محل السلالات المحلية. سلالة مونبليارد بشكل مضطرد. وهو عامل يثير علامات

استفهام بخصوص نمطية منتجات الألبان في تلك المناطق.

وبالنظر إلى الأسعار الحالية للألبان الفرنسية والأوروبية تسليم باب المزرعة (وهي من الناحية الفعلية ضعف الأسعار التي يتقاضاها المنتجون في نيوزيلنده، وأستراليا، والارجنتين). يمكن القول بأن صناعة الألبان الفرنسية والأوروبية لا تستطيع - ولن تستطيع - المنافسة في الأسواق العالمية لمنتجات الألبان الشائعة (ألبان الشرب السائلة، والزبد، واللبن المجفف أو مشتقاته AME، (بروتين الجبن، والكازينيت الخ). إن فكرة إنتاج حصة مضاعفة (توحيد السعر الأوروبي علي أساس مرجعية إنتاج سنة 1983، والسعر المحدد بموجب المعدل العالمي للسلع الشائعة بخصوص الكميات الإضافية المنتجة)، من أجل تخفيض تكلفة إنتاج السلع الرئيسية الشائعة الاستهلاك كانت قد طرحت وجرت مناقشتها، ولكن الصعوبات التي واجهت تنفيذ النظام في التطبيق الفعلي، كانت كبيرة للغاية حتي انه تم التخلي عن تلك الفكرة، ويجري تكريس إصلاح السياسة الزراعية المشتركة CAP نحو تعديل الحصص حسب الاتجاه في الأسواق الأوروبية والعالمية، وليس ثمة خيار أمام صناعة تجهيز الألبان الفرنسية إلا بتنوع منتجاتها الحالية عن طريق تطويعها بحيث تتواءم مع تطورات الاستهلاك المحلي (فقدان هيكل الوجبات، وكثرة الوجبات الخفيفة، واستخدام القشدة، والزبد، والجبن، كعناصر في الطهي)، وبما يتواءم مع الطلب الأجنبي للدول القادرة علي دفع الأثمان (أوروبا - والدول النفطية)، وللجوء إلي الإبداع والابتكار لكي تستجيب للاجتهات البارزة (وخصوصا المدلولات الصحية) فيما يتعلق باستهلاك مشتقات الألبان في الأجل المتوسط.

ومن المرجح أن يستمر تركيز صناعة الألبان الفرنسية، مع استحواذ الشركات الكبرى المسيطرة علي كثير من الشركات المتوسطة الحجم، ولكن من غير المرجح أن تصل إلي المستوي العالمي من التكتل الموجود في دول شمال أوروبا أو في استراليا ونيوزيلنده، الأمر الذي يمكن أن يشكل قيودا علي كل من الإبداع في المنتجات، والابتكار في التصنيع، والذي يمكن أن يؤدي أيضا إلي الاختفاء الفعلي لأبحاث القطاع العام في علوم الألبان، كما لوحظ في المملكة المتحدة، والدانمرك، ودول أخرى عديدة (خصوصا نيوزيلنده) بل أنه من المنتظر أيضا قيام الشركات الفرنسية بعمليات استحواذ كبيرة على شركات صناعة الألبان في دول أوروبا الشرقية السابقة، التي أصبحت الآن أعضاء في الاتحاد الأوروبي، نظرا لأن مصانع منتجات الألبان في تلك الدول من طراز عتيق، الأمر الذي يقلص من قدرتها علي المنافسة - وأخيرا، فإنه من المحتمل ظهور أشكال من الاتحادات أو التجمعات - في المستقبل القريب - فيما يتعلق بالبنية الهيكلية لتصنيع الألبان في الدول الناهضة (مثل الهند والصين بصفة خاصة).

ولما كانت أذواق المستهلكين وعاداتهم الغذائية تختلف اختلافاً بيناً في الدول الأخرى. عن أذواق وعادات المستهلكين الفرنسيين. بل وحتى الأوروبيين. فإنه لابد. بطبيعة الحال. أن يؤخذ ذلك في الحسبان. في نظم الإنتاج التي أنشئت بعد عمليات النمو الخارجية في تجارة الألبان. فالمستهلكون الصينيون الذين يستخدمون عودين خشبيين لتناول طعامهم. سوف يجدون صعوبة بالغة في تناول الزبادي الجامد. أو الجبن الشديد الصلابة. وعلى نفس الشاكلة. فإنه من غير المرجح أن ينجذبوا إلى الجبن المعطر bloomy لأول وهلة. لأنه في اللاشعور الصيني: الجبن المتعفن - يعنى الجبن الفاسد البالي. وكمثال توضيحي آخر من إحدى الدول المتوسطة. فإن النكهة التي يسعى وراءها مستهلك مصري مغرم بالجبن. توجد في نوع من الجبن يسمى "راس". وهو ما يثير دهشة البعض. حتى ولو كانوا من أكثر محبي الجبن الفرنسي المدققين في اختياراتهم.

هيكل الاستهلاك وتطوره. مع أثر المدلولات الصحية :

استهلاك اللبن السائل وأجهاته :

انخفض استهلاك الألبان السائلة بأكثر من 10 لتر للفرد في المتوسط. أثناء السنوات العشر الماضية (المركز الوطني للتجارة البنينة لاقتصاديات الألبان CNIEL. سنة 2006). وأصبح المتوسط الآن حوالي 65 كيلو جرام للفرد. أي أقل كثيراً من أيرلندا (158 كيلو جرام). بل وحتى أقل من الجزائر (75 كيلو جرام). والاستهلاك الغالب في فرنسا. من الألبان المصبرة UHT نصف الدسمة (80%). وما لم يحدث تحول عكسي بارز. فإنه من المتوقع استمرار فقدان اهتمام المستهلكين الفرنسيين. بشرب اللبن. نظراً لأن تلك السلعة قد أصبحت شائعة. وأصبحت تشكل خسارة كبيرة لسلسلة المتاجر. على الرغم من الجهود المبذولة من جانب قطاع التصنيع. لعرض أنواع كثيرة من السلعة. لتلبية الطلب في " منافذ التغذية ". مثل :

- < اللبن المنزوع منه اللاكتوز لتلبية احتياجات الأشخاص الذين لديهم حساسية إزاء سكر اللبن.
- < اللبن المزود بالمعادن مثل الكالسيوم والمغنيسيوم. والفريوم (fe). والزنك. المراد منه أساساً أن يكون مغذياً للشباب. أو الكبار.
- < اللبن المزود بالألياف لتسهيل عملية إخراج الفضلات.
- < اللبن المزود بالدهون بحيث يكون غنياً بالأحماض الدهنية من نوع أو ميجا- 3 (زيت السمك مثلاً). أو المتحصل من أبقار تتغذى على هذا المصدر من الأحماض (بذر الكتان أساساً).

أو في منافذ السوق التي تعني بمدلولات النكهة. أو المدلولات الإقليمية أو الأيكولوجية مثل تلك المدلولات التي يسعى إليها الشغوفون بشرب اللبن الخام. حيث يمكن امتداد مدة حياة السلعة

علي الأرفف. (3 أيام حسب اللوائح) إلي أسبوعين عن طريق المعالجة بالتصفية الدقيقة من خلال الأغشية المباحة الآن رسميا (سابويا ، وموبوا. 2000).

وهذه الطريقة الفنية الدقيقة للتنقية البكتيرية لا تستخدم فقط لإطالة عمر السلعة علي الأرفف. ولكنها تستخدم أيضا لإطالة عمر اللبن المبستر إلي خمسة أسابيع (سابويا. وموبوا. سنة 2000). وهذه الطريقة الفنية - علي خلاف الأساليب الفنية للمعالجة بالحرارة التي تترك الأجسام البكتيرية " في اللبن. مع احتمال تدهور الإنزيمات فيها . وأشكال السيليلوز المقاوم للحرارة (الجسيمات الدقيقة). هذه الطريقة الفنية. تفصل - ومن ثم تزيل - جميع الكائنات الدقيقة إزالة فعلية (99.9%) من الألبان. ومع ذلك، فإنه من غير المحتمل أن يؤدي استخدام تلك الطريقة في فرنسا. إلي انعكاس التدهور الكبير لسوق الألبان المبسترة -3% في السنة). علي عكس الاتجاه الموجود والذي لوحظ في كثير من الدول الأخرى (كندا. المملكة المتحدة. الدول الاسكندنافية. بل و الأرجنتين). حيث نجد أن الألبان المبسترة المصفاة تكتسب وضعا مسيطرا في السوق.

استهلاك اللبن المتخمر واتجاهاته :

زاد استهلاك اللبن المتخمر بما يناهز 20% خلال السنوات العشر الأخيرة. واستقر خلال السنتين أو السنوات الثلاث الأخيرة عند 21 كيلو جرام تقريبا لكل فرد في المتوسط. وهو ما يعادل 168 علبة زبادي. وينطوي التنوع الجاري للمنتجات التقليدية علي إضافة مكسبات الطعم . وإضافة قطع من الفاكهة. وإضافة بعض الجيوب.

وباستخدام بعض الخمائر الحيوية المنشطة (*Bifidobacterium breve, bifidum or Longum*) مثل الخمائر السابقة التجهيز (مكونات الأغذية غير المهضومة التي تخفز نمو كائنات دقيقة معينة في المجموعات الهضمية) والفوراكتو أو ليجوساكاريديس (Fos). جالاكتو أو ليجوساكاريدس (GOS) والانيولين (inulin). تقوم صناعة. التجهيز بالاستفادة من الدلالة الصحية لألبان التخمر التي نقشت في الذاكرة الجماعية منذ البحث الذي قام به Metchnikoff. (1908). وسوف تستمر الصناعة في الاستفادة من ذلك.

ومن المرجح الإعلان عن مزاعم صحية أخرى. في المستقبل القريب. لبن المتخمر. الذي يعتبر في أوروبا أفضل الألبان ذات التوجه الوظيفي الذي يفى بالغرض. بناء علي الدراسات الإكلينيكية الحالية. بشأن :

- < أنشطة الأوعية الدموية والقلب : 1) نشاط الببتيدات المضاد لارتفاع ضغط الدم. وهو النشاط الذي يثبط تحويل الأجيوتنسين angiotensin. وهذه الببتيدات هي نتيجة خلل معظم بروتينات الألبان. ولكن يبدو أن أكثرها نشاطا هو الناتج عن التحليل بالماء للكازين المعروف باسم β - caseokinins . وهذه الزعم بمقاومة ارتفاع ضغط الدم. يتم تطبيقه الآن في اليابان وفنلندا في حالة اللبن الذي تم تخميره بسلاطات من اللاكتوباسيلاس هلفيتيكس (*helveticus lactobacillus*): 2) شاط الببتيدات المضاد للجملطات. وتعرف تلك الببتيدات باسم caso - platelines التي تمنع جمع مكونات الليفين في صفائح الدم platelet - blood - fibrinogen . وهذه الببتيدات نتيجة لتحلل الخمائر المعوية trypsinic hydrolysis للتجمع النيتروجيني. N-terminal للكاسينو ماكرو بيتايدز (CMP) وهو نوع من الكازين K.
- < أنشطة تنظيم مقطوعية الغذاء وهضم الدهون بإضافة مادة CMP إلى اللبن المتخمر. التي إتضح أنها تعمل علي إفراز مادة الكوليستيسستوكينين cholecystokinin في الإنسان. وهي هرمون هاضم ينظم عمليات انقباض المرارة. وإفراز انزيمات البنكرياس. ومن ثم يؤثر علي الإحساس بالشبع (بورتمان . 2004).
- < أنشطة مقاومة الإجهاد والتوتر عن طريق الببتيدات الناتجة عن التحليل المائي للكازين من نوع (α s₁) (هو النوع 100 / 91) المعروف بإسم كاسوزين casozepin. لأن له نشاطا من نوع البنزودايازين benzodiazepine. تم تجربته علي نماذج من الحيوانات. وعلي متطوعين آدميين (بريسون وآخرون. سنة 2000)
- < أنشطة المناعة المعدلة. إما عن طريق الببتيدات الناتجة عن β . و κ كاسين. α -لاكتألومين بيومين alactalbumin. أو اللاكتوفرين عن طريق التحليل المائي أو من خلال الأيض الناتج عن الإحتواء علي سلاسات من اللاكتو باسيلاس كيسي lactobacillus casei الذي يمكن ان ينظم إنتاج السابتوكينز cytokins الذي يطلق أثناء التهاب الأمعاء. إلي الألبان المتخمرة.
- < نشاط الببتيدات الحماكي للمورفين. المعروف باسم كازورفين casorphine أو لاكتورفين lactorphines. بناء علي التحليل المائي للمادة المتخمرة. والتي تعمل كمستحضر أفيوني (opiate) علي تحرك الأمعاء. والجهاز العصبي المركزي. والعصبي الطرفي (الأثار المهدئة والمحدرة) : وطبقا لدراسات عديدة نشرت خلال السنوات القليلة الماضية. فإن أكثر الببتيدات نشاطا هي الناتجة عن ال : بي - كازين β - casein . وبصفة خاصة مشتق الأמיד amide المعروف باسم مورفيسستين morphiceptin . الذي يتكون في الجسم الحي *in vivo* في الأمعاء.

استهلاك الزبد والقشدة:

انخفض استهلاك الزبد بنسبة 10% خلال السنوات العشر الماضية. وثبت عند حوالي 7.5 كم متوسط استهلاك الفرد، مما يجعل المستهلكين الفرنسيين في طليعة المستهلكين في العالم لهذا النوع من الدهون الحيوانية. على الرغم من أن ذلك لم يرفع من معدل الوفيات بأمراض القلب، ما أثار كثيرا دهشة خبراء التغذية في الولايات المتحدة، التي تلخصت في عبارة "المفارقة الفرنسية". ويمكن أن تسفر البحوث المكثفة المتواصلة، منذ عدة سنوات، بشأن تركيبة ونظام دهون منتجات الألبان (وهي مختلفة اختلافا شديدا عن مصادر اللبيدات lipids الأخرى). وأي نشاط حيوي إيجابي لعدد من مكونات دهون الألبان يمكن أن يتمخض عن رد الاعتبار لهذا المكون، الذي طالما صورته عالم الطب علي أنه " شيطان ". ومن الممكن فعلا زيادة المحتويات في حامض اللينوليك المترافق (CLA) - من نوع الأحماض الدهنية، إما من خلال عليقة التغذية، التي تقدم للحيوانات المنتجة أو عن طريق التخمر الانتقائي الدقيق. ولقد ثبت أن تلك الأحماض الدهنية مضادة للتعصد - anti atherogenic -. ومن المحتمل أن تكون مضادة أيضا للسرطان (بارودي، 2003) وعلى مستوى آخر، تكشف الدراسة الدقيقة لمراجعة استهلاك دهون الألبان، أن استهلاك القشدة قد زاد بما يتجاوز 20% والنتيجة - إذا ما نظرنا إلي الموضوع ككل - أنه لم يكن هنالك أي تغير فعلي في استهلاك دهون الألبان خلال نفس الفترة الزمنية. أما الزيادة في استهلاك القشدة فترجع إلي المجموعة الواسعة جدا من منتجات القشدة التي تستخدم في الطهي.

استهلاك الجبن والاتجاهات المحتملة في المستقبل :

تأتي فرنسا في المرتبة الثانية عالميا من حيث متوسط استهلاك الفرد من الجبن الذي يزيد علي 25 كيلو جرام، وبالنظر إلي المستوى الذي حقق بالفعل، فانه من غير المرجح أن يزيد الاستهلاك زيادة كبيرة من حيث الكم، ولكن إذا تعين الحفاظ علي هذا المستوى من الاستهلاك، فان أصحاب المصانع سوف يتنافسون مع بعضهم البعض في مجال الإبداع والأبتكار، من حيث: القوام، والطعم، والطبقة الخارجية المغطية للجبن، والشكل، من خلال الاستفادة من التقدم العلمي، ولا سيما في مجال السيطرة علي المنظومة الحيوية الميكروبية في عمليات الإحماض acidification والإنضاج ripening. ومن المتوقع أيضا زيادة استخدام الجبن - كمكون من مكونات الطهي - مع زيادة عرض المنتجات المبشورة من أجل استخدامها مع المكرونة أو البيتزا (ما يزيد علي 50% من إنتاج الجبن الطري) وربما تحقق المنتجات السائلة التي أساسها الموتريللا زيادة كبيرة في إنتاج الموتريللا، والمنتجات التي تستخدم في عمل السلطة أو التي تستخدم في الصلصة أو المرققة، وفيما يتعلق بعمليات التصنيع، فانه توجد طريقة عامة متكاملة لتصنيع الجبن تزيد من حصيلة الجبن، ومصاله اللبن باستخدام الأغشية الدقيقة (Im 0.1) لتصفية اللبن الداخول في التصنيع (موبوا وآخرون، 2001)، ويجب التوسع في هذه

الطريقة ونشرها، علي الأقل، علي مستوي المصانع الكبيرة. وباستثناء إنتاج محتوى اللبن من الدهون، و إضافة الكالسيوم القابل للذوبان، فإنه من المرجح، لكي يصبح المدلول الصحي للجبن راسخا ومستقرا أن يستغرق وقتا أطول، من مثيله بالنسبة للبن المتخمر. وذلك لعدة أسباب: مفهوم اللذة أساسا والمتعة والإبهار المتعلقة بالمنتج، وآخر صيحات الحداثة، والتنوع الكبير، والتغير الدائم لأشكال الجبن مع الزمن. الأمر الذي يجعل من الصعب للغاية تفسير نتائج الدراسات الإكلينيكية التي تجري علي المتطوعين من البشر.

المشتقات: المكونات الكلاسيكية، الأغذية الوظيفية الحالية والمستقبلية (أغذية وظيفية)

إن استهلاك الجزيئات المشتقة من الألبان، عرضة للزيادة بشكل ملحوظ، في كلتا حالتنا باستخدام الفني أو الوظيفي - حيث يحل فوسفوكازينات الكالسيوم محل الكازينات (مع ما لذلك من تأثير علي القوام وتنظيم المكونات)، وفصل بروتين المصالة بحكم ما يتمتع به من خواص الطفو، أو تخصيصه بمادة β -lacto globulin (الجلاتينية) - وكذلك في حالة التحسينات الكيفية للتركيبات الحالية، مثل: أغذية الأطفال الحالية من مادة β -lacto globulin لأنها مسببة للحساسية) ولكنها مخصصة بمادة α -lactalbumin. وإذا كان تطور اللوائح الأوروبية بشأن الأغذية الوظيفية، يسمح بمثل هذا الإجراء ويبسطه، بحيث يركز علي نموذج آخر خلاف نموذج لائحة الأدوية - لأن هدف الأغذية الصحية ليس هدفا علاجيا، وإنما القصد منه الحفاظ علي صحة البشر - فإن كثيرا مما يسمى بالجزيئات الصغيرة (لأن كميات منها ضئيلة للغاية موجودة في اللبن)، باستثناء الببتيدات الحيوية المنشطة المذكورة أعلاه في سياق الألبان المتخمرة، سوف يتم علي الأرجح إقتراحها علي المستهلكين الحريصين علي سلامة صحتهم من خلال التغذية، ودون الدخول في عرض استقصائي للأبحاث والدراسات الجارية، نذكر المنتجات التالية:

< منتجات لمكافحة تخلخل العظام osteoporosis: مثل الجسر العظمي osteopontin والسيستاتين C، والبروتينات الأساسية في الألبان (MBP)، وتركيبية ثلاثية من بروتينات في المصالة لها تأثيرها علي قدرة العظام علي الامتصاص، وتركيبها الحيوي (تاكادا وآخرون، 1997)، ومنتجات متعددة الأغراض، مثل المنتجات المزودة بعوامل النمو (جوتيه وآخرون، 2006)، والتي تقوم بدور الأدوية التجميلية مثل β -TGF، الذي له تأثير مضاد علي الجرب والصدفية (جوان وآخرون، 2001)، وله تأثير كذلك علي المعدة والأمعاء.

< منتجات توقف نمو مرض الزهايمر، مثل الببتيدات المتعددة المفصولة من اللبأ (أول اللبن عند الولادة) (السيزيك وآخرون، 1999).

< منتجات تزيد من قوة المناعة : " سيروكوليستوم " serocolestrum - جلوبيولين المناعة. المنقي (بايوت وآخرون. 2004).

الخلاصة:

ما لا مراء فيه أن اللبن غذاء سائل لانظيره فيما خلق الله من أجل تغذية الإنسان. ولقد تمخضت الملاحظات والتجارب الكثيرة علي مدار مئات السنين عن مجموعة واسعة جدا من المشتقات التي تلبي الاحتياجات الحيوية للثدييات الصغيرة عند مولدها (وهي فترة حرجة جدا في حياتها)، والسعي الدائم وراء المتعة الحسية للاستهلاك لجميع فئات المستهلكين. وقد ساعد التقدم العلمي والفني علي عرض المنتجات التي تتوفر فيها مقومات السلامة الصحية العالية، والتي تتميز بحياة أطول وهي معروضة علي الأرفف في المحلات. و تتنوع خاصية المذاق فيها الي حد كبير. وتشهد تحسنا دائما. وسوف تشجع المعرفة المكتسبة مؤخرا -عن الأنشطة البيولوجية لمكونات الألبان- قطاع الألبان علي مواجهة تحدي جديد. ألا وهو المدلول الصحي للغذاء. ويتطلب ذلك مزيدا من المعرفة الضرورية عن التمثيل الغذائي للبكتيريا الحيوية النشطة، التي تضاف الي اللبن أو الجبن. كما يتطلب الأمر تكنولوجيات متقدمة من أجل فصل وتنقية الجزئيات المستهدفة، والعثور علي الاستخدامات المربحة للمنتجات المشتركة التي يتم إستخلاصها بالضرورة. وإنشاء شراكات جديدة تضم فرقا من أطباء الفسيولوجيا الذين يستطيعون أن يبرهنوا - بما لا يدع مجالا للشك - علي الأنشطة المنشودة التي تفي بالغرض.

ولا يمكن مواجهة تحدي الحصول علي المعرفة وتطوير المنتجات من خلال عمليات التصنيع. إلا عن طريق حشد جميع الأطراف الفاعلة المنخرطة في أبحاث الألبان في فرنسا. وإعادة توجيه أنشطة البحوث. وسوف يتعين بطبيعة الحال. أن تظل تلك المنتجات مبهجة من ناحية مدلولها النفسي. ولكن علي الرغم من تميز المعرفة في قطاع الألبان الفرنسي. والخبرات الفنية لجميع الأطراف الفاعلة في القطاع. وقدرة صناعة الألبان علي أن تلعب دورا رئيسيا في المجال المذكور أعلاه. إلا انه يتعين توفير تمويل ضخم للقيام بعمليات البحوث في ذلك المجال. ذلك أن المعدات الباهظة الثمن واللازمة للأبحاث. والتي لا مئناص منها لإجراء الدراسات. وكذلك تكلفة التجارب الإكلينيكية التي يتعين إجراؤها. تبلغ من الضخامة حدا لا يتأتى معه لمشروع واحد. ولا حتي لأكبر الشركات القيام بها وحدها. ولا يمكن تغطية تلك التكاليف إلا عن طريق تمويل مشترك تقوم به الصناعة الرسمية من خلال بعض التنظيمات مل تنظيم " المجموعات القادرة علي المنافسة " التي أنشئت مؤخرا.

كما انه يتعين علي مديري الهيئات الكبيرة للأبحاث المنخرطة في البرامج المذكورة أعلاه. أن تولي اهتماما خاصا نحو الاستعانة بالعلماء ضمن الجهاز العامل. ومن الأولويات. ضرورة

اتخاذ الإجراءات لتدريب واستخدام علماء الميكروبيولوجي الذين يمكنهم تسخير المعرفة التي تم الحصول عليها مؤخرا في مجال بيولوجيا الجزئيات. وتطبيقها للتوصل إلى معرفة أفضل للمنظومات الحيوية الميكروبية في عملية التحول الحيوي للألبان. وكذلك خبراء التكنولوجيا القادرين علي وضع منهاج شامل. والذين هم علي دراية عالية بعمليات التصنيع. والمنتجات والمنتجات الفرعية الناتجة عن تلك العمليات. والذين هم في وضع يسمح لهم بتوصيف الحالة الكيميائية الحيوية للجزئيات موضوع الدراسة. لزملائهم من الأوساط الطبية والصيدلانية المنخرطين في الدراسات الإكلينيكية بشأن الفعالية الغذائية الدوائية.



الفصل 9

الألبان ومنتجاتها في إيطاليا

سياسات المنطقة وسيطرة الطابع الأوروبي

هل يمكننا القول بأن هناك سياسة ألبان في إيطاليا؟

بالرغم من وجود سياسة زراعية خاصة بإيطاليا- وهي سياسة محدودة بسبب عضوية إيطاليا في الاتحاد الأوروبي - إلا أنه، مع الأسف، لا تتوافر بها سياسة خاصة بالأغذية الزراعية. ومن ثم لا توجد سياسة خاصة بمنتجات الألبان. وتعود فكرة وضع سياسة زراعية إيطالية مستقلة إلى فترة السبعينيات حيث نجد "خطة ماركورا" والتي سميت باسم وزير الزراعة الذي كان مشهورا في هذا الوقت. وقد تم اعداد الخطة نتيجة لوجود عجز شديد في الأغذية الزراعية الوطنية والتي ساءت بسبب أزمة البترول وتداعياتها التي جاءت في صورة ارتفاع أسعار المواد الخام على المستوى العالمي؛ ولذلك فقد كان الهدف من هذه الخطة هو علاج هذا العجز. وقد تم تطبيقها من خلال ما أطلق عليه القانون "الرباعي الأوراق" (البرسيم رباعي الأوراق) الصادر في عام 1977 والذي تضمن بنودا خاصة بالتدخل على مستوى القطاعات في أربعة مجالات منها قطاع الألبان ومنتجاتها بالإضافة إلى إجراءين يتعلقان بالتعامل بين مختلف القطاعات أو الدعم على المستوى الإقليمي يهدفان بصورة أساسية إلى زيادة الإنتاج؛ وكانت نسبة الزيادة السنوية المستهدفة بالنسبة لإجمالي الإنتاج الزراعي هي 2.5%.

أما الخطط التالية التي تم تطبيقها في الثمانينيات والتسعينيات فقد كان الهدف منها هو دعم دخل المزارع. والتي كانت تعتبر عامل محركا في تطوير المشروعات الزراعية. مع وجود أهداف أربعة أخرى ثانوية وهي: ترشيد استخدام الأرض، إعادة التوازن الإقليمي وحماية البيئة الطبيعية، تقليل العجز التجاري وتطبيق سياسة رفع مستوى منطقة ميتسوجورنو. ومن الجدير بالملاحظة أن هذه الخطط لم تنطرق إلى سياسة الأغذية الزراعية. والتي تهدف إلى خفض أسعار الأغذية في المجتمع، وضمان جودة المنتج، وتطوير البحث، والتدريب والمعلومات في منظومة الأغذية الزراعية، ورفع مستوى التنسيق بين مختلف عوامل ومستويات المنظومة. وقد نتجت السياسات الخاصة بتنظيم قطاع الألبان في إيطاليا عن تطبيق اثنتين من اللوائح: اللائحة الأولى تتعلق بالعلاقة بين القطاعات المختلفة وهي تهتم بالمقاييس وعلامات الجودة في قطاع الأغذية الزراعية أما الثانية فهي لائحة ما وراء الحدود الوطنية وهي تتعلق بالتنظيم المشترك لسوق الألبان وبصورة أكثر تعميما تتعلق بإصلاح السياسة الزراعية المشتركة .CAP.

علامات الجودة الرسمية الخاصة بالألبان ومنتجاتها:

من الجدير بالملاحظة في البداية أن إيطاليا تقوم بإنتاج 31 نوعا من الجبن التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ بالإضافة إلى منتج تقليدي واحد مضمون المزايا وهو جبن "ريكوتا رومانا" والذي بدأ إنتاجه منذ عام 2005. ومع وجود 31 نوعا من الجبن بها فإن إيطاليا تأتي في المرتبة الثانية

بعد فرنسا فيما يتعلق بعدد المنتجات التي تتمتع بعلامة حماية المنشأ (جدول 1). أما فيما يتعلق بكميات إنتاج الجبن التي تتمتع بحماية مسمى. فتأتي إيطاليا في المقدمة حيث تقوم بإنتاج ما يربو على 450 ألف طناً من الجبن.

وبالرغم من ذلك، فإن عملية الإنتاج تتميز بوجود تكتلات، فالجبن الذي يأتي على رأس القائمة يسهم بحوالي 90% من إجمالي إنتاج الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ. ونتيجة لوجود اختلافات ملحوظة في مستوى الجودة وفي الكميات الكبيرة التي يتم تسويقها، فإن هناك كثير من المشكلات التي تكتنف عملية إدارة إنتاج وتسويق هذا العدد الكبير من منتجات المنافذ الصغيرة.

جدول - 1 الجبن الإيطالي الذي يحمل علامة حماية مسمى المنشأ في عام 2005

النسبة التراكمية % لإجمالي الجبن الذي يحمل علامة حماية مسمى المنشأ	نسبة إجمالي الجبن الذي يحمل علامة حماية مسمى المنشأ %	نسبة الاختلاف في عام 2005 إلى 2004 %	الإنتاج في عام 2005 بالطن	المنطقة	الجبن
35.2	35.2	+7.0	159621	بيدمونت، لومباردي، فينتو إميليا رومانيا، ترينتينو جنوب التيرول	جرانو بادانو
61.4	26.2	+1.8	118979	إميلي روماني، لومباردي	بارميجيانو ريجيانو
72.1	10.7	+1.8	48481	بيدمونت، لومباردي	جورجونزولا
78.6	6.5	+7.9	29590	كامبانيا	موتزاريل دي بوفالا كامبانيا
83.9	5.3	-37.5	23855	ساردينيا، لاتيوم	بيكورينو رومانا
89.1	5.2	+3.4	23617	فينتو	اسياجو
91.9	2.8	-5.4	12745	لومباردي، إميليا رومانيا	بروفولوني فالبادانا
93.3	2.0	-3.7	9196	لومباردي	تاليجيو
95.7	1.8	+4.7	8191	فريولي فينيتسيا جوليا	مونتاسيو
96.8	1.0	+3.3	4647	أوستا فالي	فونتينا

جدول (1) يتبع

97.5	0.8	-1.0	3428	لومباردي	كوارتيرولو لومباردو
97.9	0.4	-0.5	1870	توسكاني	بيكورينو توسكانو
98.3	0.4	+11.4	1760	ساردينيا	بيكورينو ساردو
98.6	0.3	-7.7	1370	لومباردي	فالتيلينا كاسيرا
98.9	0.3	-10.7	1148	بيدمونت	توما بيمونتيستي
99.1	0.2	+13.1	1120	كالابريا، باسيليكاتا	كاشيو كافالو سيلانو
99.3	0.2	-10.8	786	بيدمونت	راسكيرا
99.5	0.2	-7.4	775	بيدمونت	برا
99.6	0.1	+29.4	538	فينيتو	مونت فيرونيزي
99.7	0.1	+13.7	530	ساردينيا	فيوريساردو
99.8	0.1	-2.9	340	لومباردي	بيتو
99.8	0.1	+93.9	254	صقلية	راجوسانو
99.9	0.1	0.0	240	مارشيه	كاشوتا دورينو
99.9	0.0	+33.3	208	بيدمونت	كاستيلمانيو
100.0	0.0	+54.7	133	ترينتينو جنوب التيرول	سبريسا ديللي
100.0	0.0	+8.9	61	لومباردي	فورما يدي موت
100.0	0.0	74.4	34	ابوليا	كونيسترانو بوليزي
100.0	0.0	-73.5	26	بيدمونت	روبيولا دي
100.0	0.0	+44.4	26	بيدمونت	موراتسانو
100.0	0.0	+11.6	16	صقلية	بيكورينو سيسيليانو
100.0	0.0	0.0	3	اوستا فالي	فالي داوستا فروماتسو
100.0	100.0	+0.4	453588		إجمالي الحين الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ

المصدر: شروح وتقديرات تعتمد على بيانات المعهد الوطني لسوق الأغذية والسلع الزراعية والبيانات التي توصل إليها جمع شركات توتال وأسولات.

بالنسبة لمختلف أنواع الألبان، سنشير إلى قانون 1989/169 وتعليمات (السوق الأوروبية) أرقام 395/89 و 396/89 والتي تقوم بالتمييز بين ثلاثة أنواع من الألبان وفقا للمواد الخام، والمعالجة الحرارية، والمؤشرات التحليلية:

- > اللبن المبستر" (منتج أساسي ونادرا ما يوجد في السوق).
- > اللبن الطازج المبستر" (أسلوب واحد في المعالجة بالبسترة).
- > اللبن الطازج المبستر عالي الجودة" (مع معايير أشد فيما يتعلق بتركيبه اللبن والى أي مدى هو طازج، وسمات النظافة بالنسبة للمادة الخام).

إدارة الإنتاج وتطبيق الإصلاحات الخاصة بالسياسة الزراعية المشتركة

في عام 1983، عندما قرر وزراء زراعة دول الاتحاد الأوروبي تطبيق نظام الحصص على قطاع الألبان، كان قطاع إنتاج الألبان في إيطاليا مجزءاً بشكل كبير لكن بدأت أول بوادر عملية التكتل في الظهور؛ وكانت مزرعة الألبان متوسطة الحجم تضم حوالي 10 بقرات في الحظيرة وانخفاض عدد المنتجين بمقدار النصف في العقد التالي بمعدل نقص سنوي بلغ 8% - وهو أعلى بنقطتين من المعدل المتوسط في دول الاتحاد الأوروبي. وكان يخشى من أن يؤدي نظام الحصص الفردية إلى كبح جماح هذا التطور وأن يصبح من الصعب إقناع المنتجين بقبول القيود الصارمة المفروضة على الإنتاج في القطاع الزراعي الذي يعاني من عجز كبير في الإنتاج (وكان معدل العرض الذاتي للسوق يبلغ 70%)؛ وقد حدثت هذه المخاوف بالحكومة الإيطالية إلى أن تطالب بقواعد "خاصة" من أجل تطبيق حصص الألبان (وفي الواقع أن هذه القواعد قد تم تطبيقها أيضا في حالة اليونان). وبهذا تم اعتبار إيطاليا منطقة إنتاج واحدة حيث لا يتم تحديد الحصص بصورة فردية واعتبرت الحكومة مسئولة عن مراقبة عملية الالتزام "بالكمية الإجمالية المضمونة" (الحصة الوطنية).

في عام 1992، عندما تم إدراك عدم فاعلية نظام التحكم في الإنتاج الذي يجعل المنتجين غير مسئولين بصورة فردية، تم تطبيق نظام حصص للمنتجين بموجب قانون 92/468؛ وتم تخصيص حصة (أ) لكل منتج، وهي موازية لإنتاجه في عام 1983 بالإضافة إلى حصة (ب) وهي تماثل أي فرق إيجابي بين الإنتاج في عام 1991 و 1988. ويمكن لوكالة وزارة الزراعة (AIMA) وهي وكالة تابعة لوزارة الزراعة (ويطلق على وكالة وزارة الزراعة حاليا إسم AGEA) إصدار القرارات الخاصة بإجراء تخفيض أحادي الجانب من الحصص (ب) دون أي تعويضات من أجل المساواة بين مستويي الكمية الإجمالية المضمونة وإجمالي الحصص الفردية المخصصة لنفس المستوى في خلال خمس سنوات، لكن ظل هناك قدر من الغموض في تطبيق هذه المعايير. وقد انخفض مستوى انضباط المنتجين، وعندما تم تطبيق عقوبات بسبب تجاوز المنتجين، للحصص المقررة، تقدم المنتجون الذين تم تطبيق العقوبة عليهم إلى المحاكم الإدارية التابعين لها في مناطقهم - وهو ما جعل تطبيق العقوبات يتوقف فورا. ثم صدر عدد من التشريعات في السنوات القليلة التالية، كان آخرها قانون 03/119 والذي جعل تطبيق العقوبات على تجاوز الحصص المقررة في إنتاج الألبان أكثر صرامة. وفي نفس الوقت، تم جعل نظام تبادل الحصص بين المنتجين أكثر مرونة.

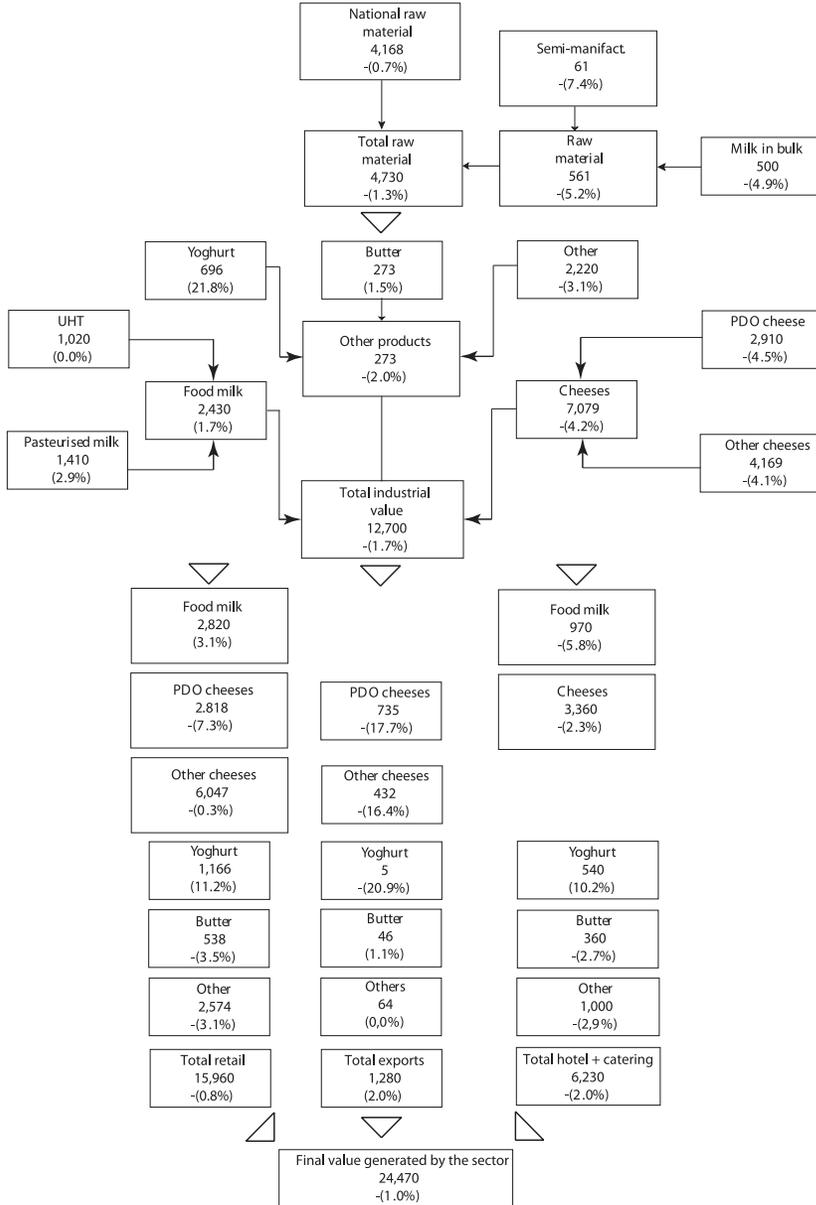
وكان إصدار المراجعة النصفية للسياسة الزراعية المشتركة قد أعطى للدول الأعضاء الحق في تحديد مدى ما يمكن تقديمه من مساعدات للإنتاج الزراعي مع الفصل بين مساعدات الإنتاج وبين مساعدات الدخل؛ وتم تبني العديد من الحلول. فقد قررت فرنسا تطبيق عملية انفصام جزئي بهدف الحد من وجود أي خلل في التوازنات الإقليمية. وقررت ألمانيا تطبيق عملية الانفصام بصورة فورية مع وجود نظام مهجن لتطبيق المساعدات؛ وتم حساب جزء من هذه المساعدات على مستوى كافة المزارع على أساس المرجعية، وتم حساب جزء آخر على المستوى الإقليمي. مع منح نفس القدر للهكتار في ذات المنطقة. أما إيطاليا فقد قامت بتطبيق الانفصام الكامل في عام 2006 لكن تم حساب المساعدات وفقا للمزرعة على أساس المرجعيات. وكانت مواد القانون التي تم تطبيقها قد أكدت على ضرورة تناسب المساعدات مع الحصة التي يستخدمها كل منتج؛ وبذلك فإن المنتج الذي يقوم بإنتاج كميات أكبر من الحصة المقررة له، سيحصل على مساعدات تتناسب مع الحصة المقررة له، أما المنتج الذي ينتج كميات أقل من الحصة المقررة له فإن المساعدة التي سيتلقاها ستتناسب مع إنتاجه الحقيقي.

حجم السوق وسلسلة القيمة:

في عام 2005، بلغ إجمالي قيمة المواد الخام في قطاع الألبان بإيطاليا 4.2 مليار يورو، وهو رقم يجب أن يضاف إليه قيمة المواد الخام التي تم استيرادها والتي تبلغ 561 مليون (شكل بياني رقم 1). وكانت قيمة السعر الخاص بالمصنع للإنتاج الصناعي الذي تم تصنيعه قد بلغت 12.7 مليار أي أن هناك قيمة صناعية مضافة بلغت حوالي 8 مليار، وكان الدخل النهائي الذي حققه هذا القطاع أكثر من 23.4 مليار وبذلك بلغ إجمالي هامش التوزيع 10.7 مليار. ويتم تقسيم هذا الدخل كما يلي: 68% جارة جَزئة، 27% فنادق وخدمات أغذية، و5% صادرات.

شكل بياني 1- سلسلة القيم في صناعة الألبان الإيطالية في عام 2005 بالمليون يورو*

*تمت الإشارة إلى الاختلافات بالمقارنة بالعام الماضي بوضعها داخل أقواس



المصدر: تم إعداده بناءً على بيانات Ismea, AC Nielsen, Istat and Confindustria

ويشير حجم المبيعات إلى زيادة تبلغ 3% بالمقارنة بعام 2004، و5% بالمقارنة بعام 2003. وقد حقق هذا التطور أساساً في قطاع التوزيع، وكانت حصص صناعة الألبان، وبخاصة القطاع الزراعي، تنخفض. مع وجود هبوط في قيمة ألبان المزارع بنسبة 5.6% بين عامي 2003 و 2005 (شكل بياني رقم 2).

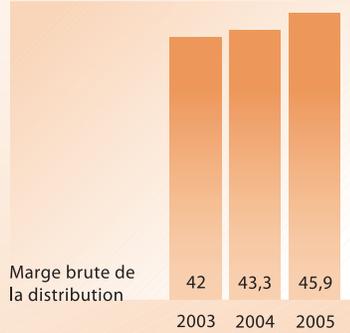
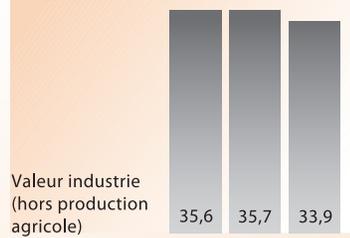
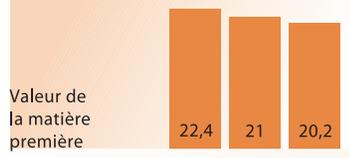
شكل بياني 2- توزيع القيمة في صناعة الألبان بإيطاليا . 2005 - 2003

لقد قامت صناعة الألبان الوطنية باستخدام 12.5 مليون طن في عام 2005. تم جلب 1.7 مليون طن منها من دول أخرى وذلك لإنتاج 2.9 مليون طن من لبن الشرب و1.2 مليون طن من الجبن (تم تصدير 230 ألف طن منها). و282 ألف طن زبدي وأنواع أخرى من اللبن المخثر إلى جانب 122000 طن من الزبدة.

وقد تم استخدام 70% من اللبن المتوافر في تصنيع الجبن؛ ويندرج 55% من الجبن المنتج تحت حماية مسمى المنشأ. وبذلك يستهلك الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ حوالي 39% من الألبان المتاحة في صناعة الألبان الإيطالية أو 44% من الألبان التي يتم جمعها في إيطاليا.

وفي قطاع لبن الشرب تتساوي تقريبا قيمة اللبن المعالج بحرارة عالية واللبن المبستر؛ أما من حيث الكميات. تبلغ نسبة اللبن المعالج بدرجات حرارة عالية 13% من اللبن المتاح بينما يمثل اللبن المبستر 10%. وعندما ينظر المرء إلى كميات الألبان التي يتم تصنيعها في صورة جبن يتمتع بحماية مسمى المنشأ. يمكننا القول أن 50% من اللبن الإيطالي يتم استخدامه في هذا القطاع الفرعي.

(en %)



Sources : Élaboration sur données Ismea, AC Nielsen, Istat et Confindustria

إنتاج الألبان وإعادة الهيكلة

أثناء عام 2006/2005 (والذي انتهى في 31 ديسمبر 2006) فإن إنتاج الألبان¹ الذي تم تسويقه كما هو (أي قبل القيام بعملية تعديل نسبة الدهون) قد زاد بنسبة 1.2% بعد عامين من الانخفاض: 1.8% في عام 2005/2004 و - 8% عام 2004-2003 (شكل بياني رقم 3). وبذلك فقد تجاوز الإنتاج 11 مليون طن.

1. الإنتاج الذي يتم تسويقه يعرف بأنه مجموع "التسليم" (كميات الألبان التي تم تسليمها إلى جهات التصنيع) و"المبيعات المباشرة" (الكميات التي يتم تصنيعها في المزرعة وتباع كمنتجات ألبان). وبهذا فإن هذا الرقم التقريبي لا يتضمن الكميات التي تستخدم في المزرعة ولا يتم تسويقها- والتي يتناولها المنتج وأسرتة. وصغار الحيوانات. الخ. وبهذا فهو الحجم الذي يتم الاعتماد عليه عند تطبيق حصص اللبن.

شكل بياني 3- عدد مزارع الألبان والإنتاج الذي يتم تسويقه من لبن الأبقار في إيطاليا.

1989/1988-2006/2005

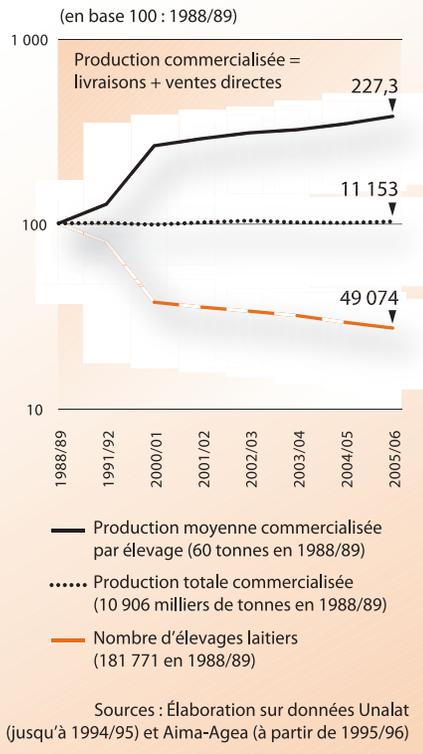
وقد تم اعتبار انخفاض الإنتاج في الفترة من 2003 إلى 2005 مؤشرا إيجابيا يدل على التكيف بصورة أفضل مع نظام إدارة تسليم الألبان والذي حدده القانون 03/119. وهو نظام خاص بتكييف تركيبة الإنتاج مع التغير في الحصص التي تم تطبيقها بموجب القانون مع مراعاة عملية انفصام مساعدات المنتج. وكانت الزيادة المسجلة في 2006/2005 تتعلق بعملية الفصل أما عام 2006/2005 فقد اعتبر الأساس في حساب المساعدات المنفصلة. وقد حاول المنتجون تجنب أي تقصير في استغلال الحصص- ومن هنا أتت الزيادة في الإنتاج.

واستمر عدد مزارع الألبان في الانخفاض بصورة منتظمة (-6.8% في عام 2005 بالمقارنة بعام 2004). وفي السنوات الثماني الأخيرة للمزارع تراوح معدل الانخفاض بين -9.6% في عام 2001-2000 وبين -5.3% في 2002-2003. وبذلك فقد انخفض عدد مزارع الألبان من 81553 في عام 1999/1998 إلى 94074 في

عام 2006-2005 في حين كانت تبلغ 182 ألف مزرعة قبل ذلك بعشر سنوات.

لكن هناك زيادة في متوسط إنتاج المزارع: فقد زاد الإنتاج من 60 طنا في عام 1989-1988 إلى 130 طنا تقريبا بعد ذلك بعشر سنوات ثم أصبح 227 طنا في العام السابق بنسبة زيادة مقدارها 9.6% بالمقارنة بالعام الذي سبقه.

كانت زيادة الإنتاج الذي يتم تسويقه من بين نتائج تطبيق نظام الحصص. وفي حين بلغ حجم الألبان التي يتم تصنيعها في المزرعة وتباع كمنتجات ألبان حوالي 3% إلى 4% في بداية الثمانينات، فقد تم إغلاق عدد كبير من معامل الألبان التي كانت ملحقة بالمزارع نتيجة لتطبيق نظام الحصص. وفي أثناء النصف الثاني من التسعينات كان نصيب الألبان التي يتم تصنيعها في المزرعة 1.5% وقد زادت هذه النسبة بمقدار طفيف بعد عام 2000 وأصبحت 2.6% في العامين السابقين. ويعزى هذا الاختلاف في الاتجاه إلى عدد من المنتجين الذين لا تنطبق عليهم قواعد الحصص لأسباب تتعلق بالهيكل، والذين قرروا أن يقوموا بتصنيع كل إنتاجهم من الألبان أو جزء منها مباشرة حتى يستفيدوا من هامش الربح الأعلى الذي يعود عليهم من عملية البيع المباشر.



وتشير الأرقام المتوفرة عن التجارة على أساس الحصص أنه في عام 2004-2005 كان هذا النوع من التجارة يخص 11500 مزرعة وكان إنتاجها 1.4 مليون طن (انظر جدول رقم 2). أما التجارة على أساس الحصة داخل المناطق فقد كان نصيبها حوالي 80 ألف طن (حوالي 6% من الإجمالي). وفي كل الحالات تقريبا كان المنتجون في لومباردي يقومون بشراء الحصص (حيث نجد تقريبا 40% من الإنتاج الوطني) في حين نجد أن الحصص قد أتت أساسا من كامبانيا (25 ألف طن) لاتيوم (21 ألف طن) وفينيتيا (18 ألف طن).

جدول 2- تبادل الحصص بين المنتجين في إيطاليا 2003/2002 - 2005/2004

الكمية (بالألف طن)			المنتجين المعنيين			
2005/2004	2004/2003	2003/2002	2005/2004	2004/2003	2003/2002	
267.3	125.6	51.3	1646	992	321	وراثه المزارع
531.9	280.0	212.0	5062	3650	3132	شراء حصص
179.8	239.3	218.3	1252	1647	1875	استئجار المزرعة+الحصص
403.9	409.2	202.2	5293	5889	3179	استئجار الحصص دون الأرض
32.4	47.3	54.5	253	381	465	أمور أخرى
1415.3	1101.4	738.2	11439	10833	8040	الإجمالي

المصدر: تم إعداده بناء على بيانات وكالة وزارة الزراعة (AGEA).

قطاع تصنيع ثنائي الأقطاب

يعتبر قطاع تصنيع الألبان في إيطاليا من أكثر القطاعات جَزئة في الاتحاد الأوروبي. ففي عام 2004 كان هناك 1673 وحدة تعمل في القطاع (أو على الأقل في مجال المعالجة الحرارية للألبان لإنتاج لبن الطعام) وكانت غالبيتها وحدات صغيرة تقوم بجمع 2000 طن من الألبان سنويا. ويميل رقم هذه الوحدات إلى التناقص في حين نجد زيادة في عدد الوحدات المتوسطة والكبيرة (جدول رقم 3).

موجة الاستحواذ والتكتلات

يقوم عدد محدود من مجموعات الشركات الكبيرة بالتحكم في جزء كبير من الإنتاج في قطاع الألبان وغالبا ما تكون هذه المجموعات عبارة عن فروع لشركات أجنبية. ويتم خلال هذا النادي المحدود بصورة أساسية عمل تكتلات من خلال عمليات الاستحواذ والاندماج. ويعتبر نمو مجموعة بارمالات من صور التطور التي حدثت في السنوات الأخيرة. وقد قامت المجموعة قبل انشقاقها في 2004 بتنويع أنشطتها بصورة كبيرة من خلال تطوير إنتاج كبير من الألبان المبسترة وإنشاء شبكة توزيع إلى جانب إنتاجها التقليدي من الألبان المعالجة بحرارة عالية من خلال الاستحواذ على شركة كارنيني في عام 2001. ومجموعة برونات (مع علامات الجودة

التاريخية مثل بولينجي، جيليو، سولي، متيز، توري إن بيترا) في عام 2003. وهناك طرف آخر مهم في سوق لبن الطعام وهي جمعية جرانارولو التعاونية والتي قامت بدورها بخطوة عملاقة من خلال الاستحواذ على شركة "سنترال دي لاتي دي ميلانو" في عام 2000 في مقابل 130 مليون تقريبا، وبعد أربعة سنوات، قامت نفس المجموعة بعملية استحواذ مقابل 20 مليون لشركة يومو وهي شركة رائدة في مجال توزيع الزبادي في إيطاليا وكانت في مقدمة الشركات في السوق لعدة سنوات وكانت حتى ذلك الحين تديرها أسرة واحدة.

ومن عمليات الاستحواذ النادرة التي قامت بها المجموعات التعاونية تلك العملية التي قامت بها مجموعة يوريجرانا في مودينا والتي قامت بشراء شركة بارماريجيو في مقابل 7 مليون يورو عام 2004.

جدول 3- وحدات الإنتاج العاملة في مجال معالجة أو تصنيع الألبان في إيطاليا في عام

2004/2001

الإجمالي		الوحدات المتوسطة والكبيرة		الوحدات الصغيرة		
البن المجموع بالألف طن	العدد	البن المجموع بالألف طن	العدد	البن المجموع بالألف طن	العدد	
9415	1738	6344	191	3071	1547	2001
9390	1734	6383	206	3007	1528	2002
9175	1707	6332	209	2843	1498	2003
9248	1673	6394	208	2854	1465	2004

المصدر: بناء على بيانات من معهد الإحصاءات الوطنية في إيطاليا

ملحوظة: الوحدات التي تقوم بتجميع أقل من 10 آلاف طن سنويا يشار إليها بأنها وحدات صغيرة أما تلك التي تتجاوز هذا الرقم فيشار إليها بأنها متوسطة الحجم أو كبيرة.

أما أكبر التغيرات التي حدثت في قطاع الجبن التقليدي فهو ما قامت به مجموعة لاكتاليز الفرنسي والتي دخلت الساحة الإيطالية عام 1988 (تحت اسم بسنيير) من خلال شراء شركة لوكاتيللي التابعة لنسله ثم قامت بعد ذلك بشراء شركة انفيرنتيسي من شركة كرافت في عام 2003. ثم تلت ذلك عمليات استحواذ في 2005 و 2006 بما جعل شركة لاكتاليز في مقدمة الشركات في القارة الأوروبية (متغلبة على آرلا فوود) مع تركيزها القوي على سوق الجبن الإيطالي، حيث تحتل مجموعة لافال المركز الثالث بعد كرافت (جدول رقم 4).

وقد تم قياس نتائج عمليات الاستحواذ هذه من خلال معاملات التكتل والتي كانت مرتفعة بصورة عامة في الأسواق المختلفة (جدول رقم 5). ومن الجدير بالملاحظة أن سوقا مثل سوق اللبن المبستر والذي كان يسيطر عليه في الماضي شركات محلية صغيرة ومتوسطة الحجم بما فيها شركة "سنترالي" التي تنتمي إلى إدارات البلديات (التي كانت تحتكر السوق حتى السبعينات) ينتهي بها الأمر باحتكار ثنائي من قبل شركتي بارامالات وجرانارولو واللتين تنتجا ثلثي الإنتاج. ويعتبر حجم التكتل كبيرا أيضا في قطاع الألبان المعالجة بدرجات حرارة عالية

والزبادي (حيث يتزايد بصفة خاصة بسبب شركة دانون التي تعتبر من الشركات الرائدة والتي تمتلك أعلى حصة في السوق وشركة جرانارولو والتي تأتي في المرتبة الرابعة بعد مولير ونسله. أما بالنسبة للجبن الطازج حيث تنتج شركة جالباني 20% تقريبا. فإن موقف كرافت الأخذ في الضعف (والذي انخفض من 11% إلى 8% في عام واحد) قد نتج في المقام الأول عن إنتاج الطرف الثالث وهو لاكتاليز (والذي ارتفع من 2.7% إلى 5.4%). ولا توجد أوضاع مهيمنة في سوق الجبن الطري وشبه الطري (لأنها أسواق مختلفة ومتميزة) أو في سوق الزبد- والزيد لا يعد منتجا استراتيجيا في نظام الألبان الإيطالي. ولم يتم عرض قطاع الجبن الجاف في هذا الجدول لأنه تسيطر عليه بعض مزارع الألبان الصغيرة والتي تعتبر بمثابة مستوى أول من الجمعيات التعاونية (وبذلك يقوم منتجو الألبان بإدارتها مباشرة)؛ ويشارك أكبر منتج بنسبة تقل عن 7%.

وبالرغم من ذلك القدر من التخصص الذي تتمتع به شركات الألبان الرئيسية واحتلالها لمكانة بارزة بالنسبة لفئة أو اثنين من المنتجات. فإن هناك العديد من الاستثناءات (جدول رقم 6) مثل مجموعة جرانارولو التي تنتج العديد من المنتجات والتي تعمل في كافة القطاعات تقريبا ومجموعة بارمالات والتي يعتبر إنتاجها متنوعا لدرجة ما.

جدول 4- إجمالي العائدات وإجمالي عائدات الجبن للشركات الإيطالية الكبرى العاملة بقطاع الجبن

الشركة	إجمالي العائدات 2004 بالمليون يورو	إجمالي عائدات الجبن بالمليون يورو	أنواع الجبن	نسبة الجبن الجاف %	نسبة الجبن الطري وشبه الطري %	نسبة الجبن الطازج %	نسبة الجبن المطبوخ %
جالباني	1124.0	844.0	موتزاليلا. ماسكاربوني. كريشندزا. جبن شبه طري غير ناضج. جورجونزولا. إيتاليكو. ريكوتا.	1.6	21.7	70.5	6.2
كرافتس فوودز إيطاليا	623.3	311.5	معجون جبن. الجبن الحلوم. امنتال. روبيولا. بيروموسالي.	-	2.2	60.7	37.1

3.2	75.8	21.0	-	موتساريل، ماسكاربوني، كريشبنديزا، جرجونزولا، تاليجيو، بري.	197.3	240.0	لاكتاليز إيطاليا
-	91.8	8.2	-	موتساريل، ماسكاربوني، ريكوتا	121.6	124.0	لاتبري
-	-	78.9	21.1	بروفولوني، بيكورينو	102.1	102.4	أوريكيو
3.9	80.5	4.5	11.1	موتساريل، ريكوتا، ماسكاربوني	101.1	851.9	جرانارولو
3.5	6.8	89.7	-	ميني بيبي بيل، ليردامير.	86.2	89.6	بيل إيطاليا

المصدر: بنك المعلومات

استراتيجيات التسويق في مختلف القطاعات

بالنسبة للبن الشرب، تم إعداد مزيد من الاستراتيجيات التنافسية التي تقوم على التركيز على هذا المنتج؛ وفي حالة اللبن المبستر واللبن المعالج بدرجات حرارة عالية، تم الاهتمام بدرجة كبيرة بالجودة وبالطابع الإيطالي للمواد الخام- وفي حالة اللبن المبستر كان يقدم للمستهلكين "ألبانا من مناطقهم". وقد تم استكمال هذه الجهود بعدد كبير من المنتجات منها منتجات خاصة: ألبان تم تزويدها بعناصر وظيفية مثل الفيتامينات والانزيمات المساعدة، الخ. ألبان ذات نكهات خاصة، ألبان سهلة الهضم، الخ.

وتعتبر العبوة التي يوضع بها اللبن من العوامل المميزة الأخرى: ففي حالة الألبان التي تتم معالجتها بدرجات حرارة مرتفعة نجد أن شكل العبوة الذي يأخذ شكل القالب التقليدي قد تغير ليصبح على شكل عبوات قابلة للإغلاق مثل الزجاجات البلاستيكية أو العبوات ذات الأغشية التي يمكن إغلاقها بغطاء حلزوني. وبالرغم من ذلك فإنه بالنسبة للألبان ذات الصلاحية الطويلة، وهو منتج لا يوجد له اسم مميز ينتمي إليه، فإن سياسات التسويق تعتمد على إجراءات ترويج المبيعات والسعر.

جدول 5- معاملات التكتلات في صناعة الألبان الإيطالية. 2004-2005

2005		2004		القطاعات الفرعية
المعامل سي 4	المعامل سي 2	المعامل سي 4	المعامل سي 2	
69.5	63.5	70.1	64.1	اللبن المبستر
53.8	45.9	53.7	44.3	اللبن المعالج بدرجات حرارة عالية
50.4	33.6	44.5	33.1	الزبادي وجبن الحلو
33.6	21.9	31.4	20.4	الزبد
35.6	26.9	35.4	29.8	الجبن الطازج
19.3	12.2	21.3	12.7	الجبن الطري وشبه الطري

المصدر: تم جمع المعلومات على أساس بيانات إيه.سي.نيلسون وبنك المعلومات.

سي 2 = المعامل الخاص بالشركتين الرائدتين

سي 4 = المعامل الخاص بالأربع شركات الرائدة

جدول 6- التصنيف وفقا لعائدات الشركات الرئيسية في القطاعات الفرعية من

صناعة الألبان في إيطاليا، 2005

الجبن الطري وشبه الطري	الجبن الطازج	الزبد	الزبادي وجبن الحلو	اللبن المعالج بدرجات حرارة عالية	اللبن الطازج	
1	1	2				جالباني
	2					كرافت فودز ايطاليا
7	3					لاكتاليز ايطاليا
	4					لاتبري
2						اوريكيو
	5	3	4	2	1	جرانارولو
		5	5	1	2	بارمالات
			1			دانون
			2			مولير

المصدر: تم جمع المعلومات على أساس بيانات إيه.سي.نيلسون وبنك المعلومات.

وقد احتدمت المنافسة في سوق الزبدي في السنوات الأخيرة: وهو أمر يمكن ملاحظته على عدة مستويات: بين الشركات الرائدة التي تقوم بوضع كثير من الاستثمارات في الدعاية والابتكار وبين الشركات التابعة التي عادة ما تقوم بتقليد ابتكارات الشركات الرائدة.

وكانت القوة الدافعة وراء تزايد الضغوط التنافسية هي زيادة ميزانية الدعاية. والحاجة إلى فتح أسواق جديدة بسبب درجة التجزئة الكبيرة في الطلب. وانخفاض مساحة التوزيع. ومن ثم الزيادة في التكلفة المرجعية. وقد تسبب ذلك في خلق معوقات هائلة أمام عملية الدخول إلى الأسواق. والتي لم تكن لتظهر في ظل استخدام التكنولوجيا التي يتم تطبيقها. وكان العائق المادي الوحيد الذي يواجه دخول منافسين جدد هو الحاجة لوجود شبكة توزيع مزودة بسلسلة مبردات للتخزين.

أما في قطاع الجبن الطازج فكانت هناك أنشطة ابتكاره كثيرة تتعلق بالتعبئة وبالمنتج نفسه. فقد تم على سبيل المثال ابتكار عبوات تحتوي على علب صغيرة. كما تم تقديم الجبن الموتزاريلا في الشرش الخاص بها في علب تشبه تلك العلب التي يتم تعبئة القشدة بها: أما بالنسبة للابتكار في المنتجات فقد عملت العديد من الشركات على استخدام الجبن كأحد المكونات عن طريق تقديم الخدمة مباشرة في صورة منتجات طازجة ومعدة مسبقا ومنتجات مطهية ومجمدة (من شرائح الجبن أو الجبن الرقائق إلى المنتجات التي تحتوي على قطع من الخبز) ومن خلال تقديم طرق جديدة للطهي المنزلي. وكانت هناك أنشطة دعائية مكثفة خاصة بالمنتجات الرئيسية - الجبن الموتزاريلا والكريشيزا: وتشير التقديرات إلى انه قد تم بيع 37% من هذه المنتجات في المتوسط بسعر الدعاية في عام 2005. مع ارتفاعات بلغت نسبتها أكثر من 50%.

أما بالنسبة لسوق جبن الحلوى فقد كان تأثير الاستثمارات في الدعاية تأثيرا كبيرا وبخاصة في قطاع الجبن الطازج بسبب وجود مجموعات شركات كبيرة تتمتع بسمعة قوية وحاول أن تقلل الضغط على الأسعار وهامش الربح من خلال الدعاية.

وتلعب الكفاءة في التوزيع دورا أساسيا في السياسات التنافسية للشركات: فمن الضروري وجود ترشيد في الإجراءات اللوجستية وتوافر شبكات توزيع متشعبة في ظل السيناريو الذي يظهر أن الهوامش التجارية تتضاءل بصورة مضطربة. وان التوزيع الحديث يفرض ضرورة وجود عرض يتميز بالدوام وخاصة بالنسبة للمنتجات ذات العمر القصير. والتي تتطلب وجود سلاسل مبردات للتخزين.

أما بالنسبة لسوق الجبن الجاف. حيث يوجد مستوى منخفض من التكتل والحماية. فليس هناك متسع لوضع استراتيجيات تنافسية مؤسسية. إلا أن هناك استثناءات: أحد الإستثناءات هو ما يتعلق بمجموعة بيراجي في منطقة بيدمونت. والتي اعتادت على إنتاج جبن جرانادا. ولكن بعد تطبيق بعض التقنيات التكنولوجية الحديثة منذ عشر سنوات. والتي لم يتقبلها الأخاد الرقابي. فقد قامت بتقبل التحدي المتعلق بترك حماية مسمى المنشأ واستئناف طريقها في التمييز الفردي. وتقوم مجموعة بيرجاني حاليا بجمع 450 ألف لتر من الألبان يوميا. والتي تنتجها ألف من مزارع الألبان في المنطقة. ويعمل بها 350 موظف. وما أن يتم جمع اللبن وإزالة القشدة بصورة جزئية (يتم استخلاص الزبد والقشدة الطازجة) حتى يتم إنتاج 1500 قرص من

جين جرانابيراجي يوميا بالإضافة إلى 700 قرص من جين جورجونزولا. إن المنتج الرئيسي يشبه جين جرانابادانو بالرغم من إنتاجه من خلال وسائل تقنية تتطلب وقتا أقل وعدد عاملين أقل مما تتطلبه الأساليب التقليدية. وغالبية هذا الجبن يتم تقطيعه قطع سابقة التغليف تختلف في حجمها - "بيراجينيز" 25-30 جرام تباع في عبوات تزن حوالي 500 جرام أو 300 جرام أو يتم تصنيعها في صورة جبن مبشور.

التمييز الجماعي للمنتجات التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ: حالة براميجيانو ريجيانو

إن التمييز بين الجبن الايطالي القاسي- براميجيانو ريجيانو، جرانابادانو، بيكورينو رومانو، أو بيكورينو ساردو- هي وظيفة الاتحادات الرقابية إلا في حالات استثنائية قليلة. فالشركات غالبا ما تكون صغيرة بدرجة لا تسمح لها بتوافر الموارد المالية الضرورية والسمعة التي تمكنها من تمييز منتجاتها. والعديد من هذه الشركات عبارة عن جمعيات تعاونية (يتم إنتاج 85% من جين براميجيانو ريجيانو و 50% من جين جرانابادانو من قبل جمعيات تعاونية) وتعاني من نفس المشكلات التي تواجه الشركات المماثلة، والتي تعاني غالبا من انخفاض رؤوس الأموال ووجود آليات معقدة لاتخاذ القرار، إلى جانب وجود شركاء يبغيضون الحظارة. وعلاوة على ذلك، فإن مواصفات الإنتاج تتطلب توافر مقاييس مفصلة وقاسية والتي يمكن أن تصبح عائقا أمام استراتيجيات التسويق الخاصة بالمنتجات الفردية. فجين براميجيانو ريجيانو على سبيل المثال تتمتع بسمات فنية تتفق مع معايير محددة بدقة. كما أن له صورة محددة بدقة لدى المستهلك، الذي يتعرف على الاسم العام المميز للسلعة لكنه لا يربط بينه وبين أي منتج بعينهم.

ويعمل نظام تمييز المنتجات بصورة جيدة حتى الآن؛ وقد كان منتجو الألبان ينوون إنتاج جين براميجيانو ريجيانو وكانوا يتفاوضون دائما سعرا أكثر من سعر السوق بحوالي 20% إلى 30%. ولكن كانت هناك عوائق معينة تواجههم وكانت تتعلق بصفة أساسية بعلف الماشية إلى جانب ما يتحملونه من تكلفة إنتاج عالية، وكان العمل المشترك من خلال المساهمات المالية لمزارع الألبان تعنى إمكانية استثمار مبالغ ضخمة نسبيا في مجال الدعاية، وهي مبالغ أكبر من قدرات المنتجين المنفردين نتيجة لصغر حجم مشروعاتهم. وكانت الاتحادات الرقابية وراء تطوير هذه الاستراتيجية الخاصة بتطوير الجودة بصورة جماعية. وهي منظمات تطوعية تعمل على تطبيق اللوائح الخاصة بإنتاج جين براميجيانو ريجيانو والتي حددها مرسوم وزارة الزراعة الصادر في 17 مايو 1938. ويقوم الاتحاد إلى جانب ذلك بالترويج لشهرة الجبن من خلال حملات دعائية؛ كما انه يبحث عن أي إساءة لاستخدام علامة تجارية ويقوم بتقييم أقرص الجبن لمنح حماية مسمى المنشأ مع وجود العلامة التجارية لجبن براميجيانو ريجيانو على سطحها أو مطبوعة على العبوة بالنسبة للجبين المعبأ مسبقا أو الجبن المبشور.

وبمرور السنين قامت الاتحادات التي تعمل على مراقبة الأجبان الرئيسية ذات حماية مسمى المنشأ- إلى جانب المنتجات الأخرى مثل بارما هام، سان دانييل هام، الخ- بتطوير منظومة تنظيم ذاتي للإنتاج: فيتم تحديد الإنتاج المستهدف في كل عام فيما يتعلق بعدد أقرص الجبن مع الأخذ في الحسبان المواقف الخاصة بمجالات الإنتاج والاستهلاك والاستيراد. ثم يتم تقسيم الكميات بين كافة مزارع الألبان على أساس الحصص الفردية ويتأكد الفنيون في الاتحاد من الالتزام بكافة الحصص. وبعد حدوث زيادة مفاجئة في الأسعار في الفترة بين 1994 و 1995.

قامت هيئة التنافس وضمان الأسواق (الهيئة الوطنية لمكافحة الاحتكار) بعمل تحقيق. ثم قامت باتخاذ إجراءات تأديبية ضد هذا النظام في عام 1996 بسبب ما حدث من تشويه لعملية التنافس بما عاد بالضرر على المستهلك. ونتيجة لذلك تم حل هذا النظام بما حد من إمكانية تنظيم هذا القطاع الذي يتعرض بصورة طبيعية إلى تذبذبات كبيرة في الأسعار.

وتعتبر النتائج المتعلقة بتطبيق لوائح المجتمع رقم 2081 و 2082 في عام 1992 والتي تمثل الآن الأساس الذي يحكم نظام حماية مسمى المنشأ من العقبات الأخرى التي تواجه هذا القطاع. وتنص اللوائح. من بين أمور أخرى. على تحديد أكثر دقة للأدوار التي تلعبها الجهات الرقابية. كما تم تحديد الطرف الثالث وكان في بعض الأحيان حديث الإنشاء كما هو الحال مع قسم الرقابة على الجودة الخاصة بجبن بارميجيانو ريجيانو والذي يقوم بتطبيق ضوابط تعتمد على التأكد من الالتزام بمواصفات الإنتاج. واللوائح الخاصة بعلف الماشية. ومقاييس إنتاج الجبن وقواعد استغلال اسم المنتج المميز. وخضعت جميع الأطراف في نظام الإنتاج إلى ضوابط: مزارع الحيوانات. مزارع الألبان. مخازن الإنضاج. والمنشآت التي يتم تقطيع الجبن بها سواء كان سابق التعبئة أو مبشور؛ وكانت عمليات التفتيش تتم وفقا لخطة تفتيش تم تحديد مراحل كل عملية منها وتم تقديم توصيات تتعلق بمواصفات الإنتاج والضوابط ذاتية التطبيق التي يجب أن تتبناها الشركات المعنية. وتم وضع الضوابط التي تقوم الأخادات والقسم بتطبيقها. إلى جانب مراقبة المناهج والقيام بالتفتيش بصورة دورية. ومواجهة مخالفات القواعد بصرامة.

ويواجه نظام التنوع التقليدي في مجال الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ ظاهرة تزايد التكتلات في مجال التوزيع. ومن المفارقات. أن العمل الطويل والصبور الذي يقوم به المنتجون. الذين جحوا في وضع معايير محددة للغاية للجبن. قد أصبح حاليًا سلاحًا في يد سلاسل البيع الرئيسية والتي يوجد منها خمسة أو ستة في البلاد. وفي الوقت الحالي. يباع 70% من جبن برامجيانو ريجيانو او جرانابادانو في فروع السوبر ماركت مقابل عروض خاصة فقط. وبهذا فإن المنتجين يخسرون كل قدراتهم على التفاوض بشأن شروط البيع. لذا فقد تم وضع مناقشة الفرص المتاحة للتنوع الفردي للمنتج على أجندة المناقشات.

الاستهلاك والتوزيع

في عام 2005. استمر الاقتصاد الإيطالي في ركوده للعام الرابع على التوالي. وكانت الصورة تعكس وضع بلد في حالة ركود مع وصول معدل نمو إجمالي الدخل الوطني من عام لآخر إلى نقطة الصفر (بالرغم من أن المؤشرات الاقتصادية الحديثة مثل مؤشرات الإنتاج الصناعي والطلبات ومبيعات التجزئة توحي بأن الاقتصاد يتعافى من هذه الأزمة). وكان موقف الاستهلاك الأسرى خطيرا. وهو أمر أثر بدوره على أنشطة المؤسسات: فبينما تم تسجيل زيادة متواضعة في المشتريات الخاصة بلغت 0.7% في عام 2004. فإن الرقم قد أصبح -0.1% في عام 2005. وكان هذا التطور المحبط في مجال الاستهلاك هو نتيجة لعدة عوامل مجتمعة: تدهور في ثقة المستهلك. انخفاض في نمو الدخل المتاح وحدوث تغير في تحديد أولويات الصرف في ميزانية الأسرة. وقد تم تعديل استراتيجيات توزيع المؤسسات بحيث تتماشى مع هذه الظروف مع بذل جهود خاصة لكسب ثقة المستهلك من خلال وضع سياسات جريئة للأسعار. والتي زادت من التنافس بين قنوات التوزيع.

لبن الشرب

كان هذا الموقف قد أثر في منتجات الألبان، مع وجود اختلافات بين منتج وآخر. ويبدو أن قطاع لبن الشرب يظهر مؤشرات تعافي منذ عام 2005، وبعد أربعة سنوات من الهبوط في الفترة من عام 2000 إلى عام 2004 وحقق معدل هبوط مقداره -2.6%. تم تسجيل معدل نمو يزيد على 4% في مجال الألبان المبسترة، و25 في مجال اللبن المعالج بدرجات حرارة مرتفعة. ومع استقرار الأسعار بالنسبة للنوع الأول والهبوط الطفيف في حالة النوع الثاني، فقد أصبح اللبن المبستر الآن في مقدمة منتجات الألبان فيما يتعلق بالحصصة السوقية الخاصة بالقيمة (جدول رقم 7).

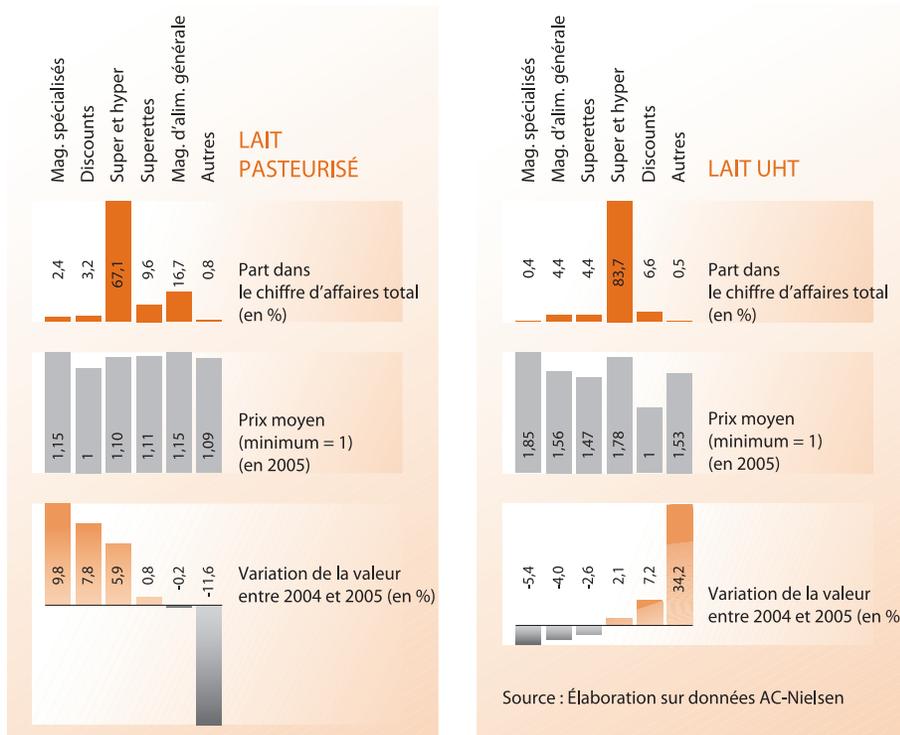
جدول 7- مبيعات التجزئة لمنتجات الألبان في إيطاليا ، 2005

القيمة		الكمية		
نسبة الفرق % 2005/2004	بالمليون يورو	نسبة الفرق % 2005/2004	الطن	
4.32	1183566	4.18	914410	اللبن المبستر
2.01	1166690	2.83	1410065	اللبن المعالج بدرجات حرارة عالية
0.22	109916	2.07	18728	الزبد
5.53	458654	5.67	137478	الزبادي وجبن الحلوى
2.93	1442361	3.39	216576	الجبن الطازج
2.43	1082198	2.78	149691	جبن موتزاريلا
7.36	255773	6.64	53701	جبن ريكوتا
1.93-	104390	-2.2	13184	أنواع أخرى
0.16-	467768	0.26	57716	الجبن الطري
7.02	137324	8.26	16012	جورجونزولا
4.08-	78812	4.65-	10596	كريشندزا
10.82-	36155	8.82-	4199	إيتاليكو
4.99-	30342	1.23-	3771	تالجيو
0.24-	185135	0.44-	23138	أنواع أخرى
1.67-	723412	1.57-	98260	جبن شبه طري
4.37-	187426	3.77-	26842	امنتال وأنواع مشابهة
2.73-	140113	3.05-	18157	بروفولون
2.08	88866	2.85	12654	اساجو
9.33	65470	7.74	8071	كاتشو كفالو

7.96-	56996	6.7-	7918	فونتينا
1.21-	184541	1.23-	24618	أنواع أخرى
3.82-	1142514	1.3	116617	الجبن الجاف
0.83-	438733	9.04	36956	بارميجيانو ريجيانو
8.32-	424074	4.15-	49080	جرانا بادانو
4.48-	147213	1.98-	15063	بيكورينو
2.84	132494	5.86	15518	أنواع أخرى
0.08-	5002721	1.71	643123	إجمالي أنواع الجبن
1.19	7948547			إجمالي منتجات الألبان

المصدر: بناء على بيانات إيه.سي.نيلسون

شكل بياني 4- توزيع لبن الشرب في إيطاليا، 2005



ويعتبر قطاع اللبن "ذو الجودة العالية" أكثر القطاعات نمواً. ويمثل 42% من لبن الشرب المبستر بالمقارنة بنسبة 38% التي تم تحقيقها منذ ثلاثة سنوات. ومن العوامل المتعلقة بنجاح اللبن المبستر تلك البنود التي وردت في اثنين من المراسيم الوزارية: الأول يرجع إلى يونيه 2003 وهو

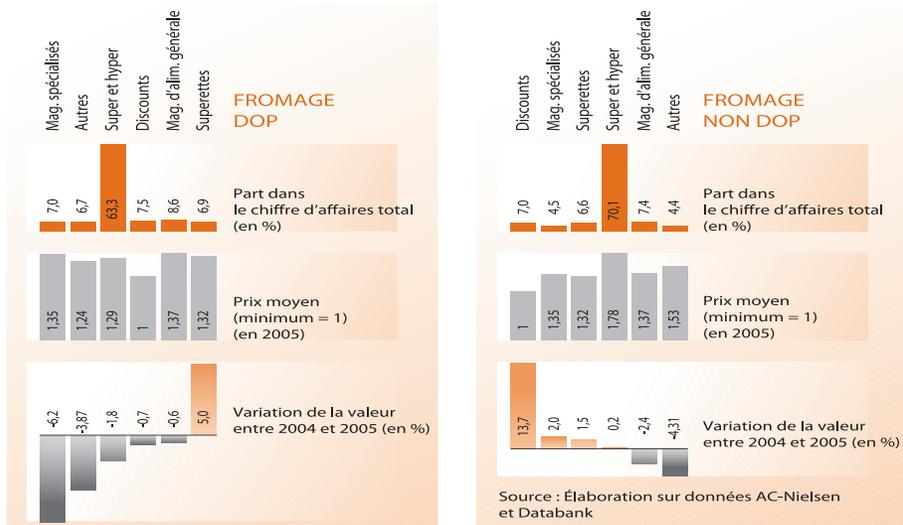
الذي مد العمر الافتراضي للين المبستر الطازج واللين المبستر الطازج ذو الجودة العالية؛ والثاني يعود إلى يناير 2005 وهو ينص على ضرورة أن تتم الإشارة إلى موقع عملية الحلب ومنشآت تهيئة الحليب وكتابتها على بطاقات هذه السلع. وقد أدى المرسوم الأول إلى انخفاض متوسط عدد المبيعات والتي انخفضت من 37 إلى 31 في عام واحد. في حين استجاب المرسوم الثاني إلى عملية الطلب على توافر الشفافية والأمان فيما يتعلق بالمواد الخام.

وقد أدركت سلاسل التوزيع مزايا اللين المبستر كمنتج يخلق سمعة جيدة؛ فقد حققت فروع السوبر ماركت والهيبر ماركت أرباحا كبيرة في عام 2006 محققة 67% من الحصة السوقية بدون استخدام سياسات سعرية خاصة والتي لا تميز بينها وبين تجارة التجزئة التقليدية. (شكل بياني رقم 4). أما في حالة اللبن المعالج بدرجات حرارة مرتفعة، حيث تقوم سلاسل المتاجر بالاستحواذ على مكانة مسيطرة. فإن متاجر الأغذية العامة والميني ماركت تقدم أنواع سلع منخفضة الأسعار. في حين تميل فروع السوبر ماركت والهيبر ماركت إلى بيع الأنواع المعروفة.

الجبن

أظهر سوق الجبن مؤشرات تدل على التعافي المؤقت في عام 2005 عندما ارتفع حجم المبيعات بنسبة 1.7%. وكما كان الحال في السنوات الماضية. كان هذا الأمر يمكن التحقيق بسبب حدوث انخفاض في الأسعار (-1.8%) بعد عدة سنوات من الارتفاع المضطرب في كافة الأصناف تقريبا. وقد ظل الإنفاق المالي عند نفس مستوى العام السابق وهو حوالي 5 مليار يورو تقريبا. وكان لركود الدخل وفقدان القدرة الشرائية للأسرة تأثيرا سلبيا على استهلاك المنتجات ذات الأسعار المرتفعة نسبيا مثل الجبن. وقد كان الوضع أفضل قليلا في مجال تجارة التجزئة حيث ركزت سلاسل التجزئة جهودها على أدوات الترويج وبخاصة الترويج من خلال الأسعار؛ بالنسبة للجبن النوعي، زادت حصة مبيعات الدعاية من 74% إلى 79% في الفترة من 2002 إلى 2005.

شكل بياني 5- توزيع الجبن في إيطاليا، 2005



وقد تم تحقيق أفضل نتائج في قطاع الجبن الطازج والذي حقق زيادة كمية بلغت نسبتها 3.4% وزيادة في القيمة مقدارها 2.9% وكان جبن موتزاريللا أكثر أنواع هذه الفئة مبيعا لأنه يتم إنتاجه في العديد من الأشكال والصور.

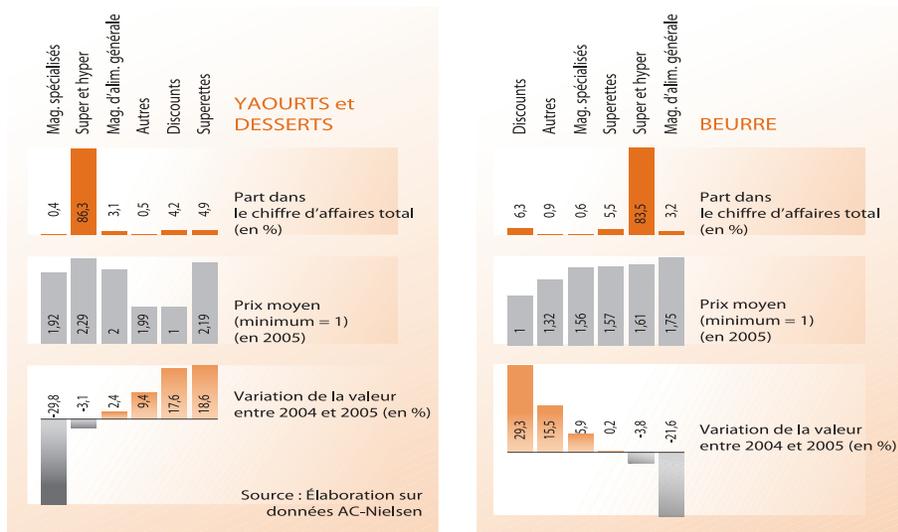
أما الجبن الصلب. وهو القطاع الثاني الكبير من قطاعات الإنتاج الوطني. فقد حقق زيادة كميته بنسبة 1.3% لكن انخفض من حيث القيمة بسبب حدوث انخفاض قدره 5% في متوسط السعر.

عند عقد مقارنة بين الجبن الذي يحمل يتمتع بحماية مسمى المنشأ والجبن الذي لا يحمل مثل هذه العلامة. فقد تم تسجيل أسوأ أداء بالنسبة للجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ حيث كان هناك انخفاض في العائدات وبخاصة في حالة جبن الجبن الذين يتعاملون بصورة أساسية في أفضل المنتجات (شكل بياني رقم 5). أما الجبن الذي لا يتمتع بحماية مسمى المنشأ المنشأ فقد حقق زيادة في المبيعات في المتاجر التي تقدم تخفيضات والتي تحصل على حصة 7% من السوق من خلال مزايا سعرية هائلة.

منتجات الألبان الأخرى

لا يعتبر الزبد من بين الأصناف التقليدية التي تظهر على موائد غالبية الإيطاليين: وبالرغم من التقديرات التي أشارت إلى أن نسبة اختراق السوق قد بلغت 82% (هناك أكثر من 4 أسر من بين كل خمسة أسر تشتري زبد مرة في العام على الأقل) فإن نسبة الاستهلاك الفردي تقل عن 3كجم. لأن الزبد يقتصر استخدامه على الطهي (شكل بياني رقم 6).

شكل بياني 6- توزيع الزبدي وجبن الحلوى والزبد في إيطاليا، 2005



أما الزيادة التي سجلت في قطاع الزبدي في عام 2003 فقد تأكدت في عام 2005. وهو تطور يميز إيطاليا عن الدول الأوروبية الأخرى حيث يشير سجل السوق إلى وصوله إلى مرحلة النضج

الكامل. وفي ظل وجود نسبة استهلاك فردي مقدارها 7 كيلو جرام سنويا فإن إيطاليا تعتبر مستهلكا كبيرا (تحتل المركز الخامس عشر على مستوى العالم) بالرغم من أنها لازالت تأتي بعد هولندا (حوالي 25 كيلو جرام للفرد) وفنلندا وفرنسا (23 كيلو جرام و 21 كيلو جرام على التوالي).

الفصل 10

إعادة هيكلة صناعة الألبان فى أسبانيا استراتيجيات الجودة والاتحادات

سمير ميلى

هياكل وسياسات انتاج الألبان

يعتبر نصيب قطاع الألبان فى الانتاج الزراعي فى أسبانيا، واحدا من أدنى الأنصبة فى الاتحاد الأوروبى: 5.8% من قيمة الناتج الزراعي النهائى فى عام 2004 (13.3% فى الاتحاد الأوروبى-25). وتمثل ألبان الأبقار فى أسبانيا، أقل من 5% من إجمالي انتاج الجماعة الأوروبية (جدول 1). حيث تأتى بعد ألمانيا (21%)، وفرنسا (18%)، والمملكة المتحدة (11%)، وهولندا (7%)، وإيطاليا (7%). ولا تزال هياكل انتاج الألبان شديدة التشرذم، حيث يوجد حوالى 29000 مزرعة معظمها مزارع عائلية. ومنذ انضمام أسبانيا الى الاتحاد الأوروبى عام 1986، فقد ظل إجمالي الناتج من الألبان ثابتا من الناحية الفعلية خلال تلك الفترة الطويلة، بالنظر الى عدم الكفاية الواضحة لحصص الألبان.

هياكل انتاج الألبان:

يبلغ الناتج الكلى للألبان، فى أسبانيا، حاليا، 7.5 مليون طن، 88% منها ألبان أبقار، 6.6% ألبان ماعز، 5.6% ألبان نعاج. وكما هو الحال فى بلدان الاتحاد الأوروبى الأخرى، نجد أن حجم القطعان المدرة للألبان يتناقص، بينما حجم الناتج يتزايد (سينيرو وفالديز، 2001 و بوكسادى، 2004). ويوجد حاليا ما يناهز مليون بقرة مدرة للبن فى أسبانيا (1.057 مليون بقرة فى ديسمبر 2004، أي 4.5% من إجمالي عدد الأبقار فى الاتحاد الأوروبى-25)، واما عن الناتج من الألبان، فلا تزال الأرقام تعتبر من أدنى الأرقام فى الاتحاد الأوروبى على الرغم من الزيادات التى حققت: بلغ متوسط إنتاج البقرة 5681 كيلو جرام، مقابل 5897 كيلو جرام فى الاتحاد الأوروبى-25 و 6233 كيلو جرام فى الاتحاد الأوروبى-15.

وفى 2005، كان هنالك 3 ملايين من النعاج المدرة للألبان، وكانت تنتج 422000 طن (أى متوسط انتاج النعجة فى السنة 135 لترا)، 1.4 مليون ماعز مدرة للألبان، تنتج 498000 طن (أى أن متوسط انتاج الماعز فى السنة 315 لترا)، وكانت الزيادات فى الناتج المحقق من هاتين السلعتين قد تم تسجيله مع الوقت، ومن الناحية العملية، نجد أن 10% من ألبان النعاج، يستخدم فى صناعة الجبن بالطريقة اليدوية، أما الكمية الباقية فيتم توريدها للصناعة، ونجد أن نسبة صغيرة من ألبان الماعز (1%) تستهلك كألبان للشرب، ويستخدم 9% فى انتاج الجبن فى المزرعة بالطريقة اليدوية، ويبيع 90% للصناعة من أجل تصنيع الجبن (ميركازا، 2006).

جدول 1 - الناتج من الألبان ومنتجات الألبان في العالم، والاتحاد الأوروبي، وأسبانيا (بالآلف

طن)

السلعة	عام	العالم	الاتحاد الأوروبي**	أسبانيا
لبن بقري	2002	507994	121957	6418
	*2005	529833	142524	6636
لبن نعاج	2002	8047	2309	406
	*2005	8574	2362	422
لبن ماعز	2002	12121	1616	513
	*2005	12438	1806	498
أجبان (جميع الأنواع)	2002	17284	7111	203
	*2005	18483	8714	134
زيد	2002	7950	1789	56
	*2005	8206	2060	51
لبن مركز مكثف	2002	3986	1316	74
	*2005	4014	1449	65
لبن بودرة منزوع الدسم	2002	3504	1078	14
	*2005	3280	1242	13
لبن بودرة كامل الدسم	2002	2659	721	15
	*2005	2755	825	14

المصادر: الفاو، إدارة الإحصاءات الأوروبية، وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية 2006.

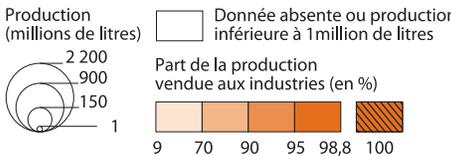
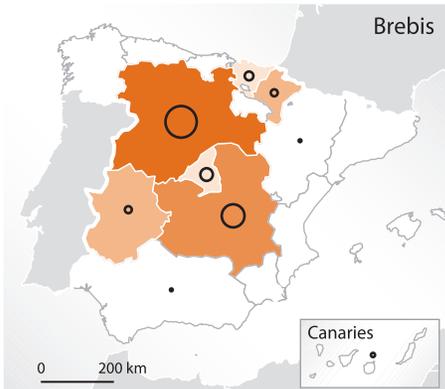
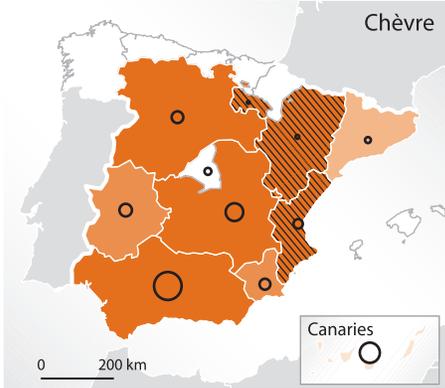
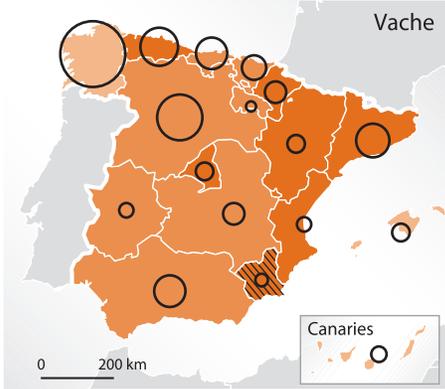
* 2005 تقديرات

* الاتحاد الأوروبي-25 عام 2005.

وعلى المستوى الإقليمي، فإن إنتاج ألبان الأبقار يتركز في جاليسيا (34.5% من الناتج القومي الكلي في 2003)، يليه إقليم كاستيلا وليون (14.6%)، واستورياس (10.2%)، وقطالونيا (8.7%)، وأخيرا الأندلس و كانتابريا (8.2% لكل منهما)، وتستحوذ تلك الأقاليم الستة معا على ما يناهز 85% من إجمالي الناتج من الألبان في أسبانيا (شكل 1)، أما إنتاج النعاج من الألبان فيتركز أساسا في منطقتين تتمتعان بالاستقلال الذاتي، هما: كاستيلا وليون، وكاستيلا لامانشا، بينما يتركز إنتاج ألبان الماعز أساسا في الأندلس، وكاستيلا وليون، وكاستيلا لامانشا، واستريمادورا.

ويبلغ متوسط حجم المزارع في أسبانيا حاليا (مقاسة بحصتها من الألبان) 200 طن من الألبان؛ ويقترب ذلك من المتوسط في فرنسا (210 طن)، وأعلى من المتوسط في الاتحاد الأوروبي-25 (اسكريبانو، 2006)، ويعد أن 36% من العدد الإجمالي لمزارع الألبان في عام 2005-2006 من المزارع الصغيرة (أقل من 75 طن)، وينتج 13% من تلك المزارع الصغيرة أقل من 25 طن مقابل 89% في عام 1993/1992 (جدول 2)، ويقع معظم تلك المزارع في إقليم جاليسيا الذي يضم 55%

من منتجي الألبان. 36% من القطعان المدرة للألبان. 35% من الناجح القومي من الألبان في عام 2006. وقد شهدت طرق الانتاج تغيرا طفيفا: عدداً محدوداً من الأبقار وفلاحين من كبار السن يقومون باستثمارات محدودة. ومع ذلك، فإن تلك المزارع تلعب دورا هاما في الحفاظ على النسيج الريفي.



Source : MAPA

خريطة 1- الناجح من الألبان في أسبانيا:

التوزيع الإقليمي 2003

ولقد حصلت المزارع متوسطة الحجم (ما بين 75-300طن) على خبرات فنية كبيرة في أساليب الانتاج لديها. ولقد زاد عدد تلك المزارع في البلاد بنسبة 46% في عام 2006-2005، بالمقارنة بنسبة 10% في عام 1993-1992. وفي نفس الوقت، انخفض متوسط أعمار الفلاحين، فيما تحسن مستوى التدريب، والمستوى المهني. كما تغيرت الأوضاع القانونية لكثير من المزارع: فالمزارع الفردية قد تحولت الى شركات صغيرة (من خلال عمليات الاندماج أساسا) أو إلى مزارع منظمة على أساس تعاوني. مع قدرتها على تغطية جميع مراحل عمليات الإنتاج؛ ويمثل هذا النوع الأخير حاليا ما يزيد على 35% من كميات الألبان على مستوى الوطن.

وبالمثل، فإن عدد المزارع الكبيرة (أكثر من 300طن) استمر في الزيادة: 18% في عام 2006-2005 مقابل 1% في عام 1993-1992؛ وتمتع تلك المزارع بمستوى عالٍ من الخبرات الفنية وتقوم بالاستثمارات الكبيرة. ويوجد في الوقت الراهن، قرابة 5400 مزرعة من هذا النوع، وتتعامل في 58% من كمية الألبان على مستوى الوطن. وبالإضافة الى هذه المزارع المختلفة، توجد 158 مزرعة، تزيد حصة كل منها على 2000 طن، وتبلغ قدرتها الاستيعابية 572000 طن من كمية الألبان.

ويعرض الجدول رقم 3 المؤشرات الهيكلية، ومتوسط النتائج المالية لمزرعة ماشية مدرة للألبان خلال الفترة 2003-2000، ويمكن للمرء أن يلاحظ أن القيمة الصافية المضافة، لكل مزرعة، 22000 مقابل تكلفة إجمالية تبلغ 30000، حيث 40% منها مقابل أعلاف الماشية.

دفع أثمان الألبان:

يعتبر إنتاج الألبان في أسبانيا، كما هو الحال في دول أخرى، موسميا إلى حد ما، مع وصول الإنتاج إلى ذروته في شهري أبريل-مايو، وأدنى إنتاج أثناء شهور الشتاء (ولاسيما ديسمبر ويناير). ولهذه التغيرات في الإنتاج نتائج مباشرة بالنسبة لتطور أسعار الألبان، ومنتجات الألبان المصنعة (رسم بياني 1، جدول 4): فالأسعار تنخفض في فترات الإنتاج العالي بسبب المرونة الشديدة لسوق الألبان إزاء تقلبات العرض. ثم إن هنالك عوامل أخرى مثل: مستويات الطلب المحلي، وأسعار المستهلك، ومستويات الطلب الخارجي على الألبان، وأسعار الألبان وخصوصا في فرنسا والبرتغال، تتدخل أيضا في تحديد أسعار الألبان في أسبانيا.

جدول 2 - فئات المزارع ذات الحصص، أبريل 2006

حصة الفئة	عدد المزارع	%	إجمالي الحصة (1000 طن)
أقل من 25	3700	13	51
25-50	3550	12	132
50-75	3100	11	192
75-200	9950	34	1290
200-300	3590	12	870
300 فأكثر	5360	18	3550
المجموع	29250	100	6085

المصدر: الصندوق الأسباني للضمان الزراعي لايبيرا، 196، 2006.

ولابد أن نوضح أن سعر اللبن في أسبانيا، تسليم بوابة المزرعة، قد زاد خلال السنوات القليلة الماضية، ووصل الآن إلى 0.30 يورو للتر (بيانات 2006 من الاتحاد الأسباني لصناعات الألبان)، وفي نفس الوقت نجد أن أسعار الألبان في دول أخرى مثل ألمانيا وفرنسا، أخذت في الانخفاض (0.27 يورو فقط للتر)، وكان سعر اللبن في أسبانيا عادة أقل من متوسط سعره في دول الاتحاد الأوروبي-15 (ألفاريز ديل كامبو، 2006).

ويتم تثبيت سعر المنتج اللبن (أنظر الرسم البياني 1) في المفاوضات الخاصة بين المنتج والفلاح والمشتري، ويتم ذلك (عمليا) دون أي مرجعية عامة أو أسعار إرشادية، وكانت مبادرات كثيرة لوضع سعر إشاري للمعاملات بين الفلاح والمشتري قد أخفقت، في أسبانيا، بسبب الاعتراض أساسا من جانب محكمة المنافسة Competition Tribunal في أسبانيا، التي تعتبر أن تلك الممارسات تقيد المنافسة في السوق، وتخل بحقوق المستهلكين.

وعلاوة على ذلك، فإن اللبن باعتباره سلعة سريعة التلف، يحتاج إلى جمعه من المزرعة في

غضون يومين. وهذا ما يضعف موقف الفلاح في أي عملية تفاوض. ويفاقم من هذا الموقف أن المنافسة بين المشتريين (أي المنافسة الأفقية) محدودة. حيث لا يوجد في الغالب إلا مشتر واحد في منطقة الإنتاج. وليس أمام الفلاحين بدائل أخرى لبيع ألبانهم. بل أكثر من ذلك. نجد أن ضخامة حجم تسليم المنتج. يتركز على عدد محدود جدا من المشتريين. الأمر الذي يعني تحكم المشتريين في السوق. في شكل ما يعرف فعلا باحتكار المشتريين. وأخيرا. فإن حجم وجودة اللبن المنتج. بالإضافة الى الصعوبة النسبية في الوصول الى المزرعة. هي عوامل أخرى تؤثر على موقف الفلاح في أية مفاوضات.

جدول- 3 المؤشرات الهيكلية والنتائج الاقتصادية-المالية لمزارع ألبان الماشية في الشبكة القومية للمحاسبة الزراعية (RECAN)، 2000-2003.

المؤشر	2000	2003
المزارع الممثلة	54812	36460
مزارع العينة	1478	1182
إجمالي المساحة الزراعية المستخدمة (هكتار)	11.3	14.3
وحدات القطعان	24.9	27.7
العمالة		
الإجمالي	1.2	1.3
العائلي	1.2	1.3
إجمالي العائد (يورو)		
الإجمالي	40101	46580
الحيوانات	34349	40141
الدعم المزرعي (يورو)	1166	2108
التكاليف (يورو)		
الإجمالي	26608	30330
العليقة المركبة المشتراه	10692	12348
استثمارات رأسمالية	2482	2637
الإهلاك	2398	2142
الطاقة	1148	1348
الإنتاج الزراعي النهائي (يورو)	35022	41162
إجمالي القيمة المضافة بأسعار السوق (يورو)	19107	22133
إجمالي القيمة المضافة بتكلفة المصنع -عناصر الإنتاج (يورو)	20273	24398
صافي القيمة المضافة بتكلفة المصنع -عناصر الإنتاج (يورو)	17875	22256
رأس المال المزرعي المتاح (يورو)	16931	21152
إجمالي العائد الحيواني(يورو)/ وحدة القطيع	1382	1449

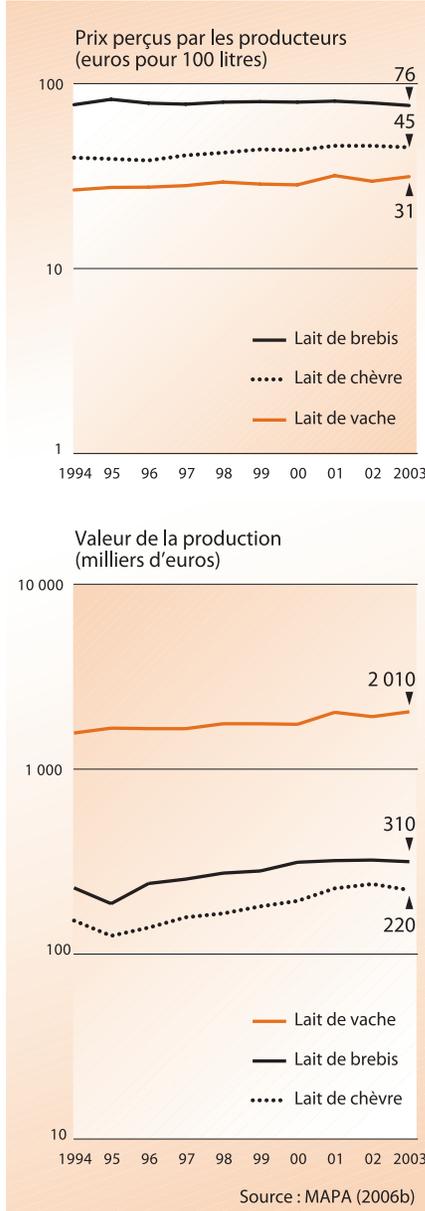
17120	14894	صافي القيمة المضافة/حدة قوة العمل (يورو/YWU)
45.0	42.0	رأس المال المزرعي المتاح/إجمالي العائد (%)

المصدر: الشبكة الوطنية للمحاسبة الزراعية 2000، 2003. وزارة الزراعة والثروة السمكية الأسبانية 2001 (200). ملحوظة: وحدة القطيع تعادل بقرة ألبان واحدة

شكل بياني 1- الأسعار المدفوعة الى

المنتجين وقيمة الناتج، 2003-1994

التجارة الخارجية:



زاد حجم تجارة أسبانيا الخارجية في الألبان ومنتجات الألبان (الواردات زائد الصادرات) زيادة ملحوظة منذ انضمامها الى الاتحاد الأوروبي. مع زيادة الواردات بمعدل أعلى من معدل زيادة الصادرات.

ويوضح الرسم البياني 2 أن نسبة الصادرات الواردات في هذا القطاع كانت أقل من 50% بقليل. خلال الفترة من 2000-2005. ويتضح هذا الموقف المتمثل في العجز الهيكلي في قطاع الألبان في أسبانيا. في أرقام الميزان التجاري السنوي لمنتجات الألبان (جدول 5. بيانات بشأن الميزانية المجمعة لعام 2003). ولما كانت حصة أسبانيا- وهي 6.1 مليون طن من الألبان- أقل بكثير من أن تغطي الطلب المحلي في أسبانيا- والذي تقدره بعض المصادر بـ 9 مليون طن معادل من الألبان- فإن أسبانيا تستورد كميات كبيرة من الاتحاد الأوروبي. ومن فرنسا أساسا. حيث الأسعار أقل. مع وجود فوائض يتعذر تسويقها خارج الاتحاد الأوروبي. بدون دعم كاف للصادرات من الاتحاد (كالسيدو، 2006).

وتعتبر أسبانيا مستوردا صافيا لألبان الشرب، والمنتجات الطازجة (الزيادي، الخ)، والألبان الجففة، والجبن بصفة خاصة (جدول 5-) والجزء الأكبر من تجارة أسبانيا الخارجية في منتجات الألبان. يتم مع دول الاتحاد الأوروبي (98% واردات، 90% صادرات). وقد زادت واردات أسبانيا من الجبن بنسبة 600% منذ انضمام

أسبانيا للاتحاد الأوروبي. بينما استقرت تدفقات الألبان، والقشدة غير المركزة، خلال السنوات القليلة الماضية. والصادرات الرئيسية للمنتجات الأسبانية هي الألبان، والقشدة غير المركزة (إلى فرنسا والبرتغال)، واللبن المجفف (إلى فرنسا والبرتغال) والمصالة، والزيادي، وغيرهما من المنتجات (إلى البرتغال)، والجبن وخثارة اللبن (إلى إيطاليا والبرتغال وفرنسا). ويجب أن ننظر الى تدفقات الألبان الخام من وإلى فرنسا والبرتغال على أنها تطور منطقي للتجارة بين المناطق ذات الفائض والمناطق ذات العجز، داخل إطار منطقة اقتصادية عالية الاندماج مثل الاتحاد الأوروبي.

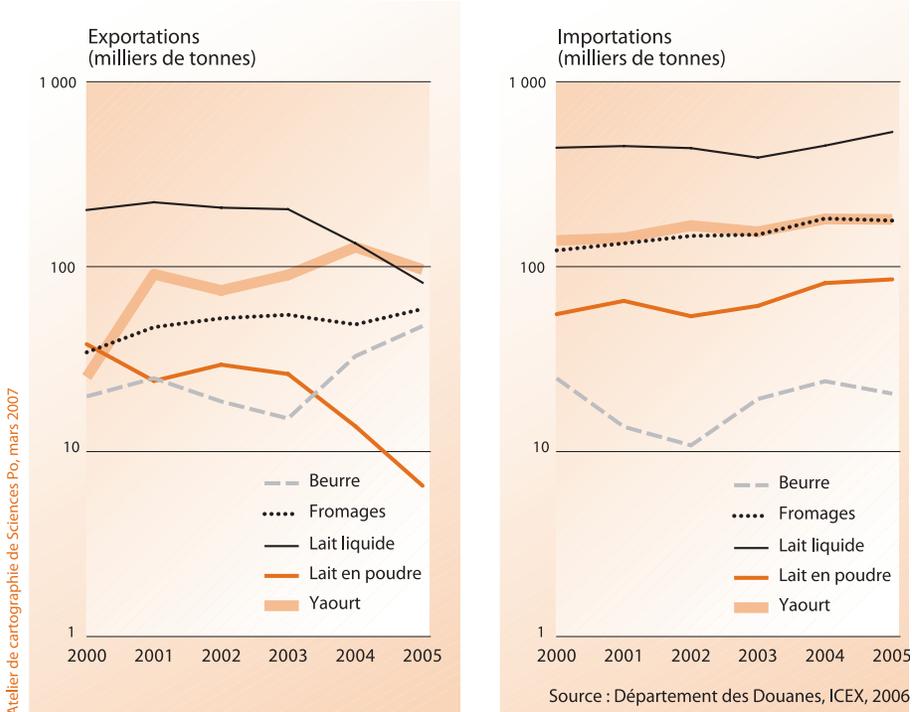
جدول 4- أسعار منتجات الألبان في السوق (بيورو/100 كيلو جرام)

السنة	2005	2004	2003	السلعة
219.5	210.7	196.0	لبن يودرة منزوع الدسم	
219.9	220.0	220.1	لبن مركز	
224.7	282.8	295.1	زبد	
771.6	698.4	684.6	جبن إمنتال	
1016.8	1039.8	1018.8	جبن مانشيغو	
615.5	584.3	573.7	كرات الجبن	

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية الأسبانية (2006)

وخارج نطاق الاتحاد الأوروبي. نجد أن الواردات الأسبانية تأتي من مصادر مختلفة، أهمها استراليا، ونيوزيلنده، ودول أوروبا الشرقية، وسويسرا. كما أن مقاصد الصادرات مختلفة كذلك: اندورا، وجبل طارق، ودول شمال إفريقيا، والدول الآسيوية، ودول الكاريبي.

شكل بياني 2- التجارة الخارجية في الألبان ومنتجات الألبان، 2000-2005



لائحة سوق الألبان وإصلاح السياسة الزراعية المشتركة:

إن منظمة السوق المشتركة (CMO)¹ للألبان ومنتجات الألبان تخضع للسياسة الزراعية المشتركة (CAP). يفرض الحد من الإنتاج. من ناحية. عن طريق نظام الحصص. وحماية سوق الجماعة الأوروبية. من الناحية الأخرى. عن طريق نظام الأسعار المؤسسية (السعر المستهدف للألبان). وسعر التدخل للزبد. واللبن المجفف² وترسى منظمة السوق المشتركة مبدأ المساعدات من أجل التخزين الخاص لعدد من منتجات الألبان (الزبد. والقشدة. واللبن المجفف المنزوع الدسم. وبعض أنواع الجبن). وكذلك بعض الإجراءات الرامية الى دعم تسويق بعض منتجات الألبان. بغية تشجيع الاستهلاك منها. في المؤسسات غير الهادفة الى الربح. واستخدامها في إنتاج الحلويات. والمخبوزات. والآيس كريم. كما توجد مساعدات للألبان منزوعة الدسم والتي تستخدم كأعلاف حيوانية.

جدول 5- الميزان التجاري لمنتجات الألبان في أسبانيا، 2003 (بالألف طن)

بند	لبن والشرب. الزبادي والرائب.	لبن مكثف	لبن بودرة كامل الدسم	لبن بودرة منزوع الدسم	ماعدات القشدة	منتجات طازجة	قشدة	زبد	جبن مطبوخ
العائد المستخدم	4237.3	52.9	13.1	19.5	5226.0	70.1	54.5	315.4	22.9
الواردات	215.7	9.5	3.6	8.1	489.4	16.6	8.3	130.1	15.5
من الاتحاد الأوروبي	215.7	7.3	3.6	7.8	488.8	16.6	8.1	126.0	15.2
الصادرات	92.0	15.1	6.9	0.2	224.5	3.7	3.3	47.8	5.1
إلى الاتحاد الأوروبي	78.8	5.9	1.2	0.2	203.9	3.5	3.0	43.8	4.1
التباين في الأرصدة	-	-	-	2.8-	-	-	18.1	-	-
إجمالي الاستخدام المنزلي	4360.9	47.2	9.7	30.3	5490.8	83.0	41.4	397.7	33.3
الاستهلاك البشري	4360.9	47.2	9.7	30.3	5490.8	83.0	41.4	387.8	33.3

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية الأسبانية (ب2006)

- لائحة المجلس (الحاد أوربي) 1999/1255. الصادرة في 17 مايو وتفرض بإنشاء منظمة السوق المشتركة لقطاع الألبان ومنتجات الألبان.
- أسعار التدخل للعام الزراعي 2004-2005 (اعتباراً من 1 يولية 2004 الى 30 يونيو 2005) كانت 305.23 يورو لكل 100 كيلو جرام من الزبد. 195.24 يورو لكل 100 كيلو جرام من اللبن المجفف المنزوع الدسم.
- يمنع هذا النظام. المنتجات من دخول السوق. من الناحية العملية. باستثناء تلك السلع المدرجة في حصص التعريفية التي أنشئت في سياق اتفاقيات منظمة التجارة العالمية (WTO) وغيرها من الاتفاقيات التجارية المعمول بها.

أما التجارة مع دول ثالثة فتخضع لنظام ينظم الرسوم على الواردات³ ودعم الصادرات. ويمثل هذا الأخير حصة كبيرة من إجمالي نفقات السياسة الزراعية المشتركة. فى القطاع. وزاد حجم تلك الحصة كثيرا فى أسبانيا خلال السنوات القليلة الماضية. وفى عام 2004، بلغ حجم الدعم 32.4% من المساعدات الإجمالية لصادرات الاتحاد. والتي تم دفعها عن طريق الصندوق الأسباني للضمان الزراعي (FEGA).

ولقد تمخضت تلك الآليات عن سوق يتمتع بحماية شديدة، بصفة عامة. مع وجود أسعار مرتفعة بطريقة مصطنعة. وضعف المنافسة من جانب دول ثالثة. واعتماد الصادرات. الى حد كبير على الدعم. الذي يرتبط بدوره بمستوى المخزون من الزبد والألبان الجافة. ولقد حكمت تلك الإجراءات بشكل ملحوظ. فى أداء. وتطور. واستراتيجيات صناعة الألبان. والتي تعتبر -فى كثير من الحالات- الصلة المستخدمة من أجل تنفيذها جميعا. أثر ناحية. أثر وضع نظام الحصص على حجم العرض الوطني من الألبان. وتوزيعها الجغرافي؛ ومن الناحية الأخرى. غير من آليات إدارة مواد صناعة الألبان. وعلى هذا. فإن كبار منتري الألبان هي المصانع المسئولة عن التحكم فى كميات التسليم. ومعاينة المنتجين- حسب مقتضى الأحوال- بضريبة إضافية. وللتخلص من هذه المسألة. لجأت كثير من جهات انتاج الألبان. من غير التعاونيات. الى مشترين خارجيين للألبان. عن طريق تشجيع الشركات المرخص لها قانونا. التي تهتم بهذا النوع من النشاط. وبالمثل. فإنه منذ تطبيق نظام الحصص. حدث اختلال فى سوق الألبان الخام بأسبانيا. بسبب فوائض الانتاج (الكميات الزائدة عن الحصة والتي تم تخفيضها خلال السنوات القليلة الماضية من خلال عمليات التحكم المختلفة. حتى وصلت الآن الى 10% من الحصة المقررة). ويرجع هذا الفائض فى الانتاج. الى أنه عند تطبيق نظام الحصص فى أسبانيا. كان الفلاحون الأسبان آنذاك فى خصم تجربة إعادة الهيكلة (التي تمخضت عن مزارع ضخمة). بغرض تحقيق الربحية. وأن تكون هناك حدود دنيا لأحجام المزارع. بما يمكنها من المنافسة على المسرح الأوروبي. ولقد أثبت التأخير الناجم عن عمليات التوقف. ومخصصات الحصص العامة. والاجار فى الحصص. أنه غير كاف للوفاء بهذا الغرض.

وعلاوة على ذلك. فإنه على الرغم من تطبيق قواعد منظمة السوق المشتركة للألبان. فى أسبانيا فى نفس فترة انضمامها للاتحاد الأوروبي 1986. إلا أن حصة الألبان لم تطبق إلا منذ عام 1993/1994. وهى الفترة التي كانت فيها حصة أسبانيا من الألبان تغطي 75% من الناتج المتوقع. ونتيجة للإصلاح اللاحق لمنظمة السوق المشتركة (CMO) فى 1999. زادت الكمية المرجعية المحصنة لأسبانيا بمقدار 550 ألف طن. ومن ناحية أخرى. ارتفع سعر اللبن- الذى كان منخفضا للغاية حتى السنة الزراعية 1993/1994 وأصبح السوق مستقرا نسبيا. ومع ذلك. فإن تطبيق نظام الحصص. وعدم مرونة السوق الذى انعكس عليه نظام الحصص. قد تسبب فى عدد من المشاكل بالنظر الى الناتج المتزايد للمزارع. وحاجتها الى التوسع. وكذلك عدد الفلاحين الشباب الراغبين فى إقامة مشاريع من هذا النوع.

ومن وجهة نظر التنظيم القطاعي. فإن تطبيق نظام حصص الألبان فى أسبانيا. كان يعنى أهمية الدور الذى تقوم به الشركات المتخصصة فى جميع الألبان. ما أدى الى زيادتها على حساب عمليات التجميع المباشر الذى كانت تقوم به شركات صناعة الألبان. وكانت مصانع الألبان فيما سبق. لديها عدة سبل لتوريد الألبان. تحت تصرفها مثل: التجميع المباشر من شبكة من المنتجين. او الشراء من تعاونيات توريد الألبان او جماعات المنتجين. وشراء كميات

ضخمة من شركات أخرى قد تأخذ شكل جارة الجملة المعتادة، أو الشراء من بعض الصناعات التي تقوم ببيع الفائض من الألبان لديها. وفي هذا السياق، أدى تطبيق نظام الحصص إلى تشجيع نمو تعاونيات البيع، والشركات المتخصصة في عمليات التجميع والبيع بكميات كبيرة للمصانع، وبمعنى آخر، أدى تطبيق ذلك النظام إلى انعاش التكامل الأفقي، والتكتلات في السوق.

ومؤخراً جداً، أدى إصلاح منظمة السوق المشتركة من أجل الألبان ومنتجاتها (إصلاح السياسة الزراعية المشتركة في يونية 2003، اتفاقية لكسمبورج) إلى إدخال تغييرات هامة، أثرت على القطاع برمته، وتضمنت تلك التغييرات إلغاء السعر المستهدف للألبان اعتباراً من أول أبريل 2004، وتخفيض سعر التدخل للزبد بنسبة 25% على أربع مراحل تبدأ من 2004-2007، وتخفيض سعر اللبن المجفف المنزوع الدسم بنسبة 15% على ثلاث مراحل. اعتباراً من 2004-2006، ووضع حد أقصى للكميات لفترة محددة من أجل شراء الزبد بسعر التدخل، وانفصال مساعدات الإنتاج بنسبة 100% اعتباراً من عام 2006، من خلال إجراءات ترمي إلى تحويل المساعدات القائمة إلى مبالغ فردية تدفع لكل مزرعة بشرط مسابقتها لسلسلة الأوامر التوجيهية المتعلقة بصحة الحيوان ورعايته، وحماية البيئة، والالتزام بتطبيق الأساليب الزراعية الجيدة.

وفي نفس الوقت، فإن التخفيض المضطرب لدعم الصادرات، بغرض توسيع عملية تحرير الأسواق الدولية بدرجة أكبر، من شأنه الحد من قدرة صناعة الألبان الأوروبية والأسبانية على المنافسة، حيث تقدر تكلفة الإنتاج بـ 0.29 يورو للتر الواحد، مقارنة بـ 0.15 يورو للتر، لدى المنتجين الكبار والمصدرين الصافين، مثل استراليا ونيوزيلندا (جاليندو، 2004).

وقد تم مد العمل بنظام الحصص حتى العام الزراعي 2014-2015، مع زيادة الحصص بنسبة 1.5% للدول الأعضاء التي لم تستفد من الزيادة الخاصة في عام 1999، الأمر الذي لا يعني أسبانيا بسبب زيادة حصتها فعلاً في سياق أجندة 2000، ومن المفارقات الغربية، أن زيادة الحصص، من الممكن أن تؤدي إلى زيادة في فوائض الألبان الموجودة بالفعل في الاتحاد الأوروبي، ومن ثم تتسبب في انخفاض أسعار الألبان في الدول الأعضاء ذات الإنتاج الفائض (تم التعويض بالكامل تقريباً عن تخفيض الإنتاج، بفضل المساعدات المباشرة، والمدفوعات المباشرة للمنتجين طبقاً لحصصهم) مما يدفعها إلى البحث عن أسواق تصدير جديدة مثل السوق الأسباني.

إن قطاع الألبان في أسبانيا، كما هو الحال تماماً في الدول الأوروبية الأخرى، يواجه الآن موقفاً معقداً نتيجة لهذا الإصلاح، حيث لا يدري ما سوف ينتظره، الأمر الذي يحتم على جميع الأطراف المعنية - من منتجين، ورجال صناعة، وسلطات عامة - التعاون مع بعضهم البعض إلى حد كبير (دياز يوييرو، 2006)، وفي هذا السياق، صممت وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية (MAPA) خطة لإعادة هيكلة قطاع الألبان (مرسوم ملكي صادر برقم 620، في 27 مايو 2005) وتم تنفيذه في نفس العام، وترتكز تلك الخطة أساساً على برنامج للتخلي عن الحصص وإعادة شرائها بمعرفة الصندوق الوطني، حيث تقوم وزارة الزراعة بنفسها بوضع معايير الأسعار والتخصيص (وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، 2006أ)، وإمكانية قيام أفراد من القطاع الخاص بتحويل الحصص بدون التخلص من الأراضي.

ونتيجة لذلك، فإن 2038 فلاحا قد تركوا العمل المزرعي، وتبلغ حصصهم الكلية 269536 طن. كان يتم تعويض نصفها بالسعر الأساسى وهو 0.50 يورو/ك ج. والنصف الآخر بسعر أعلى حسب عمر صاحب الطلب: وكان 80% من تلك المزارع لديها حصص أقل من المتوسط الوطنى. وعلاوة على ذلك، فإن خطة إعادة الهيكلة هذه، تتابع أهدافا أخرى مثل تحسين هياكل مزارع الألبان، وزيادة حرفية الفلاحين وتمكنهم فى المهنة، وزيادة قدرة المزرعة على المنافسة والاستدامة، وتحسين شروط التقاعد بالنسبة للمنتجين الذين انضموا الى برنامج التوقف، وزيادة حجم حصص المزارع الصغيرة، وتشجيع الشباب على العمل المزرعي، تيسيراً لعملية التواصل بين الأجيال.

استهلاك وتوزيع الألبان ومنتجاتها:

تطور الاستهلاك:

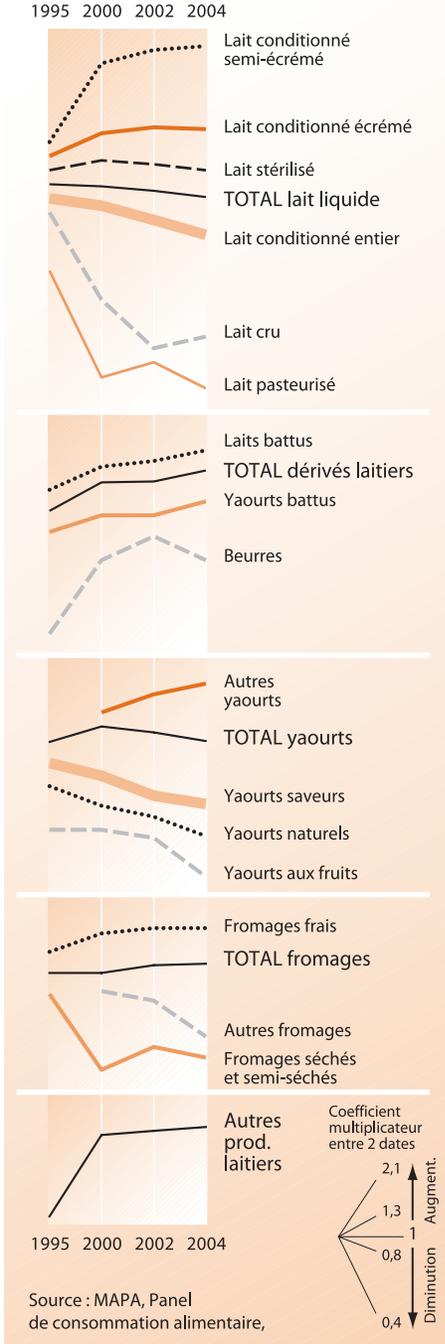
يختلف هيكل استهلاك الألبان فى أسبانيا، اختلافا جوهريا، عن مثيله فى دول الاتحاد الأوروبى الأخرى. ذلك أن متوسط استهلاك الفرد من الألبان السائلة أعلى من المتوسط الموجود فى دول المجموعة الأوروبية، كما ان استهلاك الزبدي وحلوى الألبان أعلى أيضا، ولكن استهلاك الجبن والزبد -من الناحية الأخرى- أقل كثيرا من المتوسط الأوروبى.

وشهدت الاتجاهات الرئيسية للاستهلاك فى السنوات القليلة الماضية، انخفاضا فى استهلاك اللبن السائل، وثباتا نسبيا فى استهلاك الزبدي التقليدي، وزيادة فى استهلاك الجبن ومشتقات الألبان، وطبقا لإحصاءات هيئة خبراء استهلاك الأغذية، التابعة لوزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية (MAPA)، بلغ متوسط استهلاك الفرد من الألبان السائلة فى أسبانيا، حوالى 105.2 لتر فى عام 2004، وهو أقل بنسبة 11.4% عنه فى عام 1995 (رسم بيانى3) وفى نفس السنة كانت أرقام متوسط استهلاك الفرد من الزبدي والجبن، ومشتقات الألبان، 11.6 كيلو جرام (11.5 كيلو جرام فى عام 1995)، 7.3 كيلو جرام (زيادة بنسبة 15% بالمقارنة بعام 1995)، 39 كيلو جرام (46% زيادة عن عام 1995) لكل منهما على التوالى.

وقد اختلفت أنماط الاستهلاك من فئة الى أخرى من فئات الألبان، وقد اختفى اللبن الخام فى معظمه، عمليا، من الاستهلاك النهائى (حيث بلغ على سبيل المثال، 2.7% من المتوسط الإجمالى لاستهلاك الفرد من اللبن السائل فى عام 2004، مقارنا بـ 7.8% فى عام 1995، 38% فى عام 1987) وزاد استهلاك الألبان المعقمة: 93.7% للاستهلاك الفردي فى عام 2004، مقابل 83% فى عام 1995، 75% فى عام 1987، أما الألبان المبسترة، وعلى الرغم من حملات الدعاية والترويج، فإن استهلاكها قد تناقص بثبات (بنسبة 3.4% فى 2004 بالمقارنة بـ 9% فى عام 1995).

وبحلول عام 2004، كان نصيب الاستهلاك من الألبان شبه منزوعة الدسم، قد تزايد باضطراد (بنسبة 31.1% مقارنة بنسبة 11.7% فى عام 1995)، وكذلك كان الحال مع الألبان المنزوعة الدسم (21% مقابل 15.3% فى عام 1995)، وفى مقابل ذلك انخفض استهلاك اللبن الكامل (بنسبة 47.9 مقارنة بـ 63% فى عام 1995)، وفيما يتعلق بأسعار المستهلك فإنه وفقا لأرقام فريق خبراء استهلاك الأغذية، التابع لوزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية -ظلت أسعار اللبن السائل مستقرة نسبيا خلال الفترة من 1995-2000، ثم بدأت فى الارتفاع أساسا بحكم التغيير فى تركيبة الألبان السائلة الموجودة فى السوق.

شكل بياني 3- استهلاك الألبان ومنتجاتها في أسبانيا 1995 2004



ولقد مارست هيئات إدارة الأسعار- التي كانت موجودة قبل انضمام أسبانيا الى الاتحاد الأوروبي- ضغوطا شديدة لتخفيض مستويات الأسعار، وخصوصا أسعار الألبان المبسترة. وكان ذلك أحد العوامل التي أدت الى توجيه جزء من أنشطة صناعة الألبان إلى الألبان المعقمة. وبعد انضمام أسبانيا الى الاتحاد الأوربي-مارست تجارة التجزئة الواسعة النطاق ضغوطا متعاظمة في هذا الشأن. وقد أصبحت تجارة التجزئة الآن تنجته إلى التركيز بشكل متزايد.

وثمة عامل آخر محل ملاحظة، ألا وهو المفاضلة بين الألبان ومنتجات الألبان. ذلك أن هناك استراتيجية رئيسية تتمثل في الزيادة الأخيرة في المنتجات الجديدة ذات القيمة المضافة العالية، مثل منتجات الألبان المخصبة، او منتجات الألبان الوظيفية (منتجات تحتوي على مكونات نشطة معينة، لها آثار مفيدة على وظائف الجسم بالإضافة الى قيمتها الغذائية)، والقوة الدافعة وراء ظهور تلك المنتجات ظهور أنماط حياة جديدة نتيجة للتغير الثقافي-الاجتماعي، مقترنا بالأمال المتعاظمة للمستهلك بخصوص الجودة الغذائية، وسلامة المنتجات الغذائية ودورها الوظيفي (ميلي، 2005)، وطبقا للبيانات التي نشرتها شركة مصادر المعلومات (IRI) في أسبانيا، هبط حجم مجموعة الألبان الأساسية في السوق، هبوطا ثابتا، خلال السنوات القليلة الماضية بينما أخذت فئات الألبان المخصبة المختلفة تتزايد من حيث الحجم (جدول 6)⁴.

وهذا التطور في الاستهلاك في سوق اللبن السائل (الألبان التقليدية مقابل الألبان الجديدة) قد لوحظ أيضا بالنسبة لخصبة الزبدي. ذلك أن السوق الوطني للزبدي قد تطور خلال السنوات القليلة الماضية، نتيجة

المصدر: فريق خبراء الأغذية، التابع لوزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، 2005-1996.

4. أصبحت أسبانيا الآن في طليعة الدول الأوروبية فيما يتعلق بخصبة الألبان المخصبة من إجمالي حجم ألبان الشرب (23%).

لعدد من العوامل. منها مثلاً: الصحة كمتغير للشراء، والاعتدال في زيادة متوسط الأسعار، وزيادة المشاركة في سلع التجزئة المتميزة، ومع ذلك، فإننا نجد أن الأصناف التقليدية (المنكهة، والمنزوعة الدسم، والطبيعية، والمحصبة، والمضاف إليها الفاكهة، الخ) تتسم بالركود من حيث المبيعات وأحجام الطلبات، بينما نجد أن الزباني الوظيفي مثل زباني بيفيدوس (bifidus) وغيره من الألبان المنخمرة هي منبع الزيادة (جدول 7). وطبقاً للأرقام التي نشرتها شركة مصادر المعلومات - في أسبانيا، نجد أن تلك الفئة الأخيرة تمثل 43.7% من إجمالي سوق الزباني من حيث القيمة وبلغت نسبة الحجم 31.2% في عام 2005، ولقد زادت حصتها من السوق بنسبة 18.5% في عام 2005 مقارنة بالسنة السابقة، وهي نسبة غير عادية في سوق الأغذية في دولة متقدمة. ويوضح هذا التطور بجلاء، أهمية الصحة في الطلب على المنتجات الغذائية؛ وبشكل أكثر تحديداً المواد الحيوية المنشطة⁵ والبيفيدوس، وهما اثنان من أكثر المنتجات إبداعاً.

جدول 6 - تطور سوق الألبان في أسبانيا حسب النوع

القيمة %		الحجم %		النوع
2005	2004	2005	2004	
98.7	98.6	98.8	98.8	لبن طويل المكوث
70.0	72.6	77.0	79.0	أساسي
28.6	26.1	21.9	19.8	مدعم
18.2	18.2	14.7	14.4	كلسيوم
7.0	5.5	4.7	3.7	للقلب
1.3	0.9	1.2	0.8	طاقة ونمو
0.4	0.4	0.3	0.3	ألياف
0.3	0.2	0.2	0.2	هاضم
0.2	0.0	0.1	0.0	بالصويا
1.3	0.9	0.7	0.5	آخر
1.4	1.4	1.2	1.2	قصير المكوث

المصدر: معهد البحوث الدولي بأسبانيا، 2005.

جدول 7 - سوق الزباني في أسبانيا حسب النوع

2005		2004		النوع
القيمة %	الحجم %	القيمة %	الحجم %	
23.6	13.0	20.1	11.0	ألبان أخرى مخثرة*
20.1	18.2	19.9	17.9	بيفيدوس
16.9	17.9	17.5	17.8	منزوعة الدسم
8.9	14.9	9.4	15.6	مزود بنكهة

5. المواد الحيوية المنشطة هي تلك المواد التي تحتوي على عدد كافي من الكائنات الدقيقة الحية التي تنشط في القطاع الهضمي مع ما يترتب على ذلك من آثار مفيدة للصحة مثل تقوية الجهاز المناعي، أو العمل على تخفيض مستويات الكوليسترول. أما المواد الحيوية المسبقة، من الناحية الأخرى، فتحتوي على جزيئات تساعد على امتصاص العناصر الغذائية، وتساعد على حياة أو نشاط الكائنات الدقيقة المفيدة مثل المواد الحيوية المنشطة.

8.2	14.2	9.0	15.2	طبيعية
5.4	7.1	5.3	6.6	سائلة
4.7	3.6	5.0	3.7	دهني القوام
3.2	2.9	3.1	2.7	لفئات عرقية معينة
2.8	4.4	3.1	4.9	بالفاكهة
2.6	1.8	2.9	2.1	مدعمة
3.6	2.0	4.7	2.4	الباقي
1608.3 مليون €	667156 طن	1483.2 مليون €	626448 طن	السوق الإجمالي

المصدر: معهد البحوث الدولي بأسبانيا. 2005 وعالما ماركت ريفستا. 194. 2006

(*) الألبان المخففة الأخرى تشمل أساساً ألباناً وظيفية مخففة بواسطة L.Casei (90% من الحجم و 86% من القيمة لهذه الفئة ككل في 2005) وألبان ذات عامل مضاد للكوليسترول (9% من الحجم و 12% من القيمة لهذه الفئة في 2005).

ويسيطر على سوق الألبان المتخمرة الأخرى. حالياً، الألبان الوظيفية المتخمرة باستخدام مادة L.Casei ودورها الرئيسي تنشيط الدفاعات الطبيعية في الجسم عن طريق تدعيم الجهاز المناعي على أساس قدراته الوقائية وأو التصحيحية. ويستحوذ الزبادي المتخمر باستخدام "L.Casei" على 85.8% من سوق الألبان المتخمرة الأخرى (12.5% في حالة الألبان الوظيفية المتخمرة. مع وجود عامل مضاد للكوليسترول ووجود 1.67% في حالة الألبان الوظيفية المتخمرة التي تساعد على تنظيم ضغط الدم). والزبادي من نوع بيفيدوس موجود على الأرفف في محلات التجزئة منذ 20 عاماً، وأصبح يندرج ضمن أنواع الزبادي الأكثر مبيعاً.

ويجب أن نوضح أنه في تحليل الاستهلاك، نجد أن علاقات الإحلال بين منتجات الألبان، والمواد الغذائية والمشروبات الأخرى، ملحوظة بشكل واضح، بسبب ديناميات المرونة الكاملة للطلب. فالكعك، والفواكه، والعصائر، بدائل لحلوى الألبان، والمسلى النباتي والدهون الصفراء بصفة عامة، بدائل للزبد الخ.

التوزيع:

تستحوذ تجارة التجزئة الكبرى على الشطر الأعظم من سوق الألبان ومنتجاتها؛ بل إن نصيبها يتزايد مع الزمن. وبلغت الأرقام العملية، نجد أن 91.2% من الحجم الإجمالي للبن السائل، و93.6% من الألبان المعقمة، و93% من كميات الزبادي التي تستهلك في أسبانيا، كان يتم تسويقها عن طريق تجارة التجزئة الضخمة في عام 2004 (جدول 8)، كما تستحوذ تجارة التجزئة هذه، على معظم مبيعات الجبن (74% في عام 2004)، التي كانت فيما سبق من اختصاص تجار الجبن التقليديين. وتختلف استراتيجية منتجات الألبان اختلافاً جوهرياً من نوع إلى آخر ومن فئة إلى أخرى. ويتم توريد اللبن المبرد السائل ومشتقات الألبان، والزبد، والقشدة، إلخ من خلال مراكز تجميع الأمر الذي يحد من عدد الموردين ومن الأصناف المتميزة ذات الماركات ولقد قامت سلاسل التجزئة الكبرى بابتداع أصناف متميزة تابعة لها، من الألبان والزبادي، وتعاضم وجودها في السوق.

أما المنتجات الجديدة، فلا تشملها عادة الأصناف المتميزة للتجزئة، ويتم الحصول على التوريدات

مباشرة من رجال الصناعة. وكثيرا ما يستخدم اللبن السائل كأحد الأنواع الرئيسية الخاسرة. مما أدى الى تخفيضات كبيرة فى الأسعار. الأمر الذى سبب توترا وصراعا فى القطاع . وفى عام 2005. كانت فئة اللبن السائل من الأصناف المتميزة فى جارة التجزئة تمثل 36.8% من إجمالى حجم مبيعات الألبان السائلة. و29.5% من قيمة إجمالى الألبان السائلة.

وأما بالنسبة لقطاع الجبن. فكانت الاستراتيجية المتبعة لدى جارة التجزئة الضخمة. تختلف من منتج الى آخر. ففي حالة المنتجات الأكثر جانسا (مثل: فوالب الجبن. والجبن المبشور. والجبن الطازج. الخ). تتشابه استراتيجيتها مع تلك المتبعة فى الأنواع التقليدية للألبان والزيادي: أما فى حالة الجبن ذى الجودة. فإن الاستراتيجية تتشابه مع تلك المتبعة مع أنواع النبيذ الجيد. وأنواع زيت الزيتون الجيد (توجد أرفف واماكن خاصة محجوزة لتلك المنتجات المختلفة الأنواع والمناشئ: الخ). وفى هذه الحالة تتضافر جهود الموزعين مع مختلف الموردين. وبالإضافة الى ذلك. تمثل الأصناف المتميزة للتجزئة 30% من حصة السوق لمشتقات الألبان وأنواع الجبن الطازج.

جدول 8- التوزيع التجاري للألبان ومنتجاتها حسب شكل الهيكل التجاري (مشتريات الأسر)

لبن معقم			لبن سائل			إنتاج من الهيكل التجاري %
2004	2002	2000	2004	2002	2000	
3.1	3.7	4.8	3.6	5.0	6.3	باعة جزئة تقليديين
66.7	65.9	62.2	65.0	64.5	59.9	سوق جملة
26.9	27.6	29.8	26.2	26.8	28.5	أسواق شاملة
3.3	2.8	3.2	5.2	4.3	5.3	أشكال أخرى من الهيكل التجاري*
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	الإجمالي

زيادي			مشتقات الألبان			إنتاج من الهيكل التجاري %
2004	2002	2000	2004	2002	2000	
2.1	2.7	4.0	8.8	9.6	10.9	باعة جزئة تقليديين
74.3	74.4	70.0	64.2	61.5	58.3	سوق جملة
22.5	21.7	23.0	22.8	23.7	25.8	أسواق شاملة
1.1	1.2	3.0	4.2	5.2	5.0	أشكال أخرى من الهيكل التجاري*
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	الإجمالي

أجبان			إنتاج من الهيكل التجاري %
2004	2002	2000	
16.0	15.9	17.3	باعة جزئة تقليديين

55.8	53.3	50.5	سوق جملة
21.9	23.4	25.3	أسواق شاملة
6.3	7.4	6.9	أشكال أخرى من الهيكل التجاري*
100.0	100.0	100.0	الإجمالي

المصدر: وزارة الزراعة، والثروة السمكية والأغذية، 2005

* شاملة مخازن الشركة، أسواق الشوارع، مبيعات توصيل المنازل، الاستهلاك المباشر وقنوات التوزيع المحدودة الفرعية الأخرى.

الجودة والاقتضاء (التتبع) في منظومة الألبان في أسبانيا:

أحد الأهداف الرئيسية للشركات العاملة في القطاع، هو تحسين جودة الألبان ومنتجاتها، وكذلك تحسين جميع العمليات المستخدمة في الإنتاج وسلسلة التسويق. وينظر إلى الجودة بفهمها الواسع على أنها السيطرة الفعالة على جميع المخاطر المرتبطة بالإنتاج، والتصنيع، والتوزيع بالنسبة للألبان ومشتقاتها، حتى يتسنى تزويد المستهلكين بمنتجات صحية آمنة تتفق وطموحاتهم المتعاظمة بخصوص جودة المنتجات التي يستهلكونها. ونوضح أن اهتمام المستهلك بسلامة الغذاء من وجهة النظر الصحية، قد تزايد نتيجة للأزمات الغذائية التي وقعت في السنوات القليلة الماضية، مما أدى إلى وضع إطار قانوني جديد في هذا المجال.

الجوانب الصحية:

من وجهة النظر الصحية تشترط اللوائح على صناعات الألبان، الأخذ ببرامج وبروتوكولات سلامة الغذاء، التي تركز على مبادئ تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة (HACCP)، ولما كان من الصعوبة بمكان تطبيق تلك المبادئ على مزارع الألبان (إيسكريبانو، 2006)، فإن لائحة الجماعة الأوروبية 2004/852 والتي بدأ العمل بموجبها في 11 يناير 2006 تقترح وضع إرشادات للممارسات الجيدة، يقوم المنتجون باستخدامها طوعياً، بغية تعزيز الممارسات الصحية الملائمة، على مستوى المزرعة، ولا بد أن تتضمن تلك الممارسات المعلومات الضرورية بشأن الأخطار التي يمكن أن يتعرض لها الإنتاج، وبشأن الإجراءات الضرورية لتفاديها.

ويضع المرسوم الملكي رقم 1679 الصادر في 22 يوليو 1994، الشروط الصحية التي تطبق على إنتاج وتسويق الألبان الخام، والألبان التي تعرضت للمعالجة الحرارية، ومنتجات الألبان، وتم وضع بروتوكول تنفيذي من أجل متابعة وتقييم الشروط الصحية في إنتاج الألبان، بغرض ضمان التطبيق الموحد للمرسوم في جميع أنحاء البلاد، وهو يشتمل على عمليات التفتيش على الحيوان وعلى المزرعة، وأخذ عينات من أجل التحليل المعمل لمتابعة الجراثيم ومحتويات الخلايا الطبيعية للألبان الخام، ومن أجل اختبار التأكد من وجود ماء مضاف إلى اللبن الخام، واختبار وجود مخلفات في الألبان الخام، كما تنفذ عمليات الفحص والاختبار أيضاً لضمان خلو الألبان من وجود مواد فعالة دوائياً بكميات أعلى من الحدود المسموح بها.

الاقتضاء في قطاع الألبان:

تضع لائحة الاتحاد الأوروبي 2002/178 الصادرة عن البرلمان الأوروبي، والمجلس، في 28 يناير 2002 المبادئ العامة لقانون الأغذية وشروطها، على مستوى الاتحاد الأوروبي، وتنشئ الهيئة الأوروبية

لسلامة الغذاء. كما تضع الإجراءات المتعلقة بسلامة الغذاء. ويعرّف الاقتفاء بأنه القدرة على متابعة وتعقب الغذاء ومكوناته، أو الحيوان الحي. خلال جميع مراحل الإنتاج، والتصنيع والتوزيع. وكذلك متابعة المورد المباشر للسلعة المعنية (حيوان حي، أو مادة غذائية) وكذلك الجهة التي تتلقى ذلك مباشرة.

وقد تم وضع مختلف الإرشادات والوثائق لمساعدة المنتجين على تلبية الشروط الجديدة للائحة وتعزيز كفاءة إنشاء نظم للاقتفاء، بدرجة أكبر. وقد قامت الوكالة الأسبانية لسلامة الغذاء (AESa) بوضع "دليل من أجل تطبيق نظام الاقتفاء في شركات الأغذية الزراعية". (AESa 2004) بالتعاون مع الاتحادات المهنية والهيئات العامة الأخرى، ذات السلطة المباشرة أو غير المباشرة على نظم الاقتفاء (وزارة الزراعة، وزارة شؤون المستهلكين، المقاطعات ذات الحكم الذاتي).

واعتباراً من يناير 2005، أصبح يتعين على جميع شركات الأغذية أن يكون لديها الأدوات اللازمة لإجراء عملية اقتفاء السلعة ابتداءً من مرحلة الإنتاج، وانتهاءً بالاستهلاك. وكانت وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية (MAPA) قد اعتمدت لوائح جديدة في عام 2004 (المرسوم الملكي 2004/217 الصادر في 6 يوليو) من أجل ذلك الغرض، ضماناً لجودة الألبان ومنتجاتها، واقتنائها. وفي تلك الأدوات، تدرس إمكانية استخدام نظام الاقتفاء للألبان الخام بناءً على تحديد وتسجيل جميع الجهات العاملة والمؤسسات المشاركة في تجميع، ونقل، وتخزين، ومعالجة ألبان الأبقار، وحاويات الألبان (خزانات التبريد المسجلة، وناقلات الألبان، وصوامع الخزانات)، والتي يمكن من خلالها تسجيل حركة الألبان الخام بين مختلف جهات العمل في سلسلة العرض.

والعنصر المركزي في نظام الاقتفاء هذا، هو قاعدة بيانات واحدة على الكمبيوتر، تحت اسم "الحرف كيو Q"، ومن خلاله تتم إدارة تسجيل الجهات العاملة ونقل البيانات بشأن حركة التنقل وأصبحت الجهات العاملة في تلك الصناعة تقوم بالإبلاغ عن حركة انتقالات الألبان الخام اعتباراً من 1 يناير 2005، وفي مرحلة لاحقة، سوف يتم إدخال معلومات، بشأن جودة الألبان في جميع مراحل إنتاجها في نظام "الحرف كيو Q" من أجل تعظيم سلامة المنتج، وشفافية القطاع ككل.

وكانت بعض الشركات قد توقع هذا التطور، فأقامت نظامها الإضافي الخاص للجودة والسلامة، وكانت مجموعة دانون Danone، على سبيل المثال - وهي كبرى شركات السوق في صناعة الزبادي وحلوى الألبان - تطبق برنامجاً لإدارة الماشية منذ 2004، يعرف باسم جانيت Ganet والذي يمكن من خلاله -طبقاً لما أفادت به المجموعة- الوصول للحجم الأمثل لتكاليف موردي الألبان، مع إمكانية تحسين صحة الأبقار، وزيادة جودة الألبان المجمعة، ويمكن برنامج "جانيت" المنتجين من إدخال بياناتهم بشكل لا يتطلب تحديد الهوية، والتأكد من الممارسات المثلى للوصول إلى المستوى الأمثل لإدارة المزارع، والحصول على إنتاجية أفضل للوحدة.

كما قامت مجموعة ليش باسكوال Leche Pascual بوضع برنامج مائل لسلامة الغذاء، يركز على تعليمات الكتاب الأبيض للاتحاد الأوروبي بشأن سلامة الغذاء، والقوانين الأسبانية المختلفة المعمول بها على المستوى الوطني والمستوى الإقليمي، ويضع هذا البرنامج التدابير الاحتياطية لمواجهة أية أخطار محتملة تنجم عن أنشطة إنتاج الألبان فيما يتعلق بشروط الصحة العامة في المصنع، وعلف الحيوان، ورعاية الحيوان، وجودة المياه المستخدمة، والحماية البيئية.

الخ. ومن العوامل الجديدة التي استحدثها البرنامج: إجراء مراجعة دورية على المخاطر. يمكن من خلالها الحصول على شهادة جودة الألبان في نهاية العملية.

وبالإضافة الى ما سبق، فإن السلامة والجودة في هذا القطاع قد تحسنتا كثيرا مع التقدم التكنولوجي في الحفظ والتعبئة والتغليف. ذلك أن استخدام عبوات البولي إيثيلين PET (Polyethylene terephthalate) في قطاع الألبان. مثلا، له مزايا عديدة: إمكانية تعبئة الألبان في عبوات معقمة مما يضمن الحفاظ على جميع خواص الألبان. ولم تتم هذه التكنولوجيا إلا مؤخرا جدا في قطاع الألبان. بينما كانت تستخدم منذ فترة زمنية في حفظ المياه.

وقد قامت مجموعة ليش باسكوال أيضا بوضع نظام جديد متكامل لإدارة الإنتاج. يركز على معايير "نظم التنفيذ الصناعي" (MES)، وينطوي على مراقبة اقتفاء المنتج، وضمانات إضافية لسلامة الغذاء. أنه نظام للإدارة والرقابة، يمكن من خلاله الحصول على البيانات في الوقت المناسب من خلال متابعة كل عملية من عمليات الإنتاج والإشراف عليها. وبفضل هذا النظام، أصبح من الممكن ليس فقط الحصول على المعلومات بشأن عوامل التصنيع مثل: المواد الخام، والآلات، والنظافة والأشخاص، والدورات، وتاريخ المنتجات تامة الصنع، وإنما أصبح من الممكن أيضا إرسال المعلومات الى وحدات الإنتاج، والوحدات المالية. وعلى هذا أصبح النظام بمثابة أداة للسيطرة على جميع بيانات التعريف بشأن رسالة "دفعة" معينة من الإنتاج، في أي لحظة طوال مراحل عملية التصنيع.

واكتملت دورة الاقتفاء بنظام إدارة المخازن، الذي يشرف على جميع الطلبات، حيث تكون السلع معروفة وموضوعة في مكانها بطريقة ملائمة، وبذلك توجد قائمة بالمخزون في المدة الحقيقية، وهي قائمة مستقرة ومعروفة عندما تدعو الحاجة الى تجديد الطلبية، والموزع الذي توجه إليه. وأخيرا، يمكن تعقب رسائل تسليم البضاعة يوميا من خلال شهادة يقدمها وكلاء التسليم، كما أن خدمات إدارة الدعاوى، متاحة لشركات التجزئة من أجل تسوية أية مشكلات.

تحسين التصنيع والتسويق:

عملت لائحة المجلس 1999/1257 للاتحاد الأوروبي الصادرة في 17 مايو 1999 بخصوص مساعدات التنمية الريفية الممولة بمعرفة "الصندوق الأوروبي لضمان الزراعة والإرشاد الزراعي" EAGGF، على وضع برنامج للمساعدات يستهدف تحسين وترشيد تصنيع وتسويق منتجات الأغذية-الزراعية، وهدف تلك المساعدات هو دعم الاستثمارات التي تقوم بها شركات التصنيع-الزراعي، بغرض تحسين الشروط من أجل تسويق السلع الممتازة، وحشد الإنتاج بحيث يخدم اتجاهات الاستهلاك، وكذلك الشروط الصحية والبيئية.

وقد تم إدراج تلك اللائحة ضمن القانون الأسباني، بموجب المرسوم الملكي 2001/117 الصادر في 9 فبراير 2001، ومن ثم إرساء اللوائح الأساسية من أجل تشجيع الاستثمارات لتحسين الشروط من أجل تسويق وتصنيع المنتجات الزراعية والغذائية ومنتجات الغابات.

وعلى نفس المنوال، يمكن لصناعات الألبان طلب مساعدات محددة تمنحها المقاطعات المختلفة ذات الاستقلال الذاتي، من أجل تحسين وتحديث هياكلها وأنماط التنظيم بها، وعلاوة على ذلك،

فإن الشركات الموجودة في الأقاليم التي تتوافر بها مشروعات + LEADER أو PRODER II. يمكن لها أيضا طلب دعم من برامج التنمية الريفية.

وتتأثر شركات الألبان أيضا بمعايير المجتمع التي تنظم وضع بطاقات التعريف على السلع الغذائية. وعرضها. والإعلان عنها. والغرض من تلك المعايير هو إحاطة المستهلك علما. وحمايته بدون تعويق حرية حركة السلع الغذائية. وفي هذا السياق. سوف تضطر شركات الأغذية في المستقبل. أن تكون أكثر تحديدا وتشددا فيما يتعلق بالكلام الموجود على الأغلفة بخصوص القيمة الغذائية والصحية. وطبقا لأحدث اللوائح الأوروبية في هذا المجال (والتي هي في مرحلة الاعتماد الأخيرة. بعد صياغة الوثيقة الحالية). وسوف تصبح الهيئة الأوروبية لسلامة الغذاء. هي الجهة الوحيدة المخولة بوضع قوائم بالبيانات المصرح بها لوضعها على أغلفة السلع. ومعايير إدراجها على الأغلفة. والمبرر العلمي لذلك. وكان يسمح للشركات -حتى الآن- بذكر أي شئ على الغلاف ما لم يكن محظورا على وجه التحديد: أما مع اللائحة الجديدة. فقد انقلبت الآية: جميع البيانات التي لا تجاز صراحة. سوف تصبح محظورة.

وعلاوة على ذلك. فإن برامج تحسين جودة الألبان. قد وضعت موضع التنفيذ في عام 2005 للسنة السابعة على التوالي (وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية. 2006) وكان المرسوم الملكي رقم 2002/460 الصادر في 24 مايو 2002 الذي ينص على مساعدات تمويل الإجراءات الاستشارية الرامية الى تحسين جودة الألبان المنتجة والمجمعة من المزارع. قد وضع أسس تنظيم المساعدات الرسمية التي كان الغرض منها الدعم الفني لقطاع إنتاج الألبان بغية تحسين متابعة جودة الألبان على مستوى المزرعة.

المنتجات التقليدية. ومسمى المنشأ. والزراعة العضوية:

في سياق الوعي المتزايد بسلامة الغذاء. والمطالب المتزايدة بالجودة. فقد اختارت أعداد متزايدة من المستهلكين سلعا توشي بثقة كبيرة مثل المنتجات التقليدية أو العضوية. ومنتجات الجودة المتميزة. ومن بينها السلع التي تتمتع بمسمى المنشأ. والمنتجات العضوية. وهي في طليعة المنتجات التي يقبل عليها المستهلكون.

ولقد نشأت مسميات المنشأ من خلال الاعتراف التاريخي بإضفاء سمات خاصة -محل تقدير شديد لدى المستهلكين- على بعض المنتجات الغذائية لمناطق جغرافية معينة (وهذا شرط مسبق لمسمى المنشأ) (هيريرو. 2006).

وفي حالة الجبن. شأنه شأن الأغذية الأخرى. قامت عدة دول أوروبية بوضع لوائح تنظيمية مختلفة من أجل حماية مسمى منشأ الجبن. وكانت فرنسا هي أولى الدول التي قدمت تلك الحماية في 1919. تلتها إيطاليا في 1954. وأسبانيا في 1974 (هيريرو. 2006).

ويمثل الناج من الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ (PDO) وحماية السمة الجغرافية 5% (PGI). من إجمالي إنتاج أسبانيا من الجبن في 2003 (مقارنة بـ 4.5% في 2000). ويمثل عدد رؤوس الماشية المسجلة التي دخلت ضمن مسمى المنشأ (وهو ما تقضى به لوائح مسمى المنشأ) 4% من الأبقار. 29.3% من النعاج. 4.3% من الماعز. وبالمثل. كان الناج من الألبان. لكل فصيلة. الذي يستخدم في صناعة الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية. أقل نسبيا: 2.8% من ألبان الأبقار. 2% من ألبان الماعز. 15% من ألبان النعاج.

ومن أجل توحيد وتطوير القوانين الوطنية القائمة على المستوى الأوروبي، فإن لائحة المجلس 1992/2081 الصادرة في 14 يولية 1992 بشأن حماية السمة الجغرافية، ومسمى المنشأ بالنسبة للسلع الزراعية والمواد الغذائية، تنظم تطبيق فئات الجودة المتعلقة بالمنشأ الجغرافي للمواد الغذائية، وحوال ضمان المنافسة العادلة بين المنتجين، وجعل تلك المنتجات جديدة بالثقة في أعين المستهلكين. وبناء على تلك اللائحة، تفيد مصادقة المجتمع على مسمى منشأ السلعة أو السمة الجغرافية لها، التي تتوافق مع اسم المنطقة الجغرافية أو اسم المكان، أو في حالات استثنائية، مع اسم الدولة، في تسمية سلعة زراعية أو نوع من الأغذية، أو نسبتهما إلى منطقة معينة أو مكان معين أو دولة من الدول (ولا يسرى ذلك على النبيذ أو المشروبات الروحية). وفي حالة السلع التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ (PDO) ترجع جودة السلعة أو السمات المميزة لها، أساسا أو بشكل خالص إلى السياق الجغرافي، الذي يحتوى على العوامل الطبيعية أو البشرية للمنطقة، وأن السلعة يتم إنتاجها وتهيئها بحيث تصبح تامة الصنع في المنطقة الجغرافية المحددة، وفي حالة السلع التي تتمتع بحماية السمة الجغرافية (PGI) فإنه لا بد أن تشتهر السلعة، أو تكتسب سمة مميزة أخرى، بسبب انتمائها إلى منشأ جغرافي معين، وأن يتم جزء من إنتاجها أو تجهيزها، أو إتمام صنعها في تلك المنطقة الجغرافية المحددة.

وفي أسبانيا، نجد أن الألبان ومشتقاتها، هي المنتجات (باستثناء النبيذ) التي حظى بأكثر عدد من علامات الجودة المعترف بها على مستوى الاتحاد الأوروبي، ومن الناحية العملية، نجد أن ألبان الفلاحين، واحدة من ثلاثة منتجات تتمتع بالحماية باعتبارها صنفا تقليديا متميزا مضمونا (TSG)، وعلامة الجودة هذه، تحمي إنتاج ألبان الأبقار، الذي يتمتع بمعايير جودة معينة، وعلاوة على ذلك، يتمتع كثير من أنواع الجبن بحماية مسمى المنشأ السمة الجغرافية في مناطق مختلفة في البلاد، ومعترف بها أيضا في أسبانيا، كما يوجد في أسبانيا نوعان من الزبد يتمتعان بحماية مسمى المنشأ هما: زبد سوريا Soria butter، وزبد "آلت أرجيلي لاسيردانيا" Alt Urgell y La Cerdania.

ويوجد حاليا في الاتحاد الأوروبي 154 نوعا مسجلا من الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ/السمة الجغرافية (منها 142 حماية مسمى المنشأ (PDOs)، 12 حماية السمة الجغرافية (PGIs)، وختل فرنسا مكان الصدارة بـ42 صنفا من أصناف الجودة، تليها إيطاليا بـ31 صنفا، واليونان 20 صنفا، وأسبانيا 19 صنفا، والبرتغال 12 صنفا، والمملكة المتحدة 11 صنفا، والنمسا 6 أصناف، وألمانيا 4 أصناف، وهولندا 4 أصناف، والدانمرك صنفان، وأيرلندا صنف واحد، والسويد صنف واحد، وبلجيكا صنف واحد (المفوضية الأوروبية، 2006).

ويحتوى الجدول 9 على أحدث الأرقام المتاحة بشأن إنتاج أنواع الجبن الأسباني التي حظى بحماية مسمى المنشأ، وحماية السمة الجغرافية، ويلاحظ المرء زيادة عدد الأصناف المسماة من 12 صنفا عام 1998 إلى 19 صنفا عام 2002، مع زيادة موازية في الناج وحجم المنتجات المطروحة في السوق المحلي والمصدرة الى الخارج، ويتم تداول ما يزيد على 120 نوعا من الجبن في أسبانيا من بينها 25 نوعا يتمتع الآن بعلامة الجودة الأوروبية (الوبيز-ساليجا وآخرون، 2006)، ويعرض الجدول رقم 10 بيانات بشأن أنواع الجبن التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ، مصنفة طبقا لمنشأ الألبان المستخدمة في صناعة تلك الأنواع من الجبن.

وفيما يتعلق بالانتاج العضوي، يعتبر قطاع الألبان أحد القطاعات الحيوانية الرائدة، التي تستخدم أساليب الانتاج العضوي، وتوجد 89 مزرعة في أسبانيا مخصصة للإنتاج العضوي

من الألبان. فى نهاية 2005، وتشتمل تلك المزارع على 42 مزرعة ألبان بها 2525 رأس من الماشية. 24 مزرعة أغنام بها 6781 رأس من الغنم. 23 مزرعة ماعز بها 6587 رأس من الماعز. (بيانات وزارة الزراعة). أما مقاطعة جاليسيا ذات الحكم الذاتي، ففيها أكبر تجمع للمزارع العضوية للماشية حيث كان يوجد بها ما يناهز 1400 رأس من الأبقار الحلوب. فى نهاية 2005. وفى نفس الوقت، كان يوجد 54 مصنعا لتصنيع الألبان العضوية. وكذلك الأجبان والمشتقات الأخرى.

شهادات التصديق على الجودة:

إن شهادات التصديق بمثابة أداة تحاول تقديم أكبر ضمانة ممكنة لسلامة وأو جودة السلعة موضوع الاهتمام. بينما تولد قيمة مضافة. وكما هو الحال فى الصناعات الغذائية وغير الغذائية الأخرى، فإن تنفيذ نظام التصديق على الجودة وإدارتها، فى صناعة الألبان، وبشكل رئيسى على أساس معايير الأيزو 9000. أصبح الآن إحدى الممارسات المتواترة -على الرغم من أن نوحها ليس ملحوظا- بل وباتت مطلوبة أكثر وأكثر فى العلاقات التجارية. كما ان إنشاء نظم للإدارة البيئية وشهادات التصديق بناءً على معيار الأيزو 14001، او طبقا للائحة المجلس والبرلمان الأوروبي 2001/761 أصبح إحدى الممارسات التى يتزايد انتشارها بإضطراد؛ ويمكن للمنظمات الانضمام الى نظم المراجعة فى الإدارة البيئية للمجتمع على أساس طوعي. ويوضح الجدول رقم 11 تطور عملية التصديق على إدارة الجودة، والإدارة البيئية، بناء على معيارى الجودة 9000، 14001 على التوالي فى صناعة الألبان فى أسبانيا، وفى الصناعات الغذائية، والصناعة فى أسبانيا عموما، خلال الفترة من 1997 إلى 2004.

جدول - 9 الناجم من الأجبان التى تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ حماية السمة الجغرافية

وتسويقها، 1998-2002

الحجم الذي تم تسويقه (1000 طن)			الناج (طن 1000)	عدد المنتجات PDOs وPGIs	عام
الإجمالي	تصدير	السوق المحلية			
10.6	1.2	9.4	11.7	12	1998
12.6	1.7	10.9	23.6	13	1999
12.8	2.2	10.6	14.3	16	2000
13.2	2.4	10.8	14.4	17	2001
14.3	2.7	11.6	15.8	19	2002

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية (2002).

إن شهادات التصديق المتعلقة بنظم الجودة هذه، آخذة فى التوسع باضطراد، ويرجع ذلك أساسا لما تدره من فوائد لكل من شركات الإنتاج، والموردين، والعملاء: تخفيض تكاليف التعاملات (بيروقراطية أقل، الخ)، والإمكانيات الواسعة لمراقبة وتقييم عمليات التصنيع، وإرضاء العملاء، ومزيد من الوضوح بخصوص المسؤوليات داخل الشركات، الخ. إلا أن هنالك بعض الصعوبات بخصوص تبنى عمليات التصديق، مثل: ارتفاع التكاليف، وانخفاض الربحية فى بعض الأحيان، او تعقيد المعيار بشكل عام.

وعلى الرغم من زيادة عدد شهادات التصديق في إسبانيا باضطراد، إلا أنها لا تزال محدودة بالمقارنة بالعدد الكلى للمصانع الموجودة، وطبقاً للإدارة المركزية للمشروعات (DIRCE، 2004) التابعة لمعهد الإحصاء الوطني (INE)، فإن حالات التصديق البالغة 1881 حالة صدرت لقطاع صناعة الأغذية، تخص فقط 5.08% من العدد الإجمالي للمصانع، و 4.59% من العدد الإجمالي لشهادات التصديق أصدرت في الصناعة الأسبانية ككل (وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، 2006ج). وبالنسبة لشهادات الأيزو 14001، فإن الأرقام الخاصة بكلتا الحالتين هي: 0.62%، 3.6% على التوالي.

ويتعين علينا أن نوضح أن إصدار شهادات التصديق على المستوى القطاعي، أعلى عموماً في القطاعات الأكثر أهمية من الناحية الاقتصادية، والتي تتجه أكثر نحو التصدير، حيث يعتبر التصدير في الغالب أحد الحوافز للأخذ بنظم إدارة الجودة المعترف بها على المستوى العالمي. ويبرز البعد التصديري، بصفة خاصة في حالة شهادات الأيزو 14001، حيث أن معظم الشركات الحاصلة على تلك الشهادات في القطاعات المعنية بالتصدير (النبذ، والفواكه والخضروات، وزيت الزيتون)، وأقل من ذلك بكثير في القطاعات التي يكون لعمليات الإنتاج فيها تأثير شديد على البيئة (صناعات السكر، صناعات تخمير المشروبات الروحية، وصناعات اللحوم، وصناعات منتجات الألبان).

جدول - 10 أنواع الجبن التي تتمتع بحماية مسمى المنشأ، البيانات من 2002

أنواع الجبن من	عدد رؤوس الحيوانات المنتجة للبن	مصانع الجبن	الإجمالي (كجم)	التصدير (كجم)
الألبان البقرية المتمتعة بحماية مسمى المنشأ				
MAHÓN MENORCA	5795	44	2224098	92573
QUESO DE CANTABRIA	1054	4	285245	0
Q. DELALT URGELL Y CERCANYA	11905	1	167467	141419
QUESO TETILLA	13500	28	1818700	68390
الإجمالي	32299	77	4495510	302382
ألبان النعاج المتمتعة بحماية مسمى المنشأ				
IDIAZÁBAL	125000	89	1090134	69434
Q.DE LA SERENA	97716	14	175250	16000
Q. MANCHEGO	670896	82	6408379	2221670
Q. ZAMORANO	43334	10	302403	27355
RONCAL	51467	5	491035	18893
TORTA DEL CASAR	19100	8	157593	3000
الإجمالي	1007513	208	8624794	2356352

يتبع جدول 10

ألبان الماعز المتمتع بحماية مسمى المنشأ				
22123	86265	6	27840	Q. IBORES
30454	203028	-	-	Q.DE MURCIA AL VINO
716	14320	7	28406	Q. DE MURCIA
8175	337065	21	17347	Q. MAJORERO
0	6010	6	698	Q. PALMERO
61468	646688	40	74291	الإجمالي
الألبان الخلوطة المتمتع بحماية مسمى المنشأ				
0	515479	50	8704	CABRALES
0	35000	11	895	PICÓN BEJES- TRESVISO
0	47883	8	931	QUESUCOS DE LIÉBENA
0	598362	69	10530	الإجمالي
2720202	14365354	394	1124633	الإجمالي الكلي

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية، (2002) ومؤسسة التجارة البيئية في قطاع الألبان.

جدول 11- شهادة ضمان الجودة ونظم الإدارة (أيزو9000) ونظم الإدارة البيئية (أيزو 14001) في صناعة الألبان في أسبانيا، 1997-2004

شهادة ضمان نظم الإدارة البيئية ISO 14001			شهادة ضمان الجودة ونظم الإدارة 9000			
إجمالي الصناعة	إجمالي صناعة الأغذية	صناعة الألبان	إجمالي الصناعة	إجمالي صناعة الأغذية	صناعة الألبان	
92	3	1	4268	247	23	1997
72	7	0	2144	99	5	1998
409	12	1	2287	122	10	1999
27	11	1	3877	173	5	2000
1464	43	2	5173	177	3	2001
1164	39	3	10941	216	13	2002
1632	40	6	3146	324	14	2003
1613	78	4	9136	523	18	2004
6473	233	18	40972	1881	91	الإجمالي التراكمي

المصدر: وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية (2006)

هيكل الصناعة واستراتيجية الاتحادات:

هيكل الصناعة:

تعتبر ألبان الأبقار أهم المواد الخام على الإطلاق في صناعة منتجات الألبان في أسبانيا، وتستحوذ على 80% من الناتج النهائي من حيث الحجم المعادل (16% في الاتحاد الأوروبي). يليها الزبادي والمنتجات الطازجة الأخرى، التي تمثل 12% (3.5% في الاتحاد الأوروبي)، ومنتجات الجبن، وتمثل 2.6% (32% في الاتحاد الأوروبي)، والزبد، ويمثل 0.7% (23% في الاتحاد الأوروبي).

إن تركيب الناتج النهائي هذا، إنما يضعف نتائج صناعة التجهيز، حيث أن التركيز على اللبن السائل، الذي يدر هامش ربح محدود للغاية، يترتب عليه محدودة قدرة الصناعة على الاستثمار والنمو. ويعوض هذا الوضع جزئياً الإنتاج المتزايد من الزبادي والمشروبات الطازجة، حيث هوامش الربح أعلى. باعتبار أسبانيا واحدة من الدول ذات الاستهلاك الأعلى من تلك المنتجات، ومن الناحية الأخرى، فإنه على الرغم من ارتفاع القيمة المضافة عادة لمنتجات الجبن، إلا أن الناتج منه لا يزال منخفضاً نسبياً.

وطبقاً لبيانات معهد الإحصاء الوطني، في أسبانيا INE، كان هنالك 1007 شركة لتصنيع الألبان في أسبانيا 2004 أي بنسبة زيادة 10.2% عما كانت عليه الحال في 2000، نتيجة لإنشاء شركات جديدة لتصنيع الجبن أساساً، ويوضح الجدولان 12، 13 المؤشرات الهيكلية الأساسية، وتركيبه قيمة ناتج الشركات في صناعة الألبان في أسبانيا، وتمثل مبيعات صناعة الألبان حوالي 10% من الناتج الإجمالي للصناعات الغذائية، و2% من ناتج الصناعة في أسبانيا ككل (الفورجا، 2006).

جدول- 12 المؤشرات الأساسية لصناعة الألبان في أسبانيا

نسبة القيمة المضافة للقيمة %	قيمة العائد (1000 يورو)	إجمالي عدد العاملين	العاملون بالمشروع	عائد العامل (يورو)	تكلفة العامل (يورو)	عدد المشروعات	
21.1	7362664	27745	28	249398	25683	913	2000
18.2	7038106	27128	30	272076	27225	959	2001
20.7	8051596	26648	26	313988	30198	1000	2002
21.2	8061511	25914	27	311087	30452	965	2003
20.4	8644752	27024	27	319891	31206	1007	2004

المصدر: معهد الإحصاء الوطني، 2001-2005.

وفيما يتعلق بصناعة تجهيز الألبان، بشكل أكثر تحديداً، وطبقاً لنتائج مسح تم إجراؤه على هياكل قطاع الألبان، بمعرفة وزارة الزراعة والثروة السمكية والأغذية في 2005، يوجد 604 شركة لمعالجة الألبان، تستحوذ خمس شركات منها على 40% من كمية الألبان المعالجة.

وتستحوذ الشركات الكبرى الإحدى والعشرون على 74%. وتمثل 503 شركة من الشركات الصغيرة. 4.8% من إجمالي الكمية. وعلى هذا، تعتبر صناعة الألبان من الصناعات المتمركزة نسبياً وذات هيكل نمطي يمثل احتكار المنتج الصريح (عدد محدود من المنتجين يتمتعون بقوة ضخمة في السوق يتعايشون مع عدد كبير من الشركات الصغيرة المتناثرة ذات الوزن الضعيف للغاية).

جدول- 13 تركيبة قيمة الناتج في صناعة الألبان في أسبانيا (%)

البند	1993	1994	1995	1996	1997	1998
العاملين	13.7	13.4	12.4	11.9	11.5	11.0
الطاقة	8.5	8.0	9.6	10.4	10.7	10.5
المواد الخام	52.7	52.1	53.5	51.2	50.6	52.2
التكاليف الاحتياطية والإهلاك	16.0	16.7	16.2	17.6	17.1	17.5
الربحية	9.1	9.9	8.4	8.9	10.0	8.8

البند	1999	2000	2001	2002	2003	2004
العاملين	11.1	10.0	10.5	10.4	10.5	9.7
الطاقة	11.2	9.2	10.4	9.9	10.1	9.0
المواد الخام	48.7	45.4	51.9	50.4	49.6	44.9
التكاليف الاحتياطية والإهلاك	19.0	27.2	18.4	19.1	19.0	25.6
الربحية	10.0	8.2	8.9	10.3	10.8	10.7

المصدر: معهد الإحصاء الوطني، 1994-2005.

تحليل شركات صناعة الألبان:

باستثناء المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر، المتخصصة في منافذ صغيرة في السوق مثل الأنواع التقليدية من الجبن، و/أو الجبن الذي يتمتع بحماية مسمى المنشأ، فإن الشركات العاملة في قطاع الألبان تقوم بتطوير أنشطتها، في صنف أو عدة أصناف من المنتج، أو في مرحلة أو أكثر من مراحل الإنتاج أو التسويق. ويعزز تلك الظاهرة بصفة خاصة، تنوع إمكانات تصنيع الألبان في شكل منتجات مختلفة. ويقوم كثير من الشركات بدمج أنشطتها في فئات مختلفة، وتوجد ثلاث فئات رئيسية: الألبان السائلة، والمشتقات الطازجة، (الزبادي والحلوى الطازجة)، والجبن.

والشركات العاملة في قطاع الألبان السائلة، تتعامل في تجهيز الجزء الأكبر من الألبان، ومن ثم تلعب دوراً حاسماً في تحديد الأسعار على باب المزرعة. والمفاوضات مع تجارة التجزئة الواسعة النطاق بالغة الصعوبة، لأنه يتعين على شركات تجارة التجزئة العمل على تنويع مبيعاتها وتحقيق أكبر قدر منها بسبب محدودية هوامش الربح.

وكانت الشركات في تلك الفئة تركز أساسا، على الألبان المنزوعة الدسم، أو شبة منزوعة الدسم، في جهودها لتنويع المبيعات. ثم قامت بالتدرج بإدراج المجموعة الكاملة من الألبان الوظيفية، والألبان المحضبة، ومخيض الألبان، إلخ ضمن مبيعاتها. ولقد مكنتها تلك القفزة النوعية، من زيادة هامش أرباح الألبان السائلة. وتوجد معظم الشركات الرئيسية العاملة في قطاع الألبان السائلة في المناطق الجغرافية التي تنتج كميات كبيرة من الألبان. وتعمل الشركات الصغيرة في الأسواق المحلية، وتقوم بإنتاج اللبن المبستر عادة.

إن الهيكل الحالي للشركات، هو، إلى حد كبير، نتاج لعمليات تكثف (تركز) متزايدة، جرت بالتوازي مع عمليات التكتل في صناعة الألبان في أوروبا. على الرغم من أن متوسط حجم الشركات لا يزال أصغر من نظيره في دول الاتحاد الأوروبي الأخرى. وكانت هنالك عدة عوامل مساعدة مثل إغلاق مصانع الألبان السابقة، مما أدى إلى ظهور التكتلات الصناعية، والتوسع في إنتاج الألبان المصبرة (UHT) المعبأة في عبوات تأخذ شكل قوالب الطوب (brick packs)، واستراتيجيات تجارة التجزئة الواسعة النطاق، وانسحاب القطاع العام، والسياسات التي تتبعها المقاطعات ذات الاستقلال الذاتي فيما يتعلق بمشروعات الألبان العاملة في مناطقها. إنها -بطبيعة الحال- عملية ديناميكية، تتطور بشكل دائم.

وتتسم الشركات العاملة في قطاع الألبان السائلة بالديناميكية الشديدة، وترتكز أساسا على المنتجات ذات القيمة المضافة العالية، والتي تعوضها -على الأقل تعويضا جزئيا- عن ثبات الطلب أو حتى انخفاضه في المجموعة التقليدية للألبان. والخصائص الرئيسية لتلك الفئة تتمثل في التركيز وزيادة السرعة في الأصناف المتميزة في تجارة التجزئة، والظهور المفاجئ لمجموعات المنتجين الأساسيين في مرحلة التصنيع، ووصول رءوس الأموال العالمية. وفي الجدولين 14، 15 ندرج قائمة بالشركات الرئيسية في سوق الألبان السائلة، حسب حجم الألبان المصبرة، والمبسترة المجمعة والمجهزة. وتتصدر تلك الشركات، في هذه الفئة، شركة كابسا (CAPSA) التي تقوم بتجميع 1000 مليون لتر من الألبان، وكان ذلك في عام 2004، وكانت تنتج 725 مليون لتر من اللبن السائل. والشركة الثانية في الترتيب، هي شركة بوليفا (Puleva)، وكانت تقوم بتجميع 800 مليون لتر، وتنتج 650 مليون لتر، أما الشركة الثالثة فهي شركة ليشي باسكوال (Leche Pascual)، وكانت تقوم بتجميع 775 مليون لتر، وتنتج 584 مليون لتر، والرابعة هي شركة لاكلاليس (Lactalis) وكانت تقوم بتجميع 650 مليون لتر وتنتج 550 مليون لتر. ولم يكن هنالك أية تغييرات جوهرية في ترتيب تلك الشركات من سنة إلى أخرى.

وفيما يتعلق بحصص السوق، توضح الأرقام التي قدمها "معهد البحوث الدولية" (IRI) في أسبانيا عن عام 2005، أن الأصناف الرئيسية الثلاثة في سوق الألبان السائلة هي: سي إل، أوستريانا وبيبلغ نصيبها من حجم المبيعات في السوق 13.5%، و15.3% من حيث القيمة، وبوليفا وبيبلغ نصيبها 11.4%، و15.8% على التوالي. ثم باسكوال وبيبلغ نصيبها 10.4%، و12.2% على التوالي (أنظر جدول 15) أما الصنف الرابع وهو "سيلتا" فيتخلف عن الأصناف الثلاثة السابقة، كثيرا، إذ يبلغ نصيبه من حجم المبيعات في السوق 3.6% فقط، و3.7% من حيث القيمة، وأما الصنف الخامس فتبلغ أرقامه 2.8%، و2.9% على التوالي. ومن الناحية الأخرى، فإنه يتعين علينا توضيح النمو السريع الملحوظ لأصناف التجزئة التي كانت تستحوذ على 36.8% من حجم المبيعات، و29.5% من قيمة المبيعات في عام 2005، ولقد أدت الضغوط التي تمارسها أصناف التجزئة على الأسعار (متضافرة مع عوامل أخرى مثل ارتفاع أسعار تسليم بوابة المزرعة

بسبب عدم كفاية حصص الألبان، والمنافسة الشرسة بين الأصناف، الى اهتمام تلك الفئة بمنتجات الألبان ذات القيمة المضافة العالية، وإقامة مصانعها في بلاد أجنبية وبصفة خاصة في البرتغال، لكي تضمن توريد المواد الخام بأسعار تنافسية.

جدول- 14 المجموعات الرئيسية للألبان في أسبانيا حسب حجم الألبان المجمعة (بالمليون لتر)

المجموعة/المشروع	الألبان المجمعة في 2003 (مليون لتر)	الألبان المجمعة في 2003 (مليون لتر)	صافي المبيعات في 2004 (مليون يورو)
CORP. ALIMENTARIA PEÑASANTA. S.A	1000	1000	665.5
PULEVA FOOD. S.L	825	800	497.1
LECHE PASCUAL ESPAÑA. S.L	721	775	506.0
GROUPE LACTALIS	650	650	430.0
LECHE CELTA. S.L	462	533	274.2
DANONE. S.A	475	500	1115.0
IPARLAT-KAIFU	390	400	250.0
FORLACTARIA OPERADORES LECHEROS. S.A	250	300	110.0

المصدر: مجلة سوق الأغذية، 190، 2005.

وتسيطر مجموعة دانون الصناعية Danone، على فئة المشتقات الطازجة في أسبانيا كما هو الحال في أوروبا بأسرها، وقد ارتبط تطوير تلك الفئة وموها بعمليات البحوث والتنمية، والابتكار، والترويج، والإعلان عن المنتجات الجديدة، ومن الناحية التطبيقية، يوجد عدد قليل جدا من الشركات التي تقوم بالأبحاث من أجل إنتاج منتجات مختلفة اختلافا جذريا، ومن الممارسات الشائعة استخدام نسخ معدلة، تقريبا، من المنتجات الجديدة، ويعتبر الاستثمار في البحوث والترويج هو العامل الاستراتيجي الرئيسي الذي يمكن أي مشروع من الحفاظ على مكان الصدارة في تلك الفئة من المنتجات.

ويوجد عدد محدود، الى حد ما، من الشركات المتخصصة في هذا النوع من المنتجات، ويقوم معظمها أيضا بإنتاج ألبان الشرب، كما تسللت أصناف التجزئة كذلك إلى تلك الفئة واستحوذت على حصة في السوق تقترب من 30%، وهناك حاليا عدة شركات تنتج أصنافا متميزة لشركات التجزئة، وتقوم بعض الشركات بإدراج الجبن الطازج ضمن مجموعة منتجاتها، وهو نوع تستطيع من خلاله منافسة الشركات المنتجة للجبن، كما توجد أيضا شركات صغيرة تنتج للسوق المحلي، وشركات تخصص في المنتجات التقليدية (الألبان الخثرة).

جدول - 15 الشركات الرئيسية التي تقوم بتجهيز الألبان المصبرة، والمبسترة (بالمليون لتر)

الماركة (العلامة التجارية)	2004	2003	الموقع	المجموعة/المشروع
C.L.Asturiana/Ato/Larsa	725	721	Granda-Siero (Asturias)	CORP. ALIMENTARIA PEÑASANTA. S.A
Puleva/Ram/El Castillo	650	694	Granada	GROUPE PULEVA
Pascual/PMI/Frixia	584	577	Aranda de Duero (Burgo)	GROUPE LECHE PASCUAL
President/Lauki/Prado	550	-	Madrid	GROUPE LACTALIS IBERIA, S.A
Celta/Campobueno/La Vaquera	510	434	Pontedeume (A Coruña)	LECHE CELTA. S.A
Kaiku/Beyena	350	315	Pamplona (Navarra)	IPARLAT. S.A
Rio/Cremosita/Solán/Leyma	300	226	Lancara (Lugo)	LEITE RIO S.L
Covap	175	150	Pozoblanco (Cordob)	الجمعية التعاونية GAN. VALLE. PDROCHES (COVAP)
Reny Picot/la vaquita	120	125	Navia (Asturia)	IND. LACTEAS ASTURIANAS, S.A
Feiraco/Xoia	110	118	Negreira (A Coruña)	الجمعية التعاونية FEIRACO.
Primor/Plena	90	65	Madrid	LACTOGAL. S.A. SUC. EN ESPAÑA
Clesa	76	80	Madrid	CLESA. S.A. (GRUPO)
Lilac/JSP	60	60	Las Palmas de G.Canaria	JOSE SANCHEZ PEÑATE, S.A
Flora	30	27	Lamiako (Vizcaya)	UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A
Gaza	30	29	Zamora	LECHE CAZA. S.L
Frias	30	30	Burgos	QUESOS FRIAS. S.A
Sandra	22	22	Las Palmas	SERV. INS. ABAS. LECHE, (S.A. SIALSA)
Llet Nostra	20	-	Vic (Barcelon)	LLET DE CATALUNYA. S.L
Agama	20	18	Palma de Mallorca	AGAMA. S.A
C.L. Soriana	20	20	Soria	PROD. DE CALIDAD CAÑADA REAL. S.A

المصدر: مجلة سوق الأغذية، 190، 2005.

ويتعين علينا أن نوضح أن شيوع أصناف التجزئة المتميزة، والتكتلات العالية المستوى للشركات، هما أهم السمات المميزة للشركات التي تنتج وتسوق الزبادي والحلوى الطازجة للألبان. ويعرض

الجدولان 16. 17 بيانات بشأن الموقع، والأصناف التجارية، ونتاج الشركات الرئيسية المنتجة للزبادي، والحلوى الطازجة في عامي 2003، 2004. والشركات الرئيسية في هذه الفئة هي كبريات المجموعة المتعددة الجنسيات. وبعض أكبر الشركات الأسبانية المنتجة للألبان السائلة، التي تجتذبها الهوامش التجارية المتميزة، والفرص التجارية، التي تعرضها تلك الفئة من المنتجات.

وكانت شركة دانون - وهي في صدارة الشركات من حيث حجم مبيعات الزبادي وحلوى الألبان الطازجة - قد أنتجت 318.345 طن من الزبادي في عام 2004. 43.714 طن من حلوى الألبان الطازجة. أما شركة سينوبل أيبريكا Senoble Iberica - وهي متخصصة في أصناف معينة للتجزئة - قد أنتجت 115.600 طن من الزبادي، 25.000 طن من حلوى الألبان. أما المجموعة الثالثة في فئة الزبادي، والخامسة في فئة الحلوى فقد أنتجت 68.000 طن، 18.000 طن من كلا النوعين على التوالي.

جدول- 16 الشركات الرئيسية المصنعة للزبادي (بالطن)

الماركة (العلامة التجارية)	2004	2003	الموقع	المجموعة/المشروع
Danone	318345	*310000	Barcelona	DANONE. S.A
...	115600	*89000	Torreon de Ardoz (M)	SENOBLE IBÉRICA, S.A. ⁽¹⁾
Nestlé	*68000	65000	Espluges de Llobregat (B)	NESTLE ESPAÑA, S.A
La Vega	60000	60000	Antequera (MA)	LÁCTEA ANTEQUERANA. S.L
Central Lechera Asturiana	55000	52600	(Siero (AS)	COPOR. ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A
Clesa	40000	40000	Madrid	CLESA, S.A
Kaiku	*40000	35000	San Sebastian	IPARLAT, S.A
Pascual/ PMI	31900	30300	Aranda de Duero (BU)	LECHE PASCUAL, S.A
...	*28000	26000	Madrid	LACTALIS IBÉRICA, S.A. ⁽¹⁾
Mondelice	23500	25000	Barcelona	LÁCTEOS CAMPINA, S.A
Kalise	10300	*10000	Las Palmas	KALISE MENORQUINA GROUP, S.A
Millac	6500	*6000	Las Palmas	JOSÉ SÁNCHEZ PEÑATE, S.A
Puleva	*6500	*6000	Arteixo (C)	PULEVA FOOD, S.L
Feiraco	3000	2900	Negreira (C)	FEIRACO. S, الجمعية التعاونية
Fageda	2234	*2500	Santa Pau (GI)	LA FAGEDA الجمعية التعاونية

(1) ماركة التوزيع

(*) تقدير

المصدر: مجلة سوق الأغذية، 190، 2005.

ومن حيث حصص سوق الزبدي، وطبقاً لبيانات سوق الأغذية (Alimarket) عام 2005، كانت الشركة الكبرى (دانون) تستحوذ على 49.4% من حجم المبيعات في السوق، 64% من حيث القيمة، وتأتي الأصناف المتميزة للتجزئة في المرتبة الثانية، حيث تستحوذ على 39.2% من حيث الحجم، 24.3% من حيث القيمة، وأما الشركة الثانية فهي نستله، وتستحوذ على نسبة أقل تبلغ 3.5% من حيث الحجم، و3.4% من حيث القيمة. أما الشركة الثالثة في الترتيب فهي: سى. إل. أستوريانا، وتستحوذ على 3.4% من حيث الحجم، 3.3% من حيث القيمة.

جدول- 17 الشركات الرئيسية التي تقوم بتصنيع حلوى الألبان الطازجة (بالطن)

الماركة (العلامة التجارية)	2004	2003	الموقع	المجموعة/المشروع
Danone	43714	*40000	Barcelona	DANONE, S.A
...	25000	20953	Torreon de Ardoz (M)	SENOBLE IBÉRICA, S.A. ⁽¹⁾
Reina	21900	10516	Caravaca de la Cruz (MU)	POSTRES Y DULCES REINA, .S.L
Dhul	*20000	20000	Granada	.GRUPO DHUL, S.A
Nestlé	*18000	*19000	Espluges de Llobregat (B)	.NESTLE ESPAÑA, S.A
Clesa	10500	12000	Madrid	.CLESA, S.A
Kaiku	*9000	8000	San Sebastian	.IPARLAT, S.A
Pascual/PMI	8100	8500	Aranda de Duero (B)	.LECHE PASCUAL, S.A
Central Lechera Asturiana	*5000	4000	Siero (AS)	مؤسسة. ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A
Mondelice	3000	1400	Barcelona	LÁCTEOS CAMPINA, S.A
Kalise	2200	*2100	Las Palmas	مجموعة KALISE MENORQUINA, S.A
Montero	2000	1800	Málaga	MONTERO ALIMENTACIÓN, .S.L
Doncel	1550	1250	Irún (GUI)	LÁCTEOS DONCEL, S.L
Goshua	*1100	*1000	Iraizoz (NA)	LÁCTEOS GOSHUA, S.L
Fageda	577	*750	Santa Pau (GL)	الجمعية التعاونية. LA FAGEDA

(!) ماركة التوزيع

(*) تقدير

المصدر: مجلة سوق الأغذية، 190، 2005.

وبالنسبة لحلوى الألبان، تأتي الأصناف المتميزة للتجزئة في المقام الأول، حيث وصلت نسبة مبيعاتها إلى 46.7% في عام 2005، ولكنها لم تستحوذ إلا على 32.4% فقط من حيث القيمة. أما شركة دانون فكانت تستحوذ على 32.3% من حجم المبيعات، و39.6% من حيث القيمة، تليها مجموعة من الشركات ذات الأصناف الشهيرة ولكن على مسافة بعيدة منها- مثل

شركة نستله بنسبة 6.3% من حيث الحجم، 8.6% من حيث القيمة، وشركة دهول (Dhul) بنسبة 4.9%، 7.8%، وشركة ريبنا بنسبة 3.4% من حيث الحجم والقيمة، وشركة سى. إل إستوريانا بنسبة 2.4%، 2.3% ثم شركة كليستا (Clesta) بنسبة 1.5%، 1.4%.

وأخيرا، فى قطاع الجبن، كانت معظم العمليات محدودة للغاية، حتى وقت قريب، حيث كانت هياكل الشركات أقرب ما تكون الى العمل الحرفى ولكن تغيّر هذا خلال السنوات القليلة الماضية، وعلى أية حال، فإن ثمة اتجاه ملحوظا الآن نحو التكتل، وزيادة حجم الناج، وتوغل رؤوس الأموال الأجنبية. ويوجد الآن نوعان متميزان من الشركات المتعايشة فى القطاع: عدد كبير من الشركات المنتجة الصغيرة والمتوسطة الحجم، تقوم بتصنيع الجبن على أساس شبه حرفى يتمتع بحماية مسميات المنشأ المختلفة، بينما نجد فى قمة الهياكل الانتاجية، مجموعة قليلة من الشركات الصناعية التى تنتج كميات ضخمة، تكرر أساسا نحو التصدير.

وبقدم الجدول 18 أرقاما عن الشركات الرئيسية التى تقوم بتصنيع واستيراد الأجبان، طبقا للموقع، والأسم التجارية للصلد، وحجم المنتج فى عامي 2003، 2004، وحققت المجموعة الرئيسية (TGT) حجما بلغ 83344 طن فى عام 2004 ما بين انتاج وواردات، بينما حققت المجموعة التى احتلت المركز الثانى - وهى كرافت فودز أسبانيا - حجما بلغ 36500 طن.

وقطاع الجبن عبارة عن بيئة عمل غير متجانسة، ومجموعة كبيرة من الأصناف المتنوعة التى يمكن تصنيفها على النحو التالى: منتجات تتمتع بحماية مسمى المنشأ/ السمة الجغرافية، والأجبان كثيرة ومتنوعة، ولكن معظمها ينتج بكميات صغيرة، ويعتبر نشاط صناعة الجبن من الأنشطة العالية الربحية، على العموم، حيث تجلب المنتجات قيمة عالية مضافة، وهو قطاع لا يوجد فيه إبداع كبير، حيث يرجع ذلك أساسا الى عدم مرونة المجالس المنظمة، وعدم وجود أية ثقافة إبداعية حقيقية، ثم إن الأجبان يجرى تصنيعها، فى الغالب، فى المزرعة، إما بقيام المنتجين بأنفسهم بتصنيعها، وإما من خلال تعاونيات صغيرة، أو شركات تصنيع زراعى صغيرة، مع ما يقترن بذلك من مشكلات فى الإدارة معروفة وعدم وجود استراتيجيات تسويق واضحة، وفى مثل تلك الأحوال، فإن صغر حجم الشركات (وخصوصا بالنسبة لأصناف معينة من الجبن) يسبب مشكلات بخصوص الاندماج فى قنوات التوزيع الحديثة، حيث لا يتم توريد الأصناف بشكل منتظم.

ويلى تلك الأنواع من الجبن الأجبان التقليدية الصلدة (الجامدة) Hard cheeses (مثل جبن لومانشا، ولكن غير معترف له بحماية مسمى المنشأ/ أو السمة الجغرافية)، ومعظم تلك الأجبان تنتج من خليط من ألبان الأبقار والنعاج والماعز، وعادة ما تكون الشركات فى تلك النوعية من الأجبان، من الشركات المتوسطة الحجم، مع أماط من الإدارة الاحترافية، وإدارات للتسويق، وتوجد فى تلك الفئة من الأجبان، الشركات الأسبانية- التى بدأت كشركات عائلية فى كثير من الحالات- ولكنها تتعايش مع فروع الشركات المتعددة الجنسيات وخصوصا الشركات الفرنسية المتعددة الجنسيات، وهنا نجد، مرة أخرى، الاتجاه نحو التكتل من خلال عمليات الاندماج، أو الاستيلاء، أو التوسع، وكذلك الاتجاه نحو تنوع الانتاج عن طريق التوصل الى المعدلات المثلى لخلط الألبان التى تقوم الشركات بتصنيعها.

وتختل الأجبان الفرنسية المنتجة فى أسبانيا المركز الثالث مباشرة، ولكنها تتوسع، باضطراد.

وتقوم بانتاجها شركات متخصصة، وكذلك شركات أخرى لها أنشطة- متنوعة، ولكن في إطار مجموعة الألبان. ويعد أن مستوى الابتكار أخذ في الارتفاع في إطار تلك الفئة، وخصوصا فيما يتعلق بالجوانب المتصلة بمبيعات الألبان المغلفة (مواد التغليف، وجودة التغليف) والحفظ.

وأخيرا، هنالك مجموعة الألبان غير الأسبانية، ومجموعة تقليدية أخرى غير طازجة، بما في ذلك أنواع الجبن الطرى كامل الدسم، وكرات الجبن، وقوالب الجبن، الخ. وتعمل أكبر الشركات ضمن هذه الفئة، سواء كانت أسبانية أو أوروبية، وخصوصا الشركات الفرنسية. وتتعايش الشركات المتخصصة مع مصانع الألبان التي دخلت سوق تصنيع الجبن. ولدى شركات الصدارة مجموعات واسعة متنوعة وأشكال مختلفة للمنتجات النهائية، وكانت تلك الشركات قد استحدثت مؤخرا مبتكرات جذرية بمساندة من الاستثمارات العامة الكبيرة، كما أن درجة تكتل تلك الشركات أخذت في التزايد المستمر. وتركز بعض الشركات الصغرى، معظم أنشطتها، على الأسواق المحلية والإقليمية، بينما يتخصص البعض الآخر في توريد منتجاتها لشركات خدمات الأغذية، والمطاعم الكبرى، أو في إنتاج الأغذية المعدة للطهي.

جدول- 18 الشركات الرئيسية لاستيراد الألبان أو تصنيعها (بالطن)

الماركة (العلامة التجارية)	2004	2003	الموقع	المجموعة/المشروع
TGT/Bergader/Entremont/ Frico	83344	76200	Viladecans (B)	TGT GROUP
Kraft/El Caserío/ /Philadelphia Mama Louise	*36500	*36500	Madrid	KRAFT FOODS ESPAÑA, S.A
.El Ventero/Campobello/D Bernardo/Gran Capitán	*33500	*33600	Villarrobledo (AB)	QUESOS FORLASA, S.A
La Cabaña/Burgo de Arias/S. Millán/Boffard/ Angulo	*32500	*32500	Madrid	MANTEQUERÍAS ARIAS, S.A
García Baquero/ Villacenteno	30000	30000	Alcázar de San Juan (CR)	LÁCTEAS GARCÍA BAQUERO, S.A
/Aría/Apetina/Finello Dofino	*18000	*18000	Madrid	ARLA FOODS, S.A
President/Société	*14000	13000	Madrid	LACTALIS IBERIA, S.A
Albe	14000	12500	Madrid	LÁCTEAS DEL JARAMA, S.A
Entrepinares	14000	9985	Valladolid	QUESERÍAS ENTREPINARES, S.A
Quescan	12643	10298	Santander	QUESERÍA LAFUENTE, S.A
Westlander/Even/Ripposz Unicopa/Paladín	12000	6693	Barcelona	IBER CONSEIL, S.A

Central Lechera Asturiana	*9500	9400	Granda (AS)	CORP. ALIM. PEÑASANTA, S.A
Luxarela	*9000	*9000	Avila	.LUXTOR. S.A
Cadí	8470	8110	La Seu d'Urgell (L)	COOP.CADI
Reny Picot/Montelarreina	*7000	*7000	Madrid	IND. LÁCTEAS .ASTURIANAS, S.A
El Pastor	7000	6000	Sta. Cristins Polvorosa (ZA)	HIJOS DE SALVADOR .RODRÍGUEZ, S.A
Record/Díaz Miguel	6300	6300	Alcázar de San Juan (CR)	GREGORIO DÍAZ .MIGUEL, S.A
La Vaca que Ríe/Mini Babybel/Leedamer	6100	5100	Madrid	FROMAGERIES مجموعة .BEL ESPAÑA, S.A
Copirineo	*6000	6000	La Pobla del Segur (L)	الجمعية التعاونية AGRARIA DEL PIRINEO
Campina	5100	4500	Barcelona	LÁCTEOS CAMPINA, S.A

المصدر: مجلة سوق الأغذية، 190، 2005.

(*) تقديري

الخلاصة:

يمثل قطاع الألبان في إسبانيا أوضاعاً هيكلية، وتنوعاً، وديناميكية، تتباين تبايناً شديداً من شركة إلى أخرى. وفي مرحلة الإنتاج الأولية، نجد أن الهياكل لا تزال متشردمة، وأن مستوى التواصل فيما بينها لا يزال محدوداً، على الرغم من جهود التكتل الجارية الآن منذ ما يزيد عن عشر سنوات؛ ويوجد ما يناهز 29000 مزرعة ألبان، معظمها مزارع عائلية، تتسم بضعف مستوى الاستثمار، بالإضافة إلى عدد كبير من مشروعات الإنتاج الحرفي. أما في مرحلة التجميع والتجهيز الصناعي، من الناحية الأخرى، فإن عدداً محدوداً من المجموعات الكبيرة، تسيطر على صناعة الإنتاج، وتعرض منتجات متنوعة، وسيطرة رأسية أكثر تقدماً على سلسلة الإنتاج، وإمكانات عالية من أجل الابتكار والترويج؛ وتضم تلك المجموعات عدة فروع لشركات كبرى متعددة الجنسيات.

وكان قطاع الألبان، أول القطاعات الغذائية في إسبانيا الذي يتحرك اقترباً من النموذج المسيطر في الدول الأوروبية الأخرى، وباستثناء الألبان التقليدية، فإن مجموعة منتجات القطاع واستراتيجيات التسويق، أصبحت تتشابه الآن مع المنتجات والاستراتيجيات السائدة في معظم الأسواق المتقدمة في الاتحاد الأوروبي.

والواردات ضرورة لا مناص منها، لأن الناجح من الألبان السائلة لا يكفي لإشباع الطلب المحلي، ومن ثم كانت الجهود المبذولة للبحث عن المادة الخام، استراتيجية ضرورية من أجل بقاء القطاع، وقد عملت عدة شركات ألبان إسبانية على إقامة مصانع إنتاج في دول أخرى كعلاج جزئي للعجز المزمع في الألبان، في هذا القطاع.

ولقد حقق إصلاح منظمة السوق المشتركة في عام 2003، بشأن الألبان ومنتجاتها، تغييرات هامة. أثرت على القطاع برمته؛ وتشتمل تلك التغييرات على إلغاء السعر المستهدف، وتخفيض سعر التدخل بالنسبة للزبد، واللبن الجفّف المنزوع الدسم، والانفصام الكلي لمساعدات الانتاج الزراعي، والخفض التدريجي لدعم الصادرات، الأمر الذي من شأنه الحد من القدرة التنافسية لصناعة الألبان في أسبانيا وأوروبا، وخصوصا في الأسواق الأجنبية. ونتيجة لذلك، تخيم الآن على قطاع الألبان في أسبانيا وأوروبا غيوم كثيفة من الشك وعدم اليقين، مما يحتم على المنتجين، ورجال الصناعة، والموزعين، والسلطات العامة، تضافر الجهود فيما بينهم بشكل مكثف.

وإزاء تلك الخلفية، برزت مسألة تحسين جودة الغذاء وسلامته كهدف حاسم أمام مختلف الجهات العاملة في قطاع عرض الألبان ومنتجاتها، وكانت اللوائح المختلفة المنفذة على مستوى المجتمعات المحلية، وعلى المستوى الوطني، في هذا المجال، وكذلك المبادرات الخاصة المختلفة من جانب بعض الشركات ذاتها، حاسمة في هذا الأمر. وعلاوة على ذلك، كان الوعي المتزايد لدى الرأي العام بخصوص مسألة سلامة الغذاء، مقترنا بالطلب المتزايد على الجودة بكل أبعادها، من العوامل الحاسمة أيضا في إقناع المنتجين على عرض سلع غذائية عالية الجودة، مثل المنتجات المصحوبة ببطاقة تعريف المنشأ، والمنتجات العضوية.

ويكشف تحليل الاستهلاك، وبصفة خاصة، متوسط استهلاك الفرد، خلال السنوات القليلة الماضية، عن أن سوق الألبان السائلة في اسبانيا متشبع تماما، مع وجود اتجاه نزولي طفيف في الطلب، وفي نفس الوقت، فإن استهلاك منتجات الألبان المصنعة، ولاسيما الجبن والمشتقات الطازجة الأخرى، تتزايد باضطراد خلال الفترة الأخيرة، وتشير المعلومات المتاحة إلى أن هذين الاتجاهين سوف يستمران في المستقبل.

ويوضح ذلك التحليل أيضا، الأهمية البالغة لعملية الابتكار والتجديد في هذا القطاع، وفي حقيقة الأمر، فإن الزيادة في استهلاك منتجات الألبان عموما، في أسبانيا، إنما ترجع إلى تلك المنتجات الجديدة أو العروض الجديدة من منتجات الألبان، ويتأكد ذلك بصفة خاصة في مجموعة مشتقات الألبان الطازجة، حيث ترتفع دائما معدلات الابتكار والتجديد، وعلاوة على ذلك، فإن عملية الابتكار والتجديد أخذت تمتد الآن إلى جميع فئات الانتاج، بما فيها أعداد كبيرة من الأغذية الوظيفية أو الخاصة، ويمكن أن نقول، انه بالإضافة إلى تركيز الانتاج، والجودة، واستراتيجيات التكامل الرأسى، فإن عملية الابتكار والتجديد تشكل العامل الرابع الحاسم للقدرة على المنافسة في هذا القطاع.

قطاع الألبان ومنتجاتها في المغرب

أكا آية المكي

يلعب قطاع تربية الحيوانات دورا هاما في الاقتصاد المغربي وذلك من خلال إسهامه في إجمالي الناتج الزراعي بنسبة (30%) إلى جانب توفير فرص عمل في المناطق الريفية والوفاء باحتياجات المستهلكين في مجال المنتجات الحيوانية. وتعتبر مزارع الألبان أحد الأقسام الرئيسية بهذا القطاع ويوجد بها منظومتين للإنتاج. الأولى هي منظومة المزارع المكثفة ويتم تطبيقها بصفة أساسية في مناطق تنمية الزراعة والموارد المائية والتي تديرها مكاتب التنمية الزراعية. وتتميز بوجود موارد أعلاف وفيرة، وسيطرة سلالات المواشي المحسنة في تركيبة القطيع (70%) وارتفاع مستوى تسويق الألبان (60% إلى 70% من إجمالي الإنتاج). أما المنظومة الثانية، والتي تعتبر ذات إنتاج مختلط (إنتاج ألبان ولحوم). فإنها تعتمد على الأعلاف المركزة واستخدام المنتجات الثانوية للحبوب (القمح، الجذور العشبية، الخ)، وهي تنتشر بكثرة في المناطق ذات الأمطار الوفيرة وحول التجمعات الحضرية الرئيسية.

وبالرغم من تغطية الإنتاج المحلي لحوالي 90% من طلب المستهلكين على الألبان ومنتجاتها، فإن هذا الطلب لا يزال أقل من الاحتياجات التي توصي بها مقاييس التغذية. علاوة على ذلك، فإن الصناعة بكاملها قد أصبحت أكثر اهتماما بجوانب جودة المنتج كنتيجة لانفتاح الاقتصاد وللمتطلبات الجديدة للمستهلكين. ومن خلال قيامنا في هذا الفصل بوصف كيفية عمل صناعة الألبان، فإننا سنسرد البيانات الرئيسية الخاصة بمحددات الجودة في شتى مراحل الإنتاج والتسويق. ونبدأ هذا الفصل بنظرة عامة على سياسة إنتاج الألبان في المغرب. وفي الجزء الثاني، نشرح الاتجاهات السائدة في استهلاك الألبان ومنتجاتها مع الإشارة إلى البنود الأساسية للوائح الموضوعة والخاصة بالجودة. أما القسمان الأخيران فهما يمثلان جزءا من تحليل البيانات الخاصة بتركيبة صناعة الألبان وفتوات تسويق الألبان مع التركيز الخاص على استراتيجيات الجودة الخاصة بمصانع الإنتاج.

نظرة عامة على سياسة إنتاج الألبان في المغرب

تهدف سياسات الدولة الخاصة بتربية الحيوانات إلى دعم الأمن الغذائي في قطاعي اللحوم ومنتجات الألبان. أما فيما يتعلق بإنتاج الألبان، فإن السلطات العامة تقوم بالتدخل في هذا المجال منذ السبعينيات من خلال برامج تهدف إلى تحسين كفاءة الإنتاج وزيادة استهلاك منتجات الألبان. وقد تم تدشين برنامج ألبان أولي في منتصف السبعينيات في هذا السياق وكان الهدف منه في المقام الأول هو رفع مستوى الاكتفاء الذاتي وزيادة استهلاك الفرد من منتجات الألبان من 0.1 إلى 0.33 لتر من اللبن لكل شخص يوميا في الفترة من 1975 إلى 2000 (سرايري، 2004). ومن أجل تحقيق هذا الهدف كان من الضروري أن يحدث تدخل من الدولة وذلك من خلال الإجراءات التالية (وزارة الزراعة، 2000):

- < تحسين الجينات الخاصة بقطعان الماشية من خلال التلقيح الصناعي ومن خلال تهجين الحيوانات مع السلالات المحسنة.
- < اتخاذ إجراءات لزيادة الجهود الخاصة بتحسين صحة الحيوان وسلامة منتجات الألبان.
- < اتخاذ إجراءات لتحسين موارد العلف وخلق مخزون احتياطي من علف الحيوان.
- < إقامة مراكز لتجميع الألبان في المناطق المجاورة لمناطق الإنتاج.
- < تقديم حوافز للاستثمار لدعم وتطوير إنشاء مصانع تصنيع الألبان.

وقد تمخضت هذه الإجراءات عن تحسين إنتاج الألبان والذي ارتفع من 580 مليون لتر إلى 1.1 مليار لتر في الفترة من 1975 إلى 1999. إلا أنه نتيجة للعجز في الإنتاج بالمقارنة باحتياجات المستهلكين فقد قامت السلطات العامة بتطبيق خطة ثانية للألبان للفترة من 2000 إلى 2020. وعلى العكس من برنامج 1975، فقد ركزت هذه الخطة على التخصص الإقليمي والذي كان ضروريا من أجل ترشيد استخدام الموارد ورفع الإنتاجية. وقد ركزت على تحسين الصحة والبيئة الخاصة بقطعان الماشية المدرة للألبان. وتحسين جودة الألبان في مختلف المراحل من سلسلة الإنتاج. ودعم المؤسسات الخاصة بالمنتجات بالمنتجات واثخاذ الإجراءات اللازمة لتقوية السياسات الخاصة بإقامة شركات داخل الصناعة (عراية وآخرون، 2001). وقد حصلت غالبية الحوافز التي تضمنها تدخل وزارة الزراعة في هذا القطاع (مثل إنشاء حظائر للأبقار وتزويدها بالأجهزة اللازمة وإنشاء مراكز تجميع الألبان) على دعم من صندوق التنمية الزراعية.

ويصل الإنتاج الحالي للألبان إلى حوالي 1.37 مليار لتر (وزارة الزراعة، 2005). ولكن هذا الإنتاج لا يزال دون التوقعات التي وردت في برنامج الألبان لعام 1975 (2 مليار لتر في عام 2000). ويعتبر أداء الماشية، وحالة الطقس - (وبخاصة فيما يتعلق بسقوط الأمطار) والقيود المتعلقة بتنظيم هذا القطاع من العوامل المحددة لمستوى الأداء الذي تم تسجيله. كما تؤثر المعوقات الأخرى المتعلقة بجمع وتصنيع وتوزيع الألبان ومنتجاته على توافر هذه المنتجات الاستهلاكية بالجودة المطلوبة. وقد أكدت الاستراتيجية الخاصة بتطوير صناعة الألبان والتي تم وضعها في 2000-2002 على كل هذه المعوقات. وكان الهدف الرئيسي هو زيادة الإنتاج بمقدار 5.8% سنويا وذلك لتغطية احتياجات التغذية المتعلقة بالمستهلكين والتمثلة في استهلاك منتجات الألبان (وزارة الزراعة، 2000).

وعلاوة على ذلك، تقوم المغرب باستيراد حوالي 15 ألف طن من اللبن الجفف سنويا أي حوالي 151 مليون لتر من اللبن بعد إذابته. وتأتي غالبية هذه الكمية من دول الاتحاد الأوروبي حيث يأتي منها 85% من الكميات التي يتم استيرادها. وفي الفترة من 2000 إلى 2004 كانت فرنسا تعتبر المورد الأساسي للبن الجفف حيث كانت تقدم 30% من الواردات وكانت تليها هولندا (12%) ثم ألمانيا (11%) ثم أسبانيا (7%) ثم الاتحاد بلجيكا-لكسمبورج الاقتصادي (7%). وتخضع الألبان ومنتجاتها لتعريف جمركية تتراوح بين 17.5% (الجبن المستخدم لأغراض صناعية) 112% (اللبن الطازج وقشدة اللبن). كما يتم تحصيل تعريف جمركية مقدارها 60% على اللبن الجفف المنزوع الدسم بينما يتم تحصيل تعريف جمركية مقدارها 112% على اللبن الجفف كامل الدسم. ويمكن تقليل هذه التعريف الجمركية من أجل تشجيع الواردات في بعض الفترات التي يرتفع فيها الاستهلاك كما يحدث في شهر رمضان. وبالرغم من ذلك فإن سياسات

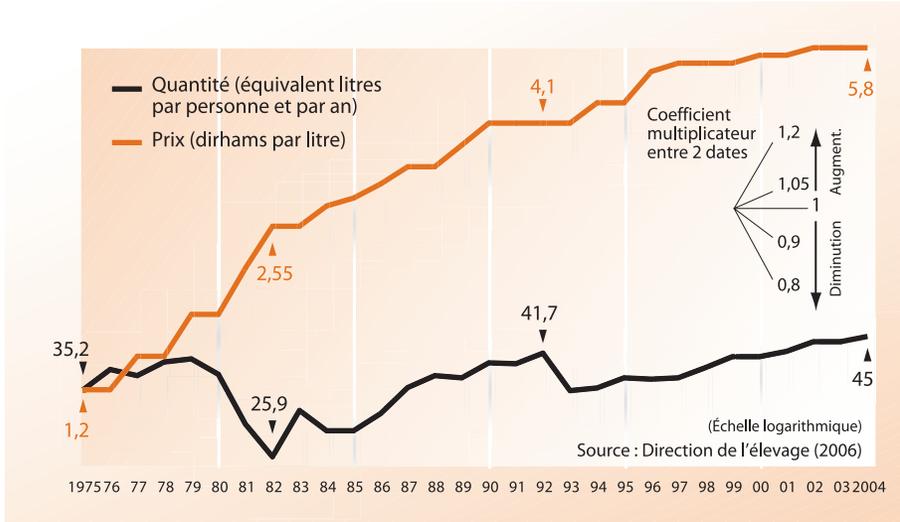
إلغاء التعريف الجمركية من الأمور التي تهتم المنتجين والمصنعين على حد سواء وبخاصة فيما يتعلق بالالتزامات الخاصة باتفاقية الانتساب المبرمة مع الاتحاد الأوروبي واتفاقية التجارة الحرة الموقعة مع الولايات المتحدة الأمريكية.

أجاءات الاستهلاك

لازال استهلاك منتجات الألبان الحالي منخفضا بصورة نسبية وهو معدل يصل إلى ما يعادل 45 لتر من الألبان للفرد سنويا بالمقارنة بالمعدل الموصى به وهو 90 لتر من حصة التغذية (وزارة الزراعة، 2005).¹ وقد ارتفع استهلاك الفرد بمقدار 10 لتر في الفترة من 1975 إلى 2004 وهو ما يمثل متوسط زيادة سنوية مقدارها 0.8% (انظر رسم بياني رقم 1)

وقد أظهرت اتجاهات الاستهلاك هبوطاً ملحوظاً في بداية الثمانينات وهو ما نتج بصورة أساسية عن المشكلات الخطيرة المتعلقة بحدوث جفاف في البلاد في تلك الفترة وهو ما كان له أثره على مستويات الإنتاج. وفي عام 1983، كان الاستهلاك الفردي وهو 25 لتر للفرد سنويا أقل من المعدل الذي تم تسجيله في بداية السبعينات. ومنذ ذلك الوقت، فقد بدأت معدلات التعافي في الصعود بصورة مطردة حتى وصلت إلى المعدلات الحالية.

شكل بياني 1- الاتجاه الخاص باستهلاك الألبان والأسعار، 1975-2004



المصدر: مديرية تربية الحيوان (2006)

أما بالنسبة للإنفاق والميزانية فقد أوضحت نتائج الدراسة الخاصة بالاستهلاك والإنفاق المنزلي

1. وفقا للتصنيف الذي تبنته مديرية الإحصاء (2005) من أجل الدراسة التي أجريت في عام 2001/2000 على الاستهلاك المنزلي والإنفاق. وتضمنت مجموعة منتجات الألبان اللبن غير المصنع، اللبن المبستر بما في ذلك اللبن المصبر (المعالج بدرجات حرارة عالية)، اللبن المركز اللين الجفف، مصالة اللبن، الجبن، اللبن الجفف الخاص بالأطفال والمنتجات الأخرى وبخاصة الزبادي واللبن الرائب، واللبن المتخثر والقشدة الطازجة.

والتي أجرتها مديرية الإحصاء في عام 2001/2000 أن متوسط الإنفاق على منتجات الألبان يبلغ حوالي 210 درهم للفرد في العام على المستوى الوطني.² وتمثل تكلفة شراء اللبن المبستر واللبن المعقم حوالي 50% من هذا الإنفاق وتليه تكلفة شراء اللبن الطازج غير المصنع - حوالي 34 درهم للفرد في العام أي حوالي 16% من إجمالي الإنفاق على الألبان. وتتراوح حصة المنتجات الأخرى بين 10% بالنسبة لمجموعة "منتجات الألبان الأخرى" إلى 0.3% بالنسبة للبن المركز (جدول رقم 1). وبالرغم من ذلك فإن تحليل الطلب يوضح أن اللبن الطازج يمثل 65.3% من إجمالي الإنفاق على منتجات الألبان.

جدول 1- متوسط الإنفاق السنوي على منتجات الألبان في المغرب (العملة الحالية هي الدرهم)*

السلعة		مناطق الحضر		مناطق ريفية		الإجمالي	
القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة
24.1	8.0	45.7	50.5	33.6	16.1		
172.5	57.0	14.8	16.4	102.9	49.2		
0.9	0.3	0.4	0.4	0.7	0.3		
15.5	5.1	6.9	7.6	11.8	5.6		
19.7	6.5	15.1	16.7	17.7	8.5		
30.2	10.0	1.2	1.3	17.4	8.3		
32.9	10.9	3.9	4.3	20.1	9.6		
6.7	2.2	2.5	2.8	4.9	2.3		
302.5	100	90.5	100	209.1	100		

المصدر: مديرية الإحصاء (2005) - (*) 1 درهم = 0.094 يورو

وبالمقارنة بنتائج دراسة الاستهلاك المنزلي التي أجريت في عام 1985 فإننا نلاحظ الزيادة المتنامية في الإنفاق على منتجات الألبان والتي زادت في الواقع بنسبة 230% في الفترة من 1985 وحتى 2001. فارتفعت من 92 درهم إلى 210 درهم للفرد سنويا. وبذلك فقد ارتفع ذلك الجزء من الإنفاق الذي يتعلق بمنتجات الألبان بالنسبة لإجمالي الإنفاق على الغذاء من 5.2% إلى 6.1% على المستوى الوطني. وبالمقارنة بالإنفاق على السلع الأساسية فإن الإنفاق على الألبان كان في عام 2001 أقل من الإنفاق على الحبوب (20.4%) وعلى اللحوم (22.7%) وعلى الدهون (8.6%). وقد تمت مناقشة العوامل الأساسية المحددة بالنسبة للطلب على منتجات الألبان أدناه على أساس نتائج الدراسة التي قامت بإجرائها مديرية الإحصاء عن الاستهلاك والإنفاق المنزلي.

العوامل المؤثرة في استهلاك منتجات الألبان

بالإضافة إلى الأسعار، والتي تعتبر من أهم المتغيرات المحددة في عملية الطلب، فإن هناك عوامل أخرى تؤثر على استهلاك منتجات الألبان في المغرب. إن الأمر يتعلق بصورة أساسية بمستوى الدخل العائلي والبيئة السكنية.

اتجاهات الأسعار

يعتمد سعر لتر اللبن على فترات انخفاض أو ارتفاع إنتاج الألبان. كما يعتمد على قنوات التسويق. ففي عام 2004، كان متوسط السعر هو 5.80 درهم بالمقارنة بسعر المنتجين والذي كان 3.2 درهم. ويوضح الفرق بين السعرين متوسط هامش تسويق يقدر بنحو 82% وهو ما يؤكد على المراحل التفصيلية من سلسلة إنتاج الألبان.

وإذا نظرنا إلى سعر المستهلك من خلال هذه الأرقام فإننا نجد أنه يتزايد منذ عام 1975 عندما كان 1.2 درهم للتر اللبن (أنظر الرسم البياني رقم 1 بعاليه). وبذلك فقد كان متوسط معدل الزيادة السنوية في الأسعار في الفترة بين 1975 و 2004 هو حوالي 5.6%. وبالرغم من ذلك جدر الملاحظة أنه إذا نظرنا إلى الأمر من خلال مؤشر أسعار المستهلك والذي يعتمد على احصاءات عام 1989 فإن سعر اللبن قد ظل ثابتا بصورة نسبية عند 3.5 درهم للتر.

تأثير الدخل العائلي والبيئة السكنية

أوضحت مديرية الإحصاء من خلال الدراسة التي أجرتها عام 2001 على الاستهلاك والإنفاق العائلي أن كمية منتجات الألبان المستهلكة كانت توازي أكثر قليلا ما يوازي 53 لتر من اللبن الطازج (جدول 2 رقم). وقد انخفضت هذه الكمية إلى ما يوازي 18.4 من اللبن الطازج في المناطق الريفية بما جُم عنه فرق كبير في معامير الميزانية التي خصصها المستهلك لهذه المنتجات. وقد كان إنفاق المستهلك على منتجات الألبان في المناطق الحضرية أكثر من قرينه في المناطق الريفية بحوالي 3.3 مرة فقد كان الأول يستهلك ما قيمته 303 درهم للفرد في العام أما الثاني فقد كان يستهلك ما قيمته 91 درهم للفرد في العام.

علاوة على ذلك، فقد قامت الدراسة بالتمييز بين خمس فئات من الإنفاق في المناطق الريفية والمناطق الحضرية. وتقابل تلك الفئات حجم الدخل المقسم إلى 5 مستويات. بدءا من دخل أشد الأسر فقرا (حجم 1) وانتهاء بأكثرها ثراء (حجم 5) وبهذا فهي توفر معلومات تتعلق بأثر الدخل على استهلاك منتجات الألبان. وعلى المستوى الوطني، فإن الأسر الغنية تقوم باستهلاك عشرة أضعاف ما تستهلكه الأسر الفقيرة من منتجات الألبان. وجُد نفس الفرق في المناطق الحضرية فنجد أن استهلاك الأسر الغنية يوازي 100 لتر من اللبن الطازج واستهلاك الأسر الفقيرة يوازي 10 لتر من اللبن الطازج للفرد في العام. وبصورة نسبية، فإن الفرق أقل حدة في المناطق الريفية حيث يبلغ استهلاك الفرد ما يوازي 54 لتر من اللبن الطازج في حالة الأسر الغنية و يبلغ ما يوازي 9 لتر من اللبن الطازج في حالة الأسر الفقيرة.

لقد أكدت تقديرات القياس الاقتصادي والتي وردت في العديد من الدراسات التي أجريت عن استهلاك المنتجات الغذائية حساسية الطلب على منتجات الألبان وعلاقته بالدخل. أما الدراسة الوطنية الخاصة بمستوى المعيشة المنزلية والتي أجريت عام 1999/1988 (مديرية الإحصاء، 2001) هي من أفضل الدراسات المرجعية لأنها تعتمد على عينة تمثل فئات المستهلكين من بين أفراد الشعب المغربي. وتوضح نتائج هذه الدراسة أن دخل الألبان ومنتجاتها يتمتع بدرجة مرونة تبلغ 1.11 على المستوى الوطني. وترتفع نسبة هذه المرونة في المناطق الريفية (1.19) عن المناطق الحضرية (1.02).

جدول 2- الكميات التي يتم استهلاكها (ما يوازي استهلاك اللبن الطازج)*. الإنفاق بالدرهم والحصة من ميزانية الغذاء وفقا لتسريحة الدخل والبيئة السكنية.

الإجمالي	الريف	الحضر	الفئة	
9.12	8.81	10.1	الكمية	1
44.9	41.4	55.8	الإنفاق	
3.1	2.8	4.0	النسبة %	
17.1	15.6	19.24	الكمية	2
87	75.4	103.7	الإنفاق	
4.0	3.3	5.2	النسبة %	
26.24	21.17	30.29	الكمية	3
138.7	104.9	165.6	الإنفاق	
4.8	3.4	6.1	النسبة %	
41.69	28.88	46.75	الكمية	4
228.2	146.3	260.5	الإنفاق	
5.9	3.6	6.9	النسبة %	
94.63	54.14	100.65	الكمية	5
547.2	279.4	587	الإنفاق	
8.1	4.3	8.6	النسبة %	
37.75	18.53	53.7	الكمية	إجمالي
209.2	90.7	302.7	الإنفاق	
6.1	3.4	7.5	النسبة %	

المصدر: مديرية الإحصاء (2005) * ما يوازي استهلاك اللبن الطازج

وبذلك تتمتع منتجات الألبان بنفس الصفات التي تتمتع بها سلع الرفاهية وبخاصة في المناطق الريفية. وبالرغم من الدور الذي تلعبه الوحدات المعيشية الريفية في عملية إنتاج الألبان، فإنها تميل إلى بيع الألبان في مختلف قنوات التسويق واستبداله في غذائها بشكل خاص بالشاي. وهذه طريقة ناجحة في علاج المشكلات المتعلقة بالتدفق النقدي. ويتم استخدام عائدات البيع في شراء مواد غذائية (ردة الحبوب، لب البنجر المجفف، الخ) إلى جانب مواد غذائية

للأسرة (شاي، سكر، زيت). ومن الأمور التي تفسر الميل الطبيعي لبيع الأسر الريفية للألبان، هو عدم توافر المعدات اللازمة لها للحفاظ على منتجات الألبان بصورة سليمة.

اتجاه استهلاك مشتقات الألبان

بالإضافة إلى الأنواع المختلفة للألبان المستهلكة (أي اللبن الخام، و اللبن المبستر، واللبن المصبر، واللبن المركز، واللبن الجفء)، فإن مشتقات الألبان الرئيسية تتضمن الزبادي واللبن الخثر والجبن.³ ويمكن أن نضع أيدنا على الاتجاهات السائدة في عملية استهلاك المنتجات المختلفة من خلال الدراسات على الأسر التي قامت بها مديرية الإحصاء. وتم إجراء آخر دراستين في عام 1985 و عام 2001. ولأن الدراسة الثانية قد تم إجراؤها بعد فترة طويلة من إجراء الدراسة الأولى فإن نتائج الدراسة توضح الاتجاه في سلة منتجات الألبان في المناطق الريفية والحضرية.

ويوضح جدول رقم 3 تزايد الطلب على اللبن الطازج على المستوى الوطني من حوالي 17.6 لتر معادل اللبن الطازج إلى أكثر من 26.6 لترا للفرد في العام وهو ما يمثل معدل نمو سنوي مقداره 2.63%. وقد نتجت هذه الزيادة بصورة خاصة عن الزيادة في استهلاك اللبن المبستر، حيث كان معدل النمو السنوي 3.24%. وقد ارتفع استهلاك هذا النوع من الألبان في المناطق الريفية بما يوازي 0.88 لتر من اللبن الطازج إلى 2.47 لتر من اللبن الطازج للفرد في العام في الفترة من 1985 وحتى 2001. أما الزيادة في الطلب على الألبان غير المصنعة والتي يقوم ببيعها تجار الشوارع فقد ظلت مستقرة عند متوسط سنوي يبلغ حوالي 1%. ومن المثير للدهشة، إن الطلب في المناطق الحضرية هو الذي تسبب بصورة أساسية في هذه الزيادة، وقد ارتفع من حوالي 3 لتر من اللبن الطازج سنويا إلى 5.35 لتر سنويا عن نفس الفترة. أي أن معدل النمو المتوقع كان 3.7% سنويا. وما لا شك فيه أن هذه النتيجة كانت بسبب الدور الذي لعبته قنوات التسويق غير الرسمية في ضخ الألبان إلى المدن والبلدات (آية المكي وآخرون، 2002).

وبالنسبة لمشتقات الألبان الأخرى غير الجبن، فقد تم تسجيل انخفاض طفيف في الاستهلاك في الفترة بين 1985 و 2001 حيث انخفض الطلب الفردي من 10.8 لتر معادل لبن طازج سنويا إلى حوالي 8.33 لترا معادل لبن طازج سنويا. وكان السبب الرئيسي في هذا الانخفاض هو حدوث انخفاض في استهلاك اللبن المركز على المستوى الوطني ومصالة اللبن في المناطق الريفية (مديرية الإحصاء، 2005). وهناك اتجاه نحو اختفاء اللبن المركز من على مائدة المستهلك المغربي في حين تزايد مبيعات المصالة إلى تجار الشوارع الذين يقومون بتزويد محال الألبان التقليدية (المحلبات) في المدن والبلدات به.

جدول 3- اتجاهات استهلاك مشتقات الألبان (معادل اللبن الطازج باللتر)

السلعة	1985			2001		
	الحضر	الريف	الإجمالي	الحضر	الريف	الإجمالي
اللبن الطازج	27.74	9.82	17.58	36.83	13.71	26.62
اللبن غير المصنع	2.99	8.94	6.73	5.35	11.24	7.94

3. بالرغم من أن الزبد هو أحد مشتقات الألبان إلا أنه يعتبر في فئة الدهون في الاستهلاك الأدمي.

18.68	2.47	31.48	11.21	0.88	24.75	اللبن المبستر
8.33	4.36	11.46	10.67	9.78	12.03	المشتقات:
3.02	2.83	3.18	5.24	7.02	2.9	مصالة اللبن
19	لا يوجد	لا يوجد	9	لا يوجد	لا يوجد	الزبادي(علب)
7	لا يوجد	لا يوجد	2.5	لا يوجد	لا يوجد	الرائب(علب)
5.31	1.53	8.28	5.52	2.76	9.13	أنواع أخرى
2.8	0.28	4.78	1.92	0.64	3.68	الجبن
37.75	18.35	53.07	30.26	20.24	43.45	الإجمالي

المصدر: مديرية تربية الحيوان(2006): مديرية الإحصاء(2006).
لا يوجد: لا تتوافر بيانات عنه.

علاوة على ذلك، فإنه حري بنا أن نلاحظ الزيادة في استهلاك الزبادي والرائب على المستوى الوطني.⁴ لقد كانت هناك زيادة سنوية مضطربة في الطلب على هذا الصنف من منتجات الألبان وكانت تبلغ حوالي 4.8% (الزبادي) و 6.65% (الرائب). فزادت من 9 كراتين من الزبادي و 2.5 كرتونه من الرائب في عام 1985 إلى 19 كرتونه من هذا و سبعة كراتين من ذلك في عام 2001 على التوالي. وبالتأكيد أن التحسن الكبير الذي حدث قد كان نتيجة لقيام تجارة تجزئة على مستوى واسع في المغرب. وتحضر السكان وارتفاع مستوى دخل المستهلك. ووفقا لوزارة الزراعة (2005) فإن استهلاك الزبادي والرائب يتزايد بصورة مضطربة حتى بلغ إلى 23.5 و 9.5 كرتونه للفرد في عام 2004.

أما بالنسبة للجبن، فقد تم تسجيل متوسط زيادة سنوية في الطلب مقدارها 39.2% تم التعبير عنها في صورة ما يوازي عدد لترات من اللبن الطازج وذلك في الفترة من 1985 وحتى 2001. وقد ذكر أن الزيادة في المناطق الحضرية هي السبب في ذلك- فقد ارتفعت ما يوازي 1.92 إلى 2.8 لتر من معادل اللبن الطازج للفرد في العام. في حين هبط الطلب في المناطق الريفية ما يوازي 0.64 إلى 0.28 لتر من معادل اللبن الطازج للفرد في العام.

توقعات الاستهلاك

في ظل سيناريو التغذية الذي يشجع استهلاك 90 لتر من اللبن للفرد سنويا فإن التوقعات الخاصة باستهلاك اللبن ومنتجات الألبان يجب أن تكون 3.6 مليار لتر لسكان سيببلغ عددهم 40 مليون نسبه في عام 2020. وبهذا سيكون معدل الزيادة في الطلب على هذه المنتجات 6.5% بين 2006 و 2020 (وزارة الزراعة، 2005). ولأن الإنتاج الوطني الحالي يبلغ حوالي 1.4 مليار لتر فإن فرص تطوير الصناعة يجب أن تقوم بالتركيز على رفع مستوى تكنولوجيا الإنتاج. ويجب أن تركز الجهود بصفة خاصة على استخدام مواد جينية تعتبر هامة بالنسبة لإنتاج الألبان وتحسين أنظمة تربية الحيوان.

4. وفقا للفلاح(2005)، الرائب هو لبن متخمّر يتم خضه بعد تلقيحه ببكتريا لبنية تتفاعل مع الحرارة وحدها أو يتم مزجه بجراثيم نشطة أخرى والتي يضاف إليها الألوان والنكهات المسموح بها.

التشريعات واللوائح التي تحكم منتجات الألبان ومشتقاتها

تعتبر إدارة الجودة في صناعة الألبان من الأمور الأساسية التي تهتم بها خطة الألبان الجديدة التي قامت وزارة الزراعة بتدشينها في عام 2000. وتفرض زيادة متطلبات المستهلك (وبخاصة في البيئة الحضرية) والحاجة لتطوير المنتجات. وفقا لمعايير الجودة التي تم الاعتراف بها على المستوى الدولي الآن. تطبيق قواعد تتعلق بأفضل الممارسات من خلال كافة مراحل سلسلة الإنتاج. وكان تطبيق هذه المعايير نتيجة للعديد من الظواهر التي تتضمن تنظيم البيئة. ومستوى إدراك الجودة من قبل رجال الاقتصاد. و التقدم الذي يتم إحراره في مجال اقتفاء مصدر المنتج.

الأدوات واللوائح والأجهزة التنظيمية

يحكم عملية إنتاج وتسويق منتجات الألبان في المغرب نوعين من الوثائق التنظيمية. فهناك وثائق نوعية تهتم سلسلة الإنتاج بصفة مباشرة وتضع الشروط الخاصة بإنتاج وتسويق الأغذية المصنوعة من اللبن. وهذه هي الحال بالنسبة لمرسوم رقم 2-00-425 الصادر في 7 ديسمبر 2000 والذي يعرف منتجات الألبان ويحكم ممارسات الصحة العامة المتعلقة بالإنتاج وجمع اللبن الخام ونقله وفقا للمعايير المغربية رقم 08.4.050. وتحدد هذه الوثيقة أيضا شروط التصنيع والبيع وتوزيع الألبان ومنتجاتها وفقا للمعايير المغربية رقم 08.4.052. والخاصة باللبن الحضر (وزارة الزراعة، 2003).

وعلاوة على ذلك، فإن هناك نصوصاً عامة ذات طبيعة أفقية وتحكم المواد الغذائية بصفة عامة وتتضمن منتجات الألبان. وتحدد هذه الوثائق بصفة خاصة عمر المنتج وشروط نقله وتخزينه وتضع المتطلبات الخاصة بوضع بطاقة تعريف السلعة على المنتج وعرض منتجات الألبان.

وتجدر الإشارة إلى أن عدد الأجهزة، والتي يخضع معظمها إلى أقسام وزارات الزراعة والصناعة والتجارة والداخلية والصحة العامة، تشارك في تطبيق هذه الوثائق. أما عن الأجهزة الرئيسية المعنية بصورة أساسية بمسائل التوحيد القياسي ومنح شهادات الاعتراف و السيطرة على الجودة فهي الأقسام البيطرية الملحقه بوزارة الزراعة و قسم التوحيد القياسي الصناعي المغربي الذي يعتبر جزءا من وزارة الزراعة والتجارة.

نظم ضبط الجودة والإدارة

لا بد من التمييز بين اثنتين من المراحل في مجال إدارة الجودة في صناعة الألبان- مرحلة اللبن الخام ومرحلة اللبن المصنع. وبالرغم من ذلك فمن الصعب تطبيق المقاييس الخاصة بكل نوع من أنواع المنتجات بشكل عام نتيجة لما يلي:

- < حقيقة أن غالبية الأنشطة التي تحدث في القطاع غير الرسمي تقع خارج حدود نطاق غالبية الضوابط المنصوص عليها في اللوائح التنظيمية.
- < يتنافس المصنعون للحصول على المواد الخام والتي تأتي أحيانا من نفس المنطقة وتزود

العديد من شركات تصنيع منتجات الألبان باحتياجاتها
 < ضعف التنظيمات الخاصة بالمستهلكين و المؤسسات غير الحكومية التي تدافع عن مصالح المستهلك.

ولهذا السبب، فقد ركزت البحوث والفحوص التي جرت في هذا المجال على النواحي المعيارية، ولذلك فإن عملية تطبيق معايير الجودة في مجال الصناعة لا يزال في مراحله الأولى. وهناك حاجة إلى بذل مزيد من الجهود من قبل كافة المصنعين لتطبيق المفاهيم الجديدة.

حالة اللبن الخام المجموع:

بالرغم من تشجيع عملية مراقبة المزارع في خطة ألبان عام 1975 فإن المعلومات المتوافرة عن إدارة قطعان الماشية المدرة للألبان كانت محدودة. وقد كانت الأسباب التي ذكرت تتعلق بأن عملية اختبار الألبان التي تجرى في المزرعة وعملية تسجيل إنتاج الألبان لم تكن تجري بصورة دورية، وهو ما يعنى أن السلطات الإرشادية قد تم حرمانها من معلومات قيمه تتعلق بالإنتاج وجودة المنتج (سيريري، 2004). كما اعتبر تمتع الزراعة ككل بإعفاء ضريبي بأنه عقبة أمام عملية جمع هذه المعلومات. لأن المزارعين غير مطلوب منهم أن يقوموا بأي إعلان عن أنشطتهم.

ونتيجة لذلك فإن القضايا المتعلقة بجودة اللبن الخام قد تم التعامل معها بصورة أساسية في العمليات التي تتم بين مراكز جمع الألبان و الشركات المصنعة، وذلك فيما يتعلق بمجال توريد هذه السلعة.

وإجمالاً، فإن جودة اللبن الخام الذي يتم إنتاجه في المغرب هي من دواعي قلق المستهلك الواعي، لأن أنواع أمراض الماشية المعدية مثل الدرن والتهاب البروسيلا لم يتم السيطرة عليها بصورة تامة، وتضاعف من إمكانية إصابة ضروع الأبقار بالعدوى في المزارع. وبالمثل فإن الظروف التي تعيش فيها الحيوانات تؤثر على مستوى الصحة في الحظائر. وفي غالب الأحيان يتم حلب الأبقار يدويا- يوجد 28% فقط من أصحاب المزارع الذين يستخدمون آلات حلب. وبعد الحلب يقوم غالبية المنتجين بتخزين اللبن في درجة حرارة الغرفة في مكان مناسب قبل بيعها إلى مراكز التجميع. وكل هذه العقبات مجتمعة تعنى أنه لا يمكن الحد من إمكانية حدوث التلوث وهو ما يؤثر على الخصائص الكيميائية والميكروبيولوجية لجودة الألبان التي يتم إنتاجها.

ويتم إجراء فحوصات الألبان في حوالي 1000 مركز لجميع ألبان جميعها مزود بوحدة تبريد وتتضمن هذه الفحوصات في غالب الأحيان القيام بقياس كثافة اللبن بالإضافة إلى إجراء تقييم الذوق لدرجة حموضة اللبن. لكن هذا النوع من الاختبارات لا يعتبر كافيا لعملية اكتشاف الغش الذي يتم من خلال إضافة الماء أو نزع القشدة. وبالرغم من ذلك، فمن أجل تشجيع أصحاب المزارع على تقديم ألبان عالية الجودة، قامت بعض مراكز جمع الألبان بتطبيق نظام المكافآت مقابل الجودة مع عملائهم (معامل التصنيع والجمعيات التعاونية). ويستفيد بصفة أساسية من هذه المكافآت أصحاب المزارع الكبيرة لأن لديهم حظائر مجهزة تجهيزاً جيداً. كما أن لديهم وسائل نقل مناسبة.

ثم يتم نقل اللبن الذي يتم جمعه في مراكز التجميع إلى معامل التصنيع. ووفقاً للعبدوني

(2005) فإن هناك العديد من الدراسات التي تم إجراؤها على جودة هذه الألبان فيما يتعلق بالنظافة والتي قد أوضحت انه ليس هناك أي تحسن ملحوظ في هذا الشأن منذ السبعينيات. عندما كانت الألبان تصل إلى مصنع التصنيع في سيارات تحمل خزانات فإنه يحتوي على معدل كبير من الكائنات الميكروبية التي تفوق معدلاتها المعدلات التي تسمح بها المقاييس الخاصة بالألبان المفترض استخدامها للاستهلاك الآدمي. ثم يتم تخليص المنتج من الغاز ويتم تصفيته لإزالة الشوائب قبل تخزينه في خزانات التبريد في انتظار القيام بإجراءات التصنيع.

حالة اللبن المصنع

يتم إجراء عدد من اختبارات جودة اللبن في معامل التصنيع بما في ذلك قياس درجة الحموضة. والشحنة الميكروبيولوجية. والكثافة ونسبة الدهون. إن اقل المتطلبات التي يجب توافرها هي أن تكون نتائج هذه الاختبارات متوافقة مع القيم الموضوعة في المعايير المغربية رقم 08.4.050 المتعلقة بأفضل الممارسات المتعلقة بالنظافة الخاصة بالإنتاج وجمع ونقل اللبن الخام. وهي أمور ينبغي على كافة مراكز جمع الألبان الالتزام بها. وتلعب عملية التقييم الشامل للجودة عند هذا المستوى دورا هاما في الجهة التي سيتوجه إليها اللبن الذي سيتم تصنيعه. وتجدر ملاحظة أنه نتيجة لمتوسط مستوى الجودة الميكروبيولوجية في اللبن الخام في المغرب. فإن عمليات تصنيع اللبن المبستر والمصبر (المعالج بدرجات حرارة عالية. واللبن المعقم. واللبن المجفف) تتطلب معالجة حرارية باهظة التكلفة (العبدوني، 2005). وتكرر هذه المشكلة في أثناء فترة الصيف عندما يكون عمر التخزين أقصر.

والأكثر من ذلك أن مؤسسات تصنيع الألبان التي تقوم بمعالجة اللبن يجب أن تتوافر بها الشروط المنصوص عليها في المعايير المغربية رقم 08.0.000 والخاصة بالمبادئ العامة لصحة الطعام. كما يجب بها أن تقوم بإنشاء نظام للضوابط ذاتية التطبيق وفقا للمعايير المغربية رقم 08.0.002 والخاصة بالإرشادات المتعلقة بتطبيق (نقاط التحكم في المخاطر وتحليلها) والتي تعتبر جزءا من قواعد سلامة الغذاء. أما بالنسبة للمنتجات التي يتم تصنيعها من خلال ألبان مخمرة فإن مقياس 08.4.052 يحدد المكونات والإضافات الغذائية المسموح باستخدامها (وزارة الزراعة، 2003). وبالرغم من ذلك ينبغي التأكيد على أن التزام معامل التصنيع بمتطلبات الجودة يختلف اختلافا كبيرا. وهذا الاختلاف يتعلق بتطبيق هذه المتطلبات واعطائها شكلا رسميا. ويعتمد الأمر في المقام الأول على مستوى التزام الأشخاص المسؤولين عن إدارة الجودة في عملية اصدار شهادات الاعتراف الخاصة بالمنتجات التي يتم تصنيعها.

الاقتفاء في سلسلة الغذاء

تتطلب أنظمة إدارة الجودة أن يتم وضع قواعد لاقتفاء مصدر المنتج. والتي نادت بتطبيقها اللجنة الفنية الخاصة باقتفاء الغذاء في المغرب. وبالنسبة للألبان. فإن السوق الوطنية يكتنفها بعض المشكلات في عملية تطبيق هذه القواعد وبخاصة في الصناعات النهائية والتي تتبع مرحلة التصنيع. وبالنسبة للأنشطة التي تقوم بها قنوات تسويق اللبن الخام غير الرسمية فإن غياب التنظيم في هذه القنوات وانخفاض مستوى التنظيم لدى صغار المنتجين يمثل عقبات رئيسية تواجه عملية الالتزام بالمتطلبات القانونية الخاصة بتحديد هوية

المادة الخام. ونتيجة لذلك لا يمكن ادارة المعلومات الضرورية لسلامة المنتجات الغذائية بصورة مرضية.

علاوة على ذلك، فإن مناهج التشغيل في مراكز جميع الألبان تجعل عملية تحديد مصدر وجودة اللبن الذي تم جمعة عملية صعبة. ويقوم كل مركز بتزويد مصنع التصنيع بدفعات من اللبن الخام القادم من عدة مزارع والطريقة الوحيدة لتحديد مصدر أي مشكلات تتعلق بالجودة هي التمييز بين الألبان التي يتم جمعها في الصباح وتلك التي يتم جمعها في المساء. وتجدر الإشارة إلى أنه يتم أحيانا المزج بين هاتين الفئتين من اللبن وبخاصة في فترات قلة ادرار الألبان مما يزيد من صعوبة إمكانية تحديد مصدر اللبن الخام.

ويمكن أن تستمر مشكلات اقتفاء المصدر في معامل التصنيع لأن الحافلات تقوم بتسليم اللبن الخام الذي يتكون بصفة عامة من مزيج من دفعات آتية من العديد من مراكز جميع الألبان(الفلح. 2005)، وينتج ذلك بصفة عامة عن السعة التخزينية المنخفضة في مراكز التجميع بالمقارنة بسعة الاستيعاب الخاصة بوسائل النقل المستخدمة. ويتم الاتصال بمعامل التصنيع عندئذ لتقوم بوضع خطة تتعلق باللبن الذي تم تسلمه في الصباح واللبن الذي تم تسلمه في المساء واللبن الذي تم تسلمه في أثناء النهار.

وبالنسبة للبن الخام الذي يتم استيراده والمواد التي يتم إضافتها. فإن منهج الاقتفاء يهتم بشروط الشراء التي يتم الاتفاق عليها بين معامل التصنيع ومورديها. ويجب أن تتعلق أيضا بالمنهج المستخدم في إدارة الماشية ومستويات المدخلات التي يتضمنها المنتج النهائي.

وبالنسبة للمشتقات النهائية للألبان فإن المعلومات الموجودة على بطاقة تعريف السلعة تعتبر إحدى أسس الاقتفاء الأساسية. وفي هذا السياق فإن المرسوم رقم 2-01-1016 الصادر في 4 يونية عام 2002 الذي ينظم وضع بطاقات تعريف السلع وشروط العرض ينص على انه يتوجب أن تتضمن العبوة، من بين أمور أخرى، المعلومات التالية(وزارة الزراعة، 2003):

- < وصف التجارة
- < قائمة المكونات
- < صافي الوزن
- < تاريخ انتهاء الصلاحية وأي شروط تخزين وتاريخ الانتاج
- < اسم الشركة وعنوان المصنع وشركة التغليف و المستورد
- < المنشأ إذا كان حذف هذه المعلومة سوف يسبب لبسا بالنسبة للمشتري...

ويتم وضع بعض هذه المعلومات أو جميعها على منتجات الألبان. والهدف من ذلك هو تمكين المستهلك من تحديد المميزات الخاصة بكل منتج بسهولة.

هيكل صناعة الألبان

تتكون البنية التحتية الزراعية الصناعية في قطاع الألبان من حوالي 50 معمل تصنيع. وهناك حوالي 20 شركة خاصة تمتلك معملا أو أكثر في العديد من مناطق المغرب. أما الجزء الباقي

فيتكون من جمعيات تعاونية مختلفة الأسحجام إلى جانب حوالي 15 مزرعة ألبان صغيرة تم إنشاؤها في جيوب صغيرة، بفضل الدعم الذي تقدمه الدولة. وفي الفترة من عام 2000 وعام 2004 قامت هذه المعامل معاً بتصنيع حوالي 60% من إنتاج البلاد من اللبن (جدول رقم 4). أما قنوات التجارة في الشوارع والاستهلاك الذاتي بما في ذلك تغذية العجول فلا تزال تستهلك حصة كبيرة من الإنتاج. وقد كان نصيب التصنيع حوالي 46% في الفترة من 1980 و 1989 وهي حقيقة تبين مدى تطور البنية التحتية للتصنيع في السنوات العشرين الأخيرة.

ويستهلك اللبن المبستر حوالي ثلثي كميات الألبان التي يتم تصنيعها. وبالرغم من زيادة الإنتاج منذ بداية التسعينيات، فإن نصيب هذا المنتج قد ظل يقل بصورة مطردة لصالح مشتقات الألبان الأخرى (الزبادي، الرايب، اللبن المصبر، الخ) والتي يتزايد عليها طلب المستهلكين بصورة مطردة.

جدول 4- تطور حصة اللبن المصنع (بالمليون لتر)

اللبن المبستر		اللبن المصنع		الإنتاج بالمليون لتر	السنة/الفترة
اللبن المصنع	الكمية	نسبة الإنتاج %	الكمية		
84.8	233	45.9	275	599	1989-1980
83.1	412	54.4	495	910	1999-1990
73.2	520	61.7	710	1150	2000
65.9	445	61.4	675	1100	2001
65.7	460	58.3	700	1200	2002
66.0	475	57.6	720	1250	2003
63.4	520	59.9	820	1370	2004
66.8	484	59.7	725	1214	2004-2000

المصدر: مديرية تربية الحيوان (2006)

الأداء الاقتصادي

تعتبر صناعة تجهيز الألبان أحد الفروع الرئيسية في قطاع الأغذية الزراعية في المغرب. وقد تحسن أدائها الاقتصادي بصورة كبيرة في السنوات العشر الأخيرة مع حدوث زيادة في الاستثمارات بمقدار ثلاثة أضعاف في الفترة من 1998 و 2004 بعد أن ارتفعت من 202 مليون درهم إلى 615 مليون درهم (جدول رقم 5).

جدول 5- هيكل وأداء صناعة الألبان

السنة	عدد المؤسسات	الاستثمارات بالألف درهم	قيمة الإنتاج بالألف درهم	قيمة الصادرات بالألف درهم	القيمة المضافة بالألف درهم	الوظائف الدائمة	الوظائف الموسمية
1998	49	201933	4477220	176595	1058974	4743	2750
1999	55	235589	5550139	337424	1290417	5945	935
2000	63	376468	5747337	538576	1400334	6376	1251
2001	61	295475	5926240	490140	1567361	8699	210
2002	55	325737	6563746	517092	1789521	8823	1288
2003	59	464519	7273392	711557	1970181	8168	412
2004	65	615209	7732565	579474	1949304	8552	2610

المصدر: وزارة الصناعة والتجارة (2006).

وفي نفس الوقت فقد تزايدت قيمة إجمالي الإنتاج بمقدار ما يقرب من 4.5 لتصبح قيمتها 7.7 مليار درهم في حين تم تقدير القيمة المضافة في هذا القطاع في عام 2004 بحوالي 2 مليار درهم. وقد تم توظيف 8600 شخص عن طريق التوظيف المباشر في وظائف دائمة في نفس العام. أما الوظائف الموسمية فقد عمل بها حوالي 2600 شخصا تم توظيفهم وفقا لاحتياجات مختلف وحدات الإنتاج. وقد وصلت قيمة الصادرات إلى حوالي 650 مليون درهم وكانت غالبيتها في صورة منتجات ألبان مجففة.

ويعتمد هيكل سوق التصنيع الصناعي للألبان نسبيا على احتكار المنتج (Oligopoly). وفي ظل وجود خمس وحدات إنتاجية (جدول رقم 6) فإن مصنع "ألبان المغرب" Maroc lait لتصنيع الألبان، والذي يعتبر فرعا من فروع الشركة الأفريقية القابضة أومنيوم نورد وشركة دانون، يقوم بتصنيع حوالي 60% من الكميات التي يتم تسويقها. ويعكس هذا الرقم درجة عالية من التركيز في الصناعة وهو ما ينتج عنه مستوى منخفض من التنافس في هذا القطاع (دوفال، 2004: أومنيوم لدول شمال أفريقيا، 2006). أما بقية السوق فيتم تقسيمها بين الشركات الخاصة الأخرى وجمعيات الألبان التعاونية ومزارع الألبان الصغيرة.

وبالإضافة إلى مصنع "ألبان المغرب" Maroc lait فإن معامل التصنيع الخاصة الرئيسية تضم مصنع سياليم في طنجه، وهو فرع من مجموعة بيل Bel Group، ومصنع "سيه ليه" في منطقة فاس، ومصنع نسلة في منطقة الجديدة. أما بالنسبة للتعاونيات الأكثر إنتاجا فهناك بونليه في مراكش، والتي تنتج منتجات يوبيليه، وهناك كولينورد في تطوان، واكستراليه في القنيطرة، وكوباج (منتجات جودة) في منطقة أغادير، وتختلف نسبة استغلال الطاقة الاستيعابية للإنتاج من مصنع لآخر، لكنها تختلف أيضا وفقا لتغير مستويات إدار الألبان.

أما العقبات الرئيسية التي تواجه صناعة الألبان فهي تتعلق بصورة أساسية بالمشكلات

الخاصة بتوريد اللبن الخام. إن عدم انتظام الإنتاج، والمنافسة غير العادلة التي تقوم بها قنوات التجارة في الشارع، وعدم كفاية المصانع المرتبطة بسلاسل تخزين وتبريد في المراحل الأولى تمثل عوامل تؤثر تأثيرا سلبيا على مستويات الأداء المسجلة. وهناك مخاوف حاليا تتعلق بالزيادة المحتملة في الواردات بسبب اتفاقيات التجارة الحرة مع الدول الشريكة (الاتحاد الأوروبي، الولايات المتحدة الأمريكية، الدول العربية، الخ) وهو أمر يتعلق بصورة أساسيه باللبن المركز واللبن المجفف.

جدول 6- معاميل تصنيع الألبان الرئيسية

الموقع	الطاقة الاستيعابية باللتر/اليوم	المصنع
القطاع الخاص		
الدار البيضاء، الجديدة، مكناس، صاله، تادلا	1100000	شركة ألبان المغرب لتصنيع الألبان (دانون)
طنجه	220000	سياليم
فاس	80000	سيه ليه
الجديدة	60000	نسله
اغادير	60000	حليب سوس
التعاونيات		
مراكش	400000	بونليه
الفنيطرة	200000	اكستراليه
تطوان	200000	كولينورد
أغادير	100000	كوباج
الدار البيضاء	100000	سوبرليه

المصدر: مديرية تربية الحيوان (2006)

الاستراتيجيات الزراعية والصناعية والتجارية في مجال الجودة

تتطلب المشكلات المتعلقة باللبن الخام، ومتطلبات المستهلك الجديدة الخاصة بالجودة، وتنوع منتجات الألبان، أن تقوم معاميل التصنيع بتطوير لسياسات إنتاجها وتسويقها وفق رؤية أكثر شمولية.

إن استراتيجية معاميل التصنيع الكبرى المتعلقة بالقطاعات الفرعية التي تسبق عملية التصنيع تركز على تطوير علاقات شراكة مع الموردين بغرض حل مشكلات الجودة. وبهذا فإن هذه المصانع تقوم باتخاذ إجراءات تهدف إلى تدريب أصحاب المزارع من خلال تقديم العديد من الخدمات الفنية الاضافية والأنشطة الاستشارية. إن تقنية منح مكافآت إلى أفضل دفعات من اللبن الخام من حيث الجودة تعتبر حافزا يشجع روح المنافسة بين أصحاب المزارع الذين

يتطلعون إلى إنتاج ألبان ذات جودة عالية. كما يتم استخدام وسائل أخرى على مستوى مراكز تجميع الألبان وذلك في شكل مساعدات لشراء وإصلاح المعدات اللازمة لتخزين اللبن الخام قبل تسليمه إلى معامل التصنيع. لكن يظل هذا النوع من التنسيق بين جهات الصناعة مقصوراً على المستوى المحلي. ولا يتضمن أي جهود متضافرة قد تؤدي إلى توقيع اتفاقيات شاملة بين مختلف الجهات في سلسلة الإنتاج.

وقد قامت المصانع التي تسيطر على السوق في مرحلة التصنيع سواء كانت شركات قطاع خاص أو قطاع منظم مثل التعاونيات، بضخ استثمارات ضخمة كي تقوم بتطوير سلعتها المتميزة الرائدة والحفاظ عليها. كما يتم إجراء حملات ترويجية بصورة دائمة على مستوى المستهلكين للترويج للسلع المتميزة والتي تنعكس صورتها بصورة مباشرة على العديد من قطاعات السوق بهدف تمييزها عن المنتجات المنافسة. ويمكن أن نلمس هذا الإجراء بصفة خاصة بالنسبة لقطاع الزبادي والمجبن المصنع من خلال الإعلانات التليفزيونية والإعلانات التجارية الأخرى التي تنتجها شركات الإعلان.

وعلاوة على ذلك، يتم تطوير المزيد من المنتجات الجديدة من خلال التنوع الأفقي الذي يركز على دخل المستهلكين. ويتم تسمية هذه المنتجات بأسماء تجارية تشير إلى مستوى الجودة لكنها تظل مجهولة المعنى بالنسبة لكافة قطاعات المستهلكين. وهذه هي الحال على سبيل المثال بالنسبة لزيادي "مفيد" (أي نافع) والذي تنتجه شركة "ألبان المغرب" أو الزبادي بالكريمة (كريمي) (بالقشدة) الذي تنتجه شركة كوباج بعدة نكهات. وقد أصبحت هذه المنتجات منتجات معروفة وتباع بأسعار مناسبة للمستهلك في آلاف منافذ البيع المحلية وفي كبرى متاجر التجزئة.

وقد تم اتباع استراتيجيات أخرى لتقسيم السوق إلى فئات من خلال إنتاج سلسلة من منتجات الألبان قليلة الدسم والتي تباع تحت أسماء تشير إلى محتواها. وهذه هي الحال بالنسبة لبعض أنواع الزبادي بالفواكه التي تحتوي على قدر قليل من السكر والدهون مثل زيادي "يومي" (كل يوم) والذي تنتجه شركة ماروك ليه لتصنيع الألبان وسلسلة منتجات شيرجوي من مشروب الزبادي وعصائر اللبن بالفواكه. وتعتبر هذه المنتجات أطعمة غذائية تستهدف المستهلكين الذين يهتمون بصحتهم ويريدون الحفاظ على لياقتهم البدنية (الذين يدركون مشكلات مرض السكري، ومشكلات الكوليسترول، والبدانة، الخ). وتجدر الإشارة إلى أنه بغض النظر عن المعلومات التي تتعلق بالتكوين الكيميائي و الغذائي للمواد الغذائية فإنه ليس هناك لوائح تتعلق بمصطلحات "خفيف" أو "غذاء صحي" في المغرب (كلير، 2006).

كل هذه الإجراءات التي ترمي إلى تطوير المنتجات قد صاحبها بصورة عامة تطبيق أنظمة إدارة جودة وبخاصة من قبل معامل التصنيع الكبرى. لأنه بالإضافة إلى المتطلبات الخاصة بمقاييس نظام تحليل المخاطر والسيطرة على النقاط الحرجة والتي نادت بها اللوائح المعمول بها وغالبية هذه المصانع تشارك في أنظمة الأيزو (منظمة المعايير العالمية) للحصول على شهادات خاصة بمنتجاتهم. وهذه الشهادة التجارية تستكمل المتطلبات الخاصة بجودة شروط الصحة العالمية وهو أمر يعتمد على مدى تشدد أو لين المتطلبات التي يطبقها المدراء.

هيكل قنوات تسويق منتجات الألبان

هناك نوعان من قنوات التسويق التي تعمل في مجال تسليم الألبان ومنتجات الألبان من المزرعة إلى المستهلك. والنوع الأول معروف كتجارة الشوارع ويعتمد على الأنشطة غير الرسمية للتجار الذين يقومون بتجميع الألبان من المزارع وبيعه في المراكز الحضرية. أما القناة الثانية فيشار إليها كقناة منظمة وتتضمن مراكز التجميع الصناعية ومصانع الإنتاج (رسم بياني رقم 2).

قنوات تجارة الشوارع

تعتمد تجارة الشوارع على بيع اللبن من قبل جّار مستقلين يقومون بجمع الألبان من المزارع. ويمتلك هؤلاء التجار وسائل نقل ذات إمكانيات مختلفة والتي تم تكييفها وفقا لما يقومون به من مهام (دراجات بخارية، حافلات صغيرة) ويتنقلون عبر المناطق الريفية التي تحيط بالمراكز الحضرية ليقوموا بجمع الألبان من المزارعين. ثم يقومون ببيع الألبان التي قاموا بجمعها إلى معامل الألبان التقليدية، والمقاهي، والمنازل في المناطق الحضرية. ويعتمد مدى أنشطتهم على مواسم إدرار الألبان (فترتي زيادة أو قلة إدرار اللبن). لكن لا يوجد هناك فترات انقطاع لسببين: الأول هو أن أصحاب المزارع الصغيرة يفضلون بيع ألبانهم إلى هؤلاء التجار الذين يضمنون دفع ثمن المنتج في نفس وقت البيع. أما السبب الثاني فيتعلق بضمان بيع الألبان التي تم جمعها إلى معامل الألبان والمنازل وبخاصة في المناطق التي تقطنها طبقات عاملة. ويمكن لمعامل الألبان التقليدية (محلّبات) استهلاك كميات كبيرة من الألبان باستخدام الألبان التي يحصلون عليها من جّار الشوارع لإعداد أنواع متعددة من المنتجات - عصائر فواكه باللبن، والزبادي، ومصالة اللبن.

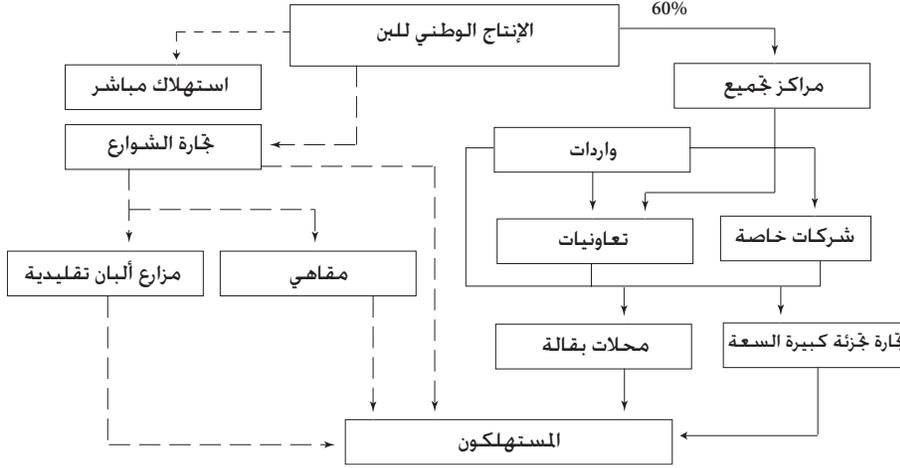
بالإضافة إلى أن هذا النوع من الألبان أقل تكلفة من اللبن المبستر (4 أو 5 دراهم/لتر مقارنة بـ 6 دراهم للتر) فإن المنازل ومعامل الألبان التقليدية التي تحصل على احتياجاتها من الألبان من خلال جّار الشوارع تفضل الخصائص التي تتعلق بالذّاق. بالمقارنة باللبن الذي يتم إنتاجه على نطاق صناعي (آية المكّي، وآخرون، 2002). وتجدر الإشارة إلى أن اللبن الذي يقوم جّار الشوارع بتسويقه لا يخضع لأي اختبارات ميكروبيولوجية من أي نوع. وهذه المشكلة تثير كثيرا من القلق وخاصة إذا علمنا أن حصة اللبن الذي يتم تسويقه بصورة غير رسمية يبلغ حوالي 30% أحيانا من إجمالي كميات اللبن التي يتم استهلاكها في بعض المدن والبلدات.

القنوات المنظمة

تلعب مراكز تجميع الألبان في قنوات التسويق المنظمة دورا هاما في إضافة القيمة إلى اللبن وهو أمر يعد في صالح المزارعين. وقد أسهمت خطة 1975 للألبان والإجراءات التي اتخذها القطاع الخاص بشكل كبير في تطوير هذه المراكز في مناطق الإنتاج الرئيسية. وقد أدى ذلك بدوره إلى تقوية الدور التجاري الذي تلعبه فيما يتعلق بمصانع الإنتاج. وما أن يتم تجهيز الألبان ومنتجاتها للبيع للمستهلك، فإن هذه المصانع يمكنها أن تختار التعامل مع قنوات التوزيع التقليدية أو الحديثة لتسليم المنتجات إلى منافذ البيع المستهدفة. كما يمكنها إتباع

استراتيجيات في اختيارها للقنوات التي يتم التوريد إليها اعتمادا على وحدات قياس تتعلق بالمساحة المتاحة ومواسم إدراج الألبان وعملية التنافس.

شكل 2- قنوات تسويق الألبان ومنتجاتها في المغرب



التوزيع التقليدي والحديث

يعتمد التوزيع التقليدي للمنتجات الغذائية على التجارة المحلية. ونشير تقديرات وزارة التجارة والصناعة إلى أن نصيب هذا النوع من التجارة من السوق في عام 2002 كان يمثل 94%. ويبلغ نصيبها حاليا 91% نتيجة لأنشطة البائعين الذين يعملون في حوالي 760 ألف منفذ بيع.

إن إمداد المتاجر المحلية بمنتجات الألبان من خلال القنوات المنظمة يعتبر جزءا من نظام التوزيع الذي تتبناه معامل التصنيع. وتستخدم كافة هذه المصانع تقريبا وسائل النقل الخاصة بها لتسليم المنتجات إلى منافذ البيع. ولأن هذه المنافذ تقع بعيدا عن مواقع الانتاج الصناعية، يتوافر بالمصانع مناطق تخزين مجهزة بالمعدات المناسبة لحفظ المنتجات. ويتم استعادة المنتجات التي يتم بيعها قبل تاريخ انتهاء الصلاحية من البائع. ويقوم بذلك مندوبو المبيعات التجارية في مختلف الشركات الخاصة والتعاونيات. والهدف من ذلك هو تمكين أصحاب المتاجر المحليين من الحصول على مختلف أنواع المنتجات في حين يتم تأمينهم في نفس الوقت ضد مخاطر تدنى المبيعات.

وتتضمن شبكة التوزيع الحديثة قنوات التسويق التي تعتبر جزءا من أنشطة سلاسل المتاجر. وهناك توسع منتظم في جارة التجزئة واسعة النطاق في المغرب في ظل وجود 500 منفذ بيع فقط بما في ذلك المتاجر الصغيرة وحوالي 30 سوبرماركت و20 هايبرماركت (مصدر غير مُعَرَّف، 2006). وتقوم هذه المتاجر بممارسة أنشطتها بصورة منتظمة منذ عام 2000 مع زيادة تواجدها في المناطق التي تقطنها الطبقات العاملة في المدن الكبرى. أما سلاسل جارة التجزئة الكبرى الرئيسية في المغرب فهي: «مارجان» التابعة لدول شمال أفريقيا. «أسيما».

والتحالف مع «أوشان»، و «لابل في» في التابعة لشركة «هايدر إس.إيه»، و«أسواق السلام»، و«ماكرو» المتحالفة مع مترو. ويتم عرض منتجات الألبان في هذه المتاجر على أرفف تبريد حيث يمكنك الحصول بنفسك على أنواع عدة من المنتجات. أما أكبر المصانع التي تقوم بتصنيع الألبان ومنتجاتها فتقوم بتزويد كافة المتاجر الكبرى العاملة في المغرب.

اختيار قنوات التوزيع

يمكن وصف الاستراتيجية التي تتبعها الوحدات الصناعية التي تقوم بتصنيع الألبان ومنتجاتها في اختيار قنوات التوزيع بأنها استراتيجية غير انتقائية. ويبدو أن هذه الوحدات مهتمة بالتوزيع المحلي لأنها تعمل في مجال تجارة التجزئة على نطاق واسع وذلك في ظل وجود هدف يتمثل في زيادة حجم المبيعات. وينعكس هذا الأمر أيضا على عملية تحقيق التجانس بين ممارسات الأعمال التي تتعلق بصفقات البيع مع كلا النوعين من العملاء. والأمر يتعلق بصفة أساسية بالمساعدة على تحديد الاتجاهات الدورية لمنتجات الألبان وذلك بالتشاور مع العميل المعني (البقال المحلي أو سلسلة المتاجر). وتنظيم أعمال التوريد واستعادة المنتجات التي لم يتم بيعها حتى تاريخ انتهاء الصلاحية.

وبالرغم من ذلك، يمكن لسلاسل المتاجر استيعاب كميات في عملية واحدة أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها منافذ عديدة من منافذ البيع التقليدية. وفي هذه الحالة فإن وحدة التصنيع سوف تفضل إجراء عمليات تجارية مع العملاء السابقين لتجنب تكلفة الصفقات وللإستفادة من الاقتصاديات التي تعتمد على حجم الإنتاج. وبالرغم من ذلك فإن أكبر حصة يتم بيعها من منتجات الألبان يتم تسويقها عن طريق التجار المحليين. أما بالنسبة للمنتجات الغذائية فإن هناك عدة ميزات لهذا النوع من التجارة يتميز بها عن تجارة التجزئة الواسعة النطاق. ومنها أنه واسع الانتشار في المناطق الريفية. ومرونة شراء حق الإيجار والتواصل بين صاحب المتجر والمستهلك.

تحويل عملية التوزيع

تركز عملية توزيع منتجات الألبان في المغرب من خلال القنوات الرسمية بصفة أساسية على السوق المحلية. أما الصادرات فهي عبارة عن كميات صغيرة نسبيا من منتجات معينه أغلبها اللبن المجفف والذي تنتجه نستله، والتي تم تأسيسها في منطقة «الجديدة». وبهذا فإن عملية تحويل التوزيع يمكن أن تتحقق فقط إذا كانت لسلاسل المتاجر الدولية حصة في رأس المال. وإذا شاركت في أنشطة سلاسل التوزيع في المغرب (كما هو الحال بالنسبة لأوشان ومترو) لأنه من خلال استراتيجيات التحالف هذه يمكن لسلاسل المتاجر المحلية الإستفادة من خبرات شركائهم الدوليين. ويتحتم أن تتأثر إدارة عرض المنتجات في نهاية مسارات المتاجر. وعرض المنتجات على الأرفف. وتذوق المنتج والعروض الترويجية الأخرى. والتي تتم داخل المتاجر. بالممارسات التجارية التي تتبناها السلاسل متعددة الجنسيات.

الخلاصة، ومقترحات من أجل العمل بها:

تعتبر صناعة الألبان من المكونات الرئيسية لنظام الأغذية الزراعية في المغرب. وبالإضافة إلى أهميتها الاجتماعية والاقتصادية فإن لها أهمية خاصة في مجال التغذية بسبب وجود عدد كبير من منتجات الألبان التي يتم تصنيعها للاستهلاك الآدمي. وبسبب إنفتاح الاقتصاد المغربي على السوق العالمية، وبسبب تزايد الحاجة إلى الوفاء بالمتطلبات الجديدة للمستهلكين، فإن موضوع الجودة قد أصبح من الموضوعات الهامة في كافة جوانب هذه الصناعة. أما المفاهيم المتعلقة بالمعايير والمقاييس، وتتبع مصدر المنتج، وإعطاء شهادة للمنتج فهي تصبح بصورة تدريجية أمورا حيوية وبخاصة بالنسبة لمنتجي ومصنعي المواد الخام. وتواجه صناعة الألبان عدة قيود تعوق الجهود التي تبذلها مختلف هذه الجهات لتحديث عمليات إنتاج وتسويق منتجات الألبان. وتتعلق هذه القيود بأنشطة القطاع غير الرسمي الذي يعتمد على تجارة الشوارع، وعدم توافر سلاسل تلاجت للتخزين بصورة فعالة، وذلك في ظل عدم كفاية المنشآت الخاصة بالتخزين في القطاعات الفرعية قبل القيام بعملية التصنيع، وفي غياب تنظيم فعال بين كافة جوانب الصناعة، وفي نفس الوقت، فإن هناك مخاوف في هذه الصناعة من آثار إلغاء التعريف الجمركية المفروضة على المنتجات الأجنبية المستوردة والمعتمدة الجودة (وبخاصة اللبن المجفف واللبن المركز الخاص بالاستهلاك العائلي والاستخدامات الصناعية).

ومن أجل التخفيف من حدة هذه القيود وتمكين صناعة الألبان من تحديث القاعدة الخاصة بها في الاقتصاد العالمي، فإن جميع الأطراف (بما فيها الحكومة المغربية) سوف تضع مفهوم الجودة في بؤرة اهتمامها جميعا. ومن أجل تحقيق هذا الغرض، فإن هناك بعض الإجراءات التي تستحق مزيدا من الالتزام بها إذا أردنا تطبيقها في إطار اللوائح التالية المنظمة لمتطلبات الجودة:

- < تطبيق القواعد الخاصة بأفضل الممارسات في مرحلة الإنتاج الأولى من خلال تقديم خدمات إضافية أكثر تفصيلا للمزارعين والتي يتم تقديمها من خلال هياكل التنمية الزراعية.
- < اجراءات تحسين تربية الحيوان وشروط جمع الألبان من خلال تيسير الشروط الخاصة بمنح حوافز، وخاصة من قبل صندوق التنمية الزراعية.
- < الاجراءات الخاصة بتقوية نظام المدفوعات الذي يعتمد على جودة المواد الخام من خلال منح المزيد من الحوافز إلى الفلاحين في إطار تنظيمي فعال بين كافة الأطراف العاملة في هذه الصناعة.
- < الاجراءات الخاصة بتقوية إطار اللوائح بهدف تحديد وتنظيم أنشطة تجارة الشوارع وتوجيهها بصورة أكبر نحو مراكز جميع الألبان.
- < الاجراءات الخاصة بتشديد اللوائح التي تحكم أنشطة مزارع الألبان التقليدية عن طريق فرض قواعد تتعلق بإمكانية تعقب مصدر المنتجات والتي يجب عليها إتباعها من أجل مواجهة القطاع غير الرسمي (من القطاع الخاص).
- < الإجراءات الخاصة بمنح حوافز إلى التعاونيات الصغيرة ومزارع الألبان الصغيرة بصفة عامة بهدف تحسين أنظمة توحيد مقاييس منتجات الألبان بها وبخاصة في جيوب الإنتاج.

ويجب على الأطراف العاملة بهذه الصناعة أن تقوم باتخاذ كافة هذه الإجراءات من خلال تطبيق مفهوم إدارة الجودة. وهذا الأسلوب الإداري يمكن أن يدعم الدور الاجتماعي والاقتصادي الذي تلعبه الصناعة من خلال القيام بعمل تكاملي يتناسب مع النظام المعياري المطبق.

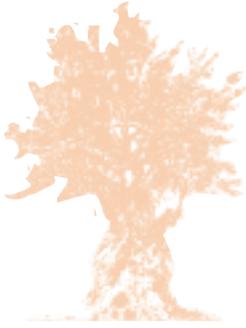
المؤشرات القطاعية

محمود علايا المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (CIHEAM)

والمعهد الزراعي البحر متوسطي (IAM) - مونبيليه، فرنسا.

جابريل روشيتون المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للبحر المتوسط (CIHEAM)

والمعهد الزراعي البحر متوسطي (IAM) - مونبيليه، فرنسا.



مقدمة:

يحتوي هذا القسم الإحصائي على عرض موجز للمؤشرات الرئيسية للتنمية الزراعية والغذائية في الدول المتوسطة الأعضاء في المركز الدولي للدراسات الزراعية المتقدمة للدول المتوسطة (CIHEAM).

وتتعلق البيانات بالجوانب الديموغرافية والاقتصادية، والموارد، ومدخلات الانتاج، والاستهلاك، والتجارة الدولية.

وبالنظر إلى ندرة المعلومات المتاحة عن عدة دول في المنطقة، فقد قصرنا بياناتنا عمدا على المؤشرات الأكثر استخداما، عن النمو السكاني، والهجرة الى المدن، ونمو الاقتصاد الكلي، والنمو الزراعي، والاستهلاك الغذائي، والتجارة الدولية، ضمانا لإمكانية المقارنة.

ملاحظات على المنهجية:

مصدر البيانات:

استقينا الإحصاءات الزراعية (مثل مساحة الأراضي المستغلة، والناجح الزراعي، والتجارة) من منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة (الفاو)، وهي بيانات يجري جمعها من الهيئات الرسمية في مختلف الدول، ويتم استكمالها- إذا لزم الأمر- من التقديرات التي تجريها منظمة الأغذية والزراعة (FAO) بناء على معلومات مرحلية، أو معلومات من مصادر غير رسمية.

وأما معلومات الاقتصاد الكلي المتعلقة بالسكان، والحسابات القومية، والتجارة العالمية، الخ، فقد تم استقاؤها إما من سلسلة إحصاءات الأمم المتحدة التي تنشر في الإصدارات السنوية المختلفة (مثل كتب الإحصاءات السنوية، أو الكتب السنوية للحسابات القومية، أو الكتب السنوية للسكان، أو الكتب السنوية للتجارة الدولية)، أو من إصدارات البنك الدولي أو صندوق النقد الدولي.

الخرائط:

خرائط زمنية: استخدمنا رموزا مشتركة في كلا النوعين من الخرائط التي استخدمناها، بحيث تشكل أساسا لمقارنة دقيقة للوثائق، ولملاحظة أي تغييرات- بصفة خاصة- في تصنيف بعض المناطق على امتداد الفترة قيد المراجعة- وبدون ذلك ما كان يمكن مناظرة الخرائط أو مقارنتها.

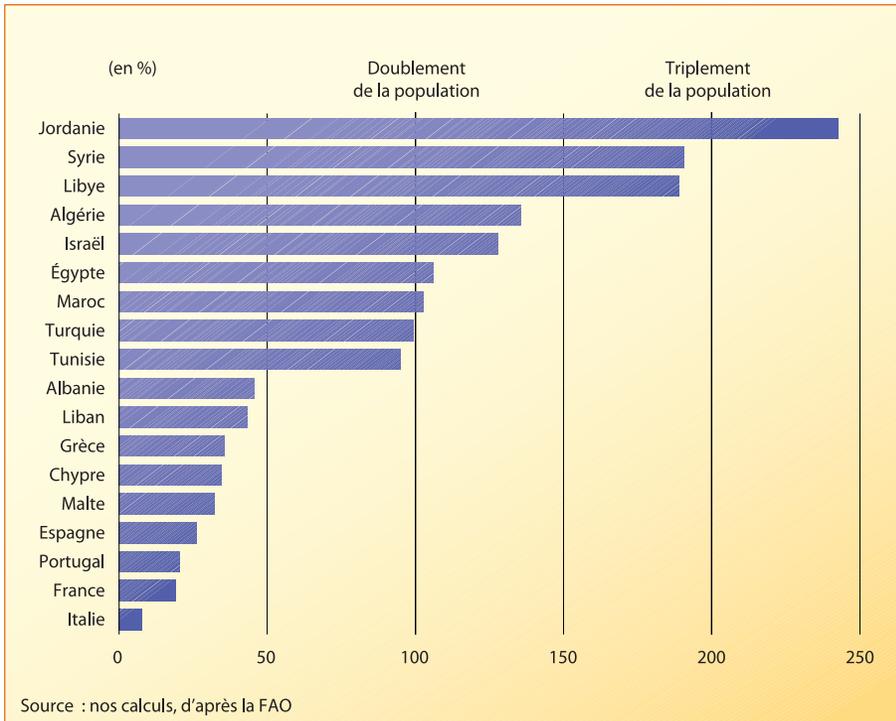
الخرائط الوصفية: (وتظلل فيها المناطق بالتناسب مع المتغير الإحصائي)، أو ما يسمى بالطريقة الإحصائية ذات "الوسائل المتداخلة" nested means (4فئات)، وهي الطريقة التي تم استخدامها على مدار البحث.

وقد تم رسم الخرائط بطريقة فيلكارنو <http://philgeo.club.fr/index.html>

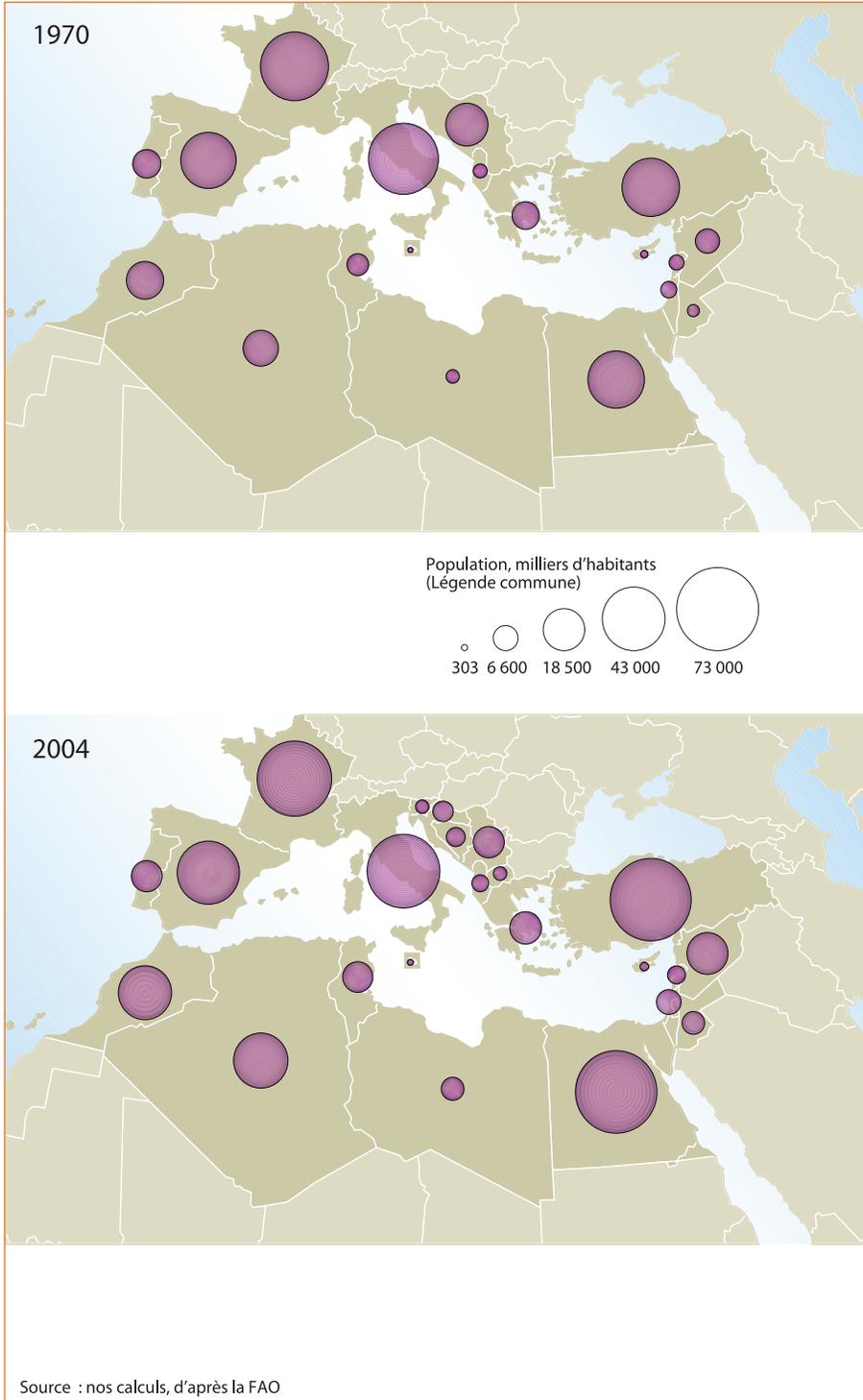
يبلغ العدد الإجمالي للسكان حاليا في البلدان المتوسطة 443 مليون نسمة. أي ما يوازي 7% من سكان العالم. وعلى الرغم من الاستقرار النسبي للاتجاهات السكانية في منطقة البحر المتوسط عموما، منذ 1970 مقارنة مع بقية العالم، إلا أن هنالك تناقضا ملحوظا بين شمال وجنوب منطقة المتوسط. مع اختلافات بارزة في النمو السكاني، حيث يرتفع في الجنوب والشرق (حوالي 2% سنويا) على الرغم من أن معدل النمو السكاني بدأ يتراخي شيئا فشيئا. بينما نجد هذا المعدل منخفضا في الشمال (أقل من 0.6% في السنة).

وفي عام 2004، كان 41% من السكان في الإقليم يتركزون في المنطقة الأوروبية المتوسطة (بلدان الاتحاد الأوروبي المتوسطة هي: قبرص، وأسبانيا، وفرنسا، واليونان، وإيطاليا، ومالطة والبرتغال). بينما نجد أن بلدان جنوب وشرق المتوسط وهي: (ألبانيا، والجزائر، ومصر، وإسرائيل، والأردن، ولبنان، وليبيا، والمغرب، وسوريا، وتونس، وتركيا، والسلطة الفلسطينية) تمثل 59% من سكان المتوسط. حيث نجد أن مصر (73.4 مليون نسمة) وتركيا (72.3 مليون نسمة) هما اليوم أكثر البلدان المتوسطة سكانا.

اتجاهات السكان، 1970-2004



السكان

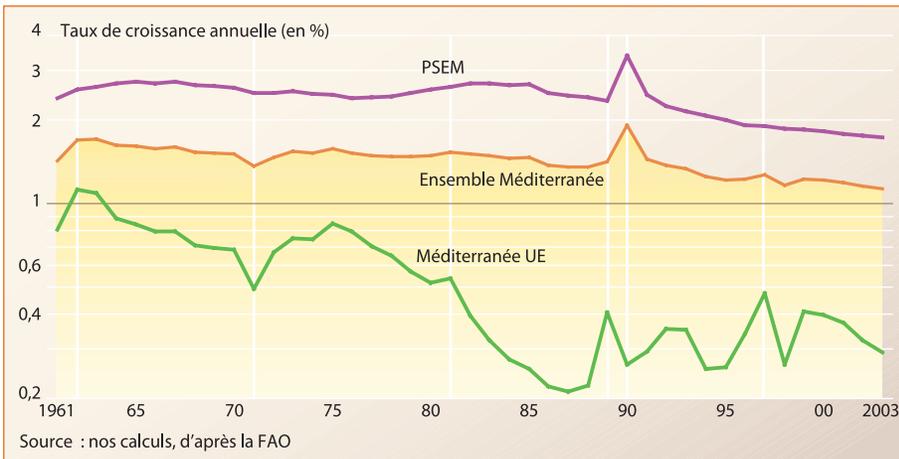


توضح معدلات نمو السكان تناقضاً ملحوظاً - ارتفاع في الجنوب والشرق (نحو 2% سنوياً) وانخفاض في الشمال (أقل من 0.6%). على أن النمو السكاني قد يبدأ في الانخفاض لحد ما في العقود الأربع الأخيرة. فمعدلات النمو السنوي في جنوب وشرق المتوسط قد انخفضت من 2.6% في الستينات إلى 2.1% في التسعينات. والمعدلات في الدول الأوروبية المتوسطة والمنخفضة بالفعل - انخفضت من 0.8% إلى 0.3% بنفس الفترة. وفي عديد من البلدان - الجزائر، المغرب، مصر، وتركيا - من جانب آخر ارتفع سكانها بأكثر من 200% في 35 عام؛ ومصر وتركيا الآن هي أكثر الدول المتوسطة ازدحاماً بالسكان حيث يتعدى سكان كل منهما 72 مليون نسمة ومعدلات النمو السكاني بالكاد أقل من 2% سنوياً. هذه الاتجاهات تؤثر بشكل جوهري على أعداد السكان والتركيب العمري لهم، وبالطبع لها انعكاساتها على السياسات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في البلدان المعنية.

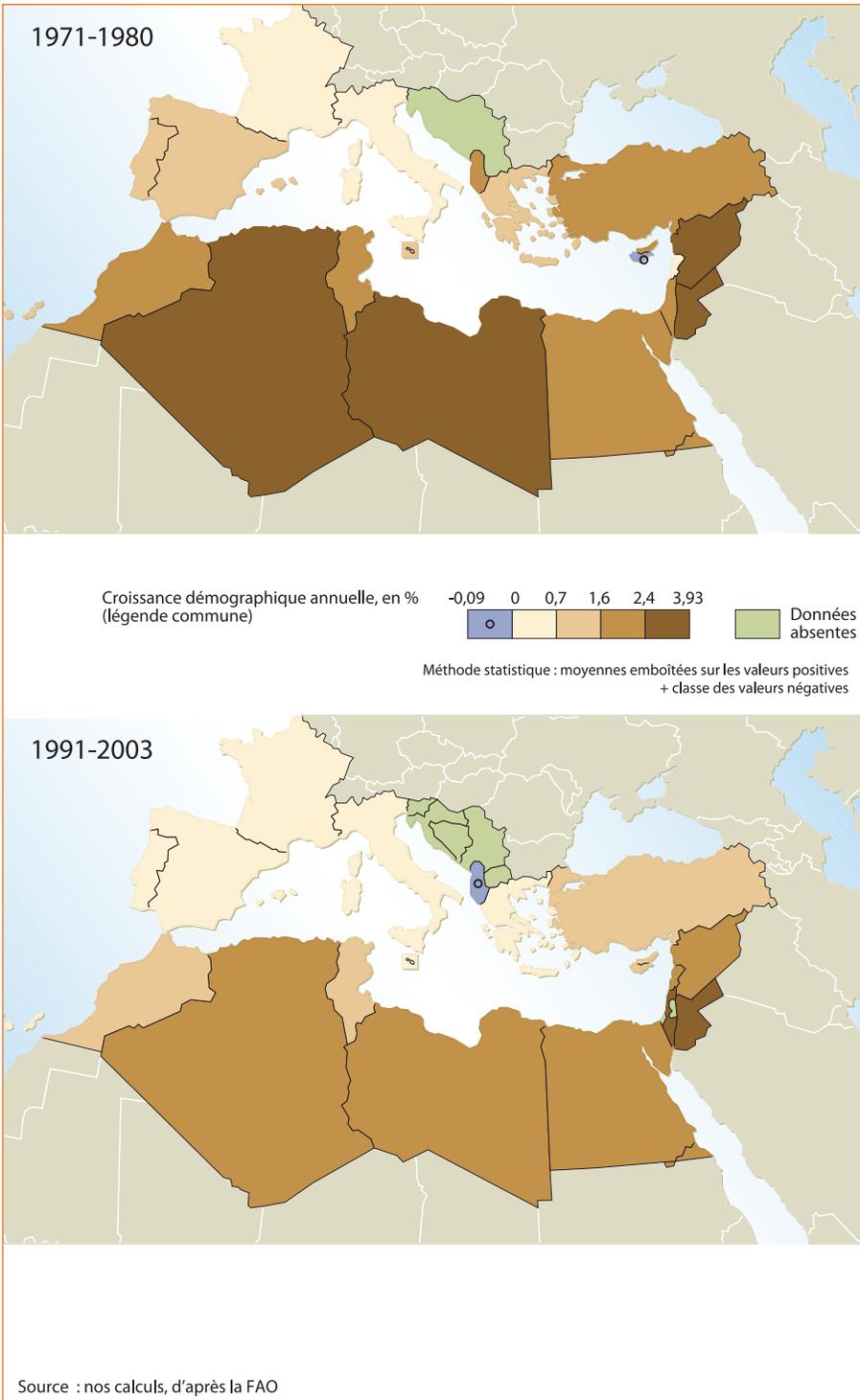
هذا النمو السكاني يخلق مجتمعات سكانية شابة في الجنوب والشرق من بلدان البحر المتوسط مع ما يرتبط بذلك من احتياجات مهمة في مجالات الصحة والتعليم على وجه الخصوص. ويرتبط بذلك أيضاً تيارات الهجرة الداخلية والخارجية (والهجرة النازحة تخبو بسبب الأزمة العالمية). وينجم عن كل ذلك زيادة ملحوظة في الطلب على السلع الاستهلاكية والخدمات العامة. وفي إقليم البحر المتوسط الأوروبي. ينجم عن اتجاه السكان فيه هَرَم (شيخوخة) السكان بكل ما يترتب على ذلك من نتائج في صورة طلب متزايد لكبار السن والحاجة للتجديد من أجل دعم الأنشطة الاقتصادية.

ووفقاً للتوقعات السكانية للأمم المتحدة في 2002 في المدى المتوسط. فإن إقليم البحر المتوسط سيكون به 496.9 مليون نسمة عام 2015 (6.9% من سكان العالم). حيث سيكون منهم 37% في الإقليم الأوروبي البحر متوسطي مقابل 63% في دول جنوب وشرق البحر المتوسط.

اتجاه السكان الكلي، 1961-2003



المعدل السنوي لنمو السكان:

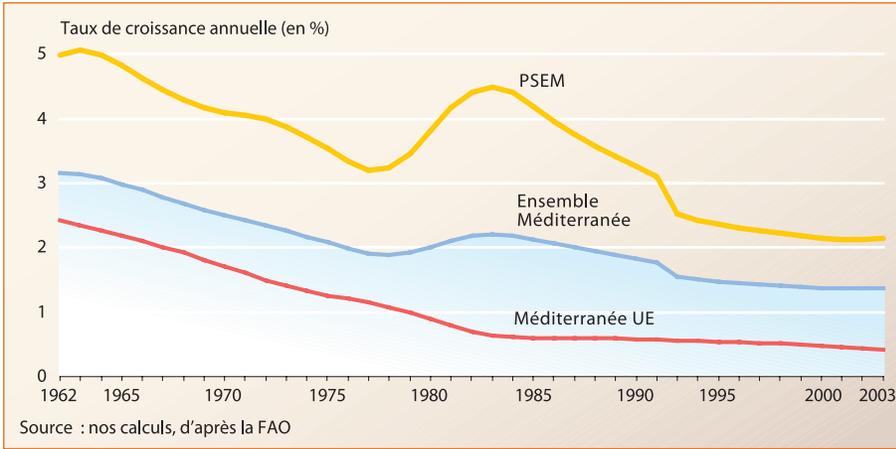


وفي العقود الأربعة الأخيرة. كانت زيادة سكان البلدان المتوسطة في المناطق الحضرية أساسا. حيث زاد سكان الحضر المتوسطي من 117 مليون نسمة الى 290 مليون نسمة خلال الفترة 1961-2003. بمعدل نمو سنوي 2.2%

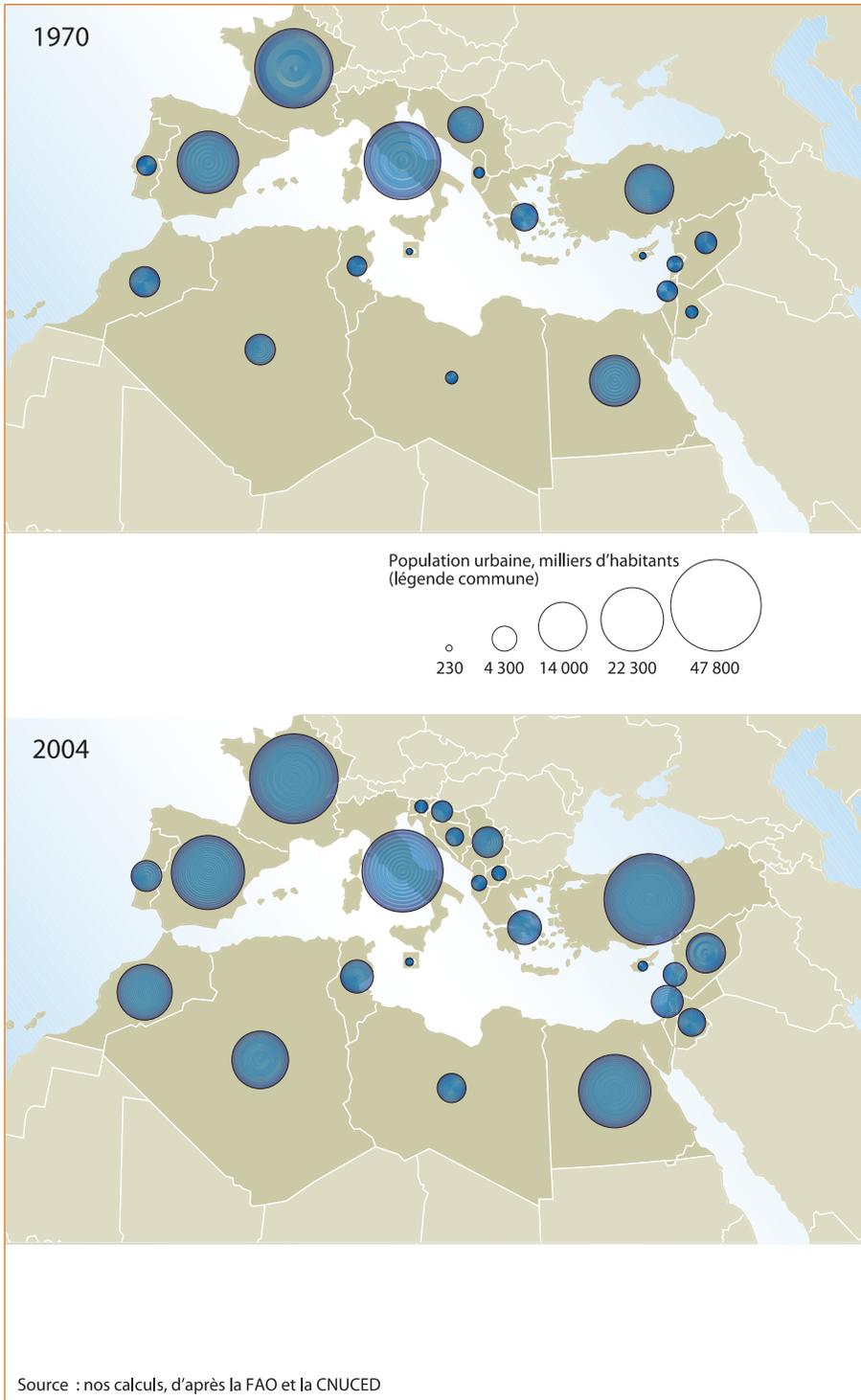
وإن أكثر من 70% من نمو سكان المدن قد وقع في دول جنوب وشرق المتوسط. حيث كان معدل النمو في المتوسط 3.8% منذ عام 1961. ولكن يبدو الآن. أن نمو سكان المدن -الذي كان يتعدى 3% سنويا حتى السنوات الأولى من عقد التسعينيات من القرن الماضي- قد أخذ يتباطأ. حتى إنه بات يتراوح ما بين 2%-3% سنويا أثناء العقد الأخير ونتيجة لعملية التحضر السريع التي لوحظت أثناء العقود القليلة الماضية. أصبح ثلثا سكان منطقة المتوسط يعيشون في المناطق الحضرية (بينما كان نصف السكان فقط يعيشون في المناطق الحضرية في عام 1965). وعملية التحضر السريعة هذه. في جنوب وشرق المتوسط. أبعد ما تكون عن السيطرة عليها أو التحكم فيها. وتسفر عن تغييرات جوهرية في أنماط الحياة. مع ما يصاحب ذلك من آثار على النواحي الاقتصادية. والاجتماعية. والبيئية.

أما نمو سكان المدن في البلدان الأوربية المتوسطة. فقد كان أكثر انخفاضا. إذ أنه كان أقل من 1% في السنة منذ عقد الثمانينات.

اتجاه سكان الحضر. 1962-2003



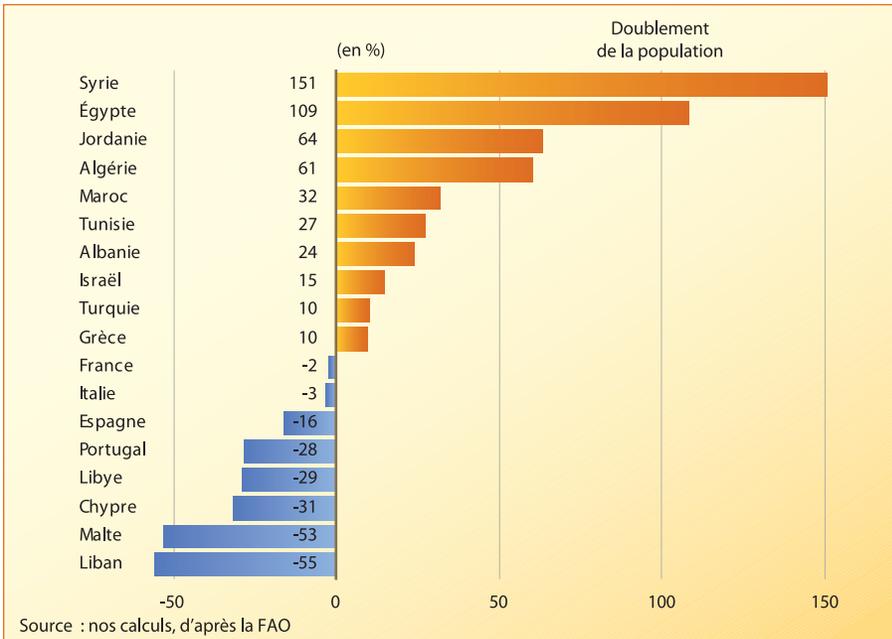
سكان الحضر



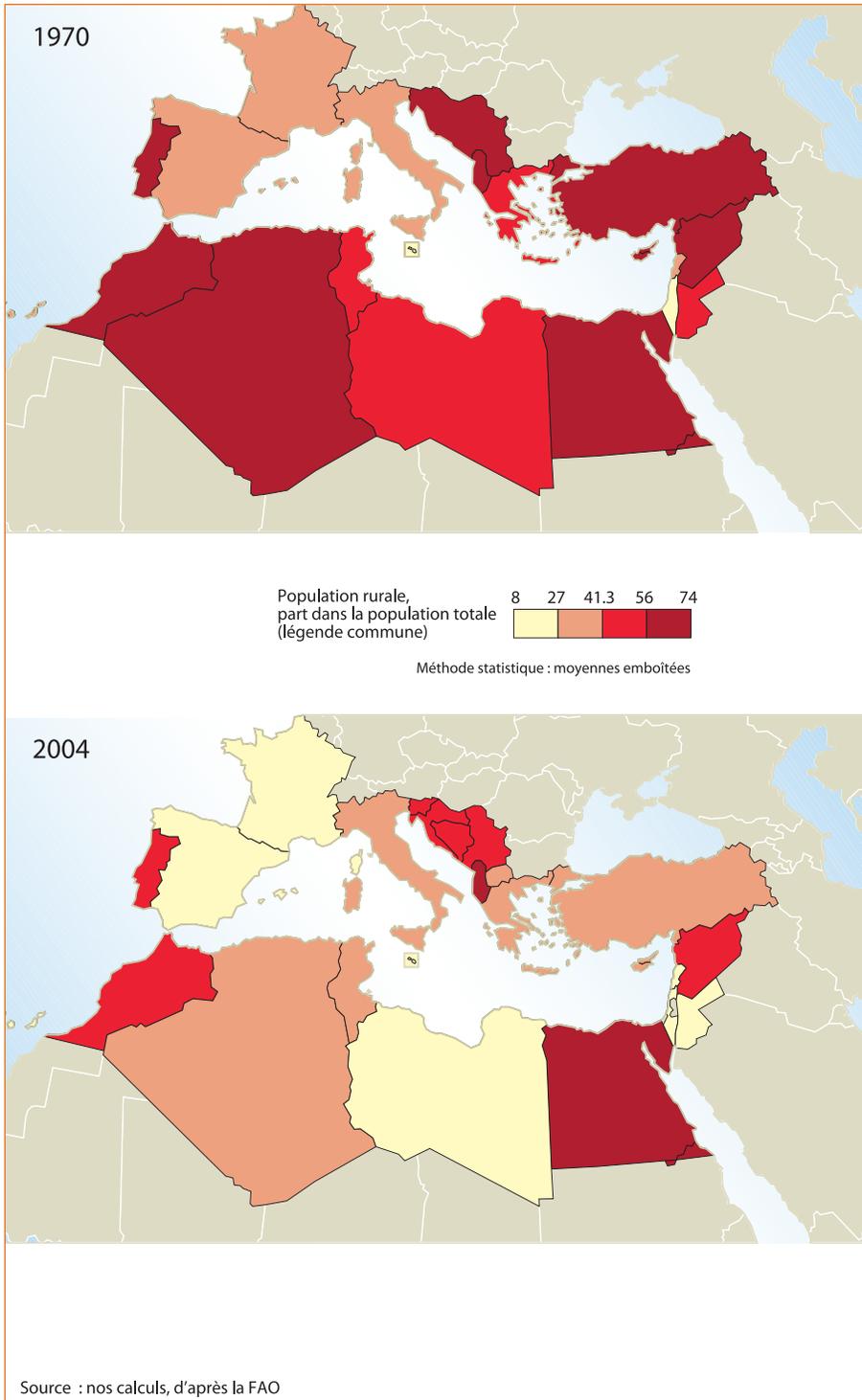
ويبلغ سكان الريف في إقليم البحر المتوسط 190 مليون نسمة. يتركز معظمهم على الشواطئ الجنوبية (55%)، وكان المعدل السنوي لنمو سكان الريف خلال الفترة من 1965-2003، 0.19% في الدول الشمالية، و1.74% في الدول الجنوبية. فأتثناء تلك الفترة ارتفع سكان الريف من 57.4 مليون نسمة الى 110.6 مليون نسمة (وهي زيادة تبلغ 190%) في الدول الجنوبية. بينما كان النمو السكاني محدودا في الدول المتوسطة الشمالية (بلغ عدد سكان الريف 88.7 مليون نسمة في عام 2003، مقارنة بـ 82.5 مليون نسمة في عام 1965).

إن النمو الثابت لسكان الريف في الدول المتوسطة الجنوبية، يجري في سياق ديموجرافي يتمثل في عملية تفرغ سكاني ملحوظ نسبيا في الريف. فخلال الفترة 1965-2003، هبطت نسبة سكان الريف الى إجمالي السكان في الدول المتوسطة الجنوبية من 61% الى 42% (أي بانخفاض قدره 19 نقطة مئوية)، وعلى الرغم من أن ذلك النقصان لم يكن كبيرا في بلد كمصر (2%-) حيث ظلت نسبة سكان الريف/ الحضر بدون تغيير عمليا- إلا أن ذلك النقصان كان ملحوظاً نسبيا في بلدان المغرب العربي (وخصوصا في تونس والجزائر). وفيما يتعلق بانخفاض سكان الريف في الدول المتوسطة الجنوبية خلال نفس الفترة (1965-2003)، فإنه يمكن القول بأن تلك الظاهرة ظاهرة تاريخية قديمة، وكانت غير ذات شأن. حيث لوحظت أساسا في إسبانيا (17%-)، وفي البرتغال (42%-) وفي اليونان (12%-). وقد كان هنالك انخفاض حاد في نسبة سكان الريف في بعض الدول مثل تركيا (حيث انخفض سكان الريف فيها من 66% في عام 1965 الى 34% في عام 2003)، وفي لبنان (41%- خلال نفس الفترة). ولقد أدت سياسات التحديث (في تركيا)، وسياسات تنويع الأنشطة (في إسبانيا والبرتغال) او العوامل المرتبطة بحرب أهلية دموية (في لبنان)، الى الإسراع بوتيرة عملية التحضر في تلك البلدان.

اتجاه سكان الريف، 1970-2004



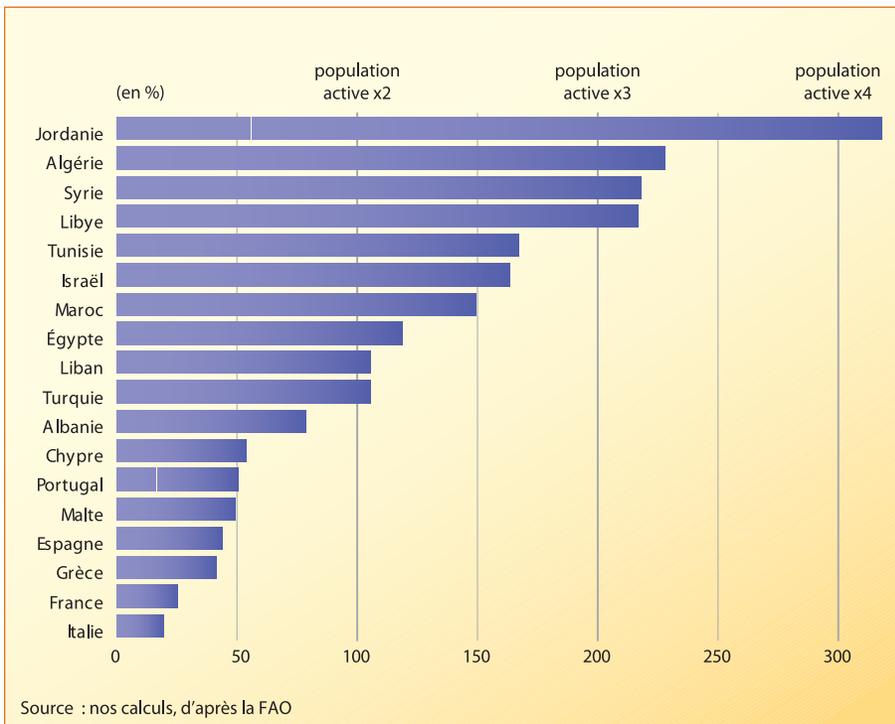
نسبة سكان الريف الى إجمالي السكان



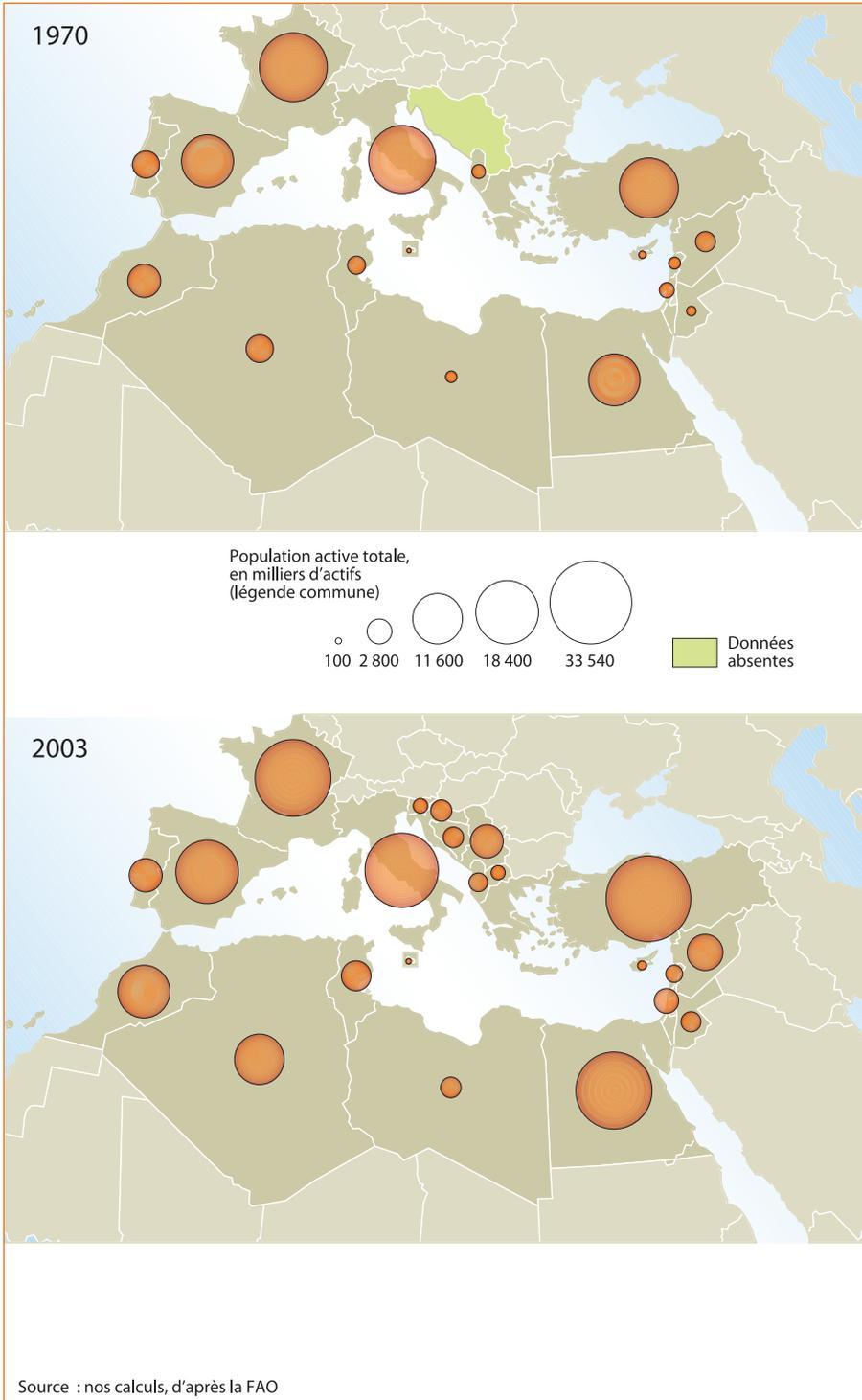
ويعتبر اتجاه السكان العاملين قضية أساسية في السياسية الاقتصادية وسياسة التشغيل. وهو يمثل تحديا كبيرا للدول المتوسطة الجنوبية والشرقية. حيث يوجد طلب كبير على الوظائف الجديدة. ولقد زاد عدد السكان العاملين في تلك الدول بنسبة 260% فيما بين 1970-2003. وبالنظر الى النمو السكاني، والتركيب العمري للسكان. نجد أن تلك الدول تسجل زيادة في عدد أفراد القوى العاملة المرتقبين تربو على 2.5 مليون فرد كل سنة. ومن ثم زيادة الطلب على فرص العمل الجديدة التي يتعين توفيرها. ويبدو أن معدل نمو السكان العاملين في هذا الإقليم، صار مستقرا عند معدل مرتفع يبلغ 3% في السنة أثناء السنوات العشر الماضية.

ومن الناحية الأخرى. نجد أن النمو في السكان العاملين في المنطقة الأوروبية المتوسطة. معتدل. حيث إن معدله السنوي أقل من 0.5% بل إنه يأخذ اتجاهها نزوليا. ما يثير مسألة تجديد السكان العاملين؛ وبالنظر الى السكان المعمرين. فإن ذلك الاتجاه يفاقم من وطأة السكان العاطلين بالنسبة للسكان العاملين.

اتجاه السكان العاملين. 2003-1970



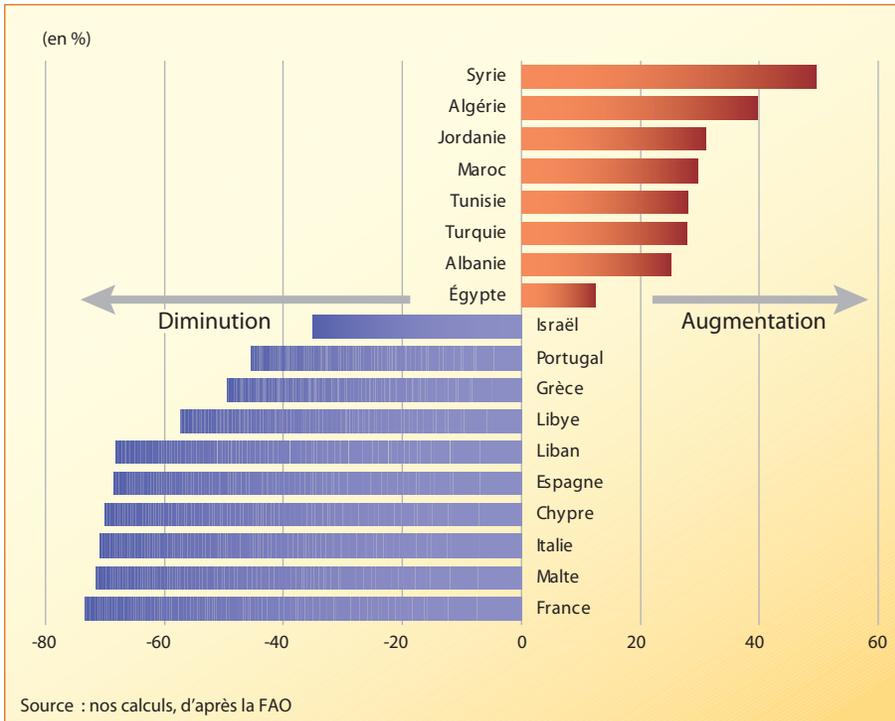
إجمالي السكان العاملين



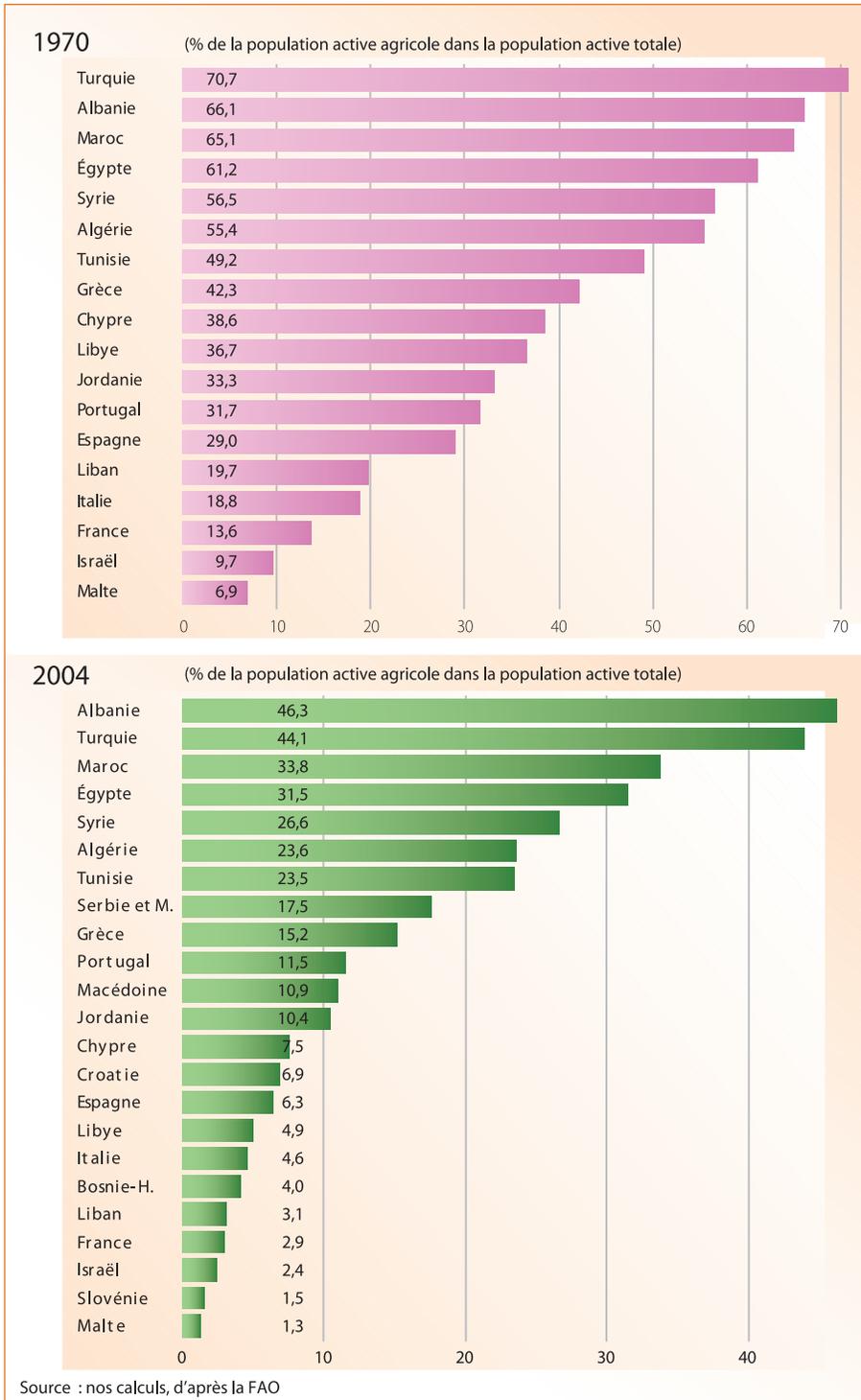
وتقترن التنمية الاقتصادية، في كل مكان، بالإضافة إلى التصنيع، ونمو القطاع الثالث، وتنوع الأنشطة، بانخفاض نسبي في حصة القطاع الزراعي في الاقتصاد، بيد أن الزراعة، لا تزال - رغم ذلك - قطاعا بالغ الأهمية لأسباب اجتماعية، واقتصادية، وبيئية. ولكي نعطي الزراعة البعد الكامل لها- في الوقت الذي يتجه فيه الاقتصاد نحو التنوع بشكل مضطرد- فإن التحليل يجري في الغالب على مجمع الأغذية- الزراعية كلها من ناحية- بحيث يغطي قطاع الأغذية الزراعية برمته- وكذلك على المناطق الريفية من الناحية الأخرى، حتى لا نغفل البعد البيئي.

وبنظرة إجمالية شاملة على السكان العاملين في الزراعة في منطقة البحر المتوسط، نجد أنهم قد زادوا من 37 مليون عامل في عام 1990 إلى 38.5 مليون عامل في عام 2003. ومع ذلك فإن ثمة تناقضا ملحوظا بين الاتجاه في الدول الأوروبية المتوسطة، والاتجاه المسجل في دول جنوب وشرق المتوسط. لأنه يوجد انخفاض كبير في عدد السكان العاملين في الزراعة في أوروبا المتوسطة (7.2 مليون في 1990، ثم 4.4 مليون في 2003)، بينما يتزايد العدد في دول جنوب وشرق المتوسط (29.7 مليون في 1990، ثم 34 مليون في 2003)، ومن حيث القيمة النسبية، نجد أن نصيب السكان العاملين في الزراعة من إجمالي السكان العاملين يتناقص باستمرار في كلا الإقليمين، حيث انخفض من 9.7% إلى 5.5% في الإقليم الأوربي المتوسطي، ومن 41.4% إلى 32.5% في دول جنوب وشرق المتوسط. وتوضح تلك الأرقام أهمية القطاع الزراعي، ولاسيما في المجموعة الأخيرة من الدول، لأن ذلك القطاع لا يزال يستخدم ثلث القوى العاملة من السكان.

اتجاه السكان العاملين في الزراعة، 1970-2003



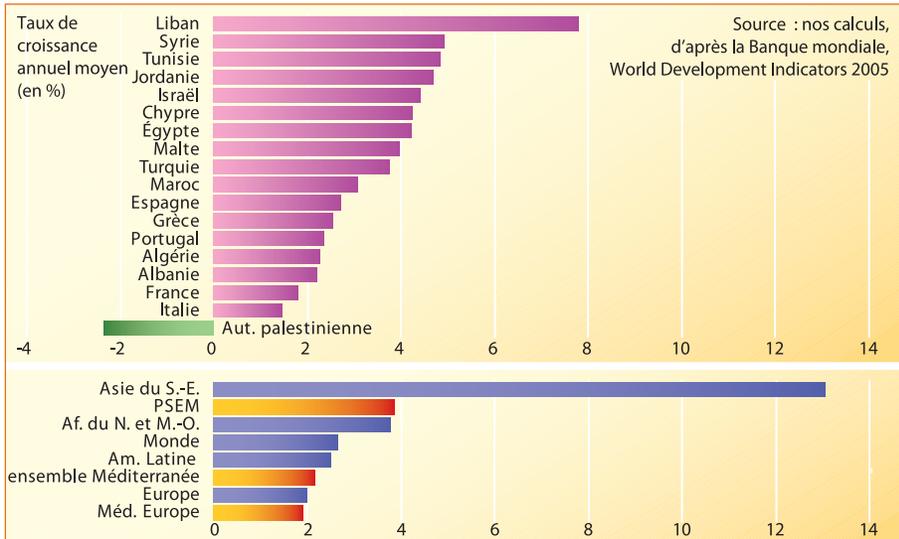
السكان العاملون في الزراعة



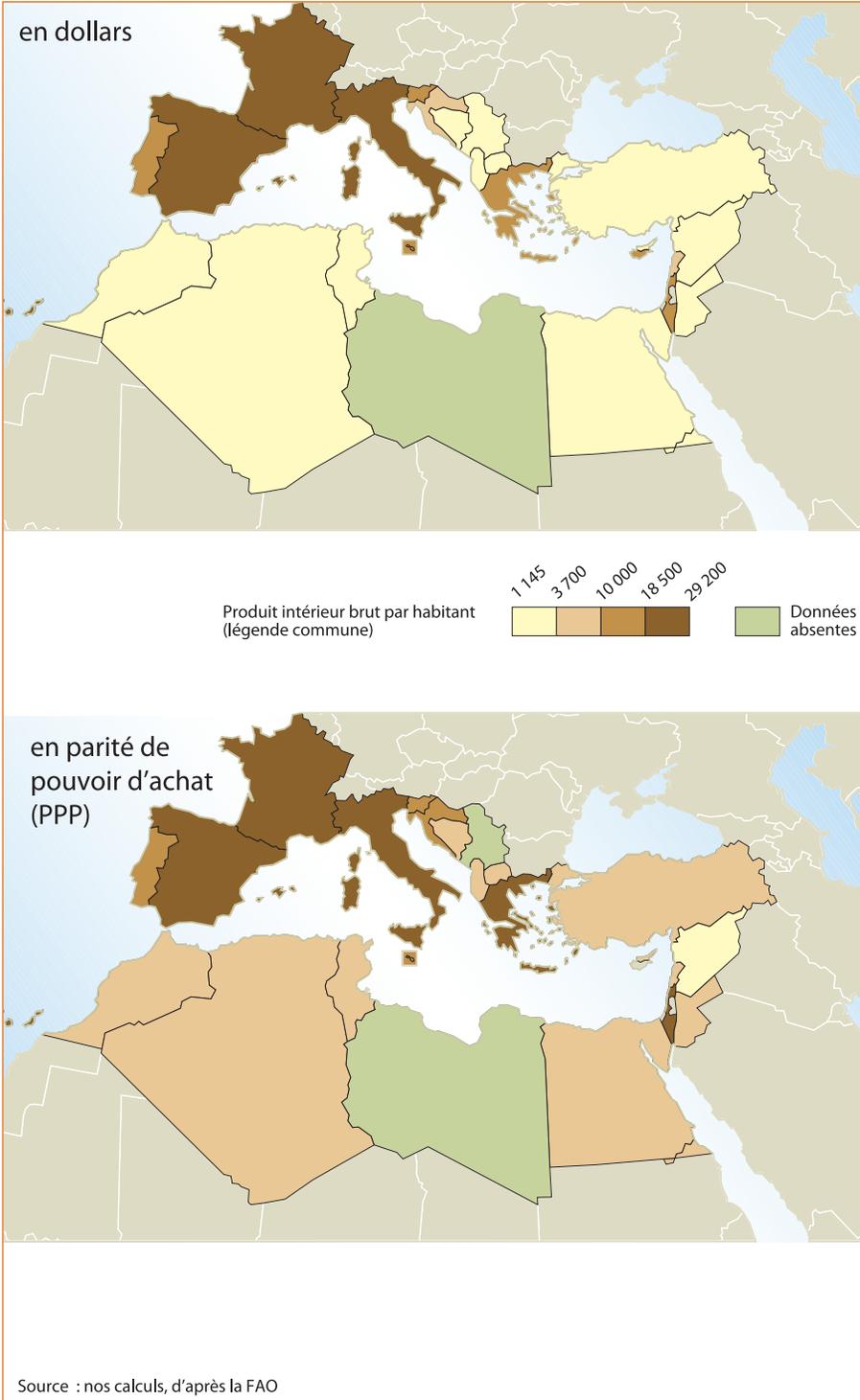
ويتعين علينا أولاً إبراز عدم التجانس الملحوظ في الناج المحلي الإجمالي في إقليم البحر المتوسط. وكذلك الفجوة بين الاقتصاديات المتقدمة والاقتصاديات الأقل تقدماً، وهي الفجوة التي كانت تتسع باستمرار خلال العقود القليلة الماضية. ففي عام 2003 على سبيل المثال، كان متوسط نصيب الفرد من الناج المحلي الإجمالي - (لو افترضنا متوسطاً ثابتاً هو 2000 دولار أمريكي)- في الدول الأوروبية المتوسطة 7.6 ضعف نظيره في دول جنوب وشرق المتوسط. وكان هنالك سبع دول يقل متوسط نصيب الفرد فيها من الناج المحلي الإجمالي عن 2000 دولار (أي أقل من 5 دولارات في اليوم)، وفي ثلاث دول ما بين 2000 دولار- 5000 دولار (أي ما بين 5-13 دولار في اليوم)، وفي تسع دول أكثر من 10000 دولار.

وبنظرة شاملة على إقليم البحر المتوسط، نجد أنه سجل ناجاً محلياً إجمالياً- معبراً عنه بالسعر الثابت للدولار- قدرة 8967 مليار دولار (أي 11.6% من الناج المحلي الإجمالي العالمي 9.6% من سكان العالم)، موزعة على النحو التالي: 84.4% في المنطقة الأوروبية المتوسطة 15.6% لدول جنوب وشرق المتوسط (مقارنة بـ 13% من الناج المحلي الإجمالي في 1990 للعالم و 87% للدول الأوروبية المتوسطة. 13% في دول جنوب وشرق المتوسط). ويتضح من ذلك أن ثمة اتجاهًا نزولياً في نصيب إقليم البحر المتوسط من الانتاج العالمي. ويرجع ذلك أساساً إلى معدلات النمو الأعلى في بعض الأقاليم الأخرى من العالم، وخصوصاً في إقليم جنوب شرق آسيا. حيث سجل معدل نمو في المتوسط يناهز 13% في السنة. إن نصيب دول جنوب وشرق المتوسط من الناج المحلي الإجمالي لإقليم البحر المتوسط أخذ في التحسن الآن إلى حد ما. حيث ارتفع من 13% إلى 15.6%. على الرغم من أن الانتاج المتوسطي لا يزال متركزاً في الدول الأوروبية المتوسطة.

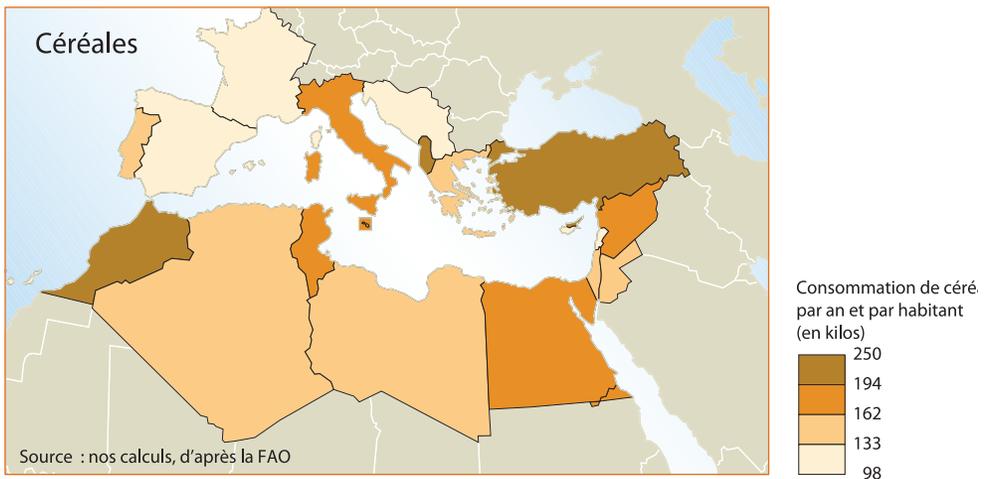
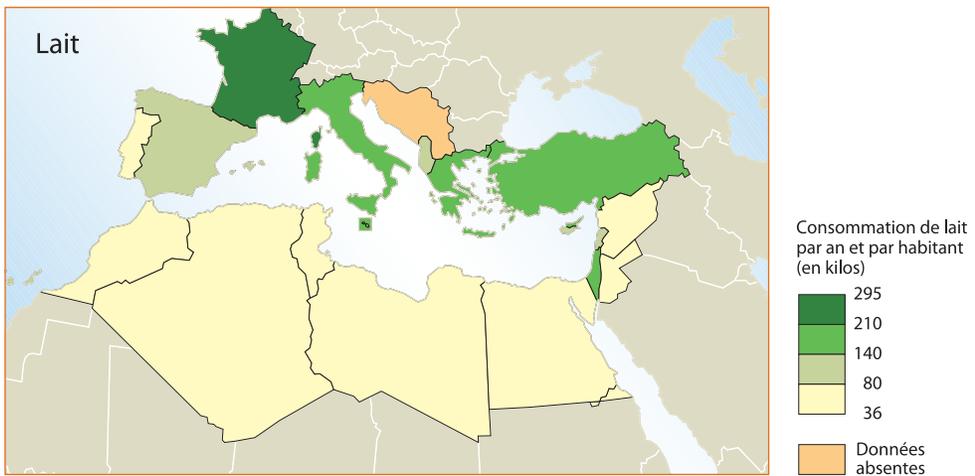
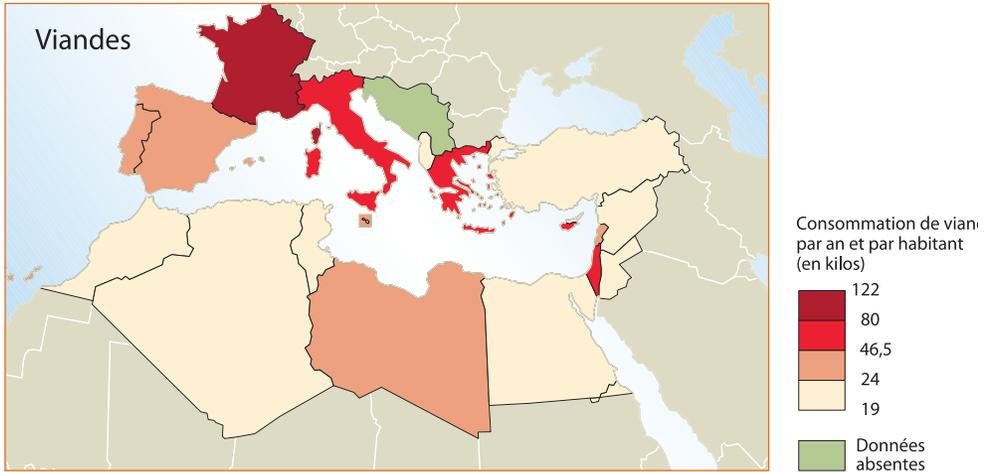
معدل نمو الناج المحلي الإجمالي في المتوسط، 2003-1990



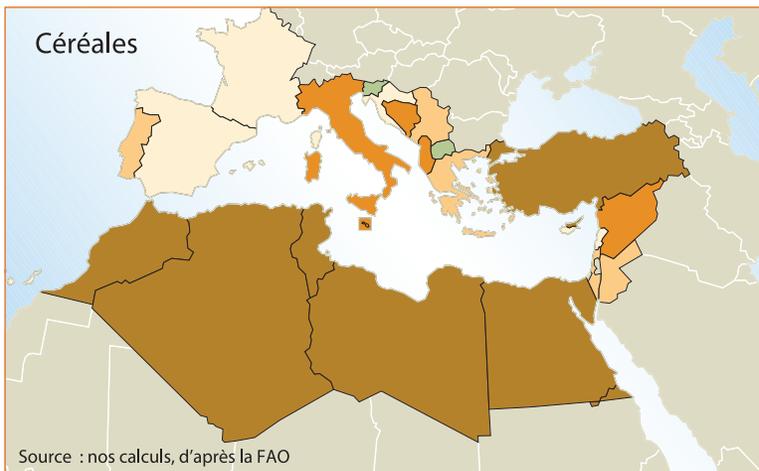
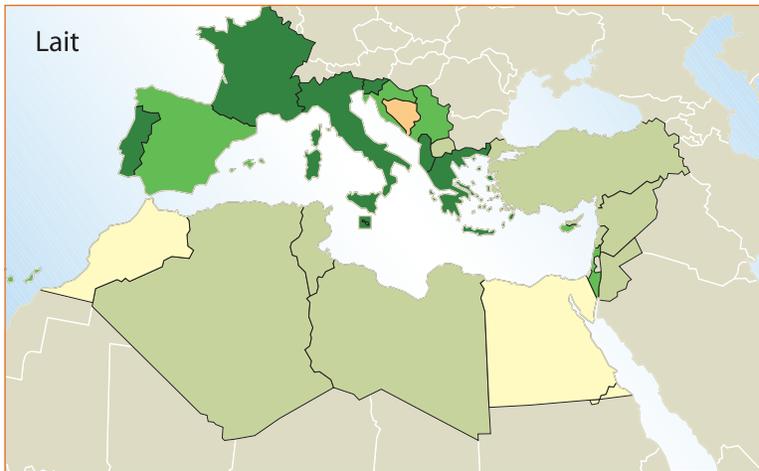
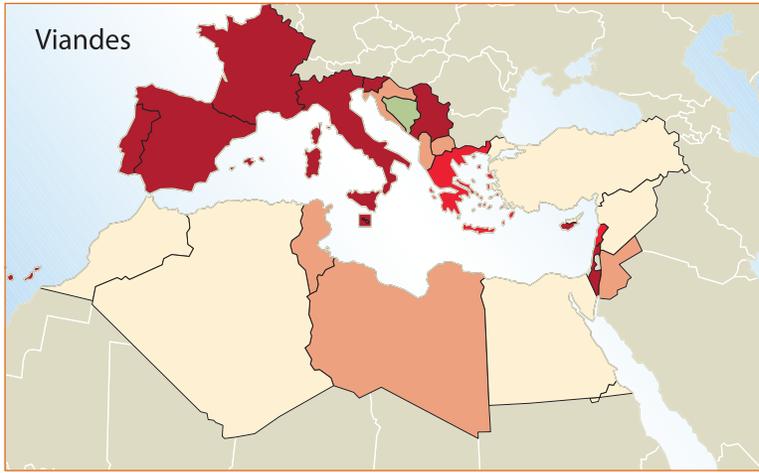
معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في المتوسط للفرد



1970. الاستهلاك.



الاستهلاك 2003



وتتسم السلع الزراعية التي يجرى إنتاجها في الدول المتوسطة بدرجة معينة من التخصص في إنتاج الفواكه والخضروات. حيث يستحوذ الإقليم فعليا على إنتاج إجمالي يمثل 16% من إنتاج العالم من الفواكه. 13% من إنتاج العالم من الخضروات. على أن هذا الاتجاه يكاد يكون غير ملحوظ في حالة الفواكه (خلال الفترة من 1971-1975). كان إقليم المتوسط ينتج 26% من إنتاج العالم من الفواكه) بسبب نمو الإنتاج في أمريكا الجنوبية وآسيا.

وفي حالة الحبوب والسكر والمنتجات الحيوانية. يتراوح نصيب إقليم المتوسط من الإنتاج بالنسبة للإنتاج العالمي. ما بين 9%-13%. كما أنه يرتبط أكثر بحجم السكان أو بمساحة الأراضي الزراعية في الإقليم.

ونود أن نوضح. على أية حال. أن الشطر الأكبر من الثروة الزراعية لإقليم المتوسط يقع في الدول الشمالية. شأن ذلك شأن الثروة العامة في الإقليم. حيث تستحوذ تلك الدول على 75% من الناتج الزراعي. وعلى 66% من إجمالي الأراضي الزراعية. ويرجع ذلك. بلا شك. إلى الظروف المناخية المواتية في الشمال. على أن تلك النتائج ترتبط في المقام الأول بمستوى التنمية الزراعية. والتنمية بصفة عامة. التي تختلف اختلافا واسعا من دولة إلى أخرى.

الحبوب:

تنتج الدول المتوسطة ما يناهز 190 مليون طن من الحبوب (أي 9% من الناتج العالمي). ويتركز هذا الإنتاج أساسا في فرنسا (65 مليون طن). وتركيا (30 مليون طن). وأسبانيا (21 مليون طن). وإيطاليا (20 مليون طن). ومصر (18 مليون طن). وتستحوذ تلك الدول الخمس معا على ما يزيد على 80% من الناتج من الحبوب في إقليم البحر المتوسط. وكان النمو في ناتج الحبوب متوسطا. حيث كان يتراوح ما بين 1%-2.5% في السنة (فرنسا. وتركيا. والبرتغال) بينما كان ملحوظا نسبيا في عدة دول في الجنوب مثل: سوريا ومصر.

الألبان:

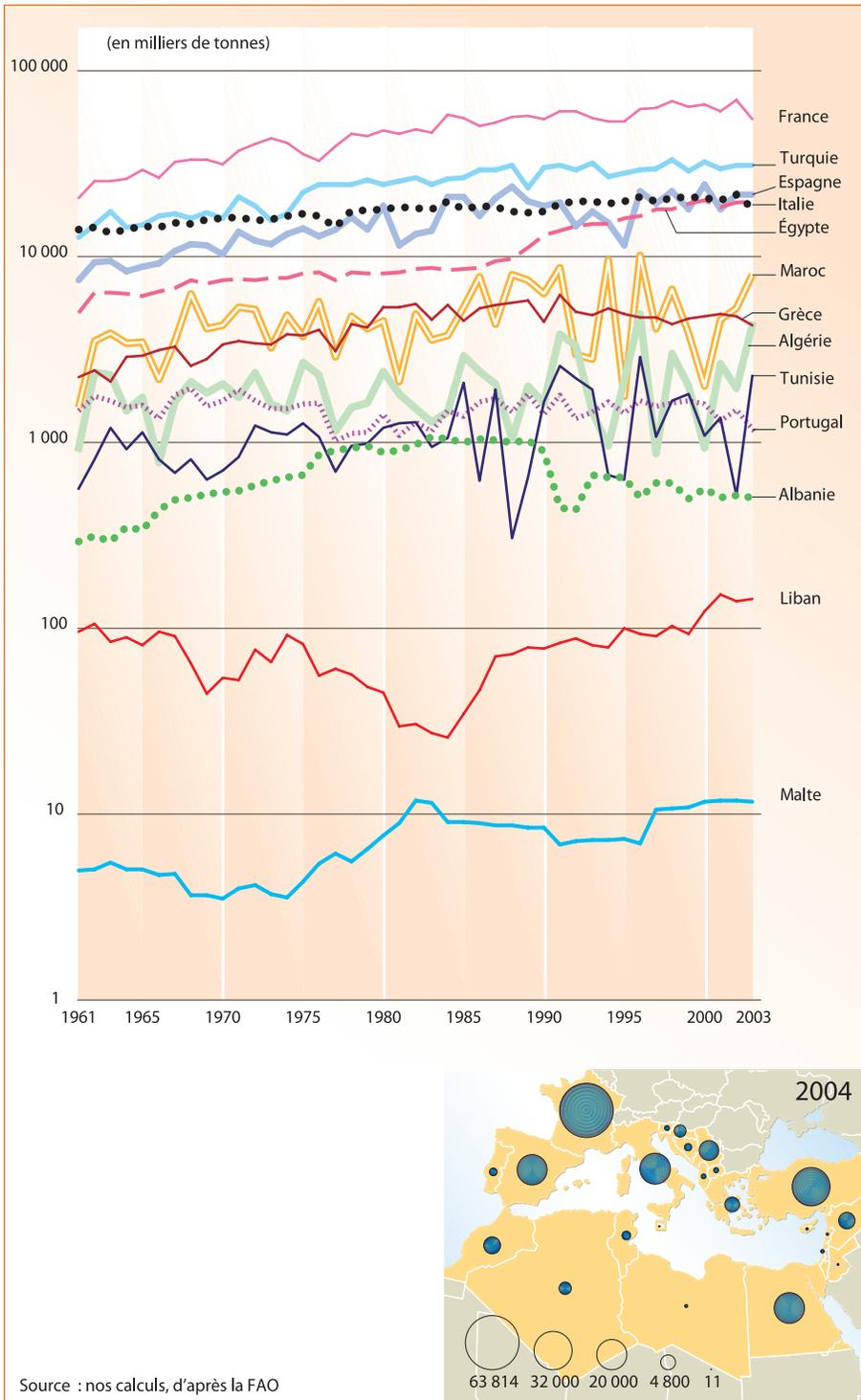
تنتج الدول المتوسطة ما يناهز 75 مليون طن من الألبان (أي 13% من الناتج العالمي). والدول المنتجة الرئيسية هي: فرنسا (26 مليون). وإيطاليا (13 مليون طن). وتركيا (10 مليون طن). وأسبانيا (7 مليون طن).

ومعظم الناتج من الألبان يأتي من ألبان الأبقار أساسا. ويتم إنتاج 87% منه في الدول الشمالية المتوسطة. أما ألبان الأغنام فتستحوذ على 6% فقط من إجمالي الناتج من الألبان. وكان نمو الناتج معتدلا في الدول المتوسطة الشمالية (0.6% في السنة). وعاليا في دول جنوب المتوسط (3.8% في السنة). حيث كان يتم في الغالب تشجيع تنمية مزارع الألبان. عن طريق استيراد سلالات لإدرار اللبن من أوروبا وأمريكا. على الرغم من الصعوبة الكبيرة في التأقلم مع بيئة البحر المتوسط. ونظم الإنتاج فيها.

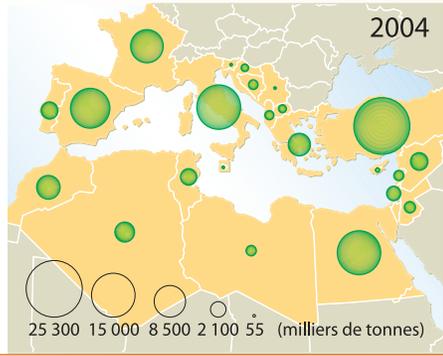
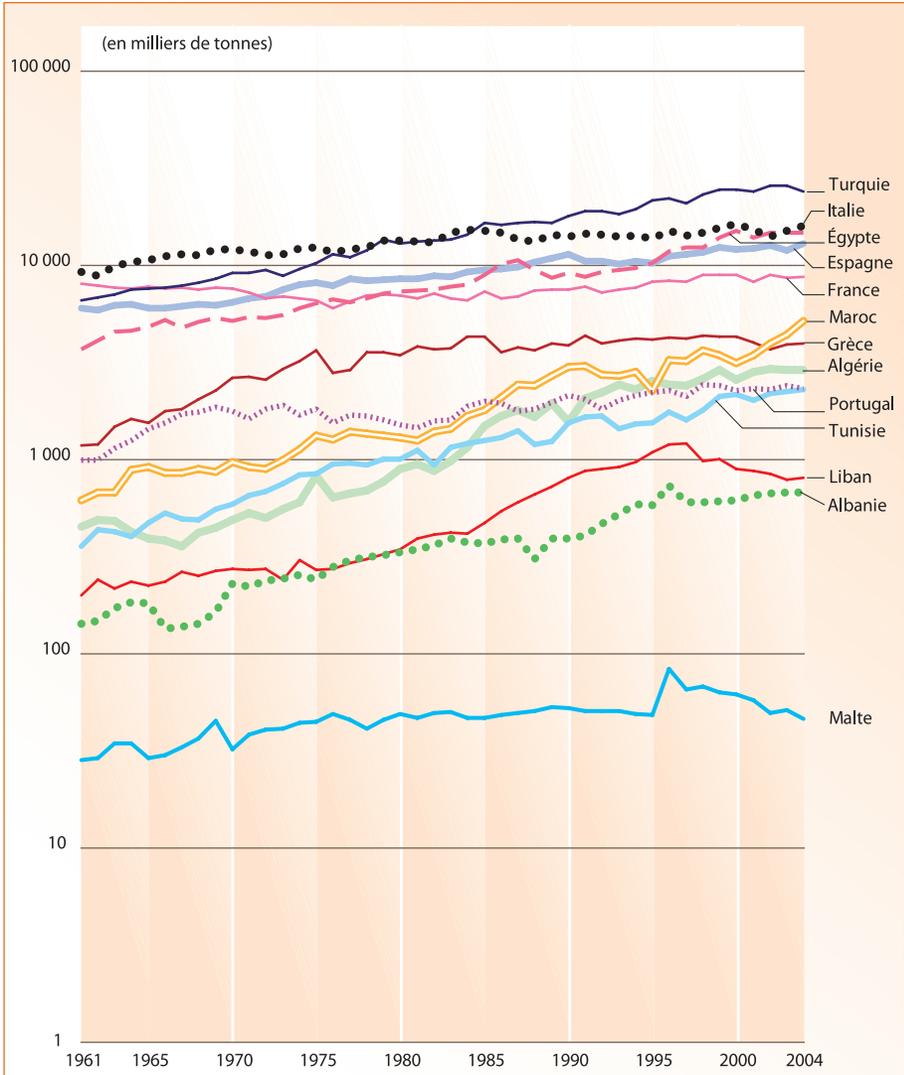
اللحوم:

تنتج الدول المتوسطة ما يناهز 23 مليون طن من اللحوم. والبلاد المنتجة الرئيسية هي: فرنسا (6 مليون طن). وإيطاليا (4 مليون طن) وأسبانيا (4.6 مليون طن). وتركيا (1.2 مليون طن). ويستحوذ الإقليم الشمالي على ما إجماليه 80% من ناتج اللحوم في حوض البحر المتوسط وقد سجلت نسبة نمو عالية في الناتج من اللحوم (2.4% في السنة) في دول شمال المتوسط. (3.6% في السنة) في دول جنوب المتوسط. ويعزى هذا النمو إلى زيادة الطلب. وتطور أنماط الاستهلاك.

انفاج الحبوب. 2004-1961

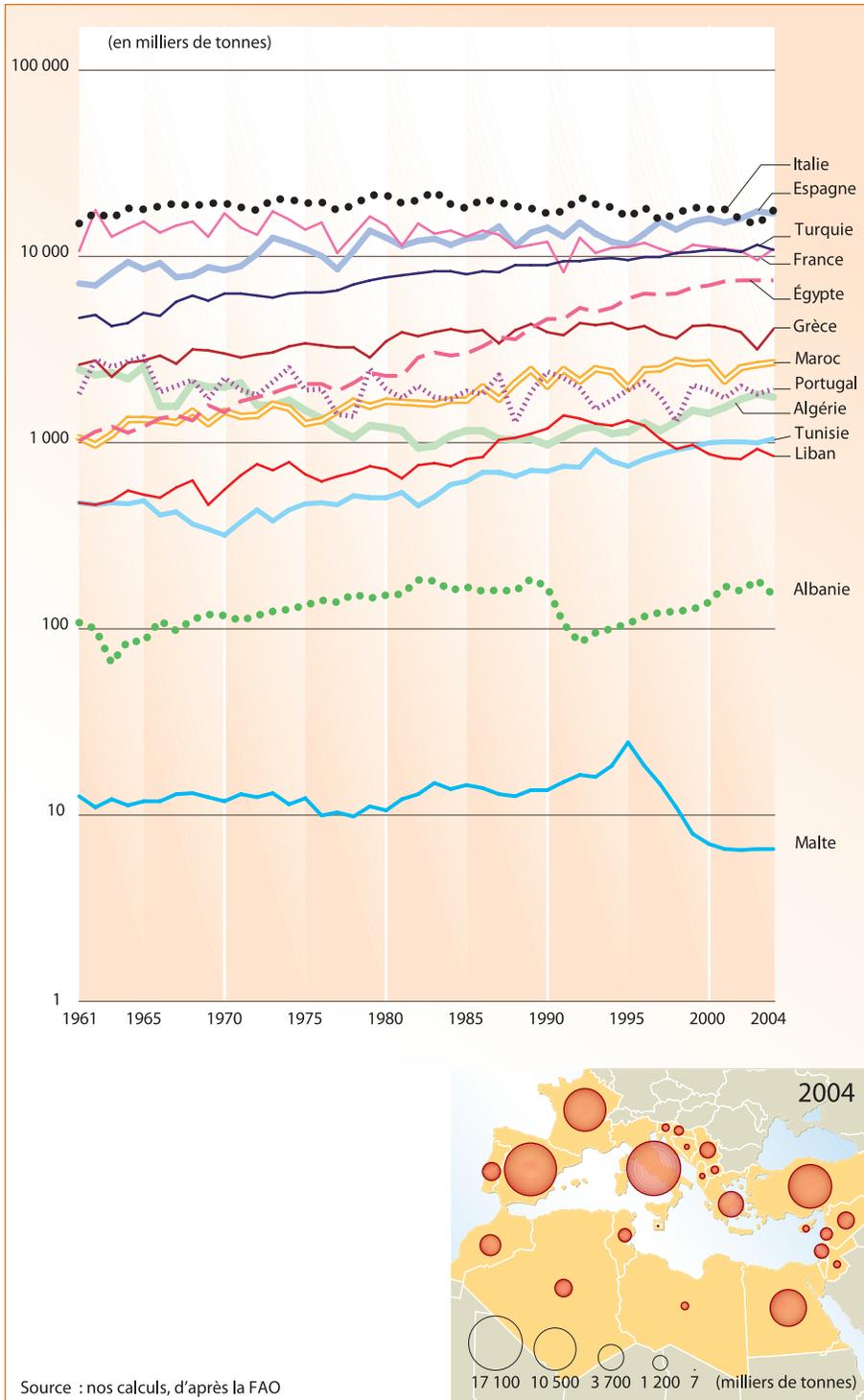


إنتاج الخضروات، 2004-1961

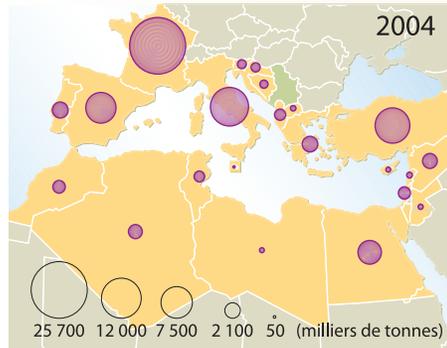
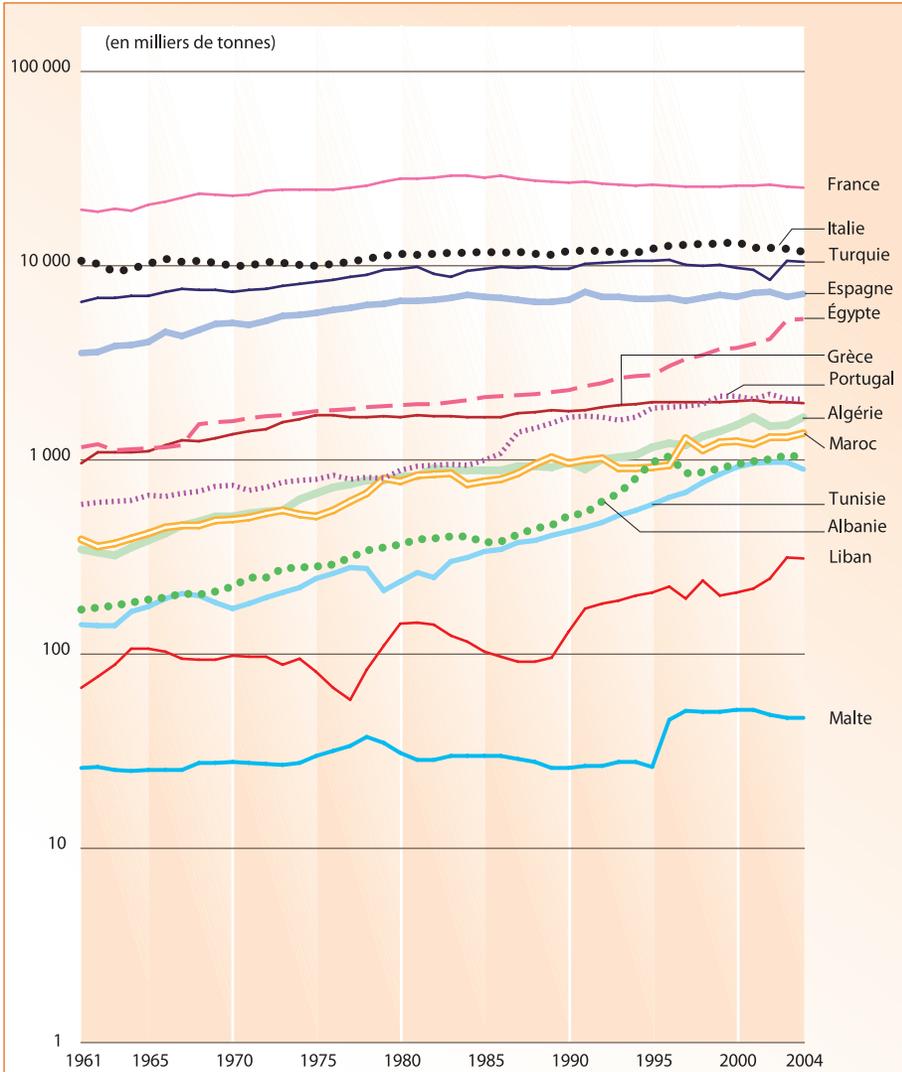


Source : nos calculs, d'après la FAO

إنتاج الفاكهة، 2004-1961

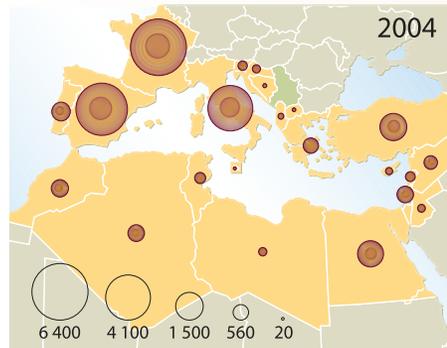
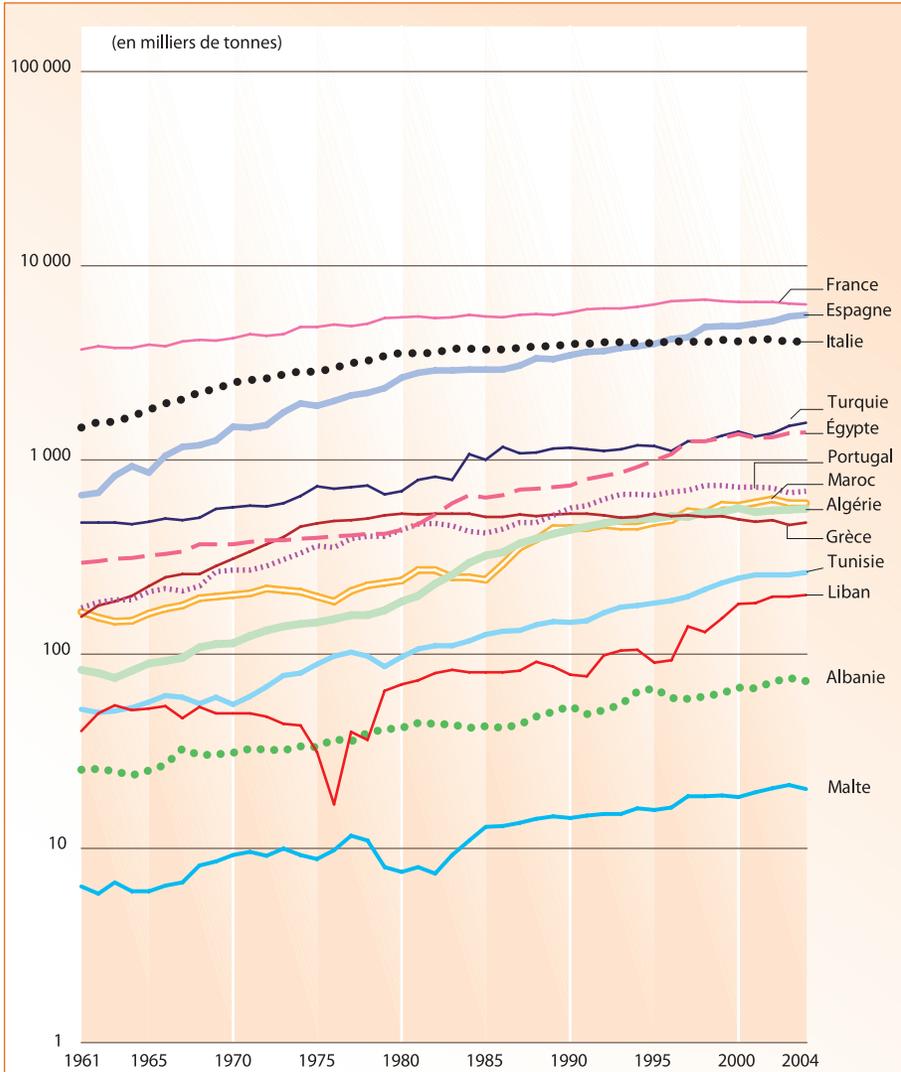


إنتاج الألبان، 2004-1961



Source : nos calculs, d'après la FAO

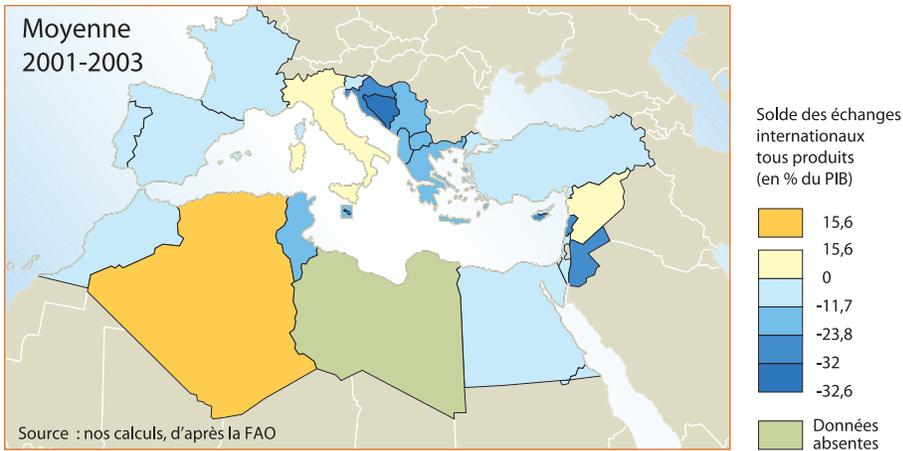
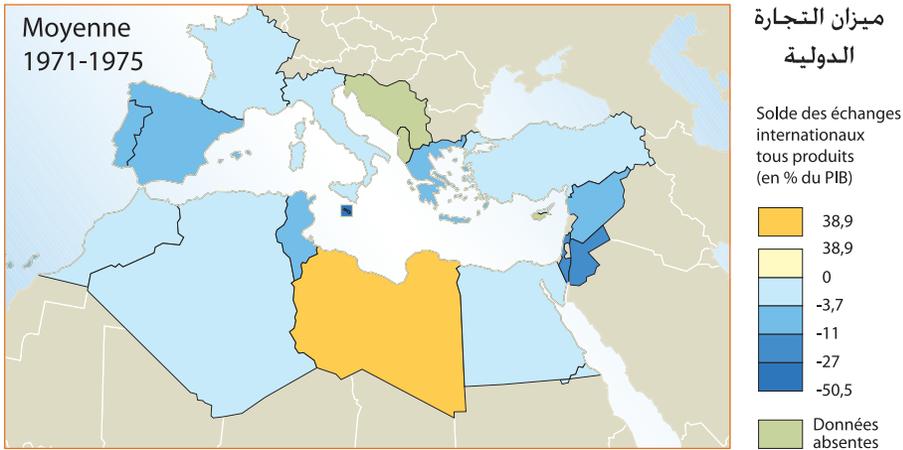
إنتاج اللحوم، 2004-1961



Source : nos calculs, d'après la FAO

تمثل التجارة المتوسطة ما بين 14% - 15% من التجارة العالمية (14% في حالة الصادرات و15.5% في حالة الواردات)، وتتركز الأنشطة التجارية أساسا في الدول الأوروبية المتوسطة (85% من التجارة المتوسطة). أما دول جنوب وشرق المتوسط فتمثل ما يقرب من 2% فقط من حجم التجارة العالمية. وثمة اتجاه نزولي طفيف في نصيب التجارة المتوسطة من التجارة العالمية (14% من صادرات العالم في عام 2003 مقارنة بـ15.6% في عام 1990)؛ وتوضح تلك الأرقام أن التجارة المتوسطة لم تستفد من العولة استفادة كاملة.

أما موازين التجارة الشاملة فهي سالبة بصفة عامة باستثناء الجزائر وليبيا (وهما من الدول المنتجة للبتروول)، وتكاد تكون متوازنة تقريبا في كل من فرنسا وإيطاليا. وأما العجز الكبير بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي. فنلاحظه في قبرص، والأردن، ولبنان، وألبانيا، واليونان. بيد أن ذلك العجز بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي آخذ في التناقص في معظم الدول باستثناء: ألبانيا، واليونان، وقبرص.

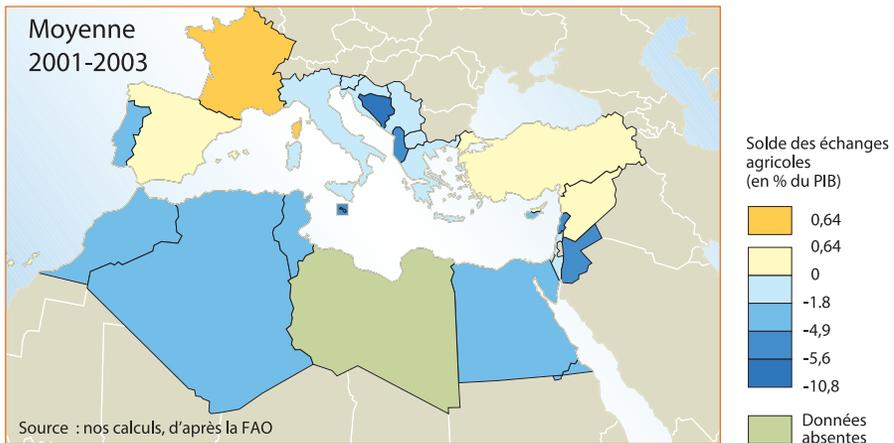
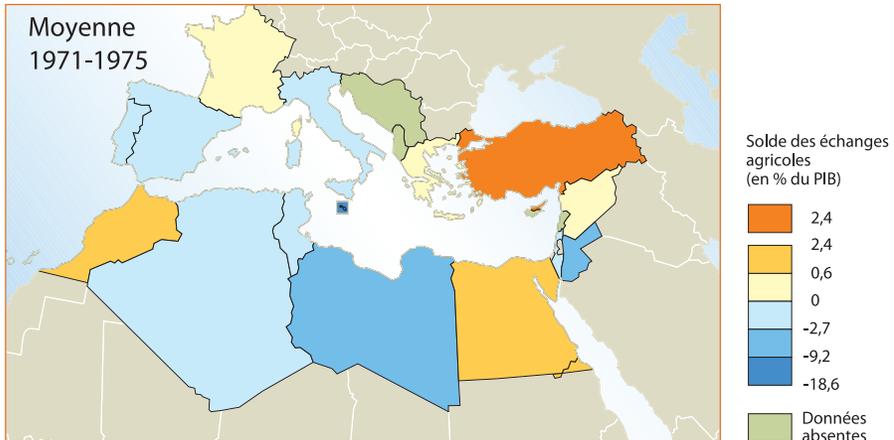


Déficit (-) ou excédent (+) = (Exportations - Importations) × 100 / PIB
Méthode statistique : quartiles avec percentiles 5 et 95 isolés

وفيما يتعلق بتجارة الأغذية-الزراعية، فإن إقليم البحر المتوسط يستحوذ على ما يناهز 19% من التجارة العالمية في الأغذية-الزراعية، منها 16% إلى 17% من المنطقة الأوروبية المتوسطة و2% إلى 3% من دول جنوب وشرق المتوسط. وتجذ أن موازين تجارة الأغذية-الزراعية للدول المتوسطة، سالبة بصفة عامة، باستثناء فرنسا، وأسبانيا، وتركيا. أما الدول صاحبة أكبر عجز في الأغذية-الزراعية بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي، فنجد أنها الأردن، ولبنان، ومالطة، وألبانيا، والجزائر.

وتمثل تجارة الأغذية-الزراعية ما يناهز 9% أو 10% من التجارة الإجمالية لإقليم البحر المتوسط برمته، مع وجود اتجاه نزولي طفيف بالنظر إلى التنوع المتزايد لاقتصاديات دول المنطقة، ومع ذلك، فلا بد أن نوضح، أن عدة دول تعتمد اعتمادا كبيرا على تجارتها في سلع الأغذية-الزراعية، حيث تجذ أن صادرات اليونان من الأغذية-الزراعية تمثل ما يناهز 20% من إجمالي صادراتها، وهذا على سبيل المثال، كما أن واردات ليبيا من الأغذية-الزراعية تمثل ما يناهز 25% من وارداتها (22% في الجزائر، 20% في سوريا، 18% في الأردن، ولبنان، وقبرص، 17% في مصر).

الميزان التجاري الزراعي



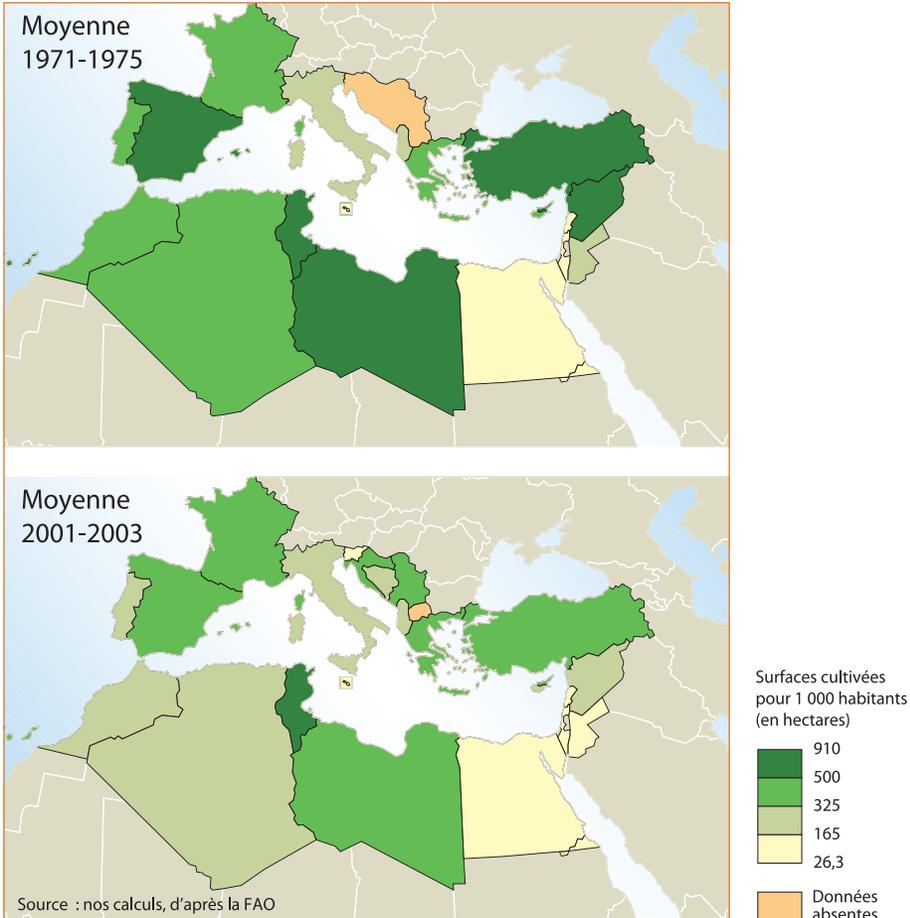
Source : nos calculs, d'après la FAO

Déficit (-) ou excédent (+) = (Exportations - Importations) × 100 / PIB
Méthode statistique : quartiles avec percentiles 5 et 95 isolés

يتسم إقليم البحر المتوسط غالباً بمحدودية موارده من الأراضي القابلة للزراعة، والضغط السكاني الشديد على تلك الموارد- وتلك سمة تتسم بها جميع دول البحر المتوسط. على الرغم من أنها أكثر وضوحاً في الجنوب عنها في الشمال. ففي الشمال، على سبيل المثال، نجد أن ثمة 319 هكتاراً منزرعة مقابل كل 1000 نسمة. بينما في الجنوب نجد أن النسبة 177 هكتاراً مقابل كل 1000 نسمة. وبالنظر إلى محدودية الموارد من الأراضي، وإجاهات السكان، فإن متوسط نصيب الفرد من الأراضي الزراعية سوف يتناقص باستمرار، وخصوصاً في الجنوب. كما أن الظروف المناخية، وانخفاض معدل سقوط الأمطار، وانخفاض خصوبة التربة، تفاقم من هذا العجز النسبي في الأراضي في دول جنوب المتوسط.

وتؤكد بيانات هياكل الزراعة، النقص الذي وجدناه في الأراضي الزراعية: حيث إن معظم الحيازات صغيرة الحجم، وفي كثير من الحالات نجد أن ما يزيد على 80% من الحيازات تقل مساحتها عن 10 هكتار.

الأراضي الزراعية

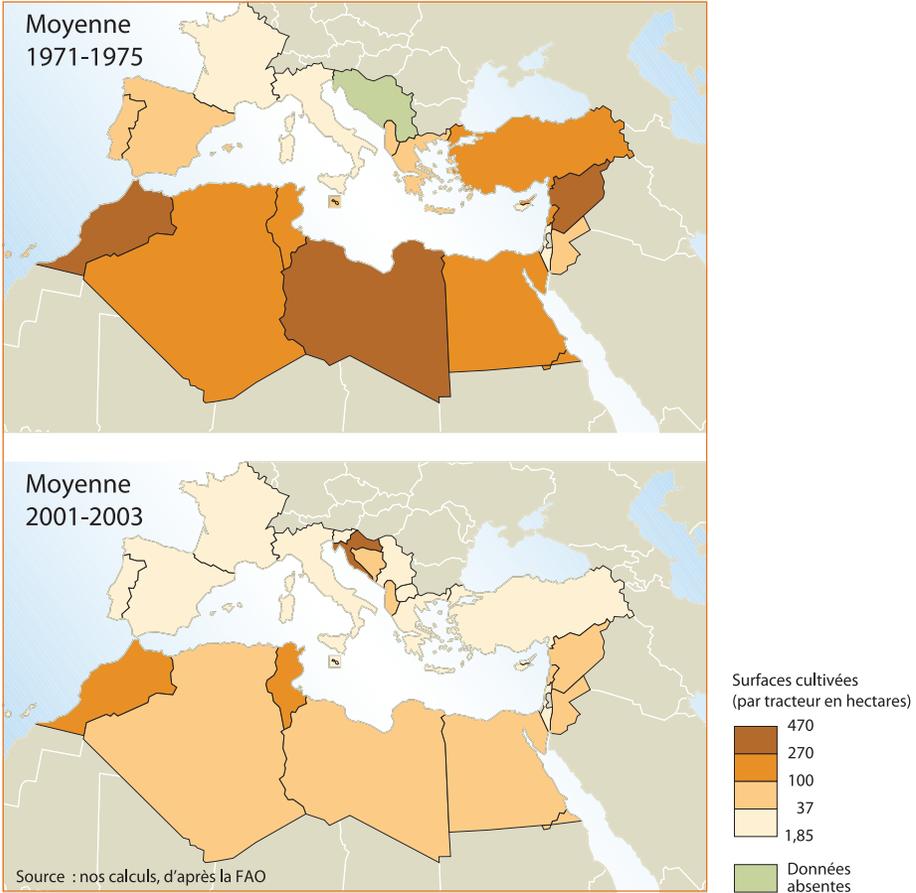


أما عملية تكثيف الزراعة التي تتحقق أساسا عن طريق الري، فإنها تميل إلى تخفيف تلك العقبة. وعلى سبيل المثال، نجد أن 23% من الأراضي الزراعية في إقليم المتوسط يتم ريها (20% في الشمال، 30% في الجنوب). كما يتحقق تكثيف الزراعة أيضا عن طريق الميكنة (22 هكتار لكل جرار) واستخدام المدخلات (102 كيلو جرام من الأسمدة لكل هكتار). وهنا نجد مرة أخرى اختلافات ملحوظة نسبيا بين الشمال والجنوب.

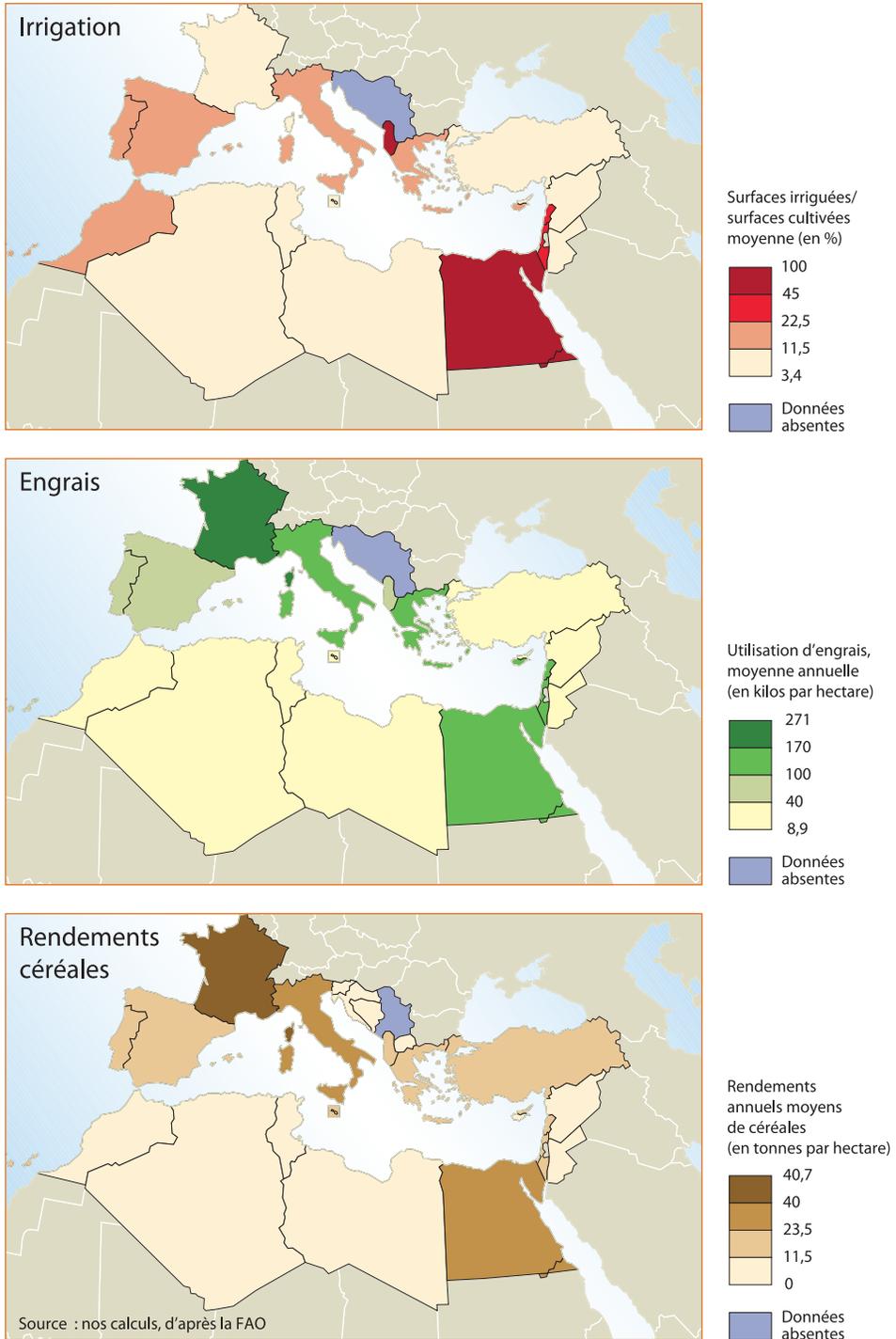
وعلى سبيل المثال، نجد أن متوسط استهلاك الهكتار من الأسمدة يقارب 75 كيلو جرام في الجنوب، بينما يبلغ 102 كيلو جرام في الشمال الذي يستحوذ على 73% من الأسمدة الكلية المستهلكة.

كما أن الاختلافات ملحوظة أيضا حينما يتعلق الأمر بالميكنة، حيث نجد عددا محدودا من الجرارات في الخدمة في الجنوب، مقارنة بالنسبة المحققة في الشمال، حيث نجد جرارا في الخدمة لكل 15 هكتارا، بينما نجد في دول جنوب وشرق المتوسط جرارا واحدا فقط لكل 90 هكتارا (أي ستة أضعاف المساحة المحصولية المقابلة في الشمال).

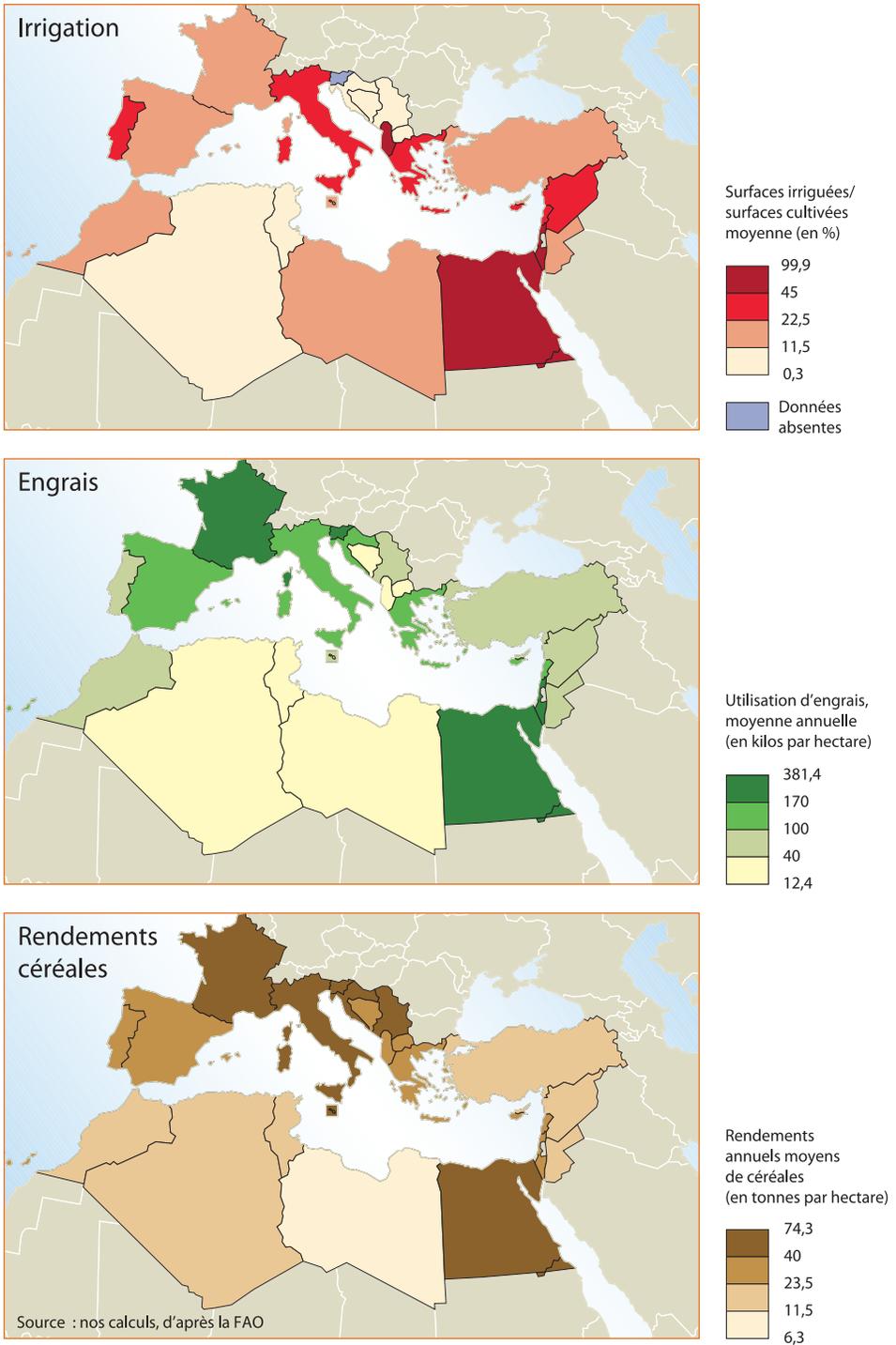
الميكنة



1975-1971



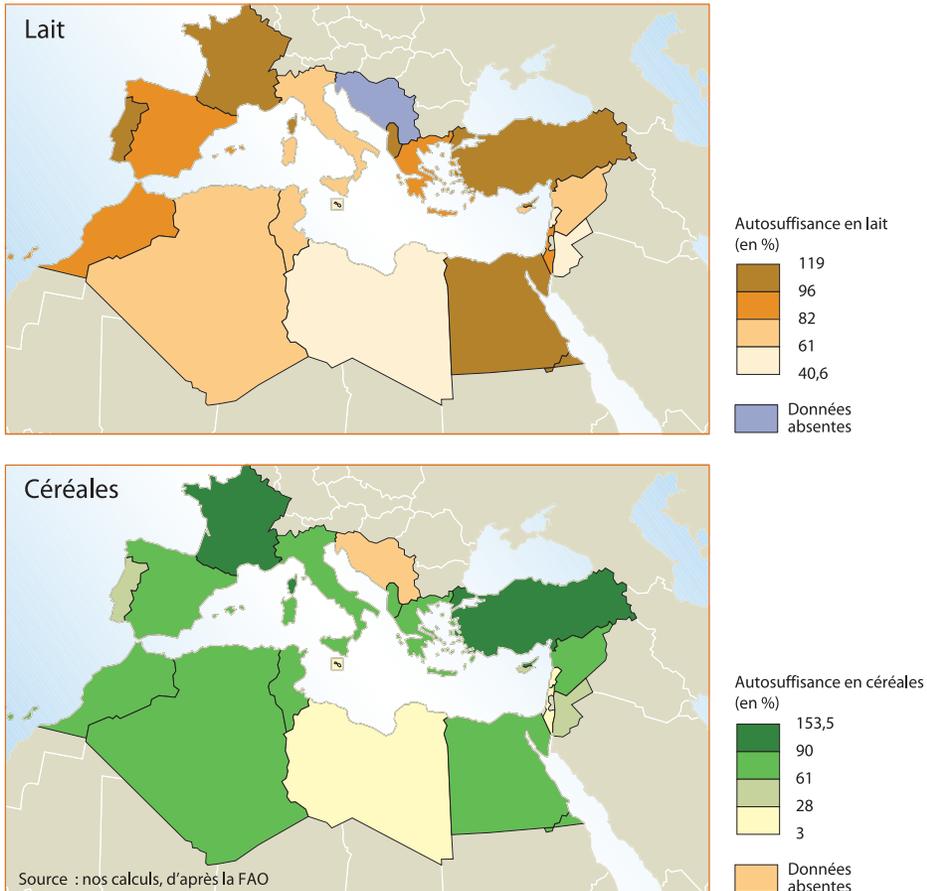
2003-2001



يستخدم معامل الاكتفاء الذاتي كمؤشر على قدرة الدولة على تغطية احتياجاتها. ويتم الحصول على معامل الاكتفاء الذاتي بقسمة ناتج السلعة على مجموع الانتاج. وصافي ميزان التجارة الخارجية (الواردات- الصادرات). فإذا كان المعامل أعلى من 100 تكون الدولة أكثر من مكتفية ذاتيا في السلعة المعنية: أي تصبح مصدرا صافيا لتلك السلعة. وعلى العكس. إذا كان المعامل أقل من 100. تعتبر الدولة غير مكتفية ذاتيا. أي تعتبر مستوردا صافيا لتلك السلعة.

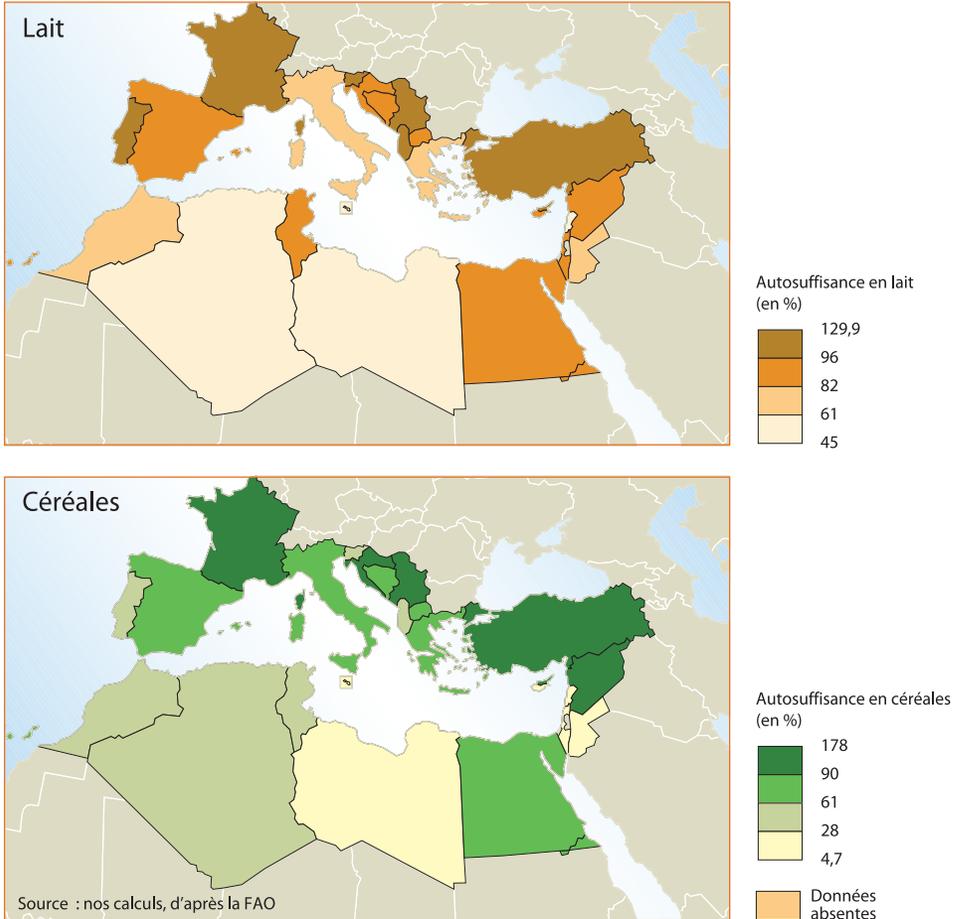
ولابد مع ذلك. من الحذر عند تفسير تلك المعاملات. لأن دولة ما قد تكون مكتفية ذاتيا بالمعنى الإحصائي. بينما هي في الواقع الفعلي تعاني من عجز جارى مرتقب ولكنها لا تستطيع أن تستورد بسبب انعدام القدرة الشرائية لديها. وعلى الرغم من ذلك. نجد أن المعاملات مهمة من أجل تقييم درجات الاكتفاء الذاتي للدول. وخصوصا فيما يتعلق بالسلع التي تعتبر سلعاً استراتيجية. ومن أجل متابعة تطورها مع الزمن.

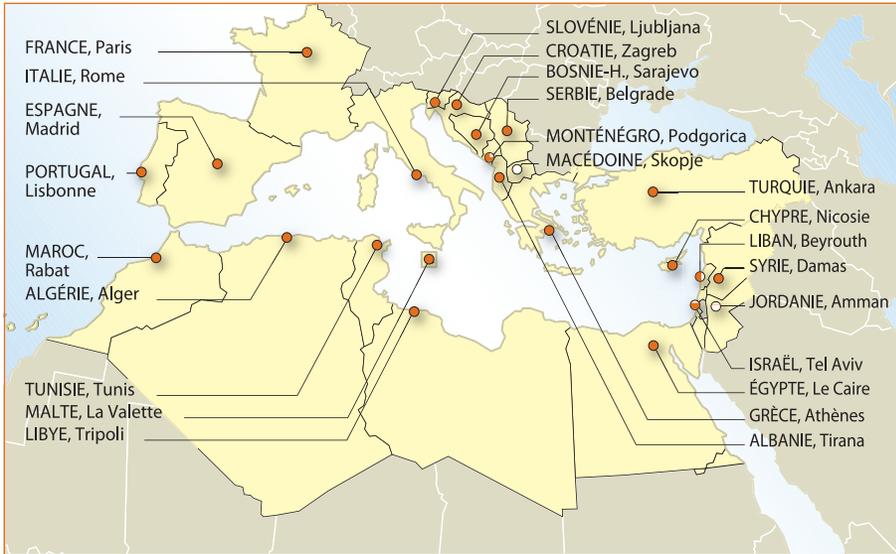
الاكتفاء الذاتي. 1975-1971



وتكشف معاملات الاكتفاء الذاتي للدول المتوسطة- بخصيص المواد الغذائية الرئيسية- عن مدى اعتماد تلك الدول. بصفة عامة، على الغير، ويتفاوت هذا الاعتماد من دولة إلى أخرى. ومن سلعة إلى أخرى. وفرنسا هي الدولة الوحيدة- في إقليم البحر المتوسط- التي تحقّق فائضا في إنتاج الحبوب، والألبان، واللحوم، والسكر. وأما تركيا فليدها معاملات تقترب من 100% بالنسبة للحبوب، والألبان واللحوم، وما يزيد عن 100% بالنسبة للسكر، على الرغم من انخفاض معدلات استهلاك اللحوم في المتوسط. وأما أسبانيا فليدها معاملات تزيد عن 100% بالنسبة للحوم، ومعاملات تتراوح ما بين 75% - 100% بالنسبة للحبوب، والألبان والسكر. وهناك عدة دول في جنوب وشرق المتوسط، سجلت معاملات منخفضة نسبياً خلال الفترة من 2001-2004 مقارنة بمعاملات متوسطة خلال الفترة من 1971-1975 بالنسبة للحبوب، والألبان، والسكر (30% للحبوب في الجزائر، و16% في لبنان، و38% في تونس، و60% في المغرب).

الاكتفاء الذاتي، 2001-2004





جدول 1- المؤشرات الاقتصادية الرئيسية

معدل النمو السنوي لإجمالي الناتج المحلي (%)	إجمالي الناتج المحلي مكافئ القوة الشرائية للدولار الأمريكي (مليون دولار)	مؤشر التنمية البشرية	توقعات الحياة (عام)	السكان (1000 نسمة)	البلد
2004-1994	2005	2003	2005-2000	2005	
5.8	16944	0.78	73.7	33130	ألبانيا
3.9	237684	0.722	71.0	32854	الجزائر
4.8	305255	0.659	69.6	74033	مصر
3.7	1089103	0.928	79.4	43064	اسبانيا
2.2	1830110	0.938	79.4	60496	فرنسا
3.7	248509	0.912	78.2	11120	اليونان
1.6	1668151	0.934	80.0	58093	أيطاليا
3.5	24420	0.759	71.9	3577	لبنان
3.2	7799	0.867	78.3	402	مالطا
3.0	135742	0.631	69.5	31478	المغرب
2.5	203381	0.904	77.2	10495	البرتغال
4.8	83673	0.753	73.1	10102	تونس
4.2	569248	0.75	68.6	73193	تركيا

المصدر: برتران بادى وبياتريس ديدو (محرران)، الوضع في العالم 2007، لاديكوفير، باريس، 2006.

جدول - 2 السكان، النمو السكاني، التحضر، العمالة

نسبة العمالة الزراعية إلى إجمالي السكان العاملين %	السكان العاملين 1000	السكان الريفيين/ إجمالي السكان %	سكان الحضر/ إجمالي السكان	معدل النمو السكاني %	إجمالي السكان 1000	البلد
2004	2004	2003	2003	2003-1965	2004	
45.6	1633	56.7	43.3	1.40	3194	ألبانيا
23.3	120333	41.3	58.7	2.62	32339	الجزائر
30.8	27902	58	42	2.19	73390	مصر
6	18405	23.5	76.5	0.65	41128	اسبانيا
2.7	27136	23.8	76.2	0.55	60434	فرنسا
14.6	4827	38.9	61.1	0.66	10977	اليونان
4.4	25165	32.5	67.5	0.26	57346	أيطاليا
2.8	1412	12.1	87.9	1.40	3708	لبنان
1.3	151	8.1	91.9	0.68	396	مالطا
33.1	12979	42.6	57.4	2.21	31064	المغرب
11.1	5121	45.7	54.3	0.29	10072	البرتغال
23.1	4211	36.5	63.5	2	9937	تونس
43.3	34269	33.9	66.1	2.13	73320	تركيا

المصدر: تقرير الزراعة المتوسطة 2006 للمركز الدولي للدراسات الزراعية البحر متوسطية و النشرة الإحصائية السنوية لمنظمة الأغذية والزراعة

جدول-3 إجمالي الناتج المحلي

سعر الصرف بوحدة العملة المحلية مقابل 1 دولار أمريكي	نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي بمكافئ القوة الشرائية للدولار الأمريكي	نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي بالدولار	إجمالي الناتج المحلي بالمليون دولار	البلد
2005	2005	2005	2005	
99.8700	4764	2348	8379	البنان
73.2760	7189	3086	102257	الجزائر
5.7322	4317	1316	89336	مصر
0.8041	26320	27226	1123691	ألبانيا

0.8041	29316	33734	2110185	فرنسا
0.8041	22392	20082	213698	اليونان
0.8041	28760	30405	1723044	أيطاليا
1507.5000	6681	6033	22210	لبنان
0.3453	19739	13737	5570	مالطا
8.8650	4503	1725	51745	المغرب
0.8041	19335	17439	173085	البرتغال
1.2974	8255	2978	28683	تونس
1.3436	7950	5062	363300	تركيا

المصدر: البنك الدولي- صندوق النقد الدولي

جدول- 4 الأراضي المحصولية . الأراضي المروية، مدخلات الإنتاج

الأسمدة لكل هكتار (كجم/ هكتار) (6)	الأراضي المحصولية لكل جرار (هكتار) (5)	الأراضي المروية / الأراضي المحصولية (4)	الأراضي المحصولية لكل عامل زراعي (3)	الأراضي المحصولية لكل 1000 ساكن (2)	الأراضي المحصولية والمحاصيل المستديمة 1000هكتار (1)	البلد
2002	2003	2003	2003	2003	2003	
51	82	51	09	221	699	ألبانيا
12	85	7	3	258	8215	الجزائر
371	38	100	0.4	48	3424	مصر
115	20	20	16.1	456	18715	اسبانيا
203	15	13	25.1	325	19573	فرنسا
105	15	38	5.2	349	3831	اليونان
129	6	26	9.2	196	10697	أيطاليا
126	38	33	7.5	86	313	لبنان
70	22	18	5.5	28	11	مالطا
43	191	15	2.2	307	9376	المغرب
88	14	28	3.9	230	2311	البرتغال
21	140	8	5.1	501	4930	تونس
66	26	20	1.8	365	26013	تركيا

المصدر: تقرير الزراعة المتوسطية 2006 للمركز الدولي للدراسات الزراعية البحر متوسطية و المنشرة الإحصائية السنوية لمنظمة الأغذية والزراعة

جدول-5 السلع الزراعية في 2005

البلد	الحبوب	الخضروات + البطيخ	الفاكهة	اللبن	اللحوم	السكر*	زيت الزيتون*
1000 طن							
ألبانيا	515.9	677.4	154.4	1071.0	76.6	3.0	1.0
الجزائر	3996.0	3258.2	1892.9	1668.1	581.2		46.0
مصر	22284.0	16140.4	8195.6	4708.1	1435.9		
اسبانيا	13791.5	12348.3	14805.0	7465.0	5735.7	1317.0	890.0
فرنسا	63706.0	8185.0	10339.1	26133.0	6179.4	5139.0	4.0
اليونان	4603.2	3847.7	3637.3	1975.0	476.6	321.0	403.0
أيطاليا	21401.2	16686.9	19203.1	11602.0	4098.8	1532.0	615.0
لبنان	144.7	808.1	891.6	323.6	201.3		5.0
مالطا	11.6	58.0	8.2	46.8	18.8	495.0	
المغرب	4448.4	4889.9	2691.1	1364.7	599.5	76.0	68.0
البرتغال	1190.0	2403.7	1900.0	2076.6	710.2		36.0
تونس	1833.0	2200.4	1058.5	960.5	250.0		43.0
تركيا	34569.7	25395.1	11480.9	10538.0	1647.0	1500.0	169.0

(٢) 2004

المصدر: النشرة الإحصائية السنوية لمنظمة الأغذية والزراعة 2006

جدول - 6 إستهلاك الغذاء في 2003 (كجم/الفرد/ سنه)

البلد	الحبوب	الخضرة الجذرية والدرنات	السكر	البقوليات	الخضر	الفاكهة
ألبانيا	169.4	30.8	24.9	3.4	173.6	90.8
الجزائر	229.2	53.2	31.4	6.0	86.0	60.8
مصر	238.1	23.0	28.8	9.4	179.9	89.8
اسبانيا	98.9	78.8	34.2	5.7	143.3	112.7
فرنسا	117.2	64.8	40.6	2.1	142.9	95.5
اليونان	153.2	65.4	35.2	4.8	275.7	147.0
أيطاليا	162.6	41.2	31.6	5.6	178.3	131.0
لبنان	124.2	88.5	34.8	9.7	243.2	150.1
مالطا	180.9	67.6	48.7	3.6	137.8	105.3
المغرب	249.3	39.2	36.0	6.7	121.7	62.3
البرتغال	132.8	125.3	34.0	4.1	181.1	116.1

85.2	199.7	8.7	35.3	27.3	203.8	تونس
173.4	230.5	10.8	24.7	58.9	217.5	تركيا

المصدر: النشرة الإحصائية السنوية لمنظمة الأغذية والزراعة 2006

تابع جدول - 6 إستهلاك الغذاء في 2003 (كجم/الفرد/ سنه)

المشروبات الكحولية	الزيوت والدهون	الألبان	الأسماك	البيض	اللحوم	البلد
17.6	9.6	295.8	5.7	5.7	42.7	ألبانيا
3.9	13.5	108.0	3.4	4.6	20.3	الجزائر
1.1	8.5	61.6	14.7	2.7	22.5	مصر
106.4	33.3	173.8	47.4	13.1	125.1	اسبانيا
93.6	35.6	274.6	31.2	15.3	107.2	فرنسا
64.4	29.0	261.9	23.3	8.9	83.3	اليونان
79.0	38.0	251.9	26.2	11.4	94.9	أيطاليا
10.5	19.8	115.3	12.0	6.6	56.4	لبنان
44.7	15.8	214.7	50.0	12.9	86.8	مالطا
3.5	13.4	35.9	8.7	6.3	20.7	المغرب
124.2	32.1	214.6	59.3	10.0	92.9	البرتغال
1.7	20.8	104.1	11.0	6.8	27.6	تونس
11.7	19.8	122.3	7.4	10.0	21.5	تركيا

جدول - 7 التجارة العالمية بصفة عامة والتجارة في السلع الزراعية في 2004 .

الميزان الكلي المعياري*	الصادرات الزراعية	الواردات الزراعية	إجمالي الصادرات	إجمالي الواردات	البلد
%	مليون دولار				
-58.39	25	289	596	2269	ألبانيا
27.92	55	4050	32300	18200	الجزائر
-26.46	1314	3014	10453	17975	مصر
-16.52	24294	19798	178521	249187	اسبانيا

-1.83	46642	34638	448498	465229	فرنسا
-55.15	3122	5754	15190	52552	اليونان
-0.27	24424	31694	348984	350865	أيطاليا
-68.65	252	1346	1747	9397	لبنان
-19.12	76	400	2490	3668	مالطا
-28.90	964	2058	9667	17525	المغرب
-21.11	2439	5800	35750	54888	البرتغال
-13.64	974	1181	9682	12742	تونس
-21.42	5958	4659	63121	97540	تركيا

المصدر: النشرة الإحصائية السنوية لمنظمة الأغذية والزراعة 2006، وحساباتنا

تابع جدول - 7 التجارة العالمية بصفة عامة والتجارة في السلع الزراعية في 2004 .

الصادرات الزراعية/ إجمالي الواردات	الواردات الزراعية/ إجمالي الواردات	الصادرات الزراعية/ الواردات الزراعية	الميزان الزراعي المعياري	إجمالي الصادرات/ إجمالي الواردات	البلد
%					
4.18	12.72	8.63	-84.10	26.27	ألبانيا
0.17	22.25	1.36	-97.32	177.47	الجزائر
12.57	16.77	43.61	-39.27	58.15	مصر
13.61	7.95	122.70	10.20	71.64	اسبانيا
10.40	7.45	134.66	14.77	96.40	فرنسا
20.55	10.95	54.26	-29.65	28.91	اليونان
7.00	9.03	77.06	-12.95	99.64	أيطاليا
14.44	14.33	18.74	-68.43	18.59	لبنان
3.05	10.91	18.99	-68.08	67.89	مالطا
9.97	11.74	46.83	-36.21	55.16	المغرب
6.82	10.57	42.05	-40.79	65.13	البرتغال
10.06	9.27	82.45	-9.62	75.99	تونس
9.44	4.78	127.87	12.23	64.71	تركيا

المصدر: النشرة الإحصائية السنوية لمنظمة الأغذية والزراعة وحساباتنا

- < الميزان الكلي المعياري = (إجمالي الصادرات - إجمالي الواردات) / 100x (إجمالي الصادرات + إجمالي الواردات)
- < الميزان الزراعي المعياري = (الصادرات الزراعية - الواردات الزراعية) / 100x (الصادرات الزراعية + الواردات الزراعية)

جدول- 8 التجارة اليورومتوسطية في 2004

البلد	صادرات الاتحاد الأوروبي إلى	واردات الاتحاد الأوروبي من	الميزان (الصادرات - الواردات)	صادرات الاتحاد الأوروبي / إجمالي الصادرات	واردات الاتحاد الأوروبي / إجمالي الواردات
	مليون يورو			%	
البانيا	1670	441	1229	73.60	73.99
الجزائر	12770	17453	4683	70.16	54.03
مصر	9997	4735	-5262	55.62	45.30
أسبانيا	166150	129507	-36643	66.68	72.54
فرنسا	319635	290954	-28681	68.70	64.87
اليونان	30444	8401	-22043	57.93	55.30
أيطاليا	210497	206695	-3802	59.99	59.23
لبنان	4388	281	-4107	46.70	16.08
مالطا	3366	1270	-2096	91.76	50.99
المغرب	12213	7449	-4764	69.69	77.06
البرتغال	42256	28524	-13732	76.99	79.79
تونس	10338	7669	-2669	81.14	79.21
تركيا	45428	34401	-11027	46.57	54.50

المصدر: مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية 2006 وصندوق النقد الدولي 2006 وحساباتنا

المراجع

أسس سلامة الغذاء

الفصل الأول

Allaire (G.), "Quality in Economics, a Cognitive Perspective", in M. Harvey, A. McMeekin and A. Warde (eds), *Theoretical Approachs to Food Quality*, Manchester, Manchester University Press, 2003.

Apfelbaum (M.), *Risques et peurs alimentaires*, Paris, Odile Jacob, 1998.

Bouton (O.), *Management de la sécurité des aliments : de l'HACCP à l'ISO 22000*, Afnor, 2006.

Braun (J. von), *The World Food Situation*, Washington (D. C.), IFPRI, 2006.

Callon (M.), Lascoumes (P.) and Barthes (Y.), *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, Paris, Seuil, 2001.

Carr (E. R.), "Postmodern Conceptualizations, Modernist Applications: Rethinking the Role of Society in Food Security", *Food Policy*, 31 (1), 2006, p. 14-29.

Cazes-Valette (G.), "Le comportement du consommateur décodé par l'anthropologie. Le cas des crises de la vache folle", *Revue française de marketing*, 183-184 (3-4), 2001, p. 99-115.

Cochoy (F.), "Les effets d'un trop-plein de traçabilité", *La Recherche*, 339, 2001, p. 66-68.

Conseil national de l'alimentation, *Avis sur la traçabilité des denrées alimentaires*, Paris, June 28th 2001.

Codron (J. M.), Sirieix (L.) and Reardon (T.), "Social and Environmental Attributes of Food Products in an Emerging Mass Market : Challenges of Signaling and Consumer Perception, with European Illustration", *Agriculture and Human Values*, 23 (2), Summer 2006.

Crespi (J. M.) and Marette (S.), "How Should Food Safety Certification Be Financed?", *American Journal of Agricultural Economics*, 83 (4), November 2001, p. 852-861.

De Haen (H.) (ed.), *L'État de l'insécurité alimentaire dans le monde*, Rome, FAO, 2005.

Dekhili (S.), *Contribution des politiques de sécurité alimentaire au bien-être des populations : le cas de la Tunisie*, mémoire de recherche, DEA EGDAAR, Montpellier, Université Montpellier- I, Agro.M, 2004.

Delpeuch (F.), Le Bihan (G.) and Maire (B.), "Les malnutritions dans le monde : de la sous-alimentation à l'obésité", in G. Ghersi (ed.), *Nourrir 9 milliards d'hommes*, Paris, ADPF, 2005, p. 32-37.

Demirbas (N.) and Tosun (D.), "Restrictions of the Agricultural Sector on Safety and Quality Food Production in Turkey and Some precautions", *New Medit*, Bari, CIHEAM, 2, 2006, p. 20-24.

Duchin (F.), "Sustainable Consumption of Food", *Rensselaer Working Papers in Economics*, n° 0405, New York (N. Y.), Troy, 2004.

El Mekki (A.), Ghersi (G.), Hamimaz (R.) and Rastoin (J. L.), *Prospective agroalimentaire Maroc - 2010*, Casablanca, Fondation ONA, 2002.

Elmi (M.), "Food Safety: Current Situation, Unaddressed Issues and the Emerging Priorities", *Eastern Mediterranean Health Journal*, 10 (6), Geneva, WHO, November 2004, p. 794-800.

European Parliament, "Règlement CE N° 178 / 2002 du Parlement européen et du Conseil du 28 janvier 2002, établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires", *JOCE*, February 1st 2002.

FAO, *Comprendre le Codex alimentarius*, Rome, WHO/FAO, 2005.

Feuillet (P.), *Le Bon Vivant. Une alimentation sans peur et sans reproche*, Paris, INRA Éditions, 2002, 286 p.

Fischler (C.), "La peur est dans l'assiette", *Revue française de marketing*, 183-184 (3-4), 2001, p. 7-10.

Flores (M.), Khwaja (Y.) and White (P.), "Food Security in Protracted Crises : Building More Effective Policy Frameworks", *Disaster*, 29 (1), 2005, Odi: S25.

Frenzen (P.), *Economics of Foodborne Diseases*, Washington (D. C.), USDA, ERS, 2004.

Gallen (C.), "Le besoin de réassurance en consommation alimentaire", *Revue française de marketing*, 183-184 (3-4), 2001, p. 67-86.

Giraud (G.), "Consumers and Food Traceability, a Comparison between European and North- American Recent Literature Review", USDA and AIEA2 International meeting, *Competitiveness in Agriculture and the Food Industry: US and EU Perspectives*, Bologna, University of Bologna, Department of Statistics, June 15th and 16th 2006.

Godard (O.), *L'Ambivalence de la précaution, le principe de précaution dans la conduite des affaires humaines*, Paris, Éditions de la MSH and INRA, 2000.

Grosclaude (J.) (ed.), *Sécurité et risques alimentaires. Problèmes politiques et sociaux, dossiers d'actualité*, Paris, La Documentation française, 2001, 177 p.

Guillon (F.), "Sécurité alimentaire: quelle gestion des risques et des crises?", *Déméter 2001- Économie et stratégies agricoles*, 2001, p. 15-71.

Hamimaz (R.), "État et stratégies de fraudes au Maroc, l'exemple de la meunerie industrielle", *Revue Tiers-Monde*, 36 (344), 1995.

Hawkes (C.) and Ruel (M. T.), *Understanding the Link between Agriculture and Health, 2020 Vision*, Washington (D. C.), IFPRI, Focus 13, 2006.

Heidues (F.), Atsain (A.), Padilla (M.), Ghersi (G.), Nyangito (H.) and Le Vallée (J. C.), "Assessing Development Strategies and Africa's Food and Nutrition Security", proceedings of the International Conference *Assuring Food and Nutrition Security in Africa by 2020*, Washington (D. C.), IFPRI, 2004.

Huffman (S.) and Jensen (H.), "Do Food Assistance Programs Improve Household Food Security? Recent Evidence from the United States", *Working Paper 03-WP-335*,

Ames (Iowa), Center for Agricultural and Rural development, Iowa State University, 2003.

Hyman (G.), Larrea (C.) and Farrow (A.), "Methods, Results and Policy Implications of Poverty and Food Security Mapping Assessments", *Food Policy*, 30, 2005, p. 453-460.

ISO, *The ISO Survey-2004*, Geneva, ISO Central Secretariat, 2005.

Khaldi (R.), *La Sécurité alimentaire des produits en Tunisie*, Tunis, Memo INRAT Tunis, 2006.

Kinsey (J.), "Does Food Safety Conflict with Food Security? The Safe Consumption of Food", *Working Paper 04-01*, St. Paul (Minn.), The Food Industry Center, University of Minnesota, 2004, 24 p.

Kourilsky (Ph.) and Viney (G.), *Le Principe de précaution*, report to the Prime Minister, Paris, Odile Jacob-La Documentation française, 2000.

Latour (B.), *Politique de la nature*, Paris, La Découverte, 1999.

Laufer (R.), *L'Entreprise face aux risques majeurs : à propos de l'incertitude des normes sociales*, Paris, L'Harmattan, 1993.

Lebeche (R.), *Problématique de la salubrité des aliments*, Alger, Working Paper, non published, 2006.

Meade (B.), Rosen (S.) and Shapourt (S.) (eds), *Food Security Assessment*, 2005, Washington (D. C.), GFA-17, USDA-ERS, 2006, 58 p.

Mendez (M. A.) and Popkin (B. M.), "Globalization, Urbanization and Nutritional Change in the Developing World", *eJADE, Journal of Agricultural and Development Economics*, 1 (2), 2004, p. 220-241.

Ministère de la Santé et des Solidarités, *Deuxième Programme national nutrition santé - 2006-2010: actions et mesures*, Paris, 2006.

Mormont (M.) and Van Huylbroeck (G.), *À la recherche de la qualité. Analyses socio-économiques sur les nouvelles filières agroalimentaires*, Liège, Synopsis-Éditions ULg, 2001, 200p.

Paalberg (R.), *Governance and Food Security in an Age of Globalization*, Washington (D. C.), IFPRI, 2002.

Padilla (M.) and Oberti (B.) (eds), *Alimentation et nourritures autour de la Méditerranée*, Paris and Montpellier, Éditions Kathala and CIHEAM, 2000.

Rastoin (J. L.) and Vissac-Charles (V.), "Le groupe stratégique des PME de terroir", *Revue internationale des PME*, 12 (1-2), 1999, p. 171-192.

Rastoin (J. L.), "Vers un modèle agroalimentaire européen? Une lecture pérouxienne", *Sociétal*, 48, 2005, p. 14-19.

Sinclair (U.), *The Jungle*, New York (N. Y.), Doubleday, Page & Co, 1906; and *The Jungle*, Londres, Penguin, 1976, 416 p.

Stevens (C.), Devereux (S.) and Kennan (J.), "International Trade, Livelihoods and Food Security in Developing Countries", *IDS Working Paper 215*, Brighton, 2003.

Temple (H.) (ed.), *Le Nouveau Droit alimentaire européen: précaution, traçabilité, sécurité*, September 23rd and 24th 2004, Montpellier, Agropolis, Faculté de pharmacie, CIRAD, Centre du droit de la consommation, Université Montpellier-I, vol. 1, 2005, 267p.

TraceNet, *Le Livre blanc de la traçabilité agroalimentaire*, Tracenews Info, 2006, 31p.

Unnevehr (L. J.) (ed.), *Food Safety in Food Security and Food Trade*, Washington (D. C.), IFPRI, IFPRI 2020 Focus, n° 10, 2003.

Vaillant (V.), De Valk (H.) and Baron (E.), *Morbidité et mortalité dues aux maladies infectieuses d'origine alimentaire en France*, Paris, AFSSA and InVS, 2004.

WHO, *WHO Global Strategy for Food Safety*, Geneva, 2002, 27 p.

Wilson (L.) and Otsuki (T.), "Balancing Risk Reduction and Benefits from Trade in Setting Standards", in L.J. Unnevehr (ed.), *Food Safety in Food Security and Food Trade*, Washington (D. C.), IFPRI, IFPRI 2020 Focus, n° 10, 2003.

Zhang (X.), "Chinese Consumers' Concerns About Food safety : Case of Tianjin",

Journal of International Food and Agribusiness Marketing, 17 (1), 2005, p. 57-69.

Internet:

[http://epp.eurostat.cec.eu.int /](http://epp.eurostat.cec.eu.int/)

[http://europa.eu/pol/food /](http://europa.eu/pol/food/)

[http://faostat.fao.org /](http://faostat.fao.org/)

[www.efsa.europa.eu/fr.](http://www.efsa.europa.eu/fr)

[www.ers.usda.gov/Data /](http://www.ers.usda.gov/Data/)

[www.fao.org/es/esa/index_fr.](http://www.fao.org/es/esa/index_fr)

[www.fao.org/faostat/foodsecurity /](http://www.fao.org/faostat/foodsecurity/)

[www.ifpri.org /](http://www.ifpri.org/)

[www.insee.fr/fr /](http://www.insee.fr/fr/)

[www.insee.fr /](http://www.insee.fr/)

[www.invs.sante.fr /](http://www.invs.sante.fr/)

[www.iso.org/iso /](http://www.iso.org/iso/)

[www.millenniumassessment.org /](http://www.millenniumassessment.org/)

[www.norme-iso22000.info /](http://www.norme-iso22000.info/)

[www.oecd.org/statsportal /](http://www.oecd.org/statsportal/)

www.origin-gi.com/

[www.tracenet.fr /](http://www.tracenet.fr/)

www.un.org/esa/population/unpop.htm

www.who.int/bmi/index.jsp

[www.who.int/foodsafety/publications/general/global_strategy / en/](http://www.who.int/foodsafety/publications/general/global_strategy/)

[www.who.int/fr /](http://www.who.int/fr/)

[www.worldbank.org /](http://www.worldbank.org/)

[www.worldbank.org/data /](http://www.worldbank.org/data/)

[www.worldfoodsafety.org /](http://www.worldfoodsafety.org/)

www.wto.org/indexfr.htm

www3.who.int/whosis/core/core_select.cfm

الفصل الثاني

Albisu (L. M.), "International Marketing in the Midst of Competition and Partnership", in D. Padberg, Ch. Ritson and L. M. Albisu (eds), *Agro-Food Marketing*, Wallingford, CAB International, 1997.

Albisu (L. M.) and Gracia (A.), "L'influence des systèmes de distribution sur le choix des consommateurs des produits alimentaires", in J. L. Rastoin (ed.), *Actes du colloque AIEA2- SFEA Mondialisation et géostratégies agroalimentaires*, Montpellier,

ENSA-M/INRA, 1998, p. 261-270.

Albisu (L. M.), Meza (L.) and Laajimi (A.), "Agro-Food Industries Competitiveness According to the Products Sold in the Market", *Medit*, 11 (2), 2001, p. 2-7.

Albisu (L. M.) and Corcoran (K.), "Agro-Food Business Strategies for Origin Labelled Products", *Agrarwirtschaft*, 6 (8), 2001, p. 362-367.

Becker (T.), Benner (E.) and Glitsch (K.), "Consumer Perception of Fresh Meat Quality in Germany", *British Food Journal*, 102, 2000, p. 246-266.

Caswell (J.) and Mojduszka (E. M.), "Using Informational Labelling to Influence the Market for Quality in Food Products", *American Journal of Agricultural Economics*, 78, 1996, p. 1248- 1253.

Davis (D. E.) and Stewart (H.), "Changing Consumer Demands Create Opportunities for U.S. Food System", *Food Review*, 56, 2002, p. 347-353.

De Gaetano (M.), "Qualità e marketing nel settore agroalimentari", Forum Food Quality, Il Forum Europeo sulla Qualità Alimentare, *Quaderno Qualivita*, 3, 2005.

Delannoy (P.) and Hervieu (B.), *À table. Peut-on encore bien manger?*, La Tour d'Aigues, *Éditions de l'Aube*, 2003.

Drichoutis (A. C.), Lazaridis (P.) and Nayga Jr. (R. M.), "Who is Looking for Nutritional Food Labels?", *EuroChoices*, 4 (1), 2005, p. 18-23.

Ettabti (A.), "La perception de la qualité de la viande rouge fraîche par la ménagère marocaine", *New Medit*, 4 (3), 2005, p. 27-31.

European Commission, direction générale Santé et Protection des Consommateurs, "Les attitudes des consommateurs à l'égard de l'étiquetage. Étude qualitative dans 28 pays européens", 2005.

European Commission, *Eurobarometer. European Union Citizens and Agriculture from 1995 to 2003*, September 2004.

Feliciano (D.) and Albisu (L. M.), "A New Ready-to-Eat Dish for a Traditional Market", *Journal of Food Service*, 17, 2006, p. 124-134.

Forum Food Quality, I Forum Europeo sulla Qualità Alimentare, *Quaderno Qualivita*, 2, 2004.

Forum Food Quality, II Forum Europeo sulla Qualità Alimentare, *Quaderno Qualivita*, 3, 2005.

Gracia (A.) and Albisu (L. M.), "Moving Away from a Typical Mediterranean Diet: The Case of Spain", *British Food Journal*, 101 (9-10), 1999, p. 701-714.

Gracia (A.) and Albisu (L. M.), "Food Consumption in the European Union: Main Determinants and Country Differences", *Agribusiness: An International Journal*, 17 (4), 2001, p. 469-488.

Gracia (A.), Ekinci (S.) and Albisu (L. M.), "Consumers' Buying Decision Process for Nuts in Spain", *New Medit Journal*, 3, 2003, p. 22-27.

Grunert (K. G.), Brunso (K.), Bredhal (L.) and Bech (A. C.), "Food-Related Lifestyle: A Segmentation Approach to European Food Consumers", in L. J. Frewer, E. Risvik, N. J. Schifferstein and R. von Alvensleben (eds), *Food, People and Society: A European Perspective of Consumers' Food Choices*, London, Springer Verlag, 2001.

Grunert (K.), "Future Trends and Consumer Lifestyles with Regard to Meat Consumption", *Meat Science*, 74, 2006, p. 149-160.

Kim (S.), Nayga Jr. (R. M.) and Capps Jr. (O.), "Food Label Use, Self-Selectivity and Diet Quality", *The Journal of Consumer Affairs*, 35 (2), 2001, p. 346-363.

Lusk (J. L.), Brown (J.), Mark (T.), Proseku (I.), Thompson (R.) and Welsh (J.), "Consumer Behavior, Public Policy, and Country-of-Origin Labelling", *Review of Agricultural Economics*, 28 (2), 2006, p. 284-292.

McEachern (M. G.) and Warnaby (G.), "Retail 'Quality Assurance' Labels as a Strategic Marketing Communication Mechanism for Fresh Meat", *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 1, 2004, p. 255-271.

Mtimet (N.) and Albisu (L. M.), "Spanish Wine Consumer Behavior: A Choice Experiment Approach", *Agribusiness: An International Journal*, 22 (3), 2006, p. 343-362.

Padilla (M.), Hamimaz (R.), El Dahr (H.), Zurayk (R.) and Moubarak (F.), "Consumers and the Health and Environmental Quality of Products", *Annual Report 2006*.

Agri. Med. Agriculture, Fisheries, Food and Sustainable Rural Development in the Mediterranean Region, CIHEAM, 2006.

Papadopoulos (N.) and Heslop (L. A.), "Country Equity and Product-Country Images: Stateof- the-Art in Research and Implications", in S. C. Jain (ed.), *Handbook of Research in International Marketing*, Northampton (Mass.), Edwar Elgar Publishing, 2003.

Petrovici (D. A.), Ritson (C.) and Ness (M.), "Exploring Disparities and Similarities in European Food Consumption Patterns", *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, 75, 2005, p. 23-50.

Sanjuán (A. I.), Gracia (A.), Colom (A.) and Albisu (L. M.), *Los consumidores y los alimentos con Denominación de Origen y otros distintivos de calidad en Aragón, Cataluña, Navarrray La Rioja*, Gobierno de Aragón, 2006.

Sirieix (L.), "Confiance des consommateurs et choix de lieux d'achat de vin", *Revue française de marketing*, 183-184 (3-4), 2001, p. 115-126.

Vanhuele (M.) and Drèze (X.), "Measuring the Price Knowledge Shoppers Bring to the Store", *Journal of Marketing*, 66, 2002, p. 72-85.

Variyam (J. N.), *Nutrition Labelling in the Food-Away-from-Home Sector. An Economic Assessment*, Washington (D. C.), USDA, Economic Research Service, Economic Research Report n° 4, 2005.

Verrini (L.), "La qualità percepita dal consumatore : fattore di competitività", Forum Food Quality, I Forum Europeo sulla Qualità Alimentare, *Quaderno Qualivita*, 2, 2004, p. 44-46

الفصل الثالث

Alfnes (F.) and Rickersten (K.), "European Consumers'Acceptance of US Hormone-Treated Beef", *EuroChoices*, 3 (3), 2004, p. 18-23.

Bredhal (L.), "Determinants of Consumer Attitudes and Purchase Intentions with Regard to Genetically Modified Foods - Results of a Cross-national Survey", *Journal of Consumer Policy*, 24, 2001, p. 23-61.

BSE Inquiry, *The Inquiry into BSE and Variant CJD in the United Kingdom: A Report in 16 Volumes*, Londres, HMSO, 2000 (www.bseinquiry.gov.uk).

Caswell (J.), "An Evaluation of Risk Analysis as Applied to Agricultural Biotechnology", *Agribusiness*, 16 (1), 2000, p. 115-123.

Caswell (J.), "Labeling Policy for GMO's: To Each his Own", *AgBioForum*, 3 (1), p. 53-57 (www.agbioforum.missouri.edu).

Charlier (Ch.), "Traçabilité et gestion de la sécurité alimentaire. Quelle politique pour le règlement européen 178 /2002 ?", *Économie rurale*, 282, 2004, p. 72-78.

Commission of the European Communities, White Paper on Food Safety, Bruxelles, Commission of the European Communities, 2000.

Drichoutis (A. C.), Lazaridis (P.) and Nayga Jr (R. M.), "Nutrition Knowledge and Consumer Use of Nutritional Food Labels", *European Review of Agricultural Economics*, 32 (1), 2005, p. 93-118.

Enneking (U.), "Willingness to Pay for Safety Improvements in the German Meat Sector: The Case of the Q & S Label", *European Review of Agricultural Economics*, 31 (2), 2004, p. 205-224.

Foulton (M.) and Giannakas (K.), "Inserting GM Products into the Food Chain: The Market and Welfare Effects of Different Labeling and Regulatory Regimes", *American Journal of Agricultural Economics*, 86 (1), 2004, p. 42-60.

Garcia (M.) and Fearné (A.), "Is Co-Regulation More Efficient and Effective in Supplying Safer Food? Insights from the UK", paper presented at the American Agricultural Economics Association, pre-conference workshop: *New Food Safety, Incentives and Regulatory, Technological and Organizational Innovations*, Long Beach (Calif.), July 22nd 2006.

Garcia (M.), Poole (N.), Skinner (C.), Illes (C.) and Lehota (J.), "Food Safety Performance in European Union Accession Countries: Benchmarking for Fresh Produce Import Sector in Hungary", *Agribusiness*, 22 (1), 2006, p. 79-90.

Gellynck (X.), Verbeke (W.) and Vermeire (B.), "Pathways to Increase Consumer Trust in Meat as a Safe and Wholesome Food", *Meat Science*, 74, 2006, p. 161-171.

Giannakas (K.) and Fulton (M. E.), "Consumption Effects of Genetic Modification: What if Consumers Are Right ?", *Agricultural Economics*, 27, 2002, p. 97- 109.

Golan (E.), Krissoff (B.), Kuchler (F.), Calvin (L.), Nelson (K.) and Price (G.), *Traceability in the U.S. Food Supply: Economic Theory and Industry Studies* (Agricultural Economic Report n° 830), Washington (D. C.), USDA, Economic Research Service, 2004.

Golan (E.), Roberts (T.), Salay (E.), Caswell (J.), Ollinger (M.) and Moore (D.), *Food Safety Innovations in the United States. Evidence from the Meat Industry* (Agricultural Economic Report n° AER831), Washington (D. C.), USDA, Economic Research Service, 2004.

Grunert (K. G.), "Food Quality and Safety: Consumer Perception and Demand", *European Review of Agricultural Economics*, 32 (3), 2005, p. 369-392.

Hobbs (J. E.) and Plunkett (M. D.), "Genetically Modified Foods: Consumer Issues and the Role of Information Asymmetry", *Canadian Journal of Agricultural Economics*, 47, 1999, p. 445-455.

Howard (Ph. H.), "Central Coast Consumers Want More Food-Related Information, from Safety to Ethics", *California Agriculture*, 60 (1), 2006, p. 14- 19.

Hu (W.), Hünneimyer (A.), Veeman (M.) and Adamowicz (W.), "Trading off Health, Environmental and Genetic Modification Attributes in Food", *European Review of Agricultural Economics*, 31 (3), 2004, p. 389-407.

Huffman (W. E.), Rousu (M.), Shogren (J. F.) and Tegene (A.), "Who Do Consumers Trust for Information: The Case of Genetically Modified Foods?", *American Journal of Agricultural Economics*, 86 (5), 2004, p. 1222-1229.

Hunt (S.) and Frewer (L.), "Trust in Source Information About Genetically Modified Food Risks in the U. K.", *British Food Journal*, 103 (1), 2001, p. 46-62.

Joly (P.-B.) and Harris (C.), "Les Américains ont-ils accepté les OGM? Analyse comparée de la construction des OGM comme problème public en France et aux États-Unis", *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, 68-69, 2003, p. 11-47.

Lloyd (T. A.), McCorristone (S. J.), Morgan (C.W.) and Rayner (A. J.), "Food Scares, Market Power and Price Transmission: The UK BSE Crisis", *European Review of*

Agricultural Economics, 33 (2), 2006, p. 119-148.

Loureiro (M. L.), Gracia (A.) and Nayga Jr. (R. M.), "Do Consumers Value Nutritional Labels ?", *European Review of Agricultural Economics*, 33 (2), 2006, p. 249-268.

Lusk (J. L.), House (L. O.), Valli (C.), Jaeger (S. R.), Moore (M.), Morrow (J. L.) and Traill (W. B.), "Effect of Information About Benefits of Biotechnology on Consumer Acceptance of Genetically Modified Food in the United States, England and France", *European Review of Agricultural Economics*, 31 (2), 2004, p. 179-204.

Lusk (J. L.) and Coble (K. H.), "Risk Perceptions, Risk Preference, and Acceptance of Risky Food", *American Journal of Agricultural Economics*, 87 (2), 2005, p. 393-405.

Mazzochi (M.), Lobb (A. E.) and Traill (W. B.), "Food Scares and Consumer Behaviour: A European Perspective", paper presented at the International Association of Agricultural Economists Conference, Brisbane (Australie), August 12th-18th 2006.

Nayga Jr. (R. M.), Aiew (W.) and Nichols (J.), "Information Effects on Consumers' Willingness to Purchase Irradiated Food Products", *Review of Agricultural Economics*, 27 (1), 2005, p. 37-48.

Noussair (C.), Robin (S.) and Ruffieux (B.), "Do Consumers not Care about Biotech Foods or Do They just not Read the Labels ?", *Economic Letters*, 75, 2002, p. 47-53.

Ollinger (M.), Moore (D.) and Chandran (R.), *Meat and Poultry Plants Food Safety Investments : Survey Findings*, Washington (D. C.), USDA, Economic Research Service, 2004.

Peddie (S.), Stott (A.), Oglethorpe (D.) and Gunn (G.), "Communicating Food-Safety Risks to Key Stakeholders", *EuroChoices*, 4 (2), 2005, p. 42-48.

Piggott (N. E.) and Marsh (Th. L.), "Does Food Safety Information Impact U.S. Meat Demand?", *American Journal of Agricultural Economics*, 86 (1), 2004, p. 154-174.

Ritson (C.) and Mai (L.W.), "The Economics of Food Safety", *Nutrition and Food Science*, 98 (5), 1998, p. 253-259.

Valeeva (N. I.), Meuwissen (M. P. M.), Bergevoet (R. H. M.), Lansik (A. G. J. M.) and Huirne (R. B. M.), "Improving Food Safety at the Dairy Farm Level: Farmers'and

Experts' Perceptions", *Review of Agricultural Economics*, 27 (4), 2005, p. 574-592.

الفصل الرابع

Bourakis (G.), *Marketing Trends for Organic Food in the 21st Century*, Singapore, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd, 2004.

Burton (M.), Rigby (D.), Young (T.) and James (S.), "Consumer Attitudes to Genetically Modified Organisms in Food in the UK", *European Review of Agricultural Economics*, 28 (4), 2001, p. 479-498.

DOLPHINS, *Final Report of WP4 Link between Origin Labelled Products and Consumers and Citizens. Concerted Action Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability*, edited by B. Sylvander, 2002.

European Commission, *Protection of Geographical Indications, Designations of Origin and Certificates of Specific Character for Agricultural Products and Foodstuffs*, Working Document of the Commission Services, August 2004a [2nd ed.] (http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual/quali1_en.htm).

European Commission, *Special Eurobarometer on European Union citizens and agriculture from 1995 to 2003*, 2004b (http://ec.europa.eu/public_opinion/archives_en.htm).

European Commission (<http://ec.europa.eu/agriculture/foodqual>), July 2006.

Fotopoulos (C.) and Krystallis (A.), "Are Quality Labels a Real Marketing Advantage? A Conjoint Application on Greek PDO Protected Olive Oil", *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 12 (1), 2001, p. 1-22.

Grunert (S.) and Juhl (J. H.), "Values, Environmental Attitudes and Buying Organic Foods", *Journal of Economic Psychology*, 16, 1995, p. 62-69.

IDRHa, *Apresentação e análise de dados sobre produção, preços e comercialização 2004*, Lisbon, Direcção de serviços de planeamento, Divisão de estudos planeamento e prospectiva, 2006 (www.idrha.min-agricultura.pt/produtos_tradicionais).

IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements), *The World of*

Organic Agriculture 2005, 2005.

INAO, *Rapport d'activité 2004-2005*, 2006a (www.inao.gov.fr /).

INAO, *Fiche synoptique des AOC laitiers en 2003, 2004*, Syndicats d'appellation SECODIP, 2006b (www.inao.gov.fr /).

INAO, *Fiche synoptique des AOC agroalimentaires en 2004*, Syndicats d'appellation SECODIP, 2006c (www.inao.gov.fr /).

ISMEA, *I prodotti agroalimentari protetti in Italia. Le tendenze della produzione e del mercato e la situazione a livello comunitario*, 2005.

Kleijn (J.), Borgstein (A.), De Jager (M. D.) and Zimmermann (H. K. L.), "Enlarging the Market for Horticultural Organics in the Netherlands", *Acta Horticulturae*, 391, 1996, p. 143-151.

Lusk (J. L.), Roosen (J.) and Fox (J. A.), Demand for Beef from Cattle Administered Growth Hormones or Fed Genetically Modified Corn: A Comparison of Consumers in France, Germany, the United Kingdom and the United States", *American Journal of Agricultural Economics*, 81 (1), 2003, p. 16-29.

Lusk (J. L.), Brown (J.), Mark (T.), Proseku (I.), Thompson (R.) and Welsh (J.), "Consumer Behaviour, Public Policy, and Country-of-Origin Labelling", *Review of Agricultural Economics*, 28 (2), 2006, p. 284-292.

Lusk (J. L.), Jamal (M.), Kurlander (L.), Roucan (M.) and Taulman (L.), "A Meta Analysis of Genetically Modified Food Valuation Studies", *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 30, 2005, p. 28-44.

MAPA, *Datos de las DOP/IGP. Años 2003 y 2004*, Subdirección General de Calidad y Promoción Agroalimentaria, 2006a (www.mapya.es /)

Michelsen (J.), Hamm (U.), Wynen (E.) and Roth (E.), "The European Market for Organic Products : Growth and Development", in *Organic Farming in Europe: Economics and Policy*, vol. VII, Stuttgart, University of Hohenheim, 1999.

Papadopoulos (N.) and Heslop (L. A.), *Product-Country Images: Impact and Role in International Marketing*, New York (N. Y.), The Haworth Press, 1993.

Philippidis (G.) and Sanjuán (A. I.), "Territorial Product Associations in Greece: The Case of Olive Oil", *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 14 (1), 2002, p. 24-46.

Philippidis (G.) and Sanjuán (A. I.), "Territorial Food Product Perceptions in Greece and Spain: A Logit Modelling Approach", *Journal of Food Products Marketing*, 11 (4), 2005, p. 41-62.

Rohner-Thielen (E.), "Organic Farming in Europe", EUROSTAT, Statistics in Focus, Agriculture and Fisheries, 2005.

Sanjuán (A. I.), Gracia (A.), Colom (A.) and Albisu (L. M.), *Los consumidores y los alimentos con Denominación de Origen y otros distintivos de calidad en Aragón, Cataluña, Navarra La Rioja*, Gobierno de Aragón, Departamento de Agricultura y Alimentación, 2006.

Sanjuán (A. I.), Sánchez (M.), Gil (J. M.), Gracia (A.) and Soler (F.), "Brakes to the Organic Market Enlargement in Spain : Consumers and Retailers Attitudes and Willingness to Pay", *International Journal of Consumer Studies*, 27 (2), 2003, p. 134-144.

Shimp (T. A.) and Sharma (S.), "Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE", *Journal of Marketing Research*, 24, 1987, p. 280-289.

Skuras (D.) and Vakrou (A.), "Consumers' Willingness to Pay for Origin Labelled Wine: A Greek Case Study", *British Food Journal*, 104 (11), 2002, p. 989-912.

Tregear (A.), Kuznesof (S.) and Moxy (A.), "Policy Initiatives for Regional Foods, Some Insights from Consumer Research", *Food Policy*, 23 (5), 1998, p. 383-394.

Trognon (L.), "The Influences of Territorial Identity on Consumer Preferences: A Contribution Based on the RIPPLE Programme. Consumer Preferences for Products of Own Region/Country and Consequences for Food Marketing", *AIR-CAT Workshop Proceedings*, 4 (3), April 1998.

TYPIC, *Final Project Report DL-16*, edited by Georges Giraud, 2005 (www.typic.org/final_report.htm).

Van der Lans (I. A.), Van Ittersum (K.), De Cocco (A.) and Loseby (M.), "The Role of the Region of Origin and EU Certificates of Origin in Consumer Evaluation of Food Products", *European Review of Agricultural Economics*, 28 (4), 2001, p. 451-477.

Van Ittersum (K.), "Consumer Ethnocentrism and Regional Involvement as Antecedents for Consumers' Preference for Products from the Own Region", *Proceedings of EU-AIR III Project "Food for the Consumer"*, 5 (1), 1999, p. 45-51.

Van Ittersum (K.), Canderl (M. J. J. M.) and Meulenerg (M. T. G.), "The Influence of the Image of a Product's Region of Origin on Product Evaluation", *Journal of Business Research*, 56 (3), 2003, p. 215-226.

Verlegh (P.W. J.) and Steenkamp (J. E. M.), "A Review and Meta-Analysis of Country of Origin Research", *Journal of Economic Psychology*, 20, 1999, p. 521-546.

Wier (M.), Calverley (C.), "Market Potential for Organic Foods in Europe", *British Food Journal*, 104 (1), 2002, p. 45-62.

جودة المنتجات الغذائية المتوسطة

حالة منتجات الألبان ومشتقات الألبان

الفصل الخامس

Bérard (L.) and Marchenay (P.), *Les Produits de terroir, entre cultures et règlements*, Paris, CNRS Éditions, 2004, 229 p.

Berriet-Sollec (M.), Daucé (P.), Léon (B.) and Schmitt (B.), "Vers un indicateur de croissance économique locale pour l'évaluation des politiques de développement rural", *Revue d'économie régionale et urbaine*, 3, 2000, p. 415-440.

Béteille (R.), *La France du vide*, Paris, LITEC, coll. "Géographie économique et sociale", 1981, 256 p.

Boisseaux (S.) and Stucki (E.), *About the Link Between Origin Labelled Products and Rural Development*, Action concertée "Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability (DOLPHINS)", 5th Framework Program EU, Florence, September 10th- 12th 2001, 17 p.

Briand (H.), "L'impact sur le développement territorial de la politique d'AOC", séminaire de l'EAAE, Aspects socio-économiques de l'origine dans les filières agroalimentaires: territoires, coordination et institutions, Le Mans, INRA, October 28th-30th 1999, 9 p.

Casabianca (F.), Sylvander (B.), Noël (Y.), Béranger (C.), Coulon (J.-B.) and Roncin (F.), "Terroir et Typicité, deux concepts clés des appellations d'origine contrôlée - Essai de définitions scientifiques et opérationnelles", International Symposium PSDR, Territoires et enjeux du développement régional, Lyon, March 9th-11th 2005, 32 p.

Coutre-Picard (L.), "Impact économique des filières fromagères savoyardes", *Purpan, études scientifiques, techniques, économiques, juridiques pour l'agriculture et le milieu rural*, 191, 1999, p. 135-153.

Couzinet (L.) and Frayssignes (J.), "Stratégie de marché et développement rural dans les filières de qualité. L'exemple d'Avigers et de Roquefort", *Bulletin de la Société archéologique, historique, littéraire et scientifique du Gers*, Year CIIInd, 3rd quarter 2002, p. 365-381.

Couzinet (L.) and Frayssignes (J.), "Filières sous signe officiel de qualité et développement territorial : quelles approches ?", in C.Margetic (ed.), *Dynamiques agro-industrielles et dynamiques rurales*, Arras, Artois Presses Université, coll. "Géographie", 2004, p. 149-167.

Delfosse (C.), *La France fromagère*, thèse, Université Paris I-Panthéon Sorbonne, 2 vol., 1992.

Frayssignes (J.), "L'ancrage territorial d'une filière fromagère d'AOC: l'exemple du système Roquefort", *Économie rurale*, 264-265, 2001, p. 89-103.

Frayssignes (J.), "L'ancrage territorial des filières agroalimentaires : le cas des AOC fromagères françaises", INRA-INAO Seminar, *Produits laitiers*, Malbuisson, March 9th and 10th 2004, 8 p.

Frayssignes (J.), "Les signes officiels de qualité dans les dynamiques de développement territorial : étude géographique à partir des AOC fromagères françaises", Conference *Faire campagne- pratiques et projets des espaces ruraux aujourd'hui*, UMR ESO, CNRS, Université Rennes II, March 17th and 18th 2005, 19 p. (to be published).

Frayssignes (J.), *Les AOC dans le développement territorial. Une analyse en termes*

d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères, thèse, INP-ENSAT, 2005, 469 p. (2 vol.).

Frayssignes (J.), *Gis in Territorial Development, an Analysis in Terms of Anchoring, Applied to the French Cases of Cheese Supply Chains*, lecture to the SYNER-GI meeting (Strengthening International Research on Geographical Indications), Toulouse, January 12th and 13th, 2006, 7 p.

Gallagher (P.), *Trademarks or Colonialism ? The Value of Geographical Indications*, Congrès mondial de la laiterie, Paris, September 24th-27th 2002, 15 p.

Guiraud (S.), "Roquefort, un avenir à affiner", *Ressources*, 139, supplément au quotidien *Midi-Libre*, 1997, 4 p.

Lagrange (L.) (ed.), *Signes officiels de qualité et développement agricole*, Conference SFERINRA, ENITA, Clermont-Ferrand, April 14th and 15th 1999, 354 p.

Mollard (A.), "Qualité et développement territorial: un outil d'analyse théorique à partir de la rente", *Économie rurale*, 261, 2001, p. 16-34.

Nefussi (J.), *Les Filières agroalimentaires: filières de produits ou de services ?*, Paris, Armand Colin, coll. "Déméter, Économie et stratégies agricoles", 2000, p. 9-70.

Olivier (V.) (ed.), *Signes officiels de qualité: comment évaluer leurs retombées socio-économiques territoriales? Une étude prospective dans la région Midi-Pyrénées*, Rapport intermédiaire, Programme de recherches pour et sur le développement régional en Midi-Pyrénées (Agriculture, IAA et Espaces ruraux), Dynamiques rurales (ENSAT, ENFA, UTM), 2003, 19 p.

Pecqueur (B.), *Territoire et nouvelles ressources productives*, conference, Université de Toulouse Le Mirail, May 4th 1999, 13 p.

Pecqueur (B.), "Qualité et développement territorial, l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés", *Économie rurale*, 261, 2001, p. 37-49.

Scheffer (S.), *Qu'est-ce qu'un produit alimentaire lié à une origine ?*, thèse, Université Paris I-Panthéon Sorbonne, UFR de Géographie, 2002, 593 p.

Uguet (J.), "Ces AOC qui paient le plus", *PLM*, 341, 2003, p. 14-17.

الفصل السادس

Bonetti (E.), "The Effectiveness of Meta-Brands in the Typical Product Industry: Mozzarella Cheese", *British Food Journal*, 106 (10-11), 2004, p. 746-766.

Callois (J. M.), "Quality Labels and Rural Development: A New Economic Geography Approach", *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, 78, 2006, p. 32-51.

Chirsty (R.) and Norris (G.), "Discovery Markets. Communicating Product Identities in Specialised Sectors", *British Food Journal*, 101 (10), 1999, p. 797-808.

Di Monaco (R.), Di Marzo (S.), Cavella (S.) and Masi (P.), "Valorization of Traditional Foods. The Case of Provolone del Monaco Cheese", *British Food Journal*, 107 (2), p. 98-110.

Galindo (P.), "Leche y productos lácteos. Reconversión y trazabilidad en toda la cadena", *Distribución y Consumo*, 77, 2004, p. 101-115.

Ikerfel, *Ikerfel estudio sobre hábitos, actitudes e imagen del queso en el mercado español*, Madrid, MAPA, 2002.

Instituto de desarrollo económico del principado de Asturias, *El sector lácteo en Asturias*, 2006.

Instituto nacional de consumo, *Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI*, Madrid, Ministerio de Sanidad y Consumo, 2000.

Jiang (P.), "The Role of Brand Name in Customization Decisions: A Search Versus Experience Perspective", *Journal of Product and Brand Management*, 13 (2), 2003, p. 73-73.

Kupiec (B.) and Revell (B.), "Measuring Consumer Quality Judgements", *British Food Journal*, 103 (1), 2001, p. 7-22.

Kuznesof (S.), Tregear (A.) and Moxey (A.), "Regional Foods: A Consumer Perspective", *British Food Journal*, 99 (6), 1997, p. 199-206.

Langreo (A.), "Entre los nuevos productos, la calidad estándar y los productos de calidad diferencial. El ejemplo del sector lácteo: leche de consumo, refrigerados y quesos", *Distribución Consumo*, 85, 2006, p. 24-29.

López Tapia (J.), "El sector lácteo, ante los retos y las oportunidades de la innovación constante", *Distribución y Consumo*, 85, 2006, p. 85-94.

MAPA, *Hechos y cifras de la agricultura, la pesca y la alimentación en España*, Madrid, MAPA, 2006.

MAPA, *Datos de las denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP) de productos agroalimentarios. Años 2003 y 2004*, 2005.

Pratesi (C. A.), "Editorial", *British Food Journal*, 104 (6), 2002, p. 413-416.

Tendero (A.) and Bernabéu (R.), "Preference Structure for Cheese Consumers. A Spanish Case Study", *British Food Journal*, 107 (2), 2005, p. 60-73.

Thakor (M. V.) and Lavack (A. M.), "Effect of Perceived Brand Origin Associations on Consumer Perceptions of Quality", *Journal of Product and Brand Management*, 12 (6), 2003, p. 394-407.

Internet:

www.agroalimentación.coop (Spanish Confederation of Agricultural Cooperatives' web portal). www.fenil.org (FENIL, Spanish Dairy Federation, 2006).

الفصل السابع

Andersen (H.), Oksbjerg (N.) and Therkildsen (M.), "Potential Quality Control Tools in the Production of Fresh Pork, Beef and Lamb Demanded by the European Society", *Livestock Production Science*, 2004.

Barkema (A.), Drabentstott (M.) and Welch (K.), "The Quiet Revolution in the U.S. Food Market", *Economic Review*, May-June 1991.

Becker (T.), Eckhard (B.) and Glitsch (K.), "Consumer Perception of Fresh Meat Quality in Germany", *British Food Journal*, 12 (3), 2000, p. 228-248.

Hobbs (J.) and Andrew (J.), "Incentives Structures for Food Safety and Quality Assurance : An International Comparison", *Food Control*, 13, 2001, p. 77-81.

Holleran (E.), Bredahl (M.) and Zaibet (L.), "Private Incentives for Adopting Food Safety and Food Quality Assurance", *Food Policy*, 24 (3), 1999.

Ibn Khaldoun (A.), *Al Moukaddima*, Sildar Tunisie, 2006.

Laajimi (A.), Garcia (M.) and Gharbi (M.), "Introducing HACCP System in the Tunisian Dates Sector: An Exploratory Case Study", *New MEDIT*, 3, 2004.

Paraskeva (M. F.), Elizabeth (F.), Charles (S. B.) and Victor (K.), "Consumer Attitudes and Perception of Available Organic Milk: A Comparison of the Greek and the British Situation", in J. Powell et al. (eds), *UK Organic Research: Proceedings of the COR Conference, 26-28th March 2002, Aberystwyth, Aberystwyth, Organic Centre Wales, 2002*, p. 335-336.

Smith (J. R.), "The Survival in Latin Palestine of Muslim Administration", in P. M. Holt (ed.), *The Eastern Mediterranean Lands in the Period of Crusades*, Warminster, Aris and Phillips, 1977.

Trail (B.), *Perspective des marches*, AGB/Euro-panel, FAO, 1992.

Zaibet (L.) and Bredahl (M.), "The Gains from ISO Certification in the UK Meat Sector", *Agribusiness: An International Journal*, 13 (4), 1997.

Zaibet (L.), Bachta (M. S.) and Bredahl (M.), "Relevance of Food Quality Standards in the Euro-Tunisian Partnership", *MEDIT* 3, December 1999.

Zaibet (L.), Bachta (M. S.), Laajimi (A.) and Abbassi (M.), "Consumers' Perception of Food Quality in Tunisia", *International Journal Food and Agribusiness Marketing*, 16 (2), 2005.

Zaibet (L.) and Ammar (A.), "Consumers' Perception of Small Ruminants' Meat Product Quality in Tunisia" (PFE, ESA Mograne), in Project Report, *Improving the Livelihood of Small ruminants' Farmers* (ILRI-ICARDA-IRESA), 2006.

Zaibet (L.), Ben Salem (H.) and Salah Bachta (M.), "Analyse de la décision contractuelle des producteurs du lait en Tunisie", *Tropicultura*, 23 (3), 2005, p. 154-161.

الجودة والأستراتيجية لصناعات المنتجات اللبنية والألبان

الفصل الثامن

CNIEL, *L'Économie laitière en chiffres*, 2006.

Gauthier (S. F.), Pouliot (Y.) and Maubois (J. L.), "Growth Factors from Bovine Milk and Colostrum: Composition, Extraction and Biological Activities", *Le Lait*, 86 (2), 2006, p. 99-125.

Jouan (P.), *Procédé d'obtention d'une fraction protéique enrichie en TGF-beta sous forme active, fraction protéique et applications thérapeutiques*, Brevet WO 03/006500 A1, 2001.

Leszek (J.), Ingot (A. D.), Januz (M.), Lisowski (J.), Krukowska (K.) and Georgiades (J. A.), "Colostrinin®: A Proline-Rich Polypeptide (PRP) Complex Isolated from Ovine Colostrum for Treatment of Alzheimer's Disease. A Double Blind, Placebo Controlled Study", *Archivum Immunol. Therapiae Experimentalis*, 47, 1999, p. 377-385.

Maubois (J. L.) and Ollivier (G.), "Extraction of Milk Proteins", in S. Damodaran and A. Paraf (eds), *Food Proteins and their Applications*, New York (N. Y.), Marcel Dekker, 1997, p. 579-595.

Maubois (J.L.), Fauquant (J.), Famelart (M. H.) and Caussin (F.), "Milk Microfiltrate, a Convenient Starting Material for Fractionation of Whey Proteins and Derivatives", 3rd International Whey Conference, Munich, September 11th-14th 2001.

Parodi (P.W.), "Anti-Cancer Agents in Milk Fat", *Australian Journal of Dairy Technology*, 58, 2003, p. 114-118.

Piot (M.), Fauquant (J.), Madec (M. N.) and Maubois (J.-L.), "Preparation of Serocolostrum by Membrane Microfiltration", *Le Lait*, 84 (4), 2004, p. 333-341.

Portman (R.), *Composition for Reducing Caloric Intake*, US patent 0077530 A1, 2004.

Quiblier (J.-P.), Ferron-Baumy (C.), Garic (G.) and Maubois (J.-L.), *Procédé de traitement des laits permettant au moins de conserver leur aptitude fromagère*, Brevet EP 0 542 583 B1, INRA, 1992, 8 p.

Saboya (L.) and Maubois (J.-L.), "Current Developments of Microfiltration Technology in the Dairy Industry", *Le Lait*, 80 (6), 2000, p. 541-553.

Takada (Y.), Kobayashi (N.), Matsuyama (H.), Kato (K.), Yamamura (J.), Yahiro (M.), Kumekawa (M.) and Aoe (S.), "Whey Proteins Suppresses the Osteoclast-Mediated Bone Resorption and Osteoclast Cell Formation", *International Dairy Journal*, 7, 1997, p. 821-825.

الفصل العاشر

AESA, *Guía para la aplicación del sistema de trazabilidad en la empresa agroalimentaria*, Madrid, AESA-Ministerio de Sanidad y Consumo, 2004.

Alforja, "Los productos lácteos compiten por renovarse", *Alforja*, 308, March 2006, p. 134-144.

Álvarez del Campo (J.), "El vacuno de leche español, entre la espada y la pared", *Cuadernos La tierra*, 6, April 2006, p. 24-30.

Buxadé Carbó (C.) (ed.), *La industria láctea en España. Análisis de su futuro ante los cambios estructurales que se avecinan*, Madrid, Fenil, 2004, 374 p.

Dónega (J.) and Paz Fernández-Albalat Ruiz (M^a), "Reflexiones sobre la innovación en el sector lácteo", *Cuadernos La tierra*, 6, April 2006, p. 57-60.

Calcedo Ordóñez (V.), "La producción de leche: una reestructuración que no cesa", *Cuadernos La tierra*, 6, April 2006, p. 39-49.

Díaz Yubero (M. Á.), "Colaboración necesaria y positiva", *Cuadernos La tierra*, 6, April 2006, p. 61.

Escribano (C.), "El sector lácteo en España", *La tierra*, 196, May-June 2006, p. 22-25.

European Commission, *L'Agriculture dans l'Union européenne. Informations statistiques et économiques 2005*, Bruxelles, European Commission, 2006.

Galindo (P.), "Leche y productos lácteos. Reconversión y trazabilidad en toda la cadena", *Distribución y Consumo*, 77, September-October 2004, p. 101-115.

Herrero Álamo (L.), "Denominaciones de origen de quesos de España", *Anuario Lácteo 2005*, Madrid, Publicaciones Técnicas Alimentarias, 2006, p. 71-86.

López-Calleja (I.), González (I.), Fajardo (V.), Martín (I.), Hernández (P. E.), García (T.) and Martín (R.), "Situación actual del mercado de leche y queso", *Industrias lácteas españolas*, 326, April 2006, p. 41-53.

MAPA, *Datos de las denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP) de productos agroalimentarios*, Madrid, MAPA, 2002.

- MAPA, *Libro blanco de la agricultura y el desarrollo rural*, Madrid, MAPA, 2004a.
- MAPA, *Análisis de la cadena de producción y distribución del sector de lácteos*, Madrid, MAPA, 2004b.
- MAPA, *La agricultura, la pesca y la alimentación en España*, Madrid, MAPA (2005), 2006a.
- MAPA, *Anuario de estadística agralimentaria*, Madrid, MAPA, 2006b.
- MAPA, *La Industria alimentaria. Empresas certificadas ISO 9000 y 14000*, Madrid, MAPA, 2006c.
- MAPA, *Red Contable Agraria Nacional*, Madrid, MAPA (2001), 2006d.
- MAPA, *Boletín mensual de estadística*, Madrid, MAPA, various issues.
- MAPA, *La Alimentación en España*, Madrid, MAPA, various issues.
- MERCASA, *Alimentación en España. Producción, industria, distribución y consumo*, Report 2006, Madrid, MERCASA, 2006.
- Mili (S.), "Transformaciones del consumo alimentario y su repercusión en el sistema agroalimentario", *Revista española de estudios agrosociales y pesqueros*, 205, 2005, p. 221-247.
- Sineiro García (F.) and Valdês Paços (B.), "Evolución del mercado y de la estructura productiva del sector lácteo español desde la integración en la CEE", *Economía agraria y recursos naturales*, 1 (1), 2001, p. 125-148.

الفصل الحادى عشر

- Ait El Mekki (A.), Ghersi (G.), Hamimaz (R.) and Rastoin (J. L.), *Prospective agroalimentaire Maroc 2010*, Fondation Omnium nord-africain (ONA), 2002.
- Anonymous, "La grande distribution, moteur de développement économique ?", *Revue Agriculture du Maghreb*, special issue "Rayon agroalimentaire", Casablanca, 2006.
- Araba (A.), Benjelloun (S.), Hamama (A.), Hamimaz (R.) and Zahar (M.), "Organisation de la filière laitière au Maroc", in M. Padilla, T. Ben Saïd, J.Hassainya and P. Le

Grusse (eds), *Les Filières et marchés du lait et dérivés en Méditerranée: état des lieux, problématique et méthodologie pour la recherche*, Montpellier, CIHEAM-IAMM, coll. "Options méditerranéennes, serie "B / 32", 2001, p. 47-62.

Clair (F.), "Produits laitiers: les allégés ont-ils un avenir au Maroc ?", *Revue Agriculture du Maghreb*, special issue "Rayon agroalimentaire", Casablanca, 2006.

Directorate for Statistics, *Enquête de consommation et des dépenses des ménages 2000-2001. Résultats préliminaires*, 2005.

Directorate for Statistics, *Enquête nationale sur les niveaux de vie des ménages 1998/1999*, 2001.

Duval (E.), *Le Marché des produits laitiers au Maroc. Missions économiques*, French Embassy in Morocco, 2004.

El Aabdouni (M.), *Contribution à la mise en place d'un système de management de la qualité conformément aux exigences de la norme ISO 9001 V 2000 - Cas d'une laiterie*, mémoire de troisième cycle pour l'obtention du diplôme d'ingénieur d'État en industries agroalimentaires, Rabat, Institut agronomique et vétérinaire Hassan-II, 2005.

El Fellah (A.), *Contribution à l'étude de la démarche traçabilité des produits laitiers*, mémoire de troisième cycle pour l'obtention du diplôme d'ingénieur d'État en industries agroalimentaires, Rabat, Institut agronomique et vétérinaire Hassan-II, 2005.

Ministry of Agriculture, *Textes réglementaires régissant la production, la commercialisation et le contrôle du lait et des produits laitiers*, Directorate for Animal Husbandry, 2003.

Ministry of Agriculture, *Stratégie de développement de l'élevage. Filières de production animale*, vol. II, Rabat, Colloque national de l'agriculture et du développement rural, July 19th- 20th 2000.

Ministry of Agriculture, *Élevage en chiffres*, Direction d'Élevage, Service suivi et évaluation, 2005.

Ministry of Industry and Trade, *Les Grands Magasins. Étude sectorielle*, 2002.

Omnium nord-africain, *La Centrale laitière: le pionnier de l'industrie laitière au Maroc*, Groupe ONA, 2006.

Srairi (M. T.), "Diagnostic de situations d'élevage bovin laitier au Maroc. Perspectives d'amélioration des performances", *Bulletin technique de transfert de technologie en agriculture*, MADER/DERD, 144, 2004.

مؤشرات قطاعية

Allaya (M.), MEDAGRI. *Annuaire des économies agricoles et alimentaires des pays méditerranéens et arabes*, Montpellier, CIHEAM-IAM, 2006.

Encyclopédie de l'état du monde, Paris, La Découverte, 2006.

FAOSTAT, 2005.

IMF, *Statistiques financières internationales*, 2005.

UNCTAD, *Manuel de statistiques du commerce international et du développement*, 2005.

World Bank, *World Development Indicators*, 2005.

قائمة الوثائق

الجزء الأول : أسس سلامة الغذاء

الفصل الأول

- 29 إطار (1) كيف يمكن قياس سلامة الغذاء؟
- 32 جدول (1) تقدير التكاليف الراجعة إلى امراض معينة الولايات المتحدة، 2000
- 35 جدول (2) الرغبة فى دفع أثمان الأنواع المختلفة من السلع الغذائية. الصين 2001
- 36 جدول (3) آراء بشأن الأحكام التنظيمية فى فرنسا. (مايو 2000)
- 36 جدول (4) حوادث الغذاء الرئيسية المسجلة فى غرب أوروبا فى الفترة ما بين 1980-2000
- 38 إطار (2) سلامة الغذاء فى شمال وجنوب دول حوض البحر المتوسط : حالة الجزائر
- 40 جدول (5) عدد الأشخاص الذين يعانون من نقص فى التغذية 1969-2003
- 41 جدول (6) تقدير الوفيات حسب الأسباب فى البلدان المتوسطة. 2002
- 43 شكل (1) حالات الوفاة الراجعة إلى الأمراض التى منشئوها الغذاء، والإنفاق على الصحة فى الدول المتوسطة. 2002
- 47 جدول (7) الإدارات الحكومية المسئولة عن سلامة الغذاء فى البلدان الأوروبية المتوسطة
- 49 جدول (8) وضع المعايير على المستوى الدولى فى مجال الغذاء الزراعى
- 62 جدول (9) شهادة الايزو 9001 (2000) فى الدول المتوسطة
- 63 جدول (10) شهادة الايزو 14001 فى الدول المتوسطة
- 64 إطار (3) المعايير المتعلقة بسلامة الغذاء: تحديات الحوكمة
- 66 جدول (11) تقسيم سوق الغذاء الفرنسى 2004
- 70 خريطة (1) تقدير الوفيات الإجمالية. حسب الأسباب. 2002
- 71 خريطة (2) إنتشار السممنه للفئات العمرية 15 سنة فأكثر 2002
- 71 خريطة (3) شهادات الأيزو 14001. 2004
- 72 جدول (12) نسبة السكان الذين يعانون من نقص التغذية إلى إجمالى السكان (%)

الجزء الأول : أسس سلامة الغذاء**الفصل الرابع**

- 116 شكل (1) شارات الاتحاد الأوروبي للتعرف على مسمى المنشأ. والسمة الجغرافية. والغذاء التقليدي المضمون
- 120 شكل بيانى (1) توزيع عدد السلع الغذائية حسب حماية مسمى المنشأ. والسمة الجغرافية. والسلع التقليدية المتميزة بين بلدان الاتحاد الأوروبي
- 121 شكل بيانى (2) توزيع عدد السلع التي تتمتع بحماية المنشأ. والحماية الجغرافية. والأغذية التقليدية المتميزة بين فئات الأغذية
- 122 شكل بيانى (3) السلع المحمية المنشأ / السمة الجغرافية. والأغذية التقليدية المتميزة. المسجلة حسب كل قطاع وحسب الدولة
- 123 شكل بيانى (4) قطاع زيت الزيتون المحمي المنشأ / السمة الجغرافية
- 123 شكل بيانى (5) قطاع الجبن المحمي المنشأ / السمة الجغرافية
- 124 شكل بيانى (6) قطاع الفواكه والخضراوات والحبوب المحمية المنشأ / السمة الجغرافية
- 133 خريطة (1) أراضي الزراعة العضوية في الاتحاد الأوروبي -15
- 136 شكل بيانى (7) قيمة مبيعات السلع الغذائية العضوية
- 136 جدول (1) قطاعات حماية المنشأ / السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في فرنسا
- 137 جدول (2) قطاعات حماية المنشأ / السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في إيطاليا
- 138 جدول (3) قطاعات حماية المنشأ / السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في أسبانيا
- 140 جدول (4) قطاعات حماية المنشأ / السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في البرتغال
- 141 جدول (5) قطاعات حماية المنشأ / السمة الجغرافية والأغذية التقليدية المتميزة في اليونان

الجزء الثاني : جودة السلع الغذائية المتوسطة**الفصل الخامس**

- 158 جدول (1) ملف التعريف بصناعة الروكفور الحاصلة على علامة منشأ مسجلة
- 159 خريطة (1) منطقة تسجيل نشأة الروكفور
- 161 جدول (2) أهمية مزارع صناعة الجبن الروكفور (2005)

- 161 جدول (3) الأهمية الاقتصادية للوظائف الصناعية فى صناعة جبن
روكفور (2005)
- 167 جدول (4) تطور صناعة الجبن الروكفور منذ عام 1950
- 169 جدول (5) انماط الإنتاج فى العديد من صناعات الجبن بعد الحصول على
شهادة تسجيل المنشأ
- 171 خريطة (2) منتجو ألبان الماعز فى روكفور فى عام 2004
- 176 شكل بيانى (1) عدد السائحين الذين قاموا بزيارة بلدة روكفور فى عام 2004
- 177 شكل (1) مناطق « ريف روكفور» وشعارها

الجزء الثانى : جودة السلع الغذائية المتوسطة

الفصل السادس

- 183 جدول (1) إنتاج الألبان والجبن فى أسبانيا (بالطن) 2000-2004
- 184 شكل بيانى (1) إنتاج الجبن الأسباني. 2000-2004
- 185 جدول (2) اتجاهات الاستهلاك بالنسبة لمختلف أنواع الجبن فى أسبانيا
(بالطن) مقسمة إلى استهلاك منزلى وغير منزلى (بالفنادق
والمطاعم والجهات التى تقدم طعاماً) 2004-2000
- 185 جدول (3) اتجاهات استهلاك الفرد فى اسبانيا لمختلف أنواع الجبن
(كجم). 2004-2005
- 187 جدول (4) عدد انواع الجبن الأسباني الحاصل على علامة منشأ محمى
بالإضافة إلى حجم المبيعات بالطن 2004-2000
- 187 شكل بيانى (2) عائدات الجبن الأسباني الحاصل على علامة منشأ محمى.
2004-1993
- 189 جدول (5) أنواع. مناطق الإنتاج. سنة التطبيق. ومتوسط الإنتاج لأنواع
الجبن الأسباني ذى علامة المنشأ المحمى
- 192 شكل بيانى(3) حصة سوق الجبن الأسباني ذى علامة المنشأ المحمى. 2004
- 194 جدول (6) حصة الجبن الأسباني الذى يحمل علامة المنشأ المحلى
والمسميات الجغرافية المحمية. من السوق من حيث الحجم
والقيمة 2004-2003
- 198 شكل بيانى (4) اتجاهات واردات الجبن لأسبانيا. 2004-2000
- 198 شكل بيانى (5) اتجاهات صادرات الجبن لأسبانيا 2004-2000

الجزء الثانى: جودة السلع الغذائية المتوسطة

الفصل السابع

- 202 جدول (1) تطبيق برنامج التحديث من عام 1996 وحتى 2006

- 203 شكل بيانى (1) توزيع المشروعات المتضمنه فى البرنامج بحسب النظام المرجعى. مايو 2006
- 203 شكل بيانى (2) توزيع المشروعات الزراعية - الغذائية المتضمنه فى البرنامج وفق القطاع الفرعى فى مايو 2006
- 204 جدول (2) حصة تكاليف شهادات الاعتماد التى تدفعها الشركات
- 205 جدول (3) جهات تقديم شهادات الاعتماد فى تونس
- 206 جدول (4) تطبيق أنظمة الجودة (كافة الصناعات) وفقاً لجهات الاعتماد والأنظمة المرجعية
- 207 جدول (5) منتجات الغذية الزراعية المعتمدة. 2006
- 208 شكل بيانى (3) تطور عدد السلع المتميزة المسجلة. 1984 - 2005
- 209 شكل بيانى (4) تطور عدد الأسماء التجارية المتميزة فى قطاع الزراعة الغذائية بحسب الفئات / 2000-2005
- 209 جدول (6) الإنتاج العضوى فى تونس
- 210 جدول (7) تطور صادرات المنتجات العضوية فى تونس
- 210 خريطة (1) عدد أصحاب المزارع الذين يعملون فى مجال الزراعة العضوية
- 210 خريطة (2) المساحة المحصولية التى تتم زراعتها بطريقة عضوية
- 211 شكل بيانى (5) توزيع الزراعة العضوية وفقاً للمحاصيل
- 213 شكل بيانى (6) إدراك جودة اللحوم الحمراء. 2004
- 213 شكل بيانى (7) الاستعداد للدفع مقابل الجودة. 2004
- 213 شكل بيانى (8) الاستعداد للدفع مقابل الجودة 2004
- 214 جدول (8) إدراك جودة المنتج الغذائى
- 216 جدول (9) الأنظمة المرجعية للجودة النوعية فى البرامج الوطنية الخاصة برفع مستوى الجودة
- 217 جدول (10) التصنيف الدولى لمنتجات الأغذية الزراعية والخدمات
- 218 جدول (11) ترقيم المقاييس التونسية فى قطاع الغذية الزراعية

الجزء الثالث: الجودة والاستراتيجية للألبان وصناعات منتجات اللبن الفصل الثامن

- 225 شكل بيانى (1) أستغلال اللبن المجمع فى تصنيع منتجات اللبن 2005
- 227 شكل بيانى (2) الأجبان المصنعة فى فرنسا. 2005

الجزء الثالث: الجودة والاستراتيجية للألبان وصناعات منتجات اللبن الفصل التاسع

- 240 جدول (1) الجبن الإيطالي الذي يحمل علامة حماية مسمى المنشأ في عام 2005
- 244 شكل بياني (1) سلسلة القيم في صناعة الألبان الإيطالية في عام 2005 بالمليون يورو
- 245 شكل بياني(2) توزيع القيمة في صناعة الألبان بإيطاليا 2003-2005
- 246 شكل بياني (3) عدد مزارع الألبان والإنتاج الذي يتم تسويقه من لبن الأبقار في إيطاليا، 1988-1989، 2005-2006
- 247 جدول (2) تبادل الحصص بين المنتجين في إيطاليا 2003/2002-2004/2005
- 248 جدول (3) وحدات الإنتاج العاملة في مجال معالجة أو تصنيع الألبان في إيطاليا في عام 2001-2004
- 249 جدول (4) إجمالي العائدات وإجمالي عائدات الجبن للشركات الإيطالية الكبرى العاملة بقطاع الجبن
- 251 جدول (5) معاملات التكتلات في صناعة الألبان الإيطالية، 2004-2005
- 251 جدول (6) التصنيف وفقاً لعائدات الشركات الرئيسية في القطاعات الفرعية من صناعة الألبان في إيطاليا، 2005
- 255 جدول (7) مبيعات التجزئة لمنتجات الألبان في إيطاليا، 2005
- 256 شكل بياني (4) توزيع لبن الشرب في إيطاليا، 2005
- 257 شكل بياني (5) توزيع الجبن في إيطاليا، 2005
- 258 شكل بياني (6) توزيع الزبادى وجبن الحلوى والزبد في إيطاليا، 2005

الجزء الثالث: الجودة والاستراتيجية للألبان وصناعات منتجات اللبن الفصل العاشر

- 262 جدول (1) الناتج من الألبان ومنتجات الألبان في العالم، والاتحاد الأوروبي، وأسبانيا (بالألف طن)
- 263 خريطة (1) الناتج من الألبان في اسبانيا : التوزيع الإقليمي 2003
- 264 جدول (2) فئات المزارع ذات الحصص، إبريل 2006
- 265 جدول(3) المؤشرات الهيكلية والنتائج الاقتصادية- المالية لمزارع ألبان الماشية في الشبكة القومية للمحاسبة الزراعية (RECAW)، 2000-2003
- 266 شكل بياني (1) الأسعار المدفوعة إلى المنتجين وقيمة الناتج، 1994- 2003
- 267 جدول (4) أسعار منتجات الألبان في السوق (يورو/ 100 كجم)
- 267 شكل بياني (2) التجارة الخارجية في الألبان ومنتجات الألبان، 2000- 2005

- 268 جدول (5) الميزان التجارى لمنتجات الألبان فى أسبانيا. 2003 (بالألف طن)
- 272 شكل بيانى (3) استهلاك الألبان ومنتجاتها فى أسبانيا. 1995-2004
- 273 جدول (6) تطور سوق الألبان فى اسبانيا حسب النوع
- 273 جدول (7) سوق الزبائى فى أسبانيا حسب النوع
- 275 جدول (8) التوزيع التجارى للألبان ومنتجاتها حسب شكل الهيكل التجارى (مشتريات الأسر)
- 281 جدول (9) النأخ من الألبان التى تتمتع بحماية مسمى المنشأ لحماية السمة الجغرافية وتسويقها 1998 - 2002
- 282 جدول (10) أنواع الجبن التى تتمتع بحماية مسمى المنشأ. البيانات من 2002
- 283 جدول (11) شهادة ضمان الجودة ونظم الإدارة (ايزو 9000) ونظم الإدارة البيئية (أيزو 14001) فى صناعة الألبان فى اسبانيا. 1997-2004
- 284 جدول (12) المؤشرات الأساسية لصناعة الألبان فى اسبانيا
- 285 جدول (13) تركيبة قيمة النأخ فى صناعة الألبان فى أسبانيا(%)
- 287 جدول (14) المجموعات الرئيسية للألبان فى أسبانيا حسب حجم الألبان المجمعة (بالمليون لتر)
- 288 جدول (15) الشركات الرئيسية المصنعة التى تقوم بتجهيز الألبان المصبرة. والمسترة (بالمليون لتر)
- 289 جدول (16) الشركات الرئيسية المصنعة للزبائى (بالطن)
- 290 جدول (17) الشركات الرئيسية التى تقوم بتصنيع حلوى الألبان الطازجة (بالطن)
- 292 جدول (18) الشركات الرئيسية لاستيراد الألبان أو تصنيعها (بالطن)

الجزء الثالث: الجودة والاستراتيجية للألبان وصناعات منتجات اللبن

الفصل الحادى عشر

- 297 شكل بيانى (1) الاتجاه الخاص باستهلاك الألبان والأسعار 1975 - 2004
- 298 جدول (1) متوسط الإنفاق السنوى على منتجات الألبان فى المغرب (العملة الحالية هى الدرهم)
- 300 جدول (2) الكميات التى يتم إستهلاكها (ما يوازى استهلاك اللبن الطازج) الإنفاق بالدرهم والحصة من ميزانية الغذاء وفقاً لشريحة الدخل والبيئة السكنية
- 301 جدول (3) إجهات استهلاك مشتقات الألبان (معادل اللبن الطازج بالتر)

307	تطور حصة اللبن المصنع (بالمليون لتر)	جدول (4)
308	هيكل واداء صناعة الألبان	جدول (5)
309	معامل تصنيع الألبان الرئيسية	جدول (6)
312	قنوات تسويق الألبان ومنجاتها فى المغرب	شكل (2)

