

الجمهورية التونسية
وزارة الفلاحة و البيئة و الموارد المائية
المركز الفني للفلاحة البيولوجية

ندوة حول ترويج المنتجات البيولوجية تونس- 7 ماي 2004

واقع وآفاق الفلاحة البيولوجية
في العالم

محمد بن خضر

1- التعريف بالمنتجات البيولوجية :

تعتبر الفلاحة البيولوجية منظومة تصرف في الإنتاج عامة و شاملة ومستديمة
- تهدف إلى :

* حسن استغلال الموارد الطبيعية و تّثمين صحة المنظومة الزراعية البيئية و استعمال مستلزمات محلية و ملائمة و متجددة،

* الحصول على إنتاج متنوّع و صحيّ و ذي جودة عالية و بالتالي إلى المحافظة على صحّة الإنسان و النهوض بالتصدير،

- تركز على التطور العلمي و نتائج البحوث في مجال المعاملات الزراعية و تربية الحيوانات و التحويل الغذائي.

- يحجر فيها استعمال كل المواد الكيماوية المصنعة من أسمدة و مبيدات و كل المدخلات التي تغير النمو الطبيعي للنبات أو الحيوان.

- تحتوي على أهم التقنيات التالية :

• العناية بتغذية التربة و المحافظة على خصوبتها وأنشطتها البيولوجية من خلال إعادة رسكلة المواد العضوية خاصة و خدمة الأرض والتداول الزراعي و إضافة المواد المعدنية الطبيعية عند الحاجة،

• اعتماد الوقاية ثم الحماية لمقاومة الآفات و الأمراض عند النبات و الحيوان و ذلك باتباع طرق زراعية و ميكانيكية و بيولوجية تهدف إلى تقوية وسائل الدفاع الطبيعي و المحافظة على التوازن البيئي و التنوع البيولوجي.

- تخضع الفلاحة البيولوجية إلى :

- كراسات شروط تضبط مقاييس و تراتيب الإنتاج و التحويل و قوائم المدخلات المسموح باستعمالها في تخصيب الأرض و حماية و تحضير الإنتاج،
- هيكل مراقبة و مصادقة للتثبت من احترام كراسات الشروط السالفة الذكر.

2 - جودة المنتجات البيولوجية :

تقوم الجودة بدور هام في ترويج المنتجات البيولوجية .

تتميز المنتجات البيولوجية بجودة عالية تتعلق بالموصفات التالية :

♦ الدور الإيجابي في مقاومة الأمراض و الآفات نظرا للتوازن الغذائي وحيوية الإنتاج البيولوجي.

♦ النسبة العالية من المادة الجافة في معظم المنتجات البيولوجية وبالتالي التأثير الإيجابي على خزنها.

♦ النسبة العالية من العناصر الغذائية و الفيتامينات.

♦ النسبة العالية من المواد الحامية للصحة مثل البوليفنول و كمية قليلة من النيتراط و نسبة ضعيفة جدًا (منعدمة في بعض الأحيان) من الرواسب الكيماوية.

♦ المذاق الحسن نظرا لإستعمال أصناف وطرق زراعة ملائمة

♦ عدم احتوائها على الكائنات المعدلة وراثيا (المحورة جينيا) و ذلك لعدم استعمالها في الفلاحة البيولوجية نظرا لاحتمال وجود أخطار و تأثير سلبي على طول المدى في المنظومات الزراعية و التنوع البيولوجي.

تساعد المنتجات البيولوجية على حماية الطبيعة بصفة مستديمة :

- التربة : قلة الانجراف و استقرار تركيبة الأرض و النسبة العالية للمادة العضوية.

- التنوع البيولوجي : عدم إستعمال المواد الكيماوية المصنعة و الأماكن البرية الحامية للمضادات الطبيعية و تنوع الزراعات.

- النيتراط : قلة الإتلاف بصفة عامة.

- الأنشطة الحيوية : حماية كل الكائنات الحية في التربة و تنشيطها و بالتالي تحسين خصوبة الأرض.

تأخذ الفلاحة البيولوجية بعين الاعتبار النواحي الفنية والإقتصادية الاجتماعية والبيئية.

تعتبر الفلاحة البيولوجية تعاوناً وتصالحاً بين الإنسان والطبيعة وسلوكاً حضارياً ومحبة للإنسان والأرض والبيئة.

3. ترويج المنتجات البيولوجية :

3.1. المقدمة :

تميزت فترة الثمانيات و التسعينات بتغييرات هامة على المستوى العالمي اتسمت بتوسيع مفهوم العولمة الذي أصبح مقترنا بمزيد انفتاح الأسواق و احتداد المنافسة مما نتج عنه ارتفاع في المبادلات التجارية على المستوى العالمي بصفة عام ونسق سريع في شراء المنتجات البيولوجية و ذلك بسبب التغييرات في التقاليد الغذائية في البلدان المتقدمة . ونتج عن هذا التمشي تنامي الحس البيئي و أهمية المحافظة على الصحة و تنوع المواد المستهلكة و الأزمات الغذائية مما أدى إلى مطالبة المستهلكين بمدهم بمعلومات ضافية على طرق الإنتاج و التحويل الغذائي.

تساعد المنتجات البيولوجية ذات الجودة العالية على كسب رهان المنافسة و دعم القدرة التنافسية لمؤسسة الإنتاج الزراعي ناهيك أن طلبات المنتجات العضوية في البلدان المتقدمة تفوق الكميات المنجزة في تلك البلدان .

3.2. مساحة الفلاحة البيولوجية :

تقدر مساحة الفلاحة البيولوجية بحوالي أربع و عشرون مليون هكتار [م.هك] في أخر سنة 2002 ولقد شهدت مساحة الفلاحة البيولوجية تطورا سريعا كما بين الجدول رقم 1 وتقدر مساحة النباتات البرية المصادق عليها بحوالي 10.7 م هك.

الجدول رقم 1 : تطور مساحة الفلاحة البيولوجية على المستوى العالمي

(الوحدة : مليون هكتار)

السنة	1998	1999	2000	2001	2002
المساحة	7	15	18	23	24

نلاحظ أن هذه المساحة تختلف حسب القارات فهي مرتفعة في أوقيانوسيا وأوروبا وأمريكا ولكن مازالت ضعيفة في آسيا وإفريقيا (الجدول رقم 2).

و تجدر الإشارة أن نسبة مساحة الفلاحة البيولوجية تتراوح بين 0.04 و 2 % مقارنة بالمساحة الزراعية الجمالية (الجدول رقم 2).

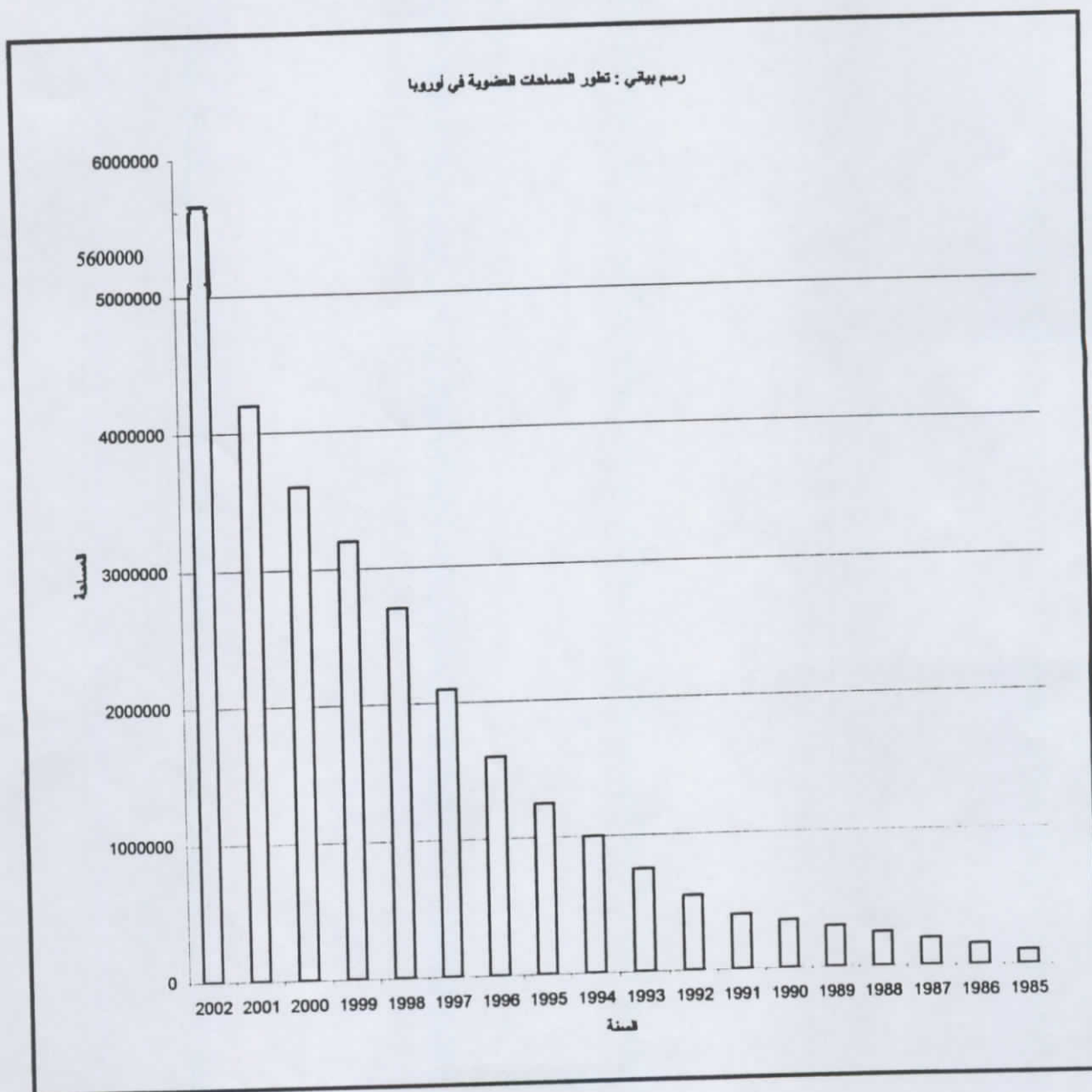
و تختلف مساحة الضيعات و المزارع البيولوجية حسب القارات فهي صغيرة الحجم في آسيا و إفريقيا و متوسطة في أمريكا و أوروبا و كبيرة الحجم في أوقيانوسيا. و على سبيل المثال توجد أكبر مزرعة عضوية في العالم بأستراليا على مساحة 994000 هك .

جدول رقم 2 : معطيات حول المساحة حسب القارات و المزارع البيولوجية

القارات	المساحة (م. هك)	النسبة المئوية (المساحة البيولوجية)	النسبة المئوية (المساحة الجمالية)	عدد المزارع البيولوجية	النسبة المئوية (عدد المزارع البيولوجية)
أوقيانوسيا	10.05	41.8	2.00	2000	0.5
أمريكا الجنوبية	5.80	24.2	0.25	150000	44.1
أوروبا	5.60	23.1	2.00	170000	19.0
أمريكا الشمالية	1.40	5.9	0.30	10500	2.3
آسيا	0.90	3.7	0.07	61000	13.3
إفريقيا	0.30	1.3	0.04	71000	15.4

تمارس الفلاحة البيولوجية في حوالي مائة دولة من العالم بصفة رسمية دون اعتبار الدول التي لم تقدم إحصائيات لهذا النمط الزراعي . و تعتبر أستراليا و الأرجنتين و إيطاليا من أهم البلدان المتعاطية للزراعة العضوية ، ثم تأتي الولايات المتحدة الأمريكية و بعض البلدان الأوروبية [جدول 3] . و لكن تحتل البلدان الأوروبية المراتب الأولى على مستوى نسبة مساحة الزراعات العضوية بالمقارنة مع مساحة الزراعة الجمالية [جدول 4] و تجتهد بعض البلدان الأوروبية للترفيه في هذه النسبة و بلوغ 20 % في السويد في سنة 2005 و في ألمانيا في سنة 2010 .

كما نشير إلى أن المشروع الأوروبي للفلاحة البيولوجية الذي يعتمد على تشجيع السياسة البيئية مع الحوافز المالية قد ساعد و مازال يساعد على النهوض بالمساحات البيولوجية . و يبين الرسم البياني 1 التطور السريع للمساحات في أوروبا .



جدول رقم 3 : مساحة الفلاحة البيولوجية [2002]

المساحة	البلدان	المساحة	البلدان
122.000	أو غندا	10.000.000	أستراليا
57.001	تركيا	2.960.000	الأرجنتين
45.000	افريقيا الجنوبية	1.168.212	إيطاليا
37.050	الهند	950.000	الولايات المتحدة الأمريكية
18.255	تونس	841.769	البرازيل
17.000	مصر	760.000	الأوروغوي
12.500	المغرب	724.523	بريطانيا
5.276	روسيا	696.978	ألمانيا
5.083	اليابان	666.055	اسبانيا
74	سوريا	509.000	فرنسا

جدول رقم 4 : النسبة المئوية للمساحة البيولوجية حسب بعض البلدان (2002)

النسبة المئوية	البلدان	النسبة المئوية	البلدان
1.70	أو غندا	11.60	النمسا
0.36	تركيا	10.00	سويسرا
0.24	افريقيا الجنوبية	8.00	إيطاليا
0.23	الهند	7.00	فنلندا
0.19	تونس	6.65	الدنمارك
0.14	مصر	6.09	السويد
0.14	المغرب	4.22	بريطانيا
0.10	روسيا	4.00	ألمانيا
0.03	اليابان	2.20	أستراليا
0.001	سوريا	1.7	فرنسا

و تجدر الإشارة إلى أن حوالي نصف مساحة الزراعة العضوية يحتوي على المراعي أما نسبة المساحة الخاصة بالخضر و الغلال فتتراوح بين 0.7 و 7.5 % حسب البلدان [جدول رقم 5].

جدول رقم 5: نسبة مساحة الخضر و الغلال مقارنة بالمساحة العضوية الجمالية سنة 2000

النسبة المئوية	البلدان
7.5	الولايات المتحدة الأمريكية
7.4	هولندا
7.2	فرنسا
3.0	بلجيكا
1.6	ألمانيا
1.4	السويد
1.2	الدانمارك
1.1	سويسرا
0.7	المملكة المتحدة البريطانية

3-3- أسواق المنتجات البيولوجية:

تتطور أسواق المنتجات البيولوجية بصفة مستمرة لا فقط في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا بل أيضا في بعض البلدان الأخرى أين تتطور قيمة المداخل مثل الصين والبرازيل وأفريقيا الجنوبية والهند.

تطورت قيمة المنتجات البيولوجية بنسق سريع خلال السنوات الماضية (الجدول رقم 6)

جدول 6: تطور قيمة المنتجات البيولوجية (مليار دولار)

السنة	1997	2000	2001	2002	2005
القيمة	10	16	19	23	* 30

* تقديرات

كما بين الجدول رقم 7 توزيع هذه القيمة حسب البلدان :

جدول رقم 7 : قيمة المنتجات البيولوجية حسب البلدان والقارات في نهاية سنة 2002
(مليون دولار)

البلدان	القيمة	النسبة المئوية
أوروبا الغربية	10.500	46
الولايات المتحدة الأمريكية	11.000	51
كندا	750	
اليابان	350	
أستراليا	200	
أمريكا الجنوبية	100	3
بقية البلدان	100	
الجملة	23.000	100

ويتميز مستهلك المنتجات البيولوجية في البلدان المتقدمة بالمواصفات التالية :

- يقيم في المدن الكبيرة
- يأخذ بعين الاعتبار الجودة والمورد وطرق الإنتاج
- ينتمي إلى الطبقة المثقفة والطبقة الاجتماعية المتوسطة والعالية
- ذو دخل متوسط وعالي مع قدرة شرائية عالية

3-3-1 - أوروبا :

تعتبر سوق أوروبا الغربية للأغذية والمشروبات البيولوجية من أكبر الأسواق في العالم. لقد تطور نسق مبيعات المنتجات البيولوجية بثمانية بالمائة (8 %) في سنة 2002 و بقيمة 10.5 مليار دولار.

تعتبر السوق الألمانية من أكبر الأسواق في أوروبا بـ 3.06 مليار دولار تليها السوق البريطانية بـ 1.5 مليار دولار ثم السوق الإيطالية و الفرنسية بـ 1.3 مليار دولار ثم تأتي السوق

السويسرية في المرتبة الخامسة بـ 766 مليون دولار دولارات وأسواق الدنمارك والسويد والنمسا وهولندا .

تتراوح نسبة المنتجات البيولوجية من 1 إلى 4 % بالنسبة إلى قيمة كافة المنتجات الغذائية (جدول رقم 8).

تتراوح قيمة الاستهلاك الأوروبي للمنتجات البيولوجية من 7.3 دولار بإسبانيا إلى 71 دولار بالدنمارك و 105 دولار بسويسرا. ويقدر معدل الاستهلاك الأوروبي بـ 27.3 دولار. وينتظر أن ترتفع هذه القيمة إلى 40 دولار في السنوات القادمة مما يؤدي إلى رفع قيمة المنتجات البيولوجية إلى 15.4 مليار دولار.

2-3-3 أمريكا الشمالية :

يعتبر نسق تطور سوق المنتجات البيولوجية في أمريكا الشمالية الأكبر في العالم وذلك بـ 12% وبقية 11.75 مليار دولار في نهاية سنة 2002. وينتظر مزيد ارتفاع هذا النسق نظرا لتركيز القوانين الأمريكية للفلاحة البيولوجية في سنة 2002 وظهور مرض جنون البقر بكندا. تجدر الإشارة إلى أن قيمة المنتجات البيولوجية في كندا تقدر بـ 750 مليون دولار وتقدر نسبة التطور بـ 15 إلى 20 %.

3-3-3 آسيا :

تعتبر السوق اليابانية من أهم الأسواق الآسيوية وذلك بـ 350 مليون دولار. تعتبر بعض الأسواق الأخرى هامة أيضا : الصين، كوريا الجنوبية، سنغافورة، هونكنغ و تيان.

توجد أيضا طلبات صغيرة لكن متصاعدة في الأسواق الأخرى مثل ماليزيا و تيلندا و الهند.

3-3-4 أمريكا الجنوبية :

يقدر تصدير المنتجات البيولوجية بحوالي 90 % و تستهلك البقية (10 %) في بلدان أمريكا الجنوبية خاصة في المدن الكبرى بالبرازيل و الأرجنتين بقيمة 100 مليون دولار. تعتبر بلدان أمريكا الجنوبية أهم مورد للمنتجات البيولوجية الطازجة بالنسبة إلى الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا الغربية.

3-3-5- أوقيانوسيا :

تتميز بلدان أوقيانوسيا بتصدير معظم إنتاجها. تقدر قيمة المنتجات المستهلكة بـ 200 مليون دولار خاصة بأستراليا و تقدر نسبة تطور الإستهلاك بـ 15 - 20 % .

تفوق أسعار المنتجات البيولوجية بصفة عامة أسعار المنتجات الأخرى بنسبة تتراوح بين 30% و 70 % و أدى سبر الآراء أن المستهلك الأوروبي مستعد لدفع 20 - 30 % كقيمة إضافية للمنتجات الأوروبية.

و تكون الأسعار أكثر إرتفاعا إذا كانت المنتجات مصحوبة بعلامات أخرى مثل BIOSUISSE و DEMETER .

نلاحظ أن البلدان ذات الأسواق الهامة من المنتجات العضوية تعتبر من أهم منتجي هذه المنتجات. ولكن هناك إمكانيات كبيرة متاحة للبلدان السائرة في طريق النمو للتصدير من ناحية و تلبية السوق الداخلية من ناحية أخرى.

3-4- مسالك التوزيع :

تروج المنتجات البيولوجية حسب العديد من المسالك و حسب البلدان (سنة 2002) :

♦ ألمانيا :

31 % : المغازات المتخصصة في الأغذية البيولوجية

29 % : المغازات الكبرى

16 % : مباشرة من المنتج إلى المستهلك

10 % : مغازات مختلفة

7 % : مغازات الأغذية الصحية

7 % : الخبازون و الجزارون

يستهلك المواطنون في جنوب ألمانيا المنتجات البيولوجية مرتين أكثر من مواطني المنطقة الشرقية و أربع مرات أكثر من مواطني المنطقة الشمالية.

♦ فرنسا :

52 % : المغازات الكبرى

17 % : الأسواق الأسبوعية

10 % : مباشرة من المنتج إلى المستهلك

8 % : المغازات المتخصصة في الأغذية البيولوجية

13 % : مغازات مختلفة

• المغازات الكبرى :

تساعد المغازات الكبرى على النهوض بترويج المنتجات البيولوجية من خلال الاتصال الجماهيري الواسع و الأسعار المناسبة و الاستمرار في التوريد و تعتبر من أهم مسالك التوزيع (جدول رقم 8).

جدول رقم 8 : ترويج المنتجات البيولوجية عبر المغازات الكبرى الأوروبية

البلدان	المغازات العامة 2003/2002 (النسبة المئوية لقيمة المنتجات البيولوجية)	النسبة المئوية لقيمة المنتجات البيولوجية (2002)	الترويج عبر المغازات الكبرى سنة 2000
ألمانيا	Tegat (9.0)	2.3	33
السويد	Coop (SE) (8.5)	2.0	73
سويسرا	Coop (CH) (7.0)	4.0	71
بريطانيا	Waitrose (6.0)	1.2	79
الدانمارك	Coop (DK) (5.0)	3.5	88
النمسا	Billa (4.5)	2.9	72
بلجيكا	Dalhaize (3.0)	2.2	41
فنلندا	Kesko (2.5)	2.6	78
فرنسا	Carrefour (16.0)	1.0	42
إيطاليا	Esselunga (2.5)	1.1	43
هولندا	Albert Heijn (2.7)	1.4	41

• المغازات المتخصصة :

تساعد المغازات المتخصصة على توفير الكثير من المنتجات البيولوجية بأسعار مرتفعة عموما و ربط علاقة وثيقة مع المستهلكين القاطنين بالمدن الذين عادة ما تكون عندهم معلومات و تبريرات واضحة و مقنعة على المنتجات البيولوجية.

• الترويج المباشر في المزرعة :

تخضع هذه المسالك إلى معرفة و توفير إحتياجات الزبائن القاطنين في الأرياف و أحواز المدن و الذين يحبذون إقتناء المنتجات العضوية مباشرة من المزرعة البيولوجية دون وسطاء.

• الترويج عبر الانترنت:

ينتظر أن يتطور هذا النوع من المسالك في المستقبل في تسويق المنتجات البيولوجية.

5-3- مخطط الترويج :

يتطلب الترويج مخططا واضحا يأخذ بعين الاعتبار مدة مرحلة التحويل مع احتمال النقص في المردودية في بعض الزراعات و دراسة كلفة الإنتاج و الأرباح المؤملة. نوصي بإتباع المراحل التالية عند اختيار إستراتيجية الترويج :

- تركيز قوانين وطنية و منظومة مراقبة و تصديق مستقلة و فعالة. يمكن معادلة القوانين الوطنية بقوانين البلدان الموردة للتقليل من المصاريف و تسهيل عملية الترويج.
- يتحتم على البلدان المصدرة التصديق على إنتاجها حسب قوانين مطابقة لقوانين البلدان الموردة. يجب أن يكون هيكل المراقبة معترفا به في البلدان الموردة كما يستحسن أن تكون علامة التصديق معروفة في هذه البلدان لتسهيل عملية التسويق.
- التحكم في تقنيات الفلاحة البيولوجية و توفير مستلزماتها و ذلك لتحسين المردود و التنقيص في كلفة الإنتاج.
- العناية بعد جمع المحصول مثلا بالخرن المبرد كما نلاحظ أن قرب الميناء و المطار يساعد على المحافظة على الجودة عند التصدير.

- إعتبار تركيز علاقات وثيقة و مستديمة مع المورد و الموزع من أهم عناصر النجاح نظرا لتوفير المعلومات المحينة.

- استتباط علامة مميزة للتعريف بمصدر المنتجات العضوية و جودتها – رسم بياني 2.
- دراسة الأسواق المحلية و الدولية من ناحية الطلبات على مستوى الأصناف و الجودة و الكميات و الفترات مع اختيار طريقة ناجعة للتوزيع و اقتراح أسعار مدروسة تضمن الأرباح و استمرارية الإستراتيجية و اعتبار تجاوب المستهلك.

رسم بياني 2 : بعض علامات الفلاحة البيولوجية

Belgium (private)	Denmark (state)	Germany (state)
		
Netherlands (state)	Norway (private)	Austria (state)
		
Switzerland (private)	Finland (state)	France (state)
		
Spain (state)	Czech Republic (state)	Sweden (private)
		

3-6- الآفاق المستقبلية لترويج المنتجات البيولوجية :

نقدم فيما يلي أهم المؤشرات الإيجابية التي ستساعد على تنمية تسويق المنتجات البيولوجية :

- تطور الأسواق المحلية [الوطنية] للمنتجات البيولوجية في بعض البلدان مثل الأرجنتين و البرازيل و الصين و مصر و الهند و ماليزيا و الفيليبين و إفريقيا الجنوبية و ذلك بإيعاز في بعض الأحيان من المغازات الكبرى المتواجدة في تلك البلدان مثل AHOLD [هولندا] و CARREFOUR [فرنسا].

- تطور الصناعات الغذائية البيولوجية
- تطور المطاعم و الفنادق البيولوجية