

## دراسة حول تهووق التمور التونسية بالأسواق الخارجية والسياسات المتبعة في دعمها وريادتها عالميا

بقلم

أ / عبد الرزاق بن علي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الوادي - الجزائر



ملخص

تتناول هذه الدراسة عملية الكشف عن تموقع صادرات التمور التونسية للأسواق الدولية، والعوامل والجهود التي تبذلها الجهات المعنية التي أدت إلى ريادتها عالميا. وقد أشارت الدراسة إلى أن اقتصاد تونس يعتمد على الصادرات غير النفطية، ومن أبرزها الصادرات الزراعية، والتمور جزء هام منها؛ حيث شهدت صادرات التمور التونسية تطورا ملحوظا خاصة خلال الفترة 2006-2010م، إذ احتلت المرتبة الرابعة عالميا من حيث كمية الصادرات، والمرتبة الأولى من حيث القيمة والعائد، وذلك بفضل السياسات التسويقية التي مكنت صادرات التمور من النفاذ إلى أكثر من 65 سوقا دولية: تقليدية وواعدة وجديدة.

وتتمثل أهم هذه السياسات فيما يلي:

- أ- العمل على تحسين جودة منتج التمور من خلال منظومة الاسترسال.
- ب- الترويج للتمور التونسية في الداخل والخارج.
- ج- مراقبة الدولة للمصدرين من خلال هيئات محددة لضمان تسويق خارجي ناجح. إن هذه التجربة جديرة بالدراسة والاستفادة منها في الدول التي تعاني صادرات التمور فيها من ضعف في التسويق وانخفاض في القيمة والعائد.

## الكلمات المفتاحية: صادرات التمور التونسية - السياسات التسويقية - الأسواق الخارجية.

### Résumé

Cette étude porte sur la détection du positionnement des exportations tunisiennes de dattes vers les marchés internationaux, ainsi que les facteurs et les efforts déployés par les autorités concernées qui ont conduit à être parmi les meilleurs dans le monde.

L'étude indique que l'économie tunisienne est basée surtout sur les exportations non pétrolières essentiellement des exportations agricoles, d'où les dates fait une partie importante. Cette dernière marque une évolution très importante durant la période 2006-2010, dont la Tunisie est classé parmi les quatre premiers pays en termes de quantité des exportations, et en premier rang en termes de valeur et de retour, grâce aux politiques de marketing qui ont permis des exportations des dates pour soixante cinq marchés internationaux : traditionnels et nouveaux.

Les politiques les plus importantes sont les suivantes :

- 1- l'amélioration de la qualité du produit.
- 2- la publicité interne et même à l'étranger.
- 3- Le contrôle et la surveillance de l'état des exportateurs à travers des organismes spécifiques pour assurer une commercialisation externe réussie.

Cette expérience mérite d'être étudiée pour profiter de la politique tunisienne et améliorer des exportations des dattes des pays qui souffrent de la mauvaise commercialisation.

Mots-clés: exportations de la Tunisie des dates - politiques de marketing - marchés étrangers

### مقدمة :

تعتبر تونس من الدول التي تعتمد اقتصادياتها على الصادرات غير النفطية، وبذلك فهو اقتصاد متنوع يتمثل في قطاعات زراعية وتصنيعية وسياحية ومنجمية، ويعتمد في نموه على عائدات السياحة والتجارة. وتعد التمور من أبرز الصادرات الزراعية التي عرفت صادراتها تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة، وكسبت شهرة كبيرة في الأسواق الدولية، ونفذت إلى عدد كبير منها، وذلك بفضل الجهود التي تبذلها المؤسسات الاقتصادية المعنية والدعم الذي تقدمه الجهات الحكومية وغيرها من الجهات ذات العلاقة لها، مما جعلها تتبوأ مكانة مرموقة وتنجني أعلى المكاسب عالميا.

ومن خلال ما تقدم يمكننا أن نتساءل عن الآليات والسياسات التسويقية التي مكنت تونس من تبوئها هذه المرتبة الريادية في تسويق صادراتها من التمور عالميا.

أهمية الدراسة : تتلخص أهمية دراسة حول تموقع التمور التونسية بالأسواق الخارجية

والسياسات المتبعة في دعمها وريادتها عالميا في النقاط التالية:

- 1- معرفة موقع صادرات التمور التونسية إلى الأسواق الدولية كمية وعائدا.
  - 2- الكشف عن الممارسات والآليات التسويقية التي ساهمت في تمتوع صادرات التمور التونسية مرتبة متقدمة عالميا.
  - 3- بيان أهمية مراقبة الدولة التونسية للمصدرين للتمور ودورها في تنمية وتطور صادراتها في الأسواق الدولية المختلفة.
  - 4- محاولة عرض دراسة خاصة بتجربة رائدة في تطوير صادرات التمور، وذلك بغرض الاستفادة منها من جانب الدول التي تعاني من ضعف تصدير التمور وانخفاض عوائدها.
- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:
1. الوقوف على واقع زراعة النخيل وإنتاج التمور في تونس
  2. إبراز الأهمية النسبية لصادرات التمور التونسية عالميا.
  3. تحليل واقع الأسواق الخارجية للتمور التونسية.
  4. بحث الفرص التسويقية والسياسات التي سلكتها في النفوذ إلى الأسواق العالمية وللإجابة عن التساؤل السابق، وتحقيق الأهداف المذكورة أعلاه، نستعرض دراسة العناصر التالية:

- 1- نظرة عامة عن زراعة النخيل وإنتاج التمور بتونس
  - 2- أهمية صادرات التمور التونسية إلى صادرات التمور في العالم
  - 3- تحليل الأسواق الخارجية للتمور التونسية وفرصها التسويقية.
  - 4- السياسات المتبعة في نفوذها إلى الأسواق الدولية.
- وفيما يلي عرض للعناصر السابقة:
- 1- نظرة عامة عن زراعة النخيل وإنتاج التمور بتونس:
- الجمهورية التونسية، بلد عربي مسلم، يقع في شمال أفريقيا، وتربع الجمهورية التونسية على مساحة 162155 كم<sup>2</sup>، تمتد الصحراء الكبرى على 30% من الأراضي التونسية. وبلغ تعداد سكانها حسب إحصاء 2008م حوالي 10326600 نسمة.

أما عن اقتصاد تونس فمتنوع، ويملك قطاعات زراعية وتصنيعية وسياحية ومنجمية، ويعتمد في نموه على عائدات السياحة والتجارة. وقد سجلت الفلاحة في الآونة الأخيرة

نسب نمو مرتفعة، كما حافظت على أهمية اجتماعية واقتصادية، حيث يؤمن 12.6% من الناتج المحلي الإجمالي، وبنسبة 9.6% في مجهود التصدير واستقطب 10.1% من جملة الاستثمارات، كما مكن من توفير 16% من فرص التشغيل سنة 2006م<sup>1</sup>، كما تمثل الصادرات الغذائية حوالي 26% من الناتج المحلي الفلاحي.

وتتمثل أهم المنتجات الفلاحية التونسية هي: الزيتون، والتمور، والقوارص، والحبوب وتربية المواشي ومنتجات البحر، وتتصرف الدولة في القطاع في غالبية فروعها عبر مؤسساتها وتوجد عدة مجامع تدير الإنتاج والمحاصيل والغلال، منها المجمع المهني المشترك لمنتجات الدواجن والأرانب، والمجمع المهني المشترك للخضر، والمجمع المهني المشترك للغلال (الفواكه GIF)<sup>2</sup>.

#### زراعة النخيل وإنتاج التمور في تونس:

يصل عدد النخيل في تونس أكثر من 5 مليون نخلة، وتترعب على أكثر من 32 ألف هكتار من الأراضي المرورية في الواحات جنوب تونس. كما يتركز إنتاج التمور في واحات توزر وقبلي، واللذين يشكلان ما نسبته 85% من مجموع النخيل بتونس، ويتوزع الباقي بين واحتي قابس وقفصة. أما عن طبيعة الواحات في تونس فتوجد ثلاثة أنواع من الواحات، وهي:

- واحات تقليدية، وتنتج حوالي 60% من مجموع الإنتاج الوطني، و38% لحصاد دقلة نور.
- واحات حديثة خاصة « Modernes privées » وتنتج حوالي 35% من العائد، و35% من حصاد دقلة نور.

- واحات حديثة ومنظمة « Modernes et organisées » وهذه زرعت حديثا وتنتج حوالي 6% من الإنتاج الكلي، و9% لتمور دقلة نور.<sup>3</sup>

وتصل أصناف التمور إلى 200 صنف تقريبا، أربعة منها تصدر خارج تونس وهي: دقلة نور، كتته، عليق، وخوات عليق. ويتم نضج أصناف التمور: كتته، عليق، وخوات عليق مبكرا في مطلع شهر سبتمبر من كل عام، أما صنف دقلة نور فتنتضج في مطلع شهر أكتوبر، أما دقلة نور قبلي (أي المنتجة في ولاية قبلي) فتتأخر نوعا فتنتضج في أوائل شهر نوفمبر.

#### تطور إنتاج التمور بتونس خلال الفترة 2000-2010م

بلغ المتوسط الحسابي لكمية الإنتاج الكلي للتمور بتونس خلال المواسم 2006-2010م حوالي 147 ألف طن، وبمعدل نمو سنوي قدره 7.3%، أي أن هناك زيادة سنوية في إنتاج التمور

التونسية مقدارها 10.8 ألف طن. أما عن تطور كمية إنتاج التمور حسب الأصناف فكان صنف دقلة نور بمعدل نمو أكبر (9.8%) من بقية الأصناف الأخرى المشتركة (2.8%)، وكانت الزيادة السنوية لكل منها حوالي 9.48 و 1.4 ألف طن على التوالي.

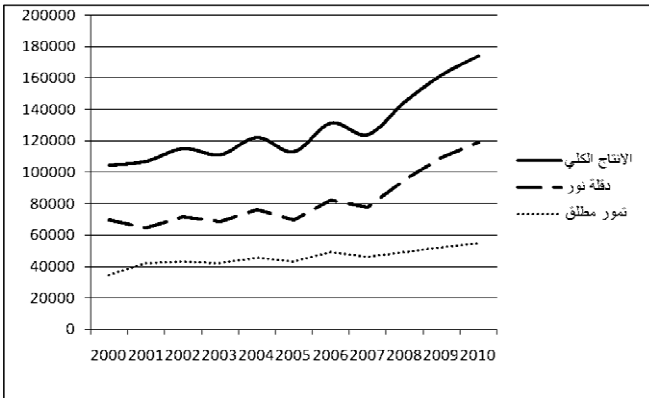
جدول (01) كمية التمور المنتجة حسب الصنف خلال الفترة 2000-2010م

السنة	الإنتاج الكلي	النمو %	دقلة نور	النمو %	تمور أخرى	النمو %
2000	104250	-	69559	-	34700	-
2001	106800	2%	64500	- 7%	42300	22%
2002	115000	8%	71570	11%	43430	3%
2003	111000	- 3%	68680	- 4%	42320	- 3%
2004	122000	10%	76280	11%	45720	8%
2005	113000	- 7%	69700	- 9%	43300	- 5%
2006	131200	16%	82000	18%	49200	14%
2007	123900	- 6%	77500	- 5%	46400	- 6%
2008	144700	17%	95400	23%	49300	6%
2009	162000	12%	109600	15%	52400	6%
2010	174125	8%	119200	9%	54925	5%
المتوسط الحسابي لـ 5 السنوات الأخيرة	147185		96740		50445	
الأهمية النسبية	100%		65.7%		34.3%	

وتعني تلك النتائج السابقة أن هناك اتجاها أكبر إلى زراعة وإنتاج صنف دقلة نور الأكثر رواجاً تجارياً. وإن كانت هناك نمو إيجابي في بقية الأصناف الأخرى وهو الأقل بالنسبة لصنف دقلة نور إلا أنها تشق طريقها وتزداد كمية الصادرات منها بفعل الترويج لها خصوصا ما توصف بأنها تمور بيولوجية الأكثر إقبالا في دول الاتحاد الأوروبي.

المنحنى البياني (01) للاتجاه العام لتطور إنتاج التمور التونسية

خلال الفترة 2000-2010م



## 2- الأهمية النسبية لصادرات التمور التونسية إلى صادرات التمور عالميا

ينطلق موسم تصدير التمور التونسية إلى العالم الخارجي (بعد بداية موسم الجني) في غرة شهر أكتوبر من كل عام ويمتد إلى بداية شهر ديسمبر. كما أن الإحصاءات المتعلقة بالغلال إنتاجا أو تصديرا يعبر عنها بداية من 01 أكتوبر من كل عام إلى غاية 30 أوت من السنة التي تليه. وتصنف التمور التونسية التي تصدر إلى مختلف دول العالم وفقا لأصنافها ونوعها وجودتها. فأما الأصناف : صنف دقلة نور، وتمور بيولوجية تشمل : كتنة، عليق، وخوات عليق. وأما الأنواع، فهناك ثلاثة أنواع وهي : معلقة في أغصانها عراجينها، طبيعية، معبأة ومغلقة. وأما الفئات، فهناك خمسة فئات وهي : الممتازة - الدرجة الأولى - الدرجة الثانية - بدون نواة - المهروسة.

وتظهر الإحصاءات الرسمية رغم تواضع الكميات المنتجة من التمور بتونس إلا أنها في صدارة دول العالم من حيث قيمة صادراتها منها.

### أ- تطور كمية صادرات التمور التونسية:

شهدت كمية صادرات التمور التونسية نموا مطردا في الفترة الأخيرة إذ بلغ متوسط كمية الصادرات حوالي 70.22 ألف طن خلال الفترة 2006/2007-2010/2011م، أي وازيادة نسبتها 62.32% عن الفترة السابقة 2001/2002-2005/2006م والتي بلغ متوسط كمية صادرات التمور بها 43.26 ألف طن.

ويعد صنف دقلة نور هو الأكثر تصديرا في التمور التونسية على الإطلاق، فقد بلغ المتوسط

الحسابي لكمية صادرات هذا الصنف في الفترة 2006/2007-2010/2011م حوالي 58.90 ألف طن سنويا، أي ما يشكل 83.87% من متوسط الكمية الإجمالية المصدرة خلال نفس الفترة. بينما بلغ المتوسط الحسابي السنوي لكمية صادرات التمور من الأصناف الأخرى مجتمعة (البيولوجية والمشاركة) لنفس الفترة حوالي 11.32 ألف طن، وبزيادة قدرها 90.22% عن متوسط الفترة السابقة 2001/2002-2005/2006م. وترجع هذه الزيادة إلى الدعم والترويج لهذا الصنف الذي يوصف بالتمور البيولوجية في مختلف الدول الأوروبية.

جدول (02) تطور كمية صادرات التمور التونسية حسب الصنف

خلال الفترة 2001/2002-2010/2011م

الموسم	كمية صادرات تمور دقلة نور	كمية صادرات التمور البيولوجية والمشاركة	مجموع كمية صادرات التمور
2001-2002	30.55	7.55	38.10
2002-2003	35.37	6.644	42.01
2003-2004	37.6	2.62	40.21
2004-2005	46.1	7.12	53.22
2005-2006	36.94	5.84	42.77
متوسط الفترة 1	37.31	5.95	43.26
2006-2007	48.69	10.16	58.84
2007-2008	50.69	10.34	61.04
2008-2009	58.51	11.32	69.84
2009-2010	67.2	11.4	78.6
2010-2011	69.4	13.4	82.8
متوسط الفترة 2	58.90	11.32	70.22
معدل النمو بين م ف1، م ف2	57.87%	90.22%	62.32%

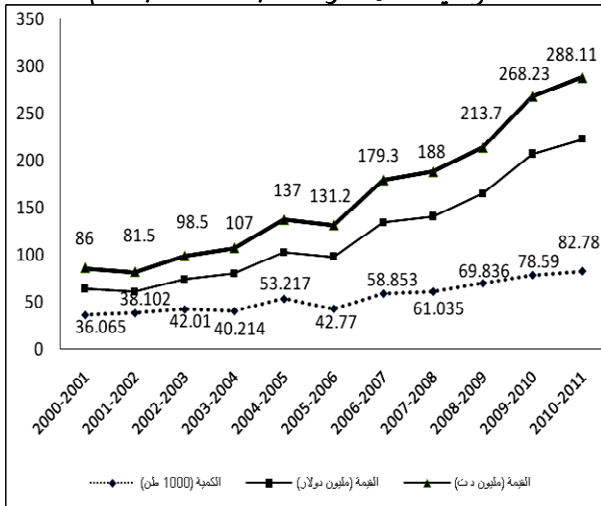
ب- تطور قيمة صادرات التمور التونسية:

شهدت قيمة صادرات التمور التونسية تطورا ايجابيا كبيرا، إذ بلغ متوسط كمية الصادرات حوالي 174.06 مليون دولار خلال الفترة 2006/2007-2010/2011م، أي وبزيادة نسبتها 108.5% عن الفترة السابقة 2001/2002-2005/2006م والتي بلغ متوسط قيمة صادرات التمور السنوية بها 83.5 مليون دولار.

جدول (03) تطور كمية وقيمة صادرات التمور التونسية  
خلال الفترة 2001/2000-2009/2010م

م	الموسم	قيمة الصادرات	
		كمية الصادرات 1000 طن	مليون \$ مليون د.ت
1	2001/2000	36.07	64.7
2	2002/2001	38.10	61.3
3	2003/2002	42.01	74.1
4	2004/2003	40.21	80.4
5	2005/2004	53.22	103.1
6	2006/2005	42.77	98.5
	متوسط ف1	43.262	83.48
7	2007/2006	58.85	134.5
8	2008/2007	61.04	141
9	2009/2008	69.84	165
10	2009-2010	78.59	207.2
11	2010-2011	82.78	222.6
	متوسط الفترة 2	70.22	174.06
	معدل النمو بين م.ف1 وم.ف2	62.3%	108.5%
		104.9%	

المنحنى البياني (02) للاتجاه العام لتطور كمية وقيمة صادرات التمور  
التونسية خلال الفترة 2001/2000-2011/2010م





## 3- تحليل الأسواق الخارجية للتمور التونسية:

تتبع تونس أهمية كبرى من حيث قيمة الصادرات، فهي الأولى عالميا من حيث المتوسط الحسابي لقيمة صادراتها للتمور، كما أنها سنويا هي في الصدارة خلال الفترة 2002-2008م باستثناء عام 2006م فقد كانت في المرتبة الثانية، إذ أنها تربع على 25.06% من متوسط قيمة صادرات التمور في العالم، و7.63% من متوسط كمية صادرات التمور في العالم خلال نفس الفترة السابقة. وبلغ متوسط قيمة صادرات التمور التونسية حوالي 107.8 مليون دولار مقابل الجزائر فقد كانت في المرتبة الثامنة عالميا من حيث المتوسط الحسابي خلال الفترة 2002-2008م، والذي قدر بـ 18.13 مليون دولار، وكانت صادرات التمور الجزائرية لا تشكل إلا 4.22% عالميا من حيث القيمة، و1.89% عالميا من حيث الكمية خلال الفترة الزمنية السابقة. وهي بذلك تتبوأ المرتبة الثامنة عالميا من حيث القيمة والمرتبة السابعة عالميا من حيث الكمية.

أما عن سعر الطن من صادرات التمور التونسية، فقد بلغ 2102 دولار كمتوسط للفترة السابقة، وهو بذلك يحتل المرتبة الثالثة عالميا ضمن الدول المنتجة للتمور، أي بعد التمور الإسرائيلية والأمريكية التي تعد الأعلى سعرا، والتي غالبا ما تكون من صنف المجول. أما الجزائر فلم يتجاوز سعر الطن من صادراتها للتمور مبلغ 1438 دولار فقط.

جدول (04) ترتيب الدول العشرة الأولى المصدر للتمور من حيث

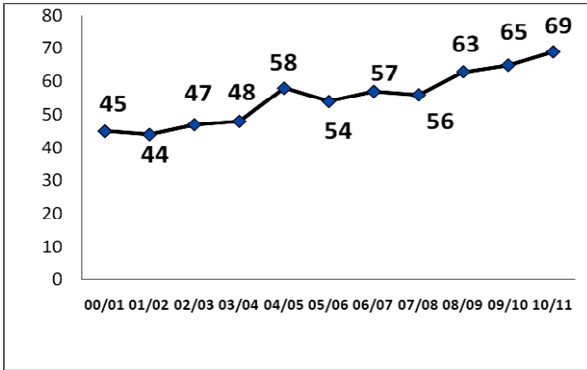
القيمة خلال الفترة 2002-2008م

الدولة	القيمة/1000\$	الكمية/ طن	\$/طن
تونس	107772	50096	2102
إيران	59053.9	142827	415
(إسرائيل)	38564.6	8200.4	4594
الإمارات	37182.3	167532	280
السعودية	35179.1	44453	784
باكستان	29836	83525	356
فرنسا	23512	8603.1	2731
الجزائر	18130	12414	1438
و.م. الأمريكية	15554	3674.3	4351
العراق	15088.9	75365	210

## 4- أهم أبرز أسواق التمور التونسية:

تنفذ التمور التونسية إلى أكثر من 60 سوقا عالميا إجمالا، وفي جميع قارات العالم، كما أنها تشهد تطورا ملحوظا، إذ قفزت من 44 بلدا في موسم 2001/2002م إلى 54 بلدا موسم 2006/2007م، وبلغت ذروتها في موسم 2010/2011م وفي حوالي 69 بلدا، وهي بذلك تعمل على اتجاهين اثنين وهما: تدعيم الأسواق التقليدية والعمل على فتح أسواق جديدة باستمرار.

المنحنى البياني (03) رسم بياني يمثل أعداد الأسواق الخارجية للتمور التونسية خلال الفترة 2000/2001-2011/2010م<sup>4</sup>.



يتركز وجود التمور التونسية في الأسواق ذات القوة الشرائية المرتفعة، والتي تعتبر فيها التمور فاكهة (Dessert) عالية القيمة المضافة مثل أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وكندا وجنوب شرق آسيا، وبأقل من ذلك إلى أسواق دول أوروبا الشرقية.

وتنافس تونس في الأسواق العالمية للتمور مجموعة من البلدان مصنفة إلى ثلاث فئات: أ- المنتجون غير التقليديون: الذين طوروا الصناعة الغذائية المتكاملة وهم: إسرائيل، والولايات المتحدة الأمريكية.

ب- الذين يعيدون التصدير وغير منتجين للتمور، وهم يعطون قيمة مضافة للمنتجات المستوردة بأسعار منخفضة. وهم: هولندا، ألمانيا، المملكة المتحدة (بريطانيا)، فرنسا، سويسرا، وإسبانيا، وإيطاليا.

المنتجون التقليديون للتمور صنف دقلة نور مثل الجزائر<sup>5</sup>. وخلال فترة الخمس السنوات الأخيرة (2006/2007م-2010/2011م) فقد بلغ المتوسط الحسابي السنوي لكمية التمور المستوردة من التمور التونسية حوالي 70.22 ألف طن، أكثر من نصفه (54.6%) تستورده قارة أوروبا، وأما الباقي فيتوزع على القارات الأخرى بالترتيب التنازلي: أفريقيا، آسيا، أمريكا وبالنسب: 31.05%، 10.08%، 4.31% على التوالي. جدول (05) أبرز 12 دولة مستوردة للتمور التونسية

خلال 2002/2003-2007/2008م

الترتيب	البلد	الكمية/طن	الأهمية النسبية	الترتيب	البلد	الكمية/طن	الأهمية النسبية
1	المغرب	18796	26.77%	9	و.م.أ	1326	1.89%
2	فرنسا	13242	18.86%	10	تركيا	1965	2.80%
3	إيطاليا	5694	8.11%	11	اندونيسيا	1625	2.31%
4	ألمانيا	5152	7.34%	12	كندا	1047	1.49%
5	اسبانيا	4241	6.04%	13	سويسرا	1242	1.77%
6	روسيا	2739	3.90%	14	ليبيا	1306	1.86%
7	ماليزيا	2076	2.96%	15	موريتانيا	1067	1.52%
8	بلجيكا	2329	3.32%	16	انكلترا	1088	1.55%

ويمكن إيراد بعض الملاحظات على أسواق التمور التونسية خلال فترة الخمس السنوات الأخيرة على النحو التالي :

- هناك نوعا من التراجع في كمية واردات فرنسا من التمور التونسية (-1.86%).
- يلاحظ نمو متزايد في كميات التمور التونسية المصدرة إلى المغرب (16.49%).
- هناك تراجع في واردات إيطاليا للتمور التونسية (-0.80%).
- هناك نمو إيجابي منخفض لواردات ألمانيا من التمور التونسية خلال الفترة السابقة (2.28%).
- هناك نمو متزايد وكبير في كمية واردات روسيا وماليزيا من التمور التونسية (30.82%، 28.75% على التوالي).

كما أن هناك أسواق واعدة وتتطور بشكل إيجابي خاصة خلال السنوات الأخيرة

أبرزها:

أ- الولايات المتحدة الأمريكية: فقد ارتفعت وارداتها في السنوات الأخيرة من مستوى 144 طن موسم 2005/2006م إلى أن وصلت إلى 2.5 ألف طن في موسم 2010/2011م أي بمعدل نمو سنوي خلال الفترة السابقة قدره 42.2%.

ب- ليبيا: فقد ارتفعت واردات ليبيا من كمية بسيطة تكاد لا تذكر (2طن) موسم 2005/2006م إلى أن وصلت 1.41 ألف طن في الموسم الأخير.

ج- تركيا: فقد ارتفعت وارداتها من 786 طن إلى 2.28 ألف طن في نفس الموسمين سالف الذكر على الترتيب.

كما يمكن الإشارة إلى بعض الأسواق الجديدة ومنها: الهند، بنغلادش، أذربيجان، كولومبيا.

4- السياسات المتبعة في تسويق التمور التونسية إلى الخارج:

هناك جملة من العوامل التي ساعدت على تفوق صادرات التمور التونسية وجعلتها متموقع في صدارة صادرات التمور عالميا من حيث القيمة والعائد. ومن أهم تلك العوامل:

1- مراقبة الدولة للمصدرين عبر الهيئات المعنية بنشاط صادرات التمور التونسية إلى الخارج:

انتهجت الحكومة التونسية في تطوير قطاعها الفلاحي على إستراتيجية "الإنتاج للتصدير"، وبذلك يكون التصدير تحديا في حد ذاته، فعهدت مهمة القيام على عملية التصدير للخارج لبعض المؤسسات، منها:

أ. مركز النهوض بالصادرات: وهو هيكل حكومي تحت إشراف وزارة التجارة والصناعات التقليدية، أسس عام 1973م، ومن مهامه:

أ- توجيه وإرشاد المصدرين التونسيين.

ب- الإحاطة بالموردين الأجانب.

ت- بث المعلومة الإدارية.

ث- تنظيم العمليات الإشهارية ولقاءات الشراكة المهنية.

نشاطات المركز:

- 1- مرافقة المؤسسات المصدرة للنفاز للأسواق الخارجية، وذلك بما يلي:
- أ- تنظيم بعثات رجال أعمال ولقاءات مهنية بتونس والخارج.
- ب- تنظيم مشاركة المؤسسات التونسية في التظاهرات التجارية بالخارج.
- ت- التعريف بالتظاهرات التجارية التي تقام في تونس.
- ث- تسهيل الاتصال بين المؤسسات التونسية ونظيراتها الأمنية.
- 2- مساندة انجاز عمليات التجارة الدولية، وذلك بـ:
- أ- دعم إنجاز العمليات التصديرية عبر "صندوق النهوض بالصادرات" على غرار انجاز الأدوات الإشهارية واستكشاف الأسواق الخارجية، وتشغيل الكفاءات المختصة في مجال التصدير والانتصاب التجاري بالخارج.
- ب- جمع خدمات تسهيل تبسيط الإجراءات المتعلقة بعمليات التجارة الدولية، وإرشاد وتوجيه المصدرين في مكتب موحد "الشباك التجاري الموحد" يضم ممثلين عن مختلف هيكل الدعم والمساندة
- ت- إعداد وتنظيم دورات تكوينية مختصة في تقنيات التجارة الدولية والقطاعات والأسواق التصديرية.
- 3- إعلام المتدخلين الاقتصاديين حول الأسواق والقطاعات والقوانين الوطنية، وذبك بـ:
- أ- ربط الصلات ومتابعة الفرص التجارية
- ب- متابعة وتحليل المناخ الاستثماري حول القطاعات والأسواق التصديرية.
- ت- تنظيم الندوات الإعلامية.
- ث- توفير مركز للمراجع المتخصصة في التجارة الدولية "مكتبة المصدر"
- ii. المجمع المهني المشترك للغلال (GIFRUIT)
- المجمع شخصية معنوية ومادية ذات مصلحة اقتصادية عمومية تتمتع بالشخصية المدنية وبالاستقلال المالي.
- ويعتبر منخرطين في هذا المجمع ويتفعون بخدماته الأشخاص الماديون والمعنويون الذين لهم صفة منتجين فلاحين أو محولين أو مصدرين في قطاعي التمور والغلال.
- تم إحداث المجمع المهني المشترك للغلال سنة 2005 على إثر إدماج مجمع التمور ومجمع

القوارص والغلال ومجمع الكروم. ويتكون مجلس إدارة المجمع المهني المشترك للغلال من (12 عضواً).

- الاتحاد التونسي للفلاحة والصيد البحري (4 أعضاء)
- الاتحاد التونسي الصناعة والتجارة والصناعات التقليدية (4 أعضاء)
- وزارة الفلاحة، وزارة الصناعة، وزارة التجارة، وزارة المالية (لكل وزارة عضو واحد).

أما عن الدور الأساسي للمجمع فيتمثل في الآتي:

- تيسير التشاور بين المهنيين والإدارة.
- الربط بين مختلف حلقات المنظومات.
- المساهمة في تعديل السوق الداخلية.
- النهوض بجودة المنتج.
- النهوض بالتصدير.
- تتبع شهادة الايزو.

2- دعم الحكومة التونسية لمنظومة تخزين التمور:

تلعب التعبئة والتغليف دوراً هاماً في الحفاظ على جودة التمور، فهي تستخدم لحماية المنتج من كافة التغيرات الخارجية، وبالتالي فإن التغليف أمر لا يمكن التسويق بدونه. وعليه فقد حرصت الحكومة التونسية إلى دعم منظومة التخزين التي تؤهل هذا المنتج إلى الترويج بالأسواق الداخلية والخارجية على امتداد السنة مع الحفاظ على سلامته إلى جانب الرفع في عائداته وضمان دخل أكبر للفلاح عبر تطوير الصادرات من منتج يتميز بقيمة مضافة عالية الجودة.

ولقد تم إحصاء 45 وحدة صناعية لتعبئة وتغليف التمور في تونس سنة 2005م مقابل 35 وحدة فقط عام 1999م، إلى أن وصلت سنة 2011 إلى 58 وحدة<sup>6</sup>. ووضع لهذا النشاط تشريعات وقوانين خاصة تنظمه وتضبطه بشكل صارم<sup>7</sup>.

3- العمل على التحكم في كامل حلقات الإنتاج لضمان جودة التمور:

- تطبيق الاسترسال (التتبع) منذ الضيعة: يتم الاسترسال أو التتبع ابتداء من الشتلة لإلام والتربة ونظام الري، عمليات التلقيح، موسم الحصاد للتمور، تقليم أشجار النخيل

وتنظيف الأراضيات، ثم تسجيل بياناتها عن التقنية الزراعية المستخدمة (المنشأ وأهمية الري والتسميد ونوعه، متابعة صحة النباتات وحيويتها...) في المراكز الإقليمية للتنمية الزراعية (CRDA) في توزر وقبلي. وتأتي المرحلة الثانية في تتبع منتج التمور من الواحة إلى المجمعين (المجمعون يمثلون وسيطا بين المنتج والمصدر) إلى غرف التكييف، والتعقب على مستوى المجمعين مهم جدا الذي يلزم بنظام الشراء والشحن المعمول به من المزارعين، وكذا البيع لوحدات التكييف. ويضمن التتبع موثوقية المعلومات عن طريق التكرار، فضلا عن تأمين الوصول إلى معلومات المستخدمين، وتم وضع مجموعة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر شبكة الإنترنت..

- تطبيق نظام الهاسب HACCP System للتحكم في المخاطر والنقاط الحرجة  
 - استعمال معلبات غذائية معاصرة وملائمة لحاجيات الأسواق.  
 - عقود إنتاج وتزويد محكمة، مبرمة مع المجمعين والفلاحين.  
 وخلاصة القول بأن منظومة الاسترسال تتمثل في تحديد جهة الإنتاج واسم المجمع و اسم المصدر على الصناديق التي تعدّ للتصدير في اتجاه البلدان التي تصلها التمور التونسية. وما يندرج ضمن برامج تحسين جودة التمور من بينها ضخ حوافز ومنح تراوح بين 50 و80٪ لاقتناء مواد التغليف من بلاستيك وناموسية وتوفير الأدوية الضرورية للمكافحة البيولوجية للأمراض.

4- القيام بالنشاطات الترويجية للتمور التونسية:

تمت المزاوجة للترويج للتمور التونسية في الداخل والخارج خاصة في السنوات الأخيرة، وتفصيل ذلك في الآتي:

أ- النشاطات الترويجية في الداخل: تعمل الحكومة على جعل موسم جني التمور رافدا للسياحة الصحراوية عدة مهرجانات في الواحات أشهرها "المهرجان الوطني لجني التمور قبلي" و"المهرجان الدولي للواحات بتوزر". ويتنظم مهرجان قبلي من 19 إلى 21 كانون أول /ديسمبر الجاري ومهرجان توزر من 26 إلى 29 من نفس الشهر. ويعرف المهرجانان في أجواء احتفالية يحضرها المئات من السياح من خلال معارض وفقرات ثقافية وترفيهية مختلفة بحياة سكان الواحات التونسية. ويكون العمل من خلال ذلك بتعريف السياح بتاريخ النخلة ومواقع انتشارها ووظائفها الدينية والثقافية وفوائدها الغذائية. وتعريفهم

كذلك من خلال ورشات حيّة، بالأنشطة الزراعية داخل الواحة وبأصناف التمور التي تنتجها إضافة إلى الحرف التقليدية المشتقة من النخيل كنجارة خشب النخيل والسعف. كما تقام بعض المعارض الدولية للفواكه في داخل تونس تحضرها شركات وعارضون ومتعاملون اقتصاديون من الخارج تدوم لعدة أيام، وتكون التمور حاضرة فيها.

ب- النشاطات الترويجية في الخارج: تم تنفيذ جملة من النشاطات الترويجية للتمور التونسية في الخارج للعديد من الشركات المصدرة للتمور رفقة بعض الهياكل والهيئات المعنية بذلك كغرف الصناعة والتجارة ومركز النهوض بالصادرات والمجمع المهني للغلال، ومن هذه الأنشطة ما يلي:

- 1- المشاركة في المعارض الدولية لأعداد من الشركات التي تعمل في التعبئة والتغليف وتصدير الفواكه الطازجة لغرض عرضها دون البيع، أو من أجل بيعها.
- 2- إقامة حلقات دراسية بين الوفد التونسي مع وفد تجاري للبلد المضيف.
- 3- إقامة جلسات تواصل بين الوفد التونسي والوفود التجارية في البلد المضيف للبحث عن الفرص التجارية للاستثمار والشراكة بين البلدين
- 4- عرض المنتجات على هامش بعض تلك الأنشطة والزيارات.
- 5- إقامة جلسات "تذوق" منتج التمور للزوار، سواء في المعارض الأساسية أو الثانوية على هامش نشاط آخر، أو من خلال بعض محلات السوبر ماركت.
- 6- زيارة بعض أسواق الجملة للخضر والفواكه في البلد المضيف للتعرف عليه والإحاطة واستكشاف حالته وحجمه، ومدى إمكانية الدخول أو التنسيق أو التعاون مع تعاونيات المنتجين ومستوردي الخضر والفواكه.
- 7- تنظيم حملات ملصقات إشهارية.
- 8- تنظيم أيام تجارية بالتعاون مع السفارة التونسية بالخارج في البلد المضيف المستهدف بمشاركة مصدرين تونسيين.
- 9- بث ومضات إشهارية على تمور "دقلة نور" في بعض القنوات الفضائية في البلد المضيف أيام التظاهرة، وذلك لجذب عملاء جدد - خاصة في مناسبة رمضان ذات الاستهلاك الأعلى للتمور -، واكتشاف نوعية من التمور.
- 10- توزيع المنشورات التعريفية والإشهارية للمنتجات ومنها التمور، وكذا عروض



عن المنتجات المشاركة، باللغة الانجليزية ولغة البلد المضيف إن كانت لغته غير ذلك.  
11- محاولة الاستفادة من تغطية بعض الجرائد أو المجلات أو الإذاعات في البلد المضيف أثناء التظاهرة التجارية.

12- استغلال بعض المناسبات الوطنية التونسية كعيد الاستقلال والاحتفال به في السفارة التونسية في البلد المضيف، وخلال ذلك يتم إقامة عروض التدوق للنمو هناك، وبحضور كبار السياسيين والإعلاميين والفنانين ورجال آخرون مهمون مع أفراد الجالية التونسية، وكل ذلك من أجل كسب جمهور أوسع.  
يتم هذا النشاط الترويجي لجملة من المنتجات الفلاحية جملة واحدة في الغالب، وأحيانا تكون هناك أنشطة ترويجية تنفرد بها منتجات التمور وخاصة التمور البيولوجية وتتمور دقلة نور.

وتتم تلك الأنشطة سألقة الذكر بالتنسيق مع السفارة التونسية بالخارج في البلد المستهدف، فتتولى هي بدورها في الإعداد والاتصال لإقامة الجلسات التشاورية، وعقد اللقاءات بين الوفدين التونسي والبلد المضيف للتعريف بإمكانيات البلد التصديرية في بعض المنتجات الزراعية - ومنها التمور -، وبحث فرص تتعلق بتجارة الفاكهة للمهتمين باستيراد الفاكهة التونسية.

أهم الأسواق الخارجية التي شهدت نشاطات ترويجية تونسية 2006-2009م:  
ومن أبرز الأسواق الدولية التي تم إقامة أنشطة ترويجية من طرف الهيئات التونسية القائمة على النهوض وتنمية الصادرات الى الخارج وبرفقة الشركات المصدرة للتمور خلال الفترة 2006-2009م في الجدول التالي:

#### جدول (06) الأنشطة الترويجية للتمور التونسية بالخارج

خلال الفترة : 2006 - 2010م<sup>8</sup>

السنة	2006	2007	2008	2009	2010
أهم الدول التي تم ترويج التمور فيها	باريس ألمانيا أبوظبي	ألمانيا موسكو تركيا المغرب	الصين - شنغهاي باريس موسكو	بوخارست مالطا باريس	باريس

## مراجع الدراسة :

- 1- المخطط الحادي عشر للتنمية 2007-2011، تقرير اللجنة القطاعية للتنمية الفلاحية والصيد البحري والموارد- جويلية 2007م - وزارة الفلاحة والموارد المائية - تونس.
- 2- الموقع الرسمي للمجمع المهني المشترك للجلال : <http://www.gifruits.com>
- 3- ورقة بعنوان " Le conditionnement des dates " تعبئة وتغليف التمور التونسية  
www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/Guides/IAA/8.pdf 2010/02/01م.
- 4 - <http://www.gifruit.nat.tn>
- 5- [http://www.industrie.gov.tn/fr/download/cc/CCcondatesfruitslegumesfr\\_12.pdf](http://www.industrie.gov.tn/fr/download/cc/CCcondatesfruitslegumesfr_12.pdf)

## الهوامش:

- 1 - المخطط الحادي عشر للتنمية 2007-2011، تقرير اللجنة القطاعية للتنمية الفلاحية والصيد البحري والموارد الطبيعية - حويلية 2007 - وزارة الفلاحة والموارد المائية بالجمهورية التونسية - ص21.
- 2 - المخطط الحادي عشر للتنمية 2007-2011 - مرجع سابق - ص34.
- 3 - [www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/Guides/IAA/8.pdf](http://www.tunisieindustrie.nat.tn/fr/Guides/IAA/8.pdf) 2010/02/01
- ورقة بعنوان " Le conditionnement des dates " تعبئة وتغليف التمور التونسية، ص 10-11.
- 4 - [http://www.gifruits.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=87:analyse-campagne-2007-2008&catid=39:dattes&Itemid=101](http://www.gifruits.com/index.php?option=com_content&view=article&id=87:analyse-campagne-2007-2008&catid=39:dattes&Itemid=101)
- 5 - نفس المرجع السابق.
- 6 - [http://www.gifruit.nat.tn/en/index.php?option=com\\_wrapper&Itemid=169](http://www.gifruit.nat.tn/en/index.php?option=com_wrapper&Itemid=169)
- 7 - [http://www.industrie.gov.tn/fr/download/cc/CCcondatesfruitslegumesfr\\_12.pdf](http://www.industrie.gov.tn/fr/download/cc/CCcondatesfruitslegumesfr_12.pdf)
- 8 - تم جمعها من موقع : <http://www.gifruits.com> 2011/02/05م