

## الملتقى الوطني حول:

### من التسويق التقليدي الى التسويق المستدام: أفاق جديدة لتعزيز الأمن الغذائي في الجزائر

يشهد العالم تحولات عميقة في الإنتاج والاستهلاك بسبب التغيرات المناخية والتطور التكنولوجي، مما يجعل الأمن الغذائي قضية استراتيجية حاسمة ترتبط بالاستقرار الاقتصادي والاجتماعي. بناء على ما سبق، يأتي هذا الملتقى العلمي الوطني الهجين ليفتح قضايا علمية للنقاش والتبادل حول دور التحول من التسويق التقليدي الى التسويق المستدام في تعزيز الأمن الغذائي بالجزائر، من خلال تحليل الفرص المتاحة والتحديات القائمة واستشراف آفاق تطوير الممارسات والسياسات التسويقية بما ينسجم مع متطلبات التنمية المستدامة ورؤية الجزائر في تحقيق سيادتها الغذائية.

ومن خلال اعمال الملتقى توصلنا الى النتائج التالية:

1. لم يعد الأمن الغذائي مجرد قضية مرتبطة بتوفير الغذاء، بل أصبح مفهوما استراتيجيا متعدد الأبعاد يرتبط ارتباطا وثيقا بمختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية السياسية.
2. تعد العلاقة بين الأمن الغذائي والتنمية المستدامة علاقة تفاعلية وتكاملية، إذ يسهم كل منهما في تعزيز الآخر، في حين أن اختلال أحدهما يؤدي إلى إضعاف الثاني.
3. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين تبني الممارسات التسويقية المستدامة واستقرار الأسواق الغذائية.
4. أكدت التجارب الدولية أن توظيف التكنولوجيا الحديثة في التسويق الغذائي يساهم في تحسين شفافية الأسواق وتعزيز كفاءة سلاسل التوريد.
5. إن الانتقال من التسويق التقليدي القائم على الهدر والوساطة المتعددة إلى التسويق المستدام القائم على القيمة والعدالة والرقمنة، كفيل بمعالجة اختلالات "التوافر" و"الوصول" دون استنزاف الموارد الطبيعية.
6. التحول نحو التسويق الزراعي المستدام يتطلب دمج التكنولوجيا مع السياسات الفلاحية.
7. تمثل التنمية الزراعية إحدى أقطاب التنمية الاقتصادية، والتي تعني استخدام الموارد المتاحة الطبيعية وبشرية ومالية وتكنولوجية، لإحداث زيادة متوالية في الإنتاجية والإنتاج الزراعي؛
8. الانطلاق المتأخر للمواسم الزراعية، وذلك نظرا لاعتبارات غير موضوعية، أهمها انتظار هطول الأمطار؛

وقد خلصت أشغال هذا الملتقى إلى مجموعة من التوصيات المهمة، من أبرزها:

1. ترسيخ مقاربة التسويق المستدام عبر إدماج مبادئه في السياسات العمومية المرتبطة بالأمن الغذائي، مع دعم البحث العلمي والدراسات التطبيقية لتقييم أثر هذه الممارسات وتعزيز التنسيق بين مختلف الفاعلين.
  2. تشجيع السياسات التسويقية المستدامة التي توازن بين تلبية حاجات المستهلك والحفاظ على الموارد الطبيعية.
  3. التركيز على عدالة توزيع الغذاء من خلال استراتيجيات تسويقية تستهدف مختلف شرائح المجتمع.
  4. تعزيز التحول الرقمي والتكنولوجي في القطاع الغذائي من خلال تشجيع الاستثمار في التكنولوجيا التسويقية، ودعم المبادرات الرقمية التي تربط المنتج بالمستهلك، إضافة لعصرية أسواق الجملة عبر إدماج نظم معلومات تسويقية لتحسين الشفافية واستقرار الأسعار.
  5. تعزيز الوعي الاستهلاكي بأهمية الاستهلاك المسؤول والحد من الهدر الغذائي.
  6. تصميم سياسة زراعية وطنية، تشمل سياسة الإنتاج التي تهدف إلى زيادة الاستثمار الزراعي، لاستغلال كل الإمكانيات المتاحة لتحسين الإنتاجية وزيادة الإنتاج؛
  7. تفعيل أدوات التسويق المستدام لوضع خريطة واضحة للزراعات الاستراتيجية الذكية وتكييفها حسب خصوبة كل منطقة في الجزائر وفي دول شمال إفريقيا؛
  8. الاستفادة من خبرات الدول المجاورة في الضفة الشمالية للبحر الأبيض المتوسط مثل إيطاليا، إسبانيا واليونان، وتكييفها مع خصوبة الطبيعة والمناخ الجزائري؛
  9. رقمنة القطاع الزراعي بمختلف شعبه لضمان دقة الإحصاء الفلاحي، مما يتيح اتخاذ قرارات سليمة في الوقت المناسب.
  10. تعزيز التنسيق بين السياسات الفلاحية والتسويقية بما يضمن تحسين انسياب المنتجات الغذائية وتقليل الفاقد عبر مختلف مراحل السلسلة الغذائية.
  11. ضرورة سن قوانين "المشتريات الخضراء"، التي تلزم المؤسسات العمومية (المدارس، المستشفيات، الإدارات) بتخصيص حصة لا تقل عن 30% من تموينها الغذائي من المنتجين المحليين والمزارع الأسرية.
  12. دعم إنشاء منصات لوجستية رقمية سيادية ((National Agri-Platforms تعمل على تقليل الفجوة المعلوماتية بين المزارع والمستهلك، وتساهم في استقرار الأسعار عبر إلغاء المضاربة غير المبررة للموسطاء.
- ونأمل أن تسهم هذه التوصيات في دعم الجهود البحثية والتطبيقية المستقبلية، وتدعيم تبني فلسفة التسويق المستدام بما يخدم التنمية الزراعية وتحقيق الأمن الغذائي في الجزائر.