

إيست ويست إنستيتوت - برنامج الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

مشروع حوار اقتصادي بين الجزائر والمغرب: قطاع التصنيع في مجال الزراعة والغذاء

بقلم شارلس إيتكينس - إيست ويست إنستيتوت

يومي 20 و21 يناير 2020، عقد إيست ويست إنستيتوت أول اجتماع له في إطار حوار الاقتصاديين بين الجزائر والمغرب وهو مبادرة تسعى إلى التغلب على عقبات التجارة الثنائية بين الجارتين.

من خلال عقد اجتماعات خاصة بقطاعات محددة بين قيادات الأعمال المحليين من البلدين، يهدف المشروع إلى إنتاج توصيات وعملية تشجع التجارة الثنائية. جمع الاجتماع الإفتتاحي قيادات الأعمال من شركات صغيرة ومتوسطة الحجم من القطاعات الزراعية للنظر في تعزيز التجارة على المستوى الجزئي، ولمناقشة أوجه القصور والتحديات في السياسة الزراعية والتجارية في كلا الدولتين.

الخلفية

رغم الحدود المشتركة بين الجزائر والمغرب، التي تبلغ 1600 كيلومتر، إلا إنه من المدهش أن التجارة بين البلدين تقريباً غير موجودة رغم الإمكانات غير المحدودة. الحدود الجزائرية المغربية واحدة من أطول الحدود في العالم ومع ذلك هي إحدى أقل المناطق المتكاملة إقتصادياً في العالم. طبقاً لمرصد التعقيدات الاقتصادية، فإن 1,2% فقط (450 مليون دولار) من إجمالي تجارة الصادرات الجزائرية ذهبت إلى المغرب. و0,56% فقط من إجمالي وارداته تأتي من المغرب.

التوترات السياسية والتاريخية على أساس هذه الأرقام الضعيفة. عدم الثقة بين العاصمتين تأخذ الأولوية على البراغماتية الاقتصادية. علاوة على ذلك، فإن آثار إغلاق الحدود تتجاوز البلدين ويؤثر سلباً على قدرة المصدرين والمستوردين على نقل منتجاتهم في شمال إفريقيا بشكل كامل. ويقدر أن استمرار إغلاق الحدود يكلف البلدين حوالي اثنين بالمائة من معدلات النمو و يقدر صندوق النقد الدولي (IMF) (2018) إن الخسائر السنوية حوالي 16 بليون دولار. رغم ذلك، يقدر صندوق النقد الدولي إن التكامل التجاري بين الجزائر والمغرب 11.4% (أعلى من شريك التصدير الرئيسي الحالي للجزائر وهو إيطاليا بنسبة 10.1%) والتكامل التجاري المغربي مع الجزائر 12.9%.

الإطار

أدت الحدود المغلقة بين الجزائر والمغرب إلى علاقة مؤسفة مضطربة بين البلدين. خسارة الإيرادات نتيجة لإغلاق الحدود منذ عام 1994 لا تعوق فقط التنمية الاقتصادية للبلدين بل أيضاً للمنطقة برمتها. رغم وجود العديد من الاتفاقيات التجارية الحرة بين دول المنطقة (بما في ذلك الجزائر والمغرب) التي تهدف إلى تعزيز الاندماج الاقتصادي والتنمية الأفقية، فلم تنجح الإتفاقيات بتحقيق هدفها.

تأسس اتحاد المغرب العربي (AMU) في 1989، وهو لا يزال أبرز اتفاقية تجارية حرة في الإقليم. لسوء الحظ، فإن الاتحاد حالياً في مرحلة خمول، حيث لم تلتق الدول الأعضاء (الجزائر وليبيا وموريتانيا والمغرب وتونس) بشكل رسمي منذ أكثر من عشر سنوات. كلا البلدين بالإضافة إلى ذلك موقعان على منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى (GAFTA)، وهو الإطار التنظيمي الرئيسي الذي يدعم التجارة الجزائرية المغربية.

في إطار اتحاد المغرب العربي هناك تشريع يتيح فرصة لإنشاء اتحاد جمركي رسمي بين الدول الأعضاء. مبدئياً تعفى هذه الاتفاقية الدول الأعضاء من رسوم جمركية وضرائب على بعضها البعض. ومع ذلك، تظفي السياسة الإقليمية هذه الاتفاقات بوضع سياسات اقتصادية مقيدة مما أضر بشكل خطير القدرات الهائلة للمنطقة.

مع ذلك، فطبقاً لصندوق النقد الدولي في السنة 2018، فإن اندماجاً أكبر لاتحاد المغرب العربي سيخلق سوقاً حجمه 100 مليون شخصاً، لكل منه دخل متوسط من 4.000 دولار.

كونهما أكبر اقتصادين في المنطقة، فإن العلاقات الجزائرية المغربية مفتاح ثروة شمال أفريقيا المغربي. ومع ذلك، تصدر الجزائر والمغرب في المتوسط 25 و 40 مرة أكثر إلى بقية العالم من البلد المجاور. هذا على الرغم من حقيقة أن الأسواق المعنية في كلا البلدين تكمل بعضهما البعض - تواجه الجزائر، التي تعتمد على الهيدروكربونات، تحديات الاقتصاد الكلي بعد انخفاض أسعار النفط في عام 2014، والمغرب منتج متنوع نسبياً للمنتجات الزراعية ومنتجات للسيارات ولكنه يعتمد على الطلب الخارجي المستمر.

التجارب - مساحة للمناورة؟

عدم التعامل التجاري بين أكبر اقتصادين في المغرب العربي يمثل رمزاً لمشكلة إقليمية أكبر: لا تتاجر أعضاء اتحاد المغرب العربي بشكل رئيسي مع بعضهم البعض. وما يدعم هذا الوضع هي قلة خطوط الشحن وخطوط النقل بين الجزائر والمغرب، وفي منطقة المغرب العربي كلها.

ومع إن النقل البحري الوسيلة الرئيسية للتجارة الإقليمية، فأكثر الموانئ في المنطقة موجهة نحو أوروبا. علاوة على ذلك، من الناحية الإقليمية، فيستطيع ميناء طنجة المغربي فقط أن تتنافس على مستوى المعايير الدولية. نتيجة لذلك، تمر أكثر التجارة داخل المنطقة عبر موانئ في أوروبا، مثل ألميرا في إسبانيا، وروتردام في هولندا أو في حالة الجزائر والمغرب على وجه التحديد، عبر مرسيليا في فرنسا.

تطرح هذه الصعوبات والمشاكل عدة مرات خلال النقاشات في كانون الثاني/يناير والتي تأكدت ميول المصدرين الإقليميين للتجارة مع أسواق أبعد من جيرانهم المباشرين.

اشتكى المشاركون في الحوار من إيقاف الشحن عند الحدود، مما أعاق بشكل خطير نوعية منتجاتهم. وأشار آخرون إلى العوائق البيروقراطية المتعلقة بعبور الحدود الجزائرية المغربية. علاوة على ذلك، قال بعض أعضاء الوفد أنهم لا يقومون بأي شكل من أشكال بتجارة في الدولة الجار بسبب عدم الإمكانيات التجارية عبر الحدود، وكذلك بسبب تكاليف النقل بين مدينتي طنجة ووهران.

مع ذلك، فإن زيادة التجارة بين الجزائر والمغرب هي المفتاح لمزيد من الاندماج الاقتصادي في المنطقة برمتها. علاوة على ذلك، فحقيقة أن الجزائر لا يزال الوجهة الرئيسية في المغرب للمنتج المغربي تشير إلى أن هناك مجالاً واسعاً للمناورة في هذا الصدد؛ تحدث المشاركون بصراحة عن فجوات المنتج في كلا السوقين التي يمكن سدها من قبل المنافسين المحليين.

رغم إن العلاقات بين البلدين تبقى متوترة، يتعاون البلدان في العديد من المجالات الأخرى، من بينها الأمن. يمكن، بل يجب، لهذا التعاون أن يتجاوز مجال الأمن لينتضمن أيضاً الاقتصاد. تحديد الوسائل الممكنة لزيادة حجم التجارة بين الجزائر والرباط سوف يساعد في حل بعض القضايا المحلية المتبادلة المتعلقة بالبطالة والتنوع، وسوف يساعد المنطقة أيضاً على تطوير سلاسل قيمة أفضل وتطوير قدرة تفاوضية أكبر تجاه فاعلين تجاريين رئيسيين مثل الاتحاد الأوروبي.

بالنظر إلى كل هذه، ناقش مشاركو الحوار الافتتاحي لمشروع حوار أعمال بين الجزائر والمغرب عدة وسائل قد تُمكن الأوساط التجارية من التعاون مع بعضهم البعض رغم التوتر السياسي والمحلي.

التوصيات

جمعية إعلامية في كلا البلدين: كانت إحدى الشكاوى المشتركة الشائعة في النقاش نقص المعلومات العامة في البلدين عن البلد الآخر. أبرز العديد من المشاركين ضرورة التغلب على هذا الافتقار في المعلومات لكي يبني الجزائر والمغرب علامة تجارية في البلد الآخر. في أسواق كلا البلدين، ترتبط دول ومناطق معينة، مثل الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي، بسلع ومعايير معينة. لتسهيل التجارة، يجب تعزيز العلامة التجارية المستقبلية المحتملة "للجزائر" أو "للمغرب" أو حتى "للمغرب العربي" على مستوى الأسواق المحلية والدولية. يمكن لوسائل الإعلام أن تلعب دوراً حاسماً في هذا الصدد بإبلاغ الجمهور في المنطقة عن البضائع المتاحة عبر الحدود.

معارض: لتوزيع المعلومات العامة في البلدين، قد يكون من المهم تنظيم المزيد من المعارض الخاصة ببلد أو تجارة معينة. ويمكن اتباع نهج ذي شق: بناء العلامة التجارية للبلدين وللمنطقة المذكورة أعلاه لزيادة تدفق التجارة بين المغرب والجزائر وزيادة الصادرات خارج المنطقة.

مؤتمرات على أساس القطاع والصناعة: تقدّم مبادرة حوار أعمال بين الجزائر والمغرب لإيست ويست إنستيتوت مسودة لمؤتمرات أكثر وربما أكبر، على أساس قطاعات وصناعات محددة في عاصمتي البلدين. ومن ضمن ذلك أيضاً تعزيز التعاون داخل قطاع الأعمال وإنشاء قنوات اتصال يمكن البناء عليها في المستقبل عندما يكون السياق السياسي أكثر ملاءمة للتعاون الأوسع.

إنشاء منصة على الإنترنت لتبادل التجارب وأفضل الممارسات بين قيادات الأعمال الذين يحاولون التصدير والاستيراد عبر الحدود. نظراً إلى قلة التواصل بين حكومتي البلدين، فيمكن لمجتمع الأعمال استخدام هذه المنصة لبناء الثقة المتبادلة والتعاون على إيجاد حلول مبتكرة للتنقل في سياسة الحكومة المتعلقة بالتجارة عبر الحدود. وهذه المنصة سوف تؤدي إلى علاقات ثنائية مستدامة وإلى تعزيز ثقافة التعاون والثقة بين طرفي الحدود.

طلب مساعدة الغرفة التجارية الألمانية في الجزائر والمغرب (AHK) في كلا البلدين لتشكيل أساس متين للإتصالات الموثوقة بها. وفي نفس الحين يمكن للغرفة التجارية الألمانية أن تكون شبكة موثوقة ووسيطه بين الأوساط التجارية في الجزائر والمغرب حتى يصل البلدان إلى مستوى تواصل أكثر. لقد عبّرت الغرفة التجارية الألمانية في الجزائر عن استعدادها واهتمامها في أن تلعب دور الوسيط للتواصل واندماج الأوساط التجارية المحلية.