

OLIVA

رقم 115 • 2011

النسخة العربية



المجلس الدولي للزيتون



المحتويات

مجلة Olivae رقم 115-2011

الإفتتاحية

3 تحتل حمية البحر الأبيض المتوسط أفضل مكان على قائمة اليونسكو للتراث غير المادي

الإتفاق ودخوله حيز التنفيذ

- 5 فريق إدارة جديد يتولى مهامه في المجلس الدولي للزيتون
6 المجلس الدولي للزيتون: الجلسة غير العادية السادسة عشر
7 تركيا تستضيف جلسة المجلس الدولي للزيتون غير العادية السابعة عشر
8 نبذة حول البعثات الرسمية
11 إفتتاح موقع جديد للمجلس الدولي للزيتون علي الإنترنت

الأنشطة التقنية

- 12 الإجتتماع الثاني والعشرون للجنة الفرعية للأيزو والدهون والزيوت النباتية والحيوانية (ايزو TC34/SC11)
14 التحليل الحسي كمييار لجودة زيوت الزيتون البكر: بين الماضي والحاضر والمستقبل
17 الدلالات الجغرافية لزيت الزيتون وزيتون المائدة
18 على نحو أكبر من ذي قبل، الزيت في منافسة على جائزة ماريو سوليناز (Mario Solinas) من المجلس الدولي للزيتون

صفحة الغلاف: Jokerpro, 2011
Used under license from Shutterstock.com

الأنشطة الترويجية

- 20 برامج منح التمويل لعام 2011
21 البرازيل هي الهدف التالي للمجلس الدولي للزيتون لأبحاث السوق
22 يشجع المجلس الدولي للزيتون زيت الزيتون و زيتون المائدة في اثنين من الدول الرئيسية و الاستراتيجية المستهلكة: الصين وروسيا

إقتصاد وعلوم وتكنولوجيا

- 26 السوق العالمي في أرقام: زيت الزيتون وزيتون المائدة
32 زيت الزيتون كمصدر سياحي: التعريف المفاهيمي، Ignacio Ruiz Guerra
48 السياسة الزراعية المشتركة 2014-2020: آثار واستراتيجيات بساتين الزيتون الإسبانية التقليدية، María del Mar Velasco Gámez, Juan Vilar Hernández, Raquel Puentes Poyatos

الأدلة والمعايير

61 المجلس الدولي للزيتون، منتدى محايد لتوحيد المقاييس

OLIVÆ

المجلة الرسمية للمجلس الدولي للزيتون
وهي تُنشر في خمس لغات وهي: العربية والإنجليزية
والفرنسية والإيطالية والأسبانية

Príncipe de Vergara, 154

أسبانيا 28002 Madrid

هاتف: 34-915 903 638

فاكس: 34-915 631 263

بريد إلكتروني: iooc@internationaloliveoil.org

التسجيل: M6291-2009

إنتاج Advantia, S.A

إن التسميات الواردة وعروض المادة في هذه المطبوعة لا تمثل تصريحاً لأي وجهة نظر من جانب المجلس الدولي للزيتون

الأمانة التنفيذية بشأن الموقف القانوني لأي دولة أو بلد أو مدينة أو منطقة أو لسلطاتها أو بشأن ترسيم الحدود الخاصة بها.

إن محتوى المقالات التي تظهر في هذه المطبوعة لا يعبر بالضرورة عن وجهة نظر الأمانة التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون.

يمكن إعادة نشر المقالات التي تظهر في OLIVÆ بالكامل أو جزء منها شريطة ذكر المصدر.

الإفتاحية

تحتل حماية البحر الأبيض المتوسط أفضل مكان
على قائمة اليونسكو للتراث غير المادي

إننا نأكل لنعيش، كما يقول المثل، لكن في منطقة البحر الأبيض المتوسط هناك الكثير من الطعام أكثر من مجرد العيش. وتعتبر حماية البحر الأبيض المتوسط نمطاً حياتياً، إنها عبارة عن تصور لحياة تكون فيها الوجبات المشتركة حجر الزاوية للتقاليد الاجتماعية وجزءاً لا يتجزأ من الهوية الثقافية للمجتمعات.

والآن، وبعد مرور أربع سنوات على الاتفاق الجماعي من قبل كل من أسبانيا واليونان وإيطاليا والمغرب، اشتهرت حماية البحر الأبيض المتوسط بأنها كنز غير مادي يجب الحفاظ عليه. كما قامت هيئة الأمم المتحدة للثقافة والتعليم بمنح الحماية تصنيف اليونسكو في كل من نيروبي وكينيا في نوفمبر 2010 خلال الجلسة الخامسة للجنة الحكومية الدولية لحماية التراث الثقافي غير المادي.

لذلك، فإن هناك سبب قوي لاحتفال منطقة البحر الأبيض المتوسط وزيت الزيتون.

تدعو كلمة "تراث" إلى استحضار مشاهد من الآثار القديمة أو المناطق التي تتسم بالجمال الطبيعي الاستثنائي، إلا أنه في عام 2003 قامت اليونسكو بإطلاق حملة لحماية التراث الثقافي غير المادي من العادات والتقاليد الشفهية النادرة إضافة إلى الفنون التعبيرية والمهرجانات والطقوس والتقاليد. وقد حازت حماية البحر الأبيض المتوسط على موافقة رسمية باعتبارها مجموعة متميزة من "...الممارسات والمعرفة والمهارات التقليدية التي توارثت من جيل لآخر ويفوح منها شعور بالانتماء والاستمرارية...". كما تعتبر الحماية هي

الأولى من نوعها على المستوى الدولي والإقليمي التي تُسجل على القائمة. الأمر الذي يعد معلماً تاريخياً وجائزة مستحقة نظير الجهود التي بذلتها الدول الأربع المنتجة لزيت الزيتون.

ومن الواضح أن هذا الإعلان يعد مصدر رضا كبير للمجلس الدولي للزيتون. اشتهر شعب منطقة البحر الأبيض المتوسط أمام دول كثيرة بتشكيلتهم المتميزة من العادات الغذائية، كما يعد نمط حياتهم أصلاً نفيساً يجب تعزيزه والحفاظ عليه. لقد استمر المجلس على مدار 50 عاماً في إخبار العالم حول مزايا حماية البحر

الأبيض المتوسط التي تتألف من مزيج من زيت الزيتون والبقوليات والفاكهة والخضروات الطازجة والجافة والزيتون والأسماك وكميات متوسطة من منتجات الألبان واللحوم إضافة إلى البهارات والتوابل.

يستحق زيت الزيتون نصيبه من هذا الاعتراف. فمن الناحية الجغرافية، تعد منطقة البحر الأبيض المتوسط مهداً له. ومن الناحية التاريخية، تتخرط قصة حياته مع التاريخ، والأساطير الخاصة

"إذا كنا سنحمي هذا التراث وزيت الزيتون
بما يخدم مصلحة الأجيال القادمة، فيتعين
علينا في المجلس الدولي للزيتون توحيد قوانا
مع كافة الدول التي تقوم بزراعة الزيتون
ليس فقط في العالم القديم وإنما في العالم
الحديث أيضاً..."

بمنطقة البحر الأبيض المتوسط وممارساته الدينية. أما من ناحية التذوق، فإنه مكون رئيسي في مطابخ كافة الدول التي تحيط بشواطئ البحر الأبيض المتوسط. والأفضل من ذلك، أنه يعتبر من الناحية الغذائية جيداً بالنسبة لك، حيث إنه يحتوي على أحماض دهنية أحادية التشبع مفيدة للقلب ومضادات أكسدة وفيتامينات.

عندما تتغير العادات الغذائية إلى الأسوأ بشكل جذري، وعندما يبدو أن سكان دول البحر الأبيض المتوسط يعزفون عن حكمة الطبخ التي اتبعتها أسلافهم، وعندما تنتشر المشكلات الصحية ذات الصلة بالحمية الغذائية في الدول النامية وغير النامية مع استمرار انتشار الأطعمة غير الصحية والخمول، فإن هذا الاعتراف الدولي بحمية البحر الأبيض المتوسط يعتبر أخباراً سارة. إلا أن هذا الاعتراف مصحوباً بتحدٍ وواجب. حيث إنه ينطوي على تعهد باتخاذ إجراءات ملموسة لتعزيز وحماية مجموعة الممارسات التقليدية هذه. ولا يجب وضع هذه المسؤولية على أكتاف الدول الأربع صاحبة الاقتراح فقط. إذا كنا سنحمي هذا التراث وزيت الزيتون بما يخدم مصلحة الأجيال القادمة، فيتعين علينا في المجلس الدولي للزيتون توحيد قوانا مع كافة الدول التي تقوم بزراعة الزيتون ليس فقط في العالم القديم وإنما في العالم الحديث أيضاً الذي يصبح بسرعة جزءاً مؤثراً في قصة زيت الزيتون. لهذا السبب فإننا فخورين بانضمام الأرجنتين بين من أضيفوا مؤخراً إلى عضويتنا، ونأمل أن تحذو دول منتجة أخرى مثل الولايات المتحدة الأمريكية والبرازيل ذلك الحذو لتضيف وجهات نظر جديدة.

ومع وجود العديد من الأصول التي تدعم زيت الزيتون، فإن كل شيء يسعى إليه. إننا نستطيع تعزيز مستوى تقدمه الذي استفاد بشكل كبير من مبادرات مثل تراث حمية البحر الأبيض المتوسط، وللتأكد من زيادة أعداد تابعيه حول العالم.

جان لوي بارجول
المدير التنفيذي



فريق إدارة جديد يتولى مهامه في المجلس الدولي للزيتون

يعتبر السيد/ أصباح أول مسؤول جزائري يعمل في السكرتارية التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون. إنه عالم تربية يحمل درجة الدكتوراه في الاقتصاديات الريفية ولديه تاريخ وظيفي طويل في العمل في الخدمة المدنية الجزائرية، حيث شغل مؤخراً منصب مدير تنظيم وتطوير الإنتاج الزراعي في وزارة الزراعة. كما أنه على دراية بالمنظمة من خلال مشاركته الماضية في أنشطة المجلس الدولي للزيتون والمشروعات التقنية.

وفي يوم عمله الأول الموافق 1 إبريل في الوظيفة الجديدة، حضر السيد/ أصباح اجتماعاً مع المدير التنفيذي ورؤساء الوحدات والإدارات لإطلاعه على الجوانب العملية للوظيفة. وفي الصباح التالي، قضى فترة استراحة مع الموظفين وأخبرهم بأنه يتمنى "أن يصبح جزءاً من الفريق بسرعة كبيرة". تجدر الإشارة إلى أنه سيظل في منصبه هذا لدى المنظمة حتى عام 2014. ■

للزيتون، قال أنه تولى هذا المنصب "بفخر كبير" وسوف "يكمل ما بدأه أسلافه". حيث سيتولى هذا المنصب حتى ديسمبر 2014. ولا يعتبر بارجول جديداً في السكرتارية التنفيذية، فقد أشرف من قبل على الشعبة الإدارية والمالية وشعبة الدراسات والتقييم لمدة عامين. ويتمتع بصفته خبيراً اقتصادياً زراعياً بمؤهلات وظيفية في القطاعين الخاص والعام بما في ذلك العمل كملحق زراعي فرنسي لأسبانيا ومديراً عاماً لاتحاد صناعة السكر الأوروبي.

بينما يشغل منصب نائب المدير السيد/ عمار أصباح، جزائري الجنسية، والذي تم تعيينه في الجلسة غير العادية السادسة عشر لأعضاء المجلس الدولي للزيتون المنعقدة خلال فبراير/مارس. وبداية من هذا العام، سوف يكون هناك نائب مدير واحد للسكرتارية التنفيذية.

يشهد هذا العام تغييراً في فريق الإدارة الذي يتألف من السكرتارية التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون. وسوف يلي ذلك مزيداً من التغييرات والإضافات فيما يتعلق بالموظفين خلال العام وأثناء تكوين الهيكل التنظيمي الجديد.

بعد ست سنوات من العمل بين مدير تنفيذي ونائب مدير، ترك كل من حبيب السيد ومحمد أحمد سبيترتي المنظمة في نهاية فترة عملهم للعودة لديارهم، تونس والمغرب. ويتمنى كل فرد في السكرتارية التنفيذية لهما أفضل الأمنيات خلال الفترة التالية من حياتهم المهنية.

في الوقت الحالي، يتولى السيد/ جان لوي بارجول، فرنسي الجنسية منصب المدير التنفيذي منذ 1 يناير 2011. وفي أول رسالة منه لأعضاء المجلس الدولي



المدير التنفيذي الجديد جون لوي برجول (شمالاً). و نائب المدير عمار أصباح (يميناً). مع رئيس مجلس إدارة المجلس الدولي للزيتون بالنيابة، فخامة السيد حسام الدين آل. سفير سوريا بأسبانيا.

المجلس الدولي للزيتون: الجلسة غير العادية السادسة عشر

والإدارة والتسويق وزراعة الزيتون. في ختام الجزء الأول من الجلسة والمنعقد في 11 فبراير 2011، لم ينتج عن تلك المباحثات الشاقة والمطولة التوصل إلى أي اختيار.

بعد مرور شهر، اجتمع أعضاء المجلس الدولي للزيتون في 11 مارس 2011 لعقد الجزء الثاني من الجلسة. وبعد جدال آخر، توصلت لجنة الاختيار في النهاية إلى قرار جماعي حول اختيار السيد/ عمار أصباح، جزائري الجنسية. وقد تم اعتماد اقتراح اللجنة من قبل أعضاء المجلس الدولي للزيتون. ■

وكالة التوظيف المشهورة Korn/Ferry، حيث قام بتحليل خبراتهم وتاريخهم المهني ومعرفتهم العملية، كما قام بتحديد مهاراتهم وكفاءاتهم وملاءمتهم الشخصية لمهام الوظيفة والمنظمة. بعد ذلك، تم إجراء مقابلات شخصية معهم من قبل لجنة اختيار خاصة مؤلفة من رؤساء وفود كافة الدول الأعضاء إضافة إلى المدير التنفيذي.

بمجرد الانتهاء من كافة المقابلات الشخصية، بدأ رؤساء الوفود المهمة الصعبة التي تتمثل في اختيار نائب المدير التالي من بين ستة مرشحين على قدر كبير من الخبرة ينتمون إلى مجالات مختلفة مثل الدبلوماسية

أحياناً ما يعقد أعضاء المجلس الدولي للزيتون بجانب الجلسة السنوية العادية جلسات غير عادية لمناقشة أعمال مهمة لا يمكن أن تنتظر حتى الخريف.

في بداية العام، تجمعت وفود من الدول الأعضاء في مقر المجلس الدولي للزيتون في مدريد لحضور جلسة أعضاء المجلس الدولي للزيتون غير العادية السادسة عشر التي تتألف من جزئين. حيث كانت النقطة الرئيسية المطروحة للنقاش هي ترشيح نائب مدير جديد للمجلس الدولي للزيتون، كما تناول النقاش أموراً أخرى تتضمن الإدارة المالية الداخلية للمنظمة وسياسة ترقية الموظفين وجدول الاجتماعات التالية.

وقد سبق الجلسة عملية اختيار بالغة الدقة لاختيار الشخص المناسب لهذه الوظيفة. كما قدمت ثماني دول أعضاء هي الجزائر والأرجنتين وكرواتيا والأردن ولبنان وتونس وتركيا وسوريا مرشحين رسميين، إلا أن الأردن وتونس قد قامتا طوعاً بسحب مرشحيهما.

وقد مر المرشحون بإجراء تصفية تتألف من خطوتين اثنتين. أولاً، تم إجراء مقابلات شخصية معهم وتقييمهم من قبل رئيس مسؤولي التوظيف من



تركيا تستضيف جلسة المجلس الدولي للزيتون غير العادية السابعة عشر



تُعدّ الجلسات بشكل طبيعي في مدريد، أسبانيا، حيث المقر الرئيسي للمجلس الدولي للزيتون، إلا أنه أحياناً ما تستضيف الدول الأعضاء اجتماعات المنظمة.

وهذا ما سيحدث مع جلسة أعضاء المجلس الدولي للزيتون غير العادية السابعة عشر القادمة التي ستعقد في إسطنبول بناءً على دعوة وزارة الصناعة والتجارة التركية والاتحادات التركية MARMARA BIRLIK وTARIS.

ومن المقرر أن تنعقد الجلسة في الفترة من 27 يونيو إلى 1 يوليو 2011. وسوف تكون هناك بالرغم من الجلسات اجتماعات للجان الاقتصادية والتقنية والترويجية والمالية. كما ستكون أيضاً أساساً للمباحثات مع القطاع الخاص في الاجتماعات مع اللجنة الاستشارية

عام 1963 ثم تركتها فيما بعد في عام 1998. وبعد انقطاع دام 12 عاماً، عادت لتنضم مرة أخرى في فبراير 2010. ■

للمجلس الأعلى للزيتون بشأن زيت الزيتون وزيتون المائدة والمنظمات الموقعة لاتفاقية الرقابة على الجودة حول أسواق الاستيراد.

تجدر الإشارة أن تركيا قد انضمت إلى الاتفاقية الدولية للمرة الأولى في



نبذة حول البعثات الرسمية

شهدت الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2011 بداية عمل المدير التنفيذي الجديد -جان لوي بارجول. حيث بدأ بسلسلة رحلات عمل رسمية لتحقيق الهدف الذي وضعه بنفسه وهو "استعادة الدور المركزي للمجلس الدولي للزيتون والذي يستحقه في مجال الزيتون".

يناير - الولايات المتحدة الأمريكية



اختار بارجول الولايات المتحدة الأمريكية لتكون وجهة رحلته الأولى في منتصف يناير بسبب الدور الحيوي الذي تلعبه الولايات المتحدة الأمريكية في السوق العالمي للزيتون وزيت الزيتون. وخلال زيارته، تحدث عن الاجتماع متوسط الأجل لمنظمة زيت الزيتون لأمريكا الشمالية (NAOOA) التي تعتبر شريكاً رئيسياً في نظام الرقابة على جودة زيت الزيتون المجلس الدولي للزيتون/القطاع الخاص من 2011.

وذلك على أسواق الواردات. كما التقى مركز الزيتون في كاليفورنيا، دايفيس، لتبادل وجهات النظر بشكل بناء حول تذوق زيت الزيتون والتقارير الصادر من قبل المركز حول نتائج الاختبار الخاصة بزيت الزيتون الخالص الممتازة.

وأعلن عبر الأطلسي عن الحملة الترويجية القادمة للمجلس الدولي للزيتون في الولايات المتحدة الأمريكية/كندا في النصف الثاني من 2011.

فبراير - روسيا

تم تعيينه لتزويد السكرتارية التنفيذية بالمساعدة الترويجية التقنية حتى يتم تعيين موظفين آخرين.

وتضمن جدول مواعيد بارجول المشغول اتصالات بصحافة الاتحاد الأوروبي وفريق الاتصالات لمناقشة حملتي تلك المؤسسات واستعراض طرق توحيد الجهود والاجتماعات مع الملاحق الزراعيين لأسبانيا وإيطاليا واليونان، فضلاً عن غداء عمل مع سفير تونس. كما عقدت معه مجلة Bread & Salt مقابلة صحفية.

قامت السكرتارية التنفيذية في مارس 2010 بالاستعانة بخدمات وكالة مقرها موسكو "MARCOM" لإجراء حملة مدتها عامين للترويج لزيت الزيتون وزيتون المائدة في روسيا (انظر المقالة الخاصة بذلك). وكان الهدف الرئيسي من زيارة المدير التنفيذي هو الاجتماع بفريق الوكالة شخصياً ومناقشة العمل المستمر والمستقبلي. كما صحبه خلال الرحلة المندوب المالي للمجلس الدولي للزيتون والمستشار الخارجي الذي



فبراير - ماليزيا

لقد كانت الجلسة الثانية والعشرون لهيئة الدستور الغذائي بشأن الدهون والزيوت المنعقدة في بينانج، ماليزيا سبب الرحلة التالية للمدير التنفيذي. ويتمتع المجلس الدولي للزيتون الذي يعد منظمة متميزة في مجال زيت الزيتون بسجل حافل بالعمل عن كثب مع هيئة الدستور الغذائي من أجل توافق المواصفات الغذائية الخاصة بهيئة الدستور الغذائي مع المواصفات التجارية للمجلس الدولي للزيتون.

كما كانت حدود عدد المقاييس -حمض اللينوليك وكمبسترول ودلتا 7 ستيجماسينول- على جدول الأعمال وتمت مناقشتها بتوسع،

وكان يحتدم النقاش أحياناً. وعلى جانب الجلسة، عقد بارجول اجتماعات تنسيقية مع وفود الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون الحاضرة حينها -الجزائر والأرجنتين ومصر وإيران والمغرب وسوريا وتركيا والاتحاد الأوروبي (ألمانيا وفرنسا والمجر وإيطاليا)- من أجل تقديم موقف مشترك حول نقاط النقاش. ويعتبر المجلس الدولي للزيتون مراقباً على اجتماعات هيئة الدستور الغذائي بشأن الدهون والزيوت "CCFO".

وقد وردت نتيجة الاجتماع في مقالة في قسم الأدلة والمعايير من هذا الإصدار.

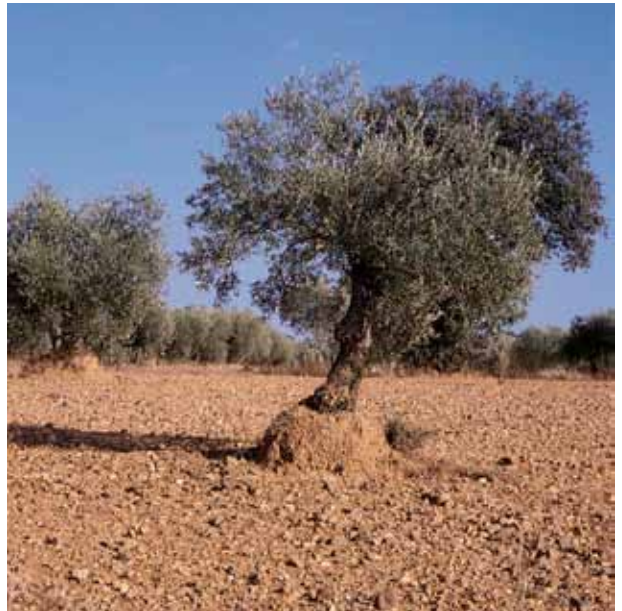
مارس - البرتغال

في لشبونة في 7 مارس من أجل مناقشة الاستعراض المستمر للدور والواجب المستقبلي للصندوق المشترك للسلع الأساسية والقواعد التشغيلية المستقبلية الخاصة بتقديم عروض المشاريع التي تسعى للحصول على تمويل الصندوق المشترك للسلع الأساسية.

كما قام المجلس الدولي للزيتون بتنفيذ العديد من المشاريع في الماضي بالشراكة مع الصندوق المشترك للسلع الأساسية. علاوة على ذلك، يجري في الوقت الحالي تنفيذ مشروع لإدارة الري، كما يجري التخطيط لمشاريع أخرى.

يعتبر الصندوق المشترك للسلع الأساسية (CFC) مؤسسة مالية حكومية دولية تتخذ من أمستردام، هولندا، مقراً لها. كما أن لديها العديد من الأهداف التي تتضمن مقاييس تطوير السلع عبر تمويل المشاريع المقدمة من جانب هيئات سلع أساسية دولية (ICBs) لمعالجة حالة عدم الاتزان الهيكلي التي يشهدها السوق، إضافة إلى دعم تنافسية السلع طويلة الأجل.

وقد حضر المدير التنفيذي الاجتماع الذي عقده الصندوق المشترك للسلع الأساسية وهيئات السلع الأساسية الدولية



مارس: بلجيكا

للزراعة ولمناقشة مجموعة من الأمور المالية. كما تطرق الحديث أيضاً إلى الهيكل التنظيمي الجديد والحملات الترويجية للمجلس الدولي للزيتون.

تعتبر الاجتماعات المنتظمة مع المفوضية الأوروبية جزءاً من علاقات العمل الخاصة بالمجلس الدولي للزيتون مع الاتحاد الأوروبي الذي يعتبر المساهم الرئيسي في ميزانية المجلس الدولي للزيتون.

وقد توجه المدير التنفيذي إلى بروكسل في 14 مارس لمقابلة فريق الإدارة في المديرية العامة



مارس - إيطاليا

للزيتون وجائزة ماريو سوليناز (Mario Solinas)، استمع إلى مخاوف إيطالية محددة، كما استمع إلى تعليق مفيد حول الترويج للمجلس الدولي للزيتون ومعايير الجودة والعلاقات مع أصحاب المصالح في هذا المجال.

كما التقى بارجول في روما مجموعة تتألف من 26 شخصاً من ممثلي الوزارات ومجال الزيتون والمجال الأكاديمي. وبعد توضيح التغييرات الجارية في السكرتارية التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون والحث على مشاركة إيطالية أكبر فيما يتعلق بالطلبات الخاصة بمنح المجلس الدولي

يعتبر بناء علاقات التواصل وتكوين علاقات قريبة مع القطاعين العام والخاص على قمة أولويات جدول أعمال المدير التنفيذي. وقد كانت إيطاليا المحطة الأولى فيما ينوي أن تكون حلقة الاتصال بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص لكافة الدول الأعضاء.

مارس - أسبانيا

المتعلقة بالتقييم الذوقي لزيت الزيتون البكر وكيفية معالجة الجدل المثار حول هذا الأمر في المجلس الدولي للزيتون. وأجاب بارجول أن هذا الطلب يمكن توصيله من خلال الاتحاد الأوروبي في اجتماع شهر يونيو للجنة التقنية للمجلس الدولي للزيتون أو من خلال المجال نفسه في الاجتماع القادم للجنة الاستشارية. ■

المستقبلية في الولايات المتحدة الأمريكية/ كندا. وأشار أيضاً إلى مستوى التقدم الخاص بتتقيح اتفاقية الرقابة على الجودة المدعومة من قبل المجلس الدولي للزيتون. تضمنت الأمور التي تطرقت إليها هيئة مصدري زيت الزيتون الأسبانيين مخاوف القطاع الأسباني التي تم التعبير عنها في ورقة المركز الموجودة على الطلب الخاص بطريقة المجلس الدولي للزيتون

في نهاية الشهر، حضر المدير التنفيذي اجتماع مجلس إدارة هيئة مصدري زيت الزيتون الأسبانيين (ASOLIVA). حيث أكد على توفر معلومات واضحة حول الحملة الترويجية للمجلس الدولي للزيتون في كل من الصين وروسيا وأماكن أخرى عبر الموقع الإلكتروني للمجلس الدولي للزيتون، كما أعرب عن استعداده لعقد اجتماع مع القطاع بأكمله حول الحملة الترويجية

الآن فمك زفارة الصفاة الإلكفرونفة للفاةة للمفاة الءولف للزفءون



كما أنه من الطبعف فف صفاة إنفرفف بهذه الأهمفة بأن فكون هناك دائماً أشفاء للقفام بها، على سبفل المئال فءفء مءواها بالفم لفاة الرسفمة وففعفل بفان الفففم الفءفد للسكرفارة الفففذفة. إنفا فهفء إلى فوسفع نطاا الشفرفة إلى مواضع أخرى، بالفضافة إلى فطور أسواق زفء الزفءون وزفءون المائءة، وففففف شراء المنشورات الرسفمة عبر الإنفرفف ...

ونحن فءوكم فمفعاً لفففم موقعا على الإنفرفف. ونؤك لكم أن أف فعلق سفكون موضع فرفب! (للافصال بنا:

■(siteweb@ternationaloliveoil.org

أفضا مع ممئل اللفاة الإسفشارفة لزفء الزفءون وزفءون المائءة، الفف فء المفاور الأساسي للمفاة الءولف للزفءون عند الفعبفر ونقل آراء مهففف القفااع. الفرفق المفع فف هذة العملفة الإفصاففة ففمئل فف المنطفة الخاصة للصفاة ففء ففم ففففف -بفرففة فرفببفة- المفاوعاء المءفلفة من المسفءمفن الففن لءفهم إمكاففة الفصول المباشر والفورف لجمفع الوئافق والمعلوماة المسفءمة كأساس لعمل المفاة الءولف للزفءون. والفءف هو فءول الصفاة لأءاة عمل ففة فعكس الوفاة الفقفف للمفاة الءولف للزفءون وفساعد على الففاعل مع الجمهور ومع فمفع الففن لءفهم علافة بالمنظمة.

كما أعلنفا فف العءء السابق من المفاة، فان الموقع الفءفد للمفاة الءولف للزفءون هو الآن فقفبة واقعة. أنهف إفلاقه فف بفافر من السنة الفالفة عملفة طوفلة من الفءفء وإعاءة الفففم الفف ففكز على عرض بئفة فءففة وعملفة وفذابة من وفاة النظر الجمالفة ولففففل الفففم والفء عن المعلوماة بصفة عامة.

بالإضافة إلى كونه صورة للمفاة الءولف للزفءون، ووسفلة لفققم مزفء من المعلوماة والمءوفى عن المنظمة وأنشطفها، فأنه فءففء أن فكون هذاف الإصدار الفءفء أداة رففسفة فف إسفرافبفة الإفصالات للمفاة الءولف للزفءون مع البلدان الأعضاء ومفاوعاء الفبراء المءعاونفن، فذلك

الاجتماع الثاني والعشرون للجنة الفرعية للأيزو لدهون والزيوت النباتية والحيوانية (أيزو TC34/SC11)

مدريد (إسبانيا)، 4 و5 أبريل 2011

مثمر، تشارك السكرتارية التنفيذية بشكل نشط في اجتماعات تلك اللجنة الفرعية بتنظيم الاختبارات التعاونية الضرورية وبالتأكد من صحة الطرق لزيوت الزيتون في بعض الحالات من خلال دمج أقسام محددة أو ملاحق إضافية. من جانبه، يشارك كل من رئيس الأيزو TC34/SC11 (ج.هـ. فيبيج) والسكرتير (ج. هانكوك) في اجتماعات الخبراء الكيميائيين للمجلس الدولي للزيتون.

تم اعتماد الطرق الأولى التي اقترحها المجلس الدولي للزيتون على اللجنة الفرعية للأيزو TC34/SC11 بواسطة إجراء "المسار السريع"، وتم نشرهم في الطبعة الأولى في 2010/1/5 كطرق الأيزو 12873/12872/12871 وهم الأساليب التالية بمرجعية المجلس الدولي للزيتون:

التبادلات التجارية مع تجنب العقبات في التجارة الدولية، مُنح المجلس الدولي للزيتون أهمية كبيرة في أنشطته بالتعاون بين هيئات المعايير المختلفة.

في الاجتماع التاسع عشر للجنة الفرعية للأيزو TC34/SC11 الذي عقد في بوينس أيرس (الأرجنتين) في أبريل 2007، اعتمدت الأيزو قرار 07/408 كنتيجة للتقارب بين المؤسسات للاستفادة من اتفاق مشترك لتعزيز التعاون بين المجلس الدولي

للزيتون والأيزو. وهكذا، فيمكن للمجلس الدولي للزيتون كمنظمة دولية متخصصة في زيوت الزيتون أن يقترح أساليب تحليل مدرجة في المعيار التجاري للمجلس الدولي للزيتون لزيوت الزيتون وزيوت ثفل الزيتون ويضمن أن معايير الأيزو مطبقة خصيصاً على منتجاتنا. مع هذا الهدف وفي سبيل تعاون

في أيام الرابع والخامس من أبريل لعام 2011 تم الاحتفال لأول مرة في مقر المجلس الدولي للزيتون في شارع Príncipe de Vergara ، 154 (إسبانيا) بالاجتماع الثاني والعشرين للجنة الفرعية للأيزو والدهون والزيوت النباتية والحيوانية أيزو TC34/SC11. تم تنظيم هذا الاجتماع بواسطة المجلس الدولي للزيتون بالإشتراك مع الرابطة الإسبانية للمعايير والشهادات في إطار أعمال وضع وتوحيد المعايير الدولية المتعلقة بزيوت الزيتون.

رحب كلا من المدير التنفيذي جان لوي بارجول، والمدير المساعد عمار أصباح المتولي مهامه حديثاً في السكرتارية التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون، بالمشاركين وهم: عشرون من ممثلي عدة منظمات لوضع المعايير وأعضاء الأيزو (الجمعية الإسبانية للمعايير والشهادات، الجمعية الفرنسية للمعايير والشهادات، المعهد القومي الأمريكي للمعايير، الجمعية الأمريكية لكميائي الزيت، المؤسسة البريطانية للشهادات، إلخ). من جانبها، حضرت مرسيدس فيرنانديث ألبالاديو من وحدة الكيمياء الزيتية وتعاون المعايير، أعمال المجموعة و قدمت عرضاً عن النشاط الذي يقوم به المجلس الدولي للزيتون منذ الاجتماع الأخير للجنة الفرعية الذي عقد في سيدني في 2009.

بغية الموازنة بين طرق التحليل المدرجة في المعيار التجاري من أجل حماية جودة المنتجات الزيتية وتعزيز



صورة رقم 1. لجنة الأيزو TC34/SC11 في وقت مداواتهم.

الأنشطة الفنية



الصورة رقم 2. نظرة عامة على قاعة المؤتمرات خلال الاجتماع.

الخصائص الحسية للزيوت المختلفة التي أعدت بها الأطباق التي شكلت القائمة المصنوعة حول زيت الزيتون بواسطة إبراهيم جارثيا من مطعم بيريديانا. ■

المشاركين، ومعظمهم من البلدان المستوردة لزيت الزيتون، بعينة من الصفات التذوقية والحسية للمنتج. ولتحقيق هذا الهدف، أقامت مأدبة عشاء حيث أمكنهم التمتع بتخصصات النظام الغذائي للبحر الأبيض المتوسط المصنوع من أنواع مختلفة من زيت الزيتون البكر الممتاز، والتي نُظِم فيها جلسة مسبقة لتذوق الزيوت وأيضاً لشرح

- طريقة COI/T.20/Doc. n° 18/Rev. 2 تحديد المحتوى الشمعي بواسطة الاستشراب الغازي بعمود شعري.
- طريقة COI/T.20/Doc. رقم 23 تحديد نسبة مادة ثنائي جليسريل مونو بالميتات.
- طريقة COI/T.20/Doc. رقم 26 تحديد المحتوى من الكحولات الأليفاتية بواسطة الاستشراب الغازي بالعمود الشعري.

وأوصى الخبراء الكيميائيون للمجلس الدولي للزيتون أنه بمجرد اعتماد الطريقة بشكل نهائي لتحديد الستيروول (COI/T.20/Doc) رقم 30) سوف تُقترح هذه الطريقة على الأيزو لزيوت الزيتون بحيث أنه أثناء مراجعة الطريقة المناسبة للأيزو سيُمنى قدماً في تنسيق ذلك في قسم خاص بزيوت الزيتون.

وبالإضافة إلى ذلك، أرادت السكرتارية التنفيذية تعريف



الصورة رقم 3. نظرة على العشاء المقدم من قبل المجلس الدولي للزيتون في مطعم بيريديانا ويتوسط الصورة الشيف الشهير إبراهيم جارثيا.

التحليل الحسي كمعيار جودة زيوت الزيتون البكر: بين الماضي والحاضر والمستقبل

عرفت المنظمة الدولية للمعايير (الأيزو) التحليل الحسي بأنه العلم المتعلق بالوسائل التي تتيح اختبار سمات المنتج بالطريقة الحسية عن طريق الحواس. وقد نشأ هذا العلم في أربعينيات القرن الماضي، بفضل تطبيق تقنيات إحصائية جديدة، وعلم الرياضيات، ووضع قواعد للظروف الفيزيائية للاختبارات. وقد تم استخدام فسيولوجيا الإدراك الحسي والذاكرة لتحقيق الاستخدام الأمثل لأداة التحليل الحسي والذواق والقضاء على أي تحيز ممكن.

وكان لزاماً تطبيق التحليل الحسي على زيت الزيتون، حيث أن هذا العلم متطور بشكل كبير، ويحوي كافة أوجه التقدم المكتسب، ويُستخدم في جميع صناعات المنتجات الغذائية. بدأ تطبيق التحليل الحسي على زيت الزيتون في السبعينيات من خلال الجهود التي قام بها معهد "دي لا جراسا" بأشبيلية. وفي عام 1981، قرر المجلس الشروع في العمل على وضع طريقة تقوم على قواعد وأساليب معترف بها دولياً، والتي تسمح بتقييم الخصائص الشمية-التذوقية بطريقة موضوعية، ووضع تعريف لها بأنها: لا غبار عليها تماماً، أو مقبولة، أو جيدة أو معيبة، وفقاً للمسميات المختلفة.

منذ عام 1982 وحتى عام 1986، عمل خبراء في مجال التحليل الحسي لزيت الزيتون من ست دول على وضع طريقة لتحقيق ذلك، والتي تم اعتمادها في عام 1987 من قِبَل المجلس، وأدرجت ضمن اللائحة العامة في عام



1991. وعلى ذلك تكون طريقة التقييم الحسي المطبقة على زيت الزيتون لها أكثر من عقدين من الزمن (أي أربع وعشرون سنة تقريباً).

الطريقة الأولى كانت تحدد الشروط الفيزيائية التي يجب إتباعها لتحقيق الموامة في عملية التقييم الحسي، وهي: كأس للتذوق، وغرفة التذوق، ودرجة حرارة الزيت، واختيار وتدريب الذواقين، والعدد المثالي لذواقي الطاقم، والمفردات الخاصة بتذوق زيت الزيتون وبهذه القواعد المستندة إلى قواعد دولية للتحليل الحسي، اعتمد المجلس الطريقة الأولى للتقييم الحسي لزيت الزيتون البكر، وكذا تصنيفه بمسمياته المختلفة.

إن إدراج التقييم الحسي في القاعدة التجارية للمجلس، وفي اللائحة العامة كمعيار للجودة يقف على نفس المستوى مع الحموضة الحرة، أو مؤشر

من كونها ضئيلة. حيث كان يُترك للذواق تقييم الزيت وفقاً لإدراكه الحسي بالشبه بطعم الفواكه وإدراكه بالعيوب. وحين ذلك قرر المجلس في عام 1992 مع خبرائه إعادة النظر في تلك الطريقة بهدف القضاء على أية إمكانية للوقوع في خطأ التحيز من قِبَل الذواق، وقرر إنشاء طريقة تسمح بتصنيف زيوت الزيتون البكر من خلال الإدراك الحسي لوجود العيوب أو الخلو منها. وفي هذه الحالة- من خلال كثافته والشبه بطعم الفواكه، بغض النظر عن نوعها. ويجب أن تقوم هذه الطريقة بالقضاء على أية إمكانية للتحيز باستخدام صيغ رياضية (أي الإحصائية السليمة باستخدام المتوسط، ومعاملات التباين السليمة، وفواصل زمنية موثوقة بمعدل 95%). يعمل الذواق كأداة لقياس كثافة الإدراك الحسي.

وقد اعتمد المجلس في نوفمبر 1996 الطريقة التي كانت سارية، حتى تمت

”وقد اكتُشف أنه عندما تُطبق هذه الطريقة من قِبَل طواقم مدربة تدريباً سليماً تكون أكثر سهولةً وجانساً.“

البيروكسيد، أو امتصاص الأشعة فوق البنفسجية- مما يسمح بالتمييز بين فئات زيت الزيتون البكر- قد أُلْقِيَ في حينه صناعة الزيتون والتجارة. وبالاعتماد على خبرة طاقم الذواق، والتي لا تزال غير كافية، في تطبيق الطريقة، شوهدت ملحوظات معينة فيما يتعلق بالتجانس غير الكافي في التقديرات التي توصل إليها الذواق بالرغم من أن هوامش الدقة كانت مقبولة.

كانت لهذه الطريقة أخطائها التي تتمثل في الذاتية (أي التحيز)- بالرغم

مراجعتها في نوفمبر 2007، والآن تم مراجعتها في نوفمبر 2010، الأمر الذي يُرغم الذواق على التصرف كجزء من الآلة المجردة لقياس حواس الشم والتذوق التي يشكلها الطاقم. ولأجل ذلك القياس يستخدم الذواق مقياس مدرج غير مركب بطول 10 سم، وهو الذي يمثل ورقة المعلومات الشخصية. وبالنسبة للتحليل فهو مسؤولية رئيس طاقم الذواق، وذلك بمساعدة إحدى البرامج الإحصائية الدقيقة، إضافة إلى الملحوظات المقدمة من الذواق - الذين يشكلون الطاقم-

لكل من الأوصاف الواردة في ورقة المعلومات الشخصية. يرجع تصنيف الزيت لانعدام العيوب، ولوجود الشبه بطعم الفواكه لزيت الزيتون البكر الممتاز، وبالنسبة للفئات الأخرى، فإنه في الغالب يكون لتوسط العيب المدرك حسياً أو بسبب انعدام الشبه بطعم الفواكه.

وقد اكتُشف أنه عندما تُطبق هذه الطريقة من قِبَل طواقم مدربة تدريباً سليماً تكون أكثر سهولةً وجانساً. وتكون هوامش دقتها مرضية للغاية، بنفس القدر أو أكبر من العديد من طرق التحليل الكيميائي.

في أعقاب اعتماد الطريقة الأولى للتقييم الحسي لزيت الزيتون البكر، أطلق المجلس الدولي للزيتون أنشطة تدريبية، في إطار برامج التعاون التقني الخاصة به، تتناول تطبيق الطريقة من خلال دورات تدريبية دولية، وفي الوقت ذاته، أوصى المجلس أعضائه بأن يشكلوا طواقم من الذواق مطابقة لقواعد المجلس الدولي للزيتون، ونظّم اختبارات تعاونية سنوية لتقييم كفاءتهم في تطبيق الطريقة، ومناقشة النتائج في اجتماعات للتنسيق وتحسين الموامة بين المعايير في تطبيق هذه الطريقة.

وفي إطار جودة مختبرات التحليل، ومن أجل زيادة الثقة المتبادلة فيما بينهم، وكذلك الثقة بين المهنيين المحترفين في مجال زيت الزيتون، اعتمد المجلس الدولي للزيتون قواعد لمنح اعترافه، كما فعل مع مختبرات التحليل الفيزيوكيميائي، بطواقم الذواق التي توفي الشروط المحددة بقرار (RES-2/90-IV/04)، ويُراجَع ذلك في كل عام. ويجب أن تثبت الطواقم المعنية من قِبَل السلطات المعنية في

الدول كفاءتها في تطبيق الطريقة المتبناة من قِبَل المجلس للتقييم الحسي لزيت الزيتون البكر في اختبارين سنوياً، وتقوم بتنظيمهما الأمانة التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون. يؤكد المجلس كذلك ليس فقط على كفاءة الطواقم، ولكن أيضاً على كفاءة معداتها، وتجهيزاتها، وأهلية أعضائها (الذواقة وقائد الطاقم)، فضلاً عن إدارتها (لمراقبة الجودة).

وفي عامي 2010-2011 حصل سبعة وأربعون طاقم على اعتراف المجلس الدولي للزيتون، وهم من البلاد الآتية: (ألمانيا والأرجنتين وأستراليا وسلوفينيا وإسبانيا والولايات المتحدة وفرنسا واليونان وإسرائيل وإيطاليا والأردن والمغرب والبرتغال وسوريا وتونس وتركيا). وفي بداية كل عام يتم إصدار قائمة الطواقم الرسمية التي ستشارك في الاختبارات التعاونية السنوية لمراقبة الكفاءة. وقوائم المختبرات المعترف بها في المجلس الدولي للزيتون متاحة عبر الموقع الإلكتروني للمجلس ويتم تجديدها سنوياً. شهادات التحليل الصادرة عن هذه الطواقم المعترف بها لها قيمة

قانونية في حالة المنازعات القضائية.

مع الأخذ في الاعتبار كل ما تقدم، والعمل المنجز في هذا المجال خلال السنوات، والتقارير الحديثة المرتبطة باقتراح إلغاء التقييم الحسي كميّار للجودة، وتزامن هذا مع نشر الدراسات التي شككت في الجودة الحسية لزيتون معينة، وبجانب تضمين هذه الطريقة كميّار للجودة ضمن المعايير الدولية والمحلية، فإنه أصبح من الضروري مواصلة العمل معاً للوصول لأنسب طريقة لتحسين الوضع.

ومن أجل هذا، فإن المجلس الدولي للزيتون قد تعاون مع القطاع بأكمله، وسيواصل القيام بهذا بطريقة أكثر تكثيفاً. في أنه قد لا يمكن تجنب وجود تناقضات أحياناً بين الجوانب المتعلقة بالقاعدة وتطبيق طرق التحليل وعند وضع الحدود التي تضمن جودة الزيوت ونقاؤها. وبالنسبة للمسألة التي أُثيرت من قِبَل بعض الجمعيات والتي تتعلق بالتحليل الحسي لزيتون الزيتون سيتم معالجتها بفريق من الخبراء في التقييم الحسي وأيضاً بالخبراء الكيميائيين الذين يمثلون القطاع.

ويمكن أيضاً تقديم اقتراحات محددة للاجتماع القادم للجنة الاستشارية للمجلس والتي تضم ممثليه.

وكما هو معتاد، فإن المجلس منفتح أمام التعاون ودراسة الحلول الممكنة للمشاكل التي أُثيرت في مختلف الأسواق. ومن أجل هذا فقد قرر إنشاء فريق للمتابعة لتحسين برنامج مراقبة الجودة، ومن المقرر معالجة هذا الأمر فيه إلي جانب المسائل الأخرى التي تنشأ ذات الاهتمام. ومن المتوقع أيضاً إنشاء فريق جديد في عام 2011 لدراسة توسيم (تصنيف) منتجات الزيتون، ويمكنه أيضاً معالجة مختلف الجوانب، وقد يضم ممثلين من القطاع.

وأخيراً، ينبغي التذكير بأن المجلس الدولي للزيتون هو المنتدى الذي يقوم أعضائه بوضع واعتماد القواعد المتعلقة بمنتجات الزيتون، والموجهة لتحسين ومراقبة الجودة من أجل تحقيق الشفافية في السوق العالمي لزيت الزيتون، وزيت عصاره الزيتون، وزيتون المائدة، مما يشجع على استهلاك هذه المنتجات.

الدلالات الجغرافية لزيت الزيتون وزيتون المائدة

دليل إجراءات فنية جيدة وغير فنية وقانونية. وفيما بعد، بحثت اللجنة الاقتصادية هذا البند في الجلسة رقم 98 في تشرين الثاني/نوفمبر واتفق مجلس الأعضاء على أن يتم في عام 2011 عمل دليل للتوصيات الفنية.

وعقب هذه التوصيات تشكلت مجموعة خبراء من الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون، وكانت مسؤولة عن تحرير هذا الدليل الفني. وقد اجتمعت هذه المجموعة للمرة الأولى في 25 آذار/مارس 2011 بهدف تحديد المسائل الرئيسية في إعداد الدليل وإعداد خطة عمل وأجندة أنشطة يتم تنفيذها قبل الاجتماع الثاني المقرر في تشرين أول/أكتوبر هذا العام. ■

والجلسات والدراسة نفسها على موقع المجلس الدولي للزيتون على شبكة الإنترنت على العنوان التالي : <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/388-geographical-indications>

لقد كانت العروض محل تقدير كبير من جانب المشاركين. وقد أظهرت الحلقة البحثية أن الدراسة التي قام بها المكتب الاستشاري Insight Consulting بطلب من أعضاء المجلس الدولي للزيتون تُمثل قيمة فعلية للدول، سواءً التي لديها مسميات أصلية مسبقاً وتلك التي ليس لديها مسميات أو التي في طريقها للحصول عليها.

عقب مناقشات الاجتماع رقم 36 للجنة الاستشارية الذي عقد في ريجيو كالابريا، في 22 تشرين أول/أكتوبر 2010 خرجت توصية بإعداد

كما أخبرنا قراننا في العدد السابق من هذه المجلة، أجرت السكرتارية التنفيذية للمجلس الدولي للزيتون دراسة فنية وقانونية عن الدلالات الجغرافية التي أدت إلى عمل حلقة بحثية دولية بدعوة من السلطات الإيطالية والتي عُقدت في 21 تشرين أول/أكتوبر 2010 في فيلا سان جيوفاني (RC)، إيطاليا. وقد حضر ما يربو على المائة مشارك من الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون ودول أخرى مثل استراليا والولايات المتحدة والبرازيل واليابان وأورجواي. وعرضت الحلقة البحثية نتائج الدراسة الفنية والقانونية وقد شارك بخبراتهم عدد كبير من المحاضرين ذائعي الصيت المنتمين لمنظمات دولية مثل المنظمة العالمية للملكية الفكرية OMPI ومنظمة التجارة العالمية OMC والدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون. يُشار هنا إلى توافر البرنامج



على نحو أكبر من ذي قبل، الزيت في منافسة على جائزة ماريو سوليناز (Mario Solinas) من المجلس الدولي للزيتون

عند إنشائها في عام 2001، تم تقديم مجموعة من 34 نوعاً من الزيوت من 8 دول للمنافسة الدولية التي أنشأها حديثاً ونظمها المجلس الدولي للزيتون، لمكافأة الجودة الحسية لزيت الزيتون البكر الممتازة من خلال جائزة ماريو سوليناز (Mario Solinas). ومنذ ذلك الحين، تطورت المسابقة بشكل كبير، وفي هذا العام، مع بلوغها نسختها الحادية عشر، تم اعتماد 97 صنفاً من الزيت من أسبانيا (43)، البرتغال (38)، اليونان (9)، إيطاليا (1)، فرنسا (1)، المغرب (1)، إسرائيل (1) وتركيا (3). يرجى ملاحظة أن هذه هي المرة الأولى التي تدخل فيها المسابقة زيوت تركيا، كعضو في المجلس الدولي للزيتون منذ العام الماضي. وقد أوضحت هذه الزيادة في عدد المشاركين الفائزة

المتزايدة في قطاع المنافسة والتزامها تجاه الجودة.

ومع تنامي الخبرة، تم تعديل قواعد المنافسة. وهذه المنافسة التي كانت بداية مقصورة على مشاركة أعضاء المجلس الدولي للزيتون، أصبحت الآن مفتوحة أمام جميع الدول المنتجة. وكذلك قد خفضت حجم الحد الأدنى لكمية الزيوت من 5000 إلى 3000 لتراً، وقد مرت المجموعات المختلفة من أجل تصنيف واختيار الزيوت بسلسلة من التغييرات، بلغت ذروتها بفئتين - في المقام الأول الزيتون قوي النكهة مع قسمين فرعيين (متوسطة وثقيلة) وثمار أخرى ناضجة.

وتجدر الإشارة إلى الهدف الأساسي من المنحة، وهو للعلم:

• الاستكشاف وإعطاء الصناعة إمكانية الإعداد للحصول على

منتج عالي الجودة، بما يسهم في الانتشار محلياً وعالمياً

- رفع الحس لدى المستهلكين عن تنوع الخصائص الحسية ونكهة ومذاق زيوت الزيتون البكر الممتازة في السوق
- إعلاء وتشجيع تطوير الزيوت الاستثنائية المشاركة في تحسين صورة المنتج وزيادة حصتك

تقييم الزيوت

يتم تقييم الزيوت من خلال سلسلة من القواعد المعترف بها من قبل المجلس الدولي للزيتون، تبعاً لورقة توصيف يتم عليها تدوين أكثر من 100 ملاحظة، من حيث الرائحة، والمذاق وارتداد التأثير الأنفي والتعقيد والثبات.



الأنشطة الفنية

وسوف يُقام حفل تسليم الجوائز خلال الاحتفال الرسمي الذي سيعقد في مقر المجلس الدولي للزيتون في 17 حزيران/يونيو 2011. ■

موقع المجلس الدولي للزيتون للحصول على جميع التفاصيل عن صفات الزيت المستحق للاعتراف بها. وكذلك نطلب الزيادة شيئاً فشيئاً لعدد المنتجين ومنظمات المنتجين وشركات التعبئة في المشاركة في النسخ التالية لاستكشاف مجمل مسابقات الزيتون. وبهذه الطريقة، المشاركة في دعم صورة زيت الزيتون البكر الممتازة عالمياً، وجعله منتجاً يحظى بثقة المستهلكين بفضل جودته الممتازة.

الزيت الستة من كل مجموعة الحاصلة على أفضل نتيجة تُعلن على أنها في الأدوار النهائية وتنتقل للمرحلة التالية: يتم التقييم بواسطة لجنة تحكيم دولية تتشكل من رواد خبراء وتجتمع في مقر المجلس الدولي للزيتون لمدة يومين. عند إطلاع الصحافة على هذا العدد، تكون لجنة التحكيم قد انتهت من اختيار الزيوت الفائزة بالجائزة الأولى والثانية والثالثة من كل فئة. وبناءً عليه، ننصح قرائنا بمراجعة

لماذا ماريو سوليناز (Mario Solinas) جائزة المجلس الدولي للزيتون؟

من المحتمل أن اسم ماريو سوليناز (Mario Solinas) لا يماثل كثيراً من قرائنا وبخاصة خارج إيطاليا. إلا أنه كان أحد أكبر المروجين للتقييم الحسي لزيت الزيتون البكر الممتاز ومدافع متحمس عن جودة المنتج.

وبإعطاء اسمه لهذه الجائزة، نكون قد عبرنا عن رغبتنا في تكريم ذكرى هذا الباحث في نفس الوقت مع المجلس وأسهمنا في توحيد معايير جودة زيوت الزيتون.

برامج منح التمويل لعام 2011

يعتبر الترويج لزيت الزيتون وزيتون المائدة هدفاً رئيسياً للمجلس الدولي للزيتون. حيث يتمثل العمل في حملات ترويجية في الأسواق المستهدفة والكثير من المبادرات غير المباشرة مثل تقديم تمويل للأحداث والأنشطة الترويجية التي تنظمها الدول الأعضاء.

حيث يقدم المجلس الدولي للزيتون منذ عام 2008 نظامين لمنح التمويل للأحداث والأنشطة الترويجية، إلا أن الاستجابة للدعوات السنوية الخاصة بطلبات منح التمويل المشترك كانت ضعيفة خلال السنوات الماضية.

لذلك تحاول السكرتارية التنفيذية الإعلان عن تلك الطلبات بشكل أوسع من خلال تعميم إصدارات صحفية والكتابة لرؤساء وفود المجلس الدولي للزيتون ونشر إعلانات في قسم العقود والمنح والوظائف الشاغرة على الموقع الإلكتروني للمجلس الدولي للزيتون (www.internationaloliveoil.org)

وكتابة مقالات تحوي معلومات في مجلة "OLIVAE". ورداً على الملاحظات، فإنها تستعرض أيضاً سبل تبسيط المتطلبات لجعلها أكثر مرونة ولجذب مزيد من الطلبات من مزيد من الدول.

يتم تقديم منح لنوعين من الأحداث الترويجية:

- الأحداث الترويجية والعلمية ذات الصلة بزيت الزيتون وزيتون المائدة في الدول المنتجة الأعضاء في الاتحاد الأوروبي/ المجلس الدولي للزيتون.
- البرامج القومية للترويج الاستهلاك المحلي لزيت الزيتون والمائدة في الدول المنتجة غير الأعضاء في الاتحاد الأوروبي و الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون

تمت الدعوة إلى طلبات المنح لعام 2011 لهاتين الفئتين في نهاية ديسمبر 2010. وفي تاريخ الموعد النهائي لتلقي

الطلبات الموافق 14 فبراير 2011، تم استلام 16 طلباً في الفئة الأولى للأنشطة في بلجيكا (1) وقبرص (1) واليونان (1) وإيطاليا (1) ولوكسمبورج (1) ومالطا (1) وسلوفينيا (1) وأسبانيا (8) والبرتغال (1). وقد تم قبول 12 عرضاً منها بشكل نهائي، بينما تم رفض بقية العروض.

وقد كان ناتج الفئة الثانية ضعيفاً، حيث تم الحصول على سبعة طلبات منح من دول غير أعضاء في الاتحاد الأوروبي/المجلس الدولي للزيتون (إيران 1، ومصر 1، والمغرب 2، ولبنان 1، وتركيا 1). ولسوء الحظ، لم يتم قبول أيّاً من هذه الطلبات.

بينما تم إصدار النداء الثاني لطلبات المنح في منتصف إبريل. ولزيادة معدل نجاح الطلبات، تخطط السكرتارية التنفيذية لوضع نماذج واضحة لما تسعى إليه في عروض المنح.

الأنشطة الترويجية

البرازيل هي الهدف التالي للمجلس الدولي للزيتون لأبحاث السوق

على الموقع الإلكتروني للمجلس الدولي للزيتون، فضلاً عن الإعلان عن ذلك في الوسائل المطبوعة. وعند وصول هذا الإصدار إلى يد القراء، يكون قد تم التوصل إلى قرار الترسية، وسيتم على مقدم العطاء المقبول تقديم تقرير كامل حول أبحاث السوق في بداية خريف هذا العام.

وتتوي السكترارية التنفيذية تعميم النتائج عبر الموقع الإلكتروني للمجلس الدولي للزيتون للحصول على مدخلات من أصحاب المصالح من الجهات الخاصة والمؤسسية. ■

للزيتون لهذا العام مخصصاً لأبحاث السوق في البرازيل من أجل تقييم الطلب والعرض المحليين والحصول على السوقية والتوزيع والأسعار والرسوم الجمركية والعقبات الفنية وعوامل أخرى.

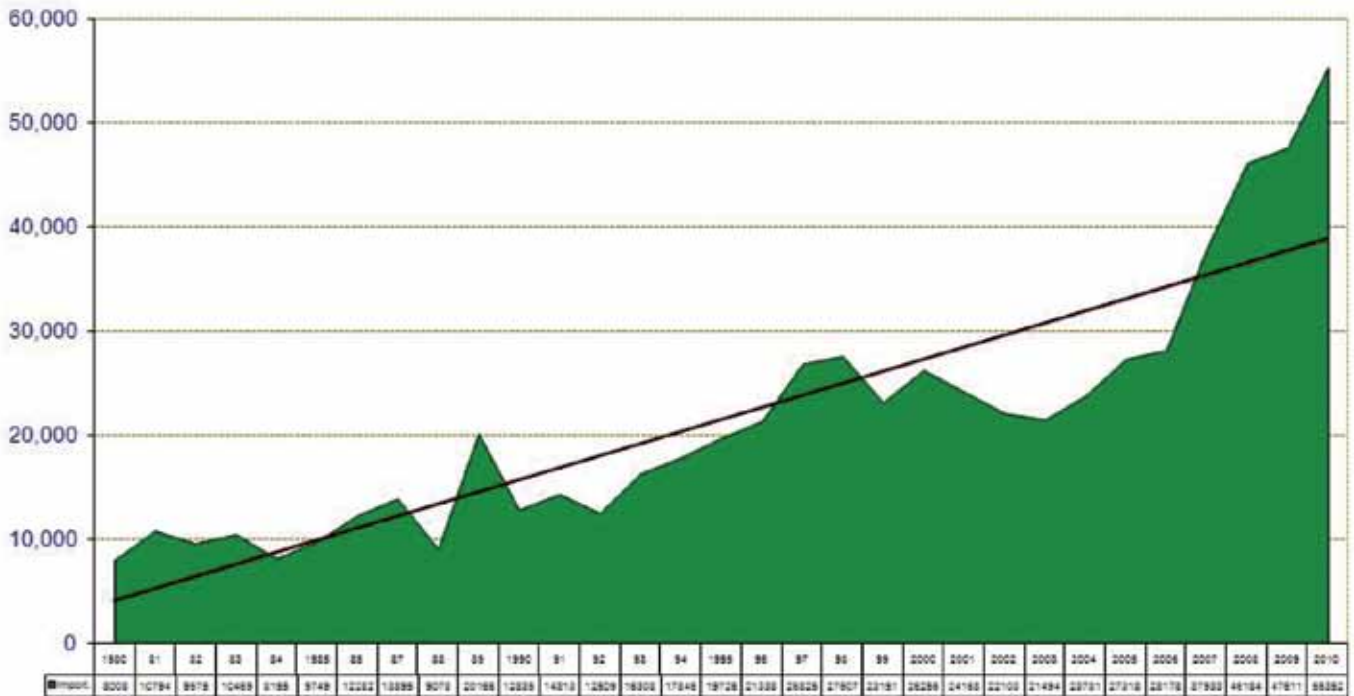
عندما يضع المجلس ناظره على أسواق جديدة لحمالاته الترويجية، تقوم السكترارية التنفيذية بداية بإجراء أبحاث سوقية لتقييم الإمكانية الحقيقية لتوسيع معدل استهلاك زيت الزيتون وزيتون المائدة في الدول المستهدفة.

كما تم نشر طلب تقديم عطاءات

وقد تضمنت ميزانية المجلس الدولي



البرازيل: واردات زيت الزيتون



الأنشطة الترويجية

يشجع المجلس الدولي للزيتون زيت الزيتون وزيتون المائدة في اثنين من الدول الرئيسية والاستراتيجية المستهلكة: الصين وروسيا

وسائل الإعلام وكانت التغطية رائعة.

- المعارض التجارية: شارك المجلس الدولي للزيتون في معرض "Oil China"، وهو معرض تجارى متخصص، عُقد في شنغهاي فى الفترة من 18

فى الصين، مؤتمر صحفى عُقد ببيكين فى 6 مايو 2010 وتجمعاً إعلامياً بشنغهاي فى 11 مايو. لقي كلا الحدثين نجاحاً هائلاً فى توصيل رسائل حول مهمة المجلس الدولي للزيتون وفوائد زيت الزيتون وزيتون المائدة الى

خلال عامى 2010-2011، سلط المجلس الدولي للزيتون الضوء علي اثنين من الدول الاستراتيجية المستهلكة: الصين وروسيا.

الأهداف الرئيسية لهذه الحملات هي:

- الترويج لزيادة ادراك الخصائص الغذائية والعلاجية والحسية/التذوقية لزيت الزيتون وزيتون المائدة
- تحفيز وسائل الإعلام المحلية لبحث رسائل فوائد زيت الزيتون وزيتون المائدة

يجرى إنجاز هذه الأهداف فى كلا البلدين من خلال الأنشطة التالية:

فى الصين:

- كان من الضرورى نشر كميات هائلة من المواد الصحفية والمحتويات عن زيت الزيتون وزيتون المائدة لتعزيز العلاقات الإعلامية. وذلك بشكل مستمر لعدة وسائل إعلامية صينية، مما أعطي الفرصة للحملة لتحقيق آثار فعالة علي الجمهور.
- الأحداث الإعلامية: كان أول الأحداث للمجلس الدولي للزيتون



انعقاد المؤتمر الصحفى ببيكين

الأنشطة الترويجية



انعقاد المؤتمر الصحفي بكين

يتم تكثيف الاتصالات من خلال المدونين في مجال الصحة والغذاء وقنوات وصفات الطهي وطرق المعيشة، التي نشرت أيضاً متواصلاً من المحتوى الجديد المتعلق بترويج المجلس الدولي للزيتون لزيت الزيتون المائدة في الصين.

الذين يُعدون بمثابة الموجهين المستهدفين للأراء المتخصصة. البعض الآخر يُعد قيد التنفيذ في عام 2011.

- الإنترنت والمدونات: تم تطوير موقع إلكتروني ليطّلع الجمهور الصيني على استخدامات وفوائد زيت الزيتون وزيتون المائدة (<http://www.oliveandoilpromoinchina.org>)

الى 20 أبريل 2011. وكان له ستاند شركة، وقد اشترك بفاعلية في أنشطة متصلة، على سبيل المثال مؤتمر التجارة والاجتماعات الإعلامية.

- القادة المستهدفين: لقد عُقدت العديد من الأنشطة في عام 2011 لغرض توصيل رسالة المجلس الدولي للزيتون لهؤلاء



آراء المعرض الوطني لزيت الطعام (بكين، مايو 2010)

الأنشطة الترويجية

Оливки и оливковое масло

Рецепты

Здоровье

Пресс-центр

Оливки и оливковое масло в России

Главная

Мы рады приветствовать Вас на сайте Международного Оливкового Совета (ИОС) - единственной в мире международной межправительственной организации, которая занимается всеми вопросами, связанными с оливковым маслом и столовыми оливками.

Если Вы нашли нас, это значит, что Вы слышали о полезных свойствах и уникальном вкусе и аромате оливкового масла и столовых оливок.

Регулярное употребление в пищу оливкового масла и столовых оливок способствует очищению организма от токсинов, укрепляет иммунную систему, служит профилактике сердечнососудистых заболеваний и заболеваний системы

الموقع الإلكتروني في روسيا

في روسيا:

- تم تطوير موقع إلكتروني للترويج لزيت الزيتون وزيتون المائدة في روسيا. فيما يلي بعض الموضوعات المطروحة على الموقع: مقدمة عن زيت الزيتون وزيتون المائدة، تاريخه، طهيه، تصنيف زيت الزيتون، أنواع زيتون المائدة، إستخداماته، ملاحظات، أبحاث طبية، المطبخ الروسي، حماية البحر الأبيض المتوسط، الصحة والتغذية، الوقاية من الأمراض: أمراض القلب والأوعية الدموية، السكري، الشيخوخة، السرطان

سوف تستمر الأنشطة الترويجية في هاتين الدولتين خلال عام 2011.

أنشطة المنقاصات لعامي 2011 و 2012:

الي جانب تفعيل أبحاث السوق في البرازيل (انظر المقالة في هذا الاصدار والموقع الإلكتروني للمجلس الدولي للزيتون). نشر المجلس الدولي للزيتون دعوة لتقديم مناقصة للقيام بحملة ترويجية لزيت الزيتون وزيتون المائدة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا في عامي 2011-2012. ■

والسمنة، مقارنة الزيوت، الجمال، سوق زيت الزيتون وزيتون المائدة في روسيا

www.promoliveoilrussia.org

- تم تصميم كتيب لوصفات الطهي وسوف يتم ادراجه في مجلة ذات استهلاك بالغ:
- عُقدت أحداث المستهلك بالمراكز التجارية في موسكو وسان بيترسبرج، وتُنظمت مسابقات في وسائل الإعلام وعلى الانترنت لتعريف الأسر الروسية بزيت الزيتون وزيتون المائدة، واستعراض أفضليتهما وكيفية استخدامهما.

الأنشطة الترويجية



Оливки и оливковое масло являются продуктами, которые в последние годы пользуются огромным спросом. Это связано с тем, что оливки и оливковое масло являются полезными продуктами, которые содержат много витаминов и минералов. Оливки и оливковое масло являются продуктами, которые содержат много витаминов и минералов. Оливки и оливковое масло являются продуктами, которые содержат много витаминов и минералов.



Оливки в тесте
 Ингредиенты: 100 г муки, 1 яйцо, 100 г оливкового масла, 100 г оливок, соль, перец.
 1. Смешать муку и яйцо. 2. Добавить оливковое масло. 3. Добавить оливоки. 4. Выпекать в духовке при 180°C.



Томатный тарт с оливками, луком и базиликом
 Ингредиенты: 1 кг томатов, 100 г оливок, 1 луковица, 1 пучок базилика, 1 яйцо, 100 г муки, 100 г масла.
 1. Нарезать томаты. 2. Добавить оливоки. 3. Добавить лук. 4. Добавить базилик. 5. Выпекать в духовке при 180°C.



Французский салат нисуаз
 Ингредиенты: 100 г помидоров, 100 г оливок, 1 луковица, 1 пучок базилика, 1 яйцо, 100 г муки, 100 г масла.
 1. Нарезать помидоры. 2. Добавить оливоки. 3. Добавить лук. 4. Добавить базилик. 5. Выпекать в духовке при 180°C.



Спагетти с каперсами и оливками
 Ингредиенты: 100 г спагетти, 100 г каперсов, 100 г оливок, 1 луковица, 1 пучок базилика, 1 яйцо, 100 г муки, 100 г масла.
 1. Варить спагетти. 2. Добавить каперсы. 3. Добавить оливоки. 4. Добавить лук. 5. Добавить базилик. 6. Выпекать в духовке при 180°C.

Кتيب لوصفات الطهي



أحداث المستهلك، موسكو 2010



أحداث المستهلك، سان بيترسبرج 2010

السوق العالمي في أرقام

زيت الزيتون

في إطار جلسته رقم 98 التي عقدت في مدريد في تشرين الثاني/نوفمبر 2010، بحث مجلس الأعضاء وضع السوق العالمي لزيت الزيتون للحملة الترويجية 2008/09 (المعطيات النهائية)، وحملة 2009/10 (المعطيات المؤقتة) وحملة 2010/11 (تقديرات). وقد بحث كذلك مستويات الأسعار العقارية داخل الاتحاد الأوروبي والثوابت الأساسية للسوق العالمي لزيت الزيتون.

حملة 2008/09 (المعطيات النهائية)

بدأت الحملة بتوافر 839,500 طن، أي أكثر من المتطلبات الطبيعية للربط.

انخفاض الإنتاج العالمي

(2,669,500 طن) بمقدار 2% بالنسبة للموسم السابق. قامت جميع دول الاتحاد الأوروبي بالتخفيض بمقدار 8.5% بالنسبة للموسم السابق. 98% من الإنتاج العالمي في ارتفاع للدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون من بينها 73% للدول المنتجة من الاتحاد الأوروبي.

بلغ الاستهلاك العالمي

2,831,500 طن، + 3% بالنسبة للموسم السابق. 82% خاصة بدول أعضاء في المجلس الدولي للزيتون و66% للاتحاد الأوروبي. خلال هذه

الحملة، تجاوز الاستهلاك الإنتاج بمقدار 162,000 طن.

تمثل إنتاجية الاتحاد الأوروبي حوالي 75% من الإنتاج العالمي. والدول المنتجة الرئيسية هي إسبانيا الاتحاد الأوروبي (46%)، إيطاليا (15%)، اليونان (11%) والبرتغال (2%).

سوف يزيد الاستهلاك المقدر (2,873,000 طن) بصورة طفيفة بمقدار 42,000 طناً للحملة السابقة. تقدر نسبة استهلاك الاتحاد الأوروبي في الاستهلاك العالمي بأكثر من 63% الفارق بين الإنتاج والاستهلاك هو + 151000 طن.

فيما يتعلق بالتجارة العالمية، تُقدر الواردات بـ 664,500 طن، في حين يمكن تقدير الصادرات بـ 673,000 طن. حيث في الموسم السابق وُجد فارق طفيف بمقدار 8,500 طناً. صادرات الاتحاد الأوروبي تمثل 63% من الإجمالي العالمي.

كما في موسم 2008/09، تخطى تقرير الفائض (812000 طناً) المتطلبات الإسمية للربط. في الاتحاد الأوروبي كان آخر فائض (635000 طن) يمثل 78% من الإجمالي العالمي. إجمالي واردات زيوت الزيتون وزيوت كُسب الزيتون في الدول الخمس الرئيسية المستوردة (الجدول 1) خلال حملة 2009/10 زاد بمقدار 6% بالنسبة

فيما يتعلق بالتجارة الدولية، يلاحظ أن الفارق بين الواردات الفعلية (600,500 طن) والصادرات (608 500 طن) كان طفيفاً بمقدار 8,000 طن. وقد زادت صادرات الاتحاد الأوروبي خلال الحملة (376000 طن، عدا الداخلي) إلى أكثر من 61% من الصادرات العالمية.

باقي نهاية هذا الموسم في 31 تشرين أول/أكتوبر، 2009 كان 669 500 طناً، منها 80% خاصة بدول الاتحاد الأوروبي.

توافر زيت الزيتون، والمجموعة الدولية خلال موسم 2008/09 - كان إجمالي المخزونات والإنتاج في بداية الحملة - على التوالي 3,509,000 و2,672,500 طناً.

حملة 2009/10 (المعطيات المؤقتة)

يقدر الإنتاج العالمي لزيت الزيتون لحملة 2009/10 بمقدار 3024000 طن، بزيادة مطلقة قدرها 354,500 طناً، بنسبة 13% عن الموسم السابق. وكانت الزيادة بفضل المغرب وإسبانيا واليونان وتركيا وسوريا. بتحقيق هذا التقدير، فسوف تكون الحملة هي الأهم بعد الرقم القياسي السابق 3,174,000

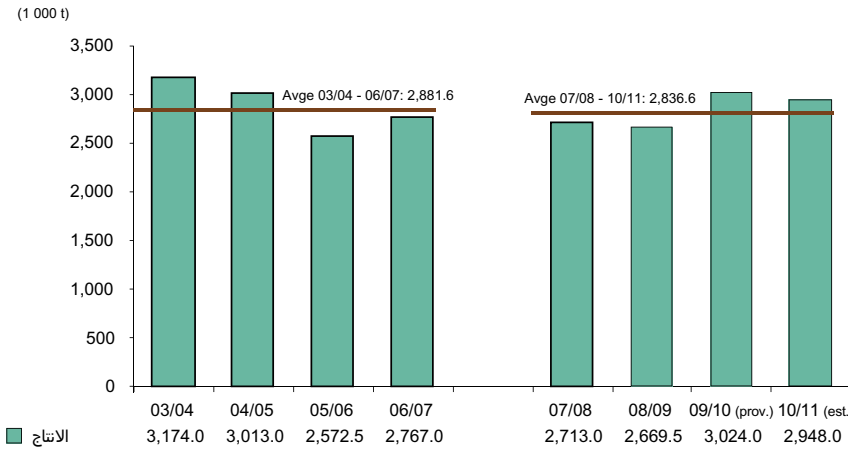
لواردات الموسم السابق. كانت هناك - 2% زيادات في أستراليا +24%، البرازيل، +20%، كندا +16% واليابان +30%، فيما حدث انخفاض في الولايات المتحدة

جدول 1.
حالة واردات زيت الزيتون
(بما فيها زيوت كُسب الزيتون) (1000 طن)

الدول	2009/10	2008/09	2007/08	2006/07	2005/06	2004/05	2003/04	2002/03	2001/02	2000/01
أستراليا	36	29	28	42	33	29	31	32	27	30
البرازيل	54	45	44	36	26	27	24	21	23	25
كندا	37	32	34	34	30	32	26	25	24	25
الولايات المتحدة	272	277	264	262	243	247	248	216	218	215
اليابان	43	33	30	32	30	33	33	31	32	30
الإجمالي	442	416	400	406	362	368	362	325	324	325

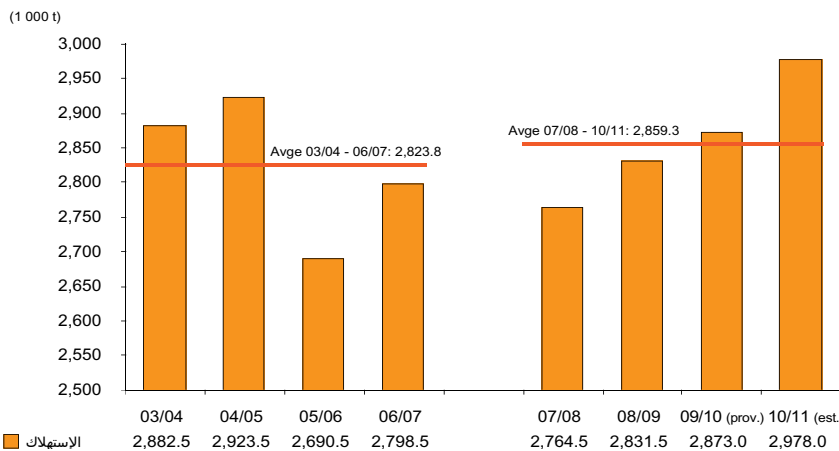
حملة 2010/11 (المعطيات التقديرية)

شكل 1. إنتاج زيت الزيتون: مقارنة فترتي السنوات الأربع لزراعات الزيتون (2007/08-2010/11 و 2003/04-2006/07).



تقديرات الإنتاج لهذا العام هي 2,948,000 طن، أقل قليلاً من الموسم السابق. إلا أنه من المتوقع زيادة الاستهلاك وبلوغه 2,978,000 طن. فيما يتعلق بصاردات التجارة العالمية فإنها تقدر بـ 707,000 طن أكثر من الواردات (684,000 طن).

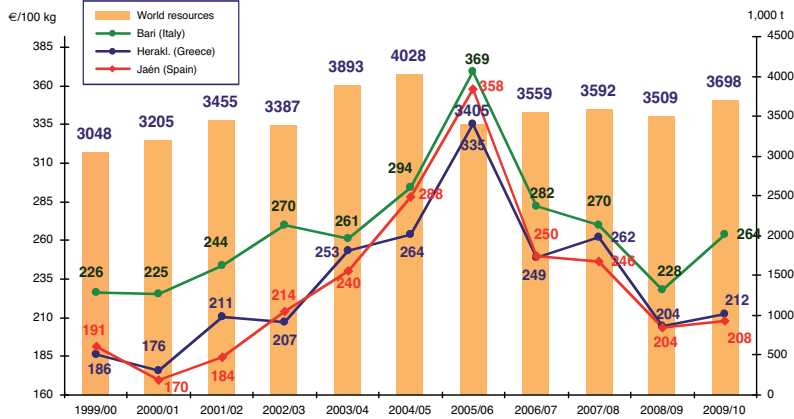
شكل 2. استهلاك زيت الزيتون: مقارنة فترتي السنوات الأربع لزراعات الزيتون (2007/08-2010/11 و 2003/04-2006/07).



مقارنة

الشكلان 1 و 2 يوضحان مقارنة آخر 4 حملات للإنتاج والاستهلاك العالمي. في حين سجل الإنتاج انخفاضاً بمقدار 2% بين زيادات الاستهلاك في الفترتين بمقدار 1% لنفس الفترات.

شكل 3. متوسط الأسعار في المصدر للحملة الزراعية
للزيتون البكر الممتازة. (2009/10 - 1999/00)



الجدول 4 يُجمل معدلات وأسعار
الموسم مُحللة لفئة البكر الممتازة،
الحملة التالية والثلاث حملات السابقة.
أسعار فئة الزيت المكرر: شكل
5 يوضح تطور الأسعار لفئة زيت
الزيتون المكرر لأسواق باري
(إيطاليا) وقرطبة / سيفيلا (إسبانيا).
في آذار/مارس 2011، انخفضت الأسعار
بمقدار 4% لتبلغ 177,7 يورو /
100 كغ في قرطبة (إسبانيا) و -
6% 186,0 يورو / 100 كغ في باري
(إيطاليا). لا توجد بيانات متاحة
للليونان. بدأت الزيادة الطفيفة في
الأسعار في تشرين أول/أكتوبر 2010
واستمرت حتى منتصف كانون أول/ديسمبر،
وبدا الاتجاه في الانعكاس.

شكل 4. تطور متوسط الأسعار الشهرية للمنتج للزيتون البكر الممتازة



الأسعار التجارية

الأسعار التجارية لفئة البكر الممتازة
في الثلاثة أسواق الممثلة للاتحاد
الأوروبي- باري (إيطاليا)، هيراكلون
/ ميسيني (اليونان) وجيان (إسبانيا) -
تغطي حوالي 73% من الإنتاج العالمي
من زيت الزيتون. ويؤثر تطورها على
الأسعار في مناطق أخرى من الاتحاد
الأوروبي في دول منتجة أخرى،
وبخاصة فيما يتعلق بالزيتون الأحدث
للتصدير.

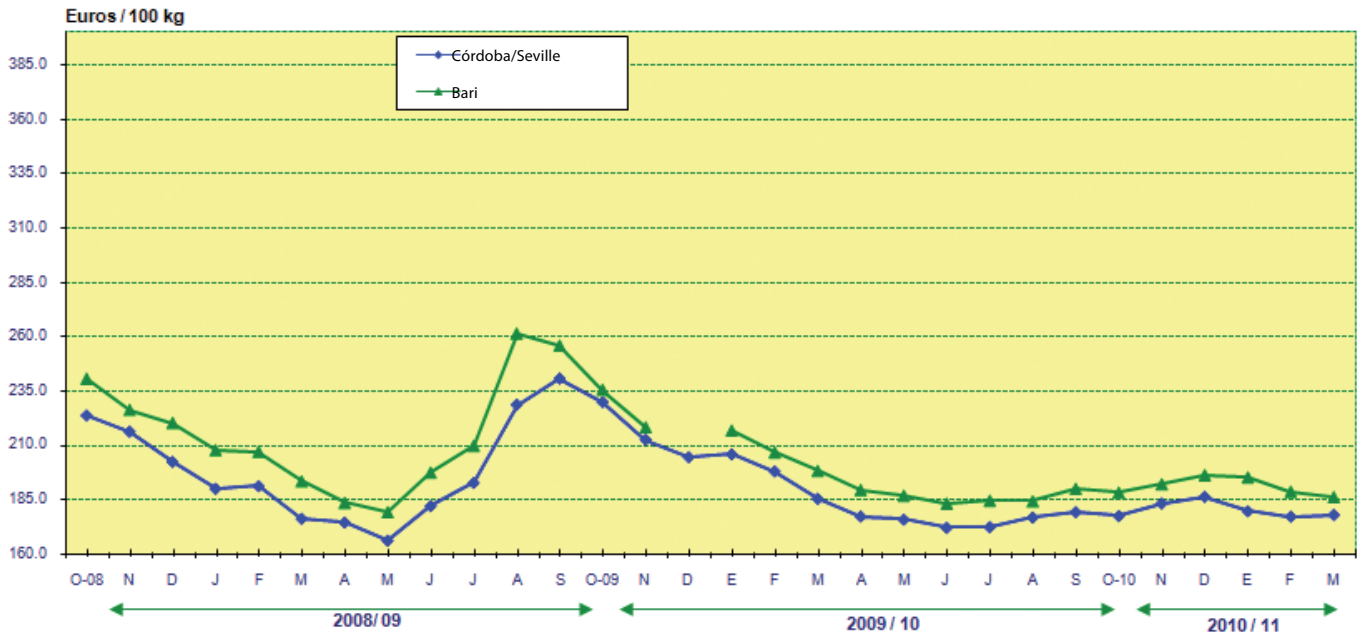
انخفض متوسط أسعار الموسم
(شكل 3) في الثلاثة أسواق خلال
الموسم السابق: باري (إيطاليا) - 16%
، هيراكلون / ميسيني (اليونان)، - 22
% وجيان (إسبانيا) - 17%.

في عام حملة 2008/09 بدأت حركة
انخفاض مع الأسواق الأوروبية الثلاثة
من تشرين أول/أكتوبر 2008 إلى أيار/
مايو 2009 (شكل 4). في الشهر الأخير
تم بلوغ أدنى سعر ثم بدأت الأسعار
في التعافي، لتصل إلى ذروتها في
نهاية موسم 2008/09. في وقت كتابة
هذا المقال (أذار/مارس 2011)، كانت
الأسعار المسجلة في باري أعلى، وهذا
هو الحال بشكل تقليدي، لبلوغ 318,5
يورو / 100 كغ. إلا أنه في هيراكلون
/ ميسيني بلغ 196,5 يورو / 100 كغ
وجيان 201,3 يورو / 100 كغ.

الجدول 2
سير ودلائل الأسعار لفئة البكر الممتازة

2009/10		2008/09		2007/08		2006/07		2005/06		المكان
I	€	I	€	I	€	I	€	I	€	
71	264.0	62	227.7	73	269.9	76	281.9	100	369.6	باري
63	212.0	61	204.3	78	261.7	74	249.0	100	335.0	هيراكليون
58	208.0	57	203.7	69	246.2	70	250.4	100	358.1	جيان
	228.0		211.9		259.2		260.4		354.2	ميديا
	64		60		73		74		100	دلائل

شكل 5. تطور متوسط الأسعار الشهرية لأصل فئة زيت الزيتون المكرر



سجل الاستهلاك العالمي (2,11) مليون طن) انخفاضاً بصورة طفيفة في السنة الماضية 20,500 طناً (-1%). تستهلك الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون 72 ٪ من الاستهلاك العالمي. يستهلك كل من الاتحاد الأوروبي ومصر وتركيا وسوريا والولايات المتحدة 70 ٪ على مستوى العالم.

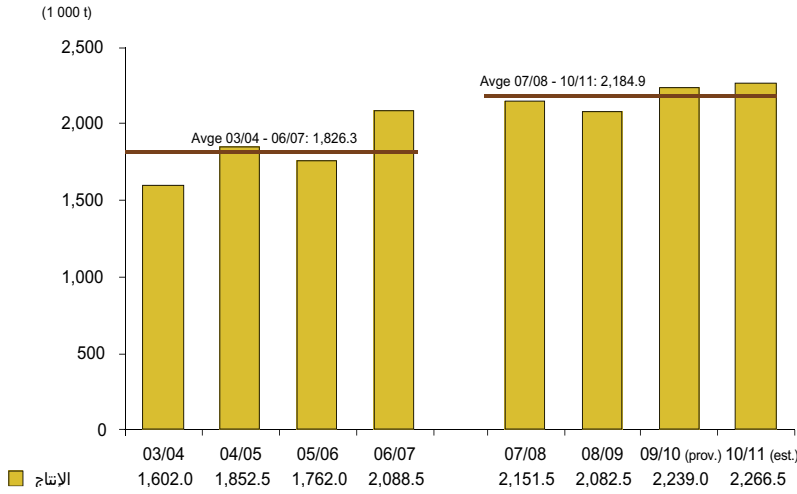
انخفض الإنتاج العالمي من زيتون المائدة (2,082,500 طناً) بمقدار 3% بالنسبة للسنة الماضية (69,000 طناً). تمثل الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون 94 ٪ من الإنتاج العالمي، ويُعد الاتحاد الأوروبي ومصر وتركيا وسوريا والمغرب أكثر الدول إسهاماً، حوالي 83 ٪ من الإنتاج العالمي.

زيتون المائدة

حملة 2008/09 (المعطيات النهائية)

بلغ الباقي من بداية الحملة إجمالي المتاح من قدرة الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون و47 ٪ من الإجمالي العالمي للاتحاد الأوروبي.

شكل 6. جدول إنتاج زيتون المائدة: مقارنة فترتي السنوات الأربع لزراعات الزيتون (2003/04-2006/07 and 2007/08-2010/11).



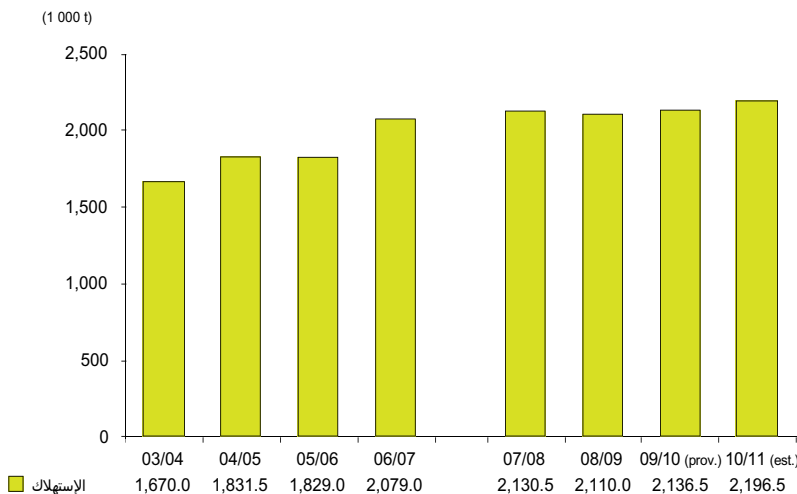
في التجارة العالمية، خلال الحملة الترويجية 2009/10 المتوقع بها صادرات عالمية لزيتون المائدة، تم استيراد حوالي 676,500 طناً لـ 630,000 طناً. تجدر الإشارة هنا إلى عدم التوازن بين الواردات والصادرات.

كما يتضح من الشكل 6، قُدِّر متوسط إنتاج حملات 2007/08 إلى 2010/11 بمقدار 2,184,900 طناً، أي +19% بالنسبة لمتوسط الأربعة مواسم السابقة. تجدر الإشارة إلى أنه بالنسبة لحملة 2006/07، كان الإنتاج أكثر من مليوني طن. هذا الارتفاع يعكس زيادة الإنتاج بخاصة في مصر.

باقي نهاية الحملة (430500 طناً) ستكون أعلى بمقدار 56,000 عن الموسم السابق.

متوسط استهلاك زيتون المائدة لحملات 2007/08 إلى 2010/11 قُدِّرَت بـ

شكل 7. استهلاك زيتون المائدة: مقارنة فترتي السنوات الأربع لزراعات الزيتون (2003/04-2006/07 و 2007/08-2010/11).



فيما يتعلق بالتجارة العالمية، فقد سجلت الواردات (546000 طناً) انخفاضاً طفيفاً في السنة الماضية في حين بلغت الصادرات 584,500 طناً. وكان الاتحاد الأوروبي ومصر وتركيا والمغرب هي الدول المصدرة الرئيسية لأنها شكلت إجمالي 77% من الصادرات العالمية وكان المنتفعون الرئيسيون هم الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي والبرازيل وروسيا.

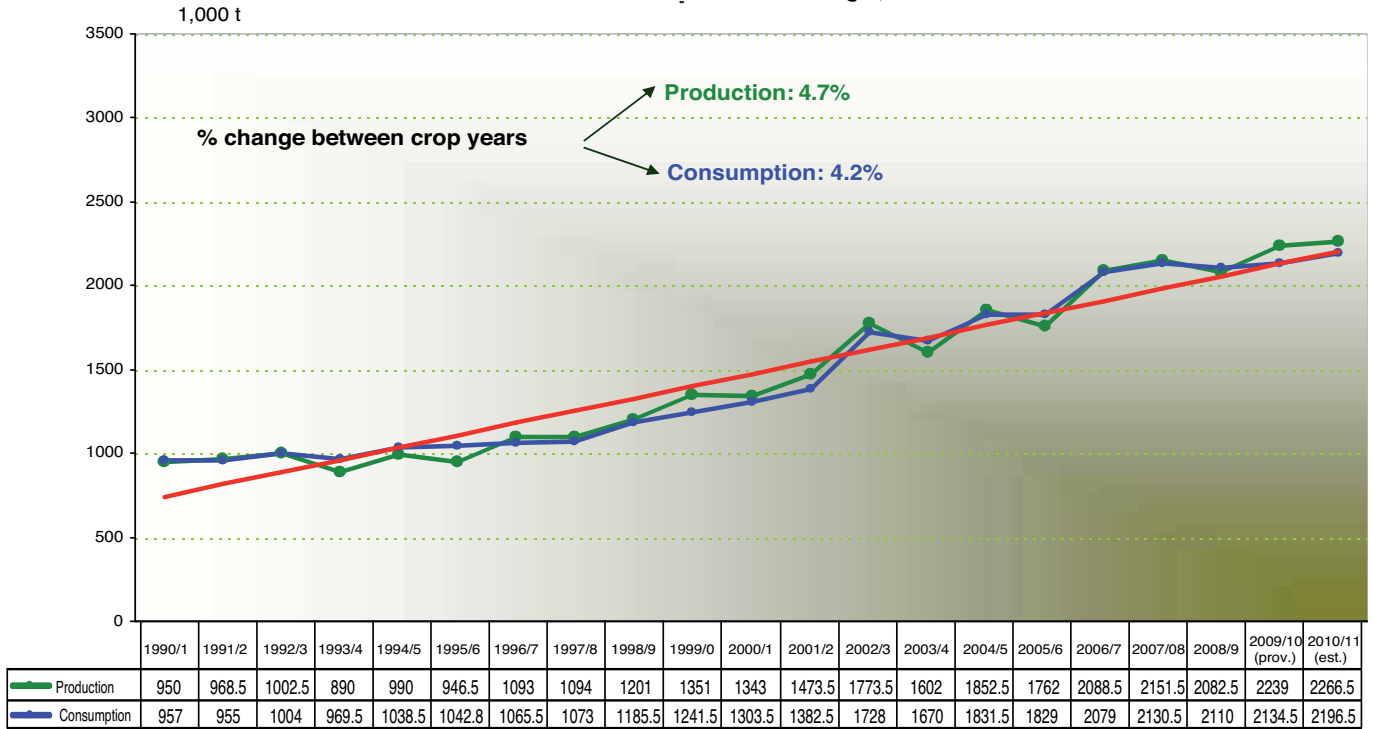
نهاية باقي الموسم، في 30 أيلول/سبتمبر 2009 - جرى تقييمها بـ 374 500 طناً، وهو ما يُقدر بـ 66000 طناً أقل من بداية الموسم. توجد نسبة 96% المتبقية تحت يد الدول الأعضاء في المجلس الدولي للزيتون، من ضمنها 58% خاصة بالاتحاد الأوروبي.

حملة 2009/10 (المعطيات المؤقتة)

يقع الإنتاج العالمي حول 2239000 طناً، متجاوزاً 156,500 للعام الماضي (+8%)، ويُعزى ذلك بشكل أساسي للإنتاج المتزايد في تركيا وسوريا والجزائر والأرجنتين.

سوف يزداد الاستهلاك العالمي (2,136,500 طناً) بمقدار 26,500 طناً، وتجدر الإشارة إلى أن الاستهلاك لم يتوقف عن الزيادة في السنوات الأخيرة.

شكل 8 - تطور الإنتاج والاستهلاك العالمي لزيتون المائدة (1990/1 - 2010/11).



المائدة. خلال فترة الإنتاج العالمي لزيتون المائدة 2010/11-2001/2 نجده قد زاد بمقدار 77٪ والاستهلاك بمقدار 75٪ بالنسبة لفترة العقد الماضي 2000/1-1991/2. ■

بمقدار 586,600 طنًا، + 21٪ لهذه الأربعة مواسم السابقة (شكل 7). الفترة.

تطور زيتون المائدة

تبعاً للمعطيات المتاحة وبالنظر إلى شكل 8 يمكن تأكيد توسع قطاع زيتون

فيما يتعلق بالتجارة العالمية، الصادرات المتوسطة المقدرة لفترة 2010/11-2007/08 هي 635,500 طنًا، + 24٪ بالنسبة لنفس الفترة من العام الماضي. سوف تزيد الواردات

التعريف المفاهيمي لزيت الزيتون كمصدر سياحي

Ignacio Ruiz Guerra

1. القاعدة المفاهيمية لسياحة زيت الزيتون

انخفضت نسبة تأثير القطاع الزراعي في إسبانيا تدريجياً - من حيث النسبة المئوية - على الإقتصاد من خلال الناتج المحلي الإجمالي في السنوات الأخيرة. يشكل قطاع زيت الزيتون في إسبانيا نسبة هامة من الثروة بالنسبة للإقتصاد الإسباني، وليس الثروة الاقتصادية فحسب، بل أيضاً الثقافية، وللعرض الدولي لأنها أصبحت أكبر منتج لزيت الزيتون في العالم. أدت حاجة الريف الإسباني لإيجاد قنوات جديدة للتنوع الإقتصادي إلى إمكانية استغلال الفضاء الذي لم يُستغل حتى الآن بالإستفادة من أحدث الإتجاهات السياحية، وإلى استثمار العمليات الإنتاجية للحصول على زيت الزيتون من خلال الممارسات السياحية.

وُلدت فكرة سياحة زيت الزيتون أو السياحة الزيتية من وجهة نظر المسافرين مثل إمكانية التعرف على البيئة، وخصائص زيت الزيتون، وطريقة إنتاجه وأثره على المجتمع الذي يُنتج فيه، في مكان بعيد عن المكان المعتاد لإقامة المسافرين، بغض النظر عن ما إذا كان هذا المسافر سائحاً أم لا.

من وجهة نظر المنتج إنها الممارسة التي سيتم فيها إظهار كل العملية

اللازمة - بطريقة تربوية - للحصول على زيت الزيتون من مكان زراعته، في منابت أشجار الزيتون، حتى يتم تعبئته في زجاجات ورصه لبيعه للجمهور، وتأثيره على البيئة التي يُؤخذ منها.

تتبع الممارسات السياحية من القاعدة من أجل زيادة دخول سكان المناطق الريفية التي تنتج زيت الزيتون عن طريق أنشطة تكميلية متعلقة بالتثمين والمطبقة على الموارد المحلية المتعلقة بتقافة زراعة شجر الزيتون، تلك الموارد التي تنشأ حول مفهوم سياحة زيت الزيتون. لن تكون السياحة هي المصدر الإقتصادي الرئيسي لهذه المناطق الريفية، ولكن ستكون مساهمة في الدخول الإضافية لسكان هذه المناطق. وهذه المقدمات المبدئية تنطلق من قاعدة مفاهيمية ملائمة لعلوم أخرى بالتعاون مع تطبيقات سياحية أخرى مثل السياحة الصناعية (حيث أننا نتحدث عن الممارسة التي سيتم فيها معرفة عملية الإنتاج النوعي لزيت الزيتون، والتي تطورت تطبيقاتها التقنية على مر القرون، ولكن تحتفظ بنفس القاعدة ليتم الحصول عليها). سوف تحسن سياحة زيت الزيتون، بدون أدنى شك، المبيعات وصورة الزيت، مما سيؤثر بشكل مباشر على تسويق المنتج، مقرباً العميل المحتمل إلى المنتج وقاضياً على الوسطاء. ستصبح السياحة أداة لتسويق المنتجات الزراعية الغذائية؛

وبنفس الطريقة السياحة الزراعية تسمح لنا بفتح واحدة من إحتتمالات الجذب للسائح من أجل ممارسة سياحة زيت الزيتون، استناداً إلى معرفة أساليب حصاد الثمرة (الزيتونة) في مكان زراعتها، في مكان بعيد عن المكان المعتاد لإقامة المسافر، وعلى اتصال مباشر بالطبيعة في مزرعة الزيتون. الهدف هو الحصول على المنتج الذي يحتوي على أكبر كمية من العوامل، والذي يوفر المزيد من فرص العمل في تلك المناطق والذي يحسن الإمداد الحالي.

البيئة الريفية هي البيئة التي يوجد بها أكبر جزء من معاصر إنتاج زيت الزيتون، مما يعني أنه من الممكن الاستفادة من التصنيف السياحي كالسياحة الريفية كممارسة تكميلية لها من خلال تعميق المعرفة بالحصول على زيت الزيتون، كوسيلة للسائح من أجل التخلي عن نشاطه اليومي في المحيط الحضري الذي يسكن فيه. ولكن مع الأخذ في الاعتبار دائماً أن السياحة لن تكون المصدر الإقتصادي الرئيسي في هذه المناطق الريفية، ولكننا نفهم ممارسة الاستثمار السياحي كمساهمة لزيادة الدخول الإضافية لسكان الريف الذي يتم تنفيذه فيها.

ترتبط السياحة المختصة بالطهي ارتباطاً وثيقاً بممارسة سياحة زيت الزيتون، ولكن أبعد من هذا فهي تحمل

بقايا مرتبطة بقطاع الزيتون بشكل ما، مثل "المونتي تستاثيو" في روما، الذي شكل بواسطة بقايا جرار صغيرة كان يصل زيت الزيتون من خلالها إلى المقاطعات الرومانية لتزويد عاصمة الإمبراطورية.

تبحر هذه الممارسة فيما يسمى بالسياحة الثقافية وتعريفها هو:

"رحلة سياحية لوجهة معينة هدفها التعلم، والفهم والتمتع بجميع المزايا والعناصر المميزة، الروحية والمادية، الفكرية والعاطفية المميزة لمجتمع أو مجموعة اجتماعية"

وبالتالي يتضح بأي شكل يرتبط معنى "ثقافة زيت الزيتون".

الغذائي للبشر، بسبب فوائده الكثيرة لصحة الإنسان، منذ تطبيقه المباشر باعتباره عنصر تجميلي، حتى تطبيقه في النظام الغذائي اليومي كما شرحنا، بسبب الفوائد التي يعود بها على الجهاز الهضمي والدورة الدموية.

ثم هناك، كما هو موضح في الجدول رقم 1، السياحة الإثنوغرافية مع النماذج الدائمة التي تم إنشاؤها في إطار الإحتياجات الترويجية لزيت الزيتون كمنتج ذو جودة، مميز لأسلوب حياة وذو صفات خاصة مفيدة للإنسان. هذه النماذج تساعد على معرفة أصل الحصول عليه، وكيف أن الشعوب المختلفة الذين سكنوا أرض ما أمكنهم الحفاظ على استخدامه، ولكن قاموا بتغيير التقنية اللازمة لإنتاجه. هذا بدون فقد المعنى الخاص بهذا المنتج. أيضا يمكن ضم السياحة الأثرية في تلك الحالات التي تظهر بها

معنى أعمق في حد ذاتها، لأنه بانتعاش فن الطهي التقليدي الذي يحدث اليوم، وإدماجه في العرض السياحي، لن يتم إثراء الوجهات السياحية الداخلية فحسب، ولكن سيتم الحفاظ على التراث الثقافي المنوي، ولا سيما بالنظر إلى أنها واحدة من المكونات الأساسية لعلم المطبخ الذي يميز نطاق جغرافي واسع مثل النظام الغذائي الخاص بالبحر الأبيض المتوسط، وكذلك تشكل المواد الغذائية عناصر للتعرف على الشعوب والأقاليم. وبنفس الطريقة تحمل بشكل ملازم السياحة الصحية، مثل تلك الممارسة التي من الممكن أن تشكل المعرفة والقرب للموارد التي تستلزم نشاط محدد من أجل الرعاية الصحية واللياقة البدنية. حيث أنه تم إظهار ممارسات سياحية يتم فيها استخدام زيت الزيتون من أجل تحسين نوعية الحياة من خلال المنتجات الصحية، والتدليك، والتغييرات في النظام

الجدول رقم 1

نوع السياحة	الوصف (التعريف)	العلاقة بسياحة زيت الزيتون
السياحة الصناعية	تلك الزيارات إلى منشآت صناعية لم تعد قيد الاستخدام ومركبات صناعية مستخدمة حالياً، للتعرف على عملياتها الإنتاجية.	زيارة المعصرة: معرفة عملية إنتاج زيت الزيتون.
السياحة الزراعية	اتصال مباشر بالأنشطة الزراعية التقليدية، كما يحدث في المناطق الزراعية، ذات البيئة الريفية والتي تفيد النشاط الإقتصادي للمزارع عن طريق الزراعة والسياحة.	زيارة حقول زراعة شجر الزيتون، ثقافة زراعة الزيتون، والمشاركة في جمع الزيتون (في الموسم).
السياحة الريفية	يتم تطويرها في المحيط الريفي في مأوى تقليدي، وعادة ما يسمى بالمنزل أو الفندق الريفي، ويكون ذا مؤونة أو بدون، بالإضافة إلى بعض الأنشطة الإضافية والتي تتطور في الطبيعة، ولكن قد يكون لها أيضاً محتوى ثقافي.	زيارة بيئة مكان إنتاج زيت الزيتون، والتراث الثقافي أو الطبيعي في المحيط الريفي.
سياحة الطهو	السبب الرئيسي لعمل الرحلة هو زيارة منتجي الأغذية الرئيسيين والثانويين، والمهرجانات الغذائية والمطاعم وأماكن محددة حيث يتم تذوق أطباق الطعام و/أو اختبار سمات منطقة متخصصة في إنتاج الغذاء.	تذوق زيت الزيتون: شرح الخصائص الحسية لزيت الزيتون. الإعادة: اختبار الأطباق النمطية التي يكون فيها الأساس أو العنصر الرئيسي هو زيت الزيتون (النظام الغذائي للبحر الأبيض المتوسط).
السياحة الإثنوغرافية	ممارسة سياحية لمعرفة ما هو غير ملموس، وثقافي، واجتماعي وذاتي ووجهة النظر النوعية، والمعاني الذاتية للأفراد أو الجماعات لفهم الدوافع أو المعتقدات وراء تفاعلاتها.	المتحف: زيارة متحف مخصص لعادات وأساليب الحياة والعتاد التي تم استخدامها من قبل الشعوب على مر السنين لزراعة الزيتون وإنتاج زيت الزيتون.
السياحة الأثرية	تلك الممارسة التي تتضمن زيارة التراث الأثري، والمستودعات القابلة للزيارة والمراكز التعريفية المرتبطة بها، والطرق والأحداث والاحتفالات التاريخية ذات الصلة.	المستودعات: التي يوجد بها بقايا الآلات المخصصة لإنتاج زيت الزيتون في فترات تاريخية أخرى لأكثر من 100 سنة.
السياحة الثقافية	رحلة سياحية لوجهة معينة هدفها التعلم، والفهم والتمتع بجميع المزايا والعناصر المميزة، الروحية والمادية، الفكرية والعاطفية المميزة لمجتمع ما أو مجموعة إجتماعية.	معارض ثابتة أو متنقلة لتلك العناصر ذات الطابع الثقافي أو الفني التي يتم فيها إعادة تأثير زيت الزيتون على العروض الفنية المختلفة.
السياحة البيئية	السفر بطريقة مسؤولة إلى المناطق الطبيعية، للحفاظ على البيئة وتحسين مستوى معيشة المجتمعات المحلية.	سياحة المناظر الطبيعية على خصوصية مشهد نوع من بساتين الزيتون، وبنفس الطريقة ممارسة الأنشطة في البيئات الطبيعية التي تتم في الهواء الطلق وبساتين الزيتون.
السياحة الحضرية	تشمل جميع الأنشطة التي يقوم بها السياح والزوار خلال فترة إقامتهم في المدينة.	زيارة المراكز الحضرية بموارد سياحية ذات طابع ثقافي متعلق بتراث زراعة الزيتون.

المصدر: المؤلف.

2. العناصر الأساسية لممارسة

سياحة زيت الزيتون:

خصوصية الممارسة السياحية لسياحة زيت الزيتون، أو السياحة الزيتية، تقل بشكل كبير من مادة البحث المكرسة لهذا الموضوع، خاصة إذا أخذنا في الاعتبار أنه علم جديد جداً. ولكن منذ سنوات ظهرت حوله عناصر مبتكرة أدت إلى زيادة تأثيره بطريقة مهمة في أماكن مختلفة ذات خصائص مماثلة بسبب تخصيصها لزراعة أشجار الزيتون. في هذه الحالة نشير إلى مشروع بين بلدان البحر الأبيض المتوسط، حيث قاموا بعمل مشروع تنمية محلية حول مفهوم مماثل للممارسات السياحية برؤوس أموال "الصندوق الأوروبي للتنمية الإقليمية"، وتوصلوا إلى استنتاجات مثل العناصر الفريدة اللازمة لتطبيق السياحة الزيتية. حتى أنها أثرت على السياسات المشتركة للإتحاد الأوروبي، حيث أنه من بين الأقسام المختلفة لمنظمات السوق المشتركة والسياسة الزراعية المشتركة، فيما يتعلق باستغلال وزراعة بساتين الزيتون تم الحديث في إصداره الأخير (عام 2006) عن إنشاء ممارسات سياحية متعلقة بتعزيز القطاع الزيتي، كطريقة لتنويع الأدوات الاقتصادية في المناطق الريفية.

مقترحات لموارد سياحية ذات جودة متعلقة بثقافة زراعة الزيتون:

– معاصر مفتوحة للجمهور

- مطاحن زيت قديمة
- مكاتب الزيت والمتاجر المتخصصة
- متاحف زيت و/أو شجر الزيتون
- ضياع للإسكان الريفي
- المناظر الطبيعية لمزارع الزيتون التقليدية
- بساتين زيتون بيئية
- أشجار زيتون مؤوية
- مهرجانات الزيت
- التقاليد الشعبية
- مناطق الطهو
- تسميات المنشأ
- آثار لشجر و/أو زيت الزيتون
- معارض تجارية لزيت الزيتون
- مطاعم تقدم قوائم للزيوت.
- مستودعات أثرية
- صناعات أخرى متعلقة بشجر الزيتون (مستحضرات التجميل، والأغذية المعلبة، وصناعة الخشب والزيتون المتبل، إلخ).

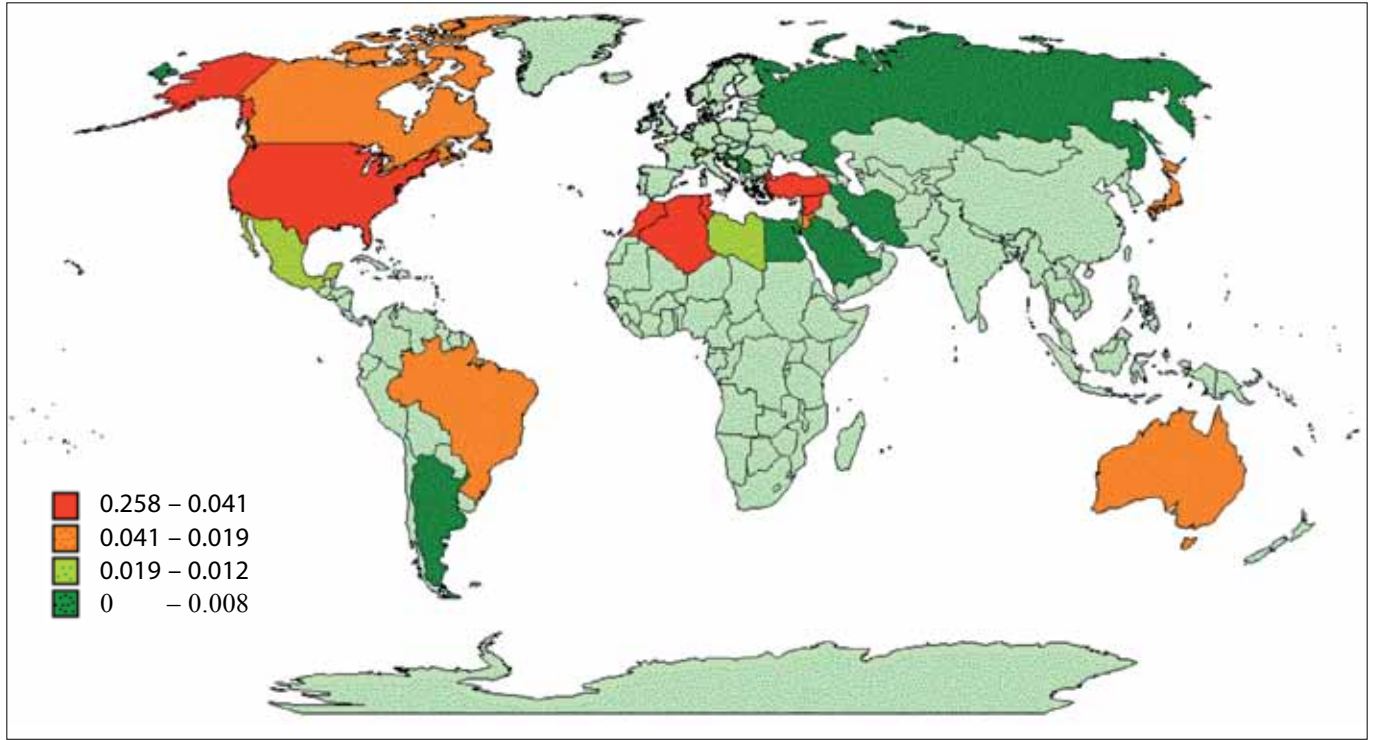
ما يراد قوله هو أن السياحة الزيتية ستحقق نقلة محددة إلى مكان مختلف عن مكانها الأصلي من أجل التعمق في معرفة ثقافة زيت الزيتون، وعدم الاضطرار لتنفيذ مأوى في مكان معين، ولكنه ممكن مع تنفيذ عدد من الممارسات المتصلة بالموارد السياحية الأساسية المشار إليها أعلاه من أجل تطبيق السياحة الزيتية.

3. رؤية عامة عن زيت الزيتون:

يشهد استهلاك زيت الزيتون في السنوات الأخيرة ارتفاع كبير كنتيجة لاستهلاك هذا المنتج من قبل بلاد تهتم أكثر بصحتها ورفاهيتها. هذه الحقيقة ساعدت إلى حد كبير منتجي زيت الزيتون، لكنها أدت في أن الطلب يفوق العرض، وهذا يؤدي إلى زيادة الأسعار. وبالتالي يؤدي إلى أن يصبح زيت الزيتون في العديد من الأماكن، منتج نصف فاخر، بينما في أماكن المنشأ والإنتاج يمكن إيجاده بأقل من سعره، حتى يحدث اقتلاع شجر الزيتون (كما يحدث في إسبانيا)، للقضاء على عملية تعزيز استهلاكه، والقضاء على مساحة زراعة شجر الزيتون، وبالتالي على المساعدات الاقتصادية للمزارعين، ومن المفارقات أن الحد الأقصى في إسبانيا يعزز زيادة المنطقة المزروعة بأشجار الزيتون، وبالتالي، يشجع اقتلاع بساتين الزيتون.

وقد ارتفع الاستهلاك من زيت الزيتون بشكل كبير في بعض المناطق الجغرافية حيث لم يكن من الشائع استهلاكه فيها، ولكن بسبب الفوائد التي يعود بها على الصحة، وجدت

خريطة رقم 1 - متوسط استهلاك زيت الزيتون من البلدان. ما عدا أوروبا 1990-2006.



المصدر: المؤلف

الجدول رقم 2
تطور متوسط استهلاك زيت الزيتون للبلدان 1990-2006. (الآلاف الأطنان)

متوسط الاستهلاك	البلدان	متوسط الاستهلاك	البلدان
31.9	أستراليا	35.3	الجزائر
24.1	البرازيل	5.5	الأرجنتين
2.2	مصر	5.5	قبرص
202.3	الولايات المتحدة	1,939.4	الإتحاد الأوروبي
9.8	ليبيا	5.3	كرواتيا
10.3	المكسيك	3.6	إيران
0.5	يوغوسلافيا	14.9	إسرائيل
49.1	أخرى	21.7	الأردن
5.6	المملكة العربية السعودية	5.8	لبنان
26.3	كندا	54.7	المغرب
31	اليابان	10.3	فلسطين
6	روسيا	117.3	سوريا
9.9	سويسرا	42.3	تونس
2,721.7	المجموع	55.6	تركيا

المصدر: المجلس الدولي للزيتون 2009.

الحاجة لبدء استيراده ليفيد المجتمع.

ولكن لم يحدث هذا التغيير فقط في نمط استهلاك زيت الزيتون في العالم، فهذه الزيادة أدت إلى زراعته في الأماكن التي لم يكن من التقليدي زراعته فيها مع الاهتمام المتزايد والنمو المتسارع الذي يؤثر مباشرة على خطوط التسويق الأكثر تقليدية للقطاع.

يمكن التحقق من هذا التغيير في النموذج المُنْتَج في الرسوم البيانية 1 و2، حيث يُلاحظ التغيير في الوزن النوعي لزراعة شجر الزيتون في مناطق جغرافية محددة وتقليدية فقدت القوة في نسبتها فيما يتعلق بالإنتاج العالمي.

لقد تغير أيضا ترتيب البلدان

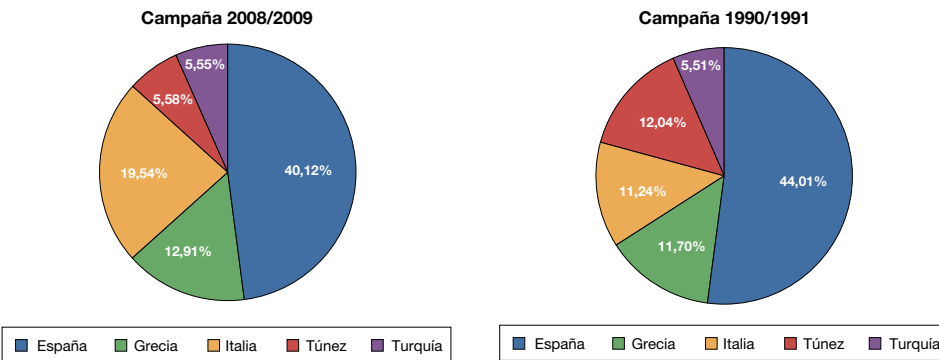
جدول رقم 3
الإنتاج العالمي من زيت الزيتون 1990-2009 (ألف طن).

00/01	99/00	98/99	97/98	96/97	95/96	94/95	93/94	92/93	91/92	90/91	
973.7	669.1	791.9	1077	947.3	337.6	538.8	550.9	623.1	593	639.4	إسبانيا
430	420	473	375	390	400	350	254	310	385	170	اليونان
509	735	403.5	620	370	620	448	520	435	674.5	163.3	إيطاليا
24.6	50.2	35.1	42	44.8	43.7	32.2	32.1	22	62	20	البرتغال
35	40	65	70	110	35	45	40	38	50	36	المغرب
165	81	115	70	125	76	90	65	86	42	83	سوريا
130	210	215	93	270	60	100	235	120	250	175	تونس
175	70	170	40	200	40	160	48	56	60	80	تركيا
7.5	6.5	7.5	7	8.5	6	7	7	6	9	32	أخرى
2,565.5	2,374.5	2,402.5	2,465.5	2,595	1,735.5	1,845.5	1,825	1,811.5	2,206	1,453	المجموع العالمي

السنة الأخيرة %	السنة الأولى %	08/09	07/08	06/07	05/06	04/05	03/04	02/03	01/02	
%40.12	%44.01	1,150	1,221.8	1,111.4	826.9	989.8	1,412	861.1	1,411.4	إسبانيا
%12.91	%11.70	370	307	370	424	435	308	414	358.3	اليونان
%19.54	%11.24	560	470	490	636.5	879	685	634	656.7	إيطاليا
%1.74	%1.38	50	34.9	47.5	29.1	41.2	31.2	28.9	33.7	البرتغال
%3.14	%2.48	90	80	75	75	50	100	45	60	المغرب
%4.36	%5.71	125	100	154	100	175	110	165	92	سوريا
%5.58	%12.04	160	170	160	220	130	280	72	35	تونس
%5.55	%5.51	159	72	165	112	145	79	140	65	تركيا
%0.63	%2.20	18	15	15	8	7	7	7.5	7.5	أخرى
%100	%100	2,866.5	2,633	2,767	2,572.5	3,013	3,174	2,495.5	2,825.5	المجموع العالمي

المصدر: المؤلف استناداً إلى المجلس الدولي للزيتون (2009).

الرسم البياني رقم 1 و2 - إنتاج عالمي من زيت الزيتون % موسم 1990/1991 حتى 2008/2009.

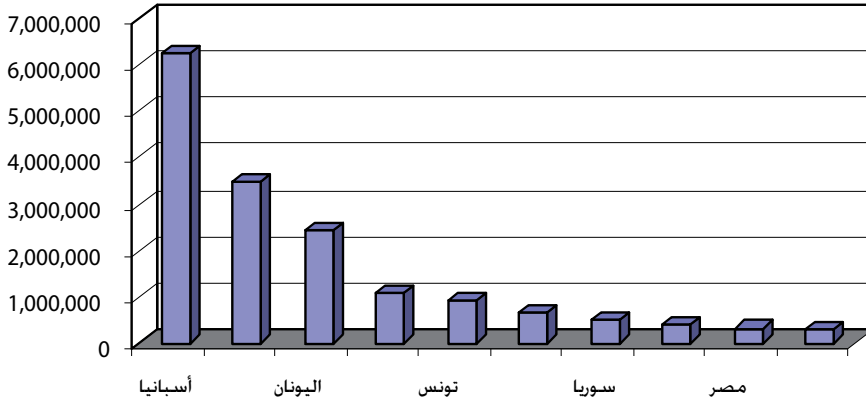


المصدر: المؤلف استناداً إلى المجلس الدولي للزيتون (2009).

المتخصصة في إنتاج زيت الزيتون في السنوات الأخيرة، بسبب نمو سياسة التحفيز من أجل زيادة الإنتاج بسبب التوقعات الجيدة المتاحة، والتي يجري الآن تعديلها بإدخالها في القنوات التسويقية لهذه البلدان التي لم تكن تنافس بشكل تقليدي في هذا الجانب، مثل تشيلي والولايات المتحدة والأرجنتين، إلخ.

وقد تم تبادل المواقف بين إيطاليا

الرسم البياني رقم 3- ترتيب العشرة الأوائل المنتجين لزيت الزيتون (آلاف الأطنان. موسم 2007/2008).



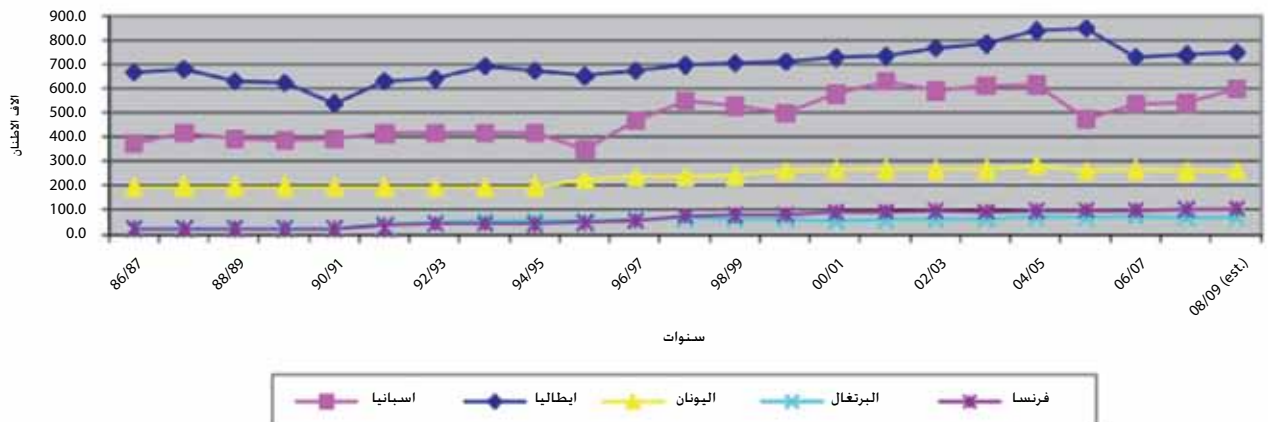
المصدر: المؤلف استناداً إلى بيانات تقرير الأمم المتحدة للأغذية والزراعة 2008.

وإسبانيا، بحيث أن المسؤولية المبنية على أساس الوزن النوعي بخصوص زراعة الزيتون ستعود إلى سابق عهدها في إسبانيا، ولكن ليس بهذه الطريقة، حيث أنه ما كان يحدث عادة هو تبعية إسبانيا لإيطاليا لسهولة وسيطرة إيطاليا على قنوات توزيع الصادرات، مما منع إسبانيا من قيادة القطاع الزيتي بنفس الوضوح الذي تقوم به في السياسة الخاصة بالإنتاج، إلخ.

البيانات المنشورة في الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية الغذائية (2008)، تنص على أن المساحة الكلية المخصصة لزراعة زيتون المعصرة في إسبانيا هي 2319 ألف هكتار لهذا الموسم. في عام 1985 عندما كانت المساحة المخصصة لزراعة شجر زيتون المعصرة تبلغ 1929,10 ألف هكتار من الأراضي، وهو ما يمثل زيادة كبيرة في المساحة المخصصة لهذا الغرض، أكثر من 20%، و تنقسم هذه المساحة في نوع من المزارع المميزة جدا في مناطق عديدة من الجغرافيا الإسبانية، وهما

- نوعان عموماً:
- مزارع زيتون ذات استثمار عائلي والتي كانت بمثابة أداة لتحقيق الإكتفاء الذاتي من زيت الزيتون للعديد من السنوات.
 - مزارع زيتون ذات استثمار كثيف توجد في الأماكن التي ينبع تميزها من الجمال الطبيعي لأشجار الزيتون، بسبب المساحات الكبيرة المزروعة بشجر الزيتون في أراضيها، مثل "أندلسية" ومقاطعة "جيان"، والتي 90% من محصولها مخصص لشجر الزيتون، أو بعض أقاليم مقاطعات "أندلسية"، والتي ينتج منها 80% من زيت الزيتون في إسبانيا.
 - مزارع زيتون ذات استثمار عائلي والتي كانت بمثابة أداة لتحقيق الإكتفاء الذاتي من زيت الزيتون للعديد من السنوات.
 - مزارع زيتون ذات استثمار كثيف توجد في الأماكن التي ينبع تميزها من الجمال الطبيعي لأشجار الزيتون، بسبب المساحات الكبيرة المزروعة بشجر الزيتون في أراضيها، مثل "أندلسية" ومقاطعة "جيان"، والتي 90% من محصولها مخصص لشجر الزيتون، أو بعض أقاليم مقاطعات "أندلسية"، والتي ينتج منها 80% من زيت الزيتون في إسبانيا.
 - مزارع زيتون ذات استثمار عائلي والتي كانت بمثابة أداة لتحقيق الإكتفاء الذاتي من زيت الزيتون للعديد من السنوات.
 - مزارع زيتون ذات استثمار كثيف توجد في الأماكن التي ينبع تميزها من الجمال الطبيعي لأشجار الزيتون، بسبب المساحات الكبيرة المزروعة بشجر الزيتون في أراضيها، مثل "أندلسية" ومقاطعة "جيان"، والتي 90% من محصولها مخصص لشجر الزيتون، أو بعض أقاليم مقاطعات "أندلسية"، والتي ينتج منها 80% من زيت الزيتون في إسبانيا.

رسم بياني رقم 4- تطور الاستهلاك في الدول الكبرى للإتحاد الأوروبي 1986- 2009



المصدر: المؤلف

خريطة رقم 2- ترتيب العشرة الأوائل المنتجين لزيت الزيتون (الأطنان. موسم 2007/2008).



المصدر: المؤلف.

4. عدم المساس بزيت الزيتون لتقييمه:

يُقدم زيت الزيتون اليوم كمنتج غذائي عانى لسنوات من حملة المضايقات التي تعرضت لها خصائصه مثل الخصائص الحسية، وخصائص الجودة، والخصائص التي تؤثر على الصحة، إلخ. وبمرور السنين، قامت مدارس مختلفة متخصصة في البحث بتعزيز تلك النظريات التي قام القدامى بنشرها بين مواطنيهم لمدة قرون كثيرة تالية، بسبب تعدد استخداماته، تأثيره، فوائده والأهمية الجوهرية لهذا المنتج. من ناحية أخرى يمكن أن تصبح السياحة الريفية أداة لحل المشاكل أو التحديات التي تظهر في المناطق الداخلية، والمزيد من الميزات لزراعة شجر الزيتون. هذا النوع من الدراسات كان موجود بالفعل في الستينيات والسبعينيات حيث استطاع بعض المنتجين الاستجابة لعدد من المعاني المختلفة الأكثر واقعية.

من الضروري إظهار المفهوم الواسع لزيت الزيتون مع الأخذ في الاعتبار الأبعاد المتعددة للمنتج، وقد ضاعت وجهة النظر هذه بمرور الأعوام. وجهة النظر هذه فريدة من نوعها، وهي ملاحظة من زاوية المنظور، ما عني في الماضي، وما يعني في الحاضر وما قد يعني في المستقبل.

هكذا أيضا البلديات، فكما ذكرنا سابقاً، هناك عدد كبير جدا من البلديات التي تحتوي على مزارع زيتونية مخصصة للحصول على زيت الزيتون كونه يُعد عاملاً ذو تأثير هام على إقتصاد المنتجين الرئيسيين ذوي الحكم الذاتي. نحن نتكلم عن "كاستييا لا مانتشا"، التي تحتوي على أكثر من 80% من بلديات بساتين الزيتون،

هكتار. ملكية كبرى: مزارع بمساحة تتجاوز 100 هكتار. عدد المزارع مثير جداً للاهتمام عند مقارنته بالمساحات المنتمية إلى كل منطقة ذات حكم ذاتي، كما هو موضح في الجدول رقم 4.

جدول رقم 4 مزارع ومساحات لشجر الزيتون مزروعة في إسبانيا

منطقة ذاتية الحكم	المساحة (بالهكتار)	المزارع
أندلسية	1,420,000	307,405
أراجون	46,672	28,143
بالياريس	8,022	857
فالنسيا	100,000	-----
قشتالة وليون كاستيلون	6,520	8,343
كاستييا-لامانتشا	360,000	132,441
كتالونيا	124,876	44,996
إكستريمادورا	200,000	75,516
مدريد	25,000	8,443
مورسيا	21,600	8,327
إقليم الباسك	182	483
ريوخا	5,528	4,451
المجموع	2,318,400	619,405

المصدر: المؤلف استناداً إلى برنامج حملة التأمينات الزراعية 2007/2008.

خريطة رقم 3- بلديات شجر الزيتون في إسبانيا (موسم 2002/2003).



المصدر: المؤلف.

يحققها للإنسان، مما جعل بلدان الشمال الأوروبي ينفذون حملات كبرى لخلق القيمة في الاهتمام بالتغذية من خلال الترويج لاستهلاك منتجات مثل زيت الزيتون لصالح مجتمعاتهم، وكذلك فإنه أمر غريب لا يمتلك إنسان في منطقة البحر الأبيض المتوسط زيت زيتون في المطبخ الخاص به.

علم البيئة وزيت الزيتون: مفيد

للبيئة. بساكن الزيتون هي مناطق شاسعة يمكن أن تمثل مجموعة واسعة من الإمكانيات من أجل انخفاض مستويات ثاني أكسيد الكربون في التربة وخصوصاً لأنه في الوقت الحالي يمكن استخدام بقايا تقليم الأشجار ككتلة حيوية من أجل توليد الطاقة من خلال تقنيات الطاقة المتجددة.

الإقتصاد وزيت الزيتون: الإنتاج،

والاستهلاك، والتسويق. بسبب نمو زراعته وأصنافه، وزيادة الاستهلاك العالمي وقنوات توزيع المنتج، نرى أنه من الضروري دخول المنتجين في قنوات التسويق، لتجنب الوساطة وللقدره على الحصول على القيمة المضافة التي يحصل عليها الوسطاء.

السياحة وزيت الزيتون: المحتمل

في البيئة السياحية. وهذا النوع هو الأكثر ارتباطاً بهذا المقال، وهو نشاط متعلق بالسياحة حول المعرفة الأقرب لكل ما يتعلق بالقطاع في أماكن مختلفة عن مكان الإقامة المعتاد للزائر.

والصناعة الخشبية. تسمح لنا أهميته المقدسة والدينية بفهم الكثير من الحلقات التي يحكيها لنا الأدياء القدامى، وأيضاً كيف أنه كان في ديانات التوحيد الرئيسية، والتي تأتي أيضاً من بيئة البحر الأبيض المتوسط، وكيف أنهم حافظوا على التقاليد والاحتفالات بذكرى منتج مثل زيت الزيتون مستخرج من شجرة الزيتون، بوصفه رمزا للهوية الثقافية.

ثقافة أشجار الزيتون: الزراعة،

والتنظيم. في إطار تحفيز إقتصاد زراعة الزيتون انتشر في المزارع أكبر من أي وقت مضى، ولكن أيضاً في المزيد من البلدان، حتى في بلدان بعيدة عن المنطقة التقليدية للبحر الأبيض المتوسط.

زيت الزيتون والصحة: مفيد لجسم

الإنسان. لقد تم اثبات الآثار التي يمكن للاستهلاك المستمر والمسؤول لزيت الزيتون أن

البيئات التي يحتوي فيها زيت الزيتون على مؤشر تأثير مختلف، والتي قد تغيرت أهميتها، ولكن ليس بنفس طريقة كل واحدة منهم، ولكن عانى بعضهم من تغيرات أكبر من الآخرين، وفي حالات أخرى من الممكن أن يبدو التغيير واضحاً جداً وفي الواقع يكون بنفس الأهمية، ولكن باختلاف التوصيف.

البيئات التي يتم الرجوع إليها في المفهوم هي:

الثقافة الزيتية: ثقافة زيت

الزيتون. من وجهات نظر عدة، فإن العامل الرئيسي هو توصيفه كعنصر وراثي، لكونه منتج ذو وجود هام في مجرى التاريخ في منطقة جغرافية معينة مثل منطقة البحر الأبيض المتوسط منذ العصر الثالث. وبالمثل أيضاً كيف صورته الفنانون في أعمالهم، وكيف أصبح متجسداً عبر القرون في بقايا الماضي التي يمكننا العثور عليها في علم الآثار والأدب والرسم والنحت

كل واحد من هذه المجالات ليس مجرد مصادفة، أو عمل معاصر، أو حتى تصور لفكرة مجردة عن زيت الزيتون، وإنما صياغة فعلية، ومباشرة وإجمالية لما يعنيه زيت الزيتون حقيقةً للمجتمع، في المقام الأول لمجتمع حوض البحر الأبيض المتوسط الذي نما بفضل هذا المنتج.

كما ظهرت حركة دعاية وانتشار عن منتجات زراعية غذائية أخرى تم تطبيقها أيضا على قطاع السياحة، وزيت الزيتون، وليس فقط عن طريق التقليد، ولكن أيضا كممارسة متجددة، والتقييم ومعرفة المنتج الذي يأتي من نفس المكان والوقت لأصول طريقتنا في الحياة.

لسنوات، كنا نتحدث عن الحاجة لتكييف الريف والوسط الريفي الأوروبي على نموذج جديد، وأكثر من ذلك، مع الأخذ في الاعتبار الصعوبة التي توجد في القارة القديمة من أجل الحفاظ على الدخل المتوسط لمزارعي المناطق الريفية في الإتحاد الأوروبي.

وهذا كان واحداً من المقدمات الرئيسية التي كان يعمل عليها الإتحاد الأوروبي عندما قام بإدخال تعديلات على السياسة الزراعية المشتركة، ومن خلال منظمات السوق المشتركة المتعاقبة تم التكيف والتأقلم على الحقائق المختلفة الموجودة في أوروبا والعالم، وبشكل عام قدرة العرض الذي كان يستطيع الإتحاد الأوروبي أن يدعمه في القطاع الزراعي.

خلال هذه العملية، أصبح الإتحاد الأوروبي سلسلة من التحويلات إلى

القطاع الثالث المسمى بقطاع الخدمات، حيث انتقلت البلدان الأوروبية من كونهم موردين ومصدرين للمنتجات الزراعية، إلى كونهم أصحاب طلبات ومستوردين للمواد الخام. لدرجة أنه في هذا العمل أصبحت السياحة أداة لترويج وتسويق المنتجات الغذائية ذات الجودة.

بُحِثت أيضا مسألة عمل مجموعة مُخصصة، من خلال "الصندوق الأوروبي للتنمية الإقليمية" وتحت إشراف وبتشجيع من الإتحاد الأوروبي لتطوير "السياحة الزيتية"، مما يدل على الحاجة إلى تعزيز التعاون بين وكلاء محليين من بلدان حوض البحر الأبيض المتوسط من أجل تبادل خبرات السياحة الريفية عن طريق نقل تقنيات العمل وتطوير نماذج مشتركة. توحيد معايير محددة عند عمل التصميم والدعاية، مع وضع ضمانات لنجاح أي منتج سياحي. زيادة دخول سكان المناطق الريفية منتجي زيت الزيتون من خلال الأنشطة التكميلية المتعلقة بالتقييم واستخدام الموارد المحلية المتعلقة بتقافة شجر الزيتون. كما أننا نرى ضرورة تثقيف الأسواق من خلال عمل طرق تمييز من خلال الروابط الاجتماعية، وإدخال البعد الثقافي أيضا إلى أذواق المستهلكين.

من وجهة نظر المنتجين والوكلاء العموميين المتخصصين في تخطيط المنافسات السياحية في الوسط الريفي، وأخذاً في الاعتبار بأن صناعة الأبحاث حول قطاع السياحة على أساس زيت الزيتون لم تتوفر بعد كثيرا، يمكن القول أنه بموجب الاستثمارات التي تحققت

في قطاعات مماثلة، مثل ما حدث في ممارسة سياحة النبيذ، فإن الأنشطة التي يمكن القيام بها في تطوير هذا النوع من الممارسات تنبع من الأفكار التالية:

– زيارة المزرعة: نزهة في بستان زيتون مزود بطرق مناسبة لعبور الأشخاص في أي عمر وأي حالة بدنية، وما إلى ذلك. وهذا يعني أنه يجب أن تكون هناك بنية أساسية من الطرق من أجل الوصول إلى المكان بواسطة السيارات المناسبة، إذا لم يكن ممكنا الوصول بالسيارة الخاصة بالسائح، أو ألا تكون المسافة كبيرة وذلك لعدم جعل الرحلة سيرا على الأقدام.

– طواحين قديمة ومناسبة للزيارة تقع بحيث يمكن النظر إليها من زوايا مختلفة، وتكون مصاحبة بمادة إعلامية (لافتات رأسية وأفقية أو وسائل متعددة) تشرح طريقة عملها.

– مكاتب ومتاجر متخصصة في منتجات ومشتقات زيت الزيتون.

– متاحف زيت و/أو شجر الزيتون.

– ضياع ومسكن ريفية..

– مناطق للطهو.

– آثار لشجر الزيتون و/أو زيت الزيتون

– معارض تجارية لزيت الزيتون.

– مستودعات أثرية.

– صناعات أخرى متعلقة بشجر الزيتون (مستحضرات التجميل، والأغذية المعلبة، والصناعة

الخشبية، والزيتون المتبل، إلخ).

إذا قمنا بدعم كل هذا في إستراتيجية يقوم بتنفيذها القطاع الداخلي لزيت الزيتون ووكالة زيت الزيتون، جنباً إلى جنب مع المجلس الدولي للزيتون في الدعاية للممارسة الملائمة لسياحة زيت الزيتون عن طريق استهلاك زيت الزيتون الخام الممتاز، باعتباره أفضل وسيلة للتعرف على مزايا المنتج، وكذلك تقديم المجلة المرموقة *The Olive Oil Times* ذات الطبعة الأمريكية لهم:

– المعرفة الجيدة، التعرف على الصفات الحسية.

– يساعد على فقدان الوزن، بسبب احتوائه على دهون أحادية غير مشبعة.

– يساعد على العيش حياة أطول، بسبب خواصه المضادة للأكسدة ولاحوائه على دهون أحادية غير مشبعة تحول دون حدوث نوبات القلب والأوعية الدموية، والسكري، إلخ.

– يساعد على منع مرض الزهايمر.

– غني بالفيتامينات A، D، K، E، ويحمي ضد الجذور الحرة والأكسدة الخلوية.

– يساعد على تطوير الجهاز النفسي للطفل خلال فترة الحمل.

– يحتوي على "أوليوكانثال" مادة مضادة للإلتهابات تساعد على الحد من الألم.

– يحسن الدورة الدموية.

– يزيد المقاومة للعدوى.

– يحسن الحياة الجنسية عن طريق تقوية الدورة الدموية.

من خلال المؤسسات الإقليمية والمحلية والوطنية والعالمية تم تطوير مشاريع تهدف إلى تقوية النشاط السياحي في مناطق إنتاج زيت الزيتون مثل المشاريع المجتمعية التالية:

– Oleoyouthstart

– Oleointegra

– Oleoadapt

– Oleoturismo

أو غيرها من المشاريع التي يشترك بها العديد من البلدان لتبادل الخبرات من أجل تقييم الموارد الزيتية، كل هذا من منظور معرفة المميزات الخاصة لمنتج مثل زيت الزيتون الذي يحتوي على قدرة كبيرة ولكن لا يحقق ربحية في جميع أبعاده.

5. آفاق الجذب السياحي لقطاع زيت الزيتون:

نموذج مبتكر لمزرعة سياحية على هذا النحو، مع منتج ذو جودة عالية، لديه العديد من التطبيقات، وخاصة أنه معروف في جميع أنحاء العالم بصفة

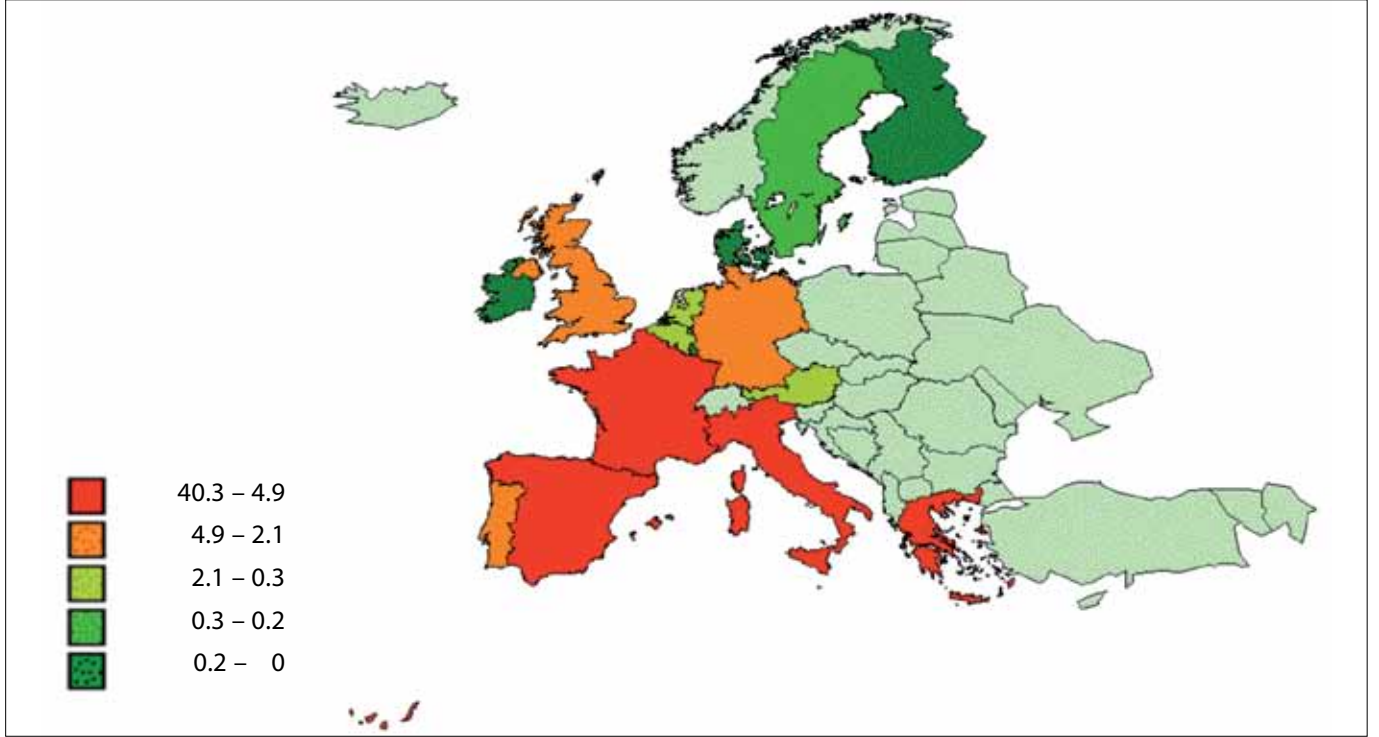
عامة، النظرية الوحيدة هي التركيز وتحديد ما هي ثغرات المعرفة لدى المجتمع، خاصة عن زيت الزيتون؛ وطرح الاستثمار بطريقة تعليمية وشاملة لجميع قطاعات السكان يمثل تنوع كأداة لهذا القطاع من أجل الحصول على اختيارات أكبر في أنشطته التجارية، وقبل كل شيء، لمح مختلف الاحتمالات التي يمكن تقديمها مسبقاً قبل بدء الاستثمار.

النتائج واضحة، أكثر من 60% يعتقدون أنه قد يكون من المثير لهم السفر واغتنام الفرصة لمعرفة شيئاً مختلفاً من غير المؤلف رؤيته: عملية إنتاج زيت الزيتون. من مجموع 704 من الأفراد الذين أجابوا على الاستطلاع، 276 منهم لم يكونوا مستعدين لمعرفة عملية إنتاج زيت الزيتون. على العكس من ذلك، أولئك الذين أجابوا بنعم وأن الأمر كان مثيراً لاهتمامهم كانوا 195، بالإضافة إلى 131 يعتقدون أن الفكرة تجذبهم قليلاً، و102 من الأفراد أجابوا بأنه تعجبهم كثيراً إمكانية معرفة العملية الإنتاجية.

هذا لا يعني أن أي شخص على استعداد لتعلم شيء جديد، سينتقل وسيكون مهتماً أيضاً بدفع رسوم الدخول الذي به يمكنه تعلم شيئاً آخر.

ولذلك كانت تدور الأسئلة الأخيرة حول هذا الموضوع. بالنسبة لاستعداد الأفراد لعينة الدراسة، كانوا غير مستعدين إلى حد كبير للدفع من أجل معرفة عملية

خريطة رقم 4- متوسط استهلاك زيت الزيتون في البلدان الأوروبية (% من المجموع) 1990-2006.



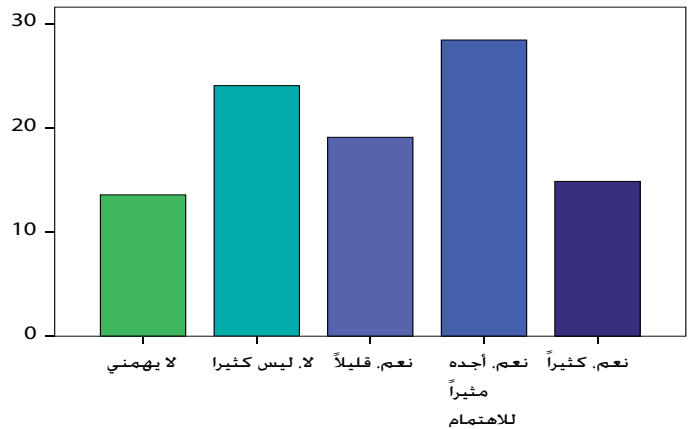
المصدر: المؤلف.

إنتاج زيت الزيتون من خلال عمل زيارة. ولذلك، فإن استراتيجية تقييم السياحة الزيتية قد تشكل عائقاً، ولكنها جوهرية للسكان عامة، والثقافة ليست ضرورية في حياة معظم الناس الغير مستعدين للدفع من أجلها. بدلا من ذلك يمكن اختيار استراتيجية أخرى مثل افتتاح منشآت للمعاصر، وتجهيزها لتكون ممكنة للزيارات، بحيث تكون جاهزة عند زيارتها، على الرغم من عدم التدفق المستمر للزوار. وبهذا الخيار سيكون من المناسب تخصيص جزء من المعصرة للتجارة، حيث يمكن للزوار فيه الحصول على المنتجات مباشرة. ■

هل يجذبك خيار السفر لمعرفة عملية جمع وإنتاج وتسويق زيت الزيتون (السياحة الزيتية)؟:

نعم، كثيراً
نعم، أجده مثيراً للاهتمام
نعم، قليلاً
لا، ليس كثيراً
لا يهمني

الرسم البياني رقم 6- قوة الجذب السياحي لزيت الزيتون.



"Turismo Cultural: una reflexión desde la ciencia económica", en Gestión Cultural. Estudio compartido sobre Turismo y Cultura.

Camisón, C., Monfort Mir, V. M. (1996): "La calidad en el turismo: balance y perspectiva de la investigación (1)", in Estudios Turísticos, num. 128, pp. 129-161.

Cisneros Garrido, G. (1990): "Posicionamiento estratégico y gestión de marcas turísticas", in Papers de Turisme, num. 4, pp. 5-24.

Crosby, A. (1993): Desarrollo turístico sostenible en el medio rural, Madrid, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.

Delgado, M. (2000): "Trivialidad y trascendencia: usos sociales y políticos del turismo cultural", in Habitantes de Babel: políticas y poéticas de la diferencia, Ed. Laertes, Barcelona.

Dimara, E., Skuras, D. (2003): Consumer evaluations of product Certification, Geographic Association and Traceability in Greece.

Esteban Talaya, A. (1996): "El marketing turístico: la orientación de la actividad hacia el Consumidor", in Pedreño Muñoz, A., Monfort Mir, V. M. Introducción

Barrera, E. (2006): Turismo Rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Denominación de origen de Baena, Denominación de origen de Priego de Córdoba.

Belletti, G., Marescoti, A. (1997): "The reorganizations of trade channels of a typical product: the tuscan extra-virgin olive oil", in Typical and traditional productions: Rural effect and agro-industrial problems, Actas 52nd EAAE Seminar, Parma.

Bigne Alcañiz, J. E. (1996): "Turismo y marketing en España. Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro", in Estudios Turísticos, num. 129, pp. 105-127.

Blanco, M y Riveros, H. (2004): Las rutas alimentarias una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la ruta del queso Turrialba (Costa Rica).

Blázquez, J. M., Remesal, J., Rodríguez, E. (1994): Excavaciones arqueológicas en el Monte Testaccio (Roma). Memoria Campaña 1989, Ministerio de Cultura, Dirección General de Bellas Artes y Archivos.

Bonet i Agustí, L. (2003):

Ignacio Ruiz Guerra

دكتور في العلوم الاقتصادية والأعمال .
متخصص في السياحة الثقافية والداخلية
رئيس قسم الدراسات، والتحليل والتنبؤ
كرسي الأبحاث التعاونية مؤسسة
الصندوق الريفي لطليطلة
جامعة Castilla-La Mancha
شارع Cobertizo San Pedro Mártir
بدون رقم
45071 - طليطلة
البريد الإلكتروني: nachoruizguerra@gmail.com

6. المراجع

Alonso, M. (1993): "El mundo rural, el agroturismo y el desarrollo territorial", in Revista CIRIEC-España para el debate de Economía Pública, Social y Cooperativa, num. 15, pp. 109-126.

Altes Machín, C. (1995): Marketing y turismo, Madrid, Síntesis.

Amor, F., Fernández, M. A. (1998): "El turismo de salud en la Comunidad Valenciana", in Revista Valenciana de estudios autonómicos, nº 25, pp. 187-200.

Armesto X., Gómez, A. (2004): Productos alimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat.

Arrayán, L., Ondersteijn, C., Van Kooten, O., Lansink, A. O. (2006): Performance indicators in Agri-food Production Chains.

Márguez García, A. M., Hernández Ortiz, M. J. (2001): Cooperación y sociedades cooperativas: el caso de la Denominación de origen Sierra Mágina.

Marketing en sectores específicos, Madrid, Pirámide, pp. 161-195.

Martín Valles, D. (1999): "Calidad en los servicios. Una aproximación metodológica", in Estudios Turísticos, num. 139, pp. 15-33.

McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. (1999): Turismo. Planeación, Administración.

Mediano Serrano, L. (2000): "Marketing turístico", in Aguirre García, M. S. (coord.):

Mediano Serrano, L. (2002): "Un caso de marketing turístico: el agroturismo en el País Vasco", in Cuadernos de Gestión, vol. 1, num. 2, pp. 55-68.

Melián, A., Millán, G., López, T. (2008): Vinos con denominación de origen: la denominación de origen de Alicante.

Millán G., Mateus, A., López T. (2008): Nova alternativa ao turismo tradicional. Um estudio de caso.

Millán, G., Agudo, E.

turismo: una ventana abierta al mundo rural", in Sustrai: revista agropesquera, num. 76, pp. 40-45.

Judd, D. R. (2003): "El turismo urbano y la geografía de la ciudad", in Revista EURE, Santiago de Chile, pp. 51-62.

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (1997): Mercadotecnia para hotelería y turismo, México, Prentice Hall.

Lange, B. H. G., Milone P. C. (2000): Impactos socioeconómicos globales del turismo.

López-Guzmán, T., Millán, G., Sánchez, S., Agudo, A. Creación de nuevos productos turísticos: el enoturismo en la provincia de Córdoba.

Lorenzo Peña, A. V. (1994): "Turismo rural: mito o esperanza del medio rural", in Boletín económico de Andalucía, num. 17, pp. 32-44.

Macias, A. (2007): Denominaciones de origen protegidas de aceite de oliva. Estudio de caso.

Manzato, F. (2007): "Turismo arqueológico: diagnóstico y análisis del producto arqueoturístico", in Revista Pasos, de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 5, nº 1, pp. 99-109.

a la economía del turismo en España, Madrid, Cívitas, pp. 243-273.

Featherstone, M. (1991): Consumer culture and post-modernism, Sage, Londres.

Feo Parrondo, F. (2005): "Turismo gastronómico en Asturias", in Cuadernos de Turismo, num. 15, pp. 77-96.

Fernández, M., Hernández, X., Tatjer, M., Vidal, M. (1984): Passat i present de Barcelona. Materials per l'estudi del medi urbà, Edicions Universitat de Barcelona, 3 vols.

Fuentes Luque, A. (2009): "El turismo rural en España: Terminología y problemas de traducción", in Entreculturas, Universidad Pablo Olavide, Sevilla, num. 1, pp. 469-486.

GOBIERNO VASCO. VICECONSEJERÍA DE TURISMO (2000): Informe del Turismo Vasco 1999. Viajes de Negocios, Vitoria.

Gómez Gómez, M. J. (1999): "Sistemas de Calidad para Casas Rurales", in Estudios Turísticos, num. 139, pp. 89-94.

Gómez, E. (2006): Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience and destination.

Haig, N. (2006): "Agro-

- Shugurensky, D. (2006): The political economy of higher education in the time of global markets: whither the social responsibility of the university.
- Soyez Dietrich A. (1985): "Industrietourismus", in *Erdkunde*, num. 40, pp. 105-111.
- Soyez, Dietrich A. (1986): "Tourisme industriel. Quelle définition?", in *Invitation au voyage industriel. Actes du Colloque: Pour un tourisme industriel transfrontalier, Espace Sarre-Lor-Lux, Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle, Thionville*, pp. 17-21.
- Soyez Dietrich, A. (1990): "Le tourisme industriel: exemples européens et nord-américains", in *Association Québécoise d'Interprétation du patrimoine (Ed.), L'Interprétation du Patrimoine, un Outil de Développement Régional, Québec*, pp. 35-59.
- The Olive Oil Times (August 25, 2010), "EVOO Top Ten".
- Torres, E. (2006): *Estructura de mercados turísticos*, Barcelona.
- Traverso Cortés, J. (1996): "Comunicación interpretativa: variable clave en el marcos de turismo rural", in *Papers de Turisme*, num. 19, pp. 17-33.
- Sanchez Gil, I. (1993): "Der Jakobsweg -Erste 'Europäische Kulturstrasse'", in *Becker, Ch. und Stehmecke, A.: Megatrend Kultur?. Chancen und Risiken der touristischen Vermarktung des kulturellen Erbes'. Europäisches Wissenschaftsforum auf der Internationalen Tourismus-Börse Berlin 93, ETI, Europäisches Tourismus Institut GMBH an der Universität Trier*, pp. 23-30.
- Sanz, J. (2007): *Calidad y signos distintivos. Las denominaciones de origen de aceite de oliva en España*.
- Schluter, R., Thiel, D. (2008): *Gastronomía y turismo en Argentina, Polo gastronómico Tomás Jofré*.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO y PYMES. DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO (1999): *Plan de Calidad turística Española. Sistema de Calidad para Casas Rurales*.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2002): *Estudio estratégico de viabilidad de Turismo Cultural*, SECTUR-CESTUR, México.
- (2006). *El turismo rural en la provincia de Córdoba: dos metodologías para conseguir la multifuncionalidad del territorio rural*.
- Millán, G., Agudo, E. (2010): "El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen del sur, Oleoturismo", in *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, num. 1.
- Montemagno, G., Arancio, V. (1991): "El turismo rural y el agroturismo", in *Estudios Turísticos*, num. 110, pp. 5-18.
- Montoya, T. (2003): *La gastronomía tradicional en el turismo rural y perspectivas*, México, Limusa.
- Muñoz Oñate, F. (1994): *Marketing turístico*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- Nuernberger, K. (2003): *The Okanagan Cultural Corridor Project 2002, a review in the literature*.
- Riveros, H., Blanco, M. (2003): *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*, PRODAR.
- Ruiz, A.V.; Vázquez, R., Díaz, A. M. (1995): "La calidad percibida del servicio en establecimientos hotele-

Valls, J. F. (1996): Las claves del mercado turístico, Bilbao, Deusto Turismo.

Van der Lans, I. A., Van Ittersum, K., De Cicco, A., Loseby, M. (2001): The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products.

Vázquez Casielles, R., Trespalacios Gutiérrez, J. A. (1994): Marketing: estrategias y aplicaciones sectoriales, Madrid, Civitas.

Williams, P. (2001): Positioning wine tourism destinations: an image analysis.

Boletín GC: Gestión Cultural: Turismo Arqueológico, nº 9, pp. 2-8.

Valdés Peláez, L., Ruiz Vega, A. V. (coord.): Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales, Gijón, Universidad de Oviedo.

Marketing mix de las empresas de turismo rural", in Estudios Turísticos, num. 130, pp. 37-50.

Treserras, J. J. (2004): "El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico", in

السياسة الزراعية المشتركة (PAC 2014-2020): آثار و استراتيجيات بساتين الزيتون الإسبانية التقليدية

María del Mar Velasco Gámez, Juan Vilar Hernández & Raquel Puentes Poyatos

الملخص

سوف يكون للسباق الأوروبي الجديد الذي قامت السياسة الزراعية المشتركة (PAC) بتطويره، والذي يدور سياقها حول الأزمة الاقتصادية وخفض الميزانية، تأثير على قطاع إستراتيجي مثل الزراعة، وبشكل أكثر تحديداً، قطاع إعداد زيت الزيتون. الهدف من هذا العمل هو تحليل قطاع الزيتون الذي سيمثل نطاق إعادة هيكلة قطاع مساعدات السياسة الزراعية المشتركة (PAC) على مدى ست سنوات 2014-2020، تقديم سلسلة من الإستراتيجيات أو التدابير التي تساهم في تعزيز وتنشيط هذا القطاع، في بيئة صعبة كالتالي تنتظرنا.

كلمات رئيسية: السياسة الزراعية المشتركة. بستان الزيتون التقليدي. مساعدات للمساحات الزراعية.

1. مقدمة

اهتمت الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي، منذ تأسيسه، بالقطاع الزراعي بصفته قطاعاً إستراتيجياً، وذلك من خلال ثلاث قضايا رئيسية هي: الحاجة إلى الحفاظ على مستوى

مناسب من الإكتفاء الذاتي، أن يصبح

قاعدة للصناعة الزراعية ولأسباب الحفاظ على الطبيعة.

كما يوجد أيضاً أسباب تُحد من

إمكانات النمو والتوسع في الزراعة

والتي تنشأ بسبب ثلاث قوانين

اقتصادية:

– قانون كينج، وهو أن زيادة

صغيرة في الحصاد لمنتج

زراعي يمكن أن تؤدي إلى

إنخفاض كبير في الأسعار.

– قانون إنجل، ينص على أنه كلما

زاد الدخل، كلما انخفض الطلب

على هذا النوع من البضائع

بدرجة أقل من الدخل.

– قانون تورجوت، يوضح أنه في

قطاع الزراعة، وفي فترة زمنية

محددة وصولاً إلى نقطة معينة،

فإن زيادة كمية المدخلات التي

يتم دمجها في العملية الإنتاجية،

يمكن أن تؤدي إلى انخفاض في

عوائد النباتات،

هذه القوانين تبرر حقيقة أن هذا

القطاع بحاجة إلى درجة معينة من

الحماية. وهكذا، فقد تم صياغة سلسلة

من آليات الدعم التي تشملها المساعدات

في معظم علوم الاقتصاد المتقدمة

(جدول رقم 1).

وقد ساعدت السياسة الزراعية

المشتركة (PAC) التقليدية، بموجب

معاهدة روما في عام 1958، مع تنفيذ

هذه الآليات التي تحمي الزراعة، على

دفع إحدى الثورات الإنتاجية الحقيقية

في أوروبا، حيث أنه في لحظة إنشاء

الإتحاد كان هناك عجز في كمية كبيرة

من المنتجات الزراعية، وحتى نقطة

الانتقال من مستورد أغذية في بداية

الستينيات وحتى تحقيق الإكتفاء الذاتي

المطلوب.

إن وجود آليات أخرى مثل الأسعار

المضمونة، أدى إلى ضمان بيع المنتج

لبضائعه للسوق أو للمجموعة بسعر

هيئة المراقبين، مما كان يؤدي إلى ربط

إيراد المزارع مباشرة بحجم الإنتاج،

وبالتالي كان يتركز الجزء الأكبر من

المساعدات على المزارع الأكثر كثافة.

وبناءً على ذلك، تم توجيه 80% من

مساعدات الإرشاد الزراعي الأوروبي

وصندوق الضمان (FEOGA) إلى

20% فقط من المزارع، مما أدى

إلى زيادة تكاليف هذه المنظمة أثناء

فترة الثمانينيات والسنوات الأولى

من التسعينيات بمعدل 17% سنوياً،

مما يمثل 75 - 80% من الميزانية

الإجمالية للمجموعة الأوروبية (شكل

رقم 1). هذا الموقف أدى إلى إستحالة

القدرة التنافسية الزراعية للمجموعة الأوروبية، واستقرار الإنتاج والبدء في الاهتمام بالبيئة.

في عملية التغييرات هذه، تم اتخاذ تدابير تهدف إلى الحد من آلية الحماية الزراعية المفرطة، مشيراً إلى الإصلاح الجديد لعام 2003، والذي تم تبريره بالتدهور البيئي، والاختلافات التي وُجدت في توزيع المساعدات، والتوسعات الجديدة المتوقعة (فسيكون بالإتحاد الأوروبي 27 عضواً، 493 مليون من المواطنين، و 172 مليون هكتار من الأراضي الزراعية -كما في جدول رقم 2) والمشاكل المرتبطة بجودة الأغذية الزراعية وسلامتها، ومعاناتها من الاحتيايل. كما تم الرد على بعض القضايا مثل زيادة القدرة

جدول رقم 1.
المساعدات الزراعية بواسطة الإتحاد الإقتصادي

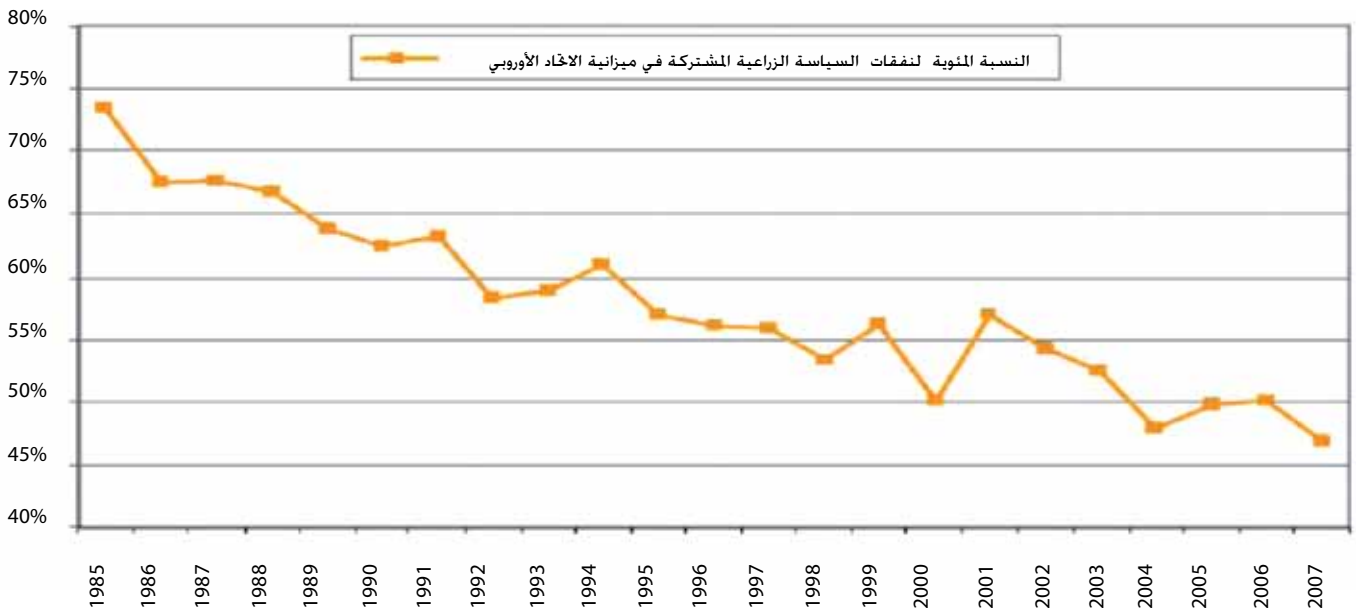
المساعدات الزراعية			
2010	مليون يورو	% من الناتج المحلي الإجمالي	يورو/هكتار زراعي
الإتحاد الأوروبي	50,000	0.5	371
الولايات المتحدة	73,276	0.9	90
اليابان	45,481	1.4	7,468
المكسيك	6,070	1.3	46
كندا	3,964	0.7	41
سويسرا	3,512	1.9	2,051
النرويج	1,793	1.4	1,604
أستراليا	885	0.3	1.6

(المؤلف استناداً إلى بيانات يوروستات، 2009)

تقليل أو احتواء تكاليف المجموعة الأوروبية، حيث لا يوجد لدى السياسة الزراعية مخرج آخر بخلاف بدء عملية إصلاحات متتالية. بدأت هذه العملية مع إصلاح

عام 1992 بهدف تحقيق قدرة تنافسية دولية وكفاءة إنتاجية، مما يؤدي إلى صد أية هجمات قاسية من قبل الولايات المتحدة، بالإضافة إلى تحقيق بداية إيجابية في العمل على تحقيق سلسلة من الأهداف وهي: زيادة

شكل رقم 1 تطور ميزانية السياسة الزراعية المشتركة (PAC) // الناتج المحلي الإجمالي (PIB)



(إعداد خاص من بيانات المفوضية الأوروبية - الإدارة العامة للزراعة والتنمية الريفية، 2009)

جدول رقم 2
عدد المساحات الزراعية بالهكتار لكل دولة من الدول الـ 27

الإتحاد الأوروبي-27	إسبانيا
171,878,310	24,855,130
فرنسا	27,590,940
ألمانيا	17,035,220
المملكة المتحدة	15,956,960
بولندا	14,754,880
رومانيا	13,906,700
إيطاليا	12,707,850
المجر	4,266,550
أيرلندا	4,219,380
اليونان	3,983,790
البرتغال	3,679,590
جمهورية التشيك	3,557,790
النمسا	3,266,240
السويد	3,192,450
ليتوانيا	2,792,040
بلغاريا	2,729,390
الدنمارك	2,589,800
فنلندا	2,263,560
هولندا	1,958,060
سلوفاكيا	1,879,490
لاتفيا	1,701,680
بلجيكا	1,385,580
إستونيا	828,930
سلوفينيا	485,430
قبرص	151,500
لوكسمبورغ	129,130
مالطا	10,250

(المؤلف إستناداً إلى بيانات يوروستات، 2009)

الأراضي الزراعية إلى ما لا يزيد عن 4000 يورو. وبناءً على ذلك، أدى هذا الموقف إلى الإنخفاض التدريجي في الموارد المتاحة منذ عام 1985، حتى عند زيادة عدد المستفيدين، وبالتالي حدث انخفاض في كل من النسبة المئوية والقيمة المطلقة للمساعدات (راجع الشكل رقم 1). بواسطة هذه الموارد،

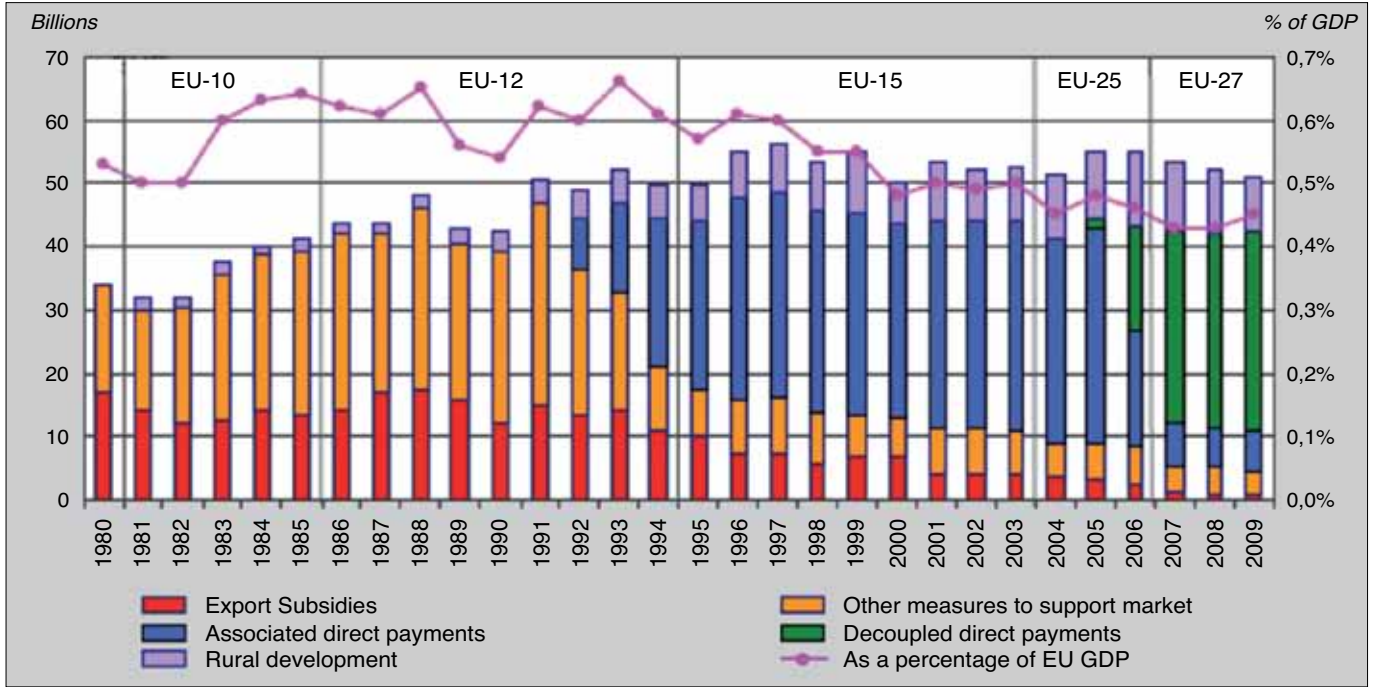
للزيتون والتي ستوزع بين 27 دولة وليس بين 15 دولة (الجدول رقم 3)، مما يؤدي إلى إدخال آليات إلى الفترة السابق ذكرها تسمح بشكل تلقائي بإخضاع المساعدات للتعديل إذا كان من المتوقع أن تصبح مفرطة. وفي هذه اللحظة انخفضت النسبة المتوسطة للمساعدات باليورو في

التنافسية والجودة، الإنتاج الموجه نحو السوق، احترام المعايير البيئية وسلامة الأغذية الزراعية، الاستدامة وتعدد الوظائف الزراعية، بالإضافة إلى فصل المساعدات. تم إدخال تغييراً كبيراً على هيئة الدعم لقطاع الزراعة، وهو نشاط يقدم 1.8% فقط من إجمالي الناتج المحلي، كما أنه يستوعب 50% من ميزانية الاتحاد الأوروبي.

وقد تم إدخال إصلاحات متتالية للسياسة الزراعية المشتركة كما هو الحال في العملية المستمرة لخفض الميزانية. وهكذا، كما هو مبين في الشكل رقم 2، فإن الميزانية الزراعية في عام 1993 كانت تمثل أقل من 0.5% من إجمالي الناتج المحلي للإتحاد الأوروبي، مقابل 0.43% (وهو ما لا يمثل أكثر من 0.44%، أي 50000 مليون يورو، مما يعني 109 يورو لكل فرد وممارسة، ليس أكثر من 2 لكل شخص في الأسبوع) و0.33% بحلول عام 2013 أو بمعنى آخر 34.2% من ميزانية المجموعة الأوروبية في عام 2006، متوقعاً أنه بحلول عام 2013 وزن حوالي 22.4% وتم تطبيق ذلك على أكثر من 50 مليون مزارع وحوالي 90% من إجمالي أراضي الإتحاد الأوروبي (الشكل رقم 2).

ينشأ جميع ما سبق من ممارسة تجميد الميزانية في الفترة 2007-2013، والتي اقترحها المجلس الدولي

الشكل رقم 2 تكوين السياسة الزراعية المشتركة



(المؤلف إستناداً إلى بيانات المفوضية الأوروبية - الإدارة العامة للزراعة والتنمية الريفية، 2009)

وبدأ من عملية الإصلاح (في عام 2003) يُتوقع ضمان الحد الأدنى لدخل المزارع، ووضع سياسات التنمية الريفية، والرفق بالحيوانات والرعاية البيئية وحماية النظم الإيكولوجية.

شكلت المبادئ التي تم وضعها في عام 2003 أساساً للإصلاحات اللاحقة للسياسة الزراعية المشتركة حيث تم تحقيق تقدماً نحو الفصل الكامل للمساعدات وتعزيز التنمية الريفية باعتبارها في المقام الأول الركيزة الثانية للسياسات الزراعية المشتركة.

وجدير بالذكر أن عملية الإصلاح التي بدأت في عام 2008 وتعرف باسم الفحص الطبي تهدف بشكل رئيسي إلى التوافق بين الميزانية والمستفيدين. وفي نهاية المطاف، هو عبارة عن آلية أولية لإعادة التوزيع، أو إعادة تخصيص

جدول رقم 3
عدد المساحات الزراعية (بالأميال لكل دولة من الدول الـ 27

الإتحاد الأوروبي-27 إسبانيا	14,478.60 1,079.42
رومانيا	4,256.15
بولندا	2,476.47
إيطاليا	1,728.53
اليونان	833.59
المجر	714.79
فرنسا	567.14
بلغاريا	534.61
ألمانيا	389.88
البرتغال	323.92
المملكة المتحدة	286.75
ليتوانيا	252.95
النمسا	170.64
أيرلندا	132.67
لاتفيا	128.67
هولندا	81.83
سلوفينيا	77.17
السويد	75.81
فنلندا	70.62
سلوفاكيا	68.49
بلجيكا	51.54
الدنمارك	48.27
قبرص	45.17
جمهورية التشيك	42.25
إستونيا	27.75
مالطا	11.07
لوكسمبورغ	2.45

(المؤلف إستناداً إلى بيانات يوروستات، 2009)

جزئي من عائدات السياسة الزراعية المشتركة، وهدفها هو الانتقال إلى نموذج أرضي بقرية إقليمية، حيث تتلقى جميع المساحات والقطاعات نفس المساعدة، بمعنى آخر، السعي إلى تحقيق التوزيع المتساوي والتجانس للمساعدات في التغطية القطاعية والجغرافية، للقضاء على ما يسمى بالحقوق التاريخية، والتي سوف تصبح موحدة في الفترة ما بين 2008 - 2013 على افتراض خط الدعم في المستقبل، بعد مرور هذه الفترة الزمنية.

2. مستقبل السياسة الزراعية المشتركة في السياق 2014 - 2020

الأهداف الاستراتيجية التي تتبعها السياسة الزراعية المشتركة في المستقبل للفترة المعينة 2014-2020 هي كالتالي:

1. الحفاظ على إمكانات الإنتاج الزراعي في الاتحاد الأوروبي، وذلك لضمان الأمن الغذائي طويل المدى للمواطنين الأوروبيين والمساهمة في الطلب العالمي المتزايد على الغذاء، والذي من المتوقع أن يزداد إلى 70% بحلول عام 2050، وفقاً لمنظمة الأغذية والزراعة (FAO).

2. دعم المجتمعات الزراعية التي تنتج غذاء صحي ذو جودة بشكل مستديم، وذلك لمكافحة فقدان التنوع البيولوجي والمساهمة في تخفيف آثار التغير المناخي.

3. الحفاظ على المجتمعات الريفية القابلة للحياة، حيث تُعد الزراعة فيها محور النشاط الاقتصادي من أجل خلق فرص عمل محلية.

يجب أن يتضمن مستقبل السياسة الزراعية المشتركة ركيزة رئيسية أكثر خضرة وموزعة بشكل أكثر توازناً بالإضافة إلى ركيزة ثانية أكثر إهتماماً بالقدرة التنافسية والابتكار، التغير المناخي والبيئة، مع التطلع إلى تحقيق الزيادة الإنتاجية، خاصة في الدول الأعضاء الجديدة، وبالتالي المساهمة في تحقيق الأهداف الأوروبية لعام 2020.

سوف تركز المساعدات بشكل حصري على المزارعين النشيطين كجزء على الخدمات الإجمالية التي يقدمونها للمجتمع؛ وبالتالي، ستزداد فعالية وكفاءة المساعدات، بالإضافة إلى إضفاء الشرعية على السياسة الزراعية المشتركة.

يجب أن يحدث كل هذا مع الأخذ في الاعتبار القيود التي تفرض مع موارد الميزانية المحدودة والتأثير الحاد للأزمة الاقتصادية بشكل عام، وفي الزراعة بشكل خاص.

سوف يؤدي تنفيذ هذه الأهداف الإستراتيجية إلى تحقيق التحديات التالية:

أ. التحديات الاقتصادية:

إن الدور الرئيسي للزراعة هو توفير مجموعة كبيرة من الأغذية، تشمل المنتجات المحلية، لمواطني دول

الإتحاد الأوروبي ذات جودة عالية، مما يمنح مزارعنا القدرة التنافسية اللازمة، مع الأخذ في الاعتبار الحالة الراهنة للسوق، وأن فترة المرجعية هي الفترة اللاحقة لأزمة اقتصادية خطيرة.

ب. تحديات بيئية:

ستحتاج إلى المزيد من الجهود لتعزيز الحفاظ على البيئة تدريجياً، مما يؤدي إلى تحقيق هدف التصدي للتغير المناخي.

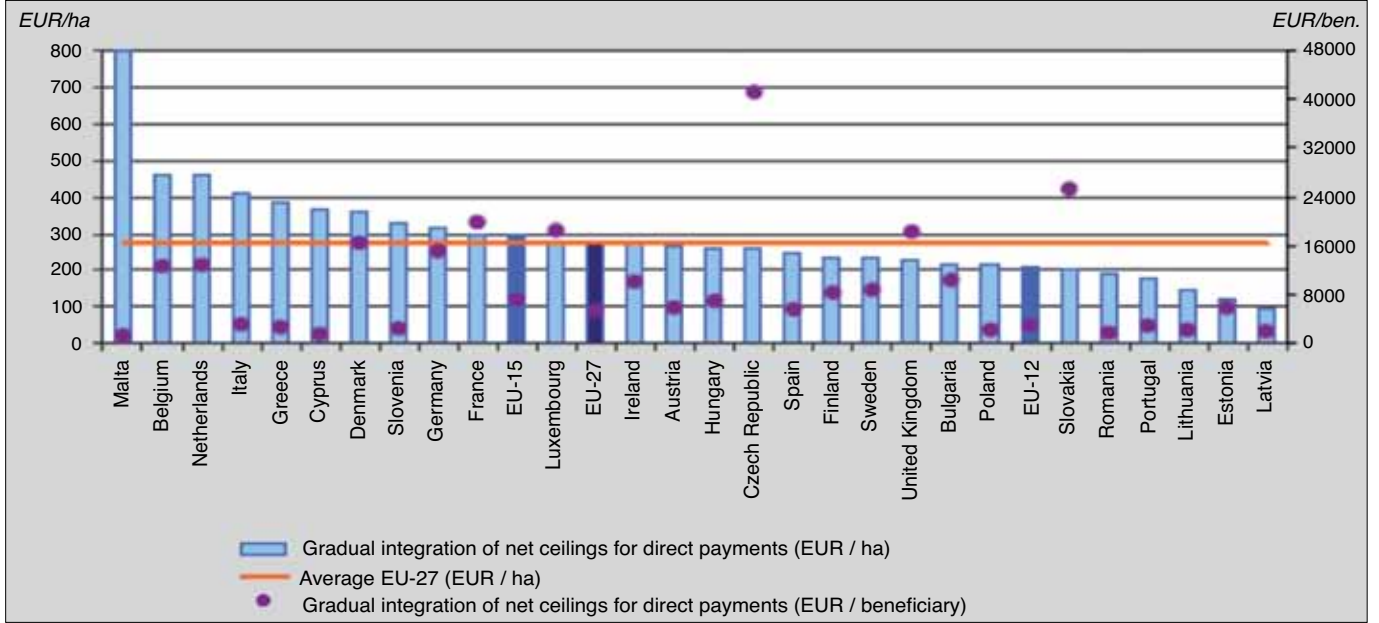
ج. التحديات الإقليمية:

ستسعى إلى تحقيق التوازن والاستدامة في المناطق الريفية من خلال قطاع زراعي تنافسي وديناميكي.

من ضمن الخيارات الثلاثة العامة لتحديث مستقبل السياسة الزراعية المشتركة، هو الخيار الذي يميل إلى الحصول على دعم متوازن وموجه ودائم، وينطوي على التدابير التالية:

1. المدفوعات المباشرة

• إدخال المزيد من العدالة والتوازن والتناسق على توزيع المدفوعات المباشرة بين الدول الأعضاء (الشكل رقم 3) وإحداث تغيير كبير في تصميمها مع مراعاة المزارعين النشيطين.



(المؤلف إستناداً إلى بيانات المفوضية الأوروبية - الإدارة العامة للزراعة والتنمية الريفية. 2010)

المزارع الكبيرة في العمالة الريفية.

2. تدابير السوق:

- تنظيم وتبسيط وتحسين آليات السوق المتوفرة حيثما كان ذلك مناسباً وضرورياً.

3. تدابير التنمية الريفية:

- تعديل وإكمال الآليات المتوفرة على نحو أفضل يتناسب مع أولويات الإتحاد الأوروبي، من خلال دعم يركز على البيئة و/أو إعادة الهيكلة والإبتكار، وتعزيز المبادرات الإقليمية/المحلية.
- تعزيز آليات إدارة المخاطر

iii. دفعة إضافية لتعويض المتطوعين وتمويل مشترك للمعوقات الطبيعية، يعتمد على كل بلد عضو، و تكلفة السياسة الزراعية المشتركة، وهي 10%، 30 يورو، بغض النظر عن الدعم المحدد للبلد المقصود.

iv. عنصر واحد من الدعم المركب والإختياري لمناطق وقطاعات محددة، وهي أكثر من 20%، وهو ما يمثل 60 يورو.

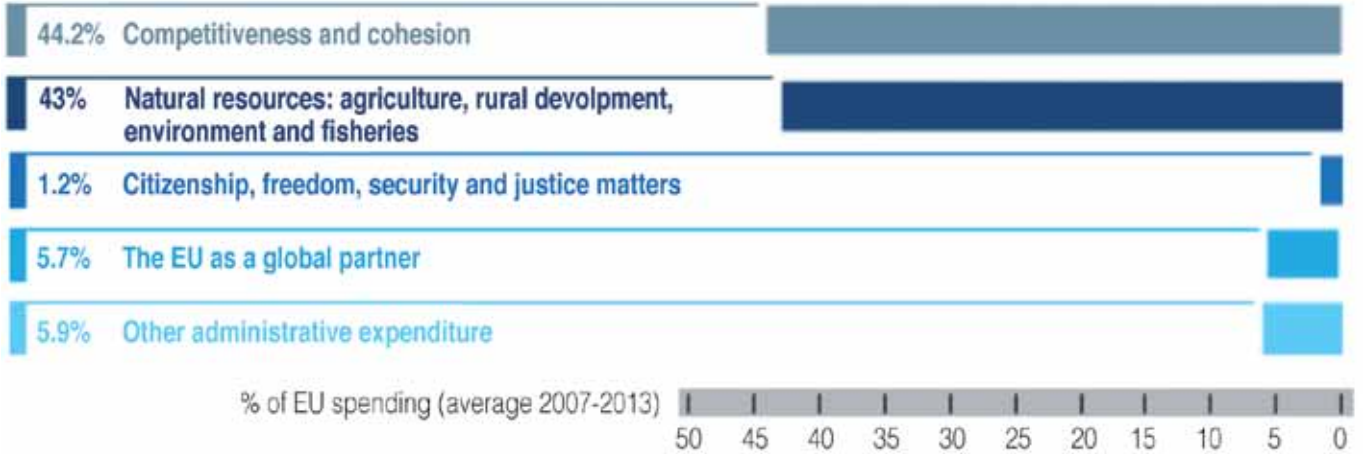
- توفير الدعم للمزارع الصغيرة
- توفير الحد الأقصى للنسبة الأساسية، مع مراعاة مساهمة

- المدفوعات المباشرة وفقاً للسياريو الأكثر احتمالية، ووفقاً للنقاط السابقة المعروفة، وبعد تطبيق انخفاض الميزانية المفروضة (من 371 يورو للهكتار الواحد في المتوسط لعام 2010 إلى 300 في الفترة المذكورة)، ستتألف من:

i. نسبة أساسية لدعم الدخل بنحو 50%، أي 150 يورو،

- ii. مساعدة إضافية إجبارية للسلع العامة "الخضراوات" (التخضير) محددة من خلال إجراءات زراعية-بيئية بسيطة، وعامة، وسنوية وغير مرتبطة بعقود وتعتمد على التكاليف الإضافية الناتجة عن تطبيق هذه الإجراءات؛ وبترتيب 20% وهو ما يمثل 60 يورو،

تكوين الميزانية للفترة ما بين 2007 - 2013 الشكل رقم 4



(المؤلف إستناداً إلى بيانات وزارة البيئة. البيئة الريفية والبحرية. 2009)

حوالي 371 يورو، بينما يبلغ متوسط ما تتلقاه الإثنى عشرة دولة المنظمة مؤخراً حوالي 180 يورو، وهو فرق يتجاوز 52%.

وفيما يتعلق بإسبانيا، فإن المساعدات التي تلقتها بحلول 2010 تمثل 346 يورو من متوسط إنتاج الهكتار الواحد (بإجمالي 25000 هكتار زراعي). ومن المتوقع أن يحدث انخفاض يتراوح بين 5-15%، وأن يكون متوسط المبلغ الذي يتم استلامه حوالي 245 يورو/للهاكتار الواحد، أي أكثر من 9% أقل من المتوسط الأوروبي و30% بالمقارنة مع المبلغ الذي تم استلامه في عام 2010.

وفقاً للتوزيع حسب المجتمعات ذاتية الحكم، على النحو المبين في الشكل رقم 5، فإن المجتمع الأندلسي يتلقى النسبة الأكبر، يليه كاستييا ليون، ثم كاستييا لامانتشا وإكستريمادورا.

خطورة التي عاني منها الإتحاد الأوروبي، حيث أنه سيتم تخصيص الميزانيات لتخفيف آثار تلك الأزمات، وخاصة للانقاذ الإقتصادي للأعضاء مثل أيرلندا واليونان، لذا من المرجح أن تشهد الميزانية انخفاضاً يتراوح بين 5 و15%، سواء في الحجم أو جهة ميزانية المساعدات.

وبالتالي يتراوح المتوسط التقريبي للهاكتار الواحد لنطاق الإتحاد الأوروبي بين 250 و300 يورو، مما يعني مجموعة تتراوح بين 2830 و2410 يورو لكل مزرعة.

بالإضافة إلى ذلك، وهو ما لا يمكن الدفاع عنه سياسياً ولا إقتصادياً، أن تتلقى دول أعضاء مثل مالطا 800 يورو للهاكتار الواحد، بينما تتلقى دول أخرى مثل ليتوانيا 80 يورو فقط للهاكتار الواحد، ويبلغ متوسط ما تتلقاه الخمسة عشر دول الشركاء القدامى

المتوفرة وتوفير أداة لاستقرار الدخل الاختياري المتوافق مع الصندوق الأخضر لمنظمة التجارة العالمية من أجل تعويض الخسائر الكبيرة من الدخل.

- تشمل إعادة توزيع الأموال بين الدول الأعضاء بالإعتماد على المعايير الموضوعية التي يمكن أن تتضمنها.

3. قطاع زراعة الزيتون الإسباني

في البيئة 2014 - 2020

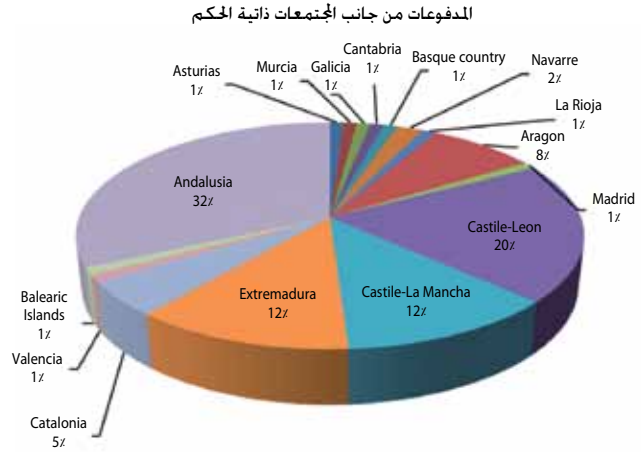
وفقاً للبيانات الواردة أعلاه، وبمراعاة أنه في ميزانيات 2007 - 2013 (الشكل رقم 4)، فإن متوسط النسبة الموجهة إلى السياسة الزراعية المشتركة من الإتحاد الأوروبي هي 43%، وهو ما يمثل حوالي 50000 مليون يورو، مما يدل على أن الفترة التالية 2014 - 2020 تبدأ بعد إحدى أكثر الأزمات الاقتصادية

في المجتمع الأندلسي، يتم تمثيل التوزيع على القطاعات في الشكل رقم 6، مسلطاً الضوء على زراعة الزيتون الذي يستوعب أكثر من 53% من إجمالي المبلغ الموحد المستقبلي، وهي نسبة لا يستهان بها وبالتالي نكون أمام أكبر منتج لزيت الزيتون في إسبانيا والعالم بأكمله. وتوزع هذه المساعدات وفقاً للحقوق التاريخية، حيث يكون المتوسط للهكتار الواحد 571 يورو (الجدول رقم 4)، و56 و52%، وهو أعلى بالمقارنة بالمتوسط الإسباني والأوروبي على التوالي، و217%، إذا كان ذلك مقارنة بمتوسط المبلغ الذي تلقته الدول الأعضاء الـ 12 المرفقين أخيراً.

وبالنظر إلى البيانات، واستناداً إلى الإفتراضات المذكورة أعلاه، يكون من المعقول الإفتراض أن هذه المبالغ المذكورة من شأنها الإقترب بالضرورة، ليس فقط للمتوسط الذي تم استلامه في الفترة ما بين 2010 - 2013، لكن لمعانة نفس الإنخفاض الباقي، حيث أن أحد المبادئ التي تم اعتناقها في الإصلاح التالي، هي التوزيع المتساوي وتجانس وتساوي المساعدات، حسب المناطق الجغرافية والقطاعات، أو ما يمثل الهدف نفسه، إلى ما يقرب من 300 يورو للهكتار الواحد كحد أقصى، بما في ذلك كافة النسب والسندات والعناصر المنتظرة من السياسة الزراعية المشتركة.

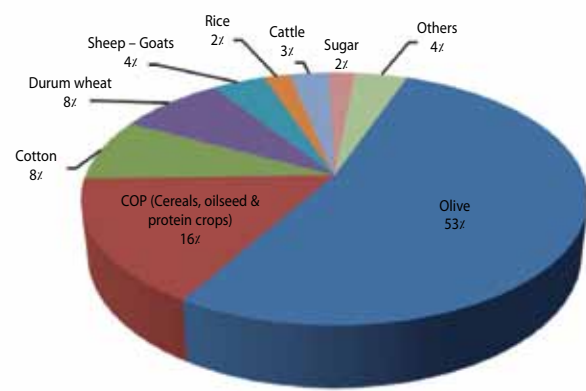
وبالتالي، وفقاً لسعر زيت الزيتون في السوق في الآونة الأخيرة، وفي

الشكل رقم 5 التكوين الميزاني للمساعدات في إسبانيا



(المؤلف إستناداً إلى بيانات وزارة البيئة. البيئة الريفية والبحرية. 2009)

الشكل رقم 6 التكوين الميزاني للمساعدات في أندلسية



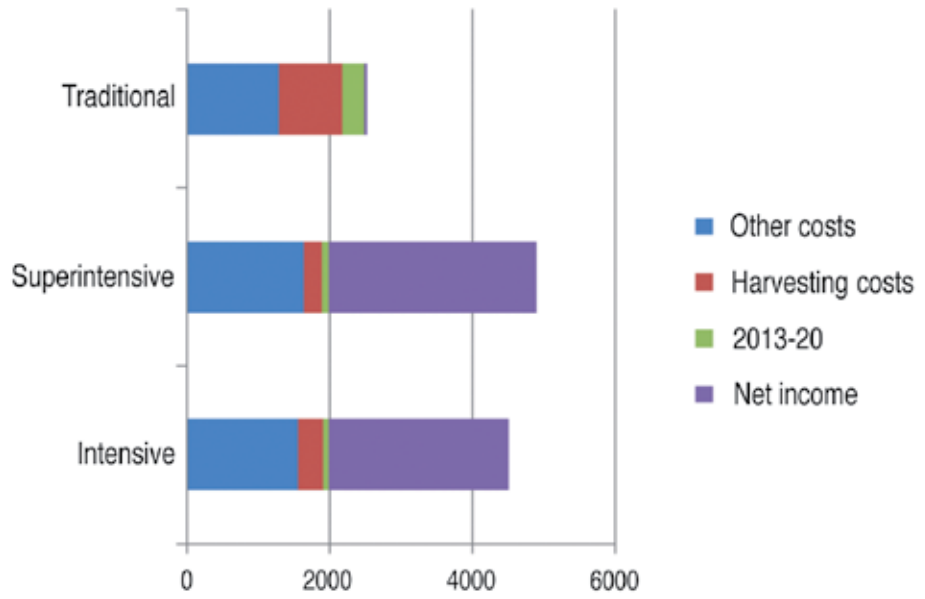
(المؤلف إستناداً إلى بيانات وزارة البيئة. البيئة الريفية والبحرية. 2009)

الجدول رقم 4
تكوين الدفع الموحد للمقاطعات الأندلسية

المقاطعة	ثمن الوحدة (يورو / هكتار)
ألمرية	401.38
قádiz	369.26
قرطبة	556.45
غرناطة	512.09
ولبة	230.56
جيان	690.13
مالقة	485.91
إشبيلية	397.00
أندلسية	570.66

(المؤلف إستناداً إلى بيانات الهيئة الاستشارية للزراعة والثروة السمكية والأغذية)

الشكل رقم 7 تكوين الدخول والمصروفات للنشاط وفقاً لأساليب الزراعة في عام 2009



(المولف)

حد ما بشكل خاص. ومع ذلك، يوجد العديد من القيود هي:

- من حيث الحجم، أكثر من 80% من المزارع الإسبانية لا تتجاوز 15 هكتار.
- من حيث الجبال، المزارع لا تسمح دائماً بالاتجاه ناحية الشمال والجنوب، ونقص المياه، ومنحدر يتجاوز 15%، وارتفاع نطاق التشتت، وغير ذلك.
- من حيث الملكية، فإن 80% من مزارع الزيتون يكون نشاطهم الثاني هو زراعة الزيتون في أندلسية.

2. الزراعة من خلال شركة خدمات أو الاستثمار المشترك:

تضم اثنين من البدائل المختلفة، البديل الأول يفترض أن يتم توظيف مزارع الزيتون ذو النشاط الثاني من خلال التأجير، أو تقديم الخدمات البسيطة لشخص واحد، أو شركة ما أو أي كيان آخر، مع الموارد البشرية والميكانيكية الكافية ويكون نشاطه الأول هو زراعة بساتين الزيتون الكثيفة أو التقليدية، في حين أن الموارد غير مفيدة لعدم عمل المساحات الزراعية الكافية لتحقيق النشاط الأمثل.

مما يسمح بالتخلص من تأثير التشتت، والنمو من خلال تحقيق ربحية أفضل. ولذلك، فإن مستوى الفعالية والكفاءة الذي يتم تحقيقه يكون أعلى، بينما يكون المستوى الأعلى هو التركيز وزيادة المساحات الزراعية

4. تحديات واستراتيجيات زراعة الزيتون التقليدي في ست سنوات 2020-2014

يمكن تصنيف التحديات والبدائل المقترحة في مجالين عاميين، بعضها موجه لزيادة سعر الزيوت المنتجة والأخرى موجهة لتوحيد الجهود التي تسعى إلى خفض تكاليف عملية الحصول على الزيتون، ومن ثم انخفاض سعر الزيت.

1,4,1 استراتيجيات التأثير على التكلفة:

1) إعادة هيكلة بساتين الزيتون: يتركز على تحويل بستان الزيتون التقليدي إلى بستان ذي كثافة أعلى وأحادي الساق، مما يؤدي إلى تحسين تكاليف الحصاد وزيادة الإنتاج إلى

ضوء نتائج الأنواع المختلفة لبساتين الزيتون التقليدية والكثيفة والكثيفة للغاية، (الشكل رقم 7)، في إطار فرضية أن بستان الزيتون التقليدي يمكن أن يستقبل إجمالي النسب أو السندات (300 يورو) ويمكن للفنتان الأخرتان استقبال معدل أساسي 50% (150 يورو)، فإن بستان الزيتون التقليدي الأندلسي، ومن ثم الإسباني، يصبح مربحاً للغاية في فترة قصيرة جداً (هامش صافي أقل من 3%)، ونظراً لتصور وتطبيق المساعدات، بمعنى آخر، أن الفئة المذكورة التي تحتوي على أعلى نسبة في أندلسية وإسبانيا، تكون مربحة من الناحية الاقتصادية.

وهكذا، من الضروري أن يتم اتخاذ إجراءات عاجلة منذ هذه اللحظة من أجل تحسين صافي الدخل لمزارع الزيتون التقليدي، وهي النوعية السائدة في إسبانيا.

والمزارع.

(ج) التركيز على العروض أو

التسويق المشترك: في الوقت الراهن يُستهلك في بلدنا 537 مليون كجم من زيت الزيتون، يتم إنتاجها في 1734 معصرة، مع قليل من التوجه إلى السوق في الغالب، وبالتالي، بشكل إجباري وعاجل، يجب البدء في عملية التوافق والتأهيل المهني والتركيز على العرض، كما فعل العاملون بالطلب، خاصة التكميليين منهم، منذ أعوام مضت، وهذا الظرف الذي مكنهم من مواصلة هذا الموقف القوي عند تحديد سعر زيت الزيتون الأصلي.

حيث أن ذلك سوف يمددهم بقدرة أكبر على المفاوضة؛ حيث أنه من المفاجئ الآن أنه لم يتم تغطية سعر زيت الزيتون الخام الأصلي أو التكاليف الهامشية له في وجود حملات لطلبه واستهلاكه بشكل متوازن لبعض مزارع الزيتون التقليدي.

تتأثر هذه الإستراتيجية بالسعر. على الرغم من إمكانية القيام بهذه الإستراتيجية من خلال التكاليف على صافي الربح إذا تم تنفيذها بشكل متكامل.

(د) التعزيز: شهد الاقتصاد

العالمي في السنوات الأخيرة تغيرات عميقة أدت إلى تحويل التجارة المحلية إلى تجارة عالمية، حيث أصبح السوق في جميع أنحاء العالم بشكل عملي، مع وجود أكثر من 30 دولة من موردي زيت الزيتون، مع الإشارة إلى إسبانيا بشكل خاص،

(أ) الجودة: تبدو أنها شرطاً

ضرورياً لتحقيق النجاح في سوق الأغذية الزراعية المضطرب على نحو متزايد، حيث أنه زيادة تعقيد عمليات الإنتاج تطلب من صاحب العمل الزراعي، لأسباب تنافسية، استخدام إجراءات التسوية والسيطرة على جودة ما يمثّلها من الشركات، سواء فيما يتعلق بالمنتج أو العمليات والإجراءات.

حيث يتم اعتبار ذلك ميزة تنافسية، لا يجب أن ننظر إليها كغاية في حد ذاتها للشركة فقط، ولكن يجب النظر إليها كوسيلة لمحاولة تلبية الاحتياجات الإجتماعية على أفضل وجه ممكن. وبشكل عام يوجد اختلاف نوعي ذو أهمية كبيرة بالإضافة إلى كونه عنصراً حيوياً للولاء.

(ب) الأمن الغذائي: يشكل أهمية

قصوى ليس فقط للشركة التي تقوم بتطبيقه، ولكن أيضاً للقطاع والسوق بأكمله، حيث أنه بغض النظر عن ضمان سلامة المنتج الأمثل، فإنه في حالة عدم وجوده، فإن آثاره على الشركة المخالفة وبقية القطاع تكون ضارة، مما يؤدي إلى حدوث خسائر ممكنة في الطلب والأسعار والصورة العامة للشركة وغير ذلك، مع وجود آثار جانبية مضافة، وتبين أن مرونة الطلب في السوق المذكور بطيئة بشكل خاص لمثل هذه العمليات، والتي من شأنها أن تجعل الوضع أكثر خطورة.

ينطوي البديل الثاني على الاستثمار المشترك للمزارع التقليدية، حيث يكون الموظفون النشيطين مالكين للمساحات الزراعية التعاونية أو المتكاملة أو المجمعة.

3. إجراء عمليات مختلفة من

التكامل أو التركيز:

تنطوي هذه الاستراتيجيات على تركيز المعاصر والبحث عن إقتصاديات الحجم أو تأثيرات النمو. يتم تنفيذ عمليات التكامل الأفقي، التي تبقى موسمية النشاط، وعمليات التكامل الرأسي، التي تعمل على تحسين إدارة النشاطات المتكاملة، مما يؤدي إلى نتيجة مباشرة لتخفيض تكاليف الإنتاج المختلفة، مما يحسن من موقف قوة الشراء والبيع للعملاء والموردين.

وعلى الرغم من ذلك يمكن تنفيذ كلا من العمليتين بالإشتراك عن طريق الحصول على المزيد من التعاون.

هذه هي الخطوات السابقة لإعادة الهيكلة اللازمة لبستان الزيتون التقليدي، مما يجعل من الضرورة التركيز على التأهيل المهني لرأس المال البشري قبل تناول أي من العمليتين المقترحتين.

1,4,2. استراتيجيات التأثير على

السعر

إلى هوامش سلبية، وبالتالي يستحيل الدفاع عنه في تلك السوق المحتملة.

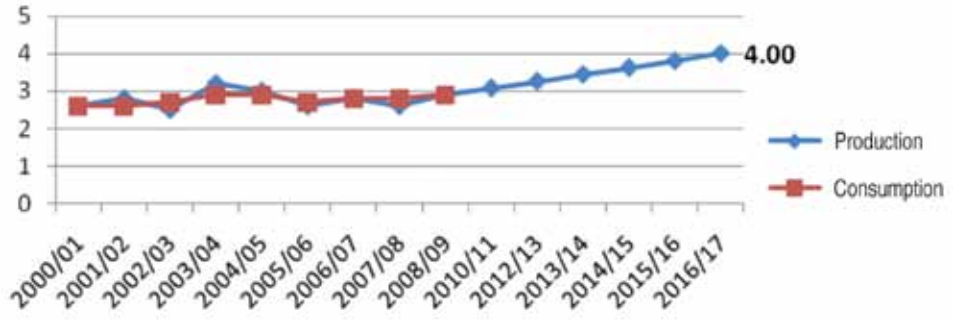
وبالتالي، فإن عملية تعزيز استهلاك زيت الزيتون لا تتم في الاقتصاد الناشئ فقط، بل تتم في باقي العالم نظراً لحيويتها وأهميتها، وذلك بهدف تكريس وتأمين مستقبل القطاع التقليدي لإنتاج زيت الزيتون، باعتباره عاملاً إستراتيجياً للتعزيز بشكل خاص ولمراعاة الالتزام ليس فقط في السنوات المقبلة ولكن بدءاً من الآن أيضاً.

وبالنظر في ذلك، فإنه يشير إلى أن تحديد ربحية القطاع يأتي من الفجوة التي توفرها الأسعار الضخمة وتكلفة زيت الزيتون، ويتم ذلك بسبب الظروف التي تحدث في الأونة الأخيرة، وإعادة التوجيه المحتمل للمساعدات، وهو الأقرب للإنتاجات الزيتون التقليدي أو الكثيف.

يتم جمع الإستراتيجيات المذكورة أعلاه في مجموعتين، إستراتيجيات ذات تأثير على السعر، ويتسم تنفيذها بالطابع الشامل، ولذلك، على الرغم من تطبيق هذه الإستراتيجيات على الفور، إلا أنها تحتاج عند استخدامها إلى جمعها بالإستراتيجيات التي تؤثر على التكلفة، حيث أن الآثار المترتبة على تنفيذها تؤدي إلى وجود آثار إيجابية في فترات زمنية قصيرة.

5. الاستنتاجات

الشكل رقم 8



(المؤلف إستناداً إلى بيانات المجلس الدولي للزيتون. 2009)

والحيوانية المطلوبة في العالم، هناك منها 2 جرام زيت زيتون على أساس أن الاستهلاك السنوي للفرد 417 جرام من هذا المنتج، وهو ما يقابله 21 كجم من الزيت الدهني الذي يستهلكه الفرد سنوياً، وهو رقم يرتفع إلى 24، إذا قمنا بجمع الدهون ذات الأصل الحيواني.

إذا قمنا بإضافة الأسعار الحالية في المنشأ، إلى جانب التغيير في أنماط استهلاك المستخدمين للزيوت الأكثر صحة في العقدين الأخيرين، فإن توافق الإستهلاك مع الإنتاج لا يصبح مناسباً فقط، إلا أنه يتم تحقيقه أيضاً.

تعد عملية التعزيز إستراتيجية ذات أهمية قصوى للقطاع التقليدي، حيث أن انخفاض أو احتواء الإستهلاك، وضغط العرض على الطلب، كل ذلك يؤدي إلى انخفاض أسعار الزيوت الأكثر قدرة على المنافسة، والناجمة عن محاصيل كثيفة وشديدة الكثافة، وهو ذو أهمية أكبر من تلك الزيوت التي يتم الحصول عليها من مزارع الزيتون الكثيفة أو التقليدية، مما يؤدي

لكونها أكبر منتج في العالم.

الآن أصبح قطاع تصنيع زيت الزيتون متوازناً من وجهة نظر السوق. بالإضافة إلى ذلك، كما هو موضح في الشكل رقم 8، شهدت عملية إنتاج واستهلاك زيت الزيتون في العقد الأخير زيادة تبلغ حوالي 30%.

التوقعات الحالية لزيادة الإنتاج، وفقاً لعدد الهكتارات وبساتين الزيتون التي تدخل حيز الإنتاج، (تتراوح بين 150000 و300000 هكتار) خلال العشر سنوات القادمة تقدر بنحو 38%، (4 ملايين طن، راجع الشكل رقم 8)، إلا أن عملية الإستهلاك تخضع لسلسلة من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية مثل السعر وأنماط الطلب وتفضيلات المستهلكين وغير ذلك، مما يجعلها غير متوقعة.

يمثل الإستهلاك العالمي لزيت الزيتون بالنسبة إلى باقي الدهون النباتية والحيوانية 2,07%، أو بمعنى آخر، من كل 100 جرام من الدهون النباتية

GEA Westfalia Separator Ibérica

شركة مساهمة. 1

مركز تنمية ومناقسة زيت الزيتون

P.I. Los Cerros. Cerámica

و6، 23400 أوبيدا (جيان) - إسبانيا

البريد الإلكتروني:

Juan.Vilar@geagroup.com

6. المراجع والقوانين الرئيسية المستخدمة

BARRANCO, D.; FERNÁNDEZ-ESCOBAR, R. y RALLO, L (eds.) (2008): El cultivo del olivo. Mundi-Prensa. Madrid.

Dirección General de Presupuestos de la Comisión Europea: http://ec.europa.eu/dgs/budget/index_es.htm

HUMANES, J. (1998): "Producción media por olivo". Agricultura, nº 795, pp 10-13.

MINISTERIO DE AGRICULTURA PESCA Y ALIMENTACIÓN (MAPA) (2007): El mercado del aceite de oliva. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (MARM) (2009): Avances de superficies y producciones de cultivos.

حرج لمدة ستة أعوام 2014

- 2020، وهو ما يتطلب اتخاذ تدابير عاجلة واستراتيجيات

تضمن وتؤكد بقائها.

4. هناك نوعان من العوامل التي أثرت بشكل مباشر بهدف زيادة دخل زارعي الزيتون، إحدى هذه العوامل هي زيادة سعر المنتج، وهو زيت الزيتون في هذه الحالة، والعامل الآخر هو تقليل التكاليف اللازمة للحصول عليه.

5. وفقاً لما ورد أعلاه، يوجد سبع إستراتيجيات تؤثر على التكلفة (إعادة هيكلة بستان الزيتون التقليدي، والمساحات الزراعية المجمعة أو من خلال شركات الخدمات، والتكامل المؤسسي الرأسي/ الأفقي)، وكذلك على السعر (الجودة، الأمن الغذائي الزراعي، تكثيف العرض والترويج) ذات التطبيق العاجل، وذلك بهدف تلطيف الوضع الحالي للقطاع، سواء من خلال الإنخفاض المدمر للأسعار في الأصل أو الآثار الضارة المحتملة الناجمة عن إعادة هيكلة المساعدات المقدمة من السياسة الزراعية المشتركة. ■

من تأليف ماريلا ديل مار بيلاسكو جامث*، خوان بيلار إرنانديث*، 1 وراكيل بوينتاس بوياتوس** جامعة جيان*

قسم إدارة الشركات والتسويق وعلم الاجتماع حرم جامعة "لاس لاجونيباس" بدون رقم، 23071 جيان- إسبانيا

كحاشية لهذا العمل، تجد فيما يلي الإستنتاجات والإنعكاسات النهائية:

1. القطاع الزراعي، ويشمل زراعة الزيتون أصبح استراتيجياً لأسباب اجتماعية وإقتصادية مثل (العمالة، الديموغرافيا، التنمية الريفية وغير ذلك) وبالتحديد أكثر في إسبانيا كدولة وأندلسية كإقليم لأنهم أكثر المنتجين في العالم لزيت الزيتون.

2. للأسباب المتوقعة في التشريع المجتمعي الحالي في نهاية 2013، يلخص فترة مرجعية ذات قواعد للسياسة الزراعية المشتركة، كونها قيد الدراسة والنقاش في نطاق ستة أعوام 2014 - 2020، في بيئة مضطربة، وذلك بسبب الركود الاقتصادي، والذي يدعو للتفكير بالإضافة إلى مبدأ المساواة والتجانس في التوزيع الجغرافي والقطاعي للمساعدات، أن يعاد توزيع هذه المساعدات، والذي يفترض في بعض الحالات هبوطاً في الرؤى، وبشكل خاص لتلك المناطق التي تتجاوز حصتها بزيادة المتوسط الإقليمي.

3. سيبدأ قطاع زراعة الزيتون الإسباني التقليدي، خاصة ما يتعلق بالمجتمع الأندلسي، حيث يأتي الكثير من صافي دخل المزارعين من المساعدات التي تقدمها السياسة الزراعية المشتركة، العيش في وضع

TIÓ, C. (2007): "La reforma de la PAC y su impacto en el sector olivarero". In SILLERO, J.: I Congreso de la Cultura del aceite. Instituto de Estudios Giennenses. Jaén, pp. 323-340.

VILAR, J. y VELASCO, M. M. (2009): "Efectos de los distintos modos de explotación del olivo sobre la renta del productor. Alternativas de futuro para el olivar tradicional en el contexto de la ausencia de subvenciones. Un análisis para España y Portugal". *Olivae*, nº 109, pp. 8-24.

VILAR, J.; VELASCO, M. M. y PUENTES, R. (2009): "Influencia de los diferentes modos de explotación del olivo sobre la rentabilidad del olivicultor. Estrategias para el cultivo tradicional o extensivo". *Mercacei*, nº 57, pp. 120-147.

REGLAMENTO (CE) nº 2012/2006 del Consejo de 19 de diciembre de 2006, que modifica y corrige el Reglamento (CE) nº 1782/2003 por el que se establecen disposiciones comunes aplicables a los regímenes de ayuda directa en el marco de la Política Agrícola Común y se instauran determinados regímenes de ayuda a los agricultores, y que modifica el Reglamento (CE) nº 1698/2005 relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER).

RODRIGUEZ, J. J. (dir.): Globalización de los mercados y crisis agraria: perspectivas para la agricultura andaluza. ETEA. Córdoba. 1996, pp. 29-46

SAAVEDRA, M. M. y PASTOR, M. (2002): Sistemas de cultivo en el olivar. Manejo de malas hierbas y herbicidas. Agrícola Española, S. A. Madrid.

TAMAMES, R. y LÓPEZ, M. (2002): La Unión Europea. Alianza Editorial, S. A. Madrid.

TIÓ, C. (2007): "Frente a la incertidumbre, sistemas más competitivos". *MG Mundo Ganadero*, nº 200, pp. 140-142.

PARRAS, M.; SENISE, O.; MURGADO, E.; TORRES, F. J. y VEGA, M. (2006): "Los mercados exteriores de los aceites de oliva: posicionamiento y estrategias". In: Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía, 2005. Analistas Económicos de Andalucía. Málaga, pp. 372-391.

PASTOR, M.; VEGA, V.; HIDALGO, J. C.; FERERES, E. e HIDALGO, J. (2007): "Viabilidad agronómica y económica de las plantaciones superintensivas en Andalucía". *ASAJA- Jaén*, nº 312, pp. 22-32.

Presupuesto 1985 -2010 de la UE: <http://ec.europa.eu/budget/index.htm>

REGLAMENTO (CE) nº 72/2009 del Consejo, de 19 de enero de 2009, por el que se adapta la política común mediante la modificación y derogación de otros Reglamentos.

REGLAMENTO (CE) nº 1234/2007 del Consejo de 22 de octubre de 2007 por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM).

المجلس الدولي للزيتون، منتدى محايد لتوحيد المقاييس



المجلس الدولي للزيتون، بوصفه منظمة حكومية دولية لا تستهدف الربح تحت رعاية الأمم المتحدة والمسئول عن إدارة الاتفاق الدولي لزيت الزيتون وزيتون المائدة، يعطي الأولوية لمواءمة المعايير الرسمية والامتثال لها، والتي تم وضعها فيما يتعلق بالشفافية الكاملة والعدالة في التبادلات التجارية فضلاً عن منع الغش وحماية المستهلك. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف، سيواصل المجلس العمل على تحسين جودة منتجات الزيتون بأكثر قدر من الدقة العلمية والموضوعية ومن خلال التعاون مع جميع البلدان لتحقيق هذه المواءمة وتجنب العقبات في التجارة.

وفي السنوات الأخيرة، أخذت الأمانة العامة للمجلس تطلب من السلطات المختصة في البلدان المنتجة لزيتون الزيتون اتخاذ التدابير اللازمة لتحسين نوعية منتجاتها وأيضاً من البلدان المستوردة احترام المعايير والمواءمة بينها، والتي تم وضعها بواسطة المجلس الدولي للزيتون، المنظمة الرائدة في هذا المجال، مع تمثيل من جميع الدول المنتجة سواء الأعضاء وهم يمثلون حوالي 97% من الإنتاج العالمي- والمراقبين كما أنه يتم في المجلس الدولي للزيتون دراسة الطرق الرسمية وتنفيذ التجارب اللازمة من أجل وضع هوامش

ومازال غير معلوم القصد من هذه الدراسات. كما يرغب المجلس في يتمكنوا من الحضور. ومن الجدير بالذكر أن كلاً من وزارة الزراعة

"كما يرغب المجلس في تقديم المساعدة- بطريقة موضوعية وفي نفس الوقت بناءه- في إعداد عدد من الدراسات والتجارب الضرورية لتحسين جودة المنتج....."

تقديم المساعدة -بطريقة موضوعية وفي نفس الوقت بناءه- في إعداد عدد من الدراسات والتجارب الضرورية لتحسين جودة المنتج ولتجنب أي وضع قد يؤدي إلي التشكك فيها. ولا ينبغي أن ننسى أنه من أجل هذا التعاون، منح المجلس اعترافه في موسم 2010/ 11 لطاقم الذواقة التابع لمركز الزيتون بجامعة كاليفورنيا في ديفيز الذي قام بهذه الدراسة، على غرار ما حدث في يومه مع مختبرات التحليل الفيزيوكيميائي لدول غير أعضاء في المجلس. وفي الوقت ذاته، أجرى المجلس اجتماعات مع مختلف الجمعيات وممثلي جامعة كاليفورنيا في ديفيز، وكذلك مع مختلف الأطراف المعنية، كما أنه دُعي إلي جامعة ديفيز من معدي هذه الدراسة. وفي إطار الشفافية والموضوعية التي تتسم بها مؤسستنا دائماً، قد دُعي معدي هذه الدراسة لحضور اجتماع الخبراء الكيميائيين التابعين للمجلس الذي عُقد في السابع والثامن من أبريل عام 2011، ولكن للأسف لم

الأمريكية ومركز كاليفورنيا لزيت الزيتون والهيئة الأمريكية لكيميائي الزيت وهيئة الدستور الغذائي والمنظمة الدولية للمعايير (الأيزو) وممثلين من استراليا يشكلون جزءاً من مجموعات الخبراء الكيميائيين للمجلس، وهم على اطلاع مستمر بكل التطورات في عملنا. ومن أجل إيجاد حل موضوعي وعلمي، فقد قام مجموعة من الخبراء الكيميائيين -الذين درسوا الأساليب المستخدمة في هذه الدراسة تفصيلاً عامي 2005-2006 وقرروا رفضها- بإعادة دراسة تلك الأساليب مرة أخرى. وعلى ضوء الأحداث وعلى الرغم من معارضة الخبراء بالإجماع اعتماد تلك الدراسة رسمياً واستخدامها المحدود، قد تقرر إجراء تجربة تعاونية في عام 2011 وإعادة اختبار الأساليب من جديد في كل الحالات بعد إجراء التعديلات اللازمة من أجل منحها نطاق من التطبيق وجعلها ذات فائدة في العقود الخاصة ولكن لا يتم درجها في القواعد الرسمية.

(معايير) الدقة واعتماد أساليب التحليل -بصورة متفق عليها- وذلك لتفادي جميع الحالات أياً كان نوعها التي قد تضر جدياً بصورة منتجات الزيتون. ويرى المجلس أنه من الأساسي أن يجرى هذا العمل بصورة مشتركة ومتآزره بين جميع الأطراف من البلدان وبمشاركة جميع المستويات في قطاع الزيتون العالمي لتحقيق أكبر قدر من الفعالية مع وضع جانباً المصلحة الخاصة للأطراف.

وفي أعقاب التغطية الإعلامية التي حققتها أول دراسة أجراها مركز الزيتون بجامعة كاليفورنيا في ديفيز في يوليو 2010، يقوم الآن معدي هذه الدراسة مع مساعديهم -والذين نشروا معلومات في هذا الصدد في مختلف البلدان- بنشر دراسة ثانية. وليس من أهداف المجلس مناقشة محتوى هذه الدراسة أو منهجيتها، لأنه بالفعل قام بهذا في وقته، ولا إثارة الجدل حول هذا الموضوع؛ وكما ترون قد أخذت في الاعتبار بعض القضايا التي أثرت بعد نشر الدراسة الأولى. ولكن على الرغم من ذلك، فمن الواضح وجود خلفية مشتركة مع الدراسة الأولى، واستتكار عدائي وغير مبرر لجودة زيت الزيتون المستورد؛ الأمر الذي يمكن أن يسبب إلحاق ضرر لا يمكن إصلاحه لصورته والتي كلفت الكثير من الجهد لتحقيقها والوصول إليها، وبالتالي سيلحق الضرر بجميع البلدان التي تعمل فيه.

– كما تحدد قاعدة هيئة الدستور الغذائي لزيتون المائدة المعايير الأساسية لجودة زيتون المائدة، وتشير إلى مقدار الحد الأدنى المسموح به في العيوب حسب أنواع الزيتون التي وضعها المجلس في قاعدته التجارية. كما تم قبول مراجعته طبقاً للاقتراح المصاغ بواسطة المجلس الدولي للزيتون؛ ويقوم فريق عمل من المجلس بدراسة جميع تعليقات مختلف الوفود.

وتعتبر هيئة الدستور الغذائي المجلس الدولي للزيتون منظمة دولية ذات مرجعية في وضع قواعد منتجات الزيتون وأساليب تحليلها، وأن له دوراً رئيسياً في مراجعة قواعد الهيئة بالرغم من معارضة بعض الدول التي تصر على عدم اعتماد قواعد المجلس.

والجدير بالذكر أن خلال الاجتماع 22 للجنة هيئة الدستور الغذائي للزيوت والدهون المنعقد في بينانج (ماليزيا) في الفترة من 21 إلى 25 فبراير 2011، قد أثار الوفد الاسترالي تحت رعاية الولايات المتحدة تساؤلات حول دور وتمثيل منظماتنا، والتي كان في طيها هجمات شديدة العدا حيث أنه لا يرى مبرراً لوجود المجلس في أعمال الهيئة. أدى هذا الأمر إلي توجيه رسالة احتجاج موقعة من جميع رؤساء وفود البلاد الأعضاء في المجلس والحاضرين

لمعايير الجودة والنظافة والسلامة والصحة المخصصة لحماية صحة المستهلك والأمانة التجارية. منظمة التجارة العالمية تأخذ في الاعتبار القواعد والتوصيات الصادرة عن هيئة الدستور الغذائي، والخاصة بتنفيذ اتفاقاتها بشأن الإجراءات الصحية، والصحة النباتية، والحوجز التقنية

"وتعتبر هيئة الدستور الغذائي المجلس الدولي للزيتون منظمة دولية ذات مرجعية في وضع قواعد منتجات الزيتون وأساليب تحليلها"

التي تعيق التجارة. وهيئة الدستور الغذائي تضم حالياً أكثر من 160 من الدول الأعضاء.

كما جرى تنقيح قواعد هيئة الدستور الغذائي من أجل فصل متطلبات الحد الأدنى من التكوين والجودة، التي يتعين على الحكومات تنفيذها في متطلبات التطبيق الطوعي في التجارة.

– ولقد تمت مراجعة قاعدة هيئة الدستور الغذائي لزيوت الزيتون وزيوت عصارة الزيتون بغرض تحقيق المواءمة مع القاعدة التجارية للمجلس. وتحدد هذه القاعدة الغذائية المعايير الأساسية لنقاء وجودة الزيوت المخصصة مباشرة للاستهلاك الأدمي باستثناء زيت الزيتون البكر قليل الجودة وزيت عصارة الزيتون الخام.

فالمواءمة بين المعايير هي الصيغة التي لا يمكن الاستغناء عنها لتسهيل التجارة الدولية، وتعزيز وضمان العدالة في التبادلات التجارية وحماية المستهلك في الجانب الصحي وفيما يتعلق بمطابقة المنتج على حد سواء. ولذلك، فإن المجلس الدولي للزيتون منتبه دائماً للقواعد المتعلقة بمنتجات

الزيتون سواء المحلية أو الدولية على حد سواء. وفي حالة وجود تعارض، تقوم الأمانة العامة للمجلس بالتواصل مع السلطات المعنية لإبداء الملحوظات في الوقت المناسب لتحقيق المواءمة المنشودة.

فمنذ بدء وضع القواعد للمنتجات كانت هناك أوامر قوية للتعاون بين هيئة الدستور الغذائي والمجلس. وقد عمل المجلس الدولي للزيتون وهيئة الدستور الغذائي على المواءمة بين القاعدة الغذائية والقاعدة التجارية.

وكما هو معروف جيداً، أن هيئة الدستور الغذائي هي العضو المكلف من قبل برنامج مشترك بين منظمة الأغذية والزراعة (الفاو) ومنظمة الصحة العالمية لوضع قواعد ذات صلة بالمنتجات الغذائية، ووضع الحد الأدنى

الأدلة والمعايير

في الاجتماع إلي رئاسة لجنة هيئة الدستور الغذائي احتجاجاً على هذا التصرف الذي لا يمكن تفسيره.

ومن ناحية أخرى، وبسبب عدم التوصل إلي اتفاق فيما يخص محتوى حمض اللينولينيك

(C 18:3) بعد العديد من المناقشات والاقترحات المقدمة من الوفود، تم تعليق الأعمال في هذا الصدد من الناحية التقنية وعدم وضع حد لهذا المقياس، وبالتالي سيتم تطبيق الحدود المحلية. وفي خلال الاجتماعات الأخيرة قدم المجلس النتائج التي توصلت إليها الدراسة الاستقصائية الأولى التي كانت

بتكليف من هيئة الدستور الغذائي، ونتائج دراسة المعايير الشاذة التي تقوم بها، بالإضافة إلي البيانات المقدمة من استراليا. وكلها تدل على أن نسبة الزيوت التي تتجاوز الحد الأدنى الذي اقره المجلس هي أدنى مستوى ولا يمكن أن تبرر على الإطلاق أي تعديل فيه.

يعتبر المجلس الدولي للزيتون منتدى الحوار الذي يهتم بكل الجوانب والمشاكل التي تشغل القطاع. ولهذا فأننا ندعو جميع الدول المنتجة، للعضوية في منظمنا لمعالجة هذه الحالات معاً ولإيجاد الحلول المناسبة من خلال التعاون البناء مع جميع الأطراف المعنية. وأيضاً نعرب عن تقديرنا لألبانيا والأرجنتين وتركيا على الانضمام مؤخراً للمجلس، الأمر الذي ننتظره من باقي الدول. ■

وفيما يتعلق بالاقترحات لأعمال مستقبلية في معايير دلتا (7) ستيغماستيروول (ستيروول نباتي) وكامبيستروول والمقدمة من سوريا واستراليا على التوالي، قررت لجنة هيئة الدستور الغذائي تأجيلها إلي عام 2013، الأمر الذي





