المبادئ التوجيهية الوطنية بشأن دور التجارة الإلكترونية الزراعية في الحدّ من فاقد الأغذية

في الجزائر

الأمم المتحدة
الاسكوا
ESCWA

ازدهارُ البلدان كرامةُ الإنسان

جامعة الدول العربية
المنظمة العربية للتنمية الزراعية

الأمم المتحدة
الاسكوا
ESCWA

ازدهارُ البلدان **كرامةُ الإنسان**

رؤيتنا

طاقاتٌ وابتكار، ومنطقتُنا استقرارٌ وعدلٌ وازدهار

رسالتنا

بشغَف وعزْم وعَمَل: نبتكِر، ننتج المعرفة، نقدِّمُ المشورة،
نبني التوافق، نواكب المنطقة العربية على مسار خطة عام 2030.
يداً بيد، نبني غداً مشرقاً لكلِّ إنسان.

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

E/ESCWA/CL1.CCS/2026/Guide.2

المبادئ التوجيهية الوطنية بشأن دور التجارة الإلكترونية الزراعية في الحدّ من فاقد الأغذية

في الجزائر

الأمم المتحدة
بيروت

© 2026 الأمم المتحدة
حقوق الطبع محفوظة

تقتضي إعادة طبع أو تصوير مقتطفات من هذه المطبوعة الإشارة الكاملة إلى المصدر.

توجّه جميع الطلبات المتعلقة بالحقوق والأذون إلى اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، البريد الإلكتروني: publications-escwa@un.org.

النتائج والتفسيرات والاستنتاجات الواردة في هذه المطبوعة هي للمؤلفين، ولا تمثل بالضرورة الأمم المتحدة أو موظفيها أو الدول الأعضاء فيها، ولا ترتب أي مسؤولية عليها.

ليس في التسميات المستخدمة في هذه المطبوعة، ولا في طريقة عرض مادتها، ما يتضمن التعبير عن أي رأي كان من جانب الأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين حدودها أو تخومها.

الهدف من الروابط الإلكترونية الواردة في هذه المطبوعة تسهيل وصول القارئ إلى المعلومات وهي صحيحة في وقت استخدامها. ولا تتحمل الأمم المتحدة أي مسؤولية عن دقة هذه المعلومات مع مرور الوقت أو عن مضمون أي من المواقع الإلكترونية الخارجية المشار إليها.

جرى تدقيق المراجع حيثما أمكن.

لا يعني ذكر أسماء شركات أو منتجات تجارية أن الأمم المتحدة تدعمها.

المقصود بالدولار دولار الولايات المتحدة الأمريكية ما لم يُذكر غير ذلك.

تتألف رموز وثائق الأمم المتحدة من حروف وأرقام باللغة الإنكليزية، والمقصود بذكر أي من هذه الرموز الإشارة إلى وثيقة من وثائق الأمم المتحدة.

مطبوعات للأمم المتحدة تصدر عن الإسكوا، بيت الأمم المتحدة، ساحة رياض الصلح،

صندوق بريد: 8575-11، بيروت، لبنان.

الموقع الإلكتروني: www.unescwa.org.

مصدر صورة الغلاف: © TWEESAK/stock.adobe.com

الرسائل الرئيسية

شهد قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر توسّعاً كبيراً، وسجّل نمواً بنسبة 25 في المائة في عام 2023، ليصل حجمه في السوق إلى 1.5 مليار دولار أمريكي، مدفوعاً بإنشاء منصات جديدة للشركات الناشئة والتجارة عبر الإنترنت.

أصبح القطاع الغذائي الزراعي في طليعة التحوّل الرقمي. وأسهمت التطوّرات التشريعية الأخيرة في تحسين الإطار التنظيمي للأعمال الرقمية، إلا أنّ المزيد من الإصلاحات لا تزال ضروريةً لتحديد الوضع القانوني للمزارعين الرقميين، وأنظمة الدفع، ومعايير الجودة، ولتوحيد التشريعات القطاعية.

تتركّز أنشطة التجارة الإلكترونية في المراكز الحضرية الكبرى، بينما تتأخر المناطق الريفية والجنوبية بسبب الفجوات في البنية التحتية وضعف الثقافة الرقمية. وهنا تبرز الحاجة إلى توسيع نطاق الوصول، وتوفير التدريب والدعم لجميع الأطراف المعنية.

ترتبط أبرز التحديات في مجال تعزيز التجارة الإلكترونية الزراعية بنقص الخدمات اللوجستية وسلاسل التبريد، وصعوبة التوصيل في المرحلة النهائية من سلسلة الإمداد، لا سيّما خارج المدن الكبرى. ولا بدّ من الاستثمار في اللوجستيات والطاقة المستدامة والابتكار التكنولوجي لتحسين الكفاءة وتقليل الخسائر.

يتزايد اعتماد حلول الدفع الرقمية، لكنّه لا يزال محدوداً. ويتطلّب تحقيق النمو في هذا القطاع تعزيز البنية التحتية للدفع، وبناء الثقة، وتشجيع الابتكار في أنظمة الدفع الإلكتروني.

تساعد مواءمة المعايير الوطنية مع المعايير الدولية، وإنشاء أنظمة صارمة لمراقبة الجودة والتتبّع، وتعزيز حماية المستهلك، على بناء الثقة وتحسين وصول المنتجات الغذائية الزراعية إلى الأسواق الإلكترونية في الجزائر.

موجز تنفيذي

شهد قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر نمواً ملحوظاً بفضل تحسّن البنية التحتية للإنترنت والتحوّل الرقمي للقطاعات الاقتصادية الرئيسية. وأصبح القطاع الغذائي الزراعي، الذي يشكّل ركيزة أساسية للاقتصاد الوطني، في طليعة هذا التحوّل الرقمي. ففي عام 2023، شهد حجم سوق التجارة الإلكترونية نمواً بنسبة 25 في المائة ليصل إلى 1.5 مليار دولار أمريكي، مع زيادة ملحوظة في منصات التسويق الزراعي عبر الإنترنت والشركات الناشئة. ومع ذلك، تبرز الحاجة إلى تعزيز الثقافة الرقمية، ومواءمة الأطر التنظيمية، وتحسين الخدمات اللوجستية من أجل تعظيم الاستفادة من إمكانات هذا القطاع وتحقيق نمو اقتصادي شامل.

© Sergio Casal/stock.adobe.com

الرؤى الرئيسية

التجارة الإلكترونية والقطاع الزراعي

لا يزال القطاع الزراعي ركيزةً أساسية في اقتصاد الجزائر، حيث يسهم بنسبة 12.4 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي، ويوظّف نحو 20 في المائة من القوى العاملة. وتشمل المنتجات الرئيسية لهذا القطاع الحبوب، والبطاطا، والتمر، والحمضيات، والزيتون، والخضروات، والثروة الحيوانية. ويتزايد اعتماد المنصات الإلكترونية في القطاع الزراعي، مثل Elfirma.dz وJumia وOuedkniss وYassir، التي تسهّل البيع المباشر للمنتجات إلى المستهلكين مع تعزيز الشفافية وتقليل الوسطاء. وقد وفّرت مبادرات وطنية، مثل تحدي AgriTech ومبادرة Innov'Agro، البيئة الداعمة للتجارة الإلكترونية الزراعية من خلال التركيز على التتبّع، والتعبئة الذكية، والزراعة الدقيقة. ويسهم التوسّع الحضري وارتفاع مستويات الدخل في زيادة الطلب على منتجات غذائية عالية الجودة وقابلة للتتبّع، مما يعزز انتشار التجارة الإلكترونية، لا سيّما بين المستهلكين الشباب.

البنية التحتية التكنولوجية وانتشار الإنترنت

بحلول أواخر عام 2024، بلغ عدد الاشتراكات الثابتة في شبكة الإنترنت في الجزائر 6.2 مليون اشتراك، مع أكثر من 90 في المائة منها للاستخدام المنزلي، بينما أصبح الإنترنت المتنقل، خاصة في شبكات الجيل الرابع، الخيار الرئيسي للاتصال في المناطق الريفية. ويرتبط هذا التوسّع السريع في الوصول إلى الإنترنت ارتباطاً وثيقاً بنمو التجارة الإلكترونية، وهو ما انعكس في تسجيل معامل ارتباط إيجابي مرتفع (0.96) بين زيادة الاشتراكات بالإنترنت ونشوء شركات جديدة في مجال التجارة الإلكترونية منذ عام 2017. ويتزايد اعتماد طرق الدفع الرقمية مع تطبيقات مثل BaridiMob، التي تسهم في تعزيز الشمول المالي. ومع ذلك، أجرى نحو 8 في المائة فقط من الجزائريين مدفوعات عبر الإنترنت في عام 2024، مما يُبرز الحاجة إلى تحقيق المزيد من النمو في المعاملات الرقمية.

الإطار التنظيمي والسياسات

سُنَّت تشريعات في الجزائر، مثل قانون التجارة الإلكترونية لعام 2018، وقانون التوقيع الإلكتروني لعام 2015، وساهمت في تعزيز الإطار التنظيمي للأعمال الرقمية، إلا أنّ الثغرات لا تزال قائمة بشأن الوضع القانوني للمزارعين الرقميين، وأنظمة الدفع، ومعايير الجودة.

الاتجاهات الاجتماعية والسلوكية

أدّت جائحة كوفيد-19 إلى تسريع اعتماد التسوّق الإلكتروني للمواد الغذائية في الجزائر، لا سيّما بين المستهلكين

الشباب وأصحاب الدخل المرتفع، مع أنّ الكثيرين يفضّلون حالياً اعتماد نهج هجين يجمع بين الراحة الإلكترونية والتجربة التقليدية في المتاجر. ورغم هذا التقدم في السلوكيات، لا يزال المزارعون يقاومون التحوّل الرقمي بسبب محدودية الموارد والمهارات الرقمية. وتتركّز أنشطة التجارة الإلكترونية في المراكز الحضرية الكبرى، مثل الجزائر العاصمة، وبليدة، ووهران، بينما لا تزال المناطق الجنوبية والريفية متأخرة في اعتماد التجارة الإلكترونية بسبب نقص البنية التحتية وضعف الثقافة الرقمية.

الخدمات اللوجستية والدعم

ترتبط التحديات التي تواجهها الجزائر بالبنية التحتية، وتشمل ضعف خدمات التبريد، ونقص اللوجستيات، وعدم كفاءة خدمات التوصيل في مرحلة «الميل الأخير» من سلسلة الإمداد، لا سيّما خارج المدن الكبرى. ومع أنّ المصارف التقليدية وآليات الدعم الحكومي تشكّل المصادر الرئيسية للتمويل، ظهرت بدائل جديدة مثل رعاة الأعمال والتمويل الجماعي، وهي توفّر فرص تمويل إضافية للشركات الناشئة في مجال الزراعة الرقمية.

خطوات لتعزيز التجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر

- **تحسين الإطار التنظيمي:** يتطلّب دعم نمو التجارة الإلكترونية الزراعية تكييف التشريعات القطاعية واستكمالها، وتوسيع نطاق الاعتراف بأنشطة التجارة الإلكترونية، وتبسيط الإجراءات الضريبية والإدارية. ولا بدّ من تسريع الإصلاحات التنظيمية، وتعزيز حماية البيانات والأمن السيبراني، وتوحيد الإطار التنظيمي العام. ومن شأن تقليص الفجوة الرقمية أن يدعم بدرجةٍ كبيرة تطوير التجارة الإلكترونية الزراعية.

- **زيادة إمكانية الوصول إلى السوق:** بهدف بناء منظومة شاملة ومتوازنة للتجارة الإلكترونية، لا بدّ من تعزيز الرقمنة والتدريب على امتداد سلسلة القيمة، وتكييف المنصات الوطنية والمحلية على نحوٍ يراعي احتياجات المنتجين والمستهلكين، وتطوير أطر تعاقدية تضمن جودة المنتجات واستمرارية التوريد، وتمنح عوائدَ عادلة للمزارعين. ويُعدّ تحفيز الاستثمار الخاص والابتكار، وتحسين البنية التحتية المادية واللوجستية، وتبسيط إجراءات الوصول إلى حلول الدفع الرقمية والخدمات اللوجستية، عناصرَ حاسمة لدعم النمو المستدام في هذا القطاع.

- **تحسين انتشار الإنترنت واستخدام الهواتف المحمولة:** يستلزم التحوّل الرقمي إعادة تصميم اشتراكات الإنترنت الثابت والمتنقّل بما يلبّي احتياجات المحترفين، وتحسين جودة الخدمات وتوسيع تغطيتها الجغرافية، لا سيّما في المناطق الريفية والنائية، وتعزيز البنية التحتية للأمن السيبراني وحماية البيانات، وتطوير المهارات الرقمية لدى جميع الفاعلين في منظومة التجارة الإلكترونية.

- **تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني والمنصات الرقمية:** يتطلّب ذلك تعزيز البنية التقنية لمنصات الدفع الإلكتروني، وترسيخ الثقة والثقافة الرقمية لدى المستهلكين والمزارعين، وتشجيع التنويع والابتكار في حلول الدفع. ولا بدّ أيضاً من متابعة هذه المنصات والأنظمة الإلكترونية وتقييمها بصورة دورية لضمان إحراز التقدّم وتكييف الاستراتيجيات مع المستجدّات.

- **تعزيز الخدمات اللوجستية والدعم:** بهدف رفع كفاءة التجارة الإلكترونية الزراعية، لا بدّ من تشجيع الاستثمارات في سلاسل التبريد والطاقة المستدامة، وتحفيز التكامل التكنولوجي والابتكار في مجال الخدمات اللوجستية. وتسهم هذه الجهود في الحدّ من فاقد الأغذية وتحسين الكفاءة التشغيلية.

- **تعزيز التصدير عبر التجارة الإلكترونية الزراعية:** يساعد الترويج لسياسات التجارة الإلكترونية الموجّهة نحو التصدير، ودمج التجارة الإلكترونية في اتفاقات التجارة المستقبلية مع الدول الشريكة، على تعزيز الوصول إلى الأسواق الدولية وزيادة تنافسية الشركات المحلية في الاقتصاد الرقمي العالمي.

- **متابعة المعايير والجودة، وحماية المستهلك:** بهدف تحسين جودة المنتجات وزيادة فرص النفاذ إلى السوق، ينبغي مواءمة المعايير الوطنية مع المعايير الدولية، وإنشاء نظام وطني للتصنيف ومراقبة الجودة، وتعميم التتبّع الرقمي والشفافية المعلوماتية في مختلف مراحل سلسلة الإمداد. ويسهم اعتماد معايير تقنية عالية في تعزيز الثقة ورفع كفاءة العمليات التجارية.

المحتويات

الرسائل الرئيسية 3

موجز تنفيذي 4

مقدمة 7

1. الوضع الحالي للتجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر 8

ألف. التسويق الزراعي في الجزائر 9

باء. الإطار القانوني: التجارة الإلكترونية والرقمنة والقطاع الزراعي 10

جيم. البنية التحتية التكنولوجية 11

دال. هياكل التمويل للقطاع الرقمي والزراعي في الجزائر 12

هاء. جاهزية التجارة الإلكترونية والثقافة الرقمية 13

واو. الخدمات اللوجستية وخدمات الدعم 14

زاي. الاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية وسلوك المستهلك خلال جائحة كوفيد-19 14

حاء. الجهات المعنية في القطاعين العام والخاص 14

2. خطوات تسريع التجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر 15

ألف. تحسين الإطار التنظيمي 16

باء. تحسين الوصول إلى السوق 18

جيم. تحسين انتشار الإنترنت واستخدام الهواتف المحمولة 19

دال. تحسين أنظمة الدفع الإلكتروني والمنصات الرقمية 19

هاء. تحسين الخدمات اللوجستية والدعم 20

واو. تعزيز صادرات التجارة الإلكترونية الزراعية 20

زاي. متابعة المعايير والجودة وحماية المستهلك 21

المرفق 1. اللوائح التنظيمية للتجارة الإلكترونية 23

المرفق 2. الجهات المعنية بالتجارة الإلكترونية الزراعية 24

الحواشي 27

© julien tell/stock.adobe.com

مقدمة

شهدت التجارة الإلكترونية في الجزائر نمواً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، مدفوعةً بتحسُّن إمكانية الوصول إلى الإنترنت، وتزايد استخدام التقنيات الرقمية. ففي عام 2023، شهدت سوق التجارة الإلكترونية نمواً بنسبة 25 في المائة ليصل حجمها إلى حوالي 1.5 مليار دولار أمريكي. وحالياً، تعتمد حوالي 475 منصة تجارية أنظمة الدفع الإلكتروني، وقد حقّقت إيرادات تفوق 37 مليون دينار منذ بدء تطبيقها، مع حضور بارز في قطاع الأغذية[1].

وساهمت جائحة كوفيد-19 في تسريع الطلب على التسوّق عبر الإنترنت، وإنشاء الشركات الناشئة المتخصّصة في هذا المجال. ومع ذلك، سجّلت المدفوعات الإلكترونية تراجعاً في عام 2024، إذ لم تتجاوز نسبة الجزائريين الذين أجروا هذا النوع من المعاملات خلال ذلك العام نحو 8 في المائة[2].

ويقدّم التحوّل الرقمي للقطاع الغذائي الزراعي فرصاً كبيرة لتعزيز النمو الاقتصادي الشامل، والحدّ من فاقد الأغذية والهدر الغذائي، وتحسين وصول المزارعين والمجتمعات الريفية إلى الأسواق. وتوفّر التجارة الإلكترونية منصةً قيّمة لتحسين سلاسل الإمداد الزراعية، وتعزيز الشفافية، وربط المنتجين مباشرةً بالمستهلكين. ومع ذلك، تواجه الجزائر عدة تحديات هيكلية وتنظيمية تمنعها من الاستفادة بالكامل من إمكانات التجارة الإلكترونية في القطاع الزراعي. ومن أبرز هذه التحديات غياب الإرشادات الوطنية المعيارية، مما يحدّ من الثقة وقابلية التوسّع والتنافسية.

أُعِدَّت هذه المبادئ التوجيهية في إطار مشروع «دعم نهج ترابط المياه والطاقة والغذاء في مرحلة التعافي من جائحة كوفيد-19 في أوروبا الشرقية وغرب البلقان وآسيا الوسطى والشرق الأوسط وأفريقيا»، الذي تُشرف عليه لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا، وتنفّذه في المنطقة العربية لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، بدعم من المنظمة العربية للتنمية الزراعية. ويهدف أحد مكوّنات المشروع إلى مساعدة الجزائر والعراق في تحليل نُظم التجارة الإلكترونية الوطنية، وتطوير مبادئ توجيهية قائمة على الأدلة للتوسّع في اعتماد التجارة الإلكترونية الزراعية.

واستندت المنهجية المعتمدة لوضع هذه المبادئ التوجيهية إلى مجموعة من العناصر التكاملية، شملت تحليلاً معمّقاً للبيانات التي جُمعت من المركز الوطني للسجل التجاري، ووزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية. ثمّ استُكمِلت هذه البيانات بمراجعة التقارير الصادرة عن المنظمات الوطنية والدولية المعنية. ونُظِّمت ورش عمل تشاورية بمشاركة فاعلة من أصحاب المصلحة، وبدعم من المنظمة العربية للتنمية الزراعية. واختُتمت العمليّة بعقد ورشة عمل وطنية جمعت الشركاء وأصحاب المصلحة لعرض المخرجات والنتائج والمصادقة عليها.

1

الوضع الحالي للتجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر

© paulynn/stock.adobe.com

الوضع الحالي للتجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر

ألف. التسويق الزراعي في الجزائر

1. هيكل السوق وتدفّقات التجارة

يمثّل القطاع الزراعي ركيزةً أساسية للاقتصاد الوطني، إذ بلغت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي 12.4 في المائة في عام 2022. ويُعَدّ القطاع الزراعي ثاني أكبر موفّر للوظائف بعد قطاع المحروقات، حيث يشغّل نحو 20 في المائة من القوى العاملة الوطنية، أي حوالي 2.7 مليون شخص[3]. وتشمل المنتجات الرئيسية لهذا القطاع الحبوب (لا سيّما القمح والشعير)، والبطاطا، والتمور، والحمضيات، والزيتون، والخضروات، والثروة الحيوانية[4]. وتتركّز تدفقات التجارة بدرجة كبيرة في السوق الداخلية، في إطار سعي الحكومة إلى الحدّ من الاعتماد على الواردات الغذائية، التي شكّلت حوالي 18.5 في المائة من إجمالي الواردات في عام 2018، وتعزيز الاكتفاء الذاتي، لا سيّما في السلع الاستراتيجية مثل القمح والذرة ومحاصيل السكر والزيوت[5]. وتوجَّه صادرات القطاع الغذائي الزراعي بصورة أساسية نحو الاتحاد الأوروبي، حيث تمثّل الفاكهة والمكسّرات نصف صادرات الجزائر الزراعية تقريباً، تليها المشروبات والمنتجات الغذائية المصنّعة[6]. ومع ذلك، تتقلّب قيمة هذه الصادرات، وتبقى الجزائر مستورداً للمواد الغذائية والمنتجات الزراعية[7].

2. سلوك المستهلك واتجاهات السوق

يتّجه المستهلكون في الجزائر نحو منتجات غذائية عالية الجودة وطازجة وقابلة للتتبّع. ويساعد التوسّع الحضري، وارتفاع مستويات الدخل، وتزايد الوعي على رفع الطلب على خيارات غذائية متنوّعة ومريحة، بما في ذلك المنتجات العضوية والمحليّة[8]. ولا تزال الأسواق التقليدية المحرّك الرئيسي لتوزيع المنتجات، إلا أنّ أنماط البيع الحديثة ومراكز التسوّق تكتسب زخماً، خصوصاً في المدن الكبرى مثل الجزائر العاصمة ووهران وقسنطينة[9].

وتَبرز التجارة الإلكترونية كقناة متنامية لتسويق المنتجات الزراعية، إذ تتيح منصاتٌ مثل Jumia وOuedkniss وYassir، إلى جانب المنصة الحكومية Elfirma.dz، البيع بشكل مباشر من المنتجين إلى المستهلكين، مع توفير منتجات مثل الفواكه والخضروات الطازجة واللحوم ومنتجات الألبان وغيرها.

3. دور التكنولوجيا في التسويق الزراعي

(أ) الرقمنة والزراعة الذكية

أعطت الحكومة الجزائرية أولويةً لرقمنة القطاع الزراعي ضمن خارطة الطريق 2020–2024[10]، من خلال إطلاق بوابات للخدمات الحكومية عبر الإنترنت ودعم التحوّل نحو الزراعة الذكية المقاوِمة لتغيُّر المناخ[11]. وتتيح منصة Elfirma.dz التابعة لوزارة الفلاحة للمستهلكين شراء المنتجات الزراعية مباشرةً من المنتجين المحليين، مما يعزز الشفافية ويقلّل المضاربات ويحسّن وصول المزارعين إلى الأسواق. ونُفّذَت مبادراتٌ خاصة أخرى، مثل منصة Hnakoum التي توفّر منتجات زراعية عضوية للمستهلكين عبر الإنترنت. وتأتي هذه الجهود في إطار التوجّه الوطني نحو الرقمنة، حيث تعمل المحافظة السامية للرقمنة على إعداد مشروع قانون تمهيدي شامل يهدف إلى تعزيز التحوّل الرقمي في مختلف القطاعات.

(ب) الشركات الناشئة والمبادرات التقنية الزراعية

تحفّز الابتكارَ في الجزائر برامجُ وطنية، مثل تحدي AgriTech ومبادرة Innov'Agro[12]، فضلاً عن مبادرة Algeria Venture[13]، والشركات الناشئة التي تطوّر حلولاً مبتكرة في مجالات التتبّع، وسلاسل الكتل، والتعبئة الذكية، والكشف المبكر عن الأمراض، والري الدقيق.

باء. الإطار القانوني: التجارة الإلكترونية والرقمنة والقطاع الزراعي

1. الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية والرقمنة

تستند البيئة التنظيمية للتجارة الإلكترونية في الجزائر إلى بنية تشريعية شاملة تهدف إلى تنظيم المعاملات الإلكترونية، وحماية المستهلكين، وضمان أمن البيانات (جدول المرفق 1). وقد أدت الإصلاحات التنظيمية، مثل إلزام الشركات بدمج حلول الدفع الإلكتروني وتعزيز قوانين حماية البيانات[14]، إلى توفير بيئة داعمة لتطوير التكنولوجيا المالية. ومع ذلك، لا تزال بعض التحديات تعوق اعتماد التجارة الإلكترونية، وأبرزها تفضيل التعامل النقدي، والمخاوف المرتبطة بالأمن السيبراني، ومحدودية البنية التحتية.

(أ) الفرص المتاحة في الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية في الجزائر

(1) دعم الحكومة للرقمنة

أدرجت الحكومة الجزائرية تحديث القطاع الزراعي في خارطة الطريق 2020–2024، التي تقدّم تمويلاً مخصّصاً للبنية التحتية الرقمية، وحوافزَ للشركات الناشئة التي تتبنّى حلول التكنولوجيا الزراعية.

وتتيح منصة Elfirma.dz التابعة لوزارة الفلاحة للمستهلكين شراء المنتجات الزراعية مباشرةً من المنتجين المحليين، مما يقلّل الوسطاء ويعزّز شفافية الأسعار. وتتماشى هذه المبادرة مع الأهداف الوطنية لتعزيز الأمن الغذائي والتنمية الريفية من خلال التكنولوجيا.

(2) الشراكات الدولية

ساهم التعاون مع المنظمات الدولية في تسريع نقل التكنولوجيا. على سبيل المثال، يدعم تحدي AgriTech، الذي يموّله الاتحاد الأوروبي والوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ)، الشركات الناشئة التي تطوّر أنظمة تتبّع تعتمد على تقنية سلاسل الكتل وأدوات الري الدقيق.

(3) التحسينات القانونية والتنظيمية

بموجب قانون التجارة الإلكترونية لعام 2018 (القانون 18-05)، وُضِع إطارٌ قانوني ينظّم المعاملات الآمنة عبر الإنترنت، ويكفل حماية المستهلك، ويحدّد متطلبات اعتماد المنصات الرقمية[15].

وأطلقت سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية شهادة WebTrust لمواقع التجارة الإلكترونية، التي تهدف إلى تعزيز الثقة في عمليات بيع المنتجات الزراعية عبر الإنترنت. وتندرج هذه التدابير ضمن جهود أوسع لمواءمة العمليات الوطنية مع المعايير الدولية، بما في ذلك استراتيجية السوق الرقمية الموحّدة للاتحاد الأوروبي.

(ب) الثغرات في الإطار التنظيمي للتجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه التجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية تعقيداً تنظيمياً بسبب غياب الأطر القانونية التي تنظّم تجارة المنتجات الزراعية عبر الإنترنت، وعدم الاعتراف بالوضع القانوني للمزارعين الرقميين. فلا يُعترف حالياً إلا بحاملي السجل التجاري أو البطاقة المهنية المخصّصة للمحترفين في التجارة الإلكترونية، بينما يُستثنى حامل بطاقة المزارع أو الفلاح بموجب القوانين الحالية.

وإلى جانب هذه العوائق القانونية، تواجه التجارة الإلكترونية تحدياتٍ متعلقة بأنظمة الدفع والخدمات اللوجستية. فلا تزال خيارات الدفع الإلكتروني الآمنة محدودة، والبنية التحتية اللوجستية غير متطوّرة، مما يعوق نمو التجارة الإلكترونية الزراعية. ويؤدي تجزّؤ السوق وصعوبة وصول صغار المنتجين إلى الأدوات الرقمية ومعايير ضبط الجودة والتتبّع إلى تقليص مشاركتهم في الاقتصاد الرقمي.

ويُسهم ضعف إنفاذ القوانين وآليات الرقابة، وضعف أنظمة الدفع الرقمي، ومحدودية البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في تقييد نمو هذا القطاع.

وتتفاقم هذه التحديات بفعل المنظومة الضريبية القديمة التي لا تواكب الابتكار المالي ولا تتكيّف مع متطلبات الاقتصاد الرقمي المتطوّر.

2. الأمن الغذائي في الجزائر: أولوية استراتيجية

جعلت الحكومة الجزائرية الأمن الغذائي هدفاً استراتيجياً[16]، ووضعت أهدافاً طموحة لتحقيق الاكتفاء الذاتي في محاصيل رئيسية مثل القمح والشعير. وتشمل الإجراءات المتّخذة مؤخراً رفع الدعم على الأسمدة، وزيادة أسعار شراء الحبوب، وتوسيع المساحات المرويّة بمليون هكتار إضافي بحلول عام 2027. واعتُمِدت تقنيات جديدة في الزراعة الغذائية إلى جانب برامج الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء لتحسين أداء القطاع. وتؤدي منصات التجارة الإلكترونية دوراً هاماً في تنفيذ هذه الأولوية الاستراتيجية، إذ تساعد على ضمان دخل أفضل للمنتجين، وتقديم منتجات للمستهلكين بأسعار تنافسية.

جيم. البنية التحتية التكنولوجية

1. انتشار الإنترنت

سجّل الإنترنت الثابت في الجزائر تحوّلاً ملحوظاً خلال العقد المنصرم، تميّز بزيادة مطّردة في إجمالي الاشتراكات، وفي التحوّل التدريجي نحو الاتصال العالي الجودة. وبحلول الربع الثاني من عام 2025، بلغ إجمالي الاشتراكات في شبكة الإنترنت 6.7 مليون اشتراك[17]، كانت غالبيتها للاستخدام المنزلي. وترجع أسباب هذا التوسّع إلى تحسّن التغطية الشبكية، وتغيّر توقّعات المستخدمين، وتزايد الطلب على الاتصال الموثوق بالإنترنت المنزلي في أعقاب جائحة كوفيد-19. ورغم هذا التقدّم، سجّلت الاشتراكات المهنية ركوداً أو تراجعاً طفيفاً، إما نتيجة تشبّع السوق أو بسبب توجّه المؤسسات نحو حلول اتصال بديلة، مثل الشبكات المخصّصة للمؤسسات أو خدمات الإنترنت المحمول.

ولا تزال المناطق الحضرية الأكثر استفادةً من البنية التحتية للإنترنت الثابت، بما يشمل تقنيات الخطّ الرقمي غير المتماثل (ADSL) والألياف البصرية إلى المنازل (FTTH)، في حين تعتمد المناطق الريفية بصورة رئيسية على الإنترنت المحمول، ولا سيّما شبكة الجيل الرابع، للوصول إلى الخدمات الرقمية.

ومن المتوقّع أن يبلغ عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية حوالي 14 مليون مستخدم بحلول عام 2030، وأن يصل حجم نموّ السوق إلى 2.77 مليار دولار، مدفوعاً بمبادرات حكومية لتعزيز الرقمنة والدفع الإلكتروني[18].

وكان توسّع الوصول إلى الإنترنت، ولا سيّما عبر النطاق العريض الثابت والمتحرك، دافعاً رئيسياً لتطوّر قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر. ومع تزايد وصول الأفراد والشركات إلى الإنترنت، تتضاعف فرص إطلاق منصات البيع عبر الإنترنت والخدمات الرقمية ونماذج الأعمال الجديدة. وقد تسارعت وتيرة هذه الظاهرة منذ عام 2017، حيث تزامن ارتفاع عدد المشتركين في الإنترنت مع نشوء شركات التجارة الإلكترونية.

2. استخدام الهاتف المحمول

شهدت خدمات الهاتف المحمول في الجزائر تحوّلاً تكنولوجياً، مع انتقال واضح من شبكات الاتصالات التقليدية والجيل الثالث إلى تقنية الجيل الرابع الأكثر تطوراً، حيث بلغ عدد المشتركين حوالي 48.7 مليون في النصف الأول من عام 2025[19]. وتشير هذه الأرقام إلى أنّ المستهلكين يفضّلون الحصول على إنترنت أسرع وأكثر موثوقية عبر الهواتف المحمولة، وذلك نتيجة انتشار الهواتف الذكية وتزايد أهمية البيانات المحمولة في الأنشطة اليومية. ويعكس هذا الواقع استعداد المستهلكين في الجزائر لتبنّي خدمات رقمية أكثر تطوراً، مما يمهّد الطريق لاعتماد تقنية الجيل الخامس في المستقبل.

3. التكنولوجيا المالية واعتماد الدفع الإلكتروني

شهد المشهد المالي الرقمي في الجزائر نمواً بارزاً، لا سيّما في مجال المدفوعات الإلكترونية. وخلال النصف الأول من

عام 2023، سُجّلت زيادة ملحوظة في معاملات الدفع عبر الإنترنت، حيث استحوذت تطبيقات الهاتف المحمول مثل BaridiMob/BaridiWeb على نحو 12 في المائة من حصة السوق في المدفوعات الإلكترونية. وشارك نحو ربع السكان البالغين في أنشطة الدفع الرقمي حتى عام 2022[20]. ولا تزال المدفوعات عبر نقاط البيع وعبر الإنترنت محدودة نسبياً، مما يشير إلى إمكانات غير مستغلّة في هذه القطاعات.

وتشكّل المدفوعات عبر الهواتف المحمولة والمحافظ الرقمية، مثل DZ Mob Pay وEsref، حلولاً رئيسية لتبسيط المعاملات الإلكترونية على الصعيد الوطني. وتتيح منظومة DZ Mob Pay، التي أُطلِقت في كانون الثاني/يناير 2025، الدفع الفوري عبر رمز الاستجابة السريعة والتحويلات الآمنة من شخص إلى آخر. وتساعد المحفظة الإلكترونية Esref، التي تُعدّ الأولى من نوعها في الجزائر، على تبسيط المعاملات عبر الإنترنت من خلال التكامل الفوري. وتعالج هذه الأدوات تحديات الشمول المالي، لا سيّما بالنسبة إلى 13 مليون فرد لا يتعاملون مع المصارف ولديهم هواتف محمولة.

ولا يزال انتشار المدفوعات الإلكترونية في الاقتصاد متدنياً نسبياً بسبب مجموعة من الحواجز، أبرزها ثقة المستهلكين، وعدم الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية، وضعف قابلية التشغيل المتبادل لأنظمة الدفع. ومع ذلك، يبقى الأثر الاقتصادي للتكنولوجيا المالية ملموساً، حيث ساهمت المدفوعات الرقمية في توثيق المعاملات، وتحسين الامتثال الضريبي، وزيادة الشمول المالي، لا سيّما في المناطق الحضرية، وتوفير فرص عمل، وتعزيز الابتكار. ويتجلّى هذا الأثر في تزايد الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية وتوسُّع الخدمات المصرفية الرقمية.

دال. هياكل التمويل للقطاع الرقمي والزراعي في الجزائر

وضعت الجزائر منظومةً تمويلية متنوّعة لتلبية احتياجات القطاعين الرقمي والزراعي معاً. وتتميّز هذه المنظومة بمزيج من الدعم الحكومي لريادة الأعمال وآليات التمويل البديلة الناشئة.

1. دعم ريادة الأعمال وتمويل الابتكار

أنشأت الجزائر آليات تمويل متخصّصة لدعم القطاع الرقمي والشركات الناشئة، بما في ذلك صندوق الشركات الناشئة الجزائري للمشاريع المعتمِدة على التكنولوجيا ومشاريع التجارة الإلكترونية. وتمّ تمويل أكثر من 130 شركة ناشئة،

تمّ تمويل أكثر من
130 شركة ناشئة،
معظمها في القطاعات الرقمية،
بما فيها
15 شركة ناشئة
في مجال التقنيات الزراعية

شهدت الجزائر في العقد الأخير ارتفاعاً
في عدد شركات تخزين الأغذية بنحو
1,500 شركة
وفي الربع الأول من عام 2025،
وصل عدد هذه الشركات إلى
7,615 شركة

معظمها في القطاعات الرقمية، بما فيها 15 شركة ناشئة في مجال التقنيات الزراعية.

وتقدّم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (NESDA) قروضاً بلا فوائد لروّاد الأعمال الشباب، استهدفت بوجهٍ خاص خريجي الجامعات والحاصلين على تدريب في ريادة الأعمال. وفي عام 2023، تلقّت الوكالة حوالي 9,900 مشروع للتمويل، وركّزت في إصلاحاتها الأخيرة على تشديد معايير تقييم المشاريع وضمان استدامتها.

2. رعاة الأعمال

يزداد نشاط رعاة الأعمال في الجزائر، لا سيّما في المجالات المبتكرة مثل التجارة الإلكترونية الزراعية. وتُعدّ شبكة Casbah Business Angels، التي تأسّست في عام 2012، أول شبكة رئيسية في البلد تربط المستثمرين الجزائريين والدوليين، وتوفّر للشركات الناشئة رأس المال الأولي والإرشاد وفرص التشبيك[21].

3. التمويل الجماعي

أصبح التمويل الجماعي قناةً تمويلية هامة من خلال منصات مثل Twiiza وNinvesti، التي تدعم الابتكار الزراعي وتربط المستثمرين المحليين والجزائريين في الخارج بالمشاريع:

- دعمت منصة Twiiza نحو 180 مشروعاً بين عامَي 2013 و2022، مع التركيز على القطاع الزراعي من خلال تقديم التبرعات والقروض والمشاركة في الأسهم[22].
- تعمل منصة Ninvesti، التي اعتمدتها لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها، على توجيه استثمارات الجالية الجزائرية في مختلف القطاعات، مستفيدةً من الأطر التنظيمية الجديدة لتعزيز وصول رؤوس الأموال إلى المشاريع المبتكرة[23].

هاء. جاهزية التجارة الإلكترونية والثقافة الرقمية

ينطوي تطوّر قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر على فوارق جغرافية واضحة. ففي حين تتركّز شركات التجارة الإلكترونية في المناطق الحضرية والاقتصادية الكبرى حيث تتوفّر البنية التحتية الرقمية والكثافة السكانية والنشاط التجاري، تشهد المناطق الريفية والنائية، خصوصاً في الجنوب، تراجعاً ملحوظاً في عدد هذه الشركات بسبب نقص البنية التحتية الرقمية وتشتُّت السكان ومحدودية الوصول إلى الأدوات التكنولوجية[24].

© SETSU ST/stock.adobe.com

ولا تزال الثقافة الرقمية في الجزائر في طور النمو، لا سيّما في القطاع الزراعي. فقد أظهرت دراسة أُجرِيَت في عام 2024[25] أنّ الجزائر تواجه تحديات كبيرة في التحوّل الرقمي بسبب مقاومة المزارعين للتغيير، مما يعوق اعتماد الأدوات الرقمية في الزراعة رغم الجهود الوطنية لتعزيز الرقمنة بحلول عام 2025.

واو. الخدمات اللوجستية وخدمات الدعم

تُظهر أوجه التفاوت في المشهد الرقمي واللوجستي في الجزائر أنّ المناطق ذات البنية التحتية القوية تجذب المزيد من أنشطة التجارة الإلكترونية وتسهم في تطوير شبكة الإنترنت. وتؤدي التكاليف المرتفعة للطاقة والفجوات في البنية التحتية إلى الحدّ من قدرات التخزين البارد وكفاءة سلاسل الإمداد الغذائية. ومع ذلك، شهدت الجزائر في العقد الأخير ارتفاعاً في عدد شركات تخزين الأغذية بنحو 1,500 شركة. وفي الربع الأول من عام 2025، وصل عدد هذه الشركات إلى 7,615 شركة، استناداً إلى بيانات المركز الوطني للسجل التجاري. ويعتمد نجاح التحوّل الرقمي وتحديث القطاع الغذائي الزراعي في الجزائر على تحقيق تنمية إقليمية متوازنة للبنية التحتية الرقمية على امتداد سلسلة القيمة.

زاي. الاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية وسلوك المستهلك خلال جائحة كوفيد-19

أحدثت جائحة كوفيد-19 تحوّلاً عميقاً في سلوك المستهلكين في الجزائر، لا سيّما في شراء المواد الغذائية. فقد أدّت إجراءات الحجر الصحي وإغلاق المتاجر التقليدية إلى لجوء العديد من الجزائريين، وخصوصاً الشباب والنساء وذوي الدخل المرتفع، إلى تسوّق الأغذية عبر الإنترنت بحثاً عن الأمان والراحة، مما أدى إلى توسّع التجارة الإلكترونية. ومع تخفيف القيود، فضّل الكثير من المستهلكين العودة إلى المتاجر التقليدية لشراء بعض المنتجات التي تتطلّب تقييماً حسّياً، فظهر نمط هجين يجمع بين التسوّق عبر الإنترنت والشراء مباشرةً من المتاجر[26].

حاء. الجهات المعنية في القطاعين العام والخاص

أظهَر رصد الجهات المعنية بالتجارة الإلكترونية الزراعية تعدّد الجهات الفاعلة وتنوّع القطاعات المنخرطة في هذا المجال، مما يعكس درجة عالية من التعقيد المؤسسي. ويؤكّد ذلك الحاجة إلى تعزيز التعاون والتنسيق بين مختلف أصحاب المصلحة لتسريع اعتماد التجارة الإلكترونية الزراعية على نطاق واسع في الجزائر. ويعرض جدول المرفق 2 النتائج التفصيلية لهذا الرصد.

2

خطوات تسريع التجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر

© laliz/stock.adobe.com

خطوات تسريع التجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر

أحرزت الجزائر تقدّماً ملحوظاً في تطوير منظومة التجارة الإلكترونية الزراعية، إلا أنّ تحديات مستمرّة لا تزال تحدّ من استغلال إمكانات هذا النوع من التجارة. ويعرض هذا القسم مجموعةً من التوصيات العملية لمعالجة هذه التحديات.

ألف. تحسين الإطار التنظيمي

1. تسريع الإصلاحات التنظيمية وإتمامها

(أ) وضعية «المزارعين الرقميين» و«الوكلاء الرقميين»

- إدراج صفة قانونية واضحة لفئتي «المزارعين الرقميين» و«الوكلاء الرقميين»[27]، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-111 المؤرّخ 18 آذار/مارس 2013، مع تطوير ودمج معايير الجودة وإجراءات الرقابة الخاصة بالمنتجات الزراعية والغذائية الحرفية.
- الجهات المنفِّذة: وزارة التجارة، ووزارة الفلاحة، والمركز الوطني للسجل التجاري، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية.

(ب) تشريعات الدفع الإلكتروني

- استكمال صياغة القوانين والنصوص التطبيقية الخاصة بمقدّمي خدمات الدفع الإلكتروني، بما في ذلك قانون النقد والقرض رقم 23-09 المؤرّخ 21 حزيران/يونيو 2023، وضمان التشغيل البيني لجميع المنصات والمؤسسات المالية.
- الجهات المنفِّذة: بنك الجزائر، ووزارة اقتصاد المعرفة، والشركات الناشئة، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، وتجمّع النقد الآلي.

(ج) تشريعات المعايير والبنية التحتية

- مراجعة الإطار التنظيمي المتعلّق بالتخزين في الأجواء المضبوطة (مثل التخزين بالنيتروجين)، وتبسيط إجراءات الحصول على تراخيص نقل وتخزين المنتجات الغذائية.
- مواءمة معايير النقل والتخزين والتوزيع للمنتجات الغذائية الزراعية من أجل تسهيل دخول وكلاء جدد إلى السوق.
- الجهات المنفِّذة: وزارة التجارة، ووزارة الفلاحة، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، وهيئات الرقابة الصحية.

(د) نشر النصوص التنظيمية وتفعيلها

- تسريع إصدار ونشر التشريعات والنصوص التطبيقية المرتبطة بإطار التجارة الإلكترونية الزراعية ونظام اعتماد المتاجر الإلكترونية.
- تنظيم ورش عمل متعددة الأطراف بمشاركة وزارة التجارة، ووزارة الفلاحة، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، وجمعيات حماية المستهلك.

2. توضيح أنشطة التجارة الإلكترونية وتوسيع الاعتراف بها

- وضع تصنيف واضح لمختلف أنشطة التجارة الإلكترونية، ودمج النماذج الجديدة مثل المنصّات

الوسيطة (Marketplace)، ونموذج الدروب شيبينغ (Dropshipping)، والخدمات الرقمية.

- الجهات المنفِّذة: المركز الوطني للسجل التجاري، ووزارة التجارة، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية.

3. تكييف النظام الضريبي وتبسيط الإجراءات

- تطبيق نظام ضريبي مبسَّط للقطاع الخاص، لا سيّما للشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في التجارة الإلكترونية الزراعية، ورقمنة الإجراءات الإدارية والضريبية من خلال إنشاء شباك موحّد رقمي لتسهيل التصريح والتسجيل والتعامل مع الإدارة.
- الجهات المنفِّذة: وزارة المالية، والمديرية العامة للضرائب، والمركز الوطني للسجل التجاري.

4. تعزيز حماية البيانات والأمن السيبراني

- زيادة الموارد المالية والبشرية المخصّصة للسلطة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية من أجل تحسين المتابعة والتوعية، واعتماد التدقيق الأمني الدوري للمنصات، وتشديد الدعم والعقوبات عند حصول خروقات في حماية البيانات أو الأمن السيبراني.
- الجهات المنفِّذة: السلطة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، ومنصات التجارة الإلكترونية، وجمعيات حماية المستهلك.

5. تقليص الفجوة الرقمية

- تعزيز السياسات وتقديم الحوافز للشركات بهدف تقليص الفجوات في الاتصال بين المناطق الحضرية والريفية، وتوفير فرص تحويلية في مجال التجارة الزراعية الإلكترونية.
- الجهات المنفِّذة: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، ووزارة الفلاحة والتنمية الريفية، ووزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة، ومشغّلو الاتصالات، والشركات والمبتكرون في مجال التكنولوجيا الزراعية، وغرف الفلاحة، والتعاونيات.

© Exnoi/stock.adobe.com

باء. تحسين الوصول إلى السوق

1. تعزيز الرقمنة وبناء القدرات

- إطلاق برامج تدريبية تُعنى بالثقافة الرقمية، وإدارة المنصات، وأدوات الدفع الإلكتروني لفائدة المزارعين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة العاملة في مجال التجارة الإلكترونية الزراعية. ويمكن أيضاً نشر «مُيسّري الرقمنة» في المناطق الريفية، وهم خبراء أو جهات متخصّصة في تكنولوجيا المعلومات يدعمون المزارعين في الجوانب الرقمية من خلال مساعدتهم على إنشاء واجهات متاجر افتراضية وإدارة منصاتهم الإلكترونية.
- الجهات المنفِّذة: وزارة التكوين والتعليم المهنيين، وغرفة الفلاحة، والجمعيات المهنية، والجامعات.

2. توسيع المنصات الوطنية والمحلية وتكييفها

- تطوير منصات وطنية متاحة للجميع ومخصَّصة للتجارة الزراعية الإلكترونية، ودمج تقنيات سلاسل الكتل للتتبّع وأنظمة الدفع الإلكتروني غير المحدودة، ودعم إنشاء منصات محلية تلبّي احتياجات المزارعين أو الوكلاء الرقميين.
- الجهات المنفِّذة: وزارة الفلاحة، ووزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، والسلطات المحلية، والشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا الزراعية.

3. تطوير أطر تعاقدية للمزارعين

- تطوير أطر تعاقدية تضمن الجودة واستمرارية التوريد، وتمنح المزارعين عوائدَ عادلة.
- الجهات المنفِّذة: وزارة الفلاحة، والديوان الوطني المهني المشترك للخضر والفواكه واللحوم، وغرفة الفلاحة، ومنظمات أصحاب العمل الزراعيين.

4. تحفيز الاستثمار الخاص والابتكار

- تقديم منح وحوافز ضريبية للشركات الناشئة والخاصة التي تطوّر حلولاً ملائمة للتجارة الزراعية الإلكترونية، وتسهيل الوصول إلى التمويل لإنشاء منصات، وتوفير حلول لوجستية مبتكرة.
- الجهات المنفِّذة: وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة، وبنك الجزائر.

5. تحسين البنية التحتية المادية واللوجستية

- تطوير مراكز لوجستية وحلول تخزين ملائمة للقطاع الزراعي. ويُشجَّع القطاع الخاص على الاستثمار في إنشاء منصات لوجستية مثل مرافق التخزين البارد، والبنية التحتية اللازمة لتسهيل المبادلات التجارية وتعزيز سلسلة القيمة الزراعية. وتتولّى الحكومة وضع الأطر التنظيمية والحوافز وبرامج الدعم التي تجذب الاستثمار الخاص وتحسّن التنسيق والتكامل بين القطاعات.
- الجهات المنفِّذة: وزارة التجارة، والسلطات المحلية، والشركات اللوجستية، والديوان الوطني المهني المشترك للخضر والفواكه واللحوم.

6. تبسيط الوصول إلى حلول الدفع والخدمات اللوجستية

- تسهيل دمج أدوات الدفع الإلكتروني لصغار المزارعين، بما في ذلك من لا يملكون سجلاً تجارياً، وإقامة الشراكات مع مؤسسات التكنولوجيا المالية لتوفير المحافظ الإلكترونية وحلول الدفع عبر الهاتف المحمول.
- الجهات المنفِّذة: تجمّع النقد الآلي، وبنك الجزائر، وبريد الجزائر، وشركات التكنولوجيا المالية، ومنصات التجارة الإلكترونية.

جيم. تحسين انتشار الإنترنت واستخدام الهواتف المحمولة

1. إطلاق اشتراكات الإنترنت الثابت والمحمول لفائدة المهنيين

- تصميم عروض مخصّصة للمزارعين الذين يدخلون مجال التجارة الإلكترونية، والوكلاء ومطوّري المنصات الخاصة بتسويق المنتجات الزراعية عبر الإنترنت. ويمكن أن تشمل هذه العروض اشتراكات بأسعار تفضيلية مع عرض نطاق ترددي مضمون، وخدمات سحابية، وحلولاً للأمن السيبراني، وحوافزَ ضريبية.
- الجهات المنفِّذة: سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، ومشغّلو الاتصالات، واتصالات الجزائر، ووزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة، ووزارة الفلاحة.

2. تحسين جودة الخدمة وتوسيع التغطية

- تسريع نشر الألياف البصرية لتحسين جودة عرض النطاق الترددي للإنترنت وجودة الخدمات المقدّمة للمستخدمين، ولا سيّما في المناطق الريفية وشبه الحضرية لضمان الوصول الشامل.
- اعتماد إدارة استباقية للأعطال من أجل تقليل الانقطاعات وفترات التوقف.
- الجهات المنفِّذة: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، والسلطات المحلية، واتصالات الجزائر، ومشغّلو الاتصالات.

3. تعزيز البنية التحتية للأمن السيبراني وحماية البيانات

- تعزيز أدوات الأمن السيبراني، والاستثمار في شبكات الألياف البصرية العالية السرعة، وإنشاء مراكز بيانات وطنية، ووضع آليات تبليغ مبسّطة وفعّالة لمساعدة ضحايا الاحتيال.
- الجهات المنفِّذة: السلطة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية، ووزارة العدل، وبنك الجزائر، وبريد الجزائر، واتصالات الجزائر وشركاؤها في مجال التكنولوجيا، ووزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

دال. تحسين أنظمة الدفع الإلكتروني والمنصات الرقمية

1. تعزيز البنية التحتية التقنية

- تحديث منصات الدفع الإلكتروني لضمان السرعة والأمان واستمرارية عمليات الدفع الإلكتروني.
- الجهات المنفِّذة: بنك الجزائر، واتصالات الجزائر، وشركات التجارة الإلكترونية.

2. بناء الثقة والثقافة الرقمية

- تنظيم حملات توعية بشأن البساطة والأمان في استخدام عمليات الدفع الإلكتروني.
- إطلاق دورات تدريبية لمستخدمي ومطوّري التجارة الإلكترونية الزراعية بشأن استخدام الأدوات الرقمية والأمن السيبراني. وقد نشرت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية دليلاً حول التجارة الإلكترونية يهدف إلى حماية المستخدمين.
- الجهات المنفِّذة: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، ووزارة التربية، ووزارة التكوين والتعليم المهنيين، وجمعيات المستهلكين، والبنوك، وبريد الجزائر.

3. تنويع وابتكار حلول الدفع

- تشجيع دخول وكلاء جدد إلى قطاع التكنولوجيا المالية، وتطوير حلول مبتكرة باتّخاذ إجراءات تحفيزية مثل الدعم وتوفير التسهيلات الإدارية، مثل الشباك الرقمي الموحّد، وإتاحة الوصول إلى التمويل.

- الجهات المنفِّذة: وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة، والحاضنات، وبنك الجزائر، وتجمّع النقد الآلي، وبريد الجزائر.

4. الاستفادة من الأثر الاقتصادي الكلي للتكنولوجيا المالية

- الاستثمار في البنية التحتية، ومواءمة التشريعات، وإطلاق المبادرات لبناء الثقة لدى المستهلكين، وتنمية المهارات الرقمية بهدف الاستفادة من الفوائد الاقتصادية الكلية في القطاع المالي الرقمي في الجزائر.
- الجهات المنفِّذة: بنك الجزائر، ووزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة، ووزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وصندوق الشركات الناشئة الجزائري، وتجمّع النقد الآلي، ومشغّلو الاتصالات، وشركات التكنولوجيا المالية، والمستثمرون في البنية التحتية.

5. المتابعة والتقييم

- ضمان الشفافية في استخدام معاملات التجارة الإلكترونية الزراعية من خلال نشر المؤشرات المتعلقة بدرجة الأمان ومستويات الرضا لدى المستخدمين.
- الجهات المنفِّذة: سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، وتجمّع النقد الآلي، ووزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، والجمعيات المهنية ومنظمات أصحاب العمل، وجمعيات حماية المستهلك.

هاء. تحسين الخدمات اللوجستية والدعم

يتطلب تطوير قطاع التجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر استثماراً استراتيجياً في البنية التحتية لسلسلة التبريد وفي مصادر الطاقة المستدامة، وحلولاً لوجستية مبتكرة. ويعرض هذا القسم مجموعة من الإجراءات التي يمكن أن يضطلع بها أصحاب المصلحة، بما في ذلك الوزارات والشركات الناشئة ومؤسسات القطاع الخاص.

1. تشجيع الاستثمارات في سلسلة التبريد والطاقة المستدامة

- تقديم الحوافز الضريبية والدعم المالي لمن يُنشئون ويملكون مرافق التخزين البارد التي تستخدم الطاقة المتجددة، ودعم تحديث المنشآت القائمة، وإنشاء مستودعات مبرّدة جديدة.
- الجهات المنفِّذة: وزارة الفلاحة، ووزارة الطاقة، ووزارة المالية، والشركات الناشئة، والشركات الخاصة.

2. تحفيز التكامل التكنولوجي والابتكار اللوجستي

- تعزيز تبني الذكاء الاصطناعي لتحسين مسارات التوصيل وإدارة المخزون وتنظيم عمليات التسليم[28]، وتشجيع الشركات الناشئة في مجال اللوجستيات المبتكرة من خلال تنظيم المسابقات وتوفير الجوائز التنافسية.
- الجهات المنفِّذة: وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة، والحاضنات، والشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية الزراعية، والشركات اللوجستية.

واو. تعزيز صادرات التجارة الإلكترونية الزراعية

1. صياغة السياسات الداعمة لصادرات التجارة الإلكترونية

تتمتّع الجزائر بإمكانات زراعية كبيرة، ولكنّ وصول الفلاحين إلى الأسواق الإقليمية والدولية لا يزال محدوداً بسبب اللوائح التنظيمية، واللوجستيات، وضعف الرقمنة. لذلك، من الضروري اتّخاذ الإجراءات التالية:

- تطوير الإطار التنظيمي المخصّص للتجارة الزراعية الإلكترونية، ولا سيّما الإطار الخاص بالتصدير، وذلك من خلال تبسيط الإجراءات الإلكترونية.
- إنشاء منصات رقمية وطنية مخصّصة للترويج وبيع المنتجات الزراعية الجزائرية في الخارج.
- تدريب الفلاحين والتعاونيات على استخدام الأدوات الرقمية ومنصات التجارة الإلكترونية، وعلى قواعد التجارة الدولية.
- الجهات المنفِّذة: وزارة الفلاحة، ووزارة التجارة، وغرف الفلاحة، والفلّاحون، والشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية الزراعية، ووكالات ترويج الصادرات الزراعية[29]، وهيئات التدريب.

2. إعادة التفاوض على اتفاقات التجارة مع الشركاء

تربط الجزائر علاقاتٌ اقتصادية وثيقة بعدة دول أوروبية وخليجية، لكنّ التجارة الزراعية مع هذه الدول لا تزال محدودة. لذلك، لا بدّ من إعادة التفاوض بشأن الاتفاقات التجارية، لا سيّما اتفاق التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي والاتفاقات مع دول الخليج، لإدراج بنود تدعم التجارة الزراعية الرقمية ولمواءمة المعايير الصحية النباتية في الجزائر مع المعايير الدولية.

ومن شأن إعادة التفاوض بشأن الاتفاقات التجارية تحقيق الفوائد التالية:

- تسهيل الاعتراف المتبادل بالمنتجات الزراعية وتيسير التبادل عبر الحدود، وإنشاء ممرات لوجستية مخصَّصة لتصدير المنتجات الزراعية الطازجة والمصنّعة، مما يعزز كفاءة سلسلة الإمداد.
- إدماج المنتجات الجزائرية في أسواق أوسع للمنتجات من خلال إقامة شراكات مع منصات تجارية إقليمية ودولية، مثل سوق (Souq) وAgri Marketplace وAgro Marketplace، مما يساعد على توسيع فرص الوصول إلى الأسواق، والاستفادة من الأدوات الرقمية المتقدّمة، وتلبية الطلب المتزايد على المنتجات الزراعية القابلة للتتبّع والمستدامة والمحلية في أوروبا وفي دول الخليج.
- الجهات المنفِّذة: وزارة التجارة، ووزارة الفلاحة، ووزارة الشؤون الخارجية، والمديرية العامة للجمارك الجزائرية، والشركات المصدِّرة، والتعاونيات الزراعية، والشركات الناشئة في التجارة الإلكترونية الزراعية، وغرف الفلاحة، وهيئات التصديق، ومقدّمو الخدمات اللوجستية.

زاي. متابعة المعايير والجودة وحماية المستهلك

يتطلّب تحسين جودة المنتجات الزراعية عبر الإنترنت وميزاتها التنافسية تحديث اللوائح التنظيمية، وتعزيز التتبّع، وتحسين أنظمة مراقبة الجودة. ويعرض هذا القسم مجموعةً من الإجراءات التي ينبغي أن يتّخذها أصحاب المصلحة في هذا القطاع، بما في ذلك الهيئات الحكومية وهيئات التصديق.

1. مواءمة المعايير الوطنية مع المعايير الدولية

- دمج معايير الجودة والتتبّع الخاصة بالمنتجات الزراعية عبر الإنترنت ضمن إطار تنظيمي موحّد، وتدريب المشغّلين على استخدام الحلول الرقمية للتصدير، مثل حلول ePhyto التي تتيح رقمنة إجراءات التصديق المتعلقة بالمنتجات الزراعية باستخدام قناة آمنة[30].
- الجهات المنفِّذة: وزارة الفلاحة، ووزارة التجارة، وهيئات التصديق والتقييس والمراقبة.

2. إنشاء نظام وطني للتصنيف ومراقبة الجودة

- الجمع بين أنظمة التصديق العام وتقييمات المستهلكين لضمان مراقبة الجودة، وتعزيز القدرات التحليلية للمختبرات بهدف إجراء رقابة دورية على المنتجات المعروضة للبيع.

- الجهات المنفِّذة: مديرية المصالح البيطرية، ومديرية حماية النباتات والرقابة التقنية في وزارة الفلاحة، والديوان الوطني المهني المشترك للخضر والفواكه واللحوم، والمختبرات المعتمدة، وجمعيات المستهلكين.

3. تعميم التتبّع الرقمي والشفافية المعلوماتية

- فرض التتبّع الرقمي على المشغّلين باستخدام تقنيات مثل سلاسل الكتل ورموز الاستجابة السريعة، مع إلزامهم بإدراج المعلومات الأساسية على المنصات، بما في ذلك المنشأ الجغرافي، وتاريخ الحصاد أو الإنتاج، وظروف التخزين، والصنف، والوزن أو الحجم، ونوع التغليف. ولا بدّ أيضاً من إنشاء منصات لتتبّع دوائر الإنتاج في الوقت الفعلي وتقييم المنتجات بصورة مستمرة.
- الجهات المنفِّذة: وزارة الفلاحة، وشركات التكنولوجيا الزراعية الناشئة، ومنصات التجارة الإلكترونية.

4. تطوير التوافقية والمعايير التقنية المفتوحة

- اعتماد صيغ بيانات مفتوحة، وبروتوكولات خاصة بواجهات البرمجة التطبيقية[31] لربط أنظمة التعاونيات، وهيئات الرقابة، والمديرية العامة للجمارك الجزائرية، وغيرها حسب المنتجات. ولا بدّ أيضاً من إنشاء شبابيك إلكترونية موحَّدة لتبسيط الإجراءات الإدارية.
- الجهات المنفِّذة: وزارة التجارة، ووزارة الفلاحة، وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية.

© nito/stock.adobe.com

المرفق 1. اللوائح التنظيمية للتجارة الإلكترونية

جدول المرفق 1. تصنيف اللوائح التنظيمية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

اسم القانون والسنة	الأحكام الرئيسية	الأهداف
القانون رقم 09-04 (2009)	• تعريف الجرائم السيبرانية المرتبطة باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال	• مكافحة الاحتيال الرقمي
	• تحديد العقوبات المطبَّقة في حال الدخول غير المصرّح به إلى الأنظمة المعلوماتية أو التلاعب في البيانات	• توفير ضمانات قانونية للمستخدمين والشركات
القانون رقم 15-04 (2015)	• منح الصفة القانونية للتوقيعات الإلكترونية	• ضمان المعاملات الرقمية الآمنة
	• تحديد المتطلبات التقنية والتنظيمية لاعتماد أجهزة وشهادات التصديق الإلكتروني	• معادلة التوقيع الإلكتروني بالتوقيع اليدوي من حيث الأثر القانوني
القانون رقم 18-05 (2018)	• إلزامية توفير معلومات واضحة للمستهلك	• تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية
	• الاعتراف القانوني بالعقود الإلكترونية	• تحديد حقوق وواجبات المستهلكين، والتجار، ومزوّدي الخدمات
	• حماية البيانات الشخصية	• تمكين السلطات من فرض العقوبات في حال المخالفة
	• آليات تسوية النزاعات	
القانون رقم 18-07 (2018)	• وضع قواعد صارمة لجمع البيانات الشخصية	• حماية الخصوصية
	• إخضاع معالجة البيانات لرقابة السلطة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية	• ضمان الامتثال التنظيمي المتعلق بحماية البيانات
	• تكريس حق المستهلك في الوصول إلى بياناته وتصحيحها	
القانون رقم 20-04 (2020)	• إدارة الطيف الترددي الراديوي	• دعم بنية التجارة الإلكترونية التحتية
	• اشتراط توطين البنية التحتية الحسّاسة	• ضمان الاتصال الموثوق

المرفق 2. الجهات المعنية بالتجارة الإلكترونية الزراعية

يعرض هذا الجدول الجهات الفاعلة الرئيسية التي يمكنها التأثير على قطاع التجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر والمساهمة في توسيعه. ويستند إلى نتائج رصد الجهات المعنية بهذا القطاع.

جدول المرفق 2. الجهات المعنية بالتجارة الإلكترونية الزراعية في الجزائر

الجهة	الدور والمسؤولية
الوزارات والهيئات العامة	
وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات	تطوير وتكييف الإطار التشريعي والتنظيمي للتجارة، بما في ذلك التجارة الإلكترونية، وتوحيد وتبسيط الإجراءات الإدارية واللوجستية
وزارة الفلاحة والتنمية الريفية	تطوير السياسات الزراعية، ودمج معايير الجودة، وضمان التتبّع، ودعم رقمنة سلاسل القيمة، وتحديث البنية التحتية الزراعية
وزارة المالية	تنفيذ أنظمة ضريبية مبسّطة، وتوفير حوافز مالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال التجارة الإلكترونية والزراعة
وزارة التكوين والتعليم المهنيين	نشر التدريب الرقمي ودعم الفلاحين والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الرقمنة
وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية	تطوير البنية التحتية الرقمية، وضمان الوصول إلى الإنترنت، ودعم رقمنة المناطق الريفية
وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغّرة	دعم الابتكار وعمليات تأسيس الشركات الناشئة، وتحفيز التحوّل الرقمي للقطاع الزراعي
وزارة التربية الوطنية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي	دمج وحدات تدريب رقمية، وزيادة الوعي بأدوات الرقمنة
وزارة العدل	الإشراف على النظام القانوني، وضمان العدالة، وحماية الحقوق والحريات
وزارة الشؤون الخارجية	إدارة العلاقات الخارجية، وتنفيذ قرارات الأمم المتحدة، وتنسيق التعاون الدولي
وزارة الطاقة	تطوير السياسات الوطنية للطاقة، وإدارة الموارد البترولية والمعدنية، ودفع التحوّل في قطاع الطاقة، بما في ذلك تشجيع اعتماد مصادر الطاقة المتجددة وتعزيز التكامل الإقليمي

الجهة	الدور والمسؤولية
الوكالات والمؤسسات العامة	
المركز الوطني للسجل التجاري	إدارة السجل التجاري، وتكييف تصنيفات الأنشطة بما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية، ودعم رقمنة الإجراءات الإدارية
سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية	تنظيم الاتصالات الإلكترونية، ودعم الأمن السيبراني، وتعزيز الرقمنة، وتحديث البنية التحتية الرقمية
المديرية العامة للضرائب	تبسيط ورقمنة الإجراءات الضريبية للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية الزراعية
السلطة الوطنية لحماية المعطيات الشخصية	تعزيز حماية البيانات الشخصية والأمن السيبراني في التجارة الإلكترونية
الديوان الوطني المهني المشترك للخضر والفواكه واللحوم	تطوير أطر تعاقدية لضمان الجودة، والتوريد المنتظم، والعوائد العادلة للمنتجين
بنك الجزائر	دعم الابتكار المالي، وتحديث أنظمة الدفع، والإشراف على اللوائح المصرفية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية
تجمّع النقد الآلي	تطوير حلول الدفع الإلكتروني وإدارتها، وضمان التشغيل البيني للمنصات المالية
بريد الجزائر	توفير خدمات الدفع الإلكتروني والدعم اللوجستي، والمساهمة في تحديث الخدمات البريدية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية
المديرية العامة للجمارك الجزائرية	تنظيم الاستيراد والتصدير، وتطبيق الرسوم الجمركية، والتحقق من سلامة الوثائق الجمركية
الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	ترقية الصادرات، ودعم التجارة الخارجية، ومساعدة المصدّرين في إجراء بحوث السوق وتطوير الأسواق
مؤسسات الرقابة الصحية	مراقبة المنشآت الصحية، وضمان جودة الرعاية الصحية، وتطبيق معايير النظافة والسلامة
الجامعات	دعم الابتكار وريادة الأعمال من خلال التعليم وحاضنات الشركات الناشئة
صندوق الشركات الناشئة الجزائري	تقديم تمويل رأس المال الاستثماري والخدمات الاستشارية لمساعدة الشركات الناشئة الجزائرية على النمو
السلطات المحلية والإقليمية	
السلطات المحلية	دعم إنشاء المنصات المحلية، وتخطيط البنية التحتية، ومساعدة المبادرات الرقمية الإقليمية
قطاع الأعمال	
منصات وشركات التجارة الإلكترونية	تطوير وإدارة منصات البيع عبر الإنترنت، ودمج حلول الدفع والتتبّع
الشركات الناشئة في التكنولوجيا الزراعية والمالية	تطوير حلول مبتكرة للتتبّع والدفع والخدمات اللوجستية الزراعية
المصارف	تقديم خدمات مالية وائتمانية للشركات الناشئة بالشراكة مع برامج حكومية

الجهة	الدور والمسؤولية
المستثمرون في القطاع الخاص	الاستثمار في مختلف القطاعات، ودفع النمو الاقتصادي، وإقامة الشراكات مع الهيئات الحكومية
الشركات ومقدّمو الخدمات اللوجستية	إدارة سلاسل الإمداد والنقل والتخزين، وضمان التسليم الفعّال للمنتجات
شركات التصدير	بيع المنتجات الجزائرية في الخارج، والامتثال للوائح التصدير، وتعزيز فرص الدخول إلى الأسواق الدولية
مشغّلو خدمات الهاتف المحمول واتصالات الجزائر	نشر وتحسين الاتصال بالإنترنت، إدارة البنية التحتية للاتصالات، ودعم رقمنة المناطق الريفية
الحاضنات وهياكل الدعم	دعم ريادة الأعمال الرقمية، والابتكار اللوجستي، وعمليات تأسيس الشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية
المختبرات المعتمدة وهيئات التصديق	ضمان مراقبة الجودة، وتصديق المنتجات، والمواءمة مع المعايير الوطنية والدولية
التعاونيات الزراعية والفلاحون	إنتاج المحاصيل والثروة الحيوانية، ودعم الأمن الغذائي، والمساهمة في تحقيق التنمية الريفية، وتوفير فرص العمل
المجتمع المدني والمنظمات المهنية	
جمعيات حماية المستهلك	رفع الوعي، وحماية حقوق المستهلك، والمشاركة في منح علامات الثقة الرقمية
غرفة الفلاحة	دعم التدريب والتعاقد، وهيكلة سلاسل القيمة الزراعية في البيئة الرقمية
الجمعيات المهنية	تنظيم برامج التدريب وورش العمل لتعزيز المهارات الرقمية لدى الجهات الفاعلة في القطاع الزراعي
منظمات أصحاب العمل الزراعيين	المساهمة في تطوير العقود وهيكلة سلاسل القيمة الزراعية في البيئة الرقمية

الحواشي

1. مركز تجارة ماركت، أهم مؤشرات نشاط التجارة الإلكترونية في الجزائر لعامي 2023 و2024 (31 كانون الثاني/يناير 2025).
2. Statista, Number of users of e-commerce in Algeria from 2020 to 2029 (28 April 2025).
3. Bank of Algeria, Annual Report 2022 (Algeria, 2022).
4. Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural, Statistique Agricole : Superficies et productions, Série B (2019).
5. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, Algeria: Agricultural Roadmap 2020-2024 (2021).
6. Ministère des Finances, Direction Générale des Douanes, Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie (2020).
7. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, FAIRS Country Report Annual (2024).
8. Verified Market Research, Algeria Agriculture Market for 2024–2031 (last updated in 2025).
9. Food Export, Algeria Market Overview (2024).
10. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, Algeria: Agricultural Roadmap 2020-2024 (2021).
11. المرجع نفسه.
12. هما برنامجان وطنيان ينفّذان بدعم من الاتحاد الأوروبي والوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) والقطاع الخاص لتحفيز الابتكار الزراعي.
13. هذه المبادرة هي حاضنة ومسرّعة أعمال حكومية تدعم الشركات الناشئة في قطاعي الزراعة الغذائية والتجارة الإلكترونية.
14. القانون رقم 05-18 المؤرّخ 10 أيار/مايو 2018 بشأن التجارة الإلكترونية.
15. يقتصر نطاق تطبيق القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على العقود الإلكترونية المبرمة بين المورّدين والمستهلكين الإلكترونيين، ولا يشمل العقود الإلكترونية بين التجار والمشغّلين الاقتصاديين في إطار التعاملات بين الشركات.
16. Ministry of Communication, Food security, strategic priority for Algeria (2024).
17. سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، مرصد سوق الإنترنت للثلاثي الثاني 2025.
18. Righi, M., Integrating social media into e-commerce: prospects and obstacles in the Algerian market, Journal of economics and management sciences, volume 25, pp. 59-72 (Algeria, 2025).
19. سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، مؤشرات السوق (أيار/مايو 2025).
20. Statista, Total mobile payment transactions in Algeria in the first quarter of 2023 and the first quarter of 2024 (12 March 2025).
21. https://vc4a.com/casbah-business-angels/.
22. Dabah, M. R., and Benbraika, A., Crowdfunding as an Innovative Mechanism for Financing Start-Ups– The Ninvesti and Twiiza Platforms as a Model, Milev Journal of Research and Studies (2021).
23. المرجع نفسه.
24. استناداً إلى إحصاءات المركز الوطني للسجل التجاري، يشهد التوزيع الجغرافي لشركات التجارة الإلكترونية تفاوتاً حادّاً. فهذه الشركات تتركّز في ولاية الجزائر العاصمة (95 شركة)، تليها ولاية البليدة (31 شركة)، وغرداية (24 شركة)، وتلمسان (17 شركة)، وبجاية (16 شركة)، ووهران (15 شركة). وتمثّل هذه الولايات المراكز الاقتصادية والحضرية الرئيسية في البلد، حيث تتوفر بنية تحتية رقمية أكثر تطوّراً وتسجّل مستويات أعلى من الكثافة السكانية والنشاط التجاري. وفي المقابل، تغيب هذه الشركات تماماً عن عدة ولايات، لا سيّما في المناطق الجنوبية (مثل تمنراست، وأدرار، وبشار)، وفي بعض الولايات الريفية (مثل البويرة، والمدية). ويُعزى هذا التفاوت إلى نقص البنية التحتية الرقمية، وانخفاض الكثافة السكانية، ومحدودية الوصول إلى الأدوات التكنولوجية. وتسجّل ولاياتٌ أخرى انتشار عدد متوسط من الشركات المعتمدة على التجارة الإلكترونية، مثل عنابة وتيبازة (10 شركات في كل منهما)، وجيجل (5 شركات)، وسيدي بلعباس (4 شركات).
25. Benyza Y., Algeria's readiness for digital transformation in a growing culture of resistance to change, Aabhath Review (2024).
26. Nechar M., and Badi Y., Changes in the Algerian Consumer's Behavior Towards E-commerce in Food Products During and After Covid-19 (2024).
27. بموجب المرسوم التنفيذي رقم 111-13 المؤرّخ 18 آذار/مارس 2013، يُعتبَر التسجيل في السجل التجاري إلزامياً. ومع ذلك، تظلّ الفجوة القانونية قائمة بسبب طبيعة بعض الأنشطة التجارية التي تتطلّب إطاراً قانونياً محدداً، مثل تجارة الفواكه والخضروات.
28. يساعد الذكاء الاصطناعي على تحسين إدارة المخزون من خلال تحليل سجل المبيعات وتوقّعات الطلب وعوامل سلسلة الإمداد، مما يحدّ من حصول زيادة أو نقص في المخزون ويضمن الاستجابة السريعة لتغيّرات السوق. أما في مجال التسليم، فيدعم الذكاء الاصطناعي الجدولة الدينامية لتجنّب التأخير الناجم عن حركة المرور أو الطقس، ويحسّن التسليم في المرحلة الأخيرة من سلسلة الإمداد من خلال تجميع الطلبات بكفاءة وإدارة إثبات التسليم، وتحقيق التكامل مع منصات التجارة الإلكترونية لتوفير تحديثات منتظمة للعملاء. وتسهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي أيضاً في تعزيز الكفاءة، وخفض التكاليف، وتحسين الاستدامة، وزيادة الموثوقية والشفافية في مجال الخدمات اللوجستية، مما يعزز القدرة التنافسية في سلاسل الإمداد.
29. في 14 نيسان/أبريل 2025، تقرّر إنشاء وكالتين جديدتين، إحداهما مخصّصة لتعزيز الصادرات والأخرى لمراقبة الواردات، لتحلا محل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX). وكما كان الحال مع ALGEX، تخضع الوكالتان الجديدتان لإشراف وزارة التجارة، ووزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات. أما المنتجات الزراعية، فتقع ضمن اختصاص جهات معنية أخرى. وقد أوصت وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات باستحداث منصّة رقمية مخصّصة للمصدِّر الإلكتروني.
30. https://www.ephytoexchange.org/landing/.
31. تتيح هذه التقنيات لكل جهة فاعلة في سلسلة الأغذية الزراعية الوصول إلى المعلومات ومشاركتها واستخدامها في الوقت الفعلي من دون الحاجة إلى إعادة إدخال البيانات أو تحويلها في كل مرحلة من مراحل السلسلة. فعلى سبيل المثال، يمكن أن تنقل التعاونيّة الزراعية بشكل فوري معلومات عن جودة منتج معيّن أو قابليته للتتبّع، إلى مختبرات المراقبة أو إلى الجمارك باستخدام واجهة موحّدة، مما يسرّع إجراءات التفتيش، ويقلّل الأخطاء، ويعزز الشفافية.

تقدّم هذه المبادئ التوجيهية الوطنية إطاراً عملياً لتعزيز دور التجارة الإلكترونية في تحديث القطاع الزراعي والحدّ من فاقد الأغذية في الجزائر، من خلال تحسين كفاءة سلاسل الإمداد وتوسيع فرص الوصول إلى الأسواق. ويأتي هذا التوجّه استجابةً للتحديات المرتبطة بإنتاج المحاصيل الزراعية واستهلاكها في الجزائر، بما في ذلك ضعف البنية التحتية اللوجستية، ومحدودية المهارات الرقمية، وتفاوت مستويات الجاهزية بين المناطق الحضرية والريفية. وتهدف هذه المبادئ إلى دعم الجهات الحكومية والشركاء في تسريع التحوّل الرقمي للقطاع الزراعي، وتوفير بيئة تنظيمية وتقنية وتجارية داعمة للنمو المستدام من خلال تشخيص التحديات واقتراح الحلول.

وتحدّد هذه المبادئ مجموعةً من الأولويات الاستراتيجية لتسريع تطوير التجارة الإلكترونية الزراعية، تشمل تحسين الإطار التنظيمي، وضمان حماية البيانات والأمن السيبراني، وزيادة فرص الدخول إلى الأسواق من خلال تعزيز الرقمنة والابتكار على امتداد سلسلة القيمة.

وتؤكّد المبادئ على أهمية توسيع نطاق الإنترنت، وتحسين جودة خدمات الاتصال، وتطوير أنظمة الدفع الإلكتروني والمنصات الرقمية مع تعزيز كفاءة الخدمات اللوجستية وسلاسل التبريد، ودعم التوجّه نحو التصدير عبر التجارة الإلكترونية، وضمان الامتثال للمعايير الفنية ومتطلبات الجودة وحماية المستهلك. وتتيح هذه المبادئ للجزائر بناء منظومة فعّالة ومستدامة للتجارة الإلكترونية الزراعية، تسهم في الحدّ من فاقد الأغذية، وتعزيز الأمن الغذائي، وتحقيق أهداف التنمية الوطنية.

2500889A