

**لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية و الاجتماعية لغرب آسيا
(الاسكوا)**

"المنتدى العربي الأول للمنافسة"

بيروت في 23 و 24 يناير 2020

مداخلة جيهان بن يوسف ممثلة مجلس المنافسة للمملكة المغربية

"المنافسة في مجال التجارة الإلكترونية بالمغرب"

بسم الله الرحمن الرحيم،

و الصلاة و السلام على أشرف الأنبياء و المرسلين،

السيدات و السادة منظمي المنتدى العربي الأول للمنافسة،

السيدات و السادة مندوبي الدول و المنظمات المشاركة،

حضرات السيدات و السادة،

يسعدنا و يشرفنا أن نحل اليوم ضيوفا على دولة لبنان الشقيقة، و اسمحوالي

في البداية أن أتوجه إليكم جميعا، بأحر عبارات التحية و التقدير، راجية لأشغال

هذا المؤتمر، كامل التوفيق و النجاح لما فيه من خدمة قضايانا المشتركة، و

المصلحة العامة للمواطنين.

حضرات السيدات و السادة،

تتمحور مداخلتني الوجيزة و المتواضعة حول وضع المنافسة بقطاع التجارة

الإلكترونية بالمملكة المغربية.

إن التجارة الإلكترونية أضحت تحتل أهمية متزايدة ضمن منظومة التجارة العالمية، إذ تقدر قيمة المعاملات الإلكترونية، التي تجرى حاليا في جميع أنحاء العالم، حسب معطيات الأمم المتحدة ستين ألف (60.000) مليار دولار.

و قد تحققت هذه القيمة بفعل انخراط حوالي (4.3) مليار شخص في عمليات الشراء عبر الانترنت، و يستمر هذا الرقم في الارتفاع بوتيرة متسارعة، تتميز بسيادة أربع توجيهات رئيسية :

أولها : الولوج المستمر لفاعلين جدد إلى السوق، قادمين من بلدان ذات أنظمة اقتصادية ناشئة ؛

ثانيا : تعزيز الوضع المهيمن للفاعلين الرواد في قطاع التجارة الإلكترونية ؛

ثالثا : التطور المحقق على مستوى فروع القطاع في مختلف جوانبه و مراحل نتيجة لتسريع الوتيرة الرقمية للقطاع ؛

رابعا : نشأة و تطور جيل جديد من الممارسات المخلة بقواعد المنافسة، ساهمت في استفحالها الطبيعية المعقدة لبعض الممارسات التدبيرية الناجمة عن التطور الرقمي.

و باستثناء عدد قليل من البلدان و التجمعات الإقليمية، يحدث هذا التطور السريع في ظل وجود فراغ قانوني، و بعيدا عن أية مراقبة مؤطرة بقوانين ملزمة للشركاء التجاريين.

و لا شك أن هناك مجموعة من النصوص التنظيمية و الممارسات القانونية المؤطرة لهذا الميدان على الصعيد الوطني، لكنها تظل متفرقة بين مختلف القوانين و غير متجانسة فيما بينها.

كل ذلك يأتي في وقت لازالت فيه عملية تخليق هذه المنظومة، التي ترعاها منظمة التجارة العالمية في أوج بدايتها، و لا تهم إلا عددا قليلا من البلدان.

و فيما يتعلق بهيكل التجارة الإلكترونية، تمثل المبادلات التجارية بين المقاولات 85% من مجموع المبادلات القائمة بين المنشآت التجارية، بينما المبادلات التي تجرى بين المنشآت التجارية و المستهلكين لا تتجاوز نسبة 15%، و إن كانت هذه التقديرات تشهد ارتفاعا مطردا و مستمرا.

إننا نعيش في بلدان أضحت فيها التجارة الإلكترونية عاملا رئيسيا في التراجع التدريجي لتجارة القرب، و للدور الذي تلعبه المراكز التجارية الكبرى، و انعكس ذلك على الديمغرافيا الخاصة بالمقاولات التجارية التقليدية، بل و حتى على مشاريع تهيئة المجال، و كمثال على ذلك : خطر زحف النفايات التجارية على المناطق القروية و اختفاء محلات البقالة الصغيرة و أزمة المراكز الكبرى. و أصبح العالم يشهد خطر تفاقم الفجوة الرقمية التجارية على الصعيد الوطني و على مستوى التجارة الإلكترونية العالمية، مقابل زحف المنصات الإلكترونية الوطنية و العالمية المجهزة بأفضل الوسائل و التقنيات. و في هذا السياق، كشف التقرير الأخير الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية برسم سنة 2018 على أنه :

- 62% من المغاربة يستخدمون الانترنت، فيما لا يتوفر أرباع سكان القارة الإفريقية على شبكة الانترنت. و تبلغ نسبة المغاربة الذين يتوفرون على حساب بنكي 29% ؛

- من جهة أخرى، فإن 68% من مستعملي الانترنت ببلدان الاتحاد الأوروبي قاموا بعمليات شراء عبر الشبكة العنكبوتية برسم سنة 2017، مقارنة مع متوسط بلغ 13% من متصفحى الشبكة بإفريقيا ؛

لقد احتل المغرب الرتبة 81 عالميا من أصل 151 بلدا خضعت للتقييم من قبل مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية برسم سنة 2018، ضمن مؤشر التجارة الإلكترونية في شقه المتعلق بالمعاملات التجارية بين الشركات و

المستهلك. و هو مؤشر يعتمد على عدد الأشخاص الذين قاموا بعمليات الشراء عبر الانترنت، و على مستوى أمن الوحدات الرقمية، و الولوجية لعمليات الدفع و التسليم.

تطرح هذه الحقائق مجموعة من التحديات التي تواجهها بلادنا في هذا المجال و التي تحول دون تطوير التجارة الالكترونية بها. و تشمل هذه التحديات العناصر التالية :

أولاً : المستوى المعرفي ؛

ثانياً : تأهيل الإطار القانوني ؛

ثالثاً : الحكامة، و تستوجب هذه النقطة الوقوف على مجموعة من الأهداف لا بد من بلوغها، و أهمها : وضع إطار مؤسسي موحد للتتبع و الإشراف، و محاربة الممارسات المخلة بقواعد المنافسة، و تحقيق العدالة الجبائية، و تعزيز حماية حقوق المستهلكين، و حماية المعطيات الشخصية، ثم أخيراً، تدبير المخاطر الجديدة المحدقة بالنظام البنكي و التي تندرج ضمن سياق يتسم بعجز موظفي البنك و المكلفين بالحسابات عن التحكم بشكل كلي في تقنيات التجارة الإلكترونية، بشكل يؤهلهم للدفاع عن مصالح الشركات و العملاء.

رابع تحد يحول دون تطوير التجارة الالكترونية ببلادنا : هو التحدي المتعلق بالثقة في الشبكة الرقمية ؛

خامساً : تسهيل الولوج إلى التمويل ؛

سادساً : تشجيع التكوين في مهن التجارة الالكترونية ؛

سابعاً : تحديات إستراتيجية بطبيعتها تكمن في الحفاظ على الأمن الالكتروني الوطني، و حماية السيادة التجارية الوطنية، ثم المواكبة الرقمية للطموحات الاقتصادية للمملكة المغربية عبر العالم.

و من أجل رفع كل هذه التحديات، يتعين التخطيط الحكيم لمستقبل التجارة الإلكترونية، وذلك :

- بتعزيز الوعي بالطابع الاستراتيجي لهذه التجارة، و دورها في دعم التنمية الاقتصادية بالمغرب ؛
- و بلورة رؤية وطنية حول الأهداف المراد تحقيقها من الانخراط في هذا الميدان ؛
- و ضرورة تطوير إستراتيجية وطنية تشاركية ينخرط فيها جميع الفاعلين في قطاع التجارة الإلكترونية.

و تطبيقا لهذه الرؤية على أرض الواقع، عملت المملكة المغربية على تعزيز ترسانتها القانونية بمجموعة من التشريعات و خلق مؤسسات جديدة لمواكبة هذه الطفرة الرقمية، نذكر منها : خلق وكالة التنمية الرقمية التي تتولى تنفيذ إستراتيجية الدولة في مجال التنمية الرقمية، و تشجيع نشر الوسائل الرقمية و تطوير استخدامها بين المواطنين، و كذلك اقتراح التوجهات التي من شأنها تحسين، مناخ و شروط و إجراءات، تطوير مجالات التنمية الرقمية و الحد من الفجوة الرقمية.

و أمام كل الأهداف الملقة على عاتق هيئة التقنين المذكورة، و على عاتق هيئات التقنين القطاعية بصفة عامة، يبقى مجلس المنافسة هو السلطة الساهرة على حماية النظام العام الاقتصادي، و ذلك بضمان منافسة حرة و نزيهة في شتى المجالات الاقتصادية من جهة، و العمل على انسجام جميع هيئات التقنين القطاعية فيما بينها من جهة أخرى.

إذ أن المنافسة السليمة للأسواق تتوقف على توزيع ناجح و متوازن للمسؤوليات بين مجلس المنافسة و هيئات التقنين القطاعية.

إن مجلس المنافسة بالمملكة المغربية مؤسسة دستورية مستقلة، و كذلك هو الشأن بالنسبة لجل هيئات التقنين القطاعية، و قد كرست استقلالية هذه الأخيرة عن السلطة التنفيذية و عن البرلمان من خلال عدة قرارات صادرة عن المحكمة الدستورية.

و بعد المراجعة التشريعية للقوانين المنظمة لمجلس المنافسة و لقانون المنافسة بالمغرب خلال سنة 2014، أصبح مجلس المنافسة يمارس عدة مهام تختلف حسب الظرف الزمني لتدخله :

أولها المهام الاستشارية لإبداء رأيه حول مشاريع النصوص التنظيمية التي من شأنها التأثير على المناخ التنافسي ؛

ثانيها المهام التقريرية لمعينة و زجر الممارسات المنافسة لقواعد المنافسة ؛

ثالثا و بصفة مستديمة، يسهر مجلس المنافسة على احترام قواعد المنافسة

في القطاعات التي لا تتوفر على هيئة تقنين أو تلك التي تعاني من غياب

إطار قانوني كاف لضمان حسن السير التنافسي. علاوة على ذلك، يختص

مجلس المنافسة للمملكة المغربية بمراقبة سلوك الفاعلين داخل الأسواق، و

بنية الأسواق المذكورة عبر البت في مشاريع التركيزات.

و ينبغي تضافر جهود جميع الفاعلين، و التنبؤ بالتطورات التي سيعرفها

قطاع التجارة الإلكترونية من أجل الرقي بمنظومة هذه التجارة ببلادنا، و وضعها

في مصاف الدول الرائدة عالميا في هذا المجال، و ذلك عبر : الرفع من الإلمام

بالوقائع و التحولات التي تشهدها الأسواق المعنية بالتجارة الإلكترونية، و توفير

الظروف الملائمة لتحقيق طفرة تكنولوجية في هذا الميدان.

و يكمن الهدف من اعتماد هذه المقاربة، في الحفاظ على السيادة الاقتصادية و المالية و الرقمية لبلادنا إزاء هذا القطاع الاستراتيجي، و تطوير الأنشطة و المبادلات التجارية المستقبلية داخل السوق الوطنية، و مع بقية بلدان العالم. و اعتبارا لهذه الحقائق و التحديات و المقترحات، و بالموازاة مع الأهداف الإستراتيجية و طموحات بلادنا في هذا المجال، أطلق مجلس المنافسة، الثالث من أبريل من سنة 2019، مشاورات وطنية استهدفت تحليل السبل الكفيلة بضمان المنافسة في سوق التجارة الإلكترونية.

حضرات السيدات و السادة،

اسمحوا لي في ختام هذه الكلمة، أن أجدد لكم جميعا عبارات الشكر الحارة على حفاوة الاستقبال و كرم الضيافة، راجية لمنتدانا المتميز هذا كامل التوفيق و النجاح.

و السلام عليكم و رحمة الله تعالى و بركاته.