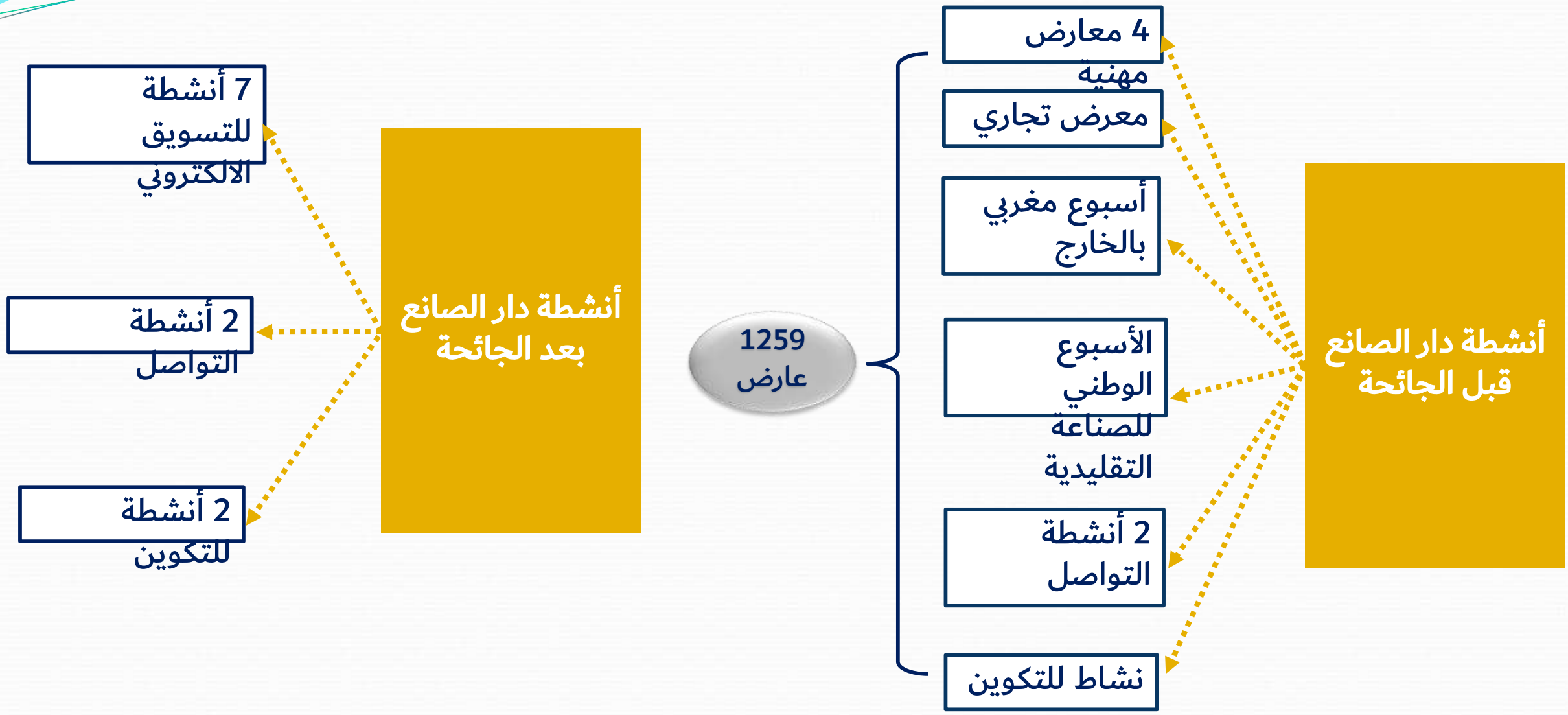


حصيلة أنشطة مؤسسة دار الصانع برسم سنة 2020

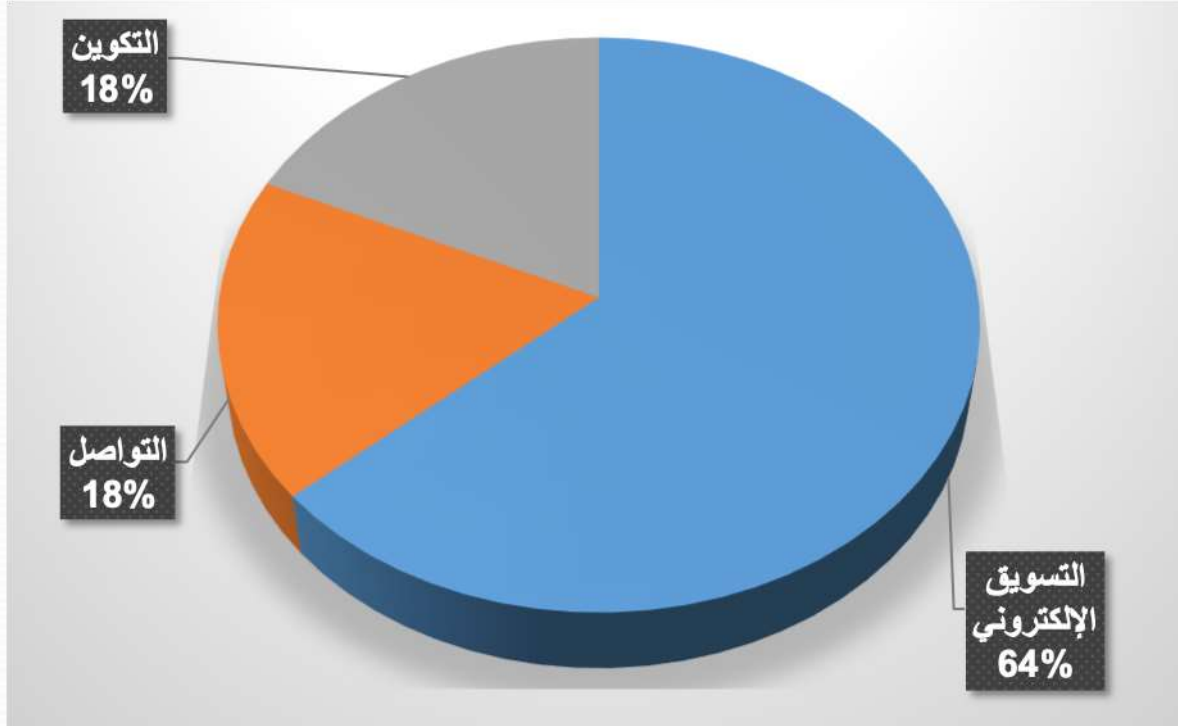
شكّلت جائحة وباء كورونا "كوفيد 19" حدث سنة 2020، وقد أثرت الإجراءات الاحترازية التي تم اتخاذها للحد من انتشار هذا الوباء من إغلاقات إلزامية والحد من التنقل والتباعد الاجتماعي من جانب المستهلكين والمنتجين على النشاط التجاري وأدت إلى توقف عدة أنشطة اقتصادية، وبشكل خاص، أنشطة السياحة والصناعة التقليدية.

في المقابل، أدت الظرفية الاقتصادية المترتبة عن الجائحة في إحداث تغيير كبير في سلوك المستهلكين ترتب عنه بالخصوص تنامي طلبات الشراء عبر الإنترنت الذي أصبح إحدى الطرق المفضلة للتسوق مما أبرز الأهمية التي أصبح يمثلها "الاقتصاد الرقمي".

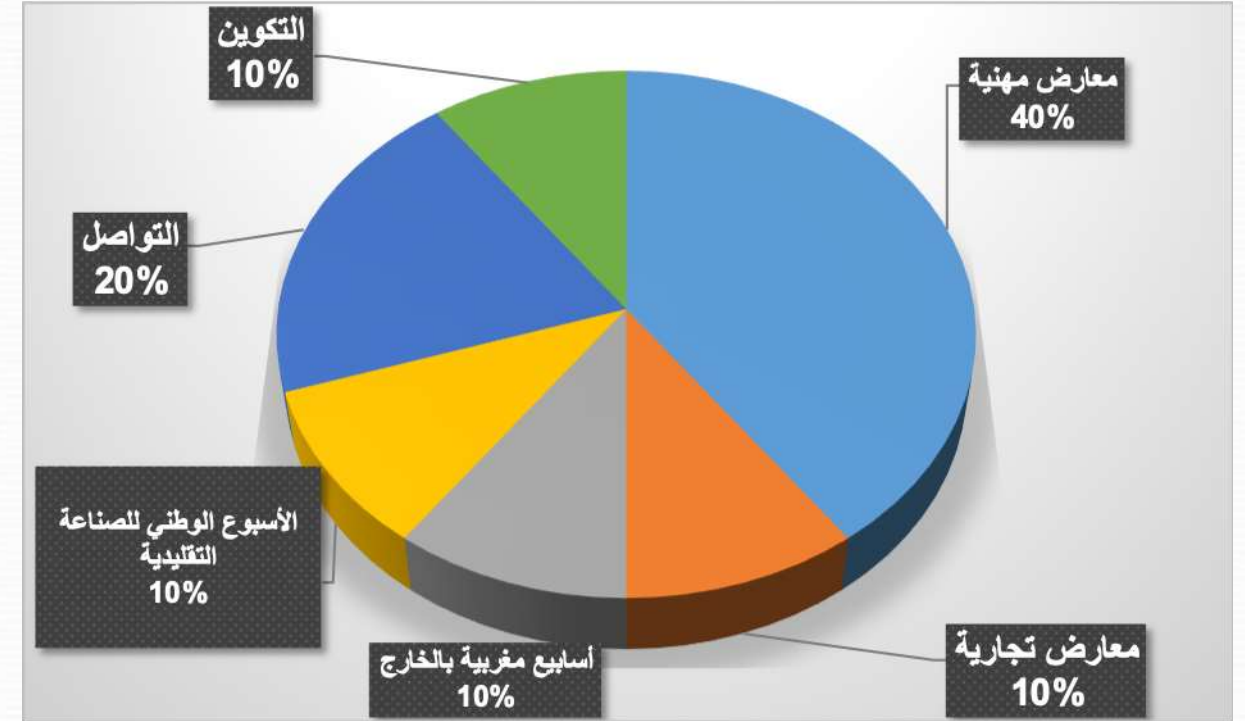
وقد اتخذت المؤسسة، بمعية الوزارة الوصية، عدة إجراءات وتدابير لمواجهة الآثار السلبية للجائحة لإعادة الحيوية لقطاع الصناعة التقليدية والمساهمة في تسويق منتوجات الحرفيين.



أنشطة دار الصانع بعد الجائحة



أنشطة دار الصانع قبل الجائحة



الأنشطة المنجزة قبل جائحة كورونا "كوفيد 19"

الترويج المباشر

المعارض المهنية

عدد العملاء	رقم المبيعات المتوقع (بالدرهم)	التكلفة (بالدرهم)	عدد العارضين	المساحة (متر مربع)	المكان	التاريخ	المعرض المهني
30	2.700.000,00 (€ 250,000,00)	,35 1.700.191	7	562	هانوفر/ ألمانيا	10 - 13 يناير	دوموتكس (Domotex)
30	5.450.000,00 (€ 500,000,00)	,93 1.876.164	17	366	باريس / فرنسا	17 - 25 يناير	Maison et) (Objet
50	2.250.000,00 (\$ 250,000,00)	392.512 ,78	4	53 ,59	نيويورك / الولايات المتحدة الامريكية	01 - 04 فبراير	(NewYork Now)
20	2.700.000,00 (€ 250,000,00)	1.406.848 ,57	9	245	فرانكفورت / ألمانيا	07 - 11 فبراير	أمبيينتي (Ambiente)
130	13.100.000,00	,63 5.375.717	37	,59 1226	3 دول		4 معارض

المعارض التجارية

شاركت المؤسسة سنة 2020 في معرض تجاري بالبحرين بناء على اتفاقية موقعة بين الطرفين حيث شملت التعاونيات

المنتوجات المعروضة	قيمة المبيعات (بالدرهم)	التكلفة (بالدرهم)	عدد العارضين	المساحة (متر مربع)	المكان	التاريخ	المعرض التجاري
الجلد، الزربية، النحاسيات، المنتجات المجالية والملابس التقليدية	358.600	514 798	13	120	المنامة / البحرين	23 - 31 يناير	معرض الخريف للبحرين BAHRAIN AUTUMN FAIR

الأسابيع المغربية بالخارج

نظمت مؤسسة دار الصانع خلال سنة 2020 أسبوعا مغربيا للصناعة التقليدية بلندن في إطار تظاهرة «الأيام الثقافية المغربية بلندن» :

نوعية العارضين	التكلفة (بالدرهم)	عدد العارضين	المساحة (متر مربع)	المكان	التاريخ	التظاهرة
صناع تقليديون يبرزون مهاراتهم المهنية للعموم في النحاسيات والخشب والصبغة والنسيج والمراميل والدمشقيات والمنتجات المجالية.	500.990	9	1000	لندن / المملكة المتحدة	16 - 18 يناير	أسبوع الصناعة التقليدية في إطار «الأيام الثقافية المغربية بلندن»

الأسبوع الوطني للصناعة التقليدية

مساحة العرض

30.000 متر مربع

العارضون

1100

الزوار

546.676

رقم المعاملات
متوسط يومي

670 درهما

رقم المعاملات
الإجمالي

11.211.552 درهم

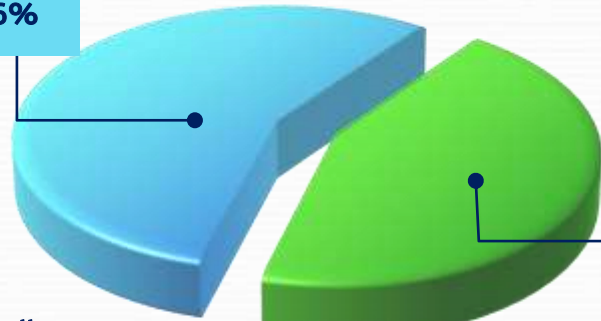
التكلفة

52.000.000 درهم

العارضون

نسبة مشاركة الإناث

56%



نسبة مشاركة الذكور

44%

المجال الحضري

75%

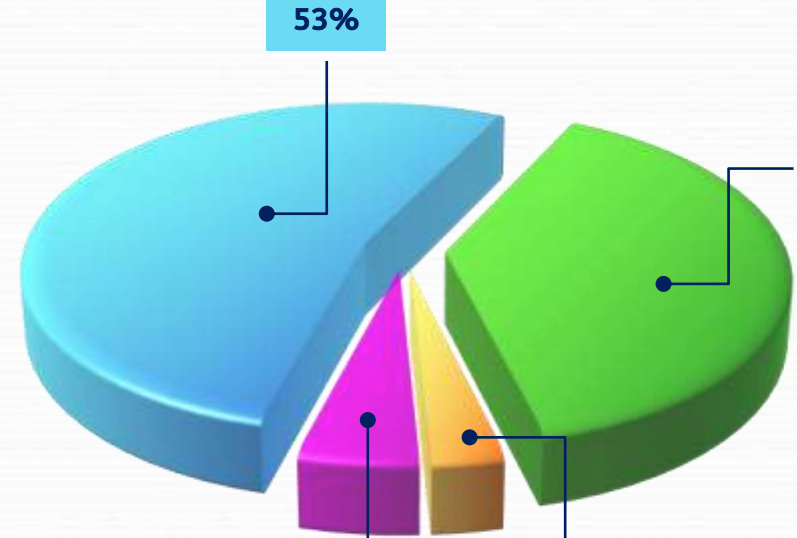


المجال القروي

25%

التعاونيات

53%



الصناع الفرادي

39%

المقاولون الذاتيون

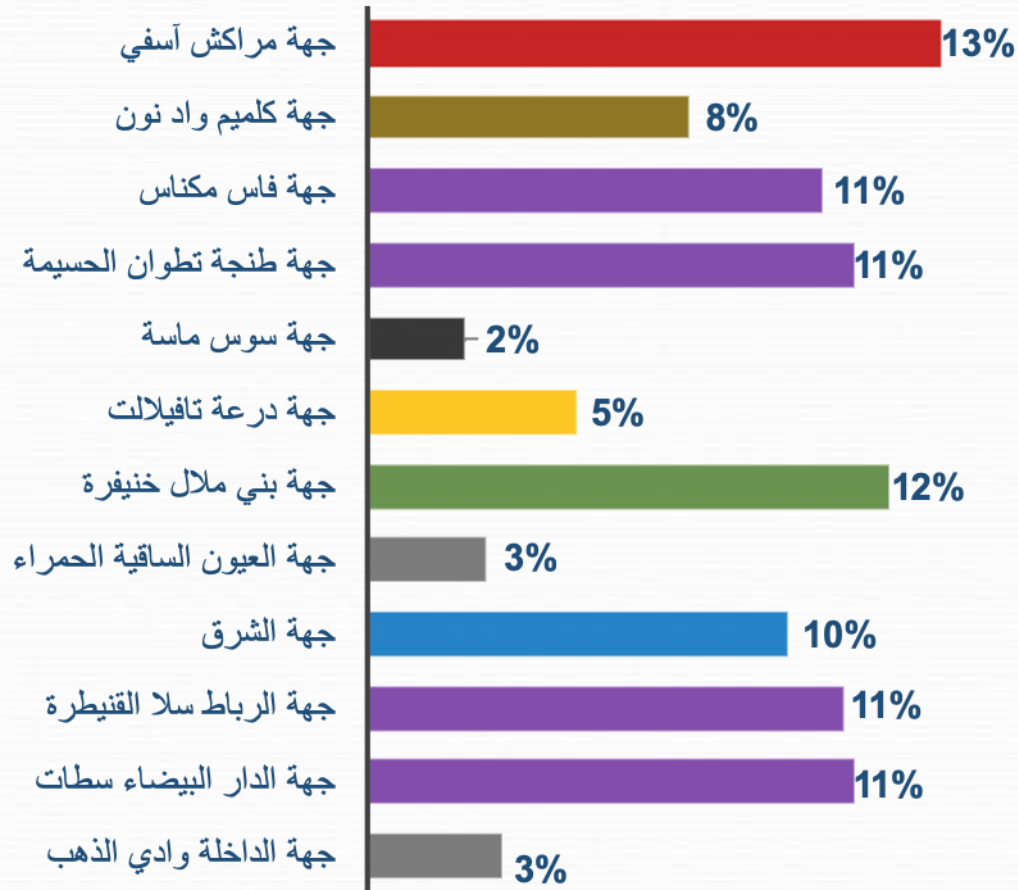
3%

المقاولات المهيكلة

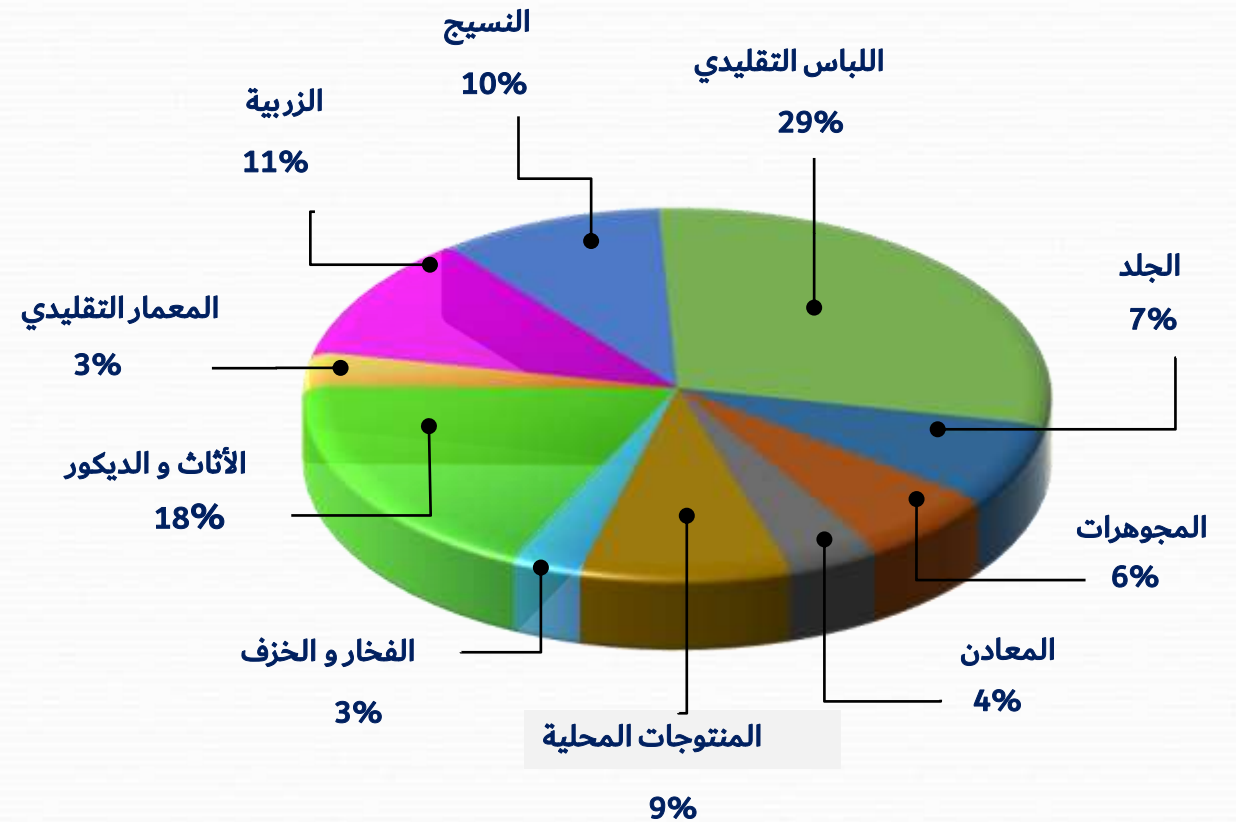
5%

العارضون

التقسيم حسب الجهات



التقسيم حسب مساحات العرض



الأنشطة المنجزة بعد جائحة كورونا "كوفيد 19"

الدراسة حول آثار الجائحة على الحرفيين

السياق

في إطار الجهود التي تبذلها الجهات الحكومية للحد من آثار وباء فيروس كورونا "كوفيد 19" على القطاعات الاقتصادية، قامت الوزارة بشراكة مع مؤسسة دار الصانع باستطلاع رأي بواسطة بحث ميداني لدى عينة من الصناع التقليديين

الأهداف

- الاطلاع على التأثير المباشر لوباء كوفيد19 على وضعية الصناع التقليديين؛
- قياس معرفتهم وردود أفعالهم على إجراءات الدعم التي اتخذتها السلطات العامة؛
- معرفة تطلعاتهم لتخطي هذه الأزمة.



العينة

- تم حصر عينة البحث في 1000 صانع لكل موجة، وتم تحديد هذه العينة في من خلال نظام الحصيص لتغطية مجالات الدراسة المختلفة. تم أخذ 4 معايير حصيص في الاعتبار:
- ✓ نوع النشاط: فني أو خدماتي
 - ✓ النشاط
 - ✓ الجهة
 - ✓ المجال (حضري او قروي)



تواريخ الإنجاز

- الموجة الأولى: ماي
(خلال الحجر الصحي)
الموجة الثانية: شتنبر
الموجة الثالثة: دجنبر
(في طور الإنجاز)



طريقة الاستطلاع

- تم الاستطلاع بفضل الاتصالات الهاتفية



مجال البحث

- الصناعة التقليدية الفنية والإنتاجية والصناعة الخدمية؛
- الجهات 12 للملكة؛
- المجال الحضري و القروي

أهم ما أبرز عنه استطلاع الرأي

حول التشغيل

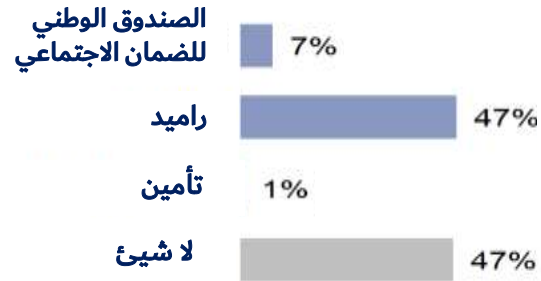
78% من الوحدات المتوفرة على مستخدمين استرجعت شغيلتها.



حول الاستفادة من دعم الدولة

اتضح أن نسبة الصناع المستفيدين منه ارتفعت من 52% إلى 64% مقارنة بين فترتي الحجر الصحي وما بعدها، علما أن عددا مهما من الصناع التقليديين (47%) لم يقوموا بطلب هذه المساعدات إما لاعتمادهم على مدخراتهم أو لكون الصانع/الصانعة ليس ربا للأسرة... إلخ

حول التسجيل بالضمان الاجتماعي



حول استئناف الأنشطة و المدخول

أفرزت نتائج البحث الميداني المنجز (ماي و شتنبر) عن توقف كلي لـ 80% من أنشطة الصناعة التقليدية أثناء فترة الحجر الصحي و عن استرسال 66% من هذه الأنشطة لرواجها غداة الخروج من فترة الحجر.

أهمية السوق الداخلية



كما تبين أن الدخل المتوسط الفردي للصانع التقليدي انخفض بنسبة 95% خلال فترة الحجر مقارنة مع فترة ما قبل كوفيد 19، و أنه استعاد قيمته قبل الأزمة بنسبة 90%، وهو ما يدل على استئناف جيد لعدد من أنشطة الصناعة التقليدية.

متوسط الدخل الشهري

بعد الجائحة

2580 درهم / الشهر

- 10%

قبل الجائحة

2862 درهم / الشهر

الصعوبات التي واجهها الصناع التقليديون

خلال فترة الحجر الصحي

- توقف المبيعات 81 %
- توقف الإنتاج 71 %
- صعوبة تحمل تكاليف النشاط المزاول 57 %



بعد فترة الحجر الصحي

- توقف المبيعات 49 %
- توقف الإنتاج 38 %
- صعوبة تحمل تكاليف النشاط المزاول 3 %

اقتراحات الصناع للتخفيف من الآثار السلبية للجائحة

- قروض بنسبة فائدة تفضيلية؛
- دعم الإمدادات المتعلقة بشراء المعدات والمواد الخام؛
- الدعم بفضل الاشهار والتسويق والتسويق الإلكتروني؛
- إحداث وتهيئة مناطق صناعية مخصصة للصانع التقليدي؛
- التكوين.

التجارة الالكترونية
دعامة جديدة لتسويق منتوجات الصناعة التقليدية

السياق العام

السياق العام

في إطار الجهود المبذولة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي للحد من الآثار الاقتصادية والتجارية السلبية لجائحة فيروس كورونا على قطاع الصناعة التقليدية والمتمثلة في إيجاد سبل وقنوات جديدة لتسويق وترويج المنتج التقليدي، عملت الوزارة ومؤسسة دار الصانع على تفعيل مشروع التسويق الإلكتروني كبديل لعملياتها الترويجية وذلك عن طريق ربط شركات مع المنصات المختصة في التسويق الإلكتروني ذات الصيت الوطني والتجربة في هذا المجال .

الأهداف

تتجلى الأهداف المرجوة من هذا المشروع أساسا في:

المساهمة في جمع
ورصد المعطيات
المتعلقة بالزوار،
الزبناء والمبيعات،
قصد تطوير التجارة
الإلكترونية

تحسين صورة
المنتوج التقليدي
وتلميع العلامة
المؤسسية
«حرف المغرب»

تمكين الفاعلين في
القطاع المنخرطين
في هذا المشروع
من الرفع من أرقام
المعاملات الخاصة
بهم

خلق نواة جديدة
من الصناع
التقليديين
الممارسين في
مجال التجارة
الإلكترونية

المنصات الشريكة

تم عقد شراكات مع سبع منصات للتجارة الإلكترونية منها منصات عامة وأخرى خاصة تعمل في أسواق مختلفة وتستهدف جميع منتجات الصناعة التقليدية التي تتميز بها ربوع المملكة الحضرية منها والقروية:

منصة التجارة الإلكترونية متخصصة في الحلي و المجوهرات

منصة التجارة الإلكترونية متخصصة المنتجات المجالية كمستحضرات التجميل العضوية والمنتجات الحرفية المحافظة على البيئة

منصة التجارة الإلكترونية متخصصة في الزرابي القبلية والفخار المنتجات النباتية ...



منصة متعددة المنتجات تحضى بجمهور كبير

منصة متخصصة لمنتجات الصناعة التقليدية ذات جودة متميزة، تستهدف السوق الداخلي والتصدير

منصة متخصصة لمنتجات الصناعة التقليدية ذات جودة متميزة، تستهدف السوق الداخلي والتصدير

منصة التجارة الإلكترونية تدير من طرف تعاونيات، متخصصة في الزرابي القبلية والفخار والمنتجات النباتية...

المساهمة في خلق وتأثير فضاءات التسويق

مؤسسة محمد الخامس للتضامن

شراكة
استراتيجية

مؤسسة دار
الصانع

وزارة السياحة والصناعة
التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد
الاجتماعي

دعم و مواكبة التعاونيات في التسويق
الإلكتروني و المشاركة في المعارض الوطنية و
الدولية
المساهمة في تأتيت فضاءات العرض والبيع
التي ستوضع رهن إشارة هذه التعاونيات

مكتب التنمية والتعاون

الهدف

إنجاز برنامج لدعم ومواجهة التعاونيات في القطاع من أجل تسمين و تطوير المنتج حتى تستجيب
أحاجيات السوق

الفروع المستهدفة

الزراي القروية → ← خزف أسفي

تعميم الدعم على فروع أخرى حسب الأولويات

التواصل

إطلاق حملة تحسيسية

من 27 ماي إلى 20 يونيو 2020

الموضوع: التدابير الوقائية والصحية الواجب اتباعها من طرف الحرفيين في أماكن عملهم بعد رفع الحجر الصحي

الوسائل: 3 وصلات إخبارية باللغة الدارجة والأمازيغية بثت على قناة «الأولى» التلفزيونية والقنوات الإذاعية التالية: إذاعة محمد السادس والإذاعة الوطنية وإذاعة MFM

الصفة المتقونة
في الصفة المصونة



إطلاق حملة تواصلية في إطار مشروع التجارة الإلكترونية

شملت وسائل التواصل الاجتماعي للمؤسسة و بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية وإعلانات جوجل ويوتوب

توجيه المشتريين لشراء منتجات الصناعة التقليدية على هذه المنصات (في طور الإنجاز).

دعوة الحرفيين للانخراط في المنصات الشريكة في هذا المشروع

1

إنجاز هوية بصرية للحملة



2

وسائل التواصل الاجتماعي

عدد المرات التي ظهر فيها محتوى صفحاتنا على شاشة شخص آخر:

358.167

عدد الأشخاص الذين شاهدوا محتوى صفحاتنا:

314.337

التفاعلات:

35.416

عدد المرات التي ظهر فيها محتوى صفحاتنا على شاشة شخص آخر:

118.154

44.891

عدد المشاهدات:

التفاعلات:

279

عدد المرات التي ظهر فيها محتوى صفحاتنا على شاشة شخص آخر:

120.800

40.201

عدد المشاهدات:

التفاعلات:

1003

نشر منشورات ثابتة (Posts statiques) ورعايتها

المنشورات المتحركة (Posts animés) ورعايتها

الفيديو التعليمية (Vidéo didactique)