

دراسة حول إستراتيجية تسويق مجالي لولاية مدنين

المعطيات العامة

- تاريخ الإصدار
- جوان 2014.
- الهيكل المنفذ
- برنامج الأمم المتحدة الانمائي
- الهيكل المستفيد
- ديوان تنمية الجنوب.
- وضعية الوثيقة (منجزة، بصدد الانجاز، ...)
- منجزة

X	دراسة استراتيجية
X	دراسة قطاعية
	بحث
	وثيقة عمل/ تقرير

نوعية الوثيقة

- أهم المجالات التي تتطرق إليها الوثيقة
- إعداد استراتيجية جاذبية وتسويق مجالي للجهة.
- ضبط مخطط عمل للفترة 2014-2016.

المخلص

أهم عناصر التشخيص

- مراحل التسويق المجالي والذي يتم على ثلاثة مستويات:

- التشخيص.

- اعداد استراتيجية التسويق.

- ضبط برنامج تدخل.

- تقديم تصوّر للموقع التسويقي للجهة: (MEDENINE HUB

REGIONEL) وذلك من خلال:

- الموقع الجغرافي المميز للجهة: مطل على حوض المتوسط، متاخم للحدود

الليبية وعلى مسافة ساعتين من أهم العواصم الأوروبية بما مكن الولاية من

تطوير علاقاتها الاقتصادية ومبادلاتها التجارية مع محيطها الخارجي

ولاسيما بلدان الإتحاد الأوروبي وليبيا،

- بنية أساسية ومرافق جماعية في حاجة ملحة للتدعيم،

- نشاط صناعي واقتصادي متنوع،

- النتائج المنتظرة من هذا الموقع على مختلف الفاعلين الاقتصاديين:

- على مستوى الاستفادة من البنية التحتية الموجودة وتطويرها لتسهيل الاندماج

الاقتصادي للقطاعات والتفتح على الأسواق الخارجية،

-
- التسريع في انجاز المناطق الصناعية والمنطقة التجارية الحرة والمناطق اللوجستية المبرمجة،
 - على مستوى تثمين نتائج البحث العلمي الفلاحي في المناطق القاحلة وتركيز القطب الصناعي لتثمين ثروات الصحراء.

أهم الاستنتاجات

- لمزيد تعزيز جاذبية المجال لولاية مدنين اقترحت الدراسة التركيز على محورين:
 - التوقع التسويقي من خلال منتجات المنظومات الاقتصادية الجهوية:
 - تشجيع مبادرات التسويق الجماعي،
 - العمل على ادخال خدمات ذات قيمة مضافة في سلسلة الانتاج لتحسين جودة المنتج المحلي وملائمته لمتطلبات السوق وانتظارات الحرفاء.
 - وضع مخطط عمل لتنفيذ استراتيجية التسويق المجالي للجهة من خلال:
 - تقديم التمشي المتبع في إعداد مخطط،
 - أهم عناصر مخطط العمل للمرحلة 2014-2016 وبرنامج 2014.

أهم التوصيات (المقترحات، ...)

ملاحظات أخرى
