العرب
الأربعاء 2021/05/19
السنة 43 العدد 12063

تجّار النوّار في المغرب يجنون الشوك في زمن كورونا

باعة الزهور ينادون: يا ورد من يشتريك

فقد المغاربة الرغبة في الإقبال على الزهور في زمن كورونا، فوجد باعة الورد أنفسهم وحيدين يشذبون الورود ثم يرمونها في اليوم التالي ولا يجنون منها سوى الأشواك بعد توقف الناس عن الاحتفال والتعبير عن مشاعرهم بتقديم الهدايا في الأفراح والمناسبات.

الوباء لا يشم الروائح الزكية

الرباط - في الوقت الذي يعيش فيه العالم على إيقاع القيود الصحية الصارمة، والإغلاق وحالة الطوارئ، فإن الحصول على باقة من الورود بألوانها الزاهية والمبهجة للتخفيف، ولو قليلا، من ضغوط أزمة صحية خانقة وغير مسبوقة، يبدو بعيدا عن أولويات غالبية المغاربة.

ورغم امتلاكها خاصية ترجمة المشاعر التي يحس بها البشر بفضل تنوع ألوانها وأريجها وأشكالها، فقد تراجعت الأزهار إلى غياهب النسيان في زمن كورونا، حيث جرى المنع الكلي لتنظيم الأحداث والمناسبات التي كانت تتزين بباقات الزهور.

عجلة قطاع الأزهار تدور ببطء، وفق تقييم بائع زهور في سوق الورود العريق في الرباط، حيث يجد التجار أنفسهم في مواجهة قلعة من الروائح والألوان يكافحون من خلالها لجذب انتباه الزبائن، غير المتحمسين كثيرا للإقدام على عملية شراء تعتبر "ثانوية" في ظل هذه الظروف.

ووفقا لأحد الباعة في ساحة مولاي الحسن في الرباط، فقد كان بيع الزهور دائما مرتبطا باقتراب أحداث رمزية، مثل "8 مارس" أو "عيد الحب"، وهو ما يعني أن العام بأكمله تقريبا يعتبر موسما يشهد بيعا منخفضا، غير أن جائحة كورونا جعلت الوضع يتفاقم بشكل أكبر.

وأكد بنبرة حزينة أن فايروس كورونا كان ضيفا ثقيلا على تجارتهم، وأن سحر ونضارة هذه النباتات الجميلة لم يعودا يجذبان أحدا.

من جهته، لفت المهدي ماموني مسؤول عن مزرعة، إلى أن قطاع زراعة الأزهار محدود للغاية في المغرب؛ مضيفا أن المشكلات الرئيسية في هذا القطاع ترجع عموما إلى ضعف الطلب من السوق المحلية، حيث إن "ثقافة الزهور" غير شائعة بشكل كبير في المجتمع، بالإضافة إلى الظروف المناخية غير المواتية لهذا النشاط، مما يرفع من التكلفة مقارنة بالدول المنتجة الأخرى.

وأضاف أن المستثمرين الفلاحيين ليسوا مقتنعين بعد بالاستثمار والمجازفة في هذا المجال، خاصة مع الظروف الصعبة للتخزين والنقل وتغليف الزهور، والتي هي معقدة بعض الشيء وتتطلب منهم الكثير من العناية والاهتمام.

وتابع أن هذا القطاع لم يسلم بدوره من أزمة فايروس كورونا، بالنظر إلى أن الزبائن الرئيسيين لهذا القطاع ومنظمي الفعاليات والحفلات متوقفون عن العمل حاليا، بالإضافة إلى تقييد تام للصادرات على المستوى الدولي.

وفي محلات بيع الورود بشارع الزرقطوني في الدار البيضاء يحرص الباعة على أداء التحية، والبسمة تعلو محياهم، لكنهم في الآن نفسه لا يخفون امتعاضهم من الركود المستشري الذي يعانون منه، بسبب الإجراءات الصارمة التي تفرضها السلطات لمنع تفشي الوباء، والتي أفضت إلى منع تنظيم الحفلات العمومية والأعراس والولائم العائلية، وهي المناسبات التي عادة ما كانت تسهم في "رواج" السوق.

يقول سعيد بائع أزهار بشارع الزرقطوني لوكالة المغرب العربي للأنباء، "نحن نواجه ظروفا صعبة، الركود بات سيد الموقف، والإقبال الضعيف جدا لا يساعدنا على تسويق منتجاتنا التي تبقى معرضة للتلف".

ويضيف سعيد، ممعنا في أصابع يده وقد وخزتها أشواك الورود، "باعة الأزهار هنا في سوق الزرقطوني لا يجنون سوى الشوك والقليل من المال".

كل يوم يحرص الباعة على تشذيب الورود من الأشواك، لتبدو في وضع جذاب، قبل عرضها للبيع، لكن زمن انتظار زبون قد يأتي ولا يأتي، بات طويلا ومرهقا.

في السابق، يقول أحمد بائع زهور بمحل ثان "كان فصل الصيف يمثل بالنسبة لنا فرصة سانحة لتحقيق هامش ربح إضافي، بالنظر إلى ارتفاع الطلب على باقات الأزهار في حفلات الأعراس والمناسبات الأخرى، لكن الوضع الآن بات صعبا، بسبب الركود الذي نواجهه".

ويؤكد أحمد بعد أن فتح مدخلا خلفيا داخل محله ليعرض عينات من الورود معبأة في حاوية بلاستيكية، "هذه الورود إذا لم يتم بيعها في وقت قياسي لا يتعدى يوم أو يومان ستتعرض للتلف كليا، وهو ما يجعلنا نواجه عبئا إضافيا يثقل كاهلنا.. لأن المئات من الأزهار ستذبل لا محالة ولن يكون بوسعنا بيعها وتقديمها للزبون".

فالزبون دائما يحرص على اقتناء ورود فيحاء ويانعة، ويردف أحمد "وهو ما يجعلنا نواظب على تشذيبها من الأشواك، حتى تبدو في شكل جميل يجذب نظرة الزائر، لكن ضعف الإقبال بسبب تفشي الفايروس، أدخلنا في دوامة من الشك واللايقين، فهل نغلق محلاتنا ونغير الحرفة، التي ترعرعنا في كنفها ولسنوات عدة" يتساءل أحمد بمرارة.

في سوق الورود بشارع الزرقطوني أجود أنواع الأزهار معروضة للبيع بعد أن تم تصفيفها بعناية فائقة، يقول إسماعيل وهو بائع آخر، "الورد الذي نجلبه من مراكش ويسمى 'الخلوي'، هو أجود أنواع الزهور المحلية ومطلوب من كل الزبائن أجانب ومغاربة".

> باعة الزهور يجدون أنفسهم وحيدين في قلعة من الروائح والألوان يكافحون من خلالها لجذب انتباه الزبائن

ويضيف إسماعيل أن "الخلوي يحظى بإقبال كبير من قبل أرباب المكاتب والبنوك والفنادق نظرا لمزاياه العديدة، وأبرزها أنه ليس سريع التلف ويمكن الاحتفاظ به لعدة أيام، لأنه ورد طري يزرع في أراض خصبة وينمو في طقس طبيعي جاف، وليس مثل الزهور المقطوفة من ضيعات الزراعات المغطاة".

وحسب الباعة، فإن الورد المعروض في الدار البيضاء يتم جلبه من مراكش وبني ملال وأكادير وتيط مليل، بخلاف ورد "قلعة مكونة" والذي لا يتم تسويقه في السوق الوطنية، لأنه يباع مباشرة للمختبرات الطبية لاستعماله في المستحضرات الصيدلية.

ومهما يكن من أمر، فإعداد الورود وتشذيبها والعناية بها وحسن عرضها للزبون، مسألة يحرص عليها الباعة لأن بيع الأزهار هو فن قبل أن يكون حرفة، لكن الركود الظرفي حاليا والذي يواجهونه مكرهين، يجعلهم يكابدون شظف العيش وبمرارة، غير أن الأمل يظل زادهم ومعينهم اليومي.

مركبات «الفان» نجمة الرحلات والعطل

باريس - تملأ مقطورات التخييم ومركبات "الفان" هذا الصيف الطرق إلى وجهات العطلات، إذ شهدت مرحلة الجائحة ارتفاعا كبيرا في مبيعات هذه المركبات التي توصف بـ"الترفيهية"، رغبة من الملايين الخارجين من تدابير الحجر في تمضية إجازاتهم بأمان في المناطق المفتوحة.

وقال المتقاعد الفرنسي جان ميشال سيبوا الذي اشترى للتو مركبة "فان" بسعر لا يقل عن 50 ألف يورو، "إنه استثمار مجدٍ، إذا قارنته بسعر تذاكر السفر والإيجارات وكلفة الإقامة في الفنادق".

> السفر في الكرفانات يختاره الشباب لعطلة بتكلفة أرخص، والكبار يفضلونها لأنها آمنة في زمن الوباء

وأضاف "لم يعد بإمكاننا أن نتخيل أنفسنا نسافر على نحو ما كنا نفعل سابقا، أي أن نتوجه بالطائرة إلى مكان بعيد. لقد استفدنا من ذلك سابقا. أما اليوم، فنبحث عن مكان أقل ضيقا وأكثر هدوءا" يقع في منزلة وسطية بين السفر إلى دول العالم وبين الحجر المنزلي بسبب كورونا.

ويفضل عشاق السفر في أوروبا، كما جان ميشال، الشاحنات المعدّلة للإقامة أو سيارات "الفان" التي تشكل 44.8 في المئة من السوق.

وسجلت مبيعات المركبات الترفيهية رقما قياسيا تاريخيا عام 2020 إذ بلغت 234 ألف وحدة (أي بزيادة 12 في المئة على مدار عام)، وفقا لاتحاد البيوت المتنقلة الأوروبي.

أما في الولايات المتحدة، فإن المنازل المتنقلة هي الأكثر رواجا، إذ سجلت مبيعاتها رقما قياسيا جديدا خلال مارس.

وفي أستراليا التي ينتشر فيها التخييم أيضا على نطاق واسع، فثمة نحو 750 ألف سيارة ترفيهية مسجلة لـ25 مليون نسمة.

وأبرز ما يستهوي المصطافين في هذه المنازل السيّارة مرونتها، إذ تتيح لهم الانتقال من موقع تخييم إلى آخر، أو الإقامة وسط الطبيعة، وفقا لمسح أجري في فرنسا لحساب شركة "فورد" لتصنيع السيارات التي تعوّل بشكل كبير على هذا القطاع.

ويرى الشباب في السفر بهذه الطريقة وسيلة لتمضية العطلة بتكلفة أرخص، فيما يستسيغها كبار السن كونها توفّر الأمان في زمن الوباء.

وقالت جولي فينيو التي تؤجّر مركبات "فان" فاخرة من خلال شركتها "نومادیسم" المتخصصة في هذا المجال "لاحظنا أن المنزل المتنقل يشبه إلى حد ما الفقاعة الصحية". ورأت أن السفر بواسطة هذه المركبات "يوفر انطباعا للمرء عن نمط الحياة في الماضي، ولكن في سيارته".

وفي المصنع الفرنسي لمجموعة "بيلوت"، قرب أنجيه، يتولى المئات من العمال إدخال تعديلات على عربات "الفان" من طرازي "فيات" و"رينو" وإضافة الأسرّة والكهرباء والمطبخ والمراحيض إليها.

وقال الناطق باسم المجموعة أنطوان غيريه "نحن في حالة استنفار، ولدينا طلب كبير، والكثير من الزبائن يريدون سيارات قبل الصيف". وأضاف "لقد كان سوق المنازل المتنقلة يتطور بشكل مطرد لسنوات عدة، لكن فايروس كورونا أدى إلى تسريع هذا النمو".

والطلب يشمل كل الأنواع، من الشاحنات المعدّلة إلى الغرف الفندقية المتنقلة التي يبلغ سعرها نحو 200 ألف يورو.

وتطول أوقات التسليم إلى الوكلاء أحيانا، إذ تعطّل الإنتاج بسبب إغلاق بعض المصانع خلال فترة الحجر وبسبب نقص بعض المستلزمات ومنها الرقائق الإلكترونية.

وشبّه غيريه "كل يوم" بـ"معركة لإخراج المركبات في الوقت المحدد" في مصانع "بيلوت" التي توقف فيها العمل لبضعة أيام.

وفي الولايات المتحدة، امتلأت لوائح طلبات مقطورات التخييم الفاخرة المصنوعة من الألومنيوم لدى شركة "إيرستريم" حتى سنة 2022. وقال الرئيس التنفيذي للشركة بوب ويلر إن "الطلب تجاوز بكثير توقعات" شركته. وأضاف "بعنا حتى الآن أكثر من 90 في المئة من كل شيء نرسله إلى وكلائنا".

وتوقعت شركة "تور إنداستريز" الأولى عالميا في القطاع، وهي مالكة "إيرستريم"، أن يكون ضغط الطلب على السوق كبيرا جدا على الأقل "حتى نهاية سنة 2021". وحققت المجموعة الأميركية نتائج تاريخية، إذ بلغت قيمة مبيعاتها 2.73 مليار دولار بين يناير ومارس.

متعة وأمان

وأكدت شركة الاستشارات الأميركية "أريزتون"، أن "عددا متزايدا من الناس يخططون لرحلات برية بينما لا تزال المكاتب مغلقة بسبب الوباء". وتوقّع خبراؤها نمو السوق العالمية بنسبة 7 في المئة سنويا من الآن إلى سنة 2025، بعدما بلغ حجمها 42 مليار دولار عام 2020.

وهذه الرغبة في الاستمتاع بالمساحات الخارجية لا تتعلق فقط بالمتقاعدين. ففي الولايات المتحدة، يبلغ متوسط عمر مالك السيارة الترفيهية 53 عاما، لكن متوسط عمر المشترين انخفض إلى 41 عاما في 2020، وفقا للمنظمة الأميركية للعاملين في هذا القطاع.

ولاحظت شركة "تور إنداستريز" أن أبناء "جيل الألفية"، وهو سوق "أكبر من جيل طفرة المواليد"، يشترون منازلهم المتنقلة "في سن أبكر مما كان يفعل المنتمون إلى الأجيال السابقة". وهم يدفعون كذلك أكثر بكثير من الأجيال السابقة وصولا إلى نحو 67 ألف دولار في المتوسط، على ما تؤكد مونيكا جيرايسي من المنظمة.

وفي ظل هذا الطلب الكبير على سوق السيارات الترفيهية الجديدة، يتجه البعض إلى شراء المركبات المستعملة التي تباع بأسعار مرتفعة، أو إلى استئجارها. ويتولى آخرون تجهيز مركباتهم بأنفسهم.

ففي الوقت الذي توقفت فيه دراستها في بروكسل بسبب الوباء، رتبت السويسرية إليز بيجو مع أصدقائها مركبتها "موران" وكلفها ذلك بضعة فرنكات فحسب، ثم سافرت بها إلى بلجيكا والبرتغال. وروت قائلة "أتاح لي هذا التجوال الكبير أن أعيش تجربة جائحة كورونا بطريقة شبه منفصلة عن القيود".