IDRAK
FOR STUDIES & CONSULTATIONS ◆ للدراسات والاستشارات

حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية

نتائجها وسيناريوهاتها المتوقعة

تشرين الثاني/نوفمبر 2020

الفهرس

مقدمة 1

أولاً: المقاطعة الاقتصادية: النشأة والأسباب 2

المقاطعة الاقتصادية الشعبية 2

المقاطعة الاقتصادية الرسمية 3

المقاطعة الفردية 3

ثانياً: ظروف الاقتصاد الفرنسي في 2020 4

ثالثاً: التجارة والاستثمارات الخارجية الفرنسية
مع العالمين العربي والإسلامي 5

رابعاً: المقاطعة الجماهيرية للمنتجات الفرنسية 7

خامساً: مالذي حققته الحملة أو يمكن أن تحققه؟ 8

خاتمة 10

مقدمة:

تعتبر المقاطعة الاقتصادية أحد الأدوات العقابية للدول و الشعوب على حد سواء، ففي الوقت الذي يستطيع أي فرد في العالم أن يقوم بمقاطعة سلعة من نوع معين أو منتجات شركة معينة نتيجة عدم الرضى عن هذه المنتجات أو على سياسة هذه الشركة، فإن الأمر قد يمتد لما هو أوسع من ذلك حيث قد تصل دعوات الجماهير و الدعوات الشعبية لمقاطعة منتجات شركة أو حتى دولة ما، بناءً على موقف اقتصادي أو سياسي أو ثقافي اتجاه هذه الشركة أو الدولة، ولعل أشهر حالات المقاطعة في العالم العربي والإسلامي هي حركة مقاطعة السلع الإسرائيلية.

كما يمكن أن تقوم الدول بمقاطعة منتجات دول أخرى بشكل رسمي من خلال اصدار قرار منع هذه السلع وبالتالي يصبح مستورد هذه السلع أو المتعامل بها مخالفاً للقانون أو من خلال رفع نسبة الرسوم الجمركية لمستويات مرتفعة مما يجعل سعر هذه السلع أعلى من غيرها وبالتالي لن تكون محل ترحيب من المستهلكين نظراً لارتفاع سعرها بالمقارنة مع السلع المنافسة.

لقد عُرفت حملات المقاطعة منذ عقود طويلة وانتشرت مؤخراً كأداة من أدوات المقاومة الناعمة يمكن استخدامها من قبل جماعات الضغط تجاه سياسات شركات أو حكومات، لدفعها لتغيير قوانين أو سياسات معينة.

في منتصف شهر تشرين الأول/أكتوبر 2020 توالت الدعوات على مواقع التواصل الاجتماعي لمقاطعة المنتجات الفرنسية على خلفية التصريحات التي أدلى بها الرئيس الفرنسي في حفل تأبين المدرس الفرنسي الذي قتل بطريقة وحشية و مستهجنة، وشارك في هذه الحملة قيادات سياسية و دينية مشهورة وكذلك رموز فنية و مشاهير وناشطون من دول متعددة، ونشر الناشطون صوراً لمنتجات فرنسية أو ماركات فرنسية تدعو لمقاطعتها.

بعد أيام دعت الخارجية الفرنسية لوقف حملات المقاطعة واصفة إياها بأنها لا أساس لها من الصحة، فيما اعتبره ناشطون ومحللون، تقدماً في عملية المقاطعة التي باتت تظهر ثمارها. فما طبيعة حملة المقاطعة هذه وما نتائجها التي ظهرت أو التي من المحتمل أن تظهر، وما مستقبل هذه الحملة ؟.

أولاً: المقاطعة الاقتصادية: النشأة والأسباب

عرف التاريخ البشري حملات مقاطعة اقتصادية كثيرة بدأت في دول العالم المختلفة و لعلنا نستطيع أن نقسمها من حيث المبدأ إلى حملات مقاطعة شعبية و مقاطعة اقتصادية رسمية إضافة للمقاطعة الاقتصادية الفردية.

1 المقاطعة الاقتصادية الشعبية

- عرف التاريخ المعاصر حملات مقاطعة شعبية متعددة أبرزها ما حصل في بريطانيا قبيل إلغاء قانون العبودية في القرن الثامن عشر حيث دشنت الأقليات حملة مقاطعة السكر المنتج عبر استغلال العبيد الأمر الذي دفع البرلمان في وقت متأخر لمراجعة قرار العبودية،[1] كذلك عرف التاريخ الأميركي الحديث مقاطعة العمل في مزارع العنب من قبل الفلاحين للضغط على أرباب العمل لزيادة الرواتب الأمر الذي أفلح في النهاية،[2] وإبان اعتقال الزعيم المصري سعد زغلول صدرت حملة مقاطعة للمنتجات البريطانية في عموم مصر مما سرع في إجراءات الإفراج عنه،[3] كما يشتهر الزعيم الهندي أنديرا غاندي بقوله كلوا مما تنتجون والبسوا ما تصنعون وقاطعوا بضائع العدو وقد حقق نضاله نتائج غير مسبوقة في تحرير الهند.

1 حول نظام العبودية راجع، العربية نت، أب - أغسطس 2018، https://bit.ly/2UuAIlP
2 مقاطعات على مر التاريخ، عربي بوست، تشرين الأول- أكتوبر 2020، https://bit.ly/3nqlsMI
3 المقاطعة، فهمي هويدي، الشروق، تموز-يوليو 2009، https://bit.ly/2UuBf1G

2 المقاطعة الاقتصادية الرسمية

- تسعى الدول لاستخدام المقاطعة كجزء من العمل الدبلوماسي الخارجي، وتعد المقاطعة أحد الوسائل المستخدمة بكثرة في العلاقات الدولية وقد تدرج من مقاطعة تجارية إلى القطع التامّ للعلاقات.

وقد استخدمت هذه الأداة عشرات المرات تاريخياً ومن قبل دول كبرى و من أشهر حملات المقاطعة ما قامت به الدول العربية في حرب 1973 حيث منعت النفط عن الدول الداعمة لـ "إسرائيل" مما تسبب بضغط شديد على الولايات المتحدة الأميركية في ذلك الوقت، وتستخدم الولايات المتحدة الأميركية سلاح المقاطعة الاقتصادية بكثرة حيث استخدم مؤخراً ضد ايران وشركائها في المنطقة، وتمتلك الدول الأوربية خبرة عريقة في هذا الجانب حيث تستخدم المقاطعة الاقتصادية كإحدى الأدوات الخارجية تجاه الدول التي تواجه معها مشاكل.

3 المقاطعة الفردية

- وقد تتمثل المقاطعة على شكل مقاطعة فرد أو شركة لمنتجات شركة أخرى كنوع من العقاب اتجاه تقديم الخدمة أو فيما يعكس حالة عدم الرضى على هذه المنتجات وتعمل مؤسسات حقوق المستهلك على الاستفادة من هذا النوع من أجل إيصال رسائل للمنتجين بتحسين منتجاتهم أو تخفيض الأسعار أو جعلها أكثر موائمة لمتطلبات البيئة أو الثقافة.

الجدول (1) أنواع المقاطعة الاقتصادية

النوع	الأطراف الرئيسية	أمثلة	الهدف المتوقع
المقاطعة الشعبية	جماهير أو فئات أو جماعات	مقاطعة البضائع البريطانية للإفراج عن سعد زغلول في مصر في العشرينيات. مقاطعة الفلاحين للعمل في مزارع العنب بغية رفع الأجور في ستينيات القرن الماضي	الاستجابة لضغوطات الجمهور
المقاطعة الرسمية	دولة أو حكومة	قوانين العقوبات الأوروبية قوانين العقوبات الأميركية	التأثير في سلوك الدولة
المقاطعة الفردية	فرد أو شركة خاصة	ما تقوم به مؤسسات حماية المستهلك من حملات توعية لمقاطعة منتجات معينة	تحسين المنتج أو سحبه

ثانياً: ظروف الاقتصاد الفرنسي في 2020

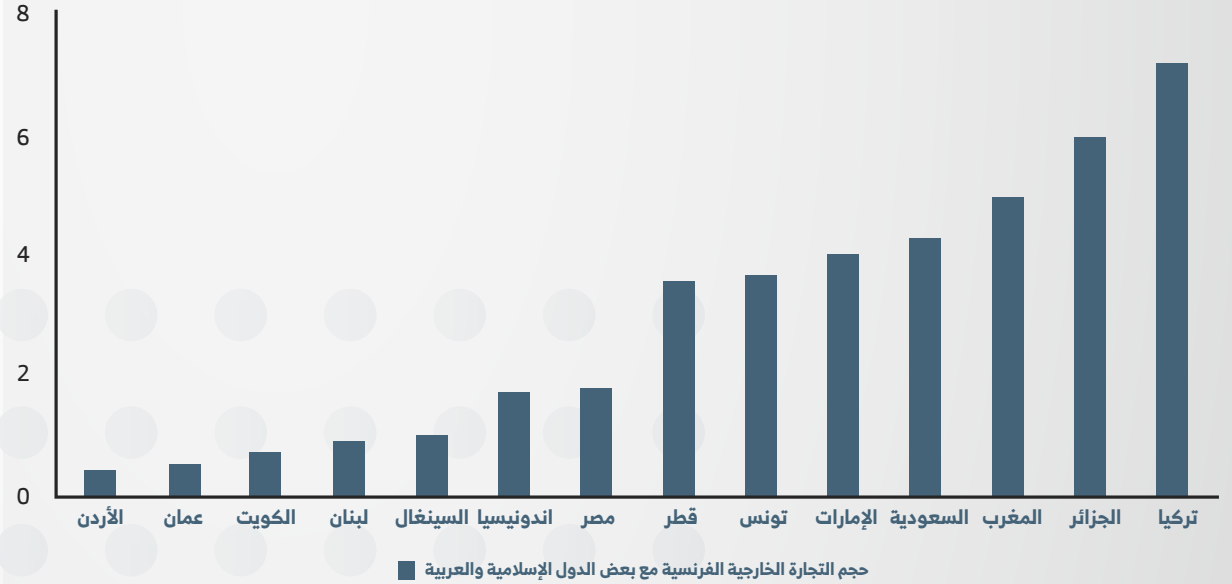
- يبلغ عدد سكان فرنسا قرابة 67 مليوناً بمتوسط دخل فردي سنوي يصل لقرابة 50ألف دولار أمريكي حيث يقترب الناتج المحلي الإجمالي من 2.8 ترليون دولار أميركي ويعد الاقتصاد الفرنسي بذلك أحد أكبر اقتصادات العالم وأعرقها، حيث يمتلك الاقتصاد الفرنسي ماركات مميزة و سلع تجارية ذات سمعة عالمية في عالم السيارات و الأزياء والسلع المعمرة وكذلك الغذائية.
- واجهت فرنسا أيام عصيبة في 2020 حيث الاحتجاجات الواسعة في البلاد وانتشار وباء كوفيد 19 الذي خلف ما يزيد عن 11 ألف وفاة و أكثر من نصف مليون إصابة ودخلت البلاد في حالات اغلاق شاملة ليتراجع الناتج المحلي الإجمالي بـ 6% في الربع الثاني من 2020 حيث تراجعت التجارة الخارجية 6.5% بالنسبة للصادرات وقرابة 6% للواردات.
- انخفض استهلاك الأسر نتيجة تعطل الأعمال و عمليات الحظر بنسبة 6% وانخفض الاستثمار بأكثر من 11% وتتوقع الحكومة أن يؤثر كل ذلك على انخفاض يفوق 8% مع نهاية 2020 [4] إلا أن صندوق النقد الدولي يتوقع أن يصل التراجع إلى أكثر من 12% وقد يحتاج الاقتصاد الفرنسي عامين للتعافي من أثار الأزمة الاقتصادية التي مر بها.
- حقق الاقتصاد الفرنسي معدلات بطالة غير مسبوقة كذلك وصلت إلى 10% في النصف الأول من العام 2020 و يتوقع أن تختم العام عند هذا المعدل ويتوقع أن تتجاوز ديون الحكومة 100% من الناتج المحلي الإجمالي في 2020 و ما بعده كما يتوقع أن تحقق الميزانية عجزاً يصل إلى 5% خلال الأعوام المقبلة، رغم هذا لا تزال ثقة المستهلك بالاقتصاد الفرنسي عالية عند 97%. [5]
- الحكومة الفرنسية أعلنت عن ثلاث حزم تحفيز للاقتصاد بين أذار- مارس و حزيران - يونيو 2020 بـ 135 مليار يورو كحزمة مالية و 325 مليار يورو كضمانات عامة ومن ثم 315 مليار ضمانات بنكية للقروض ومن ثم أعلنت الحكومة عن حزمة تحفيزية رابعة في سبتمبر-أيلول 2020 من 100 مليار يورو توزع على عامين من أجل دعم التحول الاقتصادي لاستخدام موارد طبيعية وتعزيز تنافسية الاقتصاد.

[4] راجع فرانس 24، انكماش تاريخي للاقتصاد الفرنسي، 30 نيسان- ابريل 2020، https://bit.ly/3mZswBt
[5] للمزيد من المؤشرات راجع: Trading economics, France outlook, https://tradingeconomics.com/france/forecast.

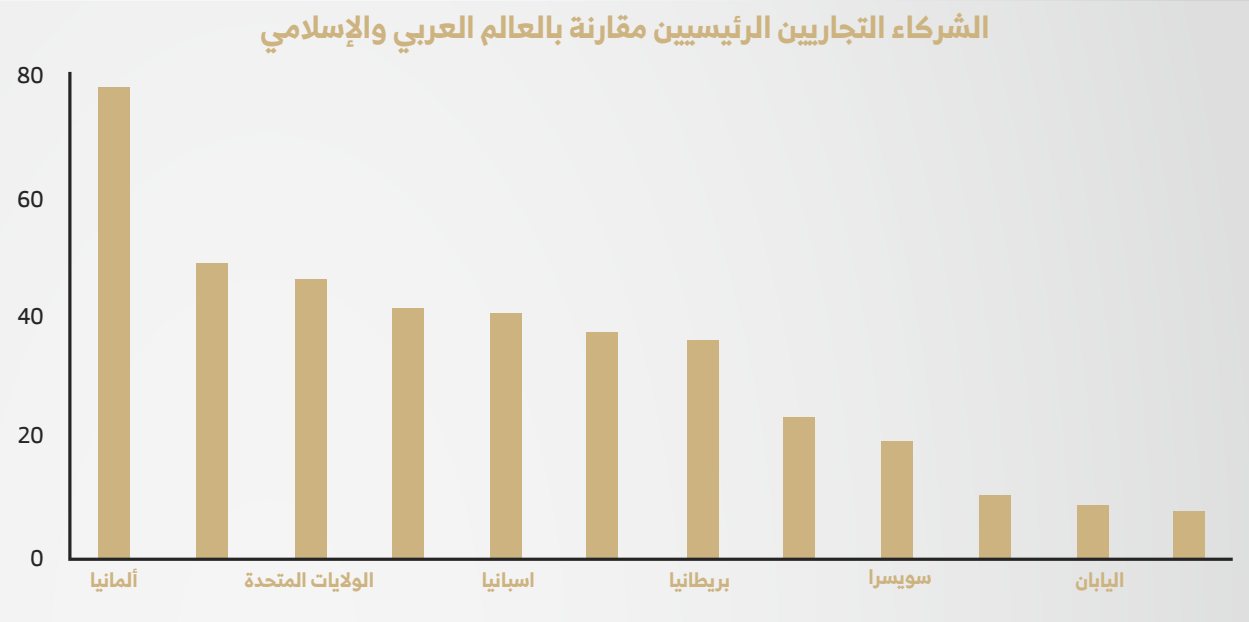
ثالثاً: التجارة والاستثمارات الخارجية الفرنسية مع العالمين العربي والإسلامي

تتركز تجارة فرنسا بشكل رئيس مع جيرانها في قارة أوروبا حيث يعتبر الشريك التجاري رقم واحد هو ألمانيا بنسبة 14% تقريباً من اجمالي تجارتها الخارجية وبما يقرب من 80 مليار دولار أميركي سنوياً، ويأتي كذلك في صدارة شركائها كل من اسبانيا و بريطانيا وهولندا وإيطاليا إضافة لبلجيكا والولايات المتحدة الأميركية ثم الصين، تأتي دول العالم العربي و الإسلامي في مرتبة متأخرة حيث نستطيع أن نجد أن أبرز شركائها هنا أن تركيا تلعب الدور التجاري الرئيسي مع فرنسا بحوالي 1.5% من إجمالي التجارة الخارجية الفرنسية و بما يقرب من 8 مليار دولار أميركي وتأتي المملكة العربية السعودية بحوالي 5 مليار ثم الامارات 4 مليار وقطر بـ3.6 مليار دولار وهكذا (الشكل رقم1)،[6] ويتوقع أن التجارة الخارجية الفرنسية مع العالم العربي والإسلامي تقدر سنوياً بقرابة 50 مليار دولار أميركي[7] وهو ما يشكل قرابة 10% من إجمالي التجارة، وتستورد فرنسا من هذه الدول سلع نفطية و غاز ومواد أولية في أغلب الحالات بينما تصدر السيارات و قطع الطائرات والمعدات الحربية إضافة لخدمات بنكية وسلع غذائية وعطور.

حجم التجارة الخارجية الفرنسية مع بعض الدول الإسلامية والعربية 2018



[6] بيانات موقع https://oec.world/en/profile/country/fra حول التجارة الفرنسية.
[7] تقديرات الباحث بالاستناد إلى بيانات التجارة الخارجية الفرنسية.



وأما الاستثمارات العربية و الإسلامية في فرنسا فيتوقع أن دول الخليج تمتلك الحصة الأكبر فيها، حيث تبلغ استثمارات قطر على سبيل المثال قرابة 40 مليار دولار، وتستثمر الكويت قرابة 7 مليار دولار فيما تصل استثمارات المملكة العربية السعودية لقرابة 30 مليار دولار ويتوقع أن الإمارات تستثمر ما يقرب من 20 مليار دولار أميركي في فرنسا وعلى الرغم من أنه يصعب تقدير حجم الاستثمارات الكلية لمختلف الدول حيث إنّ كثير من البيانات تعد في حكم الغائب إلا أن التقديرات الأولية و بالحد الأدنى تشير إلى أن الاستثمارات العربية و الإسلامية في فرنسا تقدر بـ 150 مليار دولار أميركي هي استثمارات مباشرة موجودة في فرنسا و تنتشر هذه الاستثمارات في العقارات والشركات السياحية و الفنادق و الرياضة و حصص في شركات كبرى و غيرها من المؤسسات الفرنسية.

وكذلك تستثمر فرنسا في العالم العربي والإسلامي في معظم دول الخليج و تتركز استثماراتها بشكل رئيس في دول المغرب العربي وبعض الدول الإفريقية التي خضعت لنفوذها في حقبة سابقة.

[9] مابعد انفجار مرفأ بيروت، الأخبار اللبنانية، أيلول 2020، https://bit.ly/37akO2b
[10] هل تنسحب إيران من سورية؟، وكالة الأناضول، أيلول 2020، https://bit.ly/34XNFnG

رابعاً: المقاطعة الجماهيرية للمنتجات الفرنسية

قامت حملة المقاطعة للمنتجات الفرنسية التي بدأت في تشرين الأول - أكتوبر 2020 على أساسين اثنين يميزانها عن غيرها من الحملات و هما:

1 **شمولية المقاطعة ومدى الاستجابة الجماهيرية لقضية المقاطعة:** أخذت المقاطعة للمنتجات الفرنسية شكل مقاطعة جماهيرية بعيدة عن الصيغ الرسمية، فعلى الرغم من أن قيادات سياسية شاركت في الحملة إلا أنه لم يصدر من أي دول من دول العالم العربي والإسلامي[8] ردود فعل على شكل قطع العلاقات التجارية أو السياسية، كما أن الأمر بالتأكيد ليس مقاطعة ضد شركة فرنسية أو منتج بحد ذاته بل أتت المسألة رداً على تأييد الرئيس الفرنسي لقضية نشر رسوم مسيئة بحق رسول الإسلام محمد (صلى الله عليه وسلم) والذي يعتبر قدوة لما يزيد عن مليار و نصف المليار مسلم حول العالم، لذا فإن حملة المقاطعة لامست شخصية رمزية لشريحة واسعة من البشر مما أعطاها زخماً ودفعاً كبيرين خاصة في ظل مشاركة شخصيات كبيرة دينية و سياسية وفنية في الحملة.

2 **الأزمة الاقتصادية التي يواجهها الاقتصاد الفرنسي:** أتت الدعوات لحملة المقاطعة في ظل ظروف صعبة يعاني فيها الاقتصاد العالمي من أثار أزمة كورونا التي تمثلت بتراجع الطلب و إغلاق واسع وتعطل سلاسل التوريد، بناءً على هذا الأساس فإن الحملة أتت في أصعب ظرف يمر به الاقتصاد الفرنسي، وعلى الرغم من أن الدول العربية و الإسلامية قد لا تكون الشريك التجاري الرئيس رسمياً لفرنسا ولكن في ظل الظروف الراهنة فإن أي نسبة تعرقل الاقتصاد الفرنسي فإنها ستكون جوهرية و تستهدف تنافسيته، وستؤثر على سمعة الحكومة في القدرة على الخروج من الأزمة.

هاتان المسألتان جعلتا من الحملة على أهمية عالية أكثر من أي حملة أخرى بالنسبة للفرنسيين بنفس الوقت كما هي بالنسبة للمشاركين في الحملة.

[8] لمراجعة الردود الرسمية التي صدرت عن الحكومات نستطيع العودة للخليج أونلاين، تشرين الأول - أكتوبر 2020، https://bit.ly/2H2iqzH

خامساً: مالذي حققته الحملة أو يمكن أن تحققه؟

فعلياً لا تعد الدول العربية من الناحية التجارية ذات علاقة تجارية واسعة مع فرنسا، كما أن بدائل الواردات الفرنسية من الدول العربية والإسلامية يمكن إحلال مكانها من دول أخرى بمعنى أنه من الممكن لفرنسا أن تستورد الغاز و الحبوب و النفط من مصادر مختلفة إذا ما أتيح لها الوقت الكافي لفعل ذلك، ولكن الحملة على أي حال لم تكن حملة مقاطعة رسمية أي أن الدول لم تتخلى عن بيعها المنتجات الأولية أو أعلنت أنها ستفعل ذلك، حيث إن هذه السلع بالدرجة الرئيسية مرتبطة بالحكومات، فالحكومات حافظت على علاقات جيدة مع فرنسا، و من جهة أخرى فإن الاستثمارات الرسمية لم تتعرض لأي تراجع ولا يتوقع أنها ستتعرض لتراجع كذلك وذلك طبقاً لنفس الاستناد المتعلق بالحكومات المستثمرة في فرنسا.

ولكن على جانب أخر يمكن أن نضع جملة من المسائل التي حققتها الحملة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية أو يمكن أن تحققها الحملة في حال استمرت، وهي:

1. أتت الحملة في ظل ظرف صعب يمر به الاقتصاد الفرنسي يتمثل بظروف كورونا وما تمخض عنها من مشاكل و أثار وبالتالي فإن الدعوة للمقاطعة تمت ترجمتها بأن الشركات الفرنسية ستدخل في مزيد من العزلة مما يجعل الأمور أسوء مما هي عليه.
2. تتسم حملات المقاطعة الشعبية بأنها لا تتعلق بالدول ذات الغالبية العربية أو الإسلامية بل يمكن أن تتعدى ذلك لدول أجنبية أوربية، أميركية أو في أي مكان من العالم، وبالتالي يصعب بأي حال من الأحوال تقدير الخسائر وتقدير العواقب فقد تشارك جاليات مسلمة في مختلف أنحاء العالم بمقاطعة المنتجات الفرنسية و هذه مسألة تجعل من التفاوض لاحقاً على مسألة إعادة الأمور لمجراها الطبيعيّ أمراً صعباً.

3. حملات المقاطعة الشعبية غالباً ما تأخذ صفة استهلاكية تندرج في إطار العادة، لذا فإن المنتجات الفرنسية التي يتم استهدافها لن يكون استهدافها مؤقتاً و قد تنسحب الأمور لفترة طويلة كون المستهلكين سيستبدلون هذه المنتجات بمنتجات أخرى منافسة تحل محلها مما يعرض الأمر لخسائر متراكمة يرتبط حجمها بقدرة المنتجات الفرنسية على كسب ثقة المستهلك المقاطع مرة أخرى.

4. يتوقع أن المسألة الأخطر في قضية المقاطعة هو أنه تم مواجهة المجتمعات المسلمة في مختلف أنحاء العالم بخطاب مضاد لمعتقداتها وهي مسألة تبنتها الحكومة الفرنسية بعد تصريح الرئيس الفرنسي ماكرون أنه "سيستمر حتى لو تقهقر البعض"[9] وهي طريقة افتقدت للسياسة و الحنكة زج من خلالها الرئيس الفرنسي ماكرون نفسه في مواجهة كان يمكن أن يتجنبها منذ البداية، وهو الأمر الذي استثمرته شخصيات سياسية ودينية إسلامية مختلفة لتحقيق مكاسب على حساب هذه المواجهة عن طريق قدرتها على محاكاة عقول الجماهير و تفهم غضبهم.

في النهاية خاطب الرئيس الفرنسي جماهير المسلمين بأن الرسوم ليست مشروعاً حكومياً وبأنه يتفهم مشاعر المسلمين[10] إلا أن تأخره والخطوات التي اتخذها قبلها عقدت الأمور، ولكن في جميع الأحوال فقد استطاع الخطاب أن يبرد الاحتقان اتجاه المنتجات الفرنسية و وربما بالنسبة لفئات واسعة فإن مسألة المقاطعة آتتْ أكلها وبالتالي فلم يعد لاستمرار المقاطعة أي جدوى، فيما ترى فئات أخرى أن هذا الاعتذار غير كافٍ وعلى الحملة أن تستمر لتشمل أكبر قدر ممكن من المنتجات و الاستثمارات، ولكن بحسب تجارب تاريخية فإن همم الجماهير تبرد بسرعة كونها تقوم على أسس عاطفية و ليس على محاكاة عقلية تمتد لفترات زمنية طويلة،[11] ولكن في الحالتين فإن الجماهير التي شاركت في الحملة ستحمل خبرة استخدام هذه الأداة في المستقبل ويمكن أن تعود لأداة المقاطعة لدعم قضاياها بالاستناد إلى التقنيات و سهولة التواصل في عالم اليوم

[9] مغردون: ماكرون يسيء، بي بي سي، تشرين الأول-أكتوبر 2020، https://www.bbc.com/arabic/trending-54664174
[10] لم يعتذر ماكرون؟، عربي 21، تشرين الأول- أكتوبر 2020، https://bit.ly/2UtploU
[11] راجع كتاب سيكولوجية الجماهير، غوستاف لوبون.

سادساً: خاتمة

وبناءً على ما سبق يمكن القول أن حملة المقاطعة لا يمكن أن تستمر بنفس الحماسة التي تبديها شرائح واسعة من المجتمع اليوم، إلا إذا تم تفعيل عامل "مثير" جديد يصعد من حالة التوتر من جديد ويجدد الحماسة لحملة المقاطعة، وبالتالي فقد تكون حملة المقاطعة في طريقها للخفوت والتراجع، وبالتالي يمكن أن نتوقع توجهين لهذه الحملة في المدى القصير

التوجه الأول -انتهاء حملة المقاطعة-، فإن حديث ماكرون -عبر قناة الجزيرة واسعة الانتشار بين الجماهير العربية و الإسلامية- يمثل اعتذاراً واضحاً وصريحاً ومحاولة لتفسير مقاصده حول رأي الحكومة الرسمي في موضوع الرسوم، وبالتالي فإن الحملة حققت نتائج جيدة بهذه النقطة ولا داعي لاستكمالها، فيما قد يستكمل البعض الأخر قضية المقاطعة لفترة أطول على أساس قناعة شخصية وليس في إطار واسع، وبالتالي فسيعود أغلب المشاركين فيها للعزوف عن مقاطعة المنتجات الفرنسية والعودة إلى ماكانت عليه الأمور قبل أي وقت أخر، ويمكن قياس ذلك في الأشهر المقبلة عن طريق متابعة أرقام التجارة الخارجية للدول العربية والإسلامية والتي لا يتوقع أن تختلف كثيراً عن أي وقت سابق.

أما في حالة التوجه الثاني - عودة التوتر - فهو مرتبط بإعادة تشغيل "مثير ما" للجماهير عن طريق استدعاء التاريخ القريب أو البعيد وذلك من قبل رموز دينية أو سياسية وبالتالي إعادة شحن الجماهير لتستكمل حملة المقاطعة بدعوى أن الاعتذار غير كافٍ والمطلوب هو مقاطعة دائمة لتحقيق أهداف أبعد، وفي ظل هذا السيناريو من الممكن لحملة المقاطعة أن تؤثر باتجاه انخفاض نسب التجارة الخارجية مع فرنسا خاصة لجهة الصادرات الفرنسية لهذه الدول التي يتوقع أن تنخفض بنسب ملحوظة تعتمد على نطاق انتشار الحملة و مدة الالتزام الزمني فيها.

في كل الأحوال فإن مقاطعة المنتجات الفرنسية قد لا تكون ذات أثر اقتصادي فقط، فاقتصارها على البعد الشعبي وعدم تطورها إلى مقاطعة رسمية على مستوى الدول والحكومات، قد لايسمح لها بالتأثير كثيراً على المنتجات الفرنسية الحيوية ذات القيمة العالية، مثل الآلات والسيارات، والطيران، وهذه المنتجات تمثل غالب صادرات فرنسا إلى الدول العربية والإسلامية.

ولكن الأهمية الفعلية لحركة المقاطعة لا تنحصر في البعد الاقتصادي فقط بل تتعداه إلى أبعاد سياسية واجتماعية ثقافية تؤشر لانحسار دور فرنسا -المتراجع أصلاً- في مشهد وقضايا الشرق الأوسط، وتراجعاً في نفوذها، مقابل تقدم قوى أخرى تحاكي تطلعات الجماهير وتتقن خطابهم، وذلك نتيجة تشكل موقف شعبي عام رافض لها ولحضورها في المنطقة، ويعزز حالة الانحسار هذه طريقة معالجة الرئيس الفرنسي للأزمة، كما تؤشر على زيادة وعي الجمهور تجاه قضاياه عن طريق استحداث أو تطوير وسائل للتعبير عن رأيه

IDRAK

FOR STUDIES & CONSULTATIONS ◆ للدراســـات والاستشـــارات

مركز إدراك للدراسات والاستشارات

مؤسسة دراسات واستشارات مستقلة، تأسست في سورية/حلب، في عام ٢٠١٤م، يُعنى المركز بالدراسات الاستراتيجية واستشراف المستقبل في منطقة الشرق الأوسط، ويعطي اهتماماً خاصاً بالقضية السورية، وتطورات الأحداث فيها، وكل ما يرتبط بذلك من أوضاع سورية وعربية ودولية.

يهتم المركز ببث الوعي محلياً وإقليمياً ودولياً حول واقع الأحداث في الشرق الأوسط وسورية على وجه الخصوص، ويحرص على إمداد أصحاب القرار والمعنيين بالمواد المعرفية بمختلف أشكالها التي تعينهم على اتخاذ القرار المناسب، وفي هذا الاطار فإن المركز يعتبر أن من مهماته الأساسية بناء قاعدة معلومات شاملة وفق الطرق والأساليب العلمية والتقنية الحديثة، ووضعها في خدمة الباحثين ومتخذي القرار.

يعمل المركز مع نخبة من العلماء والخبراء والمتخصصين لإصدار الدراسات والأبحاث العلمية والتقارير، ملتزماً بالمنهجية العلمية والموضوعية.

@idraksy idraksy@idraksy.net idraksy.net

جميع الحقوق محفوظة © مركز إدراك للدراسات