

دار الصانع

تم إحداث دار الصانع سنة 1957 بموجب الظهير الشريف رقم 1.57.177، وهي مؤسسة عمومية مكلفة بمهام إنعاش تسويق منتوجات وخدمات الصناعة التقليدية على صعيد السوق الداخلي والخارجي وكذا تنفيذ السياسة الحكومية المسطرة في هذا المجال.

بعد اعتماد السلطات العمومية سنة 2007 "لرؤية 2015"، سجلت موارد دار الصانع ارتفاعا سريعا ومطردا، حيث انتقلت من معدل سنوي يبلغ 24,7 مليون درهم في الفترة 2002-2006 إلى معدل سنوي قدره 116,4 مليون درهم في الفترة 2008-2012، أي ما يقارب خمسة أضعاف معدل الفترة الأولى. وتشكل إعانة الاستثمار المقدمة من قبل الدولة، النسبة الأكبر من موارد المؤسسة، حيث بلغت هذه النسبة 79% سنة 2012.

في إطار اختصاصاته، فحص المجلس الأعلى للحسابات عددا من أوجه تسيير مؤسسة دار الصانع، وسجل ملاحظات تتعلق أساسا بإنجاز أهداف "رؤية 2015 للصناعة التقليدية" وكذا بالحكمة وأداء المهام المسندة إلى المؤسسة. كما شملت ملاحظات المجلس أنشطة التسويق والتواصل والإعانات التي تمنحها المؤسسة، وكذا اتفاقيات الشراكة المبرمة من قبلها. وشمل الفحص أيضا جزءا من النفقات المنجزة.

I. ملاحظات وتوصيات المجلس الأعلى للحسابات

1. تقييم مدى تحقيق أهداف رؤية 2015

عرفت نفقات الاستثمار الملتزم بها ارتفاعا مهما، حيث انتقلت من معدل سنوي قدره 13 مليون درهم في الفترة 2002-2006 إلى معدل سنوي قدره 106 مليون درهم في الفترة 2008-2012، أي ما يزيد عن ثمانية أضعاف المستوى المسجل في الفترة الأولى.

فبالرغم من ارتفاع حجم الاستثمارات، لم تحقق الإنجازات الأهداف المرجوة، خاصة على مستوى تحفيز الصادرات. فباستثناء رقم المعاملات الإجمالي وعدد العاملين في القطاع الذين سجل حسب إحصائيات وزارة الصناعة التقليدية تطورا مهما، بقيت المؤشرات الأخرى بعيدة عن أهداف "رؤية 2015".

فعلى مستوى الصادرات، بلغ رقم المعاملات 340,16 مليون درهم سنة 2011، وهو ما يشكل 5% فقط من الهدف المسطر في 2015. بالإضافة إلى ذلك، لم يتغير المنحى التنزلي للصادرات والذي انطلق سنة 2005، حيث انخفضت من 762,66 مليون درهم خلال تلك السنة إلى 366,54 مليون درهم سنة 2012، أي بنسبة 52%.

وتنطبق هذه الملاحظة كذلك على رقم المعاملات مع السياح، حيث بالرغم من النمو الملحوظ الذي سجله بين سنتي 2006 و2011، إلا أنه بقي بعيدا عن الرقم المنشود في 2015، إذ لم يشكل إلا 19% منه. من جهة أخرى، لم تسجل أية مقابلة من القطاع رقم معاملات يفوق 100 مليون درهم، بينما كان الهدف هو أن يصل عدد المقاولات التي تتجاوز هذا السقف إلى 15 مقابلة.

وفيما يتعلق بإنشاء المقاولات الصغيرة والمتوسطة، وضعت "رؤية 2015" ضمن أهدافها رفع عدد المقاولات من 100 إلى 300 في أفق 2015، غير أن إحصائيات وزارة الصناعة التقليدية تشير إلى أن عدد المقاولات بلغ 310 منذ سنة 2006، أي قبل انطلاق برنامج "رؤية 2015"، مما يفتح باب التساؤل حول موضوعية الأهداف المسطرة.

2. الاستراتيجية والحكمة وأداء المهام المسندة إلى دار الصانع

1.2. الاستراتيجية ودور مجلس الإدارة

لم تقم دار الصانع، ذراع السلطات العمومية المكلف بالترويج لقطاع الصناعة التقليدية، باستنباط رؤية خاصة بها - من خلال "رؤية 2015" - كفيلة بتحقيق الازدهار المنشود للقطاع، وتميزت مخططات العمل الموضوعية من قبل المؤسسة بغياب أهداف واضحة وقابلة للقياس، وكذا مؤشرات للفاعلية. بالإضافة إلى ذلك، يغيب تقييم النتائج بشكل تام عن خطة تنفيذ برامج العمل الخاصة بالمؤسسة.

ومن خلال تفحص مخططات عمل دار الصانع، يتبين كذلك أن هذه الأخيرة تنظم أنشطة غير مبرمجة في هذه المخططات، فخلال سنة 2012 مثلا بلغت كلفة الأنشطة الغير مبرمجة 21,39 مليون درهم، أي ما يمثل 41% من نفقات الاستثمار (خارج نفقات التواصل).

ومن جهة أخرى، يتوفر مجلس إدارة المؤسسة على لجنة للتسيير يفترض منها مساعدته في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، غير أنه يظهر أن هذه اللجنة لا تؤدي عملها بالشكل المطلوب، حيث لم تجتمع إلا ثلاث مرات خلال الفترة 2008-2012 (أي في خمس سنوات)، بينما من المفترض أن تجتمع على الأقل مرة كل شهرين وكلما اقتضت الضرورة ذلك.

2.2 أداء المهام المسندة إلى المؤسسة

طبقا للقانون رقم 99-52، فإن دار الصانع مكلفة بمهام الإنعاش التجاري والمساهمة في الإعلام التجاري، وكذا القيام بخدمات تكوينية أو المساهمة في تكوين أطر مقاولات الصناعة التقليدية، بالإضافة إلى البحث والتحفيز، وذلك بهدف ملائمة منتوج الصناعة التقليدية لذوق المستهلك، إن على المستوى الداخلي أو الخارجي، مع الحفاظ على الطابع الأصيل والحضاري لهذا المنتج. وفي هذا الإطار، لاحظ المجلس الأعلى للحسابات أن المؤسسة لا تؤدي مهام المساهمة في الإعلام التجاري والتكوين وكذا البحث والتحفيز. إضافة إلى ذلك، تبدو الطرق المتبعة من قبل المؤسسة في مجال الإنعاش التجاري غير ملائمة، كما يدل على ذلك تراجع الصادرات. في هذا الصدد، لا تلتزم المؤسسة بمقتضيات القانون المشار إليه، حيث لا تعير إلا القليل من الاهتمام لدراسة الأسواق.

3.2 إحداء لجنة قيادة ولجنة تنفيذ "رؤية 2015"

تنص "رؤية 2015" على إحداء لجنة للقيادة ولجنة للتنفيذ. ويترأس لجنة القيادة رئيس الحكومة أو الوزير المكلف بالصناعة التقليدية، ومن بين مهامها المصادقة على المؤشرات العامة لتقدم تنفيذ الاستراتيجية وكذا التواصل بشأنها كما يجب أن تجتمع بشكل منتظم مرتين كل سنة وكلما اقتضت الضرورة ذلك. أما فيما يتعلق بلجنة التنفيذ، فهي تتألف من ممثلين من القطاعين العام والخاص، ويترأسها الوزير المكلف بالصناعة التقليدية، ومن المفروض أن تجتمع هذه اللجنة بشكل منتظم مرة كل ثلاثة أشهر، وكلما اقتضت الضرورة ذلك.

وقد لاحظ المجلس أنه إلى غاية متم سنة 2012، لم يتم عقد أي اجتماع لأي من اللجنتين المذكورتين رغم الصلاحيات المهمة المخولة لهما.

4.2 التعاون مع المكتب الوطني المغربي للسياحة

ترتبط الصناعة التقليدية بشكل وثيق بقطاع السياحة، ولا يمكن إنكار الآثار الإيجابية التي يتيح تحقيقها تضافر الجهود بين الفاعلين العموميين من القطاعين. ووعيا من الحكومة بهذه الإمكانيات، نصت المادة 30 من "رؤية 2015" على أن تطور دار الصانع شراكة متميزة مع المكتب الوطني المغربي للسياحة، وعلى أن تكون هذه الشراكة موضوع اتفاقية خاصة. غير أنه بعد مرور أزيد من خمس سنوات على اعتماد "رؤية 2015"، يلاحظ عدم توقيع أية اتفاقية شراكة بين المؤسستين، وهو ما لا يمكن من استغلال إمكانيات التضافر المتاحة بين القطاعين بالشكل المطلوب.

3. أنشطة التسويق بالخارج

1.3 فاعلية الأنشطة

يهدف الرفع من صادرات منتجات الصناعة التقليدية، تقوم دار الصانع بالعديد من الأنشطة، من بينها أساسا المشاركة في التظاهرات والمعارض التجارية. وهكذا شاركت المؤسسة في 145 تظاهرة في الفترة 2007-2012، بمبلغ إجمالي قدره 153,44 مليون درهم، وبلغ عدد المقاولات الصغيرة والمتوسطة المستفيدة من دعم دار الصانع قصد المشاركة في هذه التظاهرات 112 مقولة.

وقد أبانت اختيارات دار الصانع عن محدوديتها فيما يتعلق بتنشيط الصادرات، فبالرغم من الارتفاع الملحوظ في كلفة الأنشطة التي قامت بها، حيث انتقلت من 8,53 مليون درهم سنة 2007 إلى 37,18 مليون درهم سنة 2012، إلا أن رقم معاملات التصدير انخفض ب 37% منتقلا من 584 مليون درهم سنة 2007 إلى 366,54 مليون درهم سنة 2012.

2.3 اختيار البلدان المستهدفة

لا تتوفر دار الصانع على استراتيجية واضحة للتسويق تعمل على إبراز تنافسية المنتجات المغربية وتحدد المنتج المناسب لكل سوق، ويرجع ذلك أساسا إلى غياب معرفة معمقة بالأسواق المستهدفة وبمعروض المنافسين.

وتكتفي دار الصانع باعتماد معياري سمعة التظاهرة المنظمة وعدد زوارها، في حين لا يوجد ما يؤشر على اعتماد معيار عائداات الأموال المستثمرة وأثرها على إنعاش الصادرات.

3.3 انتقاء العارضين

طبقا لدفتر المساطر الخاص بدار الصانع، فإن انتقاء العارضين المستفيدين من دعم المؤسسة يتم عن طريق نشر إعلان في الصحافة المكتوبة لطلب إبداء الاهتمام، غير أنه لا يتم في العادة احترام هذه المسطرة. فمن مجموع 145 تظاهرة شاركت

فيها دار الصانع خلال الفترة 2007-2012 لم يتم اللجوء إلى طلب إبداء الاهتمام إلا في 26 تظاهرة أي ما يعادل 26% وهو ما يناقض مبادئ الشفافية وحق الوصول إلى الخدمات المقدمة من قبل دار الصانع ومبدأ المساواة في التعامل مع المهنيين.

4. أنشطة التسويق والتواصل على المستوى الوطني

1.1.4. أنشطة التسويق المباشر

1.1.4.1. برامج العمل

تميزت سنتا 2010 و 2011 بارتفاع ملحوظ في النفقات المتعلقة بأنشطة التسويق المباشر في المغرب. غير أن 60% من هذه الأنشطة (من حيث الكلفة) لم تكن من ضمن برامج العمل، وهو ما يعتبر تجاوزا لدقتر المساطر الخاص بدار الصانع والذي ينص على أن التظاهرات التي تشارك فيها دار الصانع هي تلك التي يصادق عليها مجلس إدارتها.

2.1.4. اختيار التظاهرات

تميزت الفترة الممتدة من 2007 إلى 2012 بتنظيم ثلاث معارض موضوعاتية (معرض الزربية في 2012 ومعرض الخزف والسيراميك في 2011 ومعرض الخشب في 2012)، غير أن دار الصانع استثمرت في الفترة المذكورة مبالغ كبيرة في عمليات منزلة وتفتقد للاستمرارية. وينطبق ذلك بالخصوص على تظاهرة "كبار المعلمين" المنظمة في 2011 ومعرض "من يدنا" المنظم في 2010 وكذا معرضي "إكسبو ديزاين" المنظمين في 2009 و2010. وفي غياب دراسات في مجال التسويق حول حاجيات الصناعة التقليدية وكذا استراتيجية رسمية في هذا الموضوع، تبدو اختيارات دار الصانع ناتجة عن ارتجالية أكثر منها عن تخطيط استراتيجي.

ومن جهة ثانية، استثمرت دار الصانع ما يناهز 40% من نفقاتها المتعلقة بالتسويق المباشر في المغرب للمشاركة في تظاهرات غير مخصصة للصناعة التقليدية. وحسب المؤسسة، فإن ذلك يهدف إلى الارتكاز على تظاهرات ذات الصيت بغرض التسويق لصورة الصناعة التقليدية بالمغرب. غير أن دار الصانع لم تقم بأي تقييم لنجاعة هذه الأنشطة، وذلك عن طريق تحليل كلفتها وإيجابيتها ومقارنتها مع التنظيم والمشاركة في تظاهرات خاصة بالصناعة التقليدية.

3.1.4. كلفة التظاهرات المنظمة من قبل دار الصانع

بمقارنة تكلفة المعارض المنظمة داخل المغرب من قبل دار الصانع مع مساحات الأروقة وعدد العارضين بها، يتبين أن عددا من هذه المعارض تميزت بكلفة جد مرتفعة، ونذكر منها على الخصوص معرض "كبار المعلمين" ومعرض الزربية ودورتي "إكسبو ديزاين" بالرباط والدار البيضاء.

وعلى سبيل المثال، وباعتماد التحليل المبني على مساحات الأروقة (المساحة الصافية)، سجل المجلس أن كلفة معرض "كبار المعلمين" بلغت 8.200 درهما للمتر المربع، في حين أن الكلفة المتوسطة في المعارض الأخرى بلغت 4.947 درهما للمتر المربع.

وباعتماد التحليل المبني على عدد العارضين، سجل المجلس أن الكلفة المتوسطة "للمعرض الوطني للزربية" بلغت 180.673 درهما لكل عارض، أي ما يقارب ضعف الكلفة المتوسطة للمعارض الوطنيين للزليج والخشب. غير أن أعلى كلفة متوسطة تم تسجيلها في دورتي "إكسبو ديزاين" بالدار البيضاء والرباط، حيث بلغت هذه الكلفة 568.000 درهم لكل عارض.

4.1.4. انتقاء العارضين

كما هو الشأن بالنسبة لعمليات التسويق بالخارج، فإن العديد من الأنشطة التسويقية بالمغرب تم تنظيمها دون اللجوء إلى طلب إبداء الاهتمام وفي غياب مسطرة موثقة للانتقاء. فعلى سبيل المثال، من بين تسعة عشر تظاهرة تم تنظيمها داخل المغرب في الفترة 2010-2012، سبعة منها فقط خضعت لمسطرة طلب إبداء الاهتمام.

2.4. أنشطة التواصل

عرفت نفقات التواصل في الفترة 2006-2012 ارتفاعا ملحوظا، حيث انتقلت من 0,19 مليون درهم سنة 2005 إلى 42 مليون درهم سنة 2012. بالرغم من ذلك، لم يتم إجراء أي تقييم لأنشطة التواصل المنجزة، مع العلم أن دقتر التحملات الذي يربط دار الصانع بالشركة المتعاقد معها في مجال التواصل ينص على إجراء تقييم للأنشطة المذكورة.

من جهة ثانية، فإن عددا من العمليات الأساسية في التواصل لم تعط انطلاقتها بعد بالرغم من برمجتها في العقد برنامج، ونخص منها بالذكر، التحفيز على إحداث مجلة للصناعة التقليدية ونشر كتيبات حسب الفروع وحسب الجهات، وكذا نشر دليل حرفيي الصناعة التقليدية ودليل وطني يعرف بالمواد والأثاث المغربيين.

وسجل المجلس الأعلى للحسابات كذلك عدم ترشيد النفقات المتعلقة بإنتاج وبث الوصلات والكبسولات التلفزيونية، حيث بلغت كلفة الوصلات التلفزيونية التي تم إنتاجها دون بثها في القنوات التلفزيونية 4,32 مليون درهم وذلك خلال سنتي 2011 و2012.

في نفس الإطار، أنفقت دار الصانع في الفترة 2008-2010 مبلغ 2,59 مليون درهم لإنتاج 120 كبسولة سمعية بصرية (برامج وثائقية قصيرة) حول عدد من مهن الصناعة التقليدية بغرض بثها في القنوات التلفزيونية أو في التظاهرات التسويقية للصناعة التقليدية، غير أنه لم يتم استعمال سوى نسبة صغيرة منها (25 كبسولة). وبالرغم مما سبق، لوحظ أن دار الصانع قدمت طلبية بإنجاز 78 كبسولة إضافية سنة 2012، بمبلغ إجمالي قدره 2,99 مليون درهم.

5. الإعانات واتفاقيات الشراكة

1.5. الإعانات الممنوحة للجمعيات

تمنح دار الصانع سنويا إعانات لفائدة عدد من الجمعيات والمنظمات في إطار عمليات الاستشهار وذلك بمبالغ ما انفكت تعرف ازديادا مستمرا. غير أن العمليات التي يتم اختيارها تبقى غير ذات أثر على الصناعة التقليدية وعلى دار الصانع كمؤسسة. وقد سجلت الإعانات الممنوحة للجمعيات ارتفاعا مطردا حيث انتقلت من 1,10 مليون درهم سنة 2008 إلى ما يناهز 6,39 مليون درهم سنة 2012، أي بارتفاع يفوق 480%.

وسجل المجلس الأعلى للحسابات كذلك غياب الشفافية في منح هذه الإعانات، إذ أن اختيار التظاهرات المدعمة من قبل دار الصانع وكذا الجمعيات والمنظمات المستفيدة لا يستند إلى معايير موضوعية ومحددة بوضوح ومعلنة لكافة الشركاء المحتملين، ولا يتم تطبيق أية مسطرة رسمية في هذا المجال.

2.5. الشراكة مع الغرف الجهوية للصناعة التقليدية

تتوصل دار الصانع من الوزارة الوصية بإعانة قصد توزيعها على الغرف الجهوية للصناعة التقليدية، كمساهمة مالية في تنظيم المعارض الجهوية للصناعة التقليدية. وفي هذا الصدد، يتم سنويا توقيع اتفاقية إطار بين الوزارة الوصية وفدرالية غرف الصناعة التقليدية وكذا اتفاقيات شراكة بين دار الصانع والأربع وعشرين غرفة جهوية للصناعة التقليدية. وهكذا بلغت مساهمات دار الصانع في تمويل المعارض الجهوية 9.663.720 درهم سنة 2012.

وعلى خلاف ما تنص عليه اتفاقيات الشراكة، تساهم دار الصانع بشكل محدود في تنظيم وتتبع إنجاز المعارض الجهوية، حيث تكتفي بتسلم "تقرير تقييمي" من غرفة الصناعة التقليدية قصد منحها المساهمة المالية في السنة الموالية. فعلى سبيل المثال، لم تكن دار الصانع حاضرة، خلال سنة 2012، سوى في معرضين جهويين من بين أربع وعشرين معرضا.

من جهة أخرى، لاحظ المجلس أن التقارير التقييمية التي تقدمها غرف الصناعة التقليدية لا تطابق في أغلب الحالات النموذج المنصوص عليه في الاتفاقية مع دار الصانع، كما لا تمكن من التأكد من أن هذه المعارض قد تم إنجازها فعلا وفي احترام لشروط اتفاقية الشراكة.

3.4. الشراكة مع الفاعلين المرجعيين

التزمت الدولة من خلال العقد برنامج "رؤية 2015" بتوفير الإمكانيات اللازمة لبروز ما بين 15 و 20 فاعلا مرجعيا (أي 2 إلى 3 فاعلين في كل فرع)، يقومون بدور القاطرة بالنسبة لقطاع الصناعة التقليدية. وتم تحديد رقم المعاملات المبتغى بلوغه في أفق 2015 بالنسبة لكل فاعل مرجعي، في ما بين 100 و 200 مليون درهم، يتم تحقيق معظمه (حوالي 80%) على مستوى أسواق التصدير.

في هذا الإطار، ساهمت دار الصانع في الفترة 2007-2012 في تمويل مخططات التسويق لعشرة فاعلين مرجعيين بمبلغ مالي قدره 27 مليون درهم. ومن بين ستة قطاعات مبرمجة في العقد برنامج، شارك فرعان فقط في هذا البرنامج، وهما الأثاث والديكور.

وهكذا يتبين من خلال النتائج المحققة إلى غاية متم سنة 2012، أن تحقيق أهداف "رؤية 2015" جد مستبعد. في هذا الإطار، لم يتمكن سوى أربعة فاعلين مرجعيين من تحقيق رقم معاملات يتجاوز 20 مليون درهم، وكان أكبر رقم معاملات تم تحقيقه هو 58,8 مليون درهم.

6. تنفيذ النفقات

تم تدقيق صفقة إعادة تهيئة مقر دار الصانع وصفقات تنظيم التظاهرات نظرا لأهمية هذه الصفقات، وكانت الملاحظات المسجلة كما يلي:

1.6. صفقة إعادة تهيئة مقر دار الصانع

يتعلق موضوع الصفقة المبرمة سنة 2011 بإنجاز أشغال إعادة تهيئة مقر دار الصانع وتحويل جزء منه إلى متحف للصناعة التقليدية. وقد مكنت مراقبة هذه الصفقة من الوقوف على مخالفات لنظام الصفقات المعمول به في مؤسسة دار

الصانع، تتجلى أساسا في إجراء تعديلات كبيرة على نوعية الأعمال المنجزة مقارنة مع دفتر الشروط الخاصة وكذا أداء مبالغ مالية عن أعمال غير منجزة.

بعد الوقوف على المخالفات المشار إليها أوكل المجلس إلى المختبر العمومي للتجارب والدراسات (LPEE) القيام بخبرة تقنية للمشروع وذلك من أجل تحديد كميات ومبالغ الأعمال المنجزة فعليا.

← مخالفات أثناء تفويت الصفقة

لاحظ المجلس أن عددا من الأثمان الأحادية الواردة في العرض المالي المقدم من طرف صاحب الصفقة كانت منخفضة بكيفية غير عادية، وذلك على الخصوص فيما يتعلق بالسقف المعلق (Faux plafond) المنجز من خشب الأرز المنقوش، حيث كان عرض صاحب الصفقة هو 450 درهم للمتر المربع (دون احتساب الرسوم)، في حين أن السعر المعمول به في السوق يتجاوز 2000 درهم للمتر المربع¹. وقد كانت قيمة الأشغال المتعلقة بإنجاز السقف المعلق حاسمة في عملية تفويت الصفقة، غير أن الشركة صاحبة الصفقة لم تنجز الأشغال المذكورة إلا جزئيا (400 م² عوض 2.955 م²، أي بنسبة 13 % فقط مما كان مقررا إنجازها حسب دفتر الشروط الخاصة)، أما باقي المساحة فقد أنجزتها بالجيبس.

من ناحية ثانية، كان العرض المالي لصاحب الصفقة مفرطا فيما يتعلق بالأشغال الكبرى (gros œuvres).

← أداء مبالغ مالية عن خدمات غير منجزة

تم أداء مبالغ مالية عن خدمات غير منجزة، نذكر منها على الخصوص:

- أداء مبلغ 1.594.620 درهم (مع احتساب الرسوم) عن مساحة من أشغال السقف المعلق (faux plafond) قدرها 2953 م²، في حين أن المساحة المنجزة فعليا هي 400 م²، حيث تم إنجاز المساحة المتبقية بالجيبس.
- أداء مبلغ 2.907.324 درهم (مع احتساب الرسوم) عن مساحة من الزليج البلدي² قدرها 5677 م²، في حين أن هذه الخدمة لم تنجز.
- أداء مبلغ 1.500.000 درهم (مع احتساب الرسوم) عن 40 ثريا تقليدية من النحاس (25 ثريا ذات عرض 1,2م و15 ثريا ذات عرض 0,8م)، في حين تم تركيب ثريا واحدة فقط مطابقة لمواصفات دفتر التحملات.
- أداء مبلغ 1.760.400 درهم (مع احتساب الرسوم) عن أرضية من البليو (plancher en plot) على مستوى المتحف، في حين أنه لم تنجز أية أشغال داخل المتحف.

← خلاصة الخبرة التقنية

أكدت الخبرة التقنية الملاحظات الأولية للمجلس، وخلصت إلى أنه نتيجة للمخالفات السالفة فإن فارقا قدره 2.390.720 درهم يبقى مستحقا لفائدة دار الصانع، بمعنى أن مجموع المبالغ المفوترة والمسجلة في كشوف الحسابات تفوق قيمتها ما هو منجز فعليا بمبلغ 2.390.720 درهم دون احتساب الرسوم، مع الإشارة إلى أن هذا المبلغ تم احتسابه على أساس الأثمنة المضمنة في الصفقة وكذا على أساس الأخذ في الاعتبار لأعمال تم إنجازها خارج إطار الصفقة.

أشار تقرير الخبرة أيضا إلى أنه نتيجة لإدخال تغييرات كبيرة على المشروع وتحويره عن مضمونه الأصلي، فإن الأخذ بمنطق المعاوضة على أساس الأثمنة المضمنة في الصفقة لا يؤدي إلى تحديد القيمة الحقيقية للأشغال المنجزة. على سبيل المثال، فإنه إذا تم استبدال الأثمنة المنخفضة بكيفية غير عادية أو المفروطة بالأثمنة المعمول بها في السوق، فإن الفارق المشار إليه سلفا سيصبح 6.245.472 درهما (دون احتساب الرسوم) مستحقا لفائدة دار الصانع.

على صعيد آخر، تجدر الإشارة إلى أن انطلاق مشروع إعادة تهيئة مقر دار الصانع عرف تأخرا يقدر بنسعة وعشرين شهرا، مما أدى إلى خسارة مالية لدار الصانع تبلغ على أقل تقدير 2.61 مليون درهم، ممثلة في مصاريف كراء مقر مؤقت خلال فترة التأخير المشار إليها.

2.6. معرض الصناعة التقليدية المنظم بمناسبة عرض الففطان 2011 بقصر التازي

نظمت دار الصانع خلال الفترة الممتدة من 16 إلى 18 شتنبر 2011 معرضا للصناعة التقليدية في قصر التازي بالرباط تحت عنوان "المعلمون الكبار" وذلك بكلفة بلغت 4.332.120 درهم. وفي افتتاح هذه التظاهرة، نظمت المؤسسة يوم 16 شتنبر، في نفس المكان، عرضا للقفطان (عرض أزياء) بلغت مصاريف التنشيط المتعلقة به 440.080 درهم.

وقد أدلت إدارة دار الصانع بأمر بالأداء بمبلغ 1.795.500 درهم يتعلق "بمعرض ثان للصناعة التقليدية" نظم هو أيضا في قصر التازي بمناسبة عرض الففطان 2011 المشار إليه، غير أنه في غياب ما يثبت حقيقة إنجاز الخدمات موضوع الأمر بالأداء السالف الذكر، يعتبر المجلس هذه النفقة غير مبررة.

¹ كان عرضا المنافسين الآخرين في طلب العروض هما على التوالي 2.400 و 4.000 درهم (دون احتساب الرسوم).
² من نوع "الشغل بان" و "عنكبوتية" و "مدودب بالعشاش".

3.5 ملاحظات أخرى حول تنفيذ النفقات

يسمح نظام صفقات دار الصانع بإمكانية اللجوء لعقود القانون العادي بالنسبة لبعض خدمات تنظيم التظاهرات (خدمات التواصل وإنعاش التسويق)، غير أن دار الصانع تعتمد على المادة الثانية من هذا النظام والتي تفتقد للوضوح في بعض مضامينها، لأجل إبرام عقود دون اللجوء للمنافسة.

سجل المجلس كذلك أن الصفقات المبرمة من قبل دار الصانع تميزت بمنافسة محدودة وبمخالفات تتعلق على الخصوص باحترام دفاتر التحملات، وهو ما يفسر بنسبة كبيرة الكلفة المرتفعة التي تم بها تنظيم بعض التظاهرات، وخاصة معرض "كبار المعلمين" ومعرض الزربية وكذا الدورة الثانية من معرض "إكسبو ديزاين".

بالإضافة لما سبق، سجل المجلس عدم قيام دار الصانع بتدقيق الصفقات التي يفوق مبلغها خمسة ملايين درهم، وعدم نشر البرامج التوقعية للمؤسسة، وكذا عدم استعمالها لبوابة صفقات الدولة، وهو ما يخالف مقتضيات نظام الصفقات الخاص بالمؤسسة.

في ضوء الملاحظات السالفة، يوصي المجلس الأعلى للحسابات دار الصانع بما يلي:

- 1- أداء كامل المهام المسندة إلى المؤسسة، ومن ضمنها المساهمة في الإعلام التجاري، وكذا التكوين والبحث، مع تمييز أنشطة المؤسسة عن أنشطة باقي المتدخلين المؤسساتيين؛
- 2- العمل مع الشركاء المعنيين على الانعقاد المنتظم لاجتماعات مجلس إدارة ولجنة تسيير المؤسسة وكذا لجنة قيادة "رؤية 2015" ولجنة تنفيذها؛
- 3- اعتماد تخطيط محكم مقترن بأهداف محددة بدقة بناء على النتائج المتوخاة، والحرص على إجراء تقييم للنتائج المحصل عليها؛
- 4- تدارك التأخر الحاصل في مجال التعاون مع المكتب الوطني المغربي للسياحة وتجسيد هذا التعاون بتوقيع اتفاقية شراكة تمكن من الاستفادة من تضافر الجهود بين قطاعي الصناعة التقليدية والسياحة؛
- 5- مراجعة نظام المراقبة الداخلية لتصحيح الاختلالات المسجلة في تنفيذ بعض النفقات؛
- 6- ترشيد نفقات التسويق بالخارج، عن طريق اختيارات مبنية على معرفة معمقة بالأسواق المستهدفة وبمعرض المنافسين، والحرص على تقييم دوري لعائدات الاستثمار في أنشطة التسويق، خاصة ما يتعلق منها برقم المعاملات على مستوى الصادرات؛
- 7- ترشيد نفقات التسويق والتواصل على المستوى الوطني عن طريق ضبط التكاليف والعمل قدر الإمكان على تفعيل المنافسة، خاصة فيما يتعلق بخدمات التواصل وتنظيم التظاهرات؛
- 8- احترام قواعد المساواة والشفافية عند انتقاء العارضين وكذا عند منح الإعانات للجمعيات.