



Slow Food®  
Earth Markets

الدليل  
الإرشادي

## جدول المحتويات

المقدمة	1
الأدلة الارشادية الدولية لأسواق الأرض	3
اسم المشروع واستخدام العلامة التجارية	4
التواصل	5
بدء المشروع	6
مجتمعات سلو فوود	6
المنتجين	6
قواعد أسواق الأرض وعلاقتها بالأطراف الأخرى	7
إدارة المشروع	8



# المقدمة

ولد مشروع سوق الأرض في عام 2004 مع التركيز على بعض الأهداف ذات الأولوية.

- إتاحة الوصول إلى منتجات سلسلة الغذاء المختصة للمنتجات المحلية والموسمية مع ضمان احترام البيئة وحقوق العمال
- توفير فرص تسويقية لصغار المنتجين نظراً لعدم مشاركتهم في قنوات التسويق والمبيعات التقليدية
- تعزيز الحوار الفعال بين المنتجين والمستهلكين
- أن يصبح مكاناً لتبادل الخبرات الفنية ونقل المعرفة والتوعية المتعلقة بأساليب التغذية المناسبة وفنون التذوق ونشر الوعي بخصوص أنظمة الغذاء العالمية والمحلية
- تعزيز الشعور بالمجتمع

في عام 2017، دشن المؤتمر الدولي السابع لمنظمة سلو فوود (2017، تشيدو ، الصين) كياناً جديداً: **المجتمع** – نموذج تنظيمي قادر على الجمع بين أناس لديهم نفس القيم المشتركة التي تبناها الحركة ولديهم الرغبة في تطوير أنشطة قائمة على أهداف مشتركة

يُعد المجتمع أحد الأشكال التنظيمية المحلية الجديدة التي تُكمل الشكل التاريخي لمنظمة سلو فوود (المجتمع) ويتمتع بنفس التمثيل السياسي مثل الأخير

تمتع أسواق الأرض التابعة لمنظمة سلو فوود بنفس المبادئ التأسيسية التي يتبناها مختلف أصحاب المصلحة، خاصة المنتجين، والمتطوعين، والطهاة، والمعلمين.. الخ ولذلك فهم يمثلون مجتمع سلو فوود بامتياز

اتخذت سلو فوود خطوات ملموسة لتعزيز صورتها، فبدلاً من أن يكون لكل مشروع شعاره الخاص، أصبحت جميع المشاريع تنضوي تحت شعار واحد: حلزونة سلو فوود

حيث أصبح لزاماً تغيير العلامة التجارية الحالية لأسواق الأرض بحلزونة سلو فوود مرفقة بعبارة « سوق الأرض »

تمثل حلزونة سلو فوود تراثاً ثميناً من القيم لذا فهي بمثابة فرصة عظيمة وجديدة للمنتجين ومناسبة مهمة لإعادة إطلاق مشروع أسواق الأرض.



# الأدلة الإرشادية الدولية لأسواق الأرض

تحدد هذه الوثيقة المبادئ التوجيهية لبدء المشروع وإدارته على المستوى الدولي، لضمان وجود نظام موحد ومتسق يحكم إنشاء وتطوير أسواق الأرض التابعة لسلو فوود حول العالم بما يتماشى مع قيم الحركة، ان تكون أداة فعالة في حملاتها التوعوية وتعزيز رؤيتها للمستقبل.

تؤكد هذه المؤشرات الجديدة على أهداف المشروع الأصلي كما تبرز أهمية الخصوصية التي تحظى بها أسواق سلو فوود مقارنة بتجارب الأسواق الأخرى، بما يعزز شعار مميز للحركة «إنه ليس مجرد سوق قديم».

يحمي سوق الأرض التابع لسلو فوود **التنوع البيولوجي** للأغذية الزراعية ويعززه من خلال إنشاء قناة تجارية للأنماط البيئية المحلية، ومناسبة للطلب المحدود ، كما تعد المكان المناسب لتجميع عروض صغار المنتجين والحرفيين حماة الثقافة والمهارات اليدوية لسلاسل الإنتاج الجيدة والنظيفة والعادلة. لذلك من المهم أن تحمي مشروعات سلو فوود التنوع البيولوجي (سفينة التذوق وحصن سلو فوود وتحالف طهارة سلو فوود وحدائق المدرسة والمجتمع)

تُعد اكشاك أسواق الأرض منصات لعرض افكارنا وسوق الأرض ما هو إلا وسيلة **للمناصرة**: عملية البيع والشراء فن من فنون السياسة وأداة ملموسة نستخدمها يوميا لمواجهة المشكلات الكبيرة الحجم، بدء من أزمة المناخ وصولاً إلى فقدان التنوع البيولوجي، يُعد سوق الأرض مُكون أساسي في صياغة سياسات الغذاء وفي وسعها أن تُظهر للمؤسسات والمجتمع المدني طريقة أخرى للبيع والشراء.

تدعم أسواق الأرض الاقتصاد المحلي من خلال توفير مساحة فعالة تتيح لصغار المنتجين التعبير عن انفسهم وتمكنهم من التواصل مع المستهلكين ليحدثوهم عن أنفسهم وعن طريقة الإنتاج وآلية تسعير منتجاتهم، حيث يمثل تواجدهم الفعلي في السوق الحل الأمثل لغياب شفافية بطاقات التعريف، كما تُضفي أسواق الأرض قيمة على خياراتهم والتزامهم.

أسواق الأرض التابعة لمنظمة سلو فوود هي المكان المناسب لنشر **التوعية** بين صفوف المستهلكين من خلال النقاشات الودية وتبادل المعرفة وتوطيد العلاقات بين جميع الأطراف الفاعلة في سلسلة الامداد، بداية من المنتج وصولاً إلى المتطوع والمستهلك والطاهي. تعزز أسواق الأرض العملية التعليمية كلما أمكن ذلك، حيث يقدم تذوقاً تجريبياً وأنشطة تعليمية متعمقة للمجتمع (من عملاء السوق إلى العائلات والمدارس).

يترتب على الانضمام إلى المشروع الالتزام بقواعد أسواق الأرض بهدف اعداد وتنفيذ المبادرات الرامية إلى حماية التنوع البيولوجي، ومشاركة شبكة سلو فوود في جمع التبرعات في كل عام لدعم مشروعاتها (حدائق في افريقيا، حصن سلو فوود، سفينة التذوق، أو غيرها من المبادرات) من اجل نشر المعرفة ودعم حملات سلو فوود.

اعدت سلو فوود منفيستو يتعلق بالأنشطة التوعوية، يمكنك تحميله من هنا

تمثل أسواق الأرض التابعة لشبكة سلو فوود مشروعاً دولياً وتعبيراً عن المكان والانسان من شتى الثقافات تجمعهم رؤية مشتركة. على غرار الأنظمة الايكولوجية الطبيعية، يمثل نهج التنوع البيولوجي عنصر قوة يُضفي ثراء ومرونة إلى شبكة أسواق الأرض.

يمكن تعزيز ثقافة سلو فوود من خلال اشكال وطرق مختلفة (بدء من الأسواق الحضارية في الهواء الطلق وصولاً الى الأسواق المحلية إلى الأسواق المغطاة، إلى الأسواق المتجولة) مع الاستعانة بأدوات تكميلية وإضافية أخرى (من خلال عمليات البيع المباشر إلى السوق، إلى المشترين، وصولاً إلى التوصيل للمنازل والتجارة الالكترونية).

يتم الإعلان عن اسم السوق على موقع منظمة سلو فوود للتنوع البيولوجي مرفقاً مع الإشارة لمنسق السوق، كما يوجد على الموقع القائمة الرسمية لأسواق الأرض مرفق معها البيانات المرجعية.

## اسم المشروع واستخدام العلامة التجارية

يحمل المشروع اسماً واحداً فقط (سوق الأرض) وعلامة تجارية واحدة على المستوى الدولي، حتى تكون جميع المعلومات المتعلقة بالمشروع واضحة وفعالة.

لا يسمح في أي حال من الأحوال اختيار اسم اخر غير اسم « سوق الأرض » لكن تجوز الترجمة بعدة لغات مختلفة.

العلامة التجارية لمشروع أسواق الأرض على النحو التالي:



العلامة التجارية لكل سوق من أسواق الأرض تكون على النحو التالي:



اسم سوق الأرض

إذا كان السوق المُتوافق مع مجتمع «سلو فوود» سوقًا واحدًا مُتنقلًا عبر عدة أقاليم، فعندئذٍ يسمح التقدم بطلبٍ للحصول على المُلصق التالي، والذي يحمل عبارة «أسواق الأرض» بصيغة الجمع:



## Slow Food® Earth Markets

### اسم سوق الأرض

أُشتقت العلامة التجارية «سوق الأرض» من العلامة التجارية المُسجلة «سلو فوود»، وتتمتع «سلو فوود» بالحق في منح استخدامها لجمعيات «سلو فوود» الوطنية أو غيرها من المنظمات الأخرى التي تعترف بها «سلو فوود» الدولية في المناطق التي يُخطط فيها لمشاريع «سوق الأرض».

يسمح لمُنسقي «سوق الأرض» استخدام العلامة التجارية لـ«سوق الأرض» على الموقع الإلكتروني أو موقع التواصل الاجتماعي لسوق الأرض، وكذلك على المواد الترويجية المُعدة للفعالية (مثل الكتيبات، وحوامل الإعلانات، والخيام الإعلانية، والملصقات وما إلى ذلك) شريطة التوقيع على سياسة استخدام العلامة التجارية والتفويض الكتابي من مُنسقي مشروع «سلو فوود» المحليين.

لا يسمح لصق العلامة التجارية الخاصة بسوق الأرض التابع لسلو فوود على منتج أو عبوة منتج غذائي، ويُراعى تجديد ترخيص استخدام العلامة التجارية كل ثلاث سنوات، مع تحديث مجتمع سوق الأرض.

عند عدم وجود طلب التجديد، وعدم الامتثال لإرشادات المشروع، وانخفاض أو انعدام مشاركة السوق في مبادرات المشروع والتزاماته، تنقضي مدة التفويض، وتُعلق السوق تلقائيًا من المشروع.

## التواصل

يُحدد المشروع على المستوى الدولي من خلال علامة تجارية ورسومات شائعة يُمكن تكييفها وفقًا لاحتياجات الجمعيات الوطنية الفردية، وذلك بالتعاون مع مكتب تصميم رسومات الجرافيك «سلو فوود» الدولي.

يُوفر «سلو فوود» لسوق الأرض وجمعية «سلو فوود» مجموعة من الرسومات تحتوي على أمثلة لحوامل الإعلانات والملصقات والكتيبات والعروض التقديمية «PowerPoint» بلغاتٍ متنوعة.

كما تتوفر المواد بتنسيق «PDF»، أو بتنسيقات مناسبة للطباعة، ولكنها لا تتوفر مطبوعة.

## البدء في المشروع

يُمكن إطلاق المشروع أينما وُجد اهتمام بإنشاء سوق يُراعي تلك الإرشادات الدولية.

ويسمح تقديم طلب إضفاء الطابع الرسمي داخل شبكة أسواق الأرض مباشرةً إلى منظمة سلو فوود للتنوع البيولوجي (من خلال استكمال النموذج المتاح، المُلحق رقم ٣).

تتولى منظمة سلو فوود تقييم الطلب، وذلك بالاتفاق مع أي من المنسقين على المستوى الوطني الحاليين.

في نهاية المطاف، يتعين موافقة اللجنة التنفيذية الدولية على طلب البدء في المشروع (أو تقديم مبررًا يوضح أسباب رفض الطلب).

## مجتمعات سلو فوود

تضم سلو فوود شبكة من المجتمعات المحلية التي تجمع بين هؤلاء الذين يعلنون عن أنفسهم من خلال فلسفتهم ومشاريعهم، وأولئك الذين يمثلون ويعززون نظامًا قائمًا على المعرفة والعلاقات، والاندماج، والأمن العاطفي، والديمقراطية.

يتعين أن تُشكّل أسواق الأرض أيضًا مجتمعًا يجمع بين مختلف الجهات المؤثرة المحلية: أولاً وفي الطليعة، المنتجون، بالإضافة إلى المسؤولين المحليين والجمعيات والطهاة وعملاء السوق.

يتعين التوقيع على الإعلان التأسيسي لإنشاء مجتمع سلو فوود رسميًا، ويُمكنك الاطلاع عليه [هنا](#).

يحدد كل مجتمع المتحدث باسمه، ويكون عادةً هو الشخص المسؤول عن الاتصال المحلي للمشروع.

## المنتجون

يُراعى اختيار المنتجين على أساس «معايير اختيار الجهات العارضة» (المُلحق ١)، تلك هي الوثيقة التي تستخدمها سلو فوود لاختيار المنتجين، وتنقسم إلى سلاسل توريد رئيسية تشارك في فعاليات سلو فوود (مثل تيرا مادري سالوني دل غوستو «Terra Madre Salone del Gusto»، وسمك سلو فوود و تشيز مهرجان الجينة).

كما أنها وثيقة فريدة من نوعها وذات قيمة دولية، ويُمكن دمجها على المستوى الوطني مع خصائص سلاسل التوريد المحلية وإدراج قواعد أكثر صرامة. ويُراعى إبلاغ منظمة سلو فوود للتنوع البيولوجي لكي توافق على أي إضافات أو تغييرات ضرورية لتكييف الأدلة الإرشادية الدولية مع السياق الوطني. ويتضمن كل سوق طلبًا لأي استثناءات تتعلق بالسياق المُحدد، في شكل مُلحق لطلب القبول في شبكة أسواق الأرض.

# قواعد سوق الأرض والعلاقات مع الأطراف الأخرى

من الممكن أن تتكيف إدارة السوق في سلو فوود مع السياقات والاحتياجات المتنوعة في كل إقليم، شريطة مراعاة **القواعد المشتركة**:

أ- تقتصر أسواق الأرض على المنتجين **حصراً**. وبالتالي، لا يسمح لتجار التجزئة عرض المنتجات أو بيعها. بقدر ما يتعلق الأمر بسلاسل توريد بعينها، ووفقاً للإشارات الواردة في معايير اختيار الجهات العارضة (المُرفق رقم 1)، يشمل ذلك تجار الجبن والجزارين وعمال المخابز وما إلى ذلك. سيقوم منظمو الحدث بإمكانية منح استثناءات لهذه النقطة في حالات مُعينة (مثل المشتريين وتجار التجزئة الذين يُشكلون جزءاً من دوائر التجارة العضوية والعادلة أو توزيع آخر مماثل). ويُسمح لعمال الجرف اليدوية العاملين بالمنتجات غير الغذائية بالرجوع، حيثما أمكن ذلك، إلى النقاط: (٤)؛ و(٥)؛ و(٦)؛ و(٧) من هذه القائمة فقط حال ارتباط معالجتها ارتباطاً وثيقاً بسلسلة الأغذية الزراعية المحلية. كما يُراعى أن ألا يتجاوز وجودهم في السوق نسبة ٠.٢٪ كحد أقصى.

ب- يجب وجود ٠١ منتج على الأقل للبدء في مشروع سوق الأرض، ومن الضرورة أن يتضمن سوق الأرض قدر الإمكان عرضاً مُتنوعاً وكاملاً، خاصةً للمنتجات المُستهلكة يوميًا، بدايةً من الفاكهة والخضروات الطازجة وحتى الخبز ومنتجات الألبان واللحوم والبيض والمنتجات المحفوظة. ويشترط وجود ٠١ منتج كحد أدنى لتفعيل السوق.

ت- ضرورة **تنظيم أسواق الأرض دوريًا**، بواقع مرة واحدة على الأقل شهريًا أو لفترة متواصلة لا تقل عن ٦ أشهر (في حال الأسواق الموسمية)، لكن الانعقاد الأسبوعي أمر مرغوب فيه ويوصى به؛ ويُراعى أن يُعقد دائمًا في المكان والزمان ذاته.

ث- ضرورة أن تكون مواد التعبئة وتغليف المنتجات **بسيطة، أو سهلة التحلل، أو قابلة للتحلل، أو يُمكن إعادة تدويرها، أو يُمكن إعادة استخدامها**. لا يسمح استخدام المنتجات أو الأدوات البلاستيكية التي يُمكن التخلص منها. بالنسبة لأدوات ومواد العرض في السوق، يسمح فقط باستخدام الأصناف القابلة للتحلل أو المصنوعة من المواد الطبيعية (مثل الخشب، والزجاج، والألياف النباتية وما إلى ذلك) والتي يُمكن إعادة تدويرها إن أمكن.

ج- يتعين على المشاركين في السوق وصف عملهم **بأكبر قدر ممكن من التفاصيل**: إمّا على المُلصق أو على لافتة معروضة على حامل إعلانات، وحبذا أن يكون الوصف في شكل قصة عن المنتج.

ح- يجب اختيار منتجي السوق **وفقاً لمبدأ المجاورة**، والذي يختلف باختلاف السياق الإقليمي واللوجستي والإنتاجي. مع مراعاة الخصائص ذاتها، يُراعى أن يكون للمنتجين المحليين الأقرب مكاناً الأولوية في الاختيار، ولكن سوق الأرض التابع لسلو فوود هو أيضاً أحد أماكن التضامن، حيث يُمكن للمنتجين من أحد أسواق الأرض استضافة منتجين من أسواق الأرض الأخرى لاستكمال عرضهم أو تقديم الدعم في الأوقات العصيبة. يجب ترتيب المنتجات في سوق الأرض وفقاً للمسافة من السوق، أقرب المزارع إلى المدخل.

خ- يُراعى تخصيص أوقات **للتعليم والتوعية** بفلسفة سلو فوود داخل أسواق الأرض، مثل عقد ورش عمل حول التدفق، وعروض الطهي، وأنشطة الأطفال، وتعليم شراء الطعام اليومي وما إلى ذلك.

تُعد أسواق الأرض منصة لأوجه متعددة من التعاون، والجمعيات التجارية، والهيئات العامة والخاصة وما إلى ذلك. ولهذا السبب يُنظر إلى إنشاء «**لجنة إدارة السوق**» على أنه أمر مرغوب فيه، وذلك نتيجة للعلاقة الوثيقة بين مجتمع سوق سلو فوود والمنظمات والجمعيات المُشاركة في المشروع.

يفترض التزام جميع الأطراف بمشروع سوق الأرض بضرورة مشاركة تلك الإرشادات ومراعاة معايير اختيار الجهات العارضة.

## إدارة المشروع

تتولى الجمعيات الوطنية أو الهيئات ذاتها التي تروج لإطلاق أسواق الأرض في بلدٍ معينٍ مسؤولية إدارة المشروع بشكلٍ مستقلٍ، فضلاً عن ضمان مسؤولية الامتثال لتلك الإرشادات، واستخدام أسواق الأرض المُشاركة للعلامة التجارية استخدامًا صحيحًا وتنسيق أسواق الأرض المُقامة على أراضيها.

على المستويين الوطني أو الإقليمي، يسمح تحديد قواعد خاصة تتكيف مع الإقليم المحلي، والسياق الاجتماعي والثقافي، بالإضافة إلى الإرشادات الدولية (مثل القواعد الأكثر صرامة أو الإضافية، وذات الصلة بالمنتجات من سلاسل التوريد المُحددة، والحملات التي يُركّز عليها المشروع في أهدافه، وأساليب إدارة مُحددة وما إلى ذلك).

### تتولى سلو فوود (يقع مقرها الدولي في برا، إيطاليا) مسؤولية:

إجراء زيارة ميدانية واحدة على الأقل لتقييم بداية كل سوق أرض جديد بالإضافة إلى الزيارات الأخرى اللاحقة في حال حدوث مشكلات (شكوك حول التطوير المترابط للمشروع، والتغييرات التي تطرأ على خطة نشاط سوق الأرض، وحل المشكلات، وطلبات التدخل من جانب ممثلي المشروع). كما يسمح للمفوضين أيضاً إجراء زيارات.

دعم الاتحادات الوطنية (أو غيرها من المنظمات المُعترف بها) لإطلاق المشروع وإقرار أي قواعد إضافية تقدمها الكيانات الوطنية الفردية.

التواصل الدولي (تحديث البيانات المنشورة على الموقع الإلكتروني، وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، وإنشاء رسومات الجرافيك، ومواد التواصل الخاصة بالأسواق وما إلى ذلك).

تنسيق المبادرات ومنصات التداول والفعاليات الدولية.

تتولى جمعية سلو فوود الوطنية أو، في حال عدم وجودها، منظمة سلو فوود الأخرى المُعترف بها على أنها ممثلين وطنيين للمشروع، بما يلي:

إدارة المشروع على المستوى الوطني.

تنظيم الفعاليات الوطنية.

إنتاج مواد التحديث الخاصة.

جمع التبرعات بهدف دعم مشروعات الشبكة، وذلك على المستويين الدولي والمحلي.

التواصل بشأن المشروع على المستوى الوطني.

تحديث قائمة الأسواق والبيانات المنشورة على الموقع الوطني بحيث تتوافق مع القائمة الدولية على موقع منظمة سلو فوود.

مراقبة المشروع ومتابعته، والتأكد من اتباع مشروع السوق على أراضيها للمبادئ التوجيهية الخاصة بتلك الإرشادات الدولية.

تتولى الهيئات الإقليمية التابعة لسلو فوود (كونفيفيا «Convivia»، أو مجتمعات سلو فوود، أو كيانات التنسيق الإقليمية، اعتمادًا على البلد) مسؤولية:

اختيار المنتجين ومراقبتهم، وزيارة مزارعهم بانتظام مرة واحدة على الأقل سنويًا.  
إصدار تقييم الأثر، التقرير السنوي لمجتمع سلو فوود لبيان أنشطة السوق وتقييم تأثيرها.  
جمع الوثائق اللازمة للانضمام إلى المشروع.  
الإبلاغ عن أي تغييرات تتعلق بالمشروع (جهات الاتصال المرجعية، ووصف الموقع) وتوقف الأنشطة.  
تنظيم الفعاليات على المستوى المحلي.  
تنسيق المبادرات التي يُشارك فيها المنتجون على المستوى المحلي ونشر حملات التواصل.  
دعم المنتجين في عمليات التطوير المتواصل من خلال أنشطة التدريب وتبادل الممارسات الجيدة.

في حال عدم وجود منظمات محلية في المناطق التي تعمل فيها أسواق الأرض، فتتولى الجمعيات الوطنية لسلو فوود تنفيذ وظائفها على النحو الذي يرغبون فيه.

يسمح للجنة التنفيذية لمنظمة سلو فوود الدولية، التي تولت تقييم تلك الإرشادات ووافقت عليها، كسبيلٍ أخير، إدارة واتخاذ قرار بشأن أي حالات نزاع يتعدّر حلها على المستوى المحلي والأوضاع الوطنية (أو الإقليمية) التي تكون خارج إطار العمل الدولي المعمول به.

يسمح منح الاستثناءات والتغييرات المُحتملة للمبادئ التوجيهية الدولية لسوق الأرض بعد تصديق من منظمة سلو فوود للتنوع البيولوجي عليها، وصدور الموافقة اللاحقة من اللجنة التنفيذية الدولية.



[earthmarkets@slowfood.com](mailto:earthmarkets@slowfood.com)

[www.slowfood.com](http://www.slowfood.com)

