

دور المقاولات في تطوير وتنمية القطاع السياحي في موريتانيا

د. ولد حاج الطالب مصطفى
جامعة نواكشوط (UREMAG)

الملخص:

بالرغم من أن موريتانيا تحتوي على ثروات سياحية هائلة، فإن الانطلاقة الفعلية للنشاط السياحي لم تبدأ إلا سنة 1996، وقد استطاعت المقاولات السياحية أن تساهم بشكل إيجابي وملاموس في توسيع صناعة السياحة في البلد وتطوير نشاطه الاقتصادي بشكل عام، لكنها لم تنجح لحد الآن في تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب فعلي بسبب العديد من المعوقات.

Résumé :

Bien que la Mauritanie a une richesse énorme de tourisme, la volonté de développer le tourisme a été affirmée en 1996. Depuis cette date, les établissements touristiques ont pu contribuer positivement et de façon significative à l'expansion de l'industrie du tourisme dans le pays et le développement de l'activité économique en générale. Cependant, Ces établissements ne sont pas parvenus à convertir le potentiel touristique disponible à une demande effective en raison de plusieurs contraintes.

مقدمة:

لقد أصبحت السياحة في عصرنا الحاضر من أهم الصناعات التي تهتم بها دول العالم المختلفة، المتقدمة منها والنامية على حد سواء، وقد دفع التطور المذهل الذي شهدته حركة السياحة العالمية إلى اشتداد المنافسة في السوق السياحي العالمي، الشيء الذي أرغم البلدان المهتمة بهذه الصناعة إلى تطويرها وتوسيعها (زيادة عدد ونوعية الخدمات التي تقدم إلى السياح) لتلبية الطلب العالمي المتزايد، وذلك عبر زيادة العرض السياحي.

وبالرغم من أهمية العرض السياحي الذي يتمثل في مجموعة المقومات (المغريات) القادرة على جذب السياح إلى بلد ما وإيقائهم فيه لمدة من الزمن،

إلا أنه من الملاحظ أنه مهما كانت درجة جاذبية البلد السياحية فإن الإقبال عليه يصبح محدودا إذا لم يتمكن من توفير الخدمات والتسهيلات السياحية التي تمكنه من سهولة الوصول إليها. وبالإضافة إلى مشروعات البنية التحتية فإنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة والإطعام والنقل.

ولهذا فقد تعددت أشكال ومجالات الاستثمار السياحي في مختلف دول العالم، حيث شملت بناء وتطوير الفنادق والمطاعم، وكذلك إنشاء شركات ووكالات السفر والسياحة. وقد لعب القطاع الخاص دورا هاما في ترقية صناعة السياحة عبر الرفع من نسبة مساهمة الاستثمار السياحي في الاستثمار المحلي الإجمالي وذلك من خلال إنتاج وبيع المزيد من المنتجات السياحية. الشيء الذي جعل من المقاولات عاملا محددًا في اتخاذ السائح لقرار اختيار جهة القصد السياحي والمكوث فيها لفترة أطول.

وقد حظي تطوير القطاع الخاص في موريتانيا بالأولوية في مختلف البرامج الاقتصادية التي نفذتها الدولة. منذ شروعا في تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي منتصف ثمانينيات القرن المنصرم، وفي هذا الصدد صدر القانون رقم 2012/52 المتضمن لمدونة الاستثمارات ليعكس حرص الدولة على تحسين مناخ الأعمال وتطوير الظروف الملائمة لترقية قطاع المعاملات وتنافسية الاقتصاد الوطني. ونظرا إلى أن المقاولات تشكل أداة تنمية فاعلة تعمل على خلق فرص العمل وزيادة الإنتاج وتحسين المستوى المعيشي لأصحابها والعاملين فيها، فقد عكست هذه المدونة الاهتمام الكبير بها، على اعتبار الدور الذي يمكن أن تلعبه في زيادة معدلات النمو الاقتصادي بشكل خاص والتنمية الاقتصادية بشكل عام.

وبالرغم مما تزخر به موريتانيا من موارد سياحية هائلة فإن الانطلاقة الفعلية للنشاط الاقتصادي لم تبدأ إلا متأخرة في أواسط تسعينيات القرن العشرين.

ومع ذلك قد استطاعت المقاولات السياحية أن تساهم في توسيع صناعة السياحة في البلد وتطوير نشاطه الاقتصادي بشكل عام بفعل العلاقات التشابكية الأمامية والخلفية مع العديد من قطاعات النشاط الاقتصادي الأخرى، غير أن أحداث 2007 وما تلاها من إجراءات من قبل بعض البلدان الأوروبية أدى إلى حصول ركود حقيقي في القطاع السياحي انعكس سلبا على مساهمة المقاولات في تطوير هذا القطاع.

تهدف هذه الورقة للإجابة على السؤال المحوري التالي:

ما دور المقاولات في تطوير وتنمية القطاع السياحي في موريتانيا؟

وذلك عبر تجزئته إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو الإطار المفاهيمي القانوني والتنظيمي للمقاولات السياحية في

موريتانيا؟

- ما أبرز ملامح القطاع السياحي في موريتانيا؟

- إلى أي حد ساهمت المقاولات في تطوير القطاع السياحي في

موريتانيا؟

أولا: الإطار المفاهيمي القانوني والتنظيمي للمقاولات السياحية في

موريتانيا

من أجل توفير الظروف الملائمة لترقية قطاع المقاولات وتنافسية الاقتصاد الوطني أصدرت الدولة الموريتانية القانون رقم 2012/52 الذي يتضمن مدونة الاستثمارات، وهذا القانون يعرف المقاولات ويوضح المزايا الممنوحة لذات الأولوية منها.

ونظرا إلى أن النشاط السياحي لم يكن منظما قبل سنة 1996 فقد صدر

القانون رقم 96/023 الذي يتضمن النشاط السياحي في موريتانيا، ليتوالى

بعد ذلك ظهور المراسيم التنظيمية. الشيء الذي مهد الطريق أمام ظهور الكثير من المقاولات التي تنشط في القطاع.

1- مفهوم المقاولات السياحية: تعرف المادة الأولى من القانون رقم 2012/52 المتضمن لمدونة الاستثمارات الموريتانية المقولة بأنها: كل وحدة إنتاج أو تحويل و/ أو توزيع سلع أو خدمات ذات هدف ربحي مهما كان تصنيفها القانوني تتشكل كشخصية اعتبارية خاضعة لنظام الربح الحقيقي¹.

وبالرغم من أن القانون السابق لم ينص بالتحديد على تعريف للمقولة السياحية فإن القانون رقم 96-023 الذي يتضمن تنظيم النشاط السياحي في الجمهورية الإسلامية الموريتانية يقدم في مادته الثانية التعريف التالي للمؤسسة السياحية: تعتبر مؤسسة سياحية كل مؤسسة تستقبل مجموعة من الزبناء وتوفر لهم الخدمات التالية²:

- الإيواء (الفنادق بأنواعها، محلات الإقامة السياحية، القرى الخاصة بقضاء الراحة، النزل التي يوفر فيها الطعام، أقسام داخلية، الإقامة في المخيمات،).
- الطعام: (المطاعم وما يماثلها).
- الشراب: الحانات والمقاهي.
- تنظيم أوقات الفراغ وأنواع التسلية (الصيد البري والصيد البحري).
- تنظيم الأسفار والرحلات بجميع أنواعها.
- كراء السيارات الخاصة بالسياح.
- إيجاد مرشد.

2- الإطار القانوني للمقاولات في موريتانيا: عرف القطاع السياحي في موريتانيا خلال العقود الماضية تطورا ملحوظا و على صعيدين تجسد في³: حصول إصلاح مؤسسي وتطور ملحوظ شهده القطاع.

سعيها منها لتطوير وتنظيم النشاط السياحي واستغلال الإمكانيات السياحية للبلد، سنت السلطات العمومية منذ سنة 1996 جملة من القوانين والمراسيم التطبيقية نذكر منها:

- مرسوم رقم 97-033 الذي يتضمن مهنة المرشد السياحي في موريتانيا.
- مرسوم رقم 98-026 يحدد إجراءات اعتماد مؤسسات الإيواء والإطعام.
- مرسوم رقم 98-063 يحدد معايير إجراءات تصنيف المؤسسات السياحية.
- مرسوم رقم 2000-05 القاضي بتنظيم وكالات ومكاتب السفر.

3- الإطار التنظيمي للمقاولات السياحية في موريتانيا: تتضوي المقاولات بالأساس في تجمعين هما:

- اتحادية السياحة: (تابعة للاتحادية العامة لأرباب العمل الموريتانيين).
- جمعية مهني السياحة. يهدف هذان الكيانان إلى:
- ترقية قطاع السياحة
- السهر على استمراريته ودمجه في الاقتصاد الوطني.

ومما يبرهن على استعداد المقاولات السياحية للعب الدور المنوط بها، أن هذين الكيانين ينشطان بشكل ملحوظ رغم التنافس القائم بينهما- في ظل ظروف يطبعها بشكل عام التأطير الإداري الضعيف للنشاط السياحي خاصة

في مجال تنظيم ورقابة المقاولات السياحية، وغياب التشاور وانعدام الثقة مع الفاعلين العموميين.

وبالرغم من الترسانة القانونية التي تم إصدارها لتنظيم السياحة فقد تم بين عامي 2000 و2007 منح الكثير من الاعتمادات لوحداث إيواء جديدة أو مقاولات سياحية دون التأكد مسبقا من استيفائها للشروط والضوابط التي تتضمن تسييرها الحسن. الشيء الذي ولد نوعا من الفوضى أضر كثيرا بنمو النشاط السياحي⁴.

ثانيا: ملامح القطاع السياحي في موريتانيا

بفضل موقعها الجغرافي وتنوع وثراء تراثها الثقافي، تتوفر موريتانيا على إمكانات سياحية هائلة. وقد ظلت السياحة إلى عهد قريب منسية قبل أن يتم الاعتراف بها كقطاع اقتصادي يمكن أن يمثل إحدى الدعائم الرئيسية للاقتصاد الوطني، وتجسد ذلك على سبيل الخصوص في إعلان سياسة عامة للسياحة سنة 1994، ثم اعتماد إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية سنة 2007. رغم كل ذلك فقد ظل قطاع السياحة يتسم بعرض سياحي جد محدود، وقد زاد الطين بلة دخول هذا القطاع في مرحلة ركود حقيقي بعد أحداث ألاك سنة 2007 وما تلاها من تصنيف لموريتانيا ضمن المنطقة الحمراء.

1- مقومات وعناصر الجذب السياحي: تمتلك موريتانيا تنوعا وثراء كبيرا في إمكاناتها السياحية (الصحراء، الطبيعة، التاريخ، الثقافة... إلخ) يمكن دمجها لخلق منتج سياحي متكامل. ويمكن على العموم تصنيف هذه المقومات في أربعة أنواع⁵.

-السياحة الصحراوية: وتتمثل في المناطق الطبيعية الخلابة في مناطق آدرار، تكانت، الحوضين ولعصابه، والواحات الغناء المنتشرة في هذه المناطق (تيرجيت.....إلخ).

-السياحة الايكولوجية(البيئية): وذلك من خلال ارتياد المخزونين الطبيعي لكل من الحظيرة الوطنية لحوض جاولينكو حوض آركين . حيث تتسم الأولى بتنوع بيولوجي غني، بينما تمثل الثانية مقصدا للطيور المهاجرة.

-السياحة الثقافية والعلمية:اكتشاف المدن القديمة مثل شنقيط ودان وولاته التي تم تصنيفها سنة 1996 من قبل اليونسكو ضمن التراث العالمي الإنساني، بالإضافة إلى بعض المناطق الأثرية المهمة مثل (أودغوست ..).

-السياحة الاستحمامية: تمتلك موريتانيا شاطئاً رملياً يمتد لأكثر من 700كم يمكن استخدامه للنشاطات الاستحمامية ورياضة الصيد.

2- سياسات ترقية قطاع السياحة:

تتطوي التنمية السياحية على الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها بغية زيادة مساهمتها في الاقتصاد الوطني. لذلك فإنها تشكل جزء لا يتجزأ من عملية التنمية الاقتصادية⁶.

وقد حظي النشاط السياحي في موريتانيا باهتمام بالغ من قبل السلطات العمومية باعتباره أحد القطاعات الهامة الداعمة للنمو الاقتصادي. وفي هذا الإطار فقد تم تبني السياسات التالية:

أ-إعلان السياسة العامة لقطاع السياحة سنة 1994: بدأت الجهود الرامية إلى تنظيم و تأطير قطاع السياحة باعتماد سياسة عامة للسياحة تحدد بشكل واضح الأهداف التنموية للقطاع وقد اعتمدت على أربعة محاور:

- جذب جموع السياح الباحثين عن الصحراء.

- تأمين إيوائهم في وحدات خفيفة.
 - ترقية منتجات سياحية نوعية مثل الصيد والقتص.
 - تميم المنتجات الثقافية والصناعة التقليدية.
- بيد أن هذه السياسة لم تلق المتابعة الكافية ولم تساهم في تنمية القطاع. لذلك تم في سنة 2007 اعتماد إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية.
- ب- الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية: في سنة 2007 تم اعتماد إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية، تهدف إلى عرض سياحي متنوع يتمحور حول ثلاث منتجات أساسية⁷: الصحراء في الشمال، الشاطئ ومنطقة الجنوب، وقد استهدفت هذه الإستراتيجية -التي تم إدراجها ضمن الإطار الاستراتيجي لمكافحة الفقر 2006-2010 الذي يشكل المرجع في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المديين المتوسط والطويل- الوصول إلى 100000 سائح بالنسبة لمنتوج الصحراء مقارنة ب 12000 سائح التي تم بلوغها سنة 2005.
- وسعيًا لتثمين مقدرات السياحة في مجال خلق فرص العمل فقد تضمنت خطة عمل الإطار الاستراتيجي لمكافحة الفقر 2010-2015 أهدافًا منها⁸:
- تنويع العرض السياحي بفتح وجهات جديدة.
 - وضع آليات للتمويلات والتحفيزات الجبائية.
 - دعم التنمية السياحية المستدامة وترقية الوجهة السياحية.

3- معوقات السياحة في موريتانيا: تعد السياحة إحدى القطاعات الواعدة التي شهدت في السنوات القليلة الماضية نشاطًا متزايدًا، واستطاعت أن تخلق فرص استثمارية حقيقية. إلا أن تطور القطاع يطبعه ضعف التنافسية، وذلك

- بسبب جملة من المعوقات التي أثرت سلبا على زيادة الطلب السياحي، وبالتالي على الحصة السوقية للبلد في مجال السياحة، نذكر منها:⁹
- نقص البنى التحتية ومنشآت الاستقبال الخاصة بالقطاع السياحي.
 - نقص الموارد البشرية المدربة وعدم تنظيم المستثمرين، ومحدودية إمكانيات التمويل.
 - محدودية العرض السياحي وانحصاره في عدد قليل من المقاولات السياحية التي تتسم بصغر الحجم، وضعف مستوى الخدمات التي تقدمها.
 - ارتفاع تكلفة الاقتراض (عدم وجود معدل فائدة تفضيلي) وغياب إجراءات تحفيزية مغرية لتشجيع الاستثمارات.¹⁰
 - ارتفاع أسعار تذاكر السفر وتكاليف الخدمات السياحية مقارنة مع دول شبه المنطقة.
 - الإجراءات المعقدة، والمتمثلة في الإجراءات المشددة لمنح التأشيرات.
 - الإخفاق في تنويع وتسويق المنتج السياحي في الأسواق المصدرة للسياح.

ثالثا: مساهمة المقاولات في تطوير القطاع السياحي:

تزرخ موريتانيا بثروات سياحية هائلة ومتنوعة، غير أن هذه المقومات السياحية لا تزال غير مستغلة بما فيه الكفاية. وفي ظل غياب مؤشرات حقيقية حول النشاط السياحي مثل عدد السياح القادمين ومدد إقامتهم والإنفاق السياحي وحجم المبيعات السياحية ومعدلات نموها، ومستوى الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي، فانه من الصعوبة بمكان تقديم تقييم دقيق لمساهمة المقاولات في تطوير القطاع السياحي.

1- تطور المقاولات السياحية في موريتانيا: في إطار ما يسمى " بالسياحة الصحراوية" ومع قدوم أول الرحلات الجماعية (شارتير) لنقل السياح بين

باريس-أطار ، والمنظمة من قبل (le point Afrique) السياحية بالتعاون مع شركة (سوماسرت) التابعة للشركة الوطنية للصناعة المعادن، بدأت الانطلاقة الفعلية للنشاط السياحي في موريتانيا سنة 1966.¹¹ وقد دفع استمرار توافد السياح بعد أن شهدت أعدادهم زيادة مضطردة خلال الأعوام التالية - إلى محاولة تلبية الطلب السياحي المتنامي (نقل ، فنادق، مطاعم) من خلال تأسيس العديد من المقاولات السياحية لخدمة النشاط السياحي في المنطقة ، خاصة الايوائية منها، والجدول التالي يوضح تطور أعداد السياح وعدد الرحلات المتجهة إلى مطار أطار خلال 10مواسم.

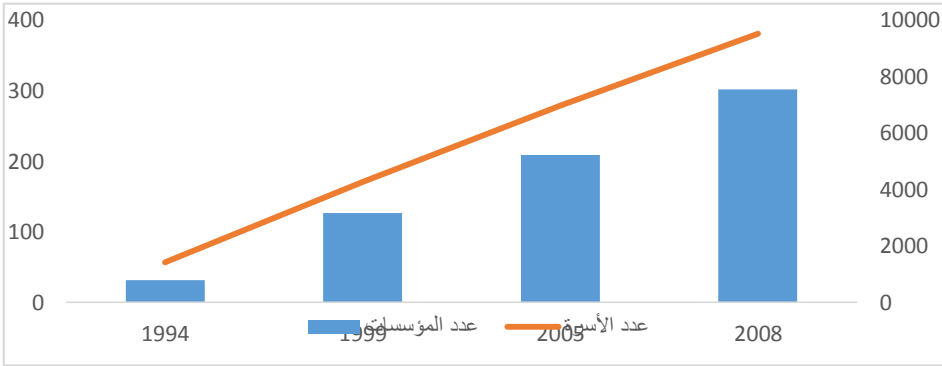
جدول (1): تطور أعداد السياح وعدد الرحلات المتجهة إلى مطار أطار خلال 10مواسم

عدد السياح	عدد الرحلات	الموسم
1500	12	1997-1998
3500	31	1998-1999
5200	47	1999-2000
7820	75	2000-2001
10000	-	2001-2002
11000	-	2002-2003
12000	-	2003-2004
9923	-	2004-2005
10191	-	2005-2006
9752	-	2006-2007

Source :République Islamique de Mauritanie, Ministère de l'artisanat et du tourisme, stratégie Nationale de développement touristique et action prioritaires, Rapport Finale 2007, p04.

ومن واقع الجدول السابق يمكن ملاحظة ما يلي:
 -النمو القوي المسجل في أعداد السياح وعدد الرحلات بين 1997-1998 و2001-2002 وبمعدل نمو سنوي ناهز 60%.
 -ركود في عدد السياح الوافدين في إطار الرحلات الجماعية بين 2001-2002 وكذلك 2006-2007.
 ولمواجهة الطلب المتزايد فان بعض التقديرات تشير فيما يتعلق بالطاقة الإيوائية (الفنادق والنزل والشقق والأسرة) إلى تحسن ملموس يمكن توضيحه من خلال الرسم البياني التالي الذي يوضح تطور عدد المؤسسات الإيوائية وأعداد الأسرة خلال الفترة (1994-2008).

شكل (1): تطور عدد المؤسسات الإيوائية وأعداد الأسرة خلال الفترة (1994-2008)



المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على:

- République Islamique de Mauritanie, Ministère de l'artisanat et du tourisme, stratégie Nationale de développement touristique et action prioritaires, Rapport Finale 2007, p08.

-Banque Africaine de développement, étude sur la croissance et l'emploi en Mauritanie, volume 2, Rapport provisoire d'avancement, janvier 2013, p80.

من واقع الرسم البياني السابق يمكن ملاحظة ما يلي:

- تزايد عدد وحدات الإيواء خلال الفترة 1999-2005 بوتيرة أقل من الفترة السابقة 1994-1999.
- محدودية الطاقة الايوائية على العموم.

2- مساهمة المقاولات في خلق وظائف الشغل:

في ظل غياب إحصاءات دقيقة يمكن الوثوق بها فان الآثار التي يولدها قطاع السياحة تبقى غير معروفة على وجه التحديد. وفيما يتعلق بخلق فرص العمل فان التقديرات تشير إلى أن النشاط السياحي للمقاولات استطاع أن يخلق 4600 وظيفة مباشرة. الشيء الذي أسهم بشكل واضح في التخفيف من حدة البطالة. ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (2) الوظائف المباشرة التي خلقها النشاط السياحي

عدد الوظائف التي تم خلقها	نوع البنية السياحية
2000	مؤسسات الإيواء
1400	- الفنادق
600	- النزل والاقامات
1100	وكالات ومكاتب السياحة
1500	المطاعم
4600	المجموع

Source :Banque Africaine de développement, étude sur la croissance et l'emploi en Mauritanie, volume 2, Rapport provisoire d'avancement, janvier 2013, p95.

3- مساهمة المقاولات في التسويق السياحي:

يشكل المكتب الوطني للسياحة الذي أنشئ بموجب المرسوم رقم 2004/037 مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تطلع بمهمة ترقية وتسويق المنتج السياحي الموريتاني على الصعيد المحلي والدولي، بالإضافة إلى صيانة وتثمين المواقع السياحية بالتعاون مع الهياكل العمومية والخصوصية المعنية. وقد ساهمت المقاولات السياحية في إطار الشراكة مع المكتب الوطني للسياحة، لترويج موريتانيا كمقصد سياحي بما يلي:

- مواكبة التظاهرات والصالونات الدولية التي أقيمت في أوروبا وآسيا، مثل "أسبوع موريتانيا في باريس". الهادف إلى التعريف بالمنتج السياحي والثقافي الموريتاني (نظمت حتى الآن ثلاث نسخ من هذا المهرجان).¹²
- توقيع العديد من الاتفاقيات مع العديد من المستثمرين والفاعلين الأجانب أسفرت عن استثمارات هامة في القطاع السياحي.
- إقامة عدة مهرجانات لتسويق المنتج السياحي الموريتاني (مثل مهرجان البدو السياحي).
- تكوين بعض المرشدين السياحيين في اللغتين الانجليزية والاسبانية.

خاتمة:

لقد حظي تطوير القطاع الخاص بالأولوية ضمن مختلف البرامج الاقتصادية التي أقرتها الدولة الموريتانية منذ تطبيقها لبرامج الإصلاح الاقتصادي، وقد جاء الاهتمام الكبير بالمقاولات لأنها تشكل أداة تنمية فاعلة تعمل على خلق فرص العمل وزيادة الإنتاج وتحسين المستوى المعيشي لأصحابها والعاملين

فيها. الأمر الذي من شأنه أن ينعكس إيجاباً على معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي بشكل خاص والتنمية الاقتصادية بشكل عام. وبالرغم مما تزخر به موريتانيا من ثروات سياحية هائلة فإن الانطلاقة الفعلية للنشاط السياحي لم تبدأ إلا سنة 1996. ومع ذلك فقد استطاعت المقاولات السياحية أن تساهم بشكل إيجابي وملوس في توسيع صناعة السياحة في البلد وتطوير النشاط الاقتصادي فيه بشكل عام. وإن لم تتمكن لحد الآن من تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب فعلي بسبب العديد من المعوقات لعل من أبرزها: نقص البنى التحتية ومنشآت الاستقبال الخاصة بالقطاع السياحي، وكذلك نقص الموارد البشرية المدربة. بالإضافة إلى محدودية العرض السياحي وانحصاره في عدد قليل من المقاولات السياحية التي تنسم بصغر الحجم، وضعف مستوى الخدمات التي تقدمها. وكذلك ارتفاع تكلفة الاقتراض وأسعار تذاكر السفر وتكاليف الخدمات السياحية وغياب حوافز مغرية.

الهوامش والمراجع:

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الإسلامية الموريتانية، مدونة الاستثمارات، العدد 1269، السنة 54، بتاريخ أغسطس 2012، ص 611.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الإسلامية الموريتانية، قانون رقم 96/023 يتضمن تنظيم النشاط السياحي في الجمهورية الإسلامية الموريتانية، السنة 38، العدد 882، ص 267.

³ République Islamique de Mauritanie, Ministère de l'artisanat et du tourisme, Plan d'action 2007/2010.

⁴ الجمهورية الإسلامية الموريتانية، وزارة الصناعة التقليدية والسياحة، ملخص الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية وبرنامج الأنشطة ذات الأولوية، ملخص التقرير النهائي، ديسمبر 2007 ص 04.

⁵ République Islamique de Mauritanie, Ministère de l'artisanat et du tourisme, les potentialités touristiques et les opportunités d'investissement en Mauritanie , octobre 2007. pp 02-03.

⁶ محيي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية ، 2009/2008 ، ص ص 39-42 .

⁷ République Islamique de Mauritanie, Ministère de l'artisanat et du tourisme, stratégie Nationale de développement touristique et action prioritaires, Rapport Finale 2007, p10.

⁸ وزارة الشؤون الاقتصادية والتنمية ، الإطار الاستراتيجي لمكافحة الفقر، المجلد 2 ، خطة العمل 2015/2011 ، مراجعة مؤقتة سبتمبر 2010،

⁹ الجمهورية الإسلامية الموريتانية، الطاولة المستديرة لموريتانيا بروكسل، 22-23 يونيو 2010، الصيغة النهائية، 31 مايو 2010، ص41.

¹⁰ Banque Africaine de développement, étude sur la croissance et l'emploi en Mauritanie, volume 2, Rapport provisoire d'avancement, janvier 2013, p107.

¹¹ الجمهورية الإسلامية الموريتانية ، وزارة الصناعة التقليدية والسياحة، ملخص الإستراتيجية الوطنية للتممية السياحية وبرنامج الأنشطة ذات الأولوية، مرجع سبق ذكره، ص 03 .

¹² الجمهورية الإسلامية الموريتانية، الوزارة الأولى، حصيلة عمل الحكومة لسنة 2012 وآفاقه لسنة 2013، 10 يناير 2013.