



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 8 ماي 1945 - قلمة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الملتقى الدولي الأول حول:

المقاولتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر

محور المشاركة:

"التجارب الناجحة للبلدان فيما يخص تنافسية المقاولتية وتنمية القطاع السياحي"

عنوان المداخلة:

"النموذج المغربي في صناعة السياحة المسؤولة"

من إعداد الأستاذ:

عليوة علي - جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

## استشارة المشاركة:

اسم المشارك: عليوة علي

المؤسسة: جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

البريد الإلكتروني: [alioua.ali@laposte.net](mailto:alioua.ali@laposte.net)

محور المشاركة: "التجارب الناجحة للبلدان فيما يخص تنافسية المقاولات وتنمية القطاع السياحي"

**عنوان المداخلة: "النموذج المغربي في صناعة السياحة المسؤولة"**

الكلمات المفتاحية: السياحة المسؤولة، السياحة المستدامة، المغرب الأقصى

## الملخص:

يتمتع المغرب الأقصى بمزايا ومقومات تاريخية وجغرافية وطبيعية جعلت منه بلداً سياحياً بامتياز وذلك على مدار السنة وفصولها؛ وتلبي الأهداف التي ينشدها السائح، فشكلت الأماكن المغربية نقاط جذب سياحي للسواح من مختلف أنحاء العالم بفعل موقعها الجغرافي خاصة في ظل الاستراتيجية الجديدة التي اعتمدها الحكومة المغربية والتحول إلى ما يسمى بالسياحة المسؤولة.

ومن خلال المنهج التحليلي للبحث الذي كان يهدف إلى دراسة مقومات السياحة المسؤولة في المغرب الأقصى وخصائصها ومميزاتها استخلصنا بعض النتائج نذكر منها:

- تحسيس ومواكبة المهنيين السياحيين لتنفيذ منهجية حول التدبير البيئي؛
- توعية وتحسيس السائح خلال عطلة علي حسن استعمال الموارد الطبيعية ومراعاة هشاشة النظم البيئية؛
- تشجيع السياحة القروية والسياحة البيئية؛

## Abstract :

Morocco has the geographic, historical and natural benefits and components that made it a tourism country in all seasons of the year. It also meets most of the objectives sought by tourists, as well as to its geographical location average helped it to attract tourists from all around the world, especially in light of the new strategy adopted by the Moroccan government and the transition to the so-called tourism responsible.

Through the analytical method for the search, which was designed to study the elements of responsible tourism in Morocco, characteristics and advantages we have drawn some conclusions, including:

- sensitize professionals and keep up with guides to activate the methodology on environmental management;
- educate and sensitize the tourist during his holiday on the proper use of natural resources and taking into account the fragility of the ecosystems;
- the promotion of rural tourism and eco-tourism;

## Résumé :

Le Maroc a des avantages et des composants qui en ont fait un pays de tourisme dans toutes les saisons de l'année géographiques, historiques et naturelles. Il répond également à la plupart des objectifs recherchés par les touristes, ainsi que pour la moyenne de sa situation géographique lui a permis d'attirer des touristes de partout dans le monde, surtout à la lumière de la nouvelle stratégie adoptée par le gouvernement marocain et la transition vers la soi-disant tourisme responsable.

Grâce à la méthode analytique pour la recherche, qui a été conçu pour étudier les éléments du tourisme responsable au Maroc, caractéristiques et avantages, nous avons tiré certaines conclusions, y compris:

- sensibiliser les professionnels et de tenir avec guides pour activer la méthodologie sur la gestion de l'environnement;
- éduquer et de sensibiliser le touriste durant son séjour sur le bon usage des ressources naturelles et en tenant compte de la fragilité des écosystèmes;
- la promotion du tourisme rural et de l'éco-tourisme;

## مقدمة:

أصبحت السياحة واحدة من أكبر الصناعات المولدة عالميا يصل إلى 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي. بل هو صناعة حيوية بالنسبة لاقتصاد العديد من المجتمعات والبلدان كما أنها تدعم ما يقرب من 300 مليون وظيفة على مستوى العالم. هناك العديد من القطاعات في صناعة السياحة، كل منها توفر العديد من فرص العمل والفرص الوظيفية. يوفر هذا المساق على الانترنت مجانا لمحة عامة عن مختلف القطاعات ويصف نوع من فرص العمل والتطوير الوظيفي التي تكون متاحة. يصف الحال أيضا كيف تم تعريف السياحة من قبل السلطات السياحية والمنظمات الدبلوماسية، وكيف تطورت هذه التعاريف مع مرور الوقت. يصف الجزء الأخير من العناصر الأساسية الأربعة اللازمة لإنشاء وتطوير منطقة كوجهة سياحية. هذا بالطبع سوف تكون ذات فائدة كبيرة للأشخاص الذين يرغبون في الحصول على عمل أو مهنة في صناعة السياحة فضلا عن الناس الذين يعملون بالفعل في مجال السياحة. كما سيكون من مصلحة لأصحاب الشركات السياحية تركيزا.

وتعتبر المغرب من أنجح الدول العربية والافريقية في مجال السياحة، إذ يلعب هذا القطاع دورا هاما في اقتصاد المغرب حيث يعدّ النواة الأساسية لقطاع الخدمات بالمغرب الذي يتوقّف على شبكة طرقية وسككية يصل طولها إلى 59474 كلم و1813 كلم، وتوجد أهم المطارات الدولية بكل من الدار البيضاء، الرباط، أغادير، مراكش، طنجة، وجدة والعيون. كما تتركز أهم الموانئ بكل من الدار البيضاء، المحمدية، القنيطرة، طنجة، الداخلة، الناظور وأغادير. توجد بالمغرب العديد من مواقع التراث العالمي منها: الموقع الأثري لوليلي، قصر آيت بن حدو، مآكازان (الجديدة)، المدينة العتيقة للصوريرة، المدينة القديمة في فاس، المدينة العتيقة لمراكش، المدينة العتيقة لتطوان، المدين التاريخية لمكناس، الفضاء الثقافي لساحة جامع الفنا، مدينة طنجة ومدينة طانطان. من خلال هذه الورقة البحثية نحاول الإجابة على الإشكالية:

### ماهي مقومات قطاع السياحة المسؤولة المغرب؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى محورين أساسيين هما:

- مفاهيم عامة حول السياحة المسؤولة.

- نموذج السياحة المسؤولة في المغرب.

## I. مفاهيم عامة حول السياحة المسؤولة:

ساد مصطلح السياحة المسؤولة، ليعبر عن مفهوم متشابك المعاني، يشمل كلا من السائح، والمنظم، والمنشأة السياحية؛ مشيراً إلى مسؤولية الشخص عن السياحة في بلاده، من حيث الحفاظ على البيئة، والتراث، وكيفية مساعدته على ديمومة السياحة، وسلامة الوعي السياحي.

وعلى هذا النحو، تظهر السياحة المسؤولة، مدى التزام الدول بجعل السياحة أداة فعالة في سبيل تحقيق السلام، والتضامن العالميين، ولاسيما في مواجهة التحديات الاقتصادية الحالية، من خلال العمل على توليد الفرص الاجتماعية، والاقتصادية على النحو الذي يساهم في تقليل الفجوة بين الأغنياء والفقراء، إضافة إلى احترام الإنسان، والطبيعة، والبيئة، وكذا القواعد، والقوانين التي تنظم عمل القطاع؛ وعلى هذا الأساس، هناك مجموعة من التدابير تشملها الرؤية السياحية المسؤولة، نشير إلى أهمها في ما يلي:<sup>1</sup>

أ- **احترام القيم الأصيلة:** إذ يتعين على الفاعلين في الميدان السياحي أن يولوا للتقاليد، والثقافة المحلية، والشعبية الأهمية التي تستحقها

ب- **احترام الثروات الثقافية:** وذلك من خلال بلورة الأنشطة السياحية، بشكل يسمح بمتابعة، وتنمية المنتجات الثقافية، والتقليدية، والفولكلورية وعدم إخضاعها لنمط معياري واحد، أو الحد من غناها؛

ج - **المحافظة على البيئة:** من واجب كافة المتدخلين في إنعاش قطاع السياحة العمل على المحافظة على البيئة، وعلى الموارد الطبيعية، في إطار تنمية اقتصادية مستدامة، تستجيب بشكل عادل لاحتياجات، وتطلعات الأجيال الحاضرة، والمستقبلية؛

د- **احترام الطفولة:** بعدم الاستغلال الفاحش للعنصر البشري، بأي شكل من أشكال، وخاصة الأطفال.

في هذا الإطار، تبرز أهمية الأبعاد الأخلاقية في العمل السياحي؛ إذ لم يعد الوعي البيئي، والرغبة في الحفاظ على الحياة الطبيعية على كوكب الأرض قاصراً على الجماعات المناهضة للتجارب النووية، أو لعمليات إزالة الغابات، ولكنه امتد إلى صناعة السياحة؛ من خلال وضع العوامل الثقافية، والسياسية، بالإضافة إلى البيئة عند اتخاذ قرار التوجه إلى أحد المقاصد السياحية.

وقد كشفت استطلاعات للرأي، أجرتها الجمعية الدولية للأنظمة البيئية، عن تزايد الوعي العام بالاعتبارات البيئية، حيث ذكرت غالبية من استطلعت آراؤهم أنهم يضعون المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة على رأس أولوياتهم. ففي الولايات المتحدة قال 38% إنهم مستعدون لدفع المزيد من المال، من أجل التعاقد مع شركات سياحية، تعطي قدراً أكبر من الاهتمام للحفاظ على البيئة، وقال 39% إنهم مستعدون لدفع أموال أكثر مقابل التعاقد مع شركات سياحة تحمي المعالم التاريخية، والثقافية للمقاصد السياحية.<sup>2</sup>

ويمكن تعريف السياحة المسؤولة على أنها: "هي السياحة التي تتم وفقاً لمبادئ عدالة اجتماعية واقتصادية مع احترام كامل تجاه البيئة والثقافة المستضيفة. وهي تدخل ضمن أحد مقومات السياحة المستدامة التي ترمي إلى جعل الصناعة السياحية ضمن تنمية مستدامة ذات تأثيرات إيجابية في خدمة التنمية المحلية دون التأثير على البيئة والمجتمع والاقتصاد المحلي".

وحسب التحالف الدولي للسياحة المسؤولة تحدد السياحة المسؤولة كل شكل من أشكال التنمية والتهيئة والأنشطة السياحية التي تحترم وتحافظ على الأمد الطويل على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية التي تساهم، بدورها، بشكل إيجابي وعادل في تنمية وازدهار الأفراد الذين يعيشون ويقيمون بهذه الفضاءات.

وعموما يقصد بالسياحة المسؤولة، ذلك السلوك السياحي الذي يسوده الاحترام والانضباط نحو المجتمعات المضيفة ونحو البيئة والمعالم التراثية والتاريخية للمجتمعات المستضيفة. مسؤولية أخلاقية ومسؤولية مجتمعية ومسؤولية بيئية.

## II. نموذج السياحة المسؤولة في المغرب:

إن ميثاق السياحة المسؤولة الذي ابتكره المغرب يظهر مدى التزامها بجعل السياحة أداة فعالة في سبيل تحقيق السلام والتفاهم على المستوى الدولي.

### 1- رؤية 2020 باختصار

- الالتزام: "الاستمرار في جعل السياحة أحد محركات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المغرب". إن التحولات العميقة والسريعة التي عرفتها بلادنا خلال السنوات العشر الأخيرة والأسس المتينة التي وضعتها رؤية 2010 بالإضافة إلى الفرص التي تتيحها التوجهات الجديدة للسياحة العالمية، تسمح للمغرب بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرية المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية والمؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية:

- الأصالة: رسخت السياحة المغربية ازدهارها وتموقعها منذ عدة عقود باعتمادها على الأصالة. وقد سمح هذا الاختيار بتميز تنافسية المغرب وتموقعه مقارنة مع الوجهات المنافسة المباشرة التي ارتكزت في معظمها على السياحة المكثفة. وستعزز رؤية 2020 هذا الاختيار التاريخي من خلال منهجية استباقية مبتكرة تحافظ وتعزز التراث الثقافي و الطبيعي للمملكة.

- التنوع: إن التنوع أهم ميزة للسياحة بالمغرب: حيث تشهد تنوعا في المناطق والمناظر الطبيعية وأيضا في الثروات الطبيعية والنظم الايكولوجية وتنوع الثقافات والتأثيرات (الإفريقية و الأوروبية). و بذلك ستعزز رؤية 2020 هذا التنوع من خلال سياسة طموحة لتهيئة التراب الوطني.

- الجودة: سيظل تطوير الطاقة الإيوائية الجديدة هدفا إستراتيجيا لرؤية 2020 التي ستسهر على تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، و خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي.

- الاستدامة: ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، و ذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد. فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده وأصالته يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية وكبيرة، تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

- **الطموح:** "في سنة 2020، سيكون المغرب ضمن الوجهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي".

- **الهدف:** "مضاعفة حجم القطاع" من خلال:

✓ مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200 ألف سرير جديد، من بينها 150 ألف سرير فندقي و50 ألفا في مؤسسات مماثلة، من أجل توفير تجربة سياحية غنية وشاملة للسياح؛

✓ مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية وجذب مليون سائح من الأسواق النامية؛

✓ مضاعفة عدد الأسفار الداخلية ثلاث مرات بهدف ديمقطة السياحة في البلاد؛

✓ خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر في مجموع التراب الوطني من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية؛

✓ الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ 140 مليار درهم في 2020، أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية في العشرية؛

✓ زيادة نقطتين للناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني من أجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم، مقابل 60 مليار اليوم.

- **ركائز نموذج التنمية**

ترتكز رؤية 2020 على أربعة محاور رئيسية:

- سياسة تهيئة ترابية للعرض السياحي تكفل استفادة كل جهات المملكة من النشاط السياحي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية وتهدف إلى خلق ثمانية مناطق سياحية؛

- حياة جديدة للحكامة كفيلة بتوفير الديناميكية والحكامة الضروريين؛

- سياسة مندمجة للتنمية المستدامة، تحافظ على البيئة وعلى الأصالة السوسيوثقافية.

**2- رأس المال البشري في رؤية 2020:**

أ. **مخطط** تشمين الرأس مال البشري وجودة التكوين: يقتضي تحقيق أهداف رؤية 2020 تطوير ومراجعة منظومة التكوين بالتركيز خاصة على رهان الجودة دون إغفال البعد الكمي.

وفي هذا الإطار تم تبني مجموعة من التدابير من بينها:

– **على المستوى الكمي** : ضرورة تكوين 130000 شاب في إطار رؤية 2020 مما يستلزم توحيد الجهود بين جميع الشركاء القائمين على التكوين السياحي والفندقي.

– **على المستوى الكيفي** : من أجل مواكبة التطور على المستوى الجهوي، لا بد من تعديل منظومة التكوين حسب حاجيات كل مجال ترابي سياحي فيما يتعلق بالشعب ومستويات التكوين، مع اعتماد معيار الجودة وذلك من خلال التدابير التالية:

✓ تعزيز جودة الخدمات، المهارات الشخصية والمهنية؛

✓ إتقان اللغات؛

✓ تطوير التكوين في الإدارة الوسطى Middle-management؛

✓ التكيف مع تطورات القطاع السياحي وتنوع العرض : تسيير التظاهرات الرياضية والثقافية والترفيهية، منتوجات سياحية جديدة (الغولف، الاستحمام...)، المهن الجديدة.

فيما يخص التكوين المهني سترز رؤية 2020 جيلا جديدا من مدارس الامتياز المتخصصة وسيتم تطويرها في الجهات السياحية الثمانية في المسالك التالية: تقني، تقني متخصص في الفنادق، المطاعم والسياحة و التي ستماشى مع المعايير العالمية.

أما بالنسبة للتكوين العالي، فسيتم تعزيز تموضع المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة كقطب للامتياز على الصعيد الوطني ولتأكيد موقعه على صعيد القارة الافريقية كمرجع في التكوين السياحي وذلك بدعم من شركاء دوليين مثل معهد بول بوكوس في مجال إدارة الفنادق والمطاعم، وجامعة هارفارد و تورونتو من أجل إنشاء مركز الابحاث للتنمية والسياحة المستدامة.

كما سيتم إنشاء مدرسة فندقية عليا لتلبية احتياجات القطاع لأطر في الادارة المتوسطة والعليا في أفق سنة 2020.

كما يرتبط مستقبل الموارد البشرية في القطاع السياحي بتحسين صورة هذا الأخير وتحسين جاذبيته. وفي هذا الإطار قد تم اتخاذ مجموعة من التدابير:

✓ التواصل حول الآفاق والنجاحات التي يمنحها القطاع مع الموجهين ( أولياء التلاميذ، الوسط الأكاديمي) والشباب المغاربة،

✓ وضع إطار جذاب لتسيير الموارد البشرية عبر إبراز وتثمين الآفاق والفرص المتاحة في التقدم المهني لجعل السياحة "رافعة اجتماعية" حقيقية



### 3- الأوراش الكبرى للسياحة

يهدف البرنامج عقدة الوطني إلى تنزيل رؤية 2020 إلى برامج عقدة جهوية للتنمية السياحية في أفق سنة 2020. ويتضمن كل برنامج عقدة جهوي مجموعة من التدابير و الإجراءات يلتزم الشركاء من القطاعين العام والخاص بتنفيذها من أجل إرساء رؤية تشاركية للسياحة على مستوى كل جهة، وبالتالي تحديد خريطة طريق تمكن من تحقيق الطموحات الخاصة بكل جهة. و ترتبط التزامات الأطراف المعنية بالأوراش التالية:

أ. برامج مهيكلية من أجل توفير منتجات متنوعة: إن تحقيق الطموح الوطني والطموحات الجهوية، يتطلب تطوير مجموعة من البرامج التي تسمح بظهور عرض سياحي متنوع وذو جودة يلبي حاجيات السياح. لهذا تم تحديد ستة برامج مهيكلية حول المنتجات الثقافية والشاطئية والطبيعية، تشكل التنمية المستدامة أساسها. علاوة على برامج تكميلية، تركز على منتجات ذات قيمة مضافة، وعلى منتجات محددة، مثل: (السياحة الداخلية)، وذلك من أجل الرفع من جاذبية الوجهات.

#### الجدول (01): البرامج المسطرة من أجل توفير منتجات سياحية متنوعة

الهدف	
إعادة التوازن للسياحة الشاطئية بهدف إنشاء عرض شاطئي تنافسي على الصعيد الدولي.	المخطط الأزرق 2020
تأمين الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها، والسهر على احترام الأصالة السوسيو-ثقافية للجماعات المضيفة بمنحهم امتيازات سوسيو-اقتصادية.	البيئة/ التنمية المستدامة
إبراز الهوية الثقافية للمغرب من خلال هيكلية التراث المادي والروحي للمملكة عبر إحداث منتجات سياحية متماسكة وجذابة.	التراث والموروث الثقافي
إحداث عرض تنشيط غني ومتنوع ومكمل للبنى التحتية السياحية الأساسية لتعزيز العرض السياحي المغربي، مما يجعله أكثر جاذبية وأكثر قدرة على المنافسة.	التنشيط والرياضة والترفيه
(I) استقطاب سياح الأعمال وتمديد فترات إقامتهم من خلال خلق انسجام بين قطاعات الرياضة والرفاهية والترفيه والثقافة؛ (II) جعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية.	منتجات ذات القيمة المضافة العالية
الاستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال منحهم منتجاً يتلاءم وعاداتهم وأساليب سفرهم ويأخذها بعين الاعتبار.	السياحة الداخلية- بلادي

ب. جهاز مدمج للتنمية السياحية المستدامة: سيتم وضع جهاز مدمج لمصاحبة طموح رؤية 2020 فيما يخص موضوع الاستدامة. ويتعلق الأمر بإحداث أدوات مخصصة لتتبع مؤشرات الاستدامة في القطاع وتقييمها، وكذا تعزيز معايير الاستدامة في معايير التقنين وخلق ميكانيزمات مالية لدعم تنمية المناطق البيئية. وستصاحب هذه الإجراءات استراتيجية تسويقية، كما ستخضع لمراقبة مؤسسة تسيير استراتيجية داخل الهيئة العليا للسياحة (لجنة السياحة المستدامة).

ج. خدمة جوية متطورة تماشى وطموح المناطق السياحية: سيقوم المكتب الوطني المغربي للسياحة ووكالات التنمية السياحية بوضع استراتيجيات خاصة للنهوض بقطاع النقل الجوي وتنميته. وستهدف هذه الاستراتيجيات إلى ضمان الجاذبية الجهوية لكل الجهات بالتوافق مع توقع المنتج. كما سيتم وضع استراتيجية خاصة بالإنترنت من أجل زيادة إشعاع الوجهة على مستوى شبكة الإنترنت.

د. تدابير دعم من أجل دينامية استثمارية مستدامة: ممثلة في:

– إنشاء الصندوق المغربي للتنمية السياحية: لرفع الصعوبات المتعلقة بالحصول على الموارد المالية، قامت الدولة بوضع صندوق مغربي للتنمية السياحية من أجل تحقيق التزامها في قطاع السياحة، عبر مقارنة مهيكلتة تسمح بوضع الثقة الضرورية لإطلاق الأوراش الكبرى لهذه الرؤية الجديدة.

– تحفيز استثمارات استثمارية: سيتم توفير تحفيزات استثمارية من أجل دعم الاستثمار السياحي وتوجيهه نحو المناطق الأقل نمواً أو المناطق الناشئة، وكذا نحو فرص التنمية الجديدة.

هـ. مخطط لتنمية الموارد البشرية والتكوين الممتاز: من أجل مواكبة التكوين لمتطلبات سوق الشغل، سيتم إنشاء مراكز للتكوين الممتاز على مستوى كل الجهات السياحية حسب منهجية تشاركية بين القطاعين العام والخاص.

و. استراتيجية من أجل تنافسية القطاع واحترافية فاعلي سلسلة القيمة السياحية: لرفع التحدي المتمثل في تحديث مجموع حلقات سلسلة القيم السياحية وتقديم تجربة سياحية ذات جودة عالمية، ستضع رؤية 2020 برنامجاً وطنياً للابتكار والتنافسية السياحية، يتمحور حول ثلاث ركائز:

– إحداث آلية لتوجيه ودعم المقاولات الصغرى والمتوسطة؛

– دعم بروز فاعلين مرجعيين والعمل على تطوير الشبكات في كل مكونات سلسلة القيمة السياحية؛

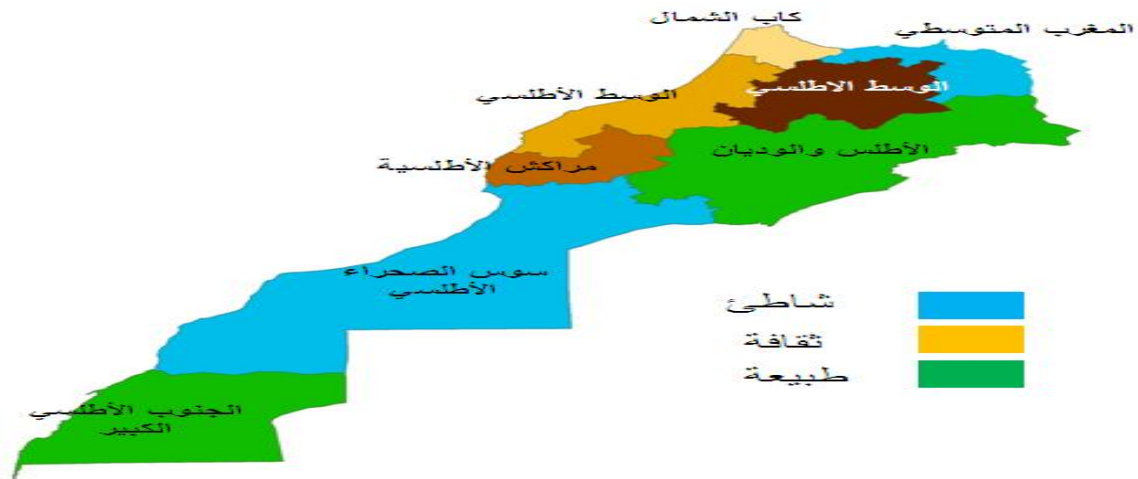
– تحسين تأطير النشاط السياحي من خلال إجراء إصلاح تنظيمي.

تركز السياحة المغربية حالياً بصفة خاصة على وجهتين سياحيتين هما مراكش و أكادير، اللتين تستقطبان أزيد من نصف عدد الليالي السياحية الدولية. و يحول هذا التركز الجغرافي دون إشعاع المناطق الأخرى وإبراز مؤهلاتها السياحية.

ولتمكين القطاع السياحي من لعب دوره بشكل كامل، تنخرط رؤية 2020 في مقارنة مندمجة وإرادية لتهيئة المجالات الترابية الوطنية. إذ تم في هذا الإطار، خلق ثمان مناطق تمثل الترابط السياحي والجاذبية والمؤهلات الأساسية اللازمة (فيما يتعلق بالطاقة الإيوائية والمؤهلات السياحية والخدمات الجوية) لاجتذاب الأنظار على المستوى الدولي حتى تصير صورة وجهة المغرب صورة كاملة، حيث تقوم كل وجهة بتوفير تجربة فريدة تتكامل وتتسق مع الوجهات الأخرى. هذا التقسيم الذي يتجاوز الحدود الإدارية يسمح للمناطق بالاستفادة من مجموع إمكانياتها ومؤهلاتها التي لم تُستغل لحد الآن.

وبالتالي استفادة كل منطقة من استراتيجية واضحة للتنمية تخصها وتماشى في الوقت نفسه مع الاستراتيجية والتوجهات المحددة على المستوى الوطني.

الشكل (01): خريطة المناطق السياحية



وفي هذا الإطار سيتم تطوير منطقتين على الساحلين الأطلسي والمتوسطي لتعزيز العرض الشاطئي المغربي، وذلك من خلال إنهاء إنجاز مشاريع "المخطط الأزرق" وتطوير منتوجات سياحية جديدة في الجنوب:

- ستجمع منطقة "سوس صحراء الأطلسي" مواقع أكادير ومناطقها الخلفية (تافراوت، إموزار إيداوتنان)، والعيون وكلميم في الصحراء والمحيط الأطلسي وستتمحور حول مزيج لكل من منتوج الصحراء، والمنتوج الأطلسي والمناخ المعتدل على طول السنة.
- ستعزز منطقة "المغرب المتوسطي"، التي تشمل السعيدية ومارتشيكا وكالا إريس، البعد المتوسطي للمغرب الذي يجمع بين الترفيه والتنمية المستدامة.

وتتموقع الأربع مجالات الترابية الأخرى على العرض الثقافي الغني، الذي يؤهل كل الموارد المادية والمعنوية للمغرب بشكل خاص، عبر تعزيز الوجهات المألوفة وتطوير مصدرين للتنمية:

- « مراكش الأطلسي »، المرتكزة على وجهات مراكش، توبقال والصويرة، التي تعزز عرضها لتظل بوابة المغرب الأنيقة والأصيلة.
- " وسط المغرب " ستكون وجهة السفر نحو أصول الثقافة والتاريخ والرفاهية بفضل التكامل القوي بين المواقع السياحية لفاس ومكناس وأفران.
- منطقة "كاب الشمال" التي تتمركز في مدن طنجة وتطوان وشفشاون وأصيلة والعرائش، تمثل أرضا للتلاقح الثقافي، مدعمة بعرض شاطئي حصري.
- تجمع منطقة "الوسط الأطلسي" سوف يجمع بشكل متناسق بين كل من الدار البيضاء والرباط والجديدة لتشكيل وجهة شاطئية للأعمال والترفيه.
- وأخيرا، هناك منطقتين آخريتين تفرضان نفسيهما كوجهتين للمغرب في مجال التنمية المستدامة من خلال تامين مواقع طبيعية استثنائية بالمغرب:
- منطقة "الجنوب الأطلسي الكبير" التي تتمحور حول الموقع الاستثنائي للداحلة والذي سيرتكز على عرض فريد يجمع بين فضاءات طبيعة محمية ومنتجات رياضية ذات الطابع المحلي.
- منطقة "الأطلس والوديان" المتمركزة حول أرزازات والوديان والواحات والأطلس الكبير، والتي ستسمح للوجهة بأن تتموقع كوجهة رائدة للسياحة البيئية والتنمية المتوسطة المستدامة.

#### 4- الوافدات السياحية

الجدول (02): تطور الوافدات السياحية بمراكز الحدود حسب نقط العبور

الحصة 2014	تباين 14/13	2014	2013	2012	2011	2010	2000	
68%	4%	6 949 937	6 691 449	6 018 566	6 254 252	6 136 024	2 109 579	الجو
22%	2%	2 287 427	2 244 025	2 072 133	2 109 598	2 264 905	793 702	مطار محمد الخامس
21%	9%	2 127 712	1 945 749	1 704 466	1 761 100	1 703 885	591 142	مطار مراكش المنارة
7%	1%	677 415	672 779	620 892	673 949	706 619	414 844	مطار أكادير المسيرة
5%	-9%	504 430	552 301	520 313	519 875	448 731	95 523	مطار طنجة بن بطوطة
4%	2%	379 615	373 996	308 680	352 469	332 967	38 837	مطار فاس سايس
3%	-10%	296 864	329 741	335 068	359 536	255 165	16 357	مطار العروي

2%	2%	246 585	242 308	201 287	227 520	186 228	53 015	مطار وجدة
3%	52%	328 844	216 177	165 599	167 513	166 578	49 611	مطار الرباط - سلا
0%	-22%	32 073	41 167	14 192	13 293	12 444	-	مطار الصويرة
0%	-22%	20 047	25 674	33 036	21 385	9 752	19 139	مطار الحسيمة
0%	-2%	18 076	18 355	20 692	22 062	23 390	29320	مطار ورزازات
20%	2%	2 036 256	1 993 108	1 941 411	1 902 184	1 923 723	1 612 177	البحر
13%	3%	1 287 987	1 255 511	1 283 665	1 171 020	810 365	-	ميناء طنجة المتوسطي
5%	1%	504 139	497 551	453 297	437 656	797 636	1 299 159	ميناء طنجة
2%	-3%	195 402	202 191	173 138	275 402	278 368	292 718	ميناء الناظور
13%	-5%	1 296 751	1 361 707	1 415 179	1 185 697	1 228 591	556 364	البر
9%	-4%	886 907	927 826	955 716	778 854	778 080	454864	باب سبتة
4%	-7%	372 393	400 409	423 511	371 733	422 963	101 422	بني أنزار
100%	2%	10 282 944	10 046 264	9 375 156	9 342 133	9 288 338	4 278 120	المجموع

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

الجدول (03): تطور الوافدات السياحية بمراكز الحدود حسب بلد الإقامة								
تباين 14/13	الحصة 2014	2014	2013	2012	2011	2010	2000	
2%	53%	5 437 453	5 323 333	5 011 729	4 933 883	4 910 435	2 325 505	السياح الأجانب
1%	17%	1 798 190	1 782 056	1 769 710	1 775 961	1 827 453	813 865	فرنسا
0%	7%	683 761	682 834	730 882	693 255	726 540	232 245	إسبانيا
18%	5%	476 550	403 325	357 347	352 141	338 060	137 232	المملكة المتحدة
-2%	3%	267 308	272 593	255 290	258 620	221 371	79 918	بلجيكا
-21%	2%	213 675	270 227	219 280	174 417	155 550	63 989	المغرب العربي
7%	2%	255 124	237 852	199 349	219 576	205 417	211 039	ألمانيا
8%	2%	254 209	234 912	196 186	211 405	233 224	142 426	إيطاليا
-9%	2%	191 158	210 859	204 767	197 642	175 078	59 436	هولندا
8%	2%	177 233	164 534	152 987	134 289	121 635	67 157	الشرق الأوسط
5%	2%	167 267	160 033	140 045	130 427	135 376	121 068	الولايات المتحدة الأمريكية
13%	1%	95 193	83 999	67 165	83 769	64 322	77935	الدول الإسكندنافية
3%	47%	4 845 491	4 722 931	4 363 427	4 408 250	4 377 903	1 952 615	المغاربة المقيمون بالخارج
2%	100%	10 282 944	10 046 264	9 375 156	9 342 133	9 288 338	4 278 120	المجموع

## 5- أهمية السياحة في الاقتصاد المغربي

أ. السياحة: رافعة للتنمية: تحتل السياحة مكانة مهمة في البنية الاقتصادية للمملكة وتمثل رافعة حقيقية لتسريع التنمية السوسيو اقتصادية. وباعتبارها أيضا محركا للنمو، فإن السياحة تؤثر إيجابا على جميع مجالات الأنشطة الاقتصادية للمغرب وكذا على باقي قطاعات الاقتصاد الأخرى.

ب. السياحة: ثاني مساهم في الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص الشغل: تشارك السياحة بشكل كبير وبطريقة مباشرة في خلق الثروات والحد من البطالة والفقر وذلك بمساهمتها بنسبة 12% في الناتج المحلي الإجمالي، ومساهمتها في خلق 550 000 منصب شغل مباشر، أي ما يمثل حوالي 5% من إجمالي نسبة الشغل في الاقتصاد.

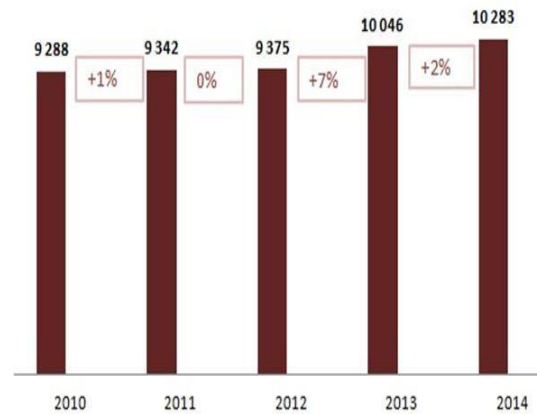
ج. السياحة: أول مساهم في ميزان الأداءات: تحتل السياحة مرتبة هامة فيما يتعلق بمصادر جلب العملة الصعبة إلى المغرب بعد تحويلات المغاربة المقيمين بالخارج، حيث قُدرت العائدات المحصلة من طرف السياح غير المقيمين الذين أقاموا بالمغرب سنة 2014 (دون احتساب مصاريف النقل الدولي) بحوالي 57.2 مليار درهم. وتمثل هذه العائدات من العملة الصعبة حوالي 29% من صادرات السلع والخدمات وتغطي 24% من عجز الميزان التجاري سنة 2014.

د. السياحة الدولية في تطور بالمغرب: احتتمت سنة 2014 بنتيجة إيجابية حيث زار المغرب 10.3 مليون سائح، أي ارتفاع نسبته 2,4% مقارنة مع سنة 2013.

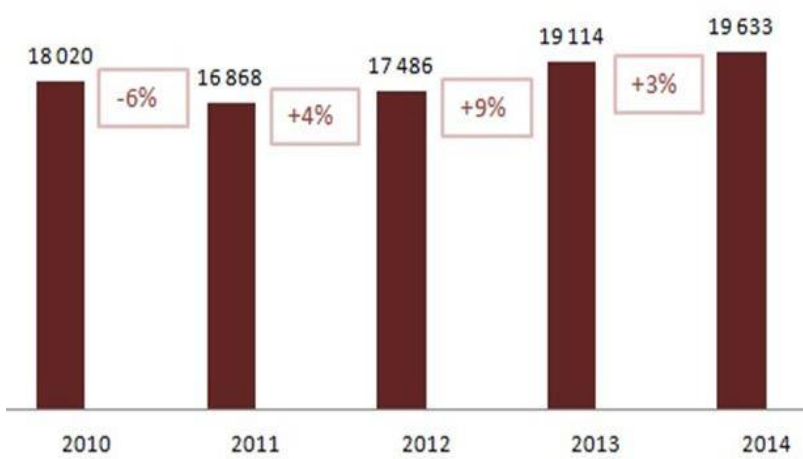
هـ. طاقة إيوائية في تطور: بلغت الطاقة الإيوائية المصنفة سنة 2014. 216 386 سرير، أي 8820 سرير إضافي مقارنة مع سنة 2013، وتشكل الفنادق من فئة 3\* و4\* و5\* والأندية الفندقية 61% من مجموع عدد مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة.

## 6- تطور المؤشرات السياحية الرئيسية:

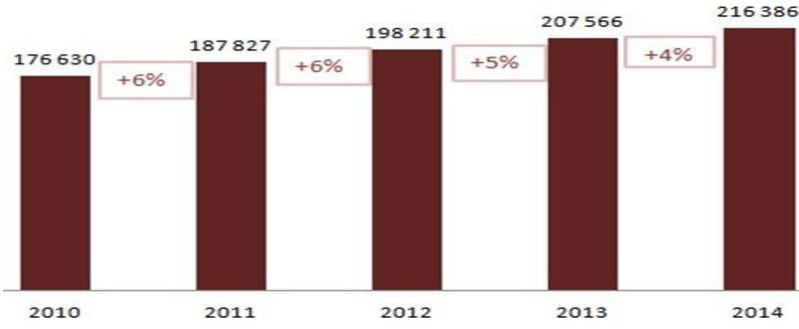
الشكل (01): تطور وافدات السياح (بالآلاف)



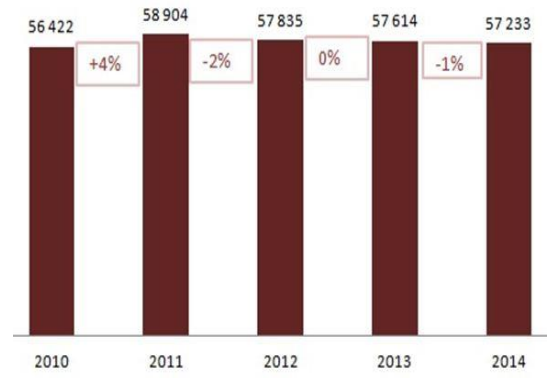
الشكل (02): تطور الميئات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة (بالآلاف)



الشكل (04) : تطوّر الطاقة الإيوائية (حسب الأسرة)



الشكل (03) : تطوّر الإيرادات السياحية (بالملايين)



Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

## 7- المبيّات الفندقية

أ. تطوّر المبيّات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة حسب المدن

الجدول (04): تطوّر المبيّات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة حسب المدن

الحصة 2014	تباين 14/13	2014	2013	2012	2011	2010	2000	
34%	3%	6 727 532	6 513 577	5 918 055	5 754 482	6 357 486	3 786 467	مراكش
26%	2%	5 055 424	4 956 193	4 498 648	4 487 139	4 806 728	4 292 065	أكادير
10%	3%	1 892 975	1 841 688	1 674 875	1 524 649	1 600 964	1 136 826	الدار البيضاء
5%	1%	932 777	920 410	862 649	815 886	818 346	612 638	طنجة
4%	7%	823 120	770 750	644 391	643 790	820 800	720 983	فاس
3%	3%	639 441	621 353	602 448	613 153	635 329	527 374	الرباط
2%	3%	484 595	472 035	399 246	350 701	309 132	102 343	الصويرة- موغادور
2%	-25%	350 011	464 199	471 079	475 901	356 132	50 250	وجدة- السعيدية
2%	4%	386 183	371 196	318 026	281 817	267 287	50 834	الجديدة - مزغان
2%	19%	427 172	358 865	337 574	332 322	420 626	591 838	ورزازات
2%	1%	321 075	318 031	340 078	286 490	293 465	356 215	تطوان
1%	1%	219 076	216 530	200 557	211 110	249 073	192002	مكناس
100%	3%	19 633 475	19 114 129	17 485 762	16 867 666	18 020 305	13 539 567	المجموع

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

ب. تطوّر المبيّات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة حسب الأسواق

الجدول (05): تطوّر المبيّات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة حسب الأسواق

الحصة 2014	تباين 14/13	2014	2013	2012	2011	2010	2000	
73%	3%	14 326 312	13 931 125	12 549 244	12 418 868	13 954 733	11 267 761	غير القيمين

24%	-6%	4 749 129	5 052 091	4 931 430	4 906 790	5 814 687	4 691 544	فرنسا
9%	13%	1 719 944	1 518 319	1 360 602	1 339 620	1 345 539	544 767	المملكة المتحدة
5%	-11%	969 995	1 092 162	921 331	698 113	638 137	379 387	الدول العربية
6%	20%	1 190 061	991 489	909 077	944 227	946 341	1 833 759	ألمانيا
4%	6%	757 782	714 286	684 495	706 488	945 415	589 982	إسبانيا
3%	-3%	639 845	659 138	590 669	641 355	589 450	452 420	بلجيكا
2%	7%	430 607	401 112	368 660	460 409	657 050	750 212	إيطاليا
2%	-7%	308 401	333 399	306 490	290 093	340 837	148 260	هولندا
2%	19%	373 718	314 717	269 707	239 422	286 147	323 569	الوم أ
1%	-33%	168 616	250 563	151 866	110 048	220 293	-	روسيا
1%	31%	196 333	149 422	105 512	183 703	141 899	449989	الدول الإسكندنافية
27%	2%	5 307 163	5 183 004	4 936 518	4 448 798	4 065 572	2 271 806	المقيمون
100%	3%	19 633 475	19 114 129	17 485 762	16 867 666	18 020 305	13 539 567	المجموع

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

## 8- الطاقة الإيوائية

أ. تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة وحسب المدن

الجدول (06): تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة وحسب المدن

الحصة 2014	تباين 14/13	2014	2013	2012	2011	2010	2000	
30%	2%	65 640	64 625	63 145	61 082	55 821	18 696	مراكش
16%	7%	34 773	32 363	31 559	29 769	29 029	21 494	أكادير
8%	2%	16 529	16 273	15 344	14 192	13 754	7 750	الدار البيضاء
4%	10%	9 706	8 820	7 920	7 680	7 685	7 087	طنجة
4%	6%	9 266	8 764	8 382	8 082	7 466	3 995	فاس
4%	2%	8 686	8 493	8 237	7 866	7 820	4 730	ورزازات
4%	2%	8 267	8 113	7 213	6 731	5 514	1 651	وجدة- السعيدية
3%	2%	5 842	5 741	5 477	5 081	4 957	3 861	الرباط
3%	12%	6 116	5 462	5 462	4 819	4 801	4 293	تطوان
2%	1%	5 333	5 272	5 145	4 854	4 350	1 286	الصويرة- موعادور
2%	20%	4 286	3 571	3 507	3 380	3 370	1 929	مكناس
2%	3%	3 332	3 226	3 182	2 877	1 772	826	إفران
1%	0%	3 088	3 088	3 024	2 953	2 869	648	الجديدة - مزغان
100%	4%	216 386	207 566	198 211	187 827	176 630	95 180	المجموع

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب الفئة

الجدول (07): تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب الفئة

الحصة 2014	تباين 14/13	2014	2013	2012	2011	2010	2000	
7%	4%	14 406	13 817	12 197	10 318	9 882	5 246	فندق *1
7%	5%	15 386	14 639	14 063	13 405	13 575	9 768	فندق *2
13%	1%	28 829	28 409	27 879	26 182	25 378	17 925	فندق *3



23%	3%	49 211	47 833	46 599	46 591	46 411	26 935	فندق *4
15%	0%	32 662	32 684	32 595	30 551	27 889	15 006	فندق *5
9%	17%	19 820	16 946	15 815	15 600	11 580	4 641	الإقامات السياحية
10%	0%	21 015	21 015	20 167	20 169	19 707	15 659	أندية فندقية
11%	7%	23 863	22 354	20 632	17 748	15 531	-	ديور الضيافة
5%	13%	11 194	9 869	8 264	7 263	6 677	-	الآخرون*
100%	4%	216 386	207 566	198 211	187 827	176 630	95 180	المجموع

الآخرون: فندق عائلي، فندق طرقي، مأوى وملجأ

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

## 9- التكوين بالأرقام

أ. التكوين العالي:

الجدول (08): تطور عدد خريجي المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة ما بين 2001-2013:

السنة	2013 -2012	2012 -2011	2011 -2010	2010 -2009	2009 -2008	2008 -2007	2007 -2006	2006 -2005	2005 -2004	2004 -2003	2003 -2002	2002 -001
عدد خريجي المعهد	280	140	302	179	313	310	287	258	235	235	223	228

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

الجدول (09): تطور عدد الطلبة -المسجلين بالمعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة حسب الجنس ما بين 2001 - 2013

السنة/الصف	2013 -2012	2012 -2011	2011 -2010	2010 -2009	2009 -2008	2008 -2007	2007 -2006	2006 -2005	2005 -2004	2004 -2003	2003 -2002	2002 -001
أنثى	475	372	400	436	380	371	342	321	310	311	303	289
ذكر	301	231	239	228	264	258	270	244	205	171	175	189
المجموع	776	603	639	664	644	629	612	565	515	482	478	478

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

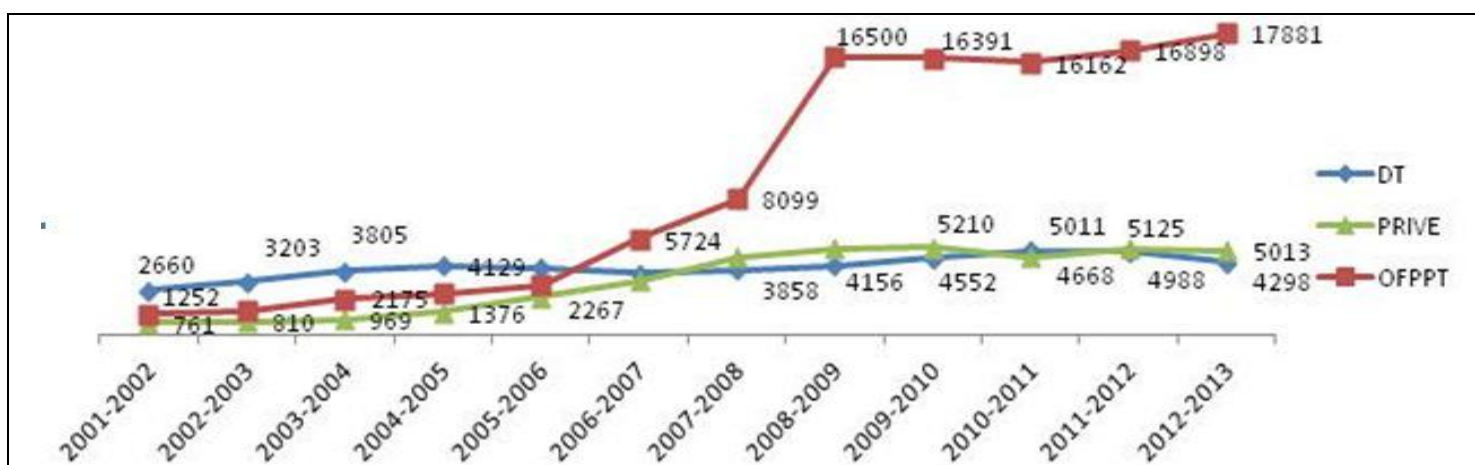
ب. التكوين المهني:

الجدول (10): تطور عدد الطلبة - المسجلين بمعاهد التكوين المهني الداخلية

السنة/الصف	2002-001	2003-2002	2004-2003	2005-2004	2006-2005	2007-2006	2008-2007	2009-2008	2010-2009	2011-2010	2012-2011	2013-2012
مكتب التكوين المهني وإنعاش	2660	3203	3805	4129	4033	3703	3858	4156	4552	5011	4988	4298
القطاع الخاص	1252	1455	2175	2449	3010	5724	8099	16500	16391	16162	16898	17881
المجموع	4673	5468	6949	7954	9310	12646	16617	25807	26153	25841	27011	27192

Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

الشكل (05): تطور عدد الطلبة - المسجلين بمعاهد التكوين المهني الداخلية



Source : <http://www.tourisme.gov.ma>

## الخاتمة:

تُعتبر المغرب من أهم الوجهات السياحية الدولية، وسوف تكون وجهة المرجع النهائي لتحقيق التنمية المستدامة في منطقة البحر الأبيض المتوسط. مستندا على تراثه البيئي والطبيعي والثقافي، ذات قيمة كبيرة، وسوف تمكنها من أن تصل إلى 20 مليون سائح بحلول عام 2020.

فمن بين أهداف رؤية مؤسسة محمد السادس لحماية البيئة توجيه نمو السياحة نحو سياحة مسؤولة. ويكمن الهدف في حماية الثروات البيئية، التي أصبحنا ندرك أنها غير قابلة للتجديد في غياب تدبير مستدام ومسؤول. إن برامج وأنشطة المؤسسة يهدفان إلى:

- حماية المواقع التراثية والمواقع الطبيعية والبيئة، من خلال إعادة التأهيل والتربية البيئية؛
  - تحسيس ومواكبة المهنيين السياحيين لتفعيل منهجية حول التدبير البيئي؛
  - توعية وتحسيس السائح خلال عطلته علي حسن استعمال الموارد الطبيعية ومراعاة هشاشة النظم البيئية؛
  - تشجيع السياحة القروية والسياحة البيئية؛
  - خلق منبر لتبادل المعلومات حول المبادرات السياحة المسؤولة بين القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني.
- وتعتبر برامج "المفتاح الأخضر" و"اللواء الأزرق" والتعويض الطوعي للكربون" من برامج المؤسسة التي تصب بصفة مباشرة في تعزيز السياحة المسؤولة، كما تساهم في هذا المجال حماية الشريط الساحلي، وإعادة تأهيل وترميم الحدائق التاريخية وبساتين النخيل والواحات، وجودة الهواء.

1\_

[http://www.visitmorocco.com/convert.php?lg=&keepThis=true&TB\\_iframe=true&height=250&width=400](http://www.visitmorocco.com/convert.php?lg=&keepThis=true&TB_iframe=true&height=250&width=400) le 13/11/2011

2- [www.aljahirah.com](http://www.aljahirah.com) 12/10/2010

3- الموقع الرسمي لوزارة السياحة المغربية: <http://www.tourisme.gov.ma>