

تجربة المغرب في تفعيل العلاقة الإيجابية بين التخطيط السياحي ومبادئ السياحة المستدامة لتحقيق التنمية السياحية

Morocco's Experience in Activating the Positive Relationship Between Tourism Planning and Sustainable Tourism Principles to Achieve Tourism Development

*د. فضيلة بوطورة

أستاذ محاضر أ

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر.

fadila.boutora@gmail.com

ملخص

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على المخططات الإستراتيجية في قطاع السياحة في المغرب، لمعرفة دورها في تحقيق التنمية السياحية المستدامة للملكية، من خلال الرؤية 2010 والرؤية 2020 للقطاع والتي كان لها أثر إيجابي على أداء هذا القطاع، وبينت الدراسة أن السياحة بال المغرب تساهم كثاني قطاع في الناتج المحلي الإجمالي وكذلك كثاني قطاع من حيث فرص العمل، ومن ثم فهي تساهم في خلق الثروات والحد من البطالة، وأوصت الدراسة على القائمين بالقطاع السياحي بال المغرب الأخذ بالتطورات التكنولوجية الحديثة في عين الاعتبار لخدمة القطاع، والتي تحسن من شروط العمل في القطاع والتشجيع على الممارسات الجيدة في مجال الاستدامة.

الكلمات المفتاحية: السياحة؛ التخطيط السياحي؛ التنمية السياحية المستدامة؛ استدامة السياحة؛ المغرب.

Abstract

The study aimed to shed light on strategic plans in the tourism sector in Morocco, to know its role in achieving sustainable tourism development for the Kingdom, through the 2010 vision and the 2020 vision for the sector, which had a positive impact on the performance of this sector, and the study showed that tourism in Morocco contributes as the second sector in the Gross domestic product, as well as the second sector in terms of employment opportunities, and thus contribute to creating wealth and reducing unemployment, The study recommended to those in charge of the tourism sector in Morocco to take into account modern technological developments in the service of the sector, which improves working conditions in and encourages good practices in the field of sustainability.

Keywords: Tourism; Tourism Planning; Sustainable Tourism Development; Sustainable Tourism; Morocco.

مقدمة

تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاديات الدول وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عاليا من طرف الحكومات التي أصبحت في مجملها تسعى لتطوير وتنمية القطاع السياحي الذي يساهم في التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي، فقد ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته، ببروز السياحة كظاهرة مضاربة سلوكية من ناحية وظاهرة إقتصادية واجتماعية

من ناحية أخرى. ولقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية، كان لها أثر عظيم في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعي توجيه الإهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيهه وتقدير هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة وبشكل سريع وناضج، مما ترتب عليه اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي لتحليل وتفسير الأنشطة السياحية والعمل على تطويرها.

ويحتل المغرب مكانة متقدمة على خريطة السياحة العالمية، يقع على وجهتين بحريتين من حوض البحر المتوسط والمحيط الأطلسي، وشواطئه الجميلة الممتدة على طول 3500 كم توفر للزائر إمكانية ممارسة هوالياته في السباحة والنزة وصيد الأسماك. وجبال أطلس المغربية التي يصل ارتفاع بعض قممها أكثر من 3000 متر تهيئ للسائح أيضاً رؤية غابات الصنوبر والبلوط والأرز والمحطات الجبلية العليا. إضافة إلى هذا التنوع الفريد تتواجد الحمامات المعدنية العلاجية المشهورة في المغرب منذ زمن بعيد ويتربع على قمة هذه الثروة السياحية توافر الآثار في المدن العتيقة. كمدينة فاس التي تحضن أول جامعة في العالم وهي جامعة القرويين، فالمغرب عالم واسع يمتاز فيه الواقع بالأساطير، وتعيش على مشارف مدنه وبين جدرانها العصرية عادات وتقاليد لها نكهات مميزة.

1- مشكلة الدراسة: أصبح على الدول التي يعتمد اقتصادها بشكل كبير على السياحة ضرورة الربط بين التخطيط ومبادئ السياحة المستدامة نظراً لما لها من دور فعال في إستدامة هذا القطاع من جهة، وكذا معايرة جميع التغيرات التي مرت الحاجيات الاقتصادية والإجتماعية.... وغيرها للزائر ، مع المحافظة في الوقت ذاته على النمط البيئي والتنوع الحيوي والإرث التاريخي والحضاري للموقع السياحية من جهة أخرى، من خلال ما تقدم ذكره يمكن طرح سؤال الإشكالية الآتي: ما هي ملامح الإستراتيجية السياحية للاستثمار السياحي في المغرب وفق المخططات السياحية رؤية 2010 ورؤية 2020؟ وما هو الواقع الإحصائي للقطاع المفسر لفعالية المخططات وتحقيق أهدافها لتحقيق التنمية السياحية المستدامة؟

2- أهمية الدراسة: تعتبر السياحة اليوم نشاطاً اقتصادياً بارزاً ومورداً هاماً لكثير من دول العالم، وتسعى الدول بقوة إلى تنشيط هذا القطاع بكل الوسائل المتاحة لديها مسخراً جميع الإمكانيات المادية، الإجتماعية، الثقافية والبيئية في سبيل الوصول إلى لقب بلد سياحي، أو مدينة سياحية لما يمثله هذا النشاط من قوة اقتصادية لا يستهان بها، ومصدراً لدخول العملة الصعبة وتوظيف الأيدي العاملة المحلية، ومن ثم تبرز أهمية الدراسة من خلال عرض إستراتيجيات التنمية السياحية التي تبنّتها المغرب من أجل ترقية قطاعها السياحي وجعله واحداً من أهم القطاعات المولدة للنمو الاقتصادي ومحركاً للتنمية الاقتصادية والإجتماعية، ومحقاً لأهداف التنمية السياحية المستدامة باعتباره ثانياً قطاعاً مساهماً في ناتجه الداخلي الإجمالي.

3- أهداف الدراسة: تتمثل بعض أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على أهم المصطلحات النظرية للدراسة كالتنمية السياحية والتخطيط السياحي والتنمية السياحية المستدامة.... الخ.

- تسلیط الضوء إلى أهم الأعمال السياحية المخطط لها في المغرب في إطار رؤية 2010 ورؤية 2020.

- إظهار واقع مساهمة قطاع السياحة من خلال المخططات المسطرة على بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية. وأهم مشاكل تنفيذ الإستراتيجيات السياحية في التجربة المغربية.

4- الدراسات السابقة:

- دراسة سليماء لفضل وميلود بورحمة، مسعودي زكرياء (السياحة المستدامة: المساهمة في النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في المغرب العربي – دراسة مقارنة (الجزائر، تونس، المغرب)، 2019): هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص القطاع السياحي في المغرب العربي

(الجزائر، تونس، المغرب) من خلال التعرض لأثر الإيرادات السياحية على النمو الاقتصادي في كل دولة، وتوصلت الدراسة إلى أن قطاع السياحة في هذه الدول المغاربية يؤثر إيجابياً على مستوى الناتج الداخلي الخام في المدى القصير والطويل.

- دراسة ليليا عين سوية (التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط السياحي، 2019): تهدف هذه الدراسة إلى تبيان مساهمة التخطيط الإستراتيجي في تحقيق التنمية المستدامة، ولتحقيق هذا الهدف تم التعرض إلى أهمية التخطيط السياحي على اعتباره من بين أهم الأدوات الاقتصادية المستخدمة من أجل تنمية سياحية حديثة، ومن أجل رفع عائد الدخل القومي والفردي ورفع المستوى الثقافي والحفاظ على المكون الحضاري، وخلصت الدراسة إلى أهمية التخطيط السياحي باعتباره أهم الأدوات التنمية السياحية المعاصرة والتي تهدف إلى تنمية مستدامة.

- دراسة أميرة بولحبال وسميرة عروسي (واقع التنمية السياحية المستدامة في إستراتيجية التنمية السياحية بتركيا، 2021): تهدف الدراسة إلى التعرف على تجربة السياحة التركية وتنميتها ومدى الأخذ بالأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة، فقد خلصت الدراسة إلى أن صناعة السياحة تعتبر أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة وتعد محركاً قوياً للتنمية المستدامة، لذلك عملت تركيا دائماً على بناء علاقة بين التنمية المستدامة والسياحة، حيث أخذت مجموعة من التدابير وطبقت سياسات وإمتيازات تشجيعية لتعزيز النمو في القطاع السياحي وأن الإستراتيجية المعتمدة أعطت أهمية كبيرة للتنمية السياحية المستدامة. مما سبق يتضح أن كل الدراسات السابقة ركزت على أهمية تحقيق السياحة المستدامة من خلال الاعتماد على التخطيط السياحي، إلا في دراستنا فقد هدفت إلى إبراز العلاقة الإيجابية التي تربط ما بين التخطيط السياحي ومبادئ السياحة المستدامة ودورها في النهوض بالقطاع السياحي وبالتالي تحقيق التنمية السياحية إسناداً إلى التجربة المغربية.

5- المصطلحات الرئيسية في الدراسة: يمكن إيجازها فيما يلي:

5-1- مفهوم السياحة: عرفت السياحة من قبل ماكنتوش وأخرون Mackintosh and others بأنها "مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشأة الأعمال والدول المضيفة، وذلك بهدف إستقطاب وإستضافة هؤلاء السياح والزائرين".ⁱ

5-2- مفهوم السياحة المستدامة: هي السياحة التي تلبي احتياجات السياح والموقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتوعي الحيوي.ⁱⁱ

5-3- مفهوم النشاط السياحي: هو مجموعة الأنشطة التي تتعلق بالسياحة والمقصود بها النشاط الفني والإداري الذي تقدمه وتقوم به الأجهزة والهيئات والمنشآت السياحية داخل الدولة، على أن ترضي السائحين وتشبع متطلباتهم.ⁱⁱⁱ

5-4- التخطيط الاستراتيجي السياحي: يعرّف التخطيط السياحي على أنه: "أسلوب تنظيمي، يهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترة زمنية معلومة، وذلك عن طريق جزء إمكانات المجتمع السياحية، سواء كانت مادية أو بشرية، وتعريفها وتحقيقها نحو تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية التي ارتضتها إطاراً لوجوده ونموه".^{iv} ويعُرف أيضاً على أنه: "نوع من أنواع التخطيط التنموي، وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة، التي تهدف إلى إستغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن والأقصى درجات المنفعة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الإستغلال لإبقاءه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه".^v

5-5- مفهوم التنمية السياحية: هي الإمداد بالتسهيلات والخدمات أو الإرتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السائحين وهي تأخذ عدة أشكال متباعدة، فقد تشمل تنمية المجتمعات الشاطئية والمنتجعات الجبلية، كما تمثل العواصم الكبرى سياحياً كأحد الأمثلة البارزة، حيث تجذب هذه

العواصم سنوياً الملايين من السائحين علاوة على الموارد والمقومات المحلية لاستغلال التراث المحلي^{vi}.

5-6- المتطلبات الرئيسية للتخطيط بفرض التنمية السياحية المستدامة: لتحقيق التنمية السياحية الشاملة والمستدامة فإن أهم متطلباتها ما يلي^{vii}:

- سن القوانين ذات العلاقة بحماية البيئة على أن تأخذ في الاعتبار ضرورة النظم لمكونات البيئة السياحية كوحدة واحدة أي لنظام بيئي متكامل غير قابل للتجزئة.

- وجود مراكز دخول في الواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتسهيل المراقبة الحذرة لسلوكهم تجاه البيئة السياحية، وإيجاد أنظمة وقوانين تضمن السيطرة على أعداد السياح الوافدين وتوفير الأمان والحماية بدون إحداث أضرار بيئية.

- تحديد الفترة الاستيعابية للموقع السياحية بحيث يحدد أعداد السياح الوافدين من المنطقة السياحية وتفادي الازدحام خاصة في لمناطق الأثرية والتاريخية حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والثقافية ويعرضها للضرر. ونشر الوعي السياحي والثقافة البيئية بين السكان المحليين فغالباً ما يكون هؤلاء سبباً في التحريض البيئي لداعي مادية مع الحرص على وجود اللاقات الإرشادية التي تؤكد أهمية ذلك.

- تشجيع إقامة المشاريع التي توفر الدخول للسكان المحليين مثل الصناعات الحرفية والتقاليدية والعمل كمرشد سياحيين. وتعاون كل القطاعات ذات العلاقة بالقطاع السياحي لإنجاح إقامة المحفييات الطبيعية والتراثية وإدارتهم من قبل كوادر بشرية مؤهلة واعتماد السياحة البيئية كوسيلة ملائمة لتسويقها وكمط من الأنماط السياحية التي يمكن من خلاله تحقيق التنمية السياحية الشاملة والمستدامة.^{viii}

وعليه يمكن تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور المحور الأول: التخطيط السياحي في المغرب بين الأهداف والتوقعات والناتج، والمحور الثاني: واقع قطاع السياحة في المغرب في خلال بعض المؤشرات الكلية، والثالث: المغرب بين الترتيب في التنافسية ومشاكل تنفيذ الرؤية 2020.

المحور الأول: التخطيط السياحي في المغرب بين الأهداف والتوقعات والناتج

أولاً- أهمية السياحة البيئية المستدامة في المغرب: يتمتع المغرب بإمكانات سياحية كبيرة تستحق الاستغلال الرشيد لإبراز خصوصياته، ويمكن أن تشكل السياحة البيئية بدلاً للسياحة التقليدية التي كانت تستند أغراضها. فالغنّي الثقافي والأصالة المغربية والتراث والفن المحلي، ثم الطبيعة الخلابة والمحفييات، تحتاج إلى تسويق جيد وبرنامج استراتيجي بحيث الروح المفقودة في ثنايا جدران الفنادق والمطاعم والمنشآت السياحية، وفق منظومة سياحة تستشرف الآفاق البعيدة لقطاع واعد. حيث أن السياحة البيئية قطاع رائد واستراتيجي في جهة سوس ماسة درعة، وقد حظيت باهتمام بالغ من وزارة السياحة إبان العشرية السابقة الممتدة في إستراتيجية 2010، وكذلك في "رؤية 2020" التي دعمت السياحة المسؤولة والمستدامة. وقد تم إحداث آلية لتنبّع الاستدامة في قطاع السياحة طوال مرحلة تفزيذ رؤية 2020، من خلال التوقيع على اتفاقية شراكة بين وزارات السياحة والطاقة والمعادن والمياه والبيئة. وذلك لمراقبة مدى احترام أصول السياحة المسؤولة وتأثير التنمية السياحية وكثافة السياح على البيئة والوضع الاجتماعي الاقتصادي. وتفعيل هذه الآلية عبر مراصد للبيئة والتنمية المستدامة أحدها وزارة البيئة في المناطق المغاربية المختلفة.

واعتمدت وزارة السياحة المغربية إستراتيجية لتطوير أنماط السياحة المستدامة في المناطق القروية، خصوصاً السياحة البيئية والسياحة الزراعية وسياحة المغامرات. من خلال تطبيق مفهوم "الفضاءات السياحية" التي تتعاون فيها الجماعات المحلية والمؤسسات والشركات في مشروع تشاركي. لهدف استقطاب سياح جدد ينشئون موارد الاقتصاد الوطني، وتضامناً مع

فئات اجتماعية هشة في مناطق قصبة.

ومهد التنوع الجغرافي والطبيعي والثقافي للمغرب لإنشاء ثمانية "فضاءات" رئيسية للاستقبال السياحي، تتمتع بهوية نوعية متميزة ترسمها المعطيات الطبيعية والثقافية والتاريخية وغيرها. وبدأ ترويج هذا النوع من السياحة ووضع إجراءات الدعم المؤسسي له. وقد أقيم موقع للاستقبال السياحي في أغادير سمي "فضاء الأركان". ويشهد فضاء إيموزار إداوتنان تهيئة نحو 65 كيلومتراً مربعاً، مقسمة بين أربعة مسارات للمشي وست باحات للاستراحة مع دار الاستقبال السياحي في مركز إيموزار، كما تم تأهيل منحل إنزركي العملاق لتربيبة النحل، وتدریب مرشدین سیاحین، وتهيئة أماكن للإقامة، مع توسيع الفاعلين المحليين بأهمية المشروع. وتتجه جهود شركاء المشروع حالياً نحو تهيئة مغارة "وین تمدوین"، التي تعتبر أكبر مغارة معروفة في أفريقيا وتمتد على طول 19 كيلومتراً. كما يتم تشجيع الاستثمار في نشاطات سياحية رياضية مثل الصيد المنظم وركوب الخيل وتسلق الجبال.^{ix}

ثانياً- المراحل الرئيسية للسياسة السياحية في المغرب: بدأت المراحل الأولى للسياسة السياحية في المغرب بإنشاء الديوان الوطني المغربي للسياحة سنة 1918، وانتهاء بالإعلان عن الرؤية الجديدة للسياحة أفق 2020 وذلك عام 2011، والجدول المولاي يبين المراحل الرئيسية والمحطات الزمنية التي مررت بها السياسة السياحية في المغرب.^x

الجدول 1-1: مراحل السياسة السياحية في المغرب من سنة 1918 إلى سنة 2011

النشاط	السنة
إنشاء الديوان الوطني المغربي للسياحة O.N.M.T	1918
إنشاء وزارة السياحة المغربية	1965
أول مخطط يعلن السياحة كأولوية وطنية	1967-1965
إنشاء الشركة الوطنية لتهيئة خليج أغادير وطنجة	1968
إصدار أول قانون للاستثمار السياحي	1973
إصدار قانون جديد للاستثمار السياحي	1983
إصدار ميثاق الاستثمار السياحي الجديد	1995
الإعلان عن الرؤية الوطنية للسياحة أفق 2010	2001
الإعلان عن الرؤية الوطنية للسياحة أفق 2020	2011

Source : Haut Commissariat au Plan, Royaume de Maroc, « Prospective Tourisme 2030, quelle ambitions pour le Maroc ».p.11.

نلاحظ من خلال الجدول 1-1، أن الاهتمام بالقطاع السياحي في المغرب كان منذ فترة بعيدة بدأت في سنة 1918 من القرن الماضي، وانطلاقاً من المخطط الثلاثي (1967-1965) تقرر إعطاء الأولوية للسياحة باعتبارها قطاعاً ذا أولوية وطنية، وتحول من مجرد جاذب للعملة الأجنبية إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بوجه عام، وتم إصدار أول قانون للاستثمار السياحي عام 1973، وتعزز المناخ الاستثماري في السياحة بعد إصدار ميثاق الاستثمار السياحي عام 1995، وبذلت الإستراتيجية السياحية الأولى المعروفة برؤى 2010 في سنة 2001 والتي غطت العشرية 2001-2010 ثم تلتها الرؤية الجديدة برؤى 2020 في سنة 2011 والتي تمتد خلال العشرية المولالية أي من 2011 إلى نهاية 2020.

ثالثاً- الأهداف العامة لـاستراتيجية تنمية السياحة بالمغرب: وهي:

1- الأهداف العامة لرؤى 2010 (المراحل الأولى): تم الإعلان عن الإستراتيجية المغربية للتنمية السياحية "رؤى 2010" خلال الجلسات الأولى للسياحة في المغرب المنعقدة بمراكش بتاريخ 10 جانفي 2001. وقد جاءت هذه الرؤى بعد تراجع شهدته قطاع السياحة في المغرب، تتمثل في انخفاض عدد الوافدين والليالي السياحية والإيرادات السياحية، خصوصاً في عقد التسعينيات من القرن الماضي وقد أسفر ذلك الوضع عن صعوبات وتداعيات مست الكثير من المستثمرين والمهنيين السياحيين. وخلال منتصف عام 2000 قامت الفيدرالية المغربية للسياحة بتقديم مشروع البرنامج/العقد (Contrat Programme) تحت شعار "السياحة رؤية وتحديات

"وارادة" وذلك بهدف إعطاء نفس جديد للسياحة وتحويل المغرب لأهم الوجهات السياحية العالمية، باستغلال ما يتمتع به من مقدرات طبيعية ومخزنة في الجانب التاريخي والحضاري. وقد سجل المغرب تراجعاً في المؤشرات السياحية الرئيسية بنسبة 23% خلال الأشهر الأخيرة من عام 2001 بسبب أحداث 11 سبتمبر 2001.

ويمكن تلخيص الأهداف العامة لرؤى 2010 في جعل المغرب من بين 25 وجهة سياحية الأولى في العالم، والت موقع الجيد للسياحة الشاطئية مع تطوير منتجات سياحية أخرى، تحسين التنافسية من خلال النوعية /السعر ، تكوين يد عاملة متدربة في القطاع السياحي، تقوية الترويج للمنتج السياحي، بعث ديناميكية لمناخ الاستثماري ودعم الاستثمار السياحي من خلال العقار السياحي، الجباية والتمويل، التنمية الجهوية لكافة مناطق التراب المغربي بإقامة أقطاب للتنمية المندمجة.

2- الأهداف العامة لرؤى 2020 (المرحلة الثانية): تم صياغة الأهداف العامة لرؤى 2020 بعد مراجعة وتقييم الأهداف المخططة والمحققة في رؤى 2010 وتم الإعلان عنها في 30 نوفمبر 2010 بمراكش، وترمي رؤى 2020 إلى ضمان استمرارية وتعزيز إنجازات رؤى 2010 وتحديد أهداف جديدة مع التركيز على محورين أساسيين بالنسبة للعشرينة (2011-2020) يتمثلان في دعم الشراكة بين القطاعين العام والخاص وإدراج مفهوم جديد يمكن في التنمية الجهوية المستدامة، ويمكن تلخيص أهداف رؤى 2020 فيما يلي:^{xii}

- جعل المغرب قوة سياحية تنافسية في السوق العالمي ومن بين أفضل 20 وجهة سياحية أولى في العالم.

- جعل المغرب مرجعاً في السياحة المستدامة ولاسيما في حوض البحر الأبيض المتوسط، تحسين البنية التحتية في السياحة بما يتماشى ومعايير الدولية، ومضاعفة حجم القطاع السياحي (انطلاقاً من رؤى 2010).

- مضاعفة عدد الرحلات السياحية الدولية وجلب حصة من السياح من الأسواق الصاعدة. ومضاعفة عدد الرحلات الداخلية 3 مرات بهدف تشجيع السياحة الداخلية.

3- الأهداف الكمية والنقدية للإستراتيجية المغربية للسياحة: وتمثل في ما يلي:

3-1- الأهداف الكمية والنقدية لرؤى 2010: تعتبر الأهداف المسطرة في رؤى 2010 جديدة، بالمقارنة مع السنة المرجعية، وبالنظر إلى الأرقام المستهدفة في الخطة العشرينية، والجدول الموجي يوضح أهم المؤشرات السياحية المستهدفة خلال الفترة الممتدة من 2001 إلى غاية 2010.

الجدول -2 : الأهداف الكمية والنقدية لرؤى 2010 2001-2010 الفترة (2010-2001)

الهدف	عدد الوافدين	الإيرادات السياحية	عدد الأسرة في المناطق المصنفة	عدد الليالي السياحية (المبيتات)	عدد الوظائف المستحدثة	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي	التكوين
القيمة المستهدفة في 2010	القيمة المرجعية 2001						
10 ملايين سائح	4,4 مليون سائح						
80 مليار درهم	30 مليار درهم						
230 ألف سرير	97 ألف سرير						
50 مليون ليلة	12,7 مليون ليلة						
600 ألف منصب شغل							
% 20	% 6,2						
72,000 شاب	2,000 شاب						

Source : Direction des Études et des Prévisions Financières. DEPS/SAT. Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, Maroc, sur le lien :

https://www.finances.gov.ma/Publication/depf/2011/1679_secteur_activitesavril_2011.pdf

نلاحظ من المعطيات الواردة في الجدول، إن الأهداف الكمية والنقدية في رؤى 2010 طموحة، تستهدف تحقيق نسب نمو مرتفعة في المؤشرات السياحية الرئيسية ومنها مضاعفة حجم الوافدين للوصول إلى 10 ملايين سائح في نهاية 2010 منها 7 ملايين سائح أجنبي و3 ملايين

سائح مغربي مقيد في الخارج، وتمثل هذه النسبة 1% من السوق السياحي العالمي، كما تهدف الخطة إلى إنجاز 160 ألف سرير إضافي أي ما يعادل 3 أضعاف الحظرية الفندقية لسنة 2001 . بالإضافة إلى مضاعفة ليالي المبيت لتصل إلى 50 مليون ليلة وهو ما يمثل 4 أضعاف القيمة المرجعية لسنة 2001. كما تسعى الخطة إلى الرفع من مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 20% مقارنة بنسبة 2.6% في السنة المرجعية.

3- الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020: إن التحولات العميقية والسريعة التي عرفها المغرب والأسس المتنية 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. وترتكز خطة السياحة رؤية 2020 على تعزيز المكتسبات المحققة في رؤية 2010 ومضاعفة حجم القطاع السياحي، بالإضافة إلى العمل على جعل المغرب ضمن الوجهات السياحية العشرين المفضلة لدى السياح الأجانب، وجعله مرجعاً في التنمية المستدامة في حوض البحر الأبيض المتوسط.

ونلاحظ من خلال الجدول -3 ، أن رؤية 2020 تعتزم تهيئة 200 ألف سرير إضافي للحظرية الفندقية للوصول إلى 375 ألف سرير في نهاية العشرية، ومضاعفة عدد السياح الوافدين من الأسواق الأوروبية الرئيسية، وتجنب مليون سائح من الأسواق الناشئة، كما يسعى المغرب إلى مضاعفة حجم السياحة الداخلية 3 إضعاف مما كانت عليه في السنة المرجعية، والرفع من العائدات السياحية لبلوغ 140 مليار درهم مقابل 60 مليار درهم في سنة 2010، وما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية خلال العشرية مقابل 440 مليار درهم محققة في العشرية السابقة، وزيادة نقطتين للناتج المحلي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ليصل إلى 6.8% بالإضافة إلى توفير 470 منصب شغل مباشر جديد.

الجدول -3 : الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020 2011-2020 الفترة (2020-2011)

الهدف	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي	التكوين	القيمة المرجعية في 2010	القيمة المستهدفة في 2020
عدد الوافدين	% 8,6	% 6,6	9,3 مليون سائح	20 مليون سائح
الإيرادات السياحية			56,10 مليار درهم	140 مليار درهم
عدد الأسرة في المناطق المصنفة			174,180 سرير	200 ألف سرير جديد
عدد الليالي السياحية (المبيتات)			18 مليون ليلة	54 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة			450 ألف منصب عمل	915 ألف منصب شغل
			21,300 شاب	130,000 شاب

Source : Direction des Études et des Prévisions Financières. DEPS/SAT. Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, Maroc, sur le lien :

https://www.finances.gov.ma › 2011 › 1679_secteur_activitesavril_2011

ومن أجل التقييم المرحلي لأهم الأهداف النقدية والكمية في رؤية 2020 فقد قامت وزارة السياحة المغربية بتجزئة الخطة إلى محطات زمنية كما في الجدول التالي :

الجدول -4 : المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020 (أهم مؤشرات رؤية 2020)

الأهداف	2020	2015	2010
الطاقة الإيوانية (عدد الأسرة)	372300	256400	178000
عدد السياح الوافدين (بالآلاف)	20000	13711	9200
الإيرادات السياحية (بالمليون درهم)	138000	85000	56000
الناتج السياحي الإجمالي (بمليون درهم)	148518	93493	59900
عدد الرحلات المحلية (اقامات في مؤسسات الايواء السياحي المصنفة بالآلاف)	5752	3930	1850
الوظائف المباشرة المستحدثة من النشاط السياحي	914706	645147	449283

المصدر: البيانات المجمعة من موقع وزارة السياحة المغربية والديوان الوطني المغربي للسياحة

"ONMT" رؤية 2020

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول، أن النسب المتوقعة لتحقيق الأهداف المرحلية خلال الخمس سنوات الأولى(2010-2015) أقل منها في الخمس سنوات المولالية (2015-2020) فعلى سبيل المثال يتوقع أن يتم إنجاز 78400 سرير إلى غاية 2015 و 115900 سرير في 2020. ويرجع السبب في ذلك إلى التأخر الملحوظ في تسليم بعض المشاريع الهامة في المخطط الأزرق 2010، وتوقف البعض الآخر منها (المحطة السياحية ماقدور ومحطة لكسوس) بسبب مشاكل تمويلية، حسبما صرّح به رئيس الفدرالية الوطنية للسياحة ورئيس الجمعية الوطنية للمستثمرين السياحيين. كما تطالب بعض الجمعيات المهنية العاملة في الميدان السياحي في المغرب بضرورة تعديل رؤية 2020، وذلك بالنظر إلى الظرفية الاقتصادية العالمية غير المواتية، وخاصة تداعيات الربيع العربي، وأثر موجة الإرهاب، والأزمة الاقتصادية في بعض البلدان الأوروبية التي تعتبر مصدراً لتصدير السياح إلى المغرب. ونشير إلى أن معدل نمو عدد السياح العالمي المتوقع من منظمة السياحة العالمية لمنطقة شمال إفريقيا هو 2.5% سنوياً، للفترة من 2010 إلى 2020، (أي معدل تراكمي يقارب 52% خلال الفترة) في حين أن المعدل التراكمي المتوقع في رؤية 2020 هو 100% (أي الضعف) وهو معدل مبالغ فيه كثيراً على المملكة تحقيقه.^{xiii}

رابعاً. أدوات وآليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية في المغرب: وتمثل في مايلي:^{xiv}

1- أدوات وآليات تنفيذ رؤية 2010: من أجل تنفيذ الأهداف العامة والكمية الواردة في رؤية 2010 قامت السلطات المغربية بتقسيم الرؤية إلى ست ورش متكاملة فيما بينها، وهذه الورش هي:

1-1- الورشة الأولى: ورشة المنتوج. تخص هذه الورشة البنية التحتية للإيواء، ففي عام 2001 كانت الطاقة الإيوائية في المغرب تتحصى 97000 سرير على المستوى الوطني، وقد كان هدف هذه الورشة إنجاز ما مجموعه 160000 سرير. حيث إستحوذ برنامج المخطط الأزرق الخاص بالسياحة الشاطئية على ما يقارب 70% بحصة تقدر بـ 110000 سرير.

1-2- الورشة الثانية: ورشة النقل. تهدف هذه الورشة ضمن "رؤية 2010" إلى زيادة تدفقات النقل البري الدولي لوجهة المغرب من خلال تحرير النقل البري بهدف تخفيض تكفة الطيران وكان الهدف الكمي الإنفاق من 5,5 مليون مسافر دولي سنة 2000 إلى 6,15 مليون مسافر بنهائية 2010، والرفع من عدد الرحلات الدولية من 600 رحلة أسبوعية إلى 1300 رحلة.

1-3- الورشة الثالثة: ورشة الترويج، الاتصال والتسيير. كان هدف هذه الورشة إعادة هيكلة الديوان الوطني المغربي للسياحة (ONMT) بطريقة تجعل منه أداة فعالة في ترويج السياحة المغربية في الخارج.

1-4- الورشة الرابعة: ورشة التنظيم المؤسساتي. تهدف هذه الورشة إلى إعادة توزيع الأدوار والمهام للمؤسسات السياحية العاملة في القطاع السياحي (القطاع العمومي والخاص) مع تحسين التنسيق فيما بينها، وقد تم خصت هذه الورشة عن إنشاء المجالس الجهوية للسياحة (CRT).

1-5- الورشة الخامسة: ورشة التكوين. ترمي هذه الورشة إلى إنشاء هيكل المرافقية التي تسمح بتكوين 72000 فرداً مؤهلاً للعمل في المؤسسات الفندقية السياحية وخاصة وظائف الإستقبال والضيافة، للوصول لجعل السياحة المغربية أكثر مهنية.

1-6- الورشة السادسة: ورشة البيئة السياحية. وهي ورشة تعتمد على تطبيق أحسن الممارسات في الضيافة والتسيير الخاص بإدارة التدفقات السياحية، كما عملت هذه الورشة على تحسين البيئة القانونية والتشريعية لقطاع السياحة المغربي.

الجدول -5 : مشاريع المخطط الأزرق للسياحة الشاطئية "رؤية 2010"

المناطق/البيان	السعيدة	قلمرين	تاغزورت	ميناء	مازنغان	موكادور	المجموع
----------------	---------	--------	---------	-------	---------	---------	---------

			الكسوس				
109500	10500	8000	12000	21000	30000	28000	عدد الأسرة المراد انجازها
35050	3300	2000	3750	8000	10000	8000	مناصب شغل مباشرة
175250	16500	10000	18750	40000	50000	40000	مناصب شغل غير مباشرة
49.10	5,2	6,3	5,60	10	10	12	قيمة الاستثمارات
3,390	500	500	461	615	700	614	مساحة مخصصة بالهكتار

Source : Haut Commissariat au Plan 2007 – Fédération Nationale du tourisme 2008 (FNT.HCP), sur le lien : <https://www.hcp.ma/shop/Les-Cahiers-du-Plan-N-16-Decembre-2007-J...>

نلاحظ من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، الأهمية المعطاة للسياحة الشاطئية في رؤية 2010، حيث أن الأسرة المزمع توفيرها في المخطط الأزرق المقدر عددها بـ 109.500 سرير إضافيا تمثل نسبة تقارب 70% من الطاقة الإيوانية الإجمالية المستهدفة (160.000 سرير جديد). كما أن فرص العمل الواجب إحداثها في هذا المخطط تمثل نسبة 35% من مجموع المستهدف في رؤية 2010. وهكذا فإن المخطط الأزرق يعتبر عصب السياحة المغربية خلال العشرية 2001-2010. والجدول -6- يوضح انجازات وتوقعات وأهداف رؤية 2010 حيث سجلت بذلك تحسنا هاما على المستويين النوعي والكمي، مقارنة مع سنة 2001، على الرغم من أن الأهداف التي تم تحديدها في البداية لم تتحقق إلا جزئيا، خاصة في ما يتعلق بمساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام المغربي التي حققت 8% فقط في حين توقعت المخططات نسبة 20%， وبانخراط المغرب في إطار استثمارية "رؤبة 2010" تطمح رؤبة 2020 الجديدة إلى الرفع من مستوى النشاط السياحي، حيث تهدف لمساعدة عدد الزائرين بحلول 2020، من حيث العائدات وتتوقع أن ترتفع إلى 140 مليار درهم مسجلة بذلك نموا سنويا قدره 9.6%.

الجدول-6: انجازات وتوقعات وأهداف رؤبة 2010

الإنجازات (بالنسبة المئوية)	رؤبة 2010	رؤبة 2010	2001	
93 بالمائة	10	9,3	4,4	وصول السياح إلى الحدود (بالملايين، بما فيهم المغاربة المقيمين بالخارج)
97 بالمائة	480	465	51	العائدات التراكيمية للسياحة (بملايين الدرهم سنة 2000 باعتبارها سنة مرجعية)
78 بالمائة	230	180	97	الطاقة الإيوائية (بالآلاف الأسرة)
37 بالمائة	50	18,5	12,7	مبادرات السياحة (بالملايين، سياح آجانب ومحليون)
40 بالمائة	20%	8%	6,1%	مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام المغربي (بالنسبة المئوية من الناتج الداخلي الخام، حصة مباشرة وغير مباشرة)

المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الآيواء السياحي الأخرى، إحالة رقم 2015/16، ص:12.

2- أدوات واليات تنفيذ رؤبة 2020: من أجل تحقيق التوجهات الكبرى التي جاءت بها الإستراتيجية السياحية الجديدة رؤبة 2020، فقد عمل المغرب على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص، وتهيئة الأقاليم الترابية وتحسين القدرة على التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، وخاصة ترسیخ ثقافة حقيقة لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي كما ستضع رؤبة 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، وذلك مواكبة

للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد باستغلال الإمكانيات المتوفرة التي تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر. وترتکز الإستراتيجية على محاور:^{xv}

2-1- التقسيم الجهوی للمناطق السياحية: يتضمن هذا المحور تقسيم التراب الوطني إلى ثمانى مناطق سياحية كبرى:

- **المنطقة الشمالية:** يدور عرض هذه المنطقة حول السياحة الثقافية والشاطئية حيث يرتفب زيادة الطاقة الاستيعابية لتجاوز 43.000 سرير بحلول عام 2020 فيما سيجل عدد السياح 7,2 مليون سائح. وبذلك ستساهم الجهة بـ 7,20 مليار درهم كناتج سياحي داخلي خام وبخلق 128.020 منصب عمل.

- **منطقة المغرب المتوسطي:** يتمحور هذا العرض حول موقع السعودية ومرسيكا وكالا إيريس ووفقاً للتوقعات الإستراتيجية، يرتفب تطوير الطاقة الاستيعابية بحوالي 27.300 سرير لتعطيه 921.000 سائح. كما يتوقع ذر مداخل تقدر بحوالي 6 مليارات درهم، وبذلك ستساهم الجهة بـ 2.7 مليار درهم كناتج سياحي داخلي خام.

- **المنطقة الأطلسية الوسطى:** تشمل هذه الوجهة الدار البيضاء والرباط الجديدة حيث يتمحور عرضها حول سياحة الأعمال والترفيه. ويرتفب تحقيق طاقة استيعابية تصل إلى 39.300 سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 8,3 مليون سائح. كما يتوقع تحقيق مداخل تقدر بحوالي 1,24 مليار درهم مما سيمكن الجهة من أن تساهم بـ 1,29 مليار درهم كناتج سياحي داخلي خام.

- **منطقة المغرب الوسطى:** تم تشكيل هذا المجال من منطق التكامل بين موقع مكناس وفاس وإفران حيث يرتفب زيادة الطاقة الاستيعابية لتجاوز 36.000 سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 7,2 مليون سائح إضافة إلى 707.000 مسافر محلي. وبذلك ستراهن الجهة على تحقيق مداخل تفوق 19 مليار درهم لتساهم بحوالي 30 مليار درهم كناتج سياحي داخلي خام.

- **منطقة مراكش والأطلسي:** تغطي هذه المنطقة كلاً من مراكش وتوبقال والصويرة ويستهدف تحقيق طاقة استيعابية تقدر بحوالي 86.000 سرير بحلول عام 2020 فيما سيصل عدد السياح 6,3 مليون سائح إضافة إلى 4,1 مليون مسافر محلي. وهذا من شأنه تحقيق مداخل تصل إلى 2,26 مليار درهم.

- **منطقة الأطلس والأودية:** ترتكز هذه الجهة على القطب السياحي المتمثل في ورزازات والذي يشمل الوديان والواحات والأطلس الكبير. ويدور عرض هذه المنطقة حول السياحة البيئية والتنمية المستدامة. ويرتفب زيادة الطاقة الاستيعابية لتجاوز 26000 سرير لتلبية طلب حوالي 9,1 مليون سائح إضافة إلى 388000 مسافر محلي. وبذلك تراهن الجهة على تحقيق مداخل تفوق 13 مليار درهم.

- **المنطقة الأطلسية الجنوبية الكبرى:** ستراهن هذه الجهة حول الداخلة وعروض مندمجة للسياحة الطبيعية والرياضة وبالتالي سيتم توفير 3.800 سرير جديد ما من شأنه خلق عائدات تقدر بحوالي 819 مليون درهم وبذلك ستراهن الجهة بحوالي 924 مليون درهم كناتج سياحي داخلي خام وبخلق 5.600 منصب شغل.^{xvi}

- **منطقة سوس والصحراء الأطلسية:** ابتداء من أكادير، يغطي هذا المجال كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون. وسيتم إنشاء ما يقرب من 110.000 سرير لاستيعاب ما يقرب من 4 ملايين سائح و مليون مسافر محلي، وهذا من شأنه تحقيق مداخل تقدر بـ 28 مليار درهم . وبذلك ستراهن الجهة بـ 4,29 مليار درهم كناتج سياحي داخلي خام و توفير 181.000 منصب شغل.^{xvii}

2-2- التنوع والاستدامة: يتضمن هذا المحور تربع عمليات الإستراتيجية الموجودة

برنامجي RUZA 2020 و بلادي) و تدعيم الاستثمارات الهدافه إلى تثمين التراث والثقافة (برنامج التراث والموروث) وتنويع العرض السياحي من منتجات التشغيل الثقافي (برنامج التشغيل و الترفيه) و تثمين مجمل الموارد الطبيعية والتثقافية (برنامج البيئة والخضراء) وأخيرا تشجيع المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالمية (برنامج السياحات ذات الطابع المحلي التي لها قيمة مضافة). و تؤكد الدراسات والأبحاث التي أجزتها وزارة السياحة المغربية، أن 39% من السياح الذين يرغبون في زيارة المغرب يهتمون بالسياحة الثقافية، وعلى هذا الأساس تتولى الرؤية الجديدة تحقيق نوع من التوازن بين الوفدين إلى المغرب في إطار السياحة الشاطئية والسياحة الثقافية بنسبة تصل إلى 42% و 39% على التوالي.^{xviii} وللمغرب ديناميكيّة مؤكدة للقطاع السياحي وهوامش هامة يستغلها انطلاقاً من التفاعل الصرير الذي يعلنه عن أبعاد انتمية المستدامة كما في الشكل الموالي:

الشكل رقم- 1- قطاع السياحة في المغرب والأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة



المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مشروع القانون رقم 80-14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الأبواء السياحي الأخرى، حالة رقم 16/2015، ص: 15. وتمثل هذه الأهداف لتحقيق استدامة القطاع من جهة والتنمية المستدامة السياحية من جهة أخرى^{xix}:

- **البعد الاقتصادي** يعبر عن استراتيجية اقتصادية للمغرب لقطاع السياحة كأحد العوامل الرئيسية للتنمية له آثار قوية على الناتج الداخلي الخام، والبنية التحتية وصورة المغرب وإشعاعه على الصعيد العالمي.

- **البعد الاجتماعي** يؤكّد على أن المؤسسات السياحية والمؤسسات المماثلة مولدة للدخل وفرص العمل، مع التأثير القوي على البيئة العامة وعلى المستوى المعيشي للمواطنين.

- **البعد البيئي** فيتحقق من خلال استغلال المؤسسات السياحية والمؤسسات المماثلة على بعد ايكولوجي لا جدال فيه، بحكم أثر وجودها وتشييدها على البيئة (أثر على استعمال الماء، وعلى استهلاك بل واستنزاف الموارد....).

2-3- تمويل الاستثمارات السياحية: يتضمن هذا المحور إنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رأسمه المستهدف حوالي 100 مليار درهم ورصد إعانات لدعم الاستثمار وتوجيهه إلى المناطق التي تعرف ضعفاً في مؤشراتها التنموية وكذا تعبئة 24 مليار درهم من التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية لرؤية 2020.

2-4- التكوين: يتضمن هذا المحور إنشاء مدرسة للامتياز في مجال التدبير الفندقي بشراكة مع

المدرسة الفندقية بلوzan وإنشاء مركز للبحث والتنمية السياحية المستدامة وذلك بمشاركة مع جامعيتي هارفرد وتورونتو وقد تم تخصيص غلاف مالي قدره 2 مليار درهم لتعطية نفقات تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي بصفة عامة حسبما هو مخطط في رؤية 2020.^{xx}

البرامج السياحية المرافقة لرؤية 2020: في إطار تنفيذ أهداف الرؤية 2020، تم تحديد ستة برامج مهيكلة تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة. وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية الموجهة للمغاربة المقيمين في الداخل.

1- برنامج المخطط الأزرق 2020: وهو امتداد للمخطط الأزرق الذي أُعلن عنه في رؤية السياحة 2010، ويتحول هذا البرنامج حول السياحة الشاطئية، بهدف إنشاء عرض سياحي شاطئي تنافسي على المستوى الدولي، واستكمال المحطات السياحية التي شرع في إنجازها ابتداءً من 2001.

الجدول - 7: الحصيلة الاجمالية للمكون الشاطئي للمخطط الأزرق

الطاقة الإيوانية السياحية (عدد الأسرة)	الأهداف
روزية 2020	روزية 2010
58.540	69.990
1.576	5.475
% 2,7	% 7,8

المصدر: الشركة المغربية للهندسة، التقرير السنوي للمجلس الأعلى للحسابات برسم سنة 2015، ص: 353، على الرابط الالكتروني: <http://www.abhatoo.net.ma/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%> تعتبر الحصيلة الاجمالية للمخطط الأزرق برسم الرؤيتين الاستراتيجيتين 2010 و 2020 جد ضعيفة، حيث لم تتجاوز نسبة انجاز الطاقات الإيوائية السياحية 7.8 % و 2.7 % على التوالي بالنسبة لرؤية 2010 ورؤية 2020، أي ما يعادل طاقة إيوائية إجمالية تقدر بـ 7050 سرير برسم الرؤيتين. ويقارن الجدول - 7- الطاقات الإيوائية السياحية المنجزة بالأهداف المسطرة في اطار كل رؤية على حدة، بالنسبة لمخططات المخطط الأزرق الست. فإذا كان المخطط الأزرق قد شكل رؤية ديناميكية هامة فإنه قد عرف مع ذلك نوعا من التأخير بسبب الأزمة المالية العالمية التي كان لها الأثر السلبي خلال سنتي 2008 و 2009 على النشاط السياحي ببلادنا، مما أدى إلى الحد من الأفاق السياحية لأهم البلدان التي تبعث السياح إلى المغرب (اسبانيا، فرنسا، بريطانيا، ألمانيا، ايطاليا...). ولابد من الاشارة إلى أن المخطط لم يحقق سوى 8 % من أهدافه المعينة على صعيد الاستثمار.

2- برنامج التراث والموروث: يهدف برنامج "التراث والموروث" إلى إبراز الهوية الثقافية المغربية من خلال هيكلة وتنمية التراث المادي وغير المادي، كما يهدف إلى إعادة تأهيل المآثر التاريخية للمغرب بالحفاظ على هويتها المعمارية وخلق مدارس سياحية بالمدن العتيقة للمدن الكبرى للملكة. ويرمي البرنامج أيضاً إلى خلق شركة لتنمية التراث بغية استغلال الإرث المعماري للملكة (قصبات، قصور، رياضات، فنادق، قصور للضيافة، الخ) وتحويلها إلى إقامات ذات جودة عالية تتميز بطبع ثقافي مميز وأصيل. وسيتم كذلك إنشاء متاحف عالمية كبرى تتبع للسياحة فرصة اكتشاف وفهم التراث التاريخي والثقافي للملكة. وخطوة أولى سيتم إنشاء متحفين كبيرين: متحف إفريقيا بطنجة ومتحف تاريخ المغرب بمكناس ولذان سيشكلان

مؤسساتين مميزتين بجودة معارضهما كالمتاحف الكبرى بأوروبا وسيساهمان في الإشعاع الدولي للمغرب. ويتضمن البرنامج عرض للترفيه يرتكز على الفنون والترااث الروحي من خلال تنظيم عدة مهرجانات، وستنط مهمة تسيير المهرجانات التقليدية، التي تكرس تقاليد الأجداد، بمؤسسة خاصة بالمهرجانات التقليدية في مختلف جهات المغرب.^{xxi}

3- برنامج البيئة والطبيعة: يهدف هذا البرنامج إلى تثمين الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها، والسهر على احترام الأصالة السوسيو-ثقافية للجماعات المضيفة بتوفير امتيازات سوسيو-اقتصادية لها. كما يرمي البرنامج إلى توفير مرافق سياحية راقية بالمناطق السياحية التمانية تحافظ على البيئة ومندمجة في الإطار السوسيو-ثقافي منها إيكولوجية محطات خضراء ومحطات صحراوية محطات شاطئية ومخيمات متقللة فاخرة، ويتوخى هذا البرنامج كذلك ترسیخ ورفع مستوى الفضاءات السياحية المضيفة بإنشاء مرافق صغيرة للإيواء، كالفنادق الصغيرة والفنادق البيئية لفائدة السياح الذين يبحثون عن نمط عيش مغاير. كما يرمي البرنامج أيضا إلى تطوير الوجهة الإفريقية الأولى "دون كربون" بموقع ورزازات، اعتمادا على مشروع إنتاج الطاقة لتعويض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتج عن جميع الأنشطة الاقتصادية والسياحية المحلية.

4- برنامج التنشيط والترفيه: يهدف هذا البرنامج إلى إنشاء حدائق ترفيهية مستوحاة من أكبر المراجع العالمية فيما يخص الترفيه، والتي تقدم أنشطة ترفيهية ليلية ونهاربة لجمهور متعدد (العائلات والكبار والمرأهقين...) كمحطة السينما المرتبقة بورزازات. ويتوقع البرنامج كذلك خلق حديقة موضوعاتية بمراكمش حول ثقافة المغرب على شكل مركب مصغر.

5- برنامج المأوي السياحية ذات القيمة العالمية: يهدف هذا البرنامج إلى جعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية والترفيهية، وذلك باستقطاب سياح الأعمال وتمديد فترات إقامتهم من خلال خلق انسجام بين قطاعات الرياضة والترفيه والثقافة، من أجل هذا الغرض، من المتوقع تعزيز عرض سياحة المؤتمرات والمعارض والأحداث الدولية من خلال تشييد وحدات مهمة تسمح باستضافة الأحداث الدولية كمراكز المؤتمرات وفضاءات للمعارض، وتشكل حديقة العرض العالمية لمراكش وحديقة العرض لطنجة المشاريع الرئيسية الأولى لهذه الورشة. كما ستهدف إلى تأهيل هاتين المدينتين وجعلهما وجهتين رئيسيتين للأعمال.

ويهدف هذا البرنامج أيضا إلى خلق مفاهيم جديدة للرفاهية والاستجمام تستند على مقاربة بيئية تستفيد من الثروات المغربية المحلية (أركان، الكاكتوس، الرمل والطين، منتجعات صحية فاخرة، حمامات تقليدية، أخيرا سيقوم البرنامج بتهيئة محطات ومراكز صحية قرب فاس (محطة حامة مولاي يعقوب) وإفران لتقديم عرض "الصحة والراحة" لفائدة السياح المغاربة والأجانب خصوصا الكبار.

6- برنامج بلادي: يهدف هذا البرنامج إلى الاستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتوج يتلاءم مع عاداتهم وأنماط استهلاكهم وأساليب سفرهم، من خلال العمل على إتمام مبادرات تعزيز وإطار مخطط بلادي المنطلق في العقد الأخير، وللتذكير فمخطط بلادي يهدف إلى خلق ثمان محطات سياحية متGANسة المنتوج والأسعار تستجيب لتطلعات السياح المحليين وتتوارد بالمناطق التي يرتادها السياح المحليون بكثرة، كما ستتم إضافة محطة جديدة بمنطقة "الوسط الأطلسي" والتي تضم حديقة للترفيه^{xxii}.

وأيضا هناك إجراءات أخرى تتمثل في:^{xxiii}

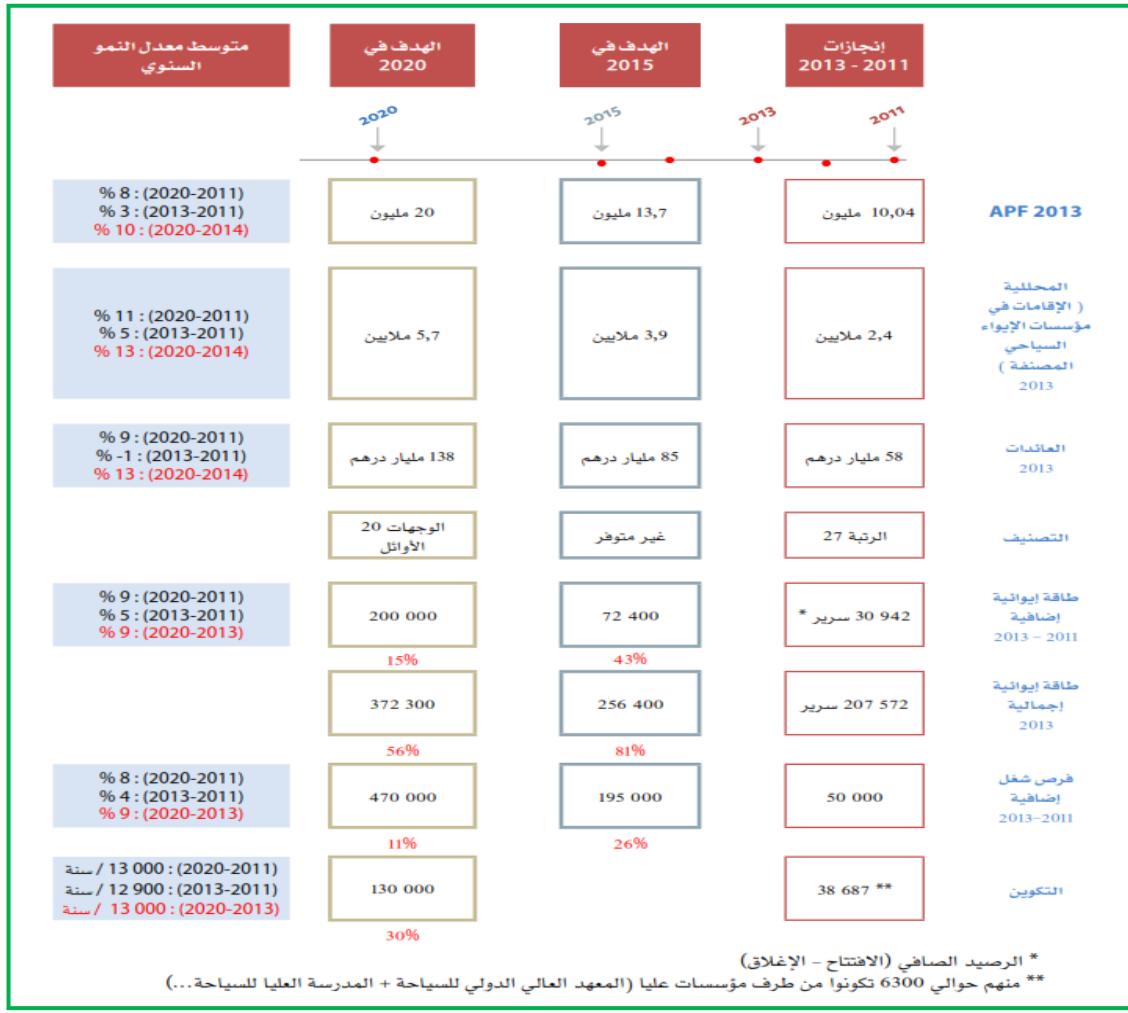
7- الحكومة: من بين التوجهات الكبرى لرؤية 2020 هناك تنوع المنتجات والوجهات المتاحة للسياح، والتي تشجع تثمين جميع الموارد الطبيعية للمملكة، مع الحفاظ عليها والحرص على احترام الخصوصية السوسيو-ثقافية للمواقع السياحية. وفي ما يتعلق بالحكومة فقد تم توقيع خمسة عشر عقد في إطار البرامج الجهوية تجمع بين السلطات السياحية والفاعلين المحليين. وبالمقابل

فإن الهيئة العليا للسياحة ووكالات التنمية السياحية باعتبارهما أداتين لحكامة الاستراتيجية السياحية "رؤية 2020" لم تظهر للوجود بعد، وينبغي أن تحدث وكالات التنمية السياحية بصفة تدريجية في عدة مجالات سياحية لضمان نجاح الاستراتيجيات والسياسة السياحية الجهوية في المغرب.

8- جهود تعزيز الوجهة: واصل المكتب الوطني المغربي للسياحة (ONMT) حملاته المتصلة بالعلاقات العمومية من خلال المشاركة في مختلف المعارض والتطاولات السياحية في أهم البلدان المصدرة للسياح، مع البحث في الوقت ذاته، عن أسواق جديدة، وخاصة الهند وإفريقيا جنوب الصحراء. ومن شأن عائدات الرسوم المتعلقة بالتأهيل السياحي تعزيز الجهد المبرمجة من أجل تحسين جاذبية المغرب ولاسيما مشروع تطوير "علامة المغرب" الذي تمكّن من تنسيق وتوحيد الجهود لتأهيل صورة المغرب على الصعيد الدولي.

9- اجراءات تعزيز الربط الجوي للمغرب مع الأسواق الرئيسية: يتعلق الأمر مثلاً بتوقيع المكتب الوطني المغربي للسياحة، في شهر جوان 2014، اتفاقية شراكة مع مؤسسة ترانسافيا (وهي شركة تابعة لشركة اير فرنس- كي إل إم) التي تلتزم بتعزيز رحلاتها المباشرة إلى المغرب، وبالموازاة مع تطوير الروابط الجوية مع الأسواق الرئيسية المصدرة والصاعدة (فتح روابط جديدة مع البرازيل وجزر الكاريبي، وتعزيز عدد الرحلات...)، شرعت الخطوط الجوية الملكية خلال سنة 2014، في تدشين العديد من الخطوط الجوية الداخلية. ومع ذلك ينبغي تعزيز هذه الجهود لسد الحاجة إلى الربط الجوي من أجل تحقيق أهداف رؤية 2020، التي تتوقع ربطاً جوياً يترواح ما بين (1079-30.8%) رحلة في الأسبوع (سوس- الصحراء المحيط الأطلسي/ الجنوب الأطلسي الكبير)، الشمال(17.5%), وسط المغرب (15.7%), الأطلس والواحة (15.5%) ومراكش الأطلسي(14%). والشكل يوضح أهم المنجزات لغاية نهاية سنة 2013.

الشكل رقم- 2: أهداف ونتائج رؤية 2020 والمنجزات المرحلية إلى نهاية 2013



المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مشروع القانون رقم 14-80 المتصل بالمؤسسات السياحية وأشكال الأيواء السياحي الأخرى، حالة رقم 16/2015، ص: 15.
ومن خلال الشكل السابق يمكن القول أن السياحة بالمغرب تساهم كثاني قطاع في الناتج الوطني الداخلي وثاني قطاع من حيث فرص الشغل، ومن ثم فهي تساهم في خلق الثروات والحد من البطالة، حيث يحقق 505.000 فرصة عمل مباشر بما يشكل 5% من فرص الشغل التي يحدثها في مجموع الاقتصاد المغربي.

المحور الثاني: واقع قطاع السياحة في المغرب من خلال بعض المؤشرات الكلية
يمكن ابرازه من خلال مايلي:

أولاً- التدفقات السياحية للوافدين للفترة (2010 - 2016): حققت التدفقات السياحية نتائج إيجابية خلال الفترة 2010-2016، حيث انتقل عدد السياح الوافدين للمغرب من 9.288 مليون سائح عام 2010 إلى 10.332 مليون سائح عام 2016 أي بنمو سنوي متوسط بلغ 10% خلال الفترة، والجدول المواري يبرز التطور الحاصل في عدد السياح القادمين إلى المغرب خلال الفترة (2010-2016).

الجدول -8- : تطور عدد السياح الوافدين للمغرب خلال الفترة (2010 - 2016)

السنوات	عدد السياح / مليون	معدل التغير السنوي %
2010	9.288	217.11
2011	9.342	5.79
2012	9.375	0.35

7.16	10.046	2013
2.36	10.282	2014
1.03-	10.176	2015
1.52	10.331	2016

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع:

<http://www.albankaldawli.org>.

تبين الأرقام الواردة في الجدول السابق بأن قطاع السياحة في المغرب لم يتمكن من تحقيق معدل النمو السنوي المتوقع والذي يبلغ 10 % وذلك بالنظر إلى الرقم المستهدف وهو تحقيق 20 مليون سائح نهاية 2020، حيث كان المتوسط السنوي في حدود 4% خالل 4 سنوات. ويسبب الظرفية الأمنية التي تتميز بها منطقة المغرب العربي عموماً وتحذيرات بعض البلدان المصدرة للسياحة في حوض البحر المتوسط، تراجع مؤشر السياحة الوافدة إلى المغرب بشكل ملحوظ عما كان عليه في العشرية السابقة 2001-2010 التي نما فيها هذا المؤشر بمعدل 113 % هذه المعطيات المستجدة تدعى القائمين على السياحة في المغرب إلى إعادة صياغة الأهداف الكمية والنقدية من جديد.^{xxiv}

انتهت سنة 2014 بنتيجة ايجابية بالوصول إلى 10.282 مليون سائح أجنبي، أي بزيادة قدرها 2.36 % مقارنة مع سنة 2013، وخلال السنة ذاتها بلغ عدد مبيتات السياح الأجانب الوافدين 6.19 مليون بفارق 3 % مقارنة مع سنة 2013.

والجدول الموالي يبين أعداد السياح الوافدين إلى المغرب وحصتهم النسبية موزعين حسب الجنسية.

الجدول -9: توزيع أعداد السياح الوافدين إلى المغرب حسب الجنسية

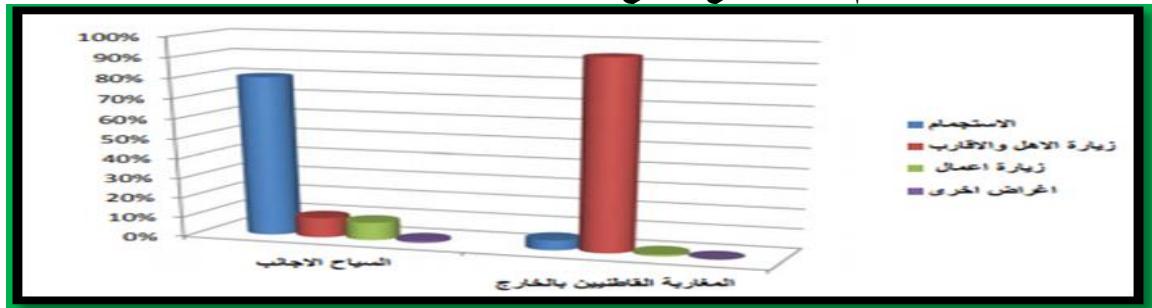
الحصة النسبية % 2017	الحصة النسبية % 2016	عدد الوافدين سنة 2017	عدد الوافدين سنة 2016	الحصة 2016	الحصة 10/15	2015	2014	2013	2012	بلد الإقامة
32.97	14.44	3259125	3016312	14%	-7%	1563568	1798190	1782056	1769710	فرنسا
20.87	9.09	2062600	1900739	6%	-2%	626896	683761	682834	730882	إسبانيا
6.94	4.56	685767	951685	3%	-9%	280328	255124	237852	199349	ألمانيا
5.56	2.47	549831	515559	4%	-9%	504475	476550	403325	357347	المملكة المتحدة
3.63	1.59	358364	332762	2%	-4%	227961	254209	234912	196186	إيطاليا
5.29	1.78	522080	371467	2%	-2%	243815	267308	272593	255290	بلجيكا
5.15	2.24	508820	467174	2%	-1%	183349	191158	210859	204766	هولندا
3.22	1.16	317840	241894	2%	9%	181468	167267	100033	140045	الولايات م.أ
16.37	62.67	1618054	13090826	5%	23%	476997	249101	518760	439432	دول أخرى
100	100	9883081	20888418	100%	2%	4294857	3827283	4503224	4293007	المجموع
46.42	20.88	4588061	4362515	51%	4%	5025025	4845491	4722931	4363427	ضمنهم المغاربة المقيمين بالخارج
43.47	18.18	4297140	3797316	49%	-1%	5151704	5437453	5323333	5011729	السياح الأجانب

Source: Observatoire du tourisme marocain, Etude portant sur le suivi de la demande touristique

2016. <http://www.tourisme.gov.ma/ar> .

نلاحظ من خلال الجدول أن السياح الوافدين إلى المغرب من سنة 2012 إلى سنة 2015 هم المغاربة المقيمين بالخارج، حيث كانت حصتها 51 % سنة 2016 وهي تحتل المرتبة الأولى، أم المرتبة الثانية فاحتلتها السياح الأجانب سنة 2016 بنسبة 49 % والمرتبة الثالثة تأتي فرنسا بنسبة 14 % والمرتبة الرابعة إسبانيا بنسبة 6 % تحتل حصة باقي الأسواق بنسبة تتراوح ما بين 1 إلى 5 %. والشكل الموالي يقدم التوزيع النسبي للسياح حسب الغرض من الزيارة.

الشكل رقم -3: توزيع السياح الوافدين للمغرب بـ 2016 حسب الغرض



Source: Observation du tourisme marocain, *suivi de la demande touristique* 2016,p24, sur le lien: www.observatoiretourisme.ma/wp-content/uploads

يلاحظ من الشكل رقم 3-3 سيرري أن نسبة 80% من السياحة كانت للاستجمام والراحة، أما زيارة الأهل والأقارب فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 10% ثم تليها الزيارة لأغراض الأعمال التي شكلت نسبة 9%. أما بالنسبة للمغاربة القاطنين بالخارج، فإن هدف الزيارة الرئيس هو زيارة الأهل بنسبة 94% وهذه الفئة هي من الجالية المغربية التي عادة ما تقضي عطلتها الصيفية لدى العائلة، وهو ما يؤثر نسبياً على انخفاض عدد ليالي المبيت التجارية المسوقة في الفنادق عند هذه الفئة من السياح التي وصلت إلى 2% فقط. وتطور الطاقة الإيوانية المصنفة (حسب السرير) في نهاية سنة 2014 بلغت الطاقة الإيوانية المصنفة أكثر من 216.386 سريراً، بزيادة حوالي 8.820 سريراً إضافياً، أي بفارق 4% مقارنة مع سنة 2013، كما أن فنادق 3 و4 و5 نجوم والأندية الفندقية باتت تشكل 61% من إجمالي أسطول الإيواء السياحي المصنف. ومن الملاحظ أن وجهتي مراكش وأكادير تحتركان أكثر من 46% من الطاقة الإيوانية الإجمالية للمغرب.

الشكل رقم-4: تطور عدد المبيتات في الفنادق المصنفة وتطور الطاقة الإيوانية بالمغرب خلال الفترة(2014-2010)





المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الأيواء السياحي الأخرى، حالة رقم 2015/16، ص: 16.

ثانياً- التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية) للفترة (2010-2016): سجلت إيرادات السياحة الدولية المحققة في المغرب، تراجعاً طفيفاً خلال الأربع سنوات الأولى من الخطة 2011-2020 حيث انتقلت العائدات السياحية من 9.58 مليار درهم مغربي (8.5 مليار دولار) عام 2011 إلى 2.57 مليار درهم (7.5 مليار دولار) عام 2014، أي بمعدل انخفاض بلغت نسبته 83.2% مقارنة بما كانت عليه في سنة 2011، وذلك على الرغم من نمو أعداد الوافدين الذي بلغت نسبته 10% خلال نفس الفترة. والجدول الموجز يرصد تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2010-2016).

الجدول -10:- تطور إيرادات السياحة في المغرب للفترة 2016-2010

معدل النمو السنوي %	القيمة بالآلاف الدرهم	الإيرادات السياحية / السنوات
-	56000	2010
-	58.904	2011
- 1.84	57.835	2012
-0.38	57.614	2013
- 0.66	57.233	2014
-2.03	85.000	2015
-2.81	90.000	2016

Source : ministère du tourisme marocain 2016

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن الإيرادات السياحية في المغرب عرفت انخفاضاً ملماوساً خلال الفترة 2010-2016، بمعدل متوسط بلغ 83.2% وسجل عام 2014 نمواً سلبياً بمعدل 66.0% مقارنة بعام 2013، ويرجع السبب في ذلك إلى تراجع متوسط مدة الإقامة سنة 2013 مقارنة بسنة 2014 أي بنسبة 5%， بينما سنة 2015 سجل نمواً بـ 2.03% وسنة 2016 بـ 2.81%. وهو ما يؤكد الشكل الموجز الذي يوضح تطور عائدات الرحلات حيث عرفت سنة 2012 انخفاضاً بنسبة 2% مقارنة بسنة 2011، ثم ثبتت في السنة الموالية وعاودت الانخفاض في سنة 2014 بنسبة 1%， مما يدعو لتكثيف الجهد أكثر في ما يتعلق بالربط الجوي من أجل تحقيق أهداف رؤية 2020.

ثالثاً: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (2011-2018) :

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة الرئيسية للناتج المحلي الإجمالي في العديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط المساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%， فال المغرب سجل نسبة مساهمة معتبرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي، ويمكن توضيح مساهمة السياحة في

الناتج المحلي الإجمالي وبعض المؤشرات الاقتصادية الأخرى بالمغرب خلال فترة الدراسة من 2011 إلى غاية 2018 من خلال الجدول (11) التالي:

جدول -11-: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالمغرب خلال الفترة (2011-2018)

									السنوات
2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011		
6.9	6.8	6.6	6.5	6.7	6.8	6.9	7.1	نسبة السياحة في الناتج المحلي الخام (%)	
3	4.2	1.1	4.6	2.7	4.5	3	5.2	معدل النمو الاقتصادي	
74807	79153	91909	36644	35645	34269	33558	28609	العدد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	
4512	3957	3690	1575	1425	1233	1107	1001	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة	
6	5	4	4.3	4	3.6	3.3	3.5	نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة	

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.mttaf.gov.dz/wp-content/uploads/2018/07/Tableau-de-bord-tourisme-et-artisanat-2013.docx>,

2014، 2015، 2016، 2017، 2018

المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، التقرير السنوي 2018، على الرابط الإلكتروني:

<http://www.ces.ma/Documents/PDF/Rapports%20annuels/2018/RA-VA-18.pdf> ،

أطلس بيانات العالم، معدل النمو الاقتصادي، على الرابط الإلكتروني: <https://ar.knoema.com/atlas/>

Ministère de L'industrie et des mines, **Bulletins d'information statistique de la PME**, Link:

http://www.mdipi.gov.dz/IMG/pdf/Bulletin_d_information_statistique_No20.pdf,
2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018,

Inforisk, **statistique-2017-creations-dentreprises**, Link:

<https://blog.inforisk.ma/index.php/2018/03/29/statistique-2017-creations-dentreprises/?fbclid=IwAR0gr-QjhlFibBd0hbiqZ8eJsinKzU-A65-y6AalmjvH49hWdR3MKbfW-w8>,

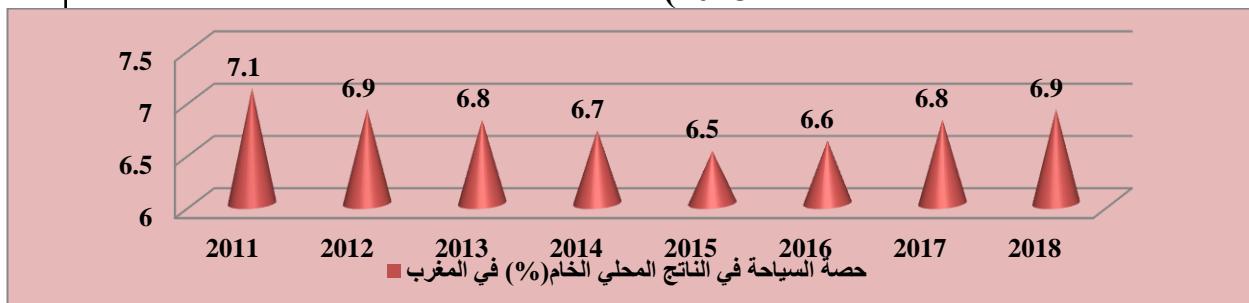
Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale, **Rapport d'activités**, Link: http://www.ompic.ma/sites/default/files/field/rapport_annuel2011.pdf, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018,

يلاحظ من خلال الجدول (11) أن في المملكة المغربية كانت مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام معتبرة حيث تراوحت بين 3.3% و6% وهي نسبة تتجاوز في بعض الأحيان المعدل العالمي وهو ما يعكس حجم الإهتمام والمكانة التي تحملها السياحة في الاقتصاد المغربي وفي أجندة اهتمامات السلطات في هذا البلد، وكذا الرغبة في استغلال وتنمية المقدرات السياحية التي تتمتع بها المملكة والتي تجسدت من خلال حجم الإستثمارات المسجلة في هذا القطاع، بالإضافة إلى الحملات الدعائية والترويجية الكبيرة التي تقوم بها المملكة للتعريف بالموقع السياحي على المستوى الدولي.

يلاحظ من خلال الجدول أيضا أنه تراوح معدل النمو الاقتصادي في المغرب بين 1.1% و 5.2% وهو معدل نمو مقبول يعكس فعالية ونجاح السياسة التنموية المتبعة خاصة في المجال السياحي وكذا حجم الاستثمارات المنجزة

من خلال الجدول يلاحظ كذلك أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المغرب عرفت منحى تصاعدي متواصل من سنة إلى أخرى خلال الفترة (2011-2018)، حيث قفز عدد المؤسسات المنشأة من 28609 مؤسسة سنة 2011 إلى 74807 مؤسسة سنة 2018 وهذا راجع للسياسة المنتهجة في البلد في هذه الفترة والقائمة على تشجيع الشباب الحامل للمشاريع على تجسيدها ، أما بالنسبة لحصة المشاريع السياحية من إجمالي المؤسسات يلاحظ أن في المغرب تراوح عدد المشاريع السياحية بين 1001 و 4521 مؤسسة أي بنسبة تراوحت بين 3.3% و 6% وهي نسبة تعتبر ضعيفة مقارنة بطموح السلطات في المملكة وقياسا بالثروات المتولدة التي تتمتع بها المملكة ولا تترجم حجم الاهتمام الذي توليه الدولة لهذا القطاع من خلال تشجيع الشباب على الاستثمار في المجال السياحي والرغبة الحقيقة في جعل هذا القطاع مساهمًا فعالاً في تحقيق التنمية الشاملة في هذا البلد.

الشكل (05): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2011-2018)



المصدر : من اعداد الباحثة بناء على معلومات الجدول(12).

من خلال الشكل رقم (05) والذي يمثل مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2011-2018) يلاحظ ان المغرب حصة المساهمة كانت إيجابية الى حد ما واقتربت من تحقيق الهدف المسطر في استراتيجية التنمية السياحية رؤية 2020 حيث تراوحت بين 6.5% و 7.1% وهذا راجع للتطور الإيجابي لعدد السواح الوافدين وكذا حجم عائدات القطاع السياحي.

رابعا- مشاكل وعوائق تنفيذ الاستراتيجية السياحية في المغرب بين رؤية 2010 ورؤية 2020 أوصى تقرير صادر عن وزارة الاقتصاد والمالية وإصلاح الإدارة في المغرب بإعداد عرض سياحي جديد ومبكر لما بعد سنة 2020، يراعي التحولات الاجتماعية والاقتصادية وآفاق السوق العالمية. فال்தقرير الاقتصادي والمالي برسم سنة 2020 دعا إلى تصميم مخطط جديد لتنمية السياحة في السنوات المقبلة، عبر الأخذ بعين الاعتبار بروز سياحة كبار السن، خصوصاً أن عدد سكان العالم الأكبر سنًا (60 فما فوق) سيزداد بنسبة 33 في المائة بين 2020 و2030.

كما أوصى التقرير بالاهتمام بالسياحة المستدامة، إضافة إلى السياحة المحافظة، واستحضار توسيع الطبقة الوسطى وفئة الشباب في البلدان الناشئة، وذكر أن أداء قطاع السياحة في المغرب تعزز خلال العشرين سنة الماضية رغم الأزمات الاقتصادية العالمية والريع العربي في السنوات الأخيرة ، واعتمد المغرب خلال هذه الفترة إستراتيجيتين، رؤية 2010 ورؤية 2020، وهو ما مكن من إحداث زخم استثماري قوي تجلى في ارتفاع الطاقة الاستيعابية للفنادق المصنفة بحوالي 3 أضعاف منذ سنة 1999، لتصل لـ 270 ألف سرير عام 2019.

كما ارتفع عدد السياح الوافدين على المغرب إلى 12.3 ملايين برسم سنة 2018، وباتت المملكة الوجهة الإفريقية الأولى والثانية في العالم العربي بعد المملكة العربية السعودية. ويقول التقرير إنه رغم التقدم المحرز، إلا أن هناك تبايناً كبيراً في إنجازات القطاع والأهداف المحددة في رؤية 2020 ، إذ سجل عدد السياح عجزاً قدره 3.9 ملايين سائح مقارنة بالهدف المرحلي للرؤية، فيما بلغ العجز 45 ألف سرير بالنسبة للطاقة الاستيعابية للفنادق المصنفة. كما لم ينجح القطاع في تقليل تركيزه الجهوبي، إذ لازالت مراكش تستقطب 30 في المائة وأكادير 16 في المائة؛ وهو ما حال دون انبعاث الوجهات الأخرى كالدار البيضاء التي تستقطب 8 في المائة وطنجة 5 في المائة، وفاس 4 في المائة. وما يزيد من عدم تطور القطاع، حسب التقرير، محدودية التنسيق بين جميع الفاعلين، لاسيما على المستوى الجهوبي، إضافة إلى مشكل القطاع غير المهيكل؛ ناهيك عن ضعف القروض الممنوحة للفنادق والمطاعم، والتي لا تتجاوز 2.5 في المائة من مجموع القروض. وجاءت ضمن توصيات الوزارة ضرورة جعل الجهات المنطقية الأساسية لرسم رؤية سياحية تتکيف مع موروثها الثقافي وإمكاناتها الوظيفية، بهدف خلق أقطاب سياحية متنوعة وتنافسية وتحقيق توزيع ترابي متوازن للسياحة الوطنية. كما تتوجب أيضاً على القطاع السياحي الاستفادة من الفرص التي تتيحها الثورة الرقمية بتشجيع الانخراط في الواقع الإلكترونية المتخصصة في الإيواء، وجعلها وسيلة لترويج العرض السياحي المحلي^{xxv}.

وعليه يمكن القول أن السياحة تعد قوة دافعة للاقتصاد الوطني ومصدر للعملة الأجنبية في المغرب، لكن نشاط هذا القطاع المهم يتراجح بين الانتعاش والترابع. وهذا يستوجب على الجهات المعنية فتح نوافذ جديدة لتأهيل القطاع وإغنائه عبر توسيع موارده الطبيعية والتراثية والثقافية.

المحور الثالث: المغرب بين الترتيب في التنافسية ومشاكل تنفيذ الرؤية 2020 أولاً- وضعية المغرب في تقارير تنافسية السياحة والسفر

بالعودة إلى تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي للسفر والسياحة الصادر سنة 2015، يتضح أنه من بين 141 بلداً يحتل المغرب المرتبة 62 في المؤشر العالمي لتنافسية السفر والسياحة كما يحتل المرتبة 4 في المنطقة. وإذا كانت المغرب تحتل مراتب جيدة من حيث السلامة والأمن والبنية التحتية والموارد الثقافية ومناخ الأعمال. فإن العديد من الورشات ينبغي أن تعرف وتيرة أسرع، بدءاً بالموارد البشرية، لاسيما الصحة والنظافة حيث لا يتجاوز المغرب المرتبة 98 . ورغم الميزانيات الضخمة التي رصدتها الدولة للنهوض بالسياحة المغربية، إلا أن هذا القطاع الحيوي ما يزال يعاني من عدة مشاكل تعيق تصنيفه ضمن قائمة الدول المتقدمة أو الصاعدة في صناعة السفر والسياحة العالمية، وفق ما كشف عنه تقرير التنافسية العالمية للسفر والسياحة لسنة 2019، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس. تقرير تنافسية السياحة والسفر الذي يصدر كل سنتين عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ويقيس واقع القطاع في 140 دولة، وضع المغرب في مرتب جد متاخرة في عدد من المؤشرات الفرعية؛ إذ حلت المملكة في مؤشر النظافة والصحة في المرتبة 97 عالمياً، وفي مؤشر الموارد البشرية وسوق العمل في المركز 99 عالمياً، وفي مؤشر الانفتاح الدولي في المرتبة 80 عالمياً، وفي مؤشر البنية التحتية لخدمات السياحية في المرتبة 78 عالمياً.

ويتضح من المعطيات الصادرة عن منتدى دافوس العالمي أن قطاع السياحة في المغرب لا يستفيد من عامل الاستقرار؛ فرغم حلول المملكة في المرتبة 28 عالمياً في مؤشر السلامة والأمن، إلا أن هذا التقدم لم ينعكس إيجاباً على الخدمات المرتبطة بالقطاع السياحي. ويعتمد

التقرير على أربع ركائز رئيسية، هي البيئة المواتية، التي حل فيها المغرب في المرتبة 71 عالمياً، وسياسات السفر والسياحة والظروف المواتية والمرتبة 47، والبنية التحتية والمرتبة 69، والموارد الطبيعية والثقافية والمرتبة 54، وتتضمن هذه المؤشرات الفرعية الأربع مجتمعة 14 محوراً يُستخدم لمنح درجة للتنافسية الإجمالية للبلد في قطاع السفر والسياحة. وإنما، وضع تقرير التنافسية العالمية للسفر والسياحة 2019 المملكة المغربية في المرتبة 66 عالمياً، وخلص إلى أن هذا التفريط يظهر أن المملكة توجد في وضعية "أبطأ تحسن" في شمال إفريقيا. وتواجه منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا تحديات عدّة؛ من بينها تحديات السلامة المتعلقة بالإرهاب والأمن والافتتاح الدولي، وذلك رغم توفرها على موارد طبيعية وثقافية جدية واحتلال المنطقة المرتبة الثالثة في المؤشر السياحي العام^{xxvi}.

ثانياً- مشاكل وعوائق تنفيذ الاستراتيجية السياحية في المغرب بين رؤية 2010 ورؤية 2020

أوصى تقرير صادر عن وزارة الاقتصاد والمالية وإصلاح الإدارة في المغرب بإعداد عرض سياحي جديد ومبكر لما بعد سنة 2020، يراعي التحولات الاجتماعية والاقتصادية وآفاق السوق العالمية. فال்�تقرير الاقتصادي والمالي برسم سنة 2020 دعا إلى تصميم مخطط جديد لتنمية السياحة في السنوات المقبلة، عبر الأخذ بعين الاعتبار بروز سياحة كبار السن، خصوصاً أن عدد سكان العالم الأكبر سنًا (60) وما فوق) سيزداد بنسبة 33 في المائة بين 2020 و2030.

كما أوصى التقرير بالاهتمام بالسياحة المستدامة، إضافة إلى السياحة المحافظة، واستحضار توسيع الطبقة الوسطى وفئة الشباب في البلدان الناشئة، وذكر أن أداء قطاع السياحة في المغرب تعزز خلال العشرين سنة الماضية رغم إكراهات السياق العالمي في السنوات الأخيرة بسبب الأزمة الاقتصادية العالمية والربيع العربي.

واعتمد المغرب خلال هذه الفترة إستراتيجيتين، رؤية 2010 ورؤية 2020، وهو ما مكن من إحداث زخم استثماري قوي تجلّى في ارتفاع الطاقة الاستيعابية للفنادق المصنفة بحوالي 3 أضعاف منذ سنة 1999، لتصل لـ 270 ألف سرير عام 2019.

كما ارتفع عدد السياح الوافدين على المغرب إلى 12.3 مليون برسم سنة 2018، وباتت المملكة الوجهة الإفريقية الأولى والثانية في العالم العربي بعد المملكة العربية السعودية. ويقول التقرير إنه رغم التقدم المحرز، إلا أن هناك تبايناً كبيراً في إنجازات القطاع والأهداف المحددة في رؤية 2020 ، إذ سجل عدد السياح عجزاً قدره 3.9 مليون سائح مقارنة بالهدف المرحلي للرؤية، فيما بلغ العجز 45 ألف سرير بالنسبة للطاقة الاستيعابية للفنادق المصنفة.

كما لم ينجح القطاع في تقليص تركيزه الجهوي، إذ لازالت مراكش تستقطب 30 في المائة وأكادير 16 في المائة، وهو ما حال دون ابتكاق الوجهات الأخرى كالدار البيضاء التي تستقطب 8 في المائة وطنجة 5 في المائة، وفاس 4 في المائة.

وما يزيد من عدم تطور القطاع، حسب التقرير، محدودية التنسيق بين جميع الفاعلين، لاسيما على المستوى الجهوي، إضافة إلى مشكل القطاع غير المهيكل؛ ناهيك عن ضعف القروض الممنوعة للفنادق والمطاعم، والتي لا تتجاوز 2.5 في المائة من مجموع القروض. وجاءت ضمن توصيات الوزارة ضرورة جعل الجهات المنطقية الأساسية لرسم رؤية سياحية تتکيف مع موروثها الثقافي وإمكاناتها الوظيفية، بهدف خلق أقطاب سياحية متنوعة وتنافسية وتحقيق توزيع ترابي متوازن للسياحة الوطنية. كما تتوجب أيضاً على القطاع السياحي الاستفادة من الفرص التي تتيحها الثورة الرقمية بتشجيع الانخراط في الواقع الإلكتروني المتخصصة في الإيواء، وجعلها وسيلة لترويج العرض السياحي المحلي^{xxvii}.

وعليه يمكن القول أن السياحة تعد قوة دافعة للاقتصاد الوطني ومصدر للعملة الأجنبية في المغرب، لكن نشاط هذا القطاع المهم يتراجح بين الانتعاش والتراجع، وهذا يستوجب على الجهات المعنية فتح نوافذ جديدة لتأهيل القطاع وإغنائه عبر تنوع موارده الطبيعية والتراثية

والثقافية.

النتائج والتوصيات

أولاً- نتائج الدراسة: من خلال مسابق يمكن طرح عدة نتائج نوجزها في مايلي:

- على الصعيد العالمي يواصل المغرب تنفيذ إستراتيجية تنمية قطاعه السياحي الذي يتميز بمروره أمام البيئة الخارجية وتغيراتها، ويحتل القطاع السياحي مكانة خاصة بالمغرب على الصعيد الماكرو اقتصادي حيث يحقق نسبة 7% من الناتج الداخلي الخام، و5% من فرص التشغيل في الاقتصاد الكلي لسنة 2014.

- من أجل النهوض بسيادته وفي إطار التخطيط السياحي تبني المغرب رؤية سياحية في أفق 2010، تمثلت في وضع سياسة لتنمية القطاع تقوم على خلق ديناميكية النمو المستدام وقد فتحت عدة ورشات لذلك، وركزت على: توسيع المنتجات، وتحرير سوق الرابط الجوي، وتقديم صورة جديدة عن المغرب بفضل اعتماد أساليب جديدة للتسويق وإطلاق ورش تكوين الرأسمال البشري.

- من حيث النتائج حق المغرب فعلا دخول 9.3 مليون زائر في أواخر 2010، محققا بلوغ 10 مليون سائح متوقع. وتمكن القطاع من جلب حوالي 441 مليار درهم في الفترة ما بين سن 2000 و 2010، فعماً أكثر من 80% من المداخيل المتوقعة، فالسياحة الدولية خلال السنوات الأخيرة المخطط لها نستطيع القول أنها في أوج تطورها.

- العرض السياحي المغربي ليس متنوعا بما فيه الكفاية وذلك لكونه يرتكز أساسا على أربع مدن توفر على طاقة إيواء كبيرة وهي مدن: مراكش وأгадير والدار البيضاء وطنجة، ومع ذلك سجلت السياحة المغربية في إطار "رؤية 2010" تحولا كبيرا على مستوى الصناعة السياحية للمملكة، مسجلة بذلك تحسنا هاما على المستويين النوعي والكمي، مقارنة مع سنة 2001، على الرغم من أن الأهداف التي تم تحديدها في البداية لم تتحقق إلا جزئيا.

- تعمل المغرب من خلال مخططاتها التنموية لقطاع السياحة على أسس علمية طموحة تدرج في إطار طموح الاستراتيجية الوطنية للسياحة "رؤية 2020" من أجل تطوير قيام سياحة مسؤولة اجتماعيا وايكولوجيا، تعمل على تسريع وتيرة التنمية الاقتصادية للمغرب دون تشويه تراصها الطبيعي والثقافي، حيث تتقاطع الأبعاد الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في الاستراتيجية الوطنية للسياحة لتحقيق استدامة القطاع والتنمية.

- جعل المغرب من السياحة أولوية وطنية ولذلك فإن الجهود التي بذلت خلال الرؤية 2010 والرؤية 2020 للقطاع في مجال تأهيل المنتجات السياحية، وزيادة الاستثمار السياحي، وتحرير النقل الجوي، كان لها أثر ايجابي على أداء هذا القطاع، على الرغم من المنافسة الشرسة المتزايدة في منطقة البحر الأبيض المتوسط (تركيا، تونس...)، فإن مؤشرات الأداء تشهد على ديناميكية النشاط السياحي بتطورات ايجابية حققت جزء كبير من أهداف التخطيط الاستراتيجي للقطاع السياحي بالمغرب.

ثانياً- توصيات الدراسة: من خلال النتائج السابقة يمكن ادراج بعض التوصيات:

- بالنسبة لقطاع السياحة في المغرب من الضروري تشجيع إقامة تحالفات بين الجهات السياحية الكبرى في البلدان النشطة في هذا القطاع، وخصوصا فيما بين الأجهزة الرسمية المعنية بالنهوض بالسياحة، بهدف تعزيز التسويق السياحي والنهوض بجهود التعاون على المستوى الإقليمي وكذلك على مستوى إقليم بلدان المنظمة العربية والعالمية للسياحة.

- بالنسبة لقطاع السياحة في المغرب من الضروري تشجيع السياحة الداخلية، ومضاعفة طاقة الإيواء من أجل توفير تجربة سياحية غنية للسياح، تمكنه من تحقيق مخططاته الإستراتيجية في هذا المجال، والابتعاد عن التركيز في منطق معينة كمراكش لتحقيق التوازن الجهو.

- رغم ما حققه المغرب من نتائج ايجابية لمخططاته الاستراتيجية إلا أن أهدافها لم تتحقق بشكل كامل بل كانت جزئية تشبّهها بعض القائص والتي يجب تجاوزها من طرف السلطات المعنية،

من خلال تدابير تركز على الرهانات المرتبطة بالموارد البشرية لتحسين جودة الخدمات السياحية التي تتناسب مع الطلب السياحي المتزايد.

- على الجهات المسؤولة في المغرب الاستمرار في التشجيع على قيام قطاع سياحي مسؤول من الناحية الاجتماعية ومندمج في المحيط المحلي، والمحافظة على الأوساط الطبيعية لتشجيع السياحة المستدامة.

- على القائمين بالقطاع السياحي بال المغربأخذ التطورات التكنولوجية الحديثة في عين الاعتبار لخدمة القطاع، والتي تحسن من شروط العمل في القطاع من خلال التزام المؤسسات بالتكوين المستمر لليد العاملة من جهة والتشجيع على الممارسات الجيدة في مجال الاستدامة واقتصاد الطاقة والماء واحترام البيئة من جهة ثانية، بالإضافة إلى تعزيز دور الجمعيات المهنية في تنظيم وهيكلة القطاع بما يخدم تطلعات الاستراتيجيات المغربية لتطوير قطاع السياحة وإدراج البعد العالمي فيه.

المراجع والهوامش المعتمدة

- i - الطائي حميد عبد النبي. (2006). أصول صناعة السياحة، (المجلد 02). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، ص: 22.
- ii- داليا محمد تيمور زكي، (2007)، الوعي السياحي والتنمية السياحية مفاهيم وقضايا، مؤسسة الشباب الجامعية، مصر، ص: 38،
- iii- الشرقاوي محمد فتحي، (2009)، علم السياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص: 09.
- iv- منال شوقي عبد المعطي أحمد، (2011)، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، ص 55.
- v- براهم شاوش توفيق، (2017)، كيفية إدراج مفاهيم ومبادئ السياحة المستدامة في النشاط السياحي، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البلدة، العدد 16، ص 66.
- vi- الخصاونة محمد شبيب، المشاقيبة زياد محمد، (2011)، التنمية السياحية المستدامة، دار جليس الزمان، عمان، الأردن، ص 15.
- vii- ريدة ديب، سليمان مهنا، (2009)، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، مجلة جامعة دمشق لعلوم الهندسية، المجلد 25، العدد 1، سوريا، ص 490.
- viii- نفس المرجع السابق، ص 490
- ix- محمد التفراوتي، الطبيعة، " (2014)، السياحة البيئية في المغرب" ، مكتبة عثمان، المغرب، ص 36، 38، على الرابط الإلكتروني: <http://www.glographie-geneeal>

^x- Haut Commissariat au Plan (Maroc),(2015), **Le Maroc entre les Objectifs du Millénaire pour le Développement et les Objectifs de Développement Durable, les acquis et les défis. Rapport national 2015**, Rapport, Expertise, p11, sur le lien :

http://www.iamm.ciheam.org/ress_doc/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=38027

^{xi} - Tourisme Durable et vision 2020 –,(2019), Ministère du tourisme sur le lien :

<https://www.tourisme.gov.ma › vision-2020 › tourisme-durable-strategie>

^{xii}- **Op-cit**, sur le lien :

<https://www.tourisme.gov.ma › vision-2020 › tourisme-durable-strategie>

^{xiii}- UNWTO,(2019), world tourism barometer, volume15, october2017, p1. Available on :http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_05_october_excerpt.pdf

^{xiv} - Maxime Weigert, chargé de recherche à IPEMED, (2013), **Le rôle des firmes touristiques dans le développement du tourisme au Maroc**, Collection Construire la Méditerranée IPEMED,France, p08.

^{xv} - وزارة الاقتصاد والمالية المغربية القطاع السياحي، (2015)، رؤية استراتيجية محددة، مجلة المالية، العدد 15، على الرابط الالكتروني:

<https://www.finances.gov.ma/ArMa/Pages/Strat%C3%A9gies/Strat%C3%A9gie-du-secteur-du-tourisme--la-Vision-2020.aspx>

^{xvi} - المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الايواء السياحي الأخرى، احالة رقم 2015/16، ص: 05.

^{xvii} - نفس المرجع السابق.

^{xviii} - يومية العلم المغربية، (2019)، على الرابط الالكتروني:<http://www.alalam.ma/def.asp>

^{xix} - المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الايواء السياحي الأخرى، احالة رقم 2015/16، ص: 15.

^{xx}- Tourisme Durable et vision 2020 - Ministère du tourisme **sur le lien** :

<https://www.tourisme.gov.ma › vision-2020 › tourisme-durable-strategie>

^{xxi}- Ministère du tourisme **sur le lien** :

<https://www.tourisme.gov.ma › vision-2020 › tourisme-durable-strategie>

^{xxii} - Ministère du tourisme sur le lien :<https://www.tourisme.gov.ma> › vision-2020 › tourisme-durable-strategie

^{xxiii} . المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المملكة المغربية، مرجع سابق، ص ص: 12-13.

^{xxiv} - Observation du tourisme marocain, **suivi de la demande touristique 2016**, p24, sur le lien: www.observatoiretourisme.ma › wp-content › uploads › 2017/03 › Etu...

^{xxv} - وزارة المالية: المغرب يفشل في بلوغ أهداف رؤية 2020 للسياحة، على الرابط الإلكتروني:
<https://maghreco.com/>

^{xxvi} - هسبريس، المنتدى الاقتصادي العالمي يتتبع السياحة في المملكة، بتاريخ 12 سبتمبر 2019، على الرابط الإلكتروني:

<https://www.hespress.com/economie/443449.html>

