

التنمية السياحية بالمغرب - دراسة تحليلية للاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية رؤية "2020" -  
Morocco tourism development - national tourism development strategy  
analysis "2020"-

بارة فاطمة الزهراء<sup>1\*</sup>، حنيش الحاج<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة البلدة 02 (الجزائر)، barafatima3@gmail.com

<sup>2</sup> جامعة البلدة 02 (الجزائر)، hanniche2000@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/06/01

تاريخ القبول: 2022/04/13

تاريخ الاستلام: 2021/10/02

**ملخص:** نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تحليل و متابعة تطور التنمية السياحية بالمغرب من خلال تسليط الضوء على ما جاءت به الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية بالمغرب مطلع 2020 و التي حملت في طياتها جملة من الأهداف سعت من خلالها المغرب إلى إحداث قفزة نوعية في القطاع السياحي مع مطلع 2020 نظرا للانتعاش الذي شهدته السياحة في المغرب في السنوات الأخيرة، و بقراءتنا التحليلية للموضوع فقد توصلنا إلى جملة من الأهداف أبرزها أن المغرب لم يوفق في بلوغ الأهداف المسطرة ضمن الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية رؤية 2020 بحث افتقدت الاستراتيجية إلى نوع من الموضوعية و الاختلال بين الأهداف الكمية و النوعية للاستراتيجية و بين الإمكانيات و المؤهلات المادية و المالية و البشرية التي تتوفر عليها المملكة.

**كلمات مفتاحية:** السياحة، استراتيجية التنمية السياحية،

تصنيف JEL : ، Z32.

**Abstract:**

This study aims at analyzing and pursuing the touristic development in Morocco through the national strategy followed there by 2020. This strategy had a set of goals to be achieved in order to make a quality step in the tourism sector.

Regarding to the recent flourishing of Moroccan tourism and to our analysis, we found out that Morocco didn't achieve the main goals of its touristic strategy of 2020; because that strategy missed objectivity and

balance between quality and quantity. It also missed balance between the different competencies and potentialities in the Moroccan kingdom.

**Keywords:** tourism; tourism development strategy.

**Jel Classification Codes:** Z32.

## 1. مقدمة

تعتبر المغرب من بين الدول التي تتمتع بمقومات سياحية مميزة تمكنها من توفير موارد اقتصادية جديدة قد تساهم بشكل كبير في بناء اقتصادها لذا أولت المغرب قطاع السياحة أهمية في الآونة الأخيرة لما بات يحققه من إيرادات و خلق قيمة مضافة، حيث تبنت المملكة المغربية من خلال الجهات الوصية و كذا الفاعلين في قطاع السياحة و على رأسهم الوزارة القائمة على القطاع على توحيد و تظافر الجهود و الإمكانيات المادية و المعنوية تسخييرا لخدمة السياحة ، فقد رسمت عدة استراتيجيات و برامج سياحية تنموية أبرزها الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية رؤية "2020" و التي تميزت بنظرة إستشرافية حيث تعتبر رؤية "2020" برنامجا مكتملا لما جاء في رؤية "2010" . حملت الإستراتيجية الجديدة رؤية "2020" أهداف جوهرية تجعل من السياحة في المغرب أحد محركات التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية بطموح كبير يتمثل في أن يصبح المغرب من بين ال20 وجهة سياحية الأولى في العالم بحلول العام 2020 ، كما ارتكزت الإستراتيجية على مضاعفة سعة الإيواء إلى حوالي 200000 سرير جديد و مضاعفة حصة المغرب من الأسواق الأوروبية و كذا مضاعفة عدد السياح . كما تمحور جوهر الإستراتيجية على عدة أهداف جزئية أخرى و التي سنتناولها في محتوى بحثنا هذا بحيث يمكن طرح الإشكالية التالية :

ما مدى تقدم المغرب في إنجازاته للأهداف المسطرة في إستراتيجية رؤية "2020" قبل انقضاء المدة القانونية للإستراتيجية التنموية السياحية ؟

و من خلال طرحنا للإشكالية الرئيسية تراودنا العديد من التساؤلات الفرعية حول هذه الإستراتيجية ، فماهي إستراتيجية التنمية السياحية رؤية "2020" ؟ و ما هي أهم الأهداف التي جاءت بها ؟ و هل وفق المغرب إلى حد ما في الوصول إلى تلك الأهداف ؟

و للإجابة على كل هذه التساؤلات فقد قمنا بوضع فرضية أساسية جاءت كمت يلي :

**الفرضية :** بالنظر لما يعرفه المغرب في الآونة الأخيرة من تدفق للسياح من مختلف الجنسيات فإننا نستطيع القول ربما قد ساهمت الاستراتيجية السياحية للمغرب رؤية 2020 بشكل أو بآخر في تنظيم الحركة السياحية من و إلى المملكة و الذي يعبر بدوره عن نجاح المغرب في تطبيق بنود هذه الاستراتيجية بالشكل الصحيح .

وقد هدفت الدراسة إلى التعريف بالسياحة في المغرب من خلال عرض للإمكانيات و المؤهلات السياحية للبلد و من ثم متابعة و تقييم نتائج الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية بالمغرب رؤية 2020 للوقوف على مدى تطابق أهداف الاستراتيجية مع الإنجازات المحققة معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي للظاهرة السياحية بالمغرب في ضوء الاستراتيجية.

## 2. التنمية السياحية

### 1.2 تعريف السياحة

تم تعريف السياحة حسب قاموس (larousse) الفرنسي : " هي عملية السفر قصد الترفيه عن النفس". ( شرفاوي عائشة، 2015، ص:05 )

\* تعريف منظمك السياحة العالمية للسياحة سنة 1992 : و الذي لا يزال ينال أكبر قدر من القبول في العالم فقد ركز على أن السياحة هي أنشطة الأشخاص المسافرين و المقيمين في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة لمدة تقل عن السنة بقصد الراحة أو العمل أو أغراض أخرى. ( مروان صحراوي، 2012، ص: 12).

إذا السياحة بصفة عامة هي السفر و التنقل من الأماكن المعتاد الإقامة بها إلى وجهات مغايرة لفترة زمنية محدودة بقصد إشباع رغبات أو متطلبات معينة.\*

### 2.2 خصائص السياحة :

- يتميز قطاع السياحة بشكل عام بالعديد من الخصائص نذكر منها :
- قطاع السياحة هو قطاع خدمي يشكل مصدرا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة كونه يختص بجميع الأنشطة الاقتصادية و الثقافية و الحضارية للمجتمع .
- الحساسية الشديدة للمقومات الطبيعية اتجاه التغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني
- يمتد نطاق المنافسة في القطاع السياحي إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة ، فالمنافسة في هذا القطاع دائما تكون عالمية بين مختلف الدول لذا فهو يتأثر بالتغيرات الحاصلة في لبيئة العالمية .
- السوق المستهدف لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية إلى عملاء السياحة الخارجية .
- كل فئات المجتمع تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .
- عدم إمكانية الاحتكار في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات و الموارد السياحية النادرة و صعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة . ( مصطفى يوسف كافي، 2014، ص:30-31 بتصرف).

**3.2 مفهوم التنمية السياحية:** التنمية السياحية هي الإمداد بالتسهيلات والخدمات أو الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السائحين فهي بمثابة عملية تكامل طبيعي وظيفي بين عدد من العناصر الطبيعية الموجودة في المنطقة و المرافق العامة التي يتحتم وجودها كأساس لإقامة الاستثمارات السياحية و كذلك تنمية كل من العرض السياحي و الطلب السياحي لتحقيق الوفاق بينهما لإشباع رغبات و احتياجات السائحين (منال شوقي عبد المعطى، 2013، ص:10-11 )

و بمفهوم آخر، التنمية السياحية هي تكافل كل الجهود المحلية المادية و المالية و البشرية سواء من القطاع العام أو الهيئات الخاصة و كذلك أفراد المجتمع في ترقية السياحة من خلال السياسات و البرامج و المخططات و الاستثمارات التي من شأنها تحسين مستوى القطاع السياحي و الرفع من عائداته لتحقيق المنفعة العامة\*.

**4.2 أهداف التنمية السياحية :** تتعدد و تتنوع أهداف التنمية السياحية لكن يأتي في مقدمتها مجموعة من الأهداف البارزة نذكر منها:

- تحقيق الزيادة المستمرة و المتوازنة في الموارد السياحية للدولة و تحقيق ذلك بدعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة و ذلك برفع إنتاجية الموارد البشرية و غير البشرية الموظفة فيها و السياسات التسويقية الخارجية الكفاء .

- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي و القطاعات الأخرى .

- تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة في النواحي الاجتماعية والثقافية مع التخلص قدر الإمكان من الآثار السلبية لهذه النواحي.

- المساهمة في تنمية البيئة و المحافظة عليها من خلال الاهتمام بمناطق الجذب السياحي و ما يحيط بها من المدن و الأماكن المختلفة. (مصطفى يوسف كافي، 2017، ص: 26).

**5.2 متطلبات قيام التنمية السياحية المستدامة :** هناك مجموعة من الحاجات الأساسية التي يجب تحديدها قبل إحداث تنمية سياحية مستدامة مثل :

- وجود مراكز للدخول في المواقع الإلكترونية للمواقع السياحية لغايات تنظيمية و لتدعيم الإعلام السياحي .

- ضرورة توفير كوادر مزودين بمعلومات كافية عن المواقع السياحية في المنطقة .

- وجود إدارة سليمة لمتابعة العملية السياحية بشكل دقيق .

- التأكيد على أهمية التوعية و التثقيف السياحي و البيئي .

- ضرورة وجود قوانين و أنظمة حاكمة تضبط و تنظم عملية السياحة .
- ضرورة تحديد الطاقة الاستيعابية للمواقع السياحية. ( أنيس زيادة محيي الإزدواجي، دت، ص: 07 ).

### 3. استراتيجية السياحة بالمغرب مطلع 2020 .

نظرا للنتائج التي خرجت بها استراتيجية التنمية السياحية رؤية "2010" و بقصد الاستفادة منها فإن الدولة المغربية قد اعتمدت استراتيجية مكملة لها عرفت برؤية "2020" و التي اتسمت بطموح كبير و تفاؤل مفرط و مقارنة شمولية و دقيقة تهدف إلى مقارنة هيكلية لتهيئة المناطق و دعم التنمية السياحية في المغرب .

### 1.3 أهداف الاستراتيجية: ركزت استراتيجية التنمية السياحية رؤية "2020" في المغرب على مجموعة

من الأهداف النوعية و الكمية التي يرتقي من خلالها قطاع السياحة في البلد إلى اكتساب مكانة دولية لائقة ، و هذه الأهداف يمكن سردها كالتالي .

#### \* الأهداف النوعية :

- التأكيد على الهوية الأصلية للمنتوج السياحي المغربي و جعلها عنصر الجذب فيه
- ترسيخ مفهوم التنمية السياحية المستدامة في إطارها السليم و مبادئها القائمة على حماية المحيط الطبيعي
- الارتقاء بترتيب الوجهة السياحية المغربية إلى مصاف العشرين دولة الأولى طبقا للتصنيف العالمي للمقاصد السياحية

- تنويع المنتج السياحي المغربي ( استحداث القرى السياحية المتكاملة )

- إدماج كافة المناطق في بناء و تكوين الوعاء العقاري للنشاط السياحي .
- تحفيز الاستثمار في المناطق الخام و الواعدة .

#### \* الأهداف الكمية :

- مضاعفة حجم التدفق السياحي نحو المغرب .
- رفع الطاقة الاستيعابية للفنادق المغربية ب 200.000 سرير موزعة على مختلف التصنيفات الفندقية .
- تحقيق عائدات من النشاط السياحي ترتفع إلى 140 مليار درهم سنة 2020 .
- مضاعفة حجم القطاع السياحي .
- تشجيع الاستثمار بنوعيه المحلي و الأجنبي .
- إنشاء و تطوير ثمانية أقاليم سياحية داخل المغرب .

- تشجيع السياحة الداخلية بمضاعفة حجمها بنسبة 300. ( هادية يحياوي، 2012، ص: 222-223 ).

**2.3 نطاق الاستراتيجية:** لم تقتصر استراتيجية السياحة رؤية "2020" في المغرب على منطقة معينة أو مدينة سياحية كبيرة، بل ركزت على أن تلمس هذه التنمية السياحية أكبر عدد ممكن من المناطق وخلق نوع من المنافسة بينهم.

\* **المناطق الثمانية الجهوية التي قسمت حسب الاستراتيجية:** لقد قسم التراب المغربي حسب الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية رؤية "2020" إلى ثمان مناطق رئيسية يمكن حصرها في الجدول التالي باختصار:

الجدول 1: المناطق الثمانية الجهوية التي قسمت حسب الاستراتيجية.

مساهمة المنطقة في الناتج السياحي الخام	مداخل المنطقة سنة 2020 بالمليار درهم	عدد السياح سنة 2020	الطاقة الاستيعابية بحلول سنة 2020	المنطقة
20.7 مليار درهم	خلق 128.020 منصب شغل	2.7 مليون سائح	43000 سرير	"المنطقة الشمالية" التي تدور حول السياحة الثقافية و الشاطئية
7.2 مليار درهم	6مليارات درهم	921000	27300 سرير	"منطقة المغرب المتوسطي" تضم كل من مواقع السعيدية و مرشيككا و كالا إيريس
29.1 مليار درهم	24.1 مليار درهم	3.8 مليون سائح	393000 سرير	"المنطقة الأطلسية الوسطى" تشمل الدار البيضاء و الرباط و الجديدة

بارة فاطمة الزهراء وحنيش الحاج

30 مليون درهم	19 مليار درهم	2.7 مليون سائح إضافة إلى 707000 مسافر محلي	36000 سرير	"منطقة المغرب الوسطى" تتمثل في مناطق التكامل بين مواقع مكناس و فاس و افران
	26.2 مليار درهم	3.6 مليون سائح إضافة إلى 1.4 مليون مسافر محلي	86000 سرير	"منطقة مراكش و الأطلسي" تضم كل من مراكش و تويقال و الصويرة
	13 مليار درهم	1.9 مليون سائح إضافة إلى 388000 مسافر محلي	26000 سرير	"منطقة الأطلس و الأودية" تركز على القطب السياحي المتمثل في ورزازات و الذي تشمل الوديان و الواحات و الأطلس الكبير
924 مليون درهم	عائدات تقدر بحوالي 819 مليون درهم	5600 خلق منصب شغل	3.800 سريرا	"المنطقة الأطلسية الجنوبية الكبرى" تركز حول الداخلة و عروض مندججة للسياحة الطبيعية و الرياضة
29,4 مليار درهم	28 مليار درهم و توفير 181000 منصب شغل .	4 ملايين سائح و مليون مسافر محلي	110.000 سرير	"منطقة سوس و الصحراء الأطلسية" تبدأ من أكادير و تغطي كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون عبر كلميم

**المصدر:** ساعد بوراوي ، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر ، تونس ، المغرب) أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2016 . 2017 ، ص 95 . 96 ، (بتصرف).

من خلال معطيات الجدول السابق و بالنظر للمناطق الثمانية التي ركزت الإستراتيجية السياحية في المغرب رؤية "2020" على تنمية السياحة بها فإننا نلاحظ أن هذا التوزيع العادل قد مس جل الأراضي المغربية كل حسب نوع السياحة التي تتميز بها المنطقة .

كما نلاحظ تقارب في الأهداف المتوقعة و في توزيع عدد السياح المتوقع . و مساهمة المنطقة في الناتج السياحي . و ذلك حسب موقع كل منطقة و حجمها و قدرتها على تحقيق الهدف المسطر لها . و ذلك

من أجل تنمية أكبر عدد ممكن من المدن و القضاء على الجهوية و كذلك الحد من الموسمية السياحية بحيث يمكن للسائح أن يزور المغرب في أي شهر و فصل من السنة .

### 3.3 الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية رؤية "2020" في المغرب في أرقام.

بهدف تقييم و متابعة حصيلة استراتيجية التنمية السياحية رؤية "2020" و تسليط الضوء على أهم الإنجازات التي تمكن المغرب من تحقيقها خلال هذه المدة فقد أشرنا من خلال هذا العنصر إلى أبرز الأرقام و الإحصائيات إلى غاية سنة 2018 من خلال جملة من المؤشرات المعرفة ما إذا كانت هذه الإنجازات تتلاءم و الأهداف المسطرة ضمن الإستراتيجية .

#### 1.3.3. تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود حسب نقاط العبور 2015 / 2018 .

الجدول 2: تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود حسب نقاط العبور 2015 / 2018 .

2018	2017	2016	2015	
8399533	7619256	6803955	6772274	مجموع الوافدين عبر الجو
2471635	2482494	2198274	2113132	مجموع الوافدين عبر البحر
1417540	1247594	1329502	1291356	مجموع الوافدين عبر البر
12288708	11349344	10331731	10176762	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على موقع وزارة السياحة المغربية.

من خلال معطيات هذا الجدول يتبين لنا أن المغرب و من خلال الاستراتيجية السياحية التي وضعتها فقد شهدت تزايد مستمر و بوتيرة متقاربة لعدد السياح الوافدين إلى المملكة عبر مختلف مناطق العبور. بزيادة تقدر بأكثر من مليون سائح في كل سنة أبرزهم السياح القادمين عبر الرحلات الجوية الذين يتمثلون غالبيتهم من أوروبا و آسيا ليلهم السياح القادمين من مختلف الدول المجاورة لها تشجيعا للسياحة و جلب أكبر عدد ممكن من السياح .

إذا سجل الغرب إنجازا جديدا تمثل في استقطاب أزيد من 12 مليون سائح خلال سنة 2018 أي بارتفاع بلغ 8% مع حلول مليون سائح إضافي مقارنة مع الموسم الماضي . و أفادت مصادر رسمية أن مجموع مؤشرات القطاع السياحي تشير إلى أن السياحة المغربية تسير على الطريق الصحيح مبرزا أنه إلى

غاية نوفمبر الماضي تجاوز عدد السياح 11.3 ليون شخص بمتوسط مليون سائح شهريا بزيادة قدرها 8.5% مقارنة مع سنة 2017 و استقر رقم ليالي المبيت في 22.2 مليون ( زائد 8.4% ) بنسبة ملء بلغت 47% ( زائد 3% ). ( <https://m.alyaoum24.com12011972.html> ) .

2.3.3 تطور طاقات الإيواء .

الجدول 3: تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة و حسب المدن لغاية سنة 2018 .

2018	2017	2016	2015	
71496	69688	67613	64716	مراكش
36332	36172	35952	35539	أكادير
20416	18883	18715	15747	الدار البيضاء
11196	10953	10541	9655	طنجة
10248	10200	9996	9693	فاس
7254	7254	6978	6881	ورزازات
9071	9071	7913	7913	وجدة - السعيدية
6468	6458	6080	5982	الرباط
2232	2220	2210	2210	تطوان
6303	6185	6090	5876	الصويرة - موعادور
4693	4671	4618	4592	مكناس
4022	3968	3906	3866	إفران
2905	2829	2829	2738	الجديدة - مازاغان
261256	253830	244971	233550	المجموع

المصدر: وزارة السياحة و النقل الجوي و <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2979>

21:36; 29/03/2020 ; الصناعات التقليدية / الطاقة الإيوائية

بالنظر إلى معطيات جدول أعلاه فإن الالاف للاتباه هو احتواء الثلاث مدن الكبرى الأولى في المغرب و هي مراكش و أكادير و الدار البيضاء على أكبر عدد ممكن من طاقات الإيواء حيث تعد هذه المناطق

الثلاث القلب النابض للسياحة المغربية و التي تستقطب أكبر عدد من السياح سنويا ، كما نلاحظ أن هناك زيادة في عدد طاقات الإيواء خلال السنوات الأربع التي ذكرناها بوتيرة متصاعدة ، ففي مراكز نلاحظ أن الزيادة في عدد طاقات الإيواء سنويا تتراوح من 2000 إلى 3000 سرير بينما في أكادير تتراوح الزيادة السنوية في عدد الطاقة الإيوائية من 200 إلى 400 سرير خلال السنة أما الدار البيضاء فتراوحت الزيادة بها خلال هذه الفترة بين 100 و 2000 و 3000 سرير سنويا بوتيرة غير منتظمة .

في حين نلاحظ تطور محتشم للطاقة الاستيعابية للإيواء في المناطق الأخرى المذكورة خاصة تلك التي لا تزال السياحة ضعيفة نوعا ما .

أما بالنسبة لمجموع طاقات الإيواء بصفة عامة في المغرب خلال الأربع سنوات المدروسة فهناك زيادة منتظمة نوعا ما بحوالي 10 آلاف سرير سنويا و هو ما يفسر فشل المغرب في الوصول إلى الهدف المسطر في الاستراتيجية السياحية رؤية "2020" و هو بلوغ 200000 سرير جديد خلال العشر سنوات أي بحلول سنة 2020.

الجدول 4: تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب الأسرة و حسب الفئة .

2018	2017	2016	2015	
16472	16247	15945	15637	فندق *1
16564	16212	16025	15671	فندق *2
34120	33169	32549	31546	فندق *3
51344	50450	49025	46806	فندق *4
33821	33147	31589	29466	فندق *5
5894	5894	5626	5196	فنادق فاخرة
23914	22364	21242	19109	الإقامات السياحية
20975	20720	20058	19692	النوادي الفندقية
30553	29461	27882	26525	دور الضيافة
27599	26166	25030	23902	فئات أخرى *
261256	253830	244971	233550	المجموع

المصدر : وزارة السياحة و النقل الجوي <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2979>

23:21 ; 29/03/2020 ; الصناعات التقليدية / الطاقة الإيوائية و

من خلال معطيات الجدول السابق نلاحظ أنه طاقات الإيواء في المغرب مصنفة إلى عدة فئات أبرزها الفنادق ، فبالنسبة للفنادق نلاحظ معظمها من الصنف 3\* ، 4\* ، 5\* و الزيادة في هذه الأصناف الثلاث خلال السنوات الأربع كانت بحوالي 1000 سرير سنويا .

أما بخصوص الفئات الأخرى من طاقات الإيواء فهي تتراوح ما بين 19000 سري إلى 30000 سرير موزعة بين ( الإقامات السياحية ، النوادي الفندقية ، دور الضيافة و فئات أخرى\* ) و بزيادة ثابتة نوعا ما من سنة لأخرى ، في حين تأتي الفنادق الفاخرة في الأخير بعدد ضئيل نسبيا مقارنة بالفئات الأخرى إذ نرى أنه في الأربع سنوات لا يزال العدد يتراوح ما بين 5000 و 6000 سرير فقط .

### 3.3.3 تطور عائدات أو إيرادات السياحة بالمغرب.

الجدول 5: تطور عائدات أو إيرادات السياحة بالمغرب.

2018	2017	2016	
75	69.7	64.2	عائدات السياحة بالمليار درهم
7.5	6.16	5.67	عائدات السياحة بالمليار دولار

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على الموقعين :

<https://wwwalarabiya.net/ar/aswaq/travel-and-tourism/12/02/2018>.

05/12/2019 , 14 :43

<https://arabic.euronews.com/2019/01/17/morocco> records a recovery in tourism despite the killing of two Scandinavian tourists , 05/12/2019, 15:19

من خلال معطيات الجدول أعلاه فإن عائدات المغرب من السياحة في السنوات الثلاثة 2016 ، 2017 ، 2018 على التوالي في تزايد بوتيرة ثابتة نوعا ما حيث قفزت العائدات السياحية من 64.2 مليار درهم سنة 2016 إلى 69.7 مليار درهم سنة 2017 أي بزيادة قدرها 5.5 مليار درهم في السنة ، و بعدها في سنة 2018 كانت الزيادة في العائدات بنفس القيمة تقريبا أي 5.3 مليار درهم سنة 2018 فبلغ مجموع العائدات في هذه السنة 75 مليار درهم و هو رقم بعيد نوعا ما عن الهدف المسطر ألا و هو 140 مليار درهم سنة 2020 أي قبل سنتين فقط من انقضاء المدة القانونية للاستراتيجية .

### 4.3.3 الاستثمارات الأجنبية و المحلية في المجال السياحي :

في إطار القانون العام تقدم الدولة عددا من الامتيازات لصالح المستثمرين في القطاع السياحي تشمل : الإعفاء الكلي من الضريبة على القيمة المضافة على الممتلكات التجهيزية المقتنية بالمغرب أو بالخارج لمدة 36 شهر.

- الإعفاء من الضريبة على الشركات خلال السنوات الخمس الأولى من الاستغلال.
- تخفيض نسبة الضريبة على الشركات إلى 17.5% من رقم المعاملات بالعملة الأجنبية بعد مضي 5 سنوات من بداية الاستغلال .
- تخفيض نسبة الضريبة على القيمة المضافة إلى 10 % على عائدات الإيواء بالفنادق . أما فيما يخص الاتفاقيات الموقعة فان الدولة تمنح امتيازات تحفيزية إضافية بالنسبة للمشاريع التي يعادل حجم استثمارها أو يفوق 100 مليون درهم و التي تخلق أكثر من 250 منصب شغل مباشر و ثابت ، تمول هذه الامتيازات من طرف صندوق التنمية الصناعية و الإستثمار و تشمل :
- مساهمة الدولة في المصاريف المتعلقة بامتلاك الأرض اللازمة لتنفيذ برنامج الإستثمار في حدود 20 % من كلفة الأرض .
- مساهمة الدولة في كلفة البناءات التحتية الخارجية الضرورية لتنفيذ برنامج الإستثمار في حدود 15 % من المبلغ الإجمالي لبرنامج الاستثمار .
- مساهمة الدولة في نفقات التكوين المهني المنصوص عليه في برنامج الاستثمار في حدود 20 % من كلفة هذا التكوين .
- الإعفاء التام من الرسوم الجمركية فيما يخص بضائع التجهيزات المستوردة .
- و إضافة إلى كل هذه الامتيازات يمكن الاستفادة أيضا من امتيازات أخرى خاصة بالمشاريع السياحية المهيكلة للمناطق الموجهة في المنتجعات السياحية المبرجة في إطار المخطط الأزرق هذه الامتيازات تتمثل في :
- إنشاء البنية التحتية الخارجية و المساهمة في ثمن الحيازة العقارية الفندقية في حدود 250 درهم /2م في المحطات السياحية لبعض المدن السياحية .
- إعانات لترميم و تحويل و تحويل القصور و القصبات إلى وحدات إيواء سياحي في حدود 10% من مبلغ الاستثمار البالغ سقفه 10 مليار درهم . ( **Erreur ! Référence de lien hypertexte non valide.** )

### 5.3.3 من هم أبرز السياح المتوافدون على المغرب :

أكد مرصد السياحة المغربي حسب إحصاءاته الدورية حول السياحة في المغرب و من خلال إحصائيات شهر أكتوبر 2018 إن عدد السياح الأجانب ارتفع ب 14% فيما ارتفع عدد الوافدين من السياح المغاربة المقيمين بالخارج ب 2 % . و أفادت ذات الإحصائيات أن هذا الارتفاع هم الأسواق الرئيسية

المصدرة للسياح و خاصة السياح القادمين من إيطاليا (+ 14%) و ألمانيا (+ 10%) و فرنسا (+ 7%) و هولاندا (+ 5%) و سجل عدد الوافدين على المراكز الحدودية خلال شهر أكتوبر 2018 ارتفاعا بنسبة 8% مقارنة بشهر ذاته من السنة 2017 (+ 18%) بالنسبة للسياح الأجانب و (+ 2%) بالنسبة للسياح المغاربة المقيمين بالخارج . (<https://www.alaraby.co.uk/economy>)

### 6.3.3 مساهمة السياحة في خلق مناصب الشغل .

تساهم السياحة في المغرب بشكل كبير في خلق الثروات و تقليص نسبة البطالة و الحد من الفقر مع طلب سياحي يقدر بحوالي 11% من الناتج المحلي الإجمالي ، كما يعتبر القطاع مصدرا ممتازا للشغل حيث ساهم في خلق 532000 منصب شغل مباشر سنة 2017 . أي ما يمثل حوالي 5% من إجمالي نسبة الشغل في الاقتصاد. (<https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/166>)

### 7.3.3 السياحة الداخلية.

شهدت السياحة الداخلية في المغرب تطورا متناميا منذ سنة 2010 و يرجع الفضل في ذلك إلى تحسين الربط بشبكة النقل و إلى مختلف التدابير التي اتخذتها الوزارة الوصية ، و نتيجة لذلك تجاوز عدد ليالي مبيت السياح الداخليين سنة 2017 في الفنادق و الأصناف الأخرى من مؤسسات الإيواء العدد المسجل سنة 2010 بنسبة 73% ، و هكذا ارتفعت حصة السياح الداخليين من إجمالي ليالي المبيت من 23% إلى 32% بين سنتي 2010 و 2017 . حيث تكمن أهمية السياحة الداخلية في قدرتها على ضمان استقرار دورة نشاط السياحة فمن الضروري معالجة المشاكل التي يمكن أن تعيق تطور السياحة الداخلية سيما كل ما يتعلق بالعرض السياحي و جعله في متناول السياح الوطنيين ، حيث يعتبر هذا الأمر تحديا على قدر كبير من الأهمية بالنظر إلى كون عدد متزايد من المغاربة باتو يقبلون على الوجهات الأجنبية (تركيا ، إسبانيا ، البرتغال و الدول الآسيوية... الخ) . (على التقرير السنوي للمجلس الاقتصادي و الاجتماعي و البيئي في المغرب لسنة 2018).

فحسب إحصائيات اطلقتها وكالة EFE للأخبار في فبراير 2019 فإن 900 ألف سائح مغربي حلو بإسبانيا سنة 2018 بزيادة قدرها 26% عن السنة الماضية كما يتوقع وصول عدد السياح إلى مليون سائح مرتقب في أفق 2020 و هو الرقم الذي راهنت عليه وزارة السياحة الإسبانية مطلع 2020 و لعل السبب الرئيسي لاختيار المغاربة لإسبانيا كون هذه الأخيرة لا تبعد إلا 13 كلم بحرا ، و يرجع المغاربة السبب كذلك كون الأسعار تقريبا نفسها لكن الاختلاف كبير في جودة الخدمات و المرافق و البنى التحتية ، و في هذا الصدد أطلقت المغرب مخطط ( بلادي ) الذي يستهدف السياحة الداخلية و الذي سيتم من

خلاله تحسين الجودة و العرض في ثماني محطات سياحية و تقديم منتج يتلاءم مع عائدات السياح المحليين و أنماط استهلاكهم (<https://www.ultrasawt.com>إسبانيا تنافس المغرب في ..).

### 8.3.3 المغرب أول وجهة سياحية في إفريقيا لسنة 2018 .

صنف المغرب أول وجهة سياحية في إفريقيا سنة 2018 ، فقد سجلت المملكة توافد 12.289 مليون سائح أجنبي سنة 2018 وفقا لآخر الأرقام الصادرة عن المنظمة العالمية للسياحة و هو ما يمثل زيادة بنسبة 8.3 % مقارنة مع السنة التي قبلها 2017 و حصة تصل إلى 18.3 % من إجمالي الوافدين على إفريقيا ، جاء تقدم المغرب على كل من مصر التي حلت ثانية ب 11.346 مليون سائح أي بزيادة قدرها 8.36 % ، ثم تليهم جنوب إفريقيا ب 10.472 مليون سائح بزيادة تقدر ب 8.1 % .

### 9.3.3 مكانة المغرب السياحية في العالم لسنة 2018 .

يظل تطور المغرب كوجهة سياحية على المستوى العالمي هو الآخر تطورا متباينا حيث ينطوي التغيير المسجل في ترتيب المغرب وفق مؤشرات التنافسية لقطاع السياحة و السفر (TTCI) حيث انتقل من الرتبة 62 (من أصل 141 بلدا) سنة 2015 إلى المرتبة 65 (من أصل 136 بلدا) سنة 2017 على تغيرات متباينة حسب مختلف مكونات تنافسية القطاع . أما من جهة الأمان و السلامة فقد احتل المغرب حسب نفس المؤشر TTCI المرتبة 20 ضمن الوجهات السياحية الأكثر أمانا في العالم سنة 2018 .

( المغرب أول وجهة سياحية في إفريقيا سنة 2018 <https://www.mamlakapress.com>).

## 4 خاتمة

من خلال ما جاء في هذه الدراسة يمكن استخلاص النتائج التالية:

- راهن المغرب على مضاعفة عدد السياح الوافدين في نهاية 2020 و احتلال أحد المراتب الـ 20 الأولى في العالم سياحيا لكن هذا الطموح في الوقت الراهن يبدو صعب التحقيق على اعتبار أن عدد السياح الوافدين لم يرتفع إلا بنسبة 32.3% فقط بين سنتي 2010 و 2018.

- كما هدفت الاستراتيجية إلى زيادة حصة الناتج الداخلي الإجمالي السياحي في الناتج الداخلي الإجمالي الوطني بنقطتين ، إلا أن العكس هو الذي حدث حيث تراجع حصة القيمة المضافة للسياحة في الناتج الداخلي الإجمالي من 7.3% سنة 2010 إلى 6.8% سنة 2017.

- فيما يخص الموسمية في ليالي المبيت فقد شهدت تقطعا و تذبذبا في بعض المدن السياحية في بضع فترات من السنة و هو ما يؤثر سلبا على مردودية الاستثمارات السياحية و عدم استقرار المداخل المحلية لتلك المنطقة

- نستطيع القول أن السياحة الداخلية في المغرب قد تحسنت نوعا ما لكنها لم ترقى بعد إلى المستوى المطلوب بحكم أن المواطن المغربي ينقصه نوع من الثقة و الوعي في الإمكانيات السياحية المحلية لبلده و لا يزال يفضل الوجهات الأجنبية أكثر .

- أما فيما يخص تركيز ليالي المبيت فإن السياحة في المغرب متمركزة بشكل خاص في القطبين السياحيين مراكش و أكادير حيث تستأثران هاتين المنطقتين حوالي 60% من ليالي المبيت السياحية و هذا ما يفسر أن المغرب لم يتحكم بشكل جيد في توزيع السياحة حسب المناطق الثمانية التي وضعتها الاستراتيجية السياحية رؤية "2020".

- هناك تفاوت ملحوظ بين الأهداف المسطرة ضمن استراتيجية المغرب السياحية رؤية "2020" و ما تم إنجازه قبل سنتين تقريبا من انقضاء المدة المحددة للاستراتيجية حيث تعبر النتائج المتوصل لها خلال هذه الفترة ضعيفة إلا حد ما مقارنة مع التفاؤل المفرط في الأهداف المراد تحقيقها .

كما يمكن تقديم التوصيات التالية:

- الالتزام بوضع معايير علمية و عملية عند إعداد الإستراتيجيات السياحية الوطنية
- أخذ الدروس من البرامج و الاستراتيجيات السابقة و تجنب الوقوع في نفس الأخطاء و كذا الموضوعية في وضع الأهداف و عدم الإفراط في التفاؤل .
- الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في وضع الإستراتيجيات السياحية مع مراعاة الاختلاف المادي المالي و الثقافي و الحضاري الذي يختلف من دولة إلى أخرى حتى نتجنب الفشل.

## 5. قائمة المراجع:

- انيس زيارة محي الإيزرجاوي ، هديل موفق محمود ، إبراز دور التخطيط لتنمية سياحية مستدامة في محافظة كربلاء ، قسم الهندسة ، الجامعة التكنولوجية ، العراق ، دت.
- التقرير السنوي للمجلس الاقتصادي و الاجتماعي و البيئي في المغرب لسنة 2018 .
- ساعد بوراوي ، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر ، تونس ، المغرب) أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر، 2016 . 2017.
- شرفاوي عائشة ، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني و المتغيرات الاقتصادية الدولية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير ، قسم علوم التسيير ، جامعة الجزائر، 03 الجزائر، 2015/2014.

- مروان صحراوي ، التسوق السياحي و أثره على الطلب السياحي - حالة الجزائر ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر ، 2012/2011.
- مصطفى يوسف كافي ، أخلاقيات صناعة السياحة و الضيافة ، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2014.
- مصطفى يوسف كافي ، التنمية السياحية ، ألفا للوثائق ، ط1 ، قسنطينة ، الجزائر ، 2017.
- منال شوقي عبد المعطى ، محاضرات في التنمية السياحية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ، ط1 ، الإسكندرية ، مصر ، 2013.
- موقع وزارة السياحة المغربية.
- هادية بجاوي ، السياحة و التنمية في المغرب العربي ، أطروحة دكتوراه ، كلية الحقوق و العلوم السياسية قسم العلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، الجزائر ، 2012/2011.
- <https://arabic.euronews.com/2019/01/17/morocco> records a recovery in tourism despite the killing of two Scandinavian tourists , 05/12/2019,
- <https://m.alyaoum24.com12011972.html> 16/12/2019 ,
- **Erreur ! Référence de lien hypertexte non valide.** تحفيزية , 16/12/2019 , 12 :13.
- <https://www.alaraby.co.uk//economy/2019/1/22/12-2> .
- <https://www.mamlakapress.com> , 23/03/2020 , 22 :36 المغرب أول وجهة سياحية في إفريقيا سنة 2018
- <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/166> , 20/03/2020 , 14 :27. وزارة السياحة المغربية
- <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2979> وزارة السياحة و النقل الجوي 2020/01/22
- <https://www.ultrasawt.com>... , 12/01/2020. إسبانيا تنافس المغرب في
- <https://wwwalarabiya.net/ar/aswaq/travel-and-tourism/12/02/2018> الصناعات التقليدية / الطاقة الإيوائية 05/12/2019.