



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة - باتنة 01-

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



## دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية:

دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب (2010-2015)

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD في العلوم السياسية والعلاقات الدولية  
تخصص: الإدارة العامة والتنمية المحلية

إشراف الأستاذ الدكتور:  
صالح زياتي

إعداد الطالب:  
وليد معافة

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د صالح زياتي	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة 01	مشرفا ومقررا

السنة الجامعية:

2018 – 2019م

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ

الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) إِقْرَأْ وَرَبُّكَ

الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ

الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)﴾ .

الآيات: (01)، (02)، (03)، (04)، (05) من سورة العلق.

ماخصی

## ملخص:

تعد هذه الدراسة محاولة لتشخيص طبيعة العلاقة بين السياحة كظاهرة إنسانية واجتماعية وقطاع حيوي يجلب العملة الصعبة، ويوفر مناصب الشغل من جهة، وبين التنمية المحلية كعملية ديناميكية متعددة الأبعاد جاءت في خضم التطورات الفكرية لمفهوم التنمية من جهة أخرى.

كما تعد هذه الدراسة تشخيص لواقع القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2017، ومقارنته مع القطاع السياحي المغربي، بهدف إستنباط مؤشرات القوة والضعف في هذا القطاع لكلا البلدين، وصولا إلى معرفة أفضلية أحدهما على الآخر.

والهدف من هذه الدراسة في الفترة المذكورة هو بكل بساطة تحليل واقع الصناعة السياحية في كلا البلدين بالأرقام والإحصائيات، واعتمادا كذلك على التشريعات والقوانين المعمول بها وصولا إلى معرفة نقاط القوة والضعف في كل بلد.

الفصل الأول، تناول دراسة وتحليل الأسس الإستمولوجية والأنطولوجية لمفهوم السياحة والتنمية المحلية، في حين إختص الفصل الثاني لواقع العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب، حيث تم تسليط الضوء على المقومات السياحية الطبيعية، التاريخية والحضارية للبلدين، وأهم المؤشرات الإقتصادية بينهما، على سبيل المثال لا الحصر الناتج المحلي الإجمالي، السياح الوافدين وكذا ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى معرفة نقاط قوة وضعف الصناعة السياحية في كلا البلدين، مع تشخيص أهم المعوقات التي واجهتهما في سبيل تحقيق التنمية المحلية.

أما الفصل الثالث فهو محاولة لمعرفة مؤشرات ومعايير المقارنة بين البلدين، من خلال تقصي أوجه التشابه وأوجه الإختلاف، سيما ما تعلق بالخطط والبرامج التي اتبعتها كل منهما، بهدف جذب الإستثمارات السياحية وتطوير القطاع السياحي وصولا إلى التنمية المحلية في بعدها المستدام.

وتم التوصل إلى نتائج من خلال هذه الدراسة، وهي أفضلية القطاع السياحي المغربي مقارنة بنظيره الجزائري، وذلك تبعا للعديد من المؤشرات والأرقام الإحصائية خلال فترة الدراسة 2010-2017 هذا من جهة، ومن جهة أخرى تم التأكيد من صحة المؤشرات التي تم تبنيها في الدراسة لتحديد التناقضات الحاصلة بين البلدين في القطاع السياحي، وعليه يجب على صانعي القرار في النظام السياسي الجزائري إعادة النظر في السياسات السياحية، الخطط، والبرامج لتطوير، وعصرنة القطاع، ليصل إلى مصاف الإقتصاديات السياحية العالمية.

## **Résumé:**

Nous avons tentées a travers cette étude d'identifier la nature de la relation qui existe entre le tourisme entant que phénomène social porteur de richesse et créateur d'emploi et le développement local entant que dynamique multidimensionnelle résultat de l'évolution de développement a travers le temps.

Dans le cadre de cette tentative nous avons déroulé un plan de travaille basé sur trois chapitres dont le premier a été consacré à l'étude et l'analyse des concepts résultants des secteurs cités ci-dessous. sur le plan épistémologique et antologique.

Le deuxième chapitre représentait une étude comparative de cas pratique dont les pays comme échantillons sont l'Algérie et le Maroc tout en essayant à travers un travaille de recherche empirique dans les deux pays d'identifier et de toucher du doigt toutes les réalités politiques, historiques, économiques, voir même civilsationelle quant au développement local et l'évolution de secteur de tourisme dans ces deux entités.

Le troisième chapitre a été consacré à l'étude des écarts enregistré après l'étude comparative qui nous a montré toute les divergences qui résultent des stratégies de développement dans les deux pays et qui font passer au devant la stratégie de Maroc parrapport celle de l'Algerie.si en réfère au statistique en matière de taux de croissance, le BP durant la période du 2010 à 2017.

Enfin nous recommandons au instances algériennes responsable de développement local et de tourisme de prendre l'exemple de Maroc comme model réussi de développement local et du tourisme.

## شكر وعرفان

أشكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع، وانطلاقاً من قول الرسول صلى الله عليه وسلم: ﴿...من صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به، فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه﴾. (رواه أبو داود رقم 1672، وصححه الألباني في صحيح أبي داود).

أتقدم بجزيل الشكر، وأفضل التقدير، والاعتراف بالجميل إلى النور في طريق العلم والموجه في طريق الإشراف الأستاذ البروفيسور "صالح زياني" الذي يمثل نموذجاً للخير والفضل ومثالاً طيباً للبذل، والعطاء، والذي غمرنا بفائض عمله، وتوجيهاته القيمة، والذي كان له الأثر الطيب في إخراج هذه الأطروحة في صورتها النهائية، شكر الله سعيه وجزاه الله كل خير.

كما أتوجه بالشكر إلى كافة موظفي وزارة السياحة والصناعة التقليدية، ومدير، وموظفي المعهد العالي للسياحة بطنجة الذين منحوني كل ما أحتاج لإعداد هذه الدراسة.

الشكر الكبير إلى كل أستاذ سهل لي كل صعب، وكل رفيق ساعدني على بلوغ القمة والنجاح.

الشكر الفاضل لكل عمال، وموظفي مكتبة معهد العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير جامعة باتنة 01، وجامعة الجزائر 3.

كما أتقدم بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا البحث المتواضع، وأرحب بملاحظاتهم القيمة في سبيل تحسينه، وتقديمه في أفضل صورة.

إلى كل من ساعدني، ولو بنظرة تعيد الأمل، أو ببسمة تفتح أبواب الفرج.

## إهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد...

إلى من غمرتني بعطفها وحنانها، إلى من جعل الجنة تحت أقدامها، إلى منبع الحنان، ونور العينين. إلى أول من نطق بها لساني وعاشت معي كل لحظات أيامي.. شاركتني أفراحي وأحزاني، إلى أسمى ما في الوجود.

أمي الحبيبة حفظها الله ورعاها.

إلى من رباني على الفضيلة والأخلاق، وتحمل عبء الحياة كي أعيش سعيداً.

أبي العزيز حفظه الله ورعاها.

إلى من عشت معهم حلاوة الأسرة، وتقاسمت معهم لحظات العمر.  
إلى أعز ما أملك أختي نوال وإخوتي رفيق ومحمد إسلام حفظهم الله.  
إلى كل الأهل والأقارب. إلى كل الأصدقاء والزملاء.

إلى زوجتي الحبيبة حفظها الله ورعاها.

إلى إبني إسحاق.

# فہرست الاسماء والجزء اول



## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	النظام الإنتاجي السياحي	01
24	التغيرات في طبيعة السياحة	02
24	العناصر الأساسية للسياحة	03
25	أساسيات السياحة	04
26	النظام السياحي	05
26	النظام السياحي	06
27	النظام السياحي	07
28	الدوافع النفسية للسفر	08
28	مكونات الثقافة	09
29	السياحة والثقافة	10
30	الإرهاصات الفكرية الأولى للسياحة في العلوم الإجتماعية	11
30	التوترات والتناقضات الحاصلة في السياحة والتنمية	12
48	أهمية السياحة من المنظر الإقتصادي	13
50	أهمية السياحة من المنظر السياسي	14
51	أهمية السياحة من المنظر الإجتماعي	15
52	أهمية السياحة من المنظر الثقافي	16
53	أهمية السياحة من المنظر الإنساني	17
222	الترتيبات التنظيمية على المستوى الوطني	18
223	مخطط عقد إجتماعات مجلس التنمية السياحية	19

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
81	توزيع طاقات الإيواء السياحي سنة 1962	01
141	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر من 1990 إلى 2008	02
143	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر 1990-2008	03
144	ميزان السياحة في الجزائر 1990-2008	04
145	ميزان المدفوعات-عمليات الأسفار والخدمات 2010-2016	05
147	تطور الإيرادات السياحية للمغرب خلال الفترة 1990-2008	06
148	مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب	07
149	ميزان السياحة في المغرب خلال الفترة 1990-2008	08
152	تطور عدد الأسرة في فنادق الجزائر خلال الفترة 1990-2008	09
153	توزيع عدد الأسرة بحسب تصنيف الوحدات الفندقية في الجزائر خلال الفترة 1990-2008	10
154	عدد المؤسسات والأسرة من 2013-2016	11
156	توزيع طاقات الإيواء بحسب نوع المنتج السياحي في الجزائر ما بين 1991-2008	12
157	توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب النوع	13
158	توزيع الفنادق حسب تصنيفها في الجزائر خلال الفترة 1990-2008	14
162	تطور الليالي السياحية في الفنادق في الجزائر للفترة 1990-2008	15
163	عدد الليالي السياحية في الفنادق والمؤسسات المماثلة لها	16
164	تطور عدد السائحين غير المقيمين الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة 1990-2008	17
167	تطور عدد الأسرة في فنادق المغرب 1990-2008	18
168	تطور عدد الأسرة في الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008	19
169	تطور عدد الفنادق في المغرب 1990-2008	20
169	تطور عدد الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008	21
171	تطور عدد الليالي السياحية في الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008	22
172	تطور عدد السياح غير المقيمين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة 1990-2008	23
201	الشروط السبعة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر	24

202	مخطط الوجهة حسب الأهداف والفروع والأسواق	25
203	تنظيم الأسواق الخارجية	26
204	مخطط تسويق وجهة الجزائر	27
231	نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2000-2009)	28
233	خطة الأعمال السياحية لآفاق 2015	29
237	خطة الأعمال بالأرقام لآفاق 2015	30
239	القرى السياحية للإمتياز	31
240	المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للإمتياز	32
242	مجمل الفنادق الخاصة بقطب الإمتياز شمال شرق	33
243	عدد الأسرة المتوفرة من خلال القرى السياحية للإمتياز	34
244	أقطاب التنافسية والإمتياز للقطب	35
245	الفنادق الجديدة للقطب السياحي شمال وسط	36
246	القرى السياحية للإمتياز	37
247	القوى الحقيقية للقطب السياحي شمال-غرب	38
247	القرى السياحية للإمتياز	39
248	عدد الأسرة الخاصة بالقطب السياحي جنوب شرق	40
249	القوى الحقيقية للقطب السياحي جنوب غرب	41
250	فنادق تم إنجازها أو في طريق الإنجاز	42
250	القرى السياحية للإمتياز الخاصة بالقطب السياحي جنوب غرب	43
251	الفنادق التي تم إنجازها أو في طريق الإنجاز للقطب السياحي الجنوب الكبير الأهقار	44
251	تطور عدد السياح بالقطب السياحي الجنوب الكبير الأهقار	45
252	توزيع التدفق السياحي بالقطب حسب الشهور سنة 2008	46
263	الإنفاق السياحي الخارجي للدول العربية	47

فہرست المحتویات

# فهرس المحتويات

الصفحة

المحتويات

العنوان: دور القطاع السياسي في تحقيق التنمية المحلية -دراسة مقارنة الجزائر-المغرب 2010-2017-

الملخص

الإهداء

شكر وتقدير

قائمة الأشكال

قائمة الجداول

الفهرس

مقدمة ..... أ-ح

## الفصل الأول:

### التأصيل النظري للسياحة والتنمية المحلية

المبحث الأول: ماهية السياحة ..... 10

المطلب الأول: إيتيمولوجيا السياحة ومراحل تطور المفهوم ..... 10

1- السياحة في العصور القديمة ..... 10

2- السياحة في العصور الوسطى ..... 11

3- السياحة في عصر النهضة ..... 12

4- السياحة في عصر الثورة الصناعية ..... 12

5- السياحة في العصور الحديثة ..... 13

13	المطلب الثاني: السياحة في الإسلام
15	المطلب الثالث: تعريف السياحة والمفاهيم ذات الصلة
15	1- السياحة لغة
16	2- السياحة إصطلاحا
20	المطلب الرابع: أركان وخصائص السياحة
20	1- أركان السياحة
20	2- خصائص السياحة
31	المطلب الخامس: تبيولوجيا السياحة
31	1/ السياحة حسب الهدف أو الغاية
32	2/ السياحة حسب طريقة التنظيم
32	3/ السياحة حسب فترة الإقامة
33	4/ السياحة حسب طبيعة الموسم السياحي
33	5/ السياحة حسب وسيلة الانتقال
35	المبحث الثاني: أسس السياحة
35	المطلب الأول: الطلب السياحي <b>demand tourism</b>
39	المطلب الثاني: العرض السياحي
41	المطلب الثالث: التسويق السياحي
43	المطلب الرابع: الإنفاق السياحي
44	المطلب الخامس: الإيرادات السياحية
44	المطلب السادس: الإستثمار السياحي
47	المبحث الثالث: أهمية السياحة
47	المطلب الأول: أهمية السياحة من المنظور الإقتصادي

49	المطلب الثاني: أهمية السياحة من المنظور السياسي
50	المطلب الثالث: أهمية السياحة من المنظور الاجتماعي
51	المطلب الرابع: أهمية السياحة من المنظور الثقافي
53	المطلب الخامس: أهمية السياحة من المنظور الإنساني
55	المبحث الرابع: آثار السياحة
55	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة
57	المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية للسياحة
57	المطلب الثالث: الآثار السياسية للسياحة
58	المطلب الرابع: الآثار البيئية للسياحة
60	المبحث الخامس: ماهية التنمية المحلية
60	المطلب الأول: التنمية في الفكر الاقتصادي
61	المطلب الثاني: تعريف التنمية المحلية
67	المطلب الثالث: النظريات المفسرة للتنمية المحلية
69	المطلب الرابع: مراحل التنمية المحلية وأهدافها
69	1/ مراحل التنمية المحلية
70	2/ أهداف التنمية المحلية
72	المطلب الخامس: خصائص التنمية المحلية
73	المطلب السادس: طبيعة العلاقة بين ثنائية السياحة والتنمية المحلية
76	خلاصة الفصل

## الفصل الثاني:

### واقع القطاع السياحي في الجزائر والمغرب

79	مقدمة الفصل
80	المبحث الأول: تطور السياسة السياحية في الجزائر والمغرب وآليات تنفيذها
80	المطلب الأول: تطور السياسة السياحية في الجزائر وآليات تنفيذها
88	المطلب الثاني: تطور السياسة السياحية في المغرب وآليات تنفيذها
96	المبحث الثاني: المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر والمغرب
96	المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر
100	المطلب الثاني: المقومات السياحية الطبيعية في المغرب
108	المبحث الثالث: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في الجزائر والمغرب
108	المطلب الأول: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في الجزائر
108	أولا: المدن السياحية والمواقع التاريخية
114	ثانيا: المتاحف
116	ثالثا: التراث الثقافي الشعبي
120	المطلب الثاني: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في المغرب
120	أولا: المدن السياحية والمواقع التاريخية
126	ثانيا: المتاحف
135	ثالثا: التراث الثقافي الشعبي
140	المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر والمغرب
140	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر
140	أولا: إيرادات السياحة في الجزائر



- 142..... ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر
- 143..... ثالثا: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات في الجزائر
- 145..... المطلب الثاني: الآثار الإقتصادية للسياحة في المغرب
- 146..... أولا: إيرادات السياحة في المغرب
- 148..... ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب
- 149..... ثالثا: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات في المغرب
- المبحث الخامس: تقييم أداء القطاع السياحي الجزائري في تحقيق التنمية المحلية مقارنة بالقطاع السياحي المغربي
- 151.....
- 151..... المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الجزائر
- 151..... أولا: الطاقة الفندقية بمعيار عدد الأسرة
- 157..... ثانيا: الطاقة الفندقية بحسب عدد الفنادق
- 161..... ثالثا: الليالي السياحية في الجزائر
- 163..... رابعا: السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر
- 164..... المطلب الثاني: مؤشرات السياحة في المغرب
- 166..... أولا: الطاقة الفندقية بمعيار عدد الأسرة
- 169..... ثانيا: الطاقة الفندقية بحسب عدد الفنادق
- 171..... ثالثا: الليالي السياحية في المغرب
- 172..... رابعا: السياحة الدولية الوافدة الى المغرب
- 176..... المبحث السادس: أسباب فشل التنمية السياحية في الجزائر مقارنة بالمغرب
- 176..... المطلب الأول: الأسباب السياسية والأمنية
- 176..... المطلب الثاني: الأسباب الهيكلية
- 177..... المطلب الثالث: الأسباب السوسيوثقافية (ضعف الثقافة السياحية)

178	المطلب الرابع: الأسباب التكنولوجية (ضعف دور تكنولوجيا الإعلام والإصال TIC)
181	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: مقارنة بين إستراتيجيتي التنمية السياحية في الجزائر والمغرب (SDT 2025 ورؤية 2020)</b>	
183	مقدمة الفصل
184	المبحث الأول: عرض للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 (الجزائر)
184	المطلب الأول: مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT
184	أولا: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
185	ثانيا: مضمون المخطط الوطني للتهيئة السياحية
186	المطلب الثاني: المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية
187	أولا: تعريف المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية
188	ثانيا: خصائص المخطط الوطني لتهيئة الاقليم
190	ثالثا: مبادئ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم
192	رابعا: مضمون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية
192	خامسا: مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية
193	المطلب الثالث: أهداف ومراحل إعداد SDAT 2025
193	أولا: الأهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
194	ثانيا: مراحل إعداد SDAT 2025
196	المطلب الرابع: الحركيات الخمسة المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025
197	أولا: الحركية رقم 01 -مخطط وجهة الجزائر-
208	ثانيا: الحركية رقم 02 -الأقطاب السياحية للإمتياز-
209	ثالثا: الحركية رقم 03- مخطط نوعية السياحة-

217	رابعاً: الحركية رقم 04 -مخطط الشراكة العمومية -الخاصة-
224	خامساً: الحركية رقم 05 -مخطط تمويل السياحة-
228	المبحث الثاني: مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية
228	المطلب الأول: آفاق تطوير الصناعة السياحية في الجزائر في إطار المخططات التوجيهية
233	المطلب الثاني: الأهداف المادية للمرحلة 2008-2013
236	المطلب الثالث: الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015
238	المطلب الرابع: المشاريع ذات الأولوية للمرحلة 2008-2015
239	أولاً: القرى السياحية للإمتياز 2008-2015
241	ثانياً: الأقطاب السياحية للإمتياز للفترة 2008-2015
254	المبحث الثالث: عرض رؤية 2020 (المغرب)
254	المطلب الأول: تعريف رؤية 2020
258	المبحث الرابع: التحليل المقارن للإستراتيجية الجزائرية والمغربية في التنمية السياحية
258	أولاً: أوجه التشابه بين الإستراتيجية الجزائرية-المغربية في التنمية السياحية
259	ثانياً: أوجه الاختلاف بين الإستراتيجية الجزائرية-المغربية في التنمية السياحية
264	خلاصة الفصل
266	الخاتمة

الملاحق

قائمة المراجع

تمت بحون الله تعالى

مَعْرِفَةٌ

### مقدمة:

يعد قطاع السياحة واحدا من القطاعات الاقتصادية التي تحظى بأهمية بالغة، لما له من تأثير كبير في دعم الاقتصاد الكلي لأي دولة والتخفيف من المشاكل الاقتصادية سيما ما تعلق منها بضعف الناتج المحلي الإجمالي للدولة، البطالة والفقر، ونتيجة للأهمية متعددة الجوانب سيما منها الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع سعت مختلف الدول باختلاف مستوياتها الاقتصادية إلى العمل على إيجاد آليات لتفعيل الإستثمار فيه ومحاولة إيجاد الميكانيزمات الكفيلة بتطويره وعصرنته سيما تلك الدول التي تحظى بالميزة السياحية ما تعلق منها بمقومات العرض السياحية الطبيعية التاريخية والحضارية.

وعليه باعتباره موردا لا يستهان به، وذلك لما له من مزايا تسمح بجلب عائدات معتبرة كما يساهم القطاع السياحي في توفير النقد الأجنبي، وفي ذات الوقت في تخفيض حدة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين، لأنه يعتمد على توظيف أكبر عدد من الأيدي العاملة في مختلف الخدمات المتعلقة بالسياحة كالنقل والإسكان، الإطعام، الإتصال والبيع وغيرها.

والجزائر كغيرها من الدول راهنت في مسيرتها التنموية خلال سنوات السبعينات على الصناعة، وقامت باستثمارات ضخمة إعتقادا منها أن اختبار هذه الإستراتيجية الصناعية والتي سمتها بالثورة الصناعية قد تخرج الدولة من دائرة الفقر والتخلف إلى دائرة النمو والتقدم، إلا أن الحقيقة سرعان ما اتضحت وأصبحت الجزائر تواجه أوضاعا في غاية الخطورة والتعقيد لولا مداخيل البترول، والديون المتراكمة كانت تغطي هذه الحقيقة.

لكن هذه التغطية لم تدم كثيرا لأن مؤشرات التطور أو التخلف لا يمكن إخفاؤها وعلى هذا الأساس كان من الضروري النهوض بالأوضاع الاقتصادية لأن الوقت الحاضر لا يسمح بالتهاون والإغفال، وأضحت المصلحة الوطنية مطلب وضرورة ملحة، ذلك أن إفرازات العولمة والإندماج السريع لاقتصاديات العالم تستوجب تجنيد كل الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة لضمان مكانة لها داخل هذا العالم التنافسي.

لم يبق للجزائر في ظل العولمة والمنافسة والتجارة الدولية إلا البحث عن مصادر، ومنتجات أخرى خارجة عن الربيع البترولي حتى تضمن مكانتها في الاقتصاد العالمي، ومن هذه المنتجات التي تميز الجزائر الإلتفات للقطاع السياحي واعطائه الأهمية والمكانة التي يستحقها.

## مقدمة

يعد قطاع السياحة القطاع الوحيد الذي يتطلب استثمارات يمكن التحكم فيها والإستفادة منها إذا ما قورنت بقطاعات أخرى، بشرط توفير سبل النجاح لها من إستقرار سياسي وثقافة سياحية قوية، وبهذا فإن قطاع السياحة بصفته قطاع التطور والتقدم باستطاعته أن يشكل لبلادنا بديلا عن المحروقات التي تعتمد عليها الجزائر، والتي تشكل 90% إن لم نقل 100%، وخاصة أن كل الظروف الطبيعية متوفرة في الجزائر من صحراء، جبال، بحار، مناخ، وتضاريس الخ.

ونظرا للمزايا التي توفرها الصناعة السياحية، وانعكاساتها الإقتصادية، والاجتماعية على الأفراد في تحقيق التنمية المحلية لهم سعت العديد من الدول للنهوض بهذا القطاع في بلادها لإخراج شعوبها من دائرة التخلف الإقتصادي إلى التنمية الإقتصادية، والأمثلة كثيرة على ذلك حيث نجد العديد من الدول تبنت خيار الصناعة السياحية كمورد حيوي، له مكانته الحيوية في توفير النقد الأجنبي كالمغرب، وتونس، ومصر إلا إن دراستنا هذه حاولت أن تقارن بين الجزائر والمغرب.

### أولا: إشكالية البحث والأسئلة الفرعية

#### 1/ الإشكالية الأساسية:

كيف يساهم القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية في كل من الجزائر والمغرب في ظل تعاضم الإهتمام الدولي بالصناعة السياحية؟

#### 2/ الأسئلة الفرعية:

- ما دور السياحة في التنمية المحلية؟
- ما طبيعة الإرتباط الحاصل بين السياحة والتنمية المحلية؟
- ما هو واقع القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب؟
- ماهي آفاق قطاع السياحة في الجزائر وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025؟
- ماهي آفاق قطاع السياحة المغربي وفق رؤية 2020؟
- هل المقومات متعددة الأبعاد لكل من الجزائر والمغرب كفيلة بتطوير القطاع السياحي؟
- ماهي القدرة السياحية لكل من الجزائر والمغرب في توفير الحد الأقصى من الخدمة السياحية من أجل تحقيق التنمية المحلية؟
- كيف يمكن قياس مستوى الثقافة السياحية في كلا البلدين؟

- ماهي مؤشرات المقارنة التي من خلالها يمكن الحكم على مدى فعالية القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية (الجزائر)، والترايبية (المغرب)؟
- ماهي وضعية أهم مؤشرات السياحة في كل من البلدين خلال فترة الدراسة؟
- ما نصيب المؤسسات الفندقية في الجزائر والمغرب من الليلي السياحية للسياح غير المقيمين؟
- ما دور الثالث (الإرادة السياسية، الأمن، والبنية التحتية) في النهوض بالقطاع السياحي وتحقيق التنمية المحلية في كلا البلدين؟

### ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

#### 1/ الأسباب الموضوعية:

هناك عدة أسباب قادنتني للبحث في هذا الموضوع أذكر منها:

- الميزة السياحية للجزائر، وشساعة مساحتها مما يجعلها قطب سياحي بامتياز في منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط.
- بقاء المنتج السياحي الجزائري في حالة ركود، وجمود مقارنة بدول الجوار (المغرب) التي لا تزخر بالمؤهلات السياحية التي تتمتع بها الجزائر، إلا أن الصناعة السياحية فيها تعرف انتعاشا ملحوظاً.
- الجزائر بلد بترولي، وإيجاد بديل للمحروقات ضرورة حتمية.
- ضرورة الإهتمام بالقطاع السياحي الجزائري، وإعادة بعثه لينافس إقتصاديات الدول الأخرى.
- الرغبة في معرفة المقومات السياحية لدى المغرب، ومقارنتها بالمقومات السياحية للجزائر، والوقوف على واقع التنمية السياحية في كل من البلدين.
- التطور الذي عرفه المغرب في قطاع السياحة في حوض المتوسط.
- معرفة المقومات السياحية للمغرب ومقارنتها بنظيرتها في الجزائر.
- تحديد ومحاولة إبراز الإستراتيجيات التي إعتمدها المغرب من أجل تطوير السياحة.

#### 2/ الأسباب الذاتية:

أما الدافع الذاتي، فمتعلق بالميول الشخصي لدراسة الموضوع، والكشف عن أغوار هذا القطاع الحيوي البالغ الأهمية في كل من الجزائر، والمغرب، ومساهمته في تحقيق التنمية المحلية في كلا البلدين.

### ثالثا: أهمية الموضوع

تكمن أهمية هذه الدراسة في كون القطاع السياحي يمثل بديلا للتنمية الاقتصادية، كما يساهم في نمو الدخل الوطني من خلال توفير إيرادات معتبرة بالنقد الأجنبي، وتوفير مناصب الشغل وتشجيع السياحة الداخلية محليا، وهذا بالنظر إلى ما تنفرد به بلادنا من مميزات سياحية هامة هذا من جهة، ومن جهة أخرى تكمن أهمية هذا الموضوع في تحديد أهمية الصناعة السياحية في توفير مناصب الشغل، وتحقيق التنمية المحلية، وكذا الوقوف على القطاع السياحي في المغرب الذي عرف إنتعاشا هو الآخر في السنوات الأخيرة.

### رابعا: الفرضيات الرئيسية

- بقدر ما تتباين مقومات العرض السياحي بين الجزائر والمغرب، فإن مساهمة القطاع السياحي في كلا البلدين في تحقيق التنمية المحلية ومواكبة السياحة العالمية وصولا إلى التنمية السياحية المستدامة تتفاوت أيضا تبعا لذلك.

- بقدر ما بذلت الجزائر من جهود في سبيل تطوير الصناعة السياحية من خلال وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة لآفاق 2025، فإن حجم الإستثمارات السياحية ضعيف والقطاع لا يزال يراوح مكانه.

- بقدر ما تبنى المغرب من خطط وسياسات هدف من خلالها زيادة حجم الإستثمارات السياحية من خلال رؤية 2020، فإن القطاع السياحي المغرب عرف انتعاشا ملحوظا خلال السنوات الأخيرة، وهو ما تؤكده الأرقام والإحصائيات.

- على الرغم من إمتلاك الجزائر لإمكانيات سياحية معتبرة، فإنها لا تزال تعاني الكثير من التعقيدات التي تقف عائقا أمام نمو الإستثمارات السياحية.

### خامسا: منهجية البحث

إتبعنا في هذا البحث عدة إقتربات بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية والمعرفة اليقينية، وأشير إلى هاته الإقتربات فيما يلي:



**1/ الإقتراب المؤسسي:** يعد هذا النوع من الإقترابات مهما جدا في دراسة مثل هكذا ظواهر (الظاهرة السياحية)، حيث يركز على المؤسسات، والمتمثلة أساسا في الوكالات السياحية، ومختلف المنظمات، والفاعلين في مجال الأسفار، حيث يتم التركيز أيضا على الفنادق، والأسعار، ويتطلب إستثمارات، ومختلف الخدمات الأخرى المرتبطة بالنقل والإمداد، وتعتمد الولايات المتحدة الأمريكية على هذا الإقتراب بشكل كبير.

**2/ الإقتراب الإنتاجي:** يعد هذا النوع من الإقترابات هو الآخر مهم في دراسة الظواهر الإنسانية، والاجتماعية، حيث يشير إلى أهمية السياحة، وينظر إليها كسلعة، أو منتج في السوق يخضع لقواعده (العرض والطلب)، مع مراعاة سلوك المستهلك بطبيعة الحال.

**3/ الإقتراب التاريخي:** هذا الإقتراب يبحث ويحلل النشاط السياحي في حد ذاته، وبيحث في أسباب إرتفاع أو إنخفاض الطلب على المنتج السياحي ومدى إقبال الأفراد عليه.

**4/ الإقتراب التسييري:** يبحث هذا الأخير في أهمية التسيير، ومختلف العمليات الأخرى المرتبطة به كالتهيئة، والرقابة على مختلف مراحل ودورة حياة المنتج السياحي، وما يؤكد أهمية هذا الإقتراب هو ارتباطه المباشر بالإقتصاد الجزئي من خلال متابعة، ودراسة سلوك المستهلك دون إغفال أهمية مختلف التغيرات التي قد تحصل سواء إرتبطت هذه التغيرات بشكل المنتج في حد ذاته (السياحة)، أو تغيرات مجتمعية، أو تغيرات مؤسسية.

**5/ الإقتراب الاقتصادي:** نتيجة لأهميتها (السياحة) المتعددة الأبعاد سواء على مستوى السياحة الوطنية أو العالمية، يؤكد هذا المقتراب أهمية السياحة وارتباطها بمختلف العوامل والمؤشرات الإقتصادية الأخرى كالتنمية الإقتصادية، التنمية المحلية، العرض والطلب، ميزان المدفوعات، من هنا تبرز أهمية هذا المقتراب في إيضاح مدى مساهمة السياحة في مختلف العوامل السابقة الذكر.

**6/ الإقتراب المجتمعي:** السياحة تعد ظاهرة إجتماعية، لفتت إنتباه علماء الإجتماع، وعليه يبحث المقتراب المجتمعي في مختلف أنماط العادات، والتقاليد، والأعراف التي تميز المجتمعات، ويختبر هذا المقتراب الطبقات الإجتماعية في أي مجتمع من خلال دراسة السلوك السياحي للأفراد، والجماعات وكانت أول دراسة في هذا المجال في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1976 لصاحبها "دين ماك كانال" وعمل غراهام دان في المملكة المتحدة.

## مقدمة

7/ **الإقتراب الجغرافي:** الجغرافيا علم قائم بذاته يبحث في وصف الأرض، ودراسة مختلف الظواهر الفيزيائية، البيولوجية والإنسانية، ولأن السياحة تلامس الجغرافيا، وتحتك معها في عديد النقاط، فالمقترَب الجغرافي لِمَا يبحث في مختلف تموقع السياح في المناطق الجغرافية، وتحركات الأفراد المبتكرة من طرف فضاءات السياحة المحلية، وهذا المقترَب أيضا يقوم على استغلال الأرض وما تحويه من موارد وما يشكله من إرتباطات مع الظاهرة السياحية.

8/ **الإقتراب عبر التخصصي:** باعتبار السياحة ظاهرة إنسانية عابرة للتخصصات فهي محل إهتمام الأنثروبولوجيين، والباحثين في أصل الإنسان، ومعرفة دواع تنقله، وترحاله من منطقة إلى أخرى، كما تعد الدوافع النفسية، والتي تشكل محل إهتمام الإقتراب النفسي ميزة السياحة أيضا في تحليل الرغبات، والدوافع النفسية للسائح، دون إغفال مقترَبات العلوم السياسية والعلاقات الدولية، والمقترَبات القانونية في طلبات التأشيرة، ومختلف القواعد المنظمة، والتشريعات المعمول بها.

### سادسا: أهداف الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- تحديد الأهمية الإقتصادية للنشاط السياحي.
- إظهار أهمية القطاع السياحي في تفعيل التنمية المحلية.
- إبراز المقومات السياحية المتعددة الأبعاد لكل من الجزائر، والمغرب، ومدى أهميتها في التنمية المحلية ومن ثم في دعم الإقتصاد الوطني لكل دولة.
- تحليل الإستراتيجية الجزائرية للتنمية السياحية، ومقارنتها مع رؤية المغرب.

### سابعا: الدراسات السابقة

#### الدراسة الأولى:

أطروحة دكتوراه للطالبة "شبايكي حفيظ مليكة" بعنوان "السياحة وآثارها الإقتصادية والإجتماعية -حالة الجزائر 2003-"، حيث تناولت الباحثة الإطار العام للسياحة من نشأتها، ومختلف إتجاهاتها، وركزت الباحثة على أهمية السياحة في الإقتصاد الجزائري، وانعكاساتها الإقتصادية، والإجتماعية، كما تناولت آفاق القطاع السياحي الجزائري، وقد توصلت الباحثة إلى نتيجة مفادها أن القطاع السياحي كانت

## مقدمة

مساهمته ضعيفة في الإقتصاد الوطني إلى غاية سنوات التسعينات، وهذا راجع إلى التوجهات التنموية خلال هذه الفترة.

### الدراسة الثانية:

أطروحة دكتوراه للطالب "كواش خالد" بعنوان "أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر 2003/2004"، كلية العلوم الإقتصادية، وعلوم التسيير -جامعة الجزائر، حيث أشار الطالب إلى تاريخ السياحة وتطورها وتناول أيضا النشاط السياحي وأبرز الطالب الأهمية الإقتصادية للسياحة، ومختلف مؤشراتها، كما ركز على أهمية السياحة في الجزائر خاصة من الناحية الإقتصادية، وأفاق هذا القطاع في ظل المتغيرات العالمية إستنادا إلى بعض التجارب السياحية لبعض الدول العربية، وقد توصل الباحث إلى أن السياحة الجزائرية لم تلعب الدور المنوط بها في مجال التنمية الوطنية على الرغم من توفر الإمكانيات، والموارد المتاحة.

### الدراسة الثالثة:

أطروحة دكتوراه أجراها الطالب "عامر عيساني" بعنوان "الأهمية الإقتصادية للتنمية المستدامة -حالة الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة"، حيث قسم الطالب دراسته إلى خمسة فصول تناول فيها الجوانب النظرية للسياحة، والسياسة الدولية، ومختلف الآثار الناجمة عنها، وقد تناول الباحث أيضا الإستراتيجية السياحية للجزائر، ومقارنتها مع الإستراتيجية السياحية لتونس ومصر، وقد توصل الباحث إلى أن التجارب السياحية التي خاضتها تونس ومصر تضم مجموعة من الدروس التي يمكن للسياحة الجزائرية أن تستفيد منها، لأجل ترقية قطاعها السياحي.

### الدراسة الرابعة:

رسالة ماجستير أجرتها الطالبة "صليحة عشي" بعنوان "الآثار التنموية للسياحة" دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب"، حيث عالجت الباحثة الإمكانيات السياحية لدول المقارنة، بالإضافة إلى أنها تطرقت إلى مختلف الآثار الناجمة عن السياحة منها الآثار الإقتصادية والإجتماعية للبلدان الثلاث، كما توصلت الباحثة في الأخير إلى أن القطاع السياحي للجزائر ما يزال ضعيفا مقارنة مع القطاع السياحي لكل من تونس والمغرب، خاصة من ناحية الآثار الناجمة عن هذا القطاع.

نلاحظ أن هذه الدراسات لم تعالج ولم تتطرق إلى الإستراتيجية السياحية لمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وهذا هو الجانب الذي حاولنا من خلال دراستنا التطرق إليه من خلال تحليل محتوى هذه الإستراتيجية وتقييمها.

### ثامنا: تبرير الخطة

للإجابة على إشكالية البحث رأيت أنه من المناسب أن أتطرق للموضوع من كافة جوانبه من خلال:

التطرق إلى الإطار المفاهيمي ومحاولة ضبط مفاهيم الموضوع، من ثم لابد من إعطاء تحليل منطقي لطبيعة الإرتباط الحاصل بين متغيرات الموضوع، وكذلك من أجل فهم عميق ودقيق للظاهرة محل الدراسة والتحليل، وقسمت الموضوع إلى ثلاثة فصول على النحو التالي:

الفصل الأول مثل مدخلا عاما حول السياحة، والتنمية المحلية حيث تناول مفاهيم حول السياحة وعلاقتها بالمفاهيم ذات الصلة، ومراحل تطورها، وكذا أسسها، أهميتها وأثارها، إلى جانب مفهوم التنمية المحلية، ومختلف الأسس الإستراتيجية، والأنطولوجية المرتبطة بالمفهوم مع تحليل الإرتباط بين السياحة، والتنمية المحلية.

أما الفصل الثاني فتطرقت فيه إلى العرض السياحي في كل من الجزائر، والمغرب حيث تناولت بالتفصيل المقومات السياحية الطبيعية التاريخية، والحضارية لكل منهما على حدى، إلى جانب الآثار الإقتصادية، وكذا تقييم أداء القطاع السياحي في كل من البلدين في تحقيق التنمية المحلية من خلال مؤشرات إحصائية.

في حين إختص الفصل الثالث في عرض وتحليل وإستشراف من أجل تطوير قطاع السياحة في الجزائر عن طريق إقتراح رؤية مستقبلية قد تؤدي إلى تطوير القطاع وصولا إلى التنمية المحلية أولا، والتنمية السياحية المستدامة كهدف نهائي.

### تاسعا: الصعوبات والعراقيل

من بين الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا لهذا الموضوع، نذكر أساسا نقص المراجع المتخصصة في مجال السياحة والتنمية المحلية، وصعوبة إيجاد المعلومات والإحصائيات المرتبطة بالقطاع السياحي الجزائري، وخاصة منها الجديدة التي تخص السنوات الأخيرة.

# الفصل الأول

التأصيل والنظري للسياسة والتنمية المحلية

## الفصل الأول: التأصيل النظري للسياحة والتنمية المحلية

### المبحث الأول: ماهية السياحة

#### المطلب الأول: إيتيمولوجيا السياحة ومراحل تطور المفهوم

إن الحاجة إلى الإطلاع والإكتشاف وحبهما كانا موجودين عند الإنسان منذ الأزل، أين كانت السياحة بسيطة بدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها وكان الغرض منها هو ممارسة النشاطات البشرية اللازمة للحياة الإنسانية كالبحث عن المأكّل والمشرب والمأوى والصيد والبحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض إجتماعي وبالتالي، فالظاهرة السياحية دفينّة في النفس البشرية فهي ظاهرة إنسانية إجتماعية ظهرت مع ظهور الإنسان وتطورت مع تطور الإنسان؛ أي أنها قديمة قدم التجمعات البشرية وقديمة كممارسة، وتفاعلات قدم الحياة البشرية في حد ذاتها إلى أن تطورت السياحة من شكلها البسيط حتى أصبحت في العصر الحديث علماً قائماً بذاته يدرس، وصناعة لها أسسها وقواعدها، إهتمت بها الدول على اختلاف مستوياتها وسعت لها سعياً حثيثاً لفهم واستيعاب أسرارها وخبايها ومداهها والعمل على تنميتها والإستفادة من مزاياها<sup>(1)</sup>، وكما سبق وأن تمت الإشارة إليه. مفهوم السياحة عرف تطوراً على مر العصور مع تطور المجتمعات البشرية في حد ذاتها وفيما يلي عرض لتطور السياحة عبر التاريخ:

#### 1- السياحة في العصور القديمة:

لم يفكر أحد في هاته الحقبة التاريخية في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح الجماعة وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة إلا في القواميس والمعاجم الحديثة؛ أي أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان، يهدف إلى إشباع نزواته واستيفاء حاجياته الخاصة، أما أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على تحقيق فائدة حب الإستطلاع والدافع الديني<sup>(2)</sup>.

لقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط، وتعرف اليوم باسم "مرسيليا" حيث كانت تجارتها بالتعامل مع الشعوب المجاورة، أما الفينيقيون، وهم شعب من التجار كانوا يرحلون في كل الإتجاهات، وعرف في عصر الإمبراطورية الرومانية عدة عوامل شجعت على السفر وكما عرف اليونانيون المزايا العلاجية لبعض عيون المياه المعدنية والكبريتية التي كانوا

(1) مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي. دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009، ص 28.

(2) ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2008، ص ص 14-16.

يقصدونها بهدف العلاج، عرف الرومان أيضا المزايا ذاتها حيث كانوا يقومون برحلات من أجل الصحة آلة المدن التي تقه بها المياه المعدنية وكذلك للتسلية، وهو ما يطلق عليه اليوم بالسياحة العلاجية أو السياحة الحموية.

## 2- السياحة في العصور الوسطى:

كان إتجاه السفر والسياحة في تلك العصور لممارسة التجارة أو نشر الدين المسيحي، رحلات دراسة وانتشرت شبكة من النزل الخيرية لتخدم جل الطبقات الإجتماعية، وكان المسيحيون في طريقهم إلى القدس يقومون بجولات إجتماعية واستجمام رغم دافعهم الديني للسفر وفي أواخر القرن الثالث عشر اكتشف ماركو بولو Markopolo (1254-1323) الطرق بين أوروبا وآسيا وأنشأ في الصين نظام طريقي جديد منذ عصر "شو" (1122-1221)show قبل الميلاد وفي القرن الخامس عشر سجلت رحلة جماعية نظمت في فينيسيا إلى الأرض المقدسة أول مظهر من مظاهر التسويق السياحي، كما انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم الذي كان يبدو في قلب تلك الحضارة ترك هؤلاء الرحالة وثائق سياحية فذة ومن أبرز الرحالة العرب في تلك العصور "ابن بطوطة" الذي كان مثالا للرحالة والسائح فقد بدأ سياحته في سن الحادية والعشرين من عمره واستمر بها إلى سن الثمانية والعشرين شملت الجزائر، وتونس، ومصر، والشام ثم الحجاز، والقرم، وروسيا، وإيران، والهند، والصين ثم بعد عودته سافر إلى الأندلس، والسودان، وقد دون ذلك في كتابه الشهير: "تحفة الأبصار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار"، ومن الرحالة العرب "ابن جببير" الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي، وكذلك كانت الروايات التي كتبت آنذاك مثل: السندباد، وألف ليلة وليلة، كتبا سياحية تشمل سحر الشرق وعبقه.<sup>(1)</sup>

ومن أهم الرحالة العرب أيضا في تلك المرحلة نذكر:<sup>(2)</sup>

- ابن عبيد البكري: تجول في غرب إفريقيا خلف لنا مخطوطة بعنوان (المسالك والممالك).
- المسعودي: ارتحل في بلدان شرق إفريقيا وخلف لنا مخطوطة بعنوان (مروج الذهب).
- البيروني: ارتحل إلى شمال الهند وجنوب النيبال وأعد مخطوطا بعنوان (تحليل ما للهند من مقولة مقبولة في العقل أو مردودة)، وفي القرن الخامس عشر كانت رحلة فاسكو دي غاما Fasco die Game إلى الهند ثم إلى الصين عن طريق رأس الرجاء الصالح، ثم رحلة كرسستوفر كولمبس

(1) مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص 32-33.

(2) محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من منظور جغرافي، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 1995، ص 17.

Krostover Colombo's إلى أمريكا 1492 ما شجع الأوروبيين إلى الهجرة إليها فيما بعد، وأيضاً رحلة ماجلان البرتغالي Majlan حول العالم الذي قتل في الفلبين 125م.

### 3- السياحة في عصر النهضة:

بدأ المسافرون بين القرن الرابع عشر والسابع عشر تدفعهم الرغبة في زيادة الخبرة والمعرفة في السفر، وفي هذا العصر حدثت تغييرات كثيرة في الميدان العلمي كالكشوفات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، ففي بريطانيا أقرت إليزابيث الأولى شكل السفر بعربات الخيل للسياسيين وطلاب الجامعات مثل: أكسفورد وكامبريدج، كما قامت في بريطانيا منح لدراسة السفر، في عصر النهضة إذن فتحت أبواب الكسب الكثيرة أمام الناس واتسعت مداركهم ببروز علماء في جميع الميادين سواء المجال العلمي أو الأدبي أو الفني فكانوا يذهبون إلى عواصم العالم والمدن الشهيرة لمشاهدة آثارها ومراكزها الثقافية وهم سواح أثرياء عرفوا السياحة الترفيهية، وقد ازداد عدد هؤلاء السواح في القرن السابع عشر، والثامن عشر، وبرز عدد كبير من الكتيبات التي تعتبر بمثابة نشرات إعلامية<sup>(1)</sup>.

### 4- السياحة في عصر الثورة الصناعية:

وقد تفرقت ما بين 1750 1850 حيث تخللتها متغيرات إقتصادية واجتماعية هامة مثل هجرة العمال من الأراضي الزراعية والريف للعمل في مؤسسات صناعية والعيش في الحياة الحضرية، كما أوجدت الثورة الصناعية طبقة إجتماعية وسطى، وازداد وقت الفراغ باستخدام الآلة، فازداد الطلب على السفر من أجل الإستجمام، كما انتشر نمط النزهة اليومية ورحلات الترويج عن النفس والسياحة الشعبية ومع نهاية القرن التاسع عشر بدأ العمال يحصلون على إجازة سنوية وبدلاً من أن يقضوا عطلتهم في المدن والمناطق المتوسطة، وكان لإستخدام سكة الحديد في القرن التاسع عشر اثر كبير في تاريخ السفر والمسافرين والسياحة بشكل عام حيث تم نقل المسافرين باستخدام القطار في عام 1830 في بريطانيا، لكن ميلاد النقل المنظم في القطار كان عام 1841 عندما قام توماس كوك Thomas Cook بتنظيم رحلته الشهيرة من ليستر إلى لندن والعودة<sup>(2)</sup>.

(1) ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص 18.

(2) خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص 23.



## 5- السياحة في العصور الحديثة:

إن السياحة في العصور الحديثة أصبحت ذات طابع دولي ومأمون من المخاطر، مما أدى إلى ازدياد تنقل السواح المتواصل بين أنحاء المعمورة كما سبب ازدياد وسطي الدخل الفردي ووقت الفراغ والعوامل الأخرى نشوء ظاهرة السفر الجماهيري، ومع بداية القرن العشرين دخلت التكنولوجيا الحديثة في مجال النقل كالطيران ومجال الإيواء (فنادق دولية بخدمات شاملة)، ووسائل النقل البري والبحري والجوي ووسائل الاتصالات السريعة وتغيرت حياة الإنسان خاصة في الدول المتقدمة، وبذلك حدثت تطورات كمية ونوعية كبيرة في مجال السياحة خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، ومازالت السياحة تتأثر بعوامل عديدة إقتصادية ومالية وتكنولوجيا، كما تتبادل التأثيرات مع البيئة وعوامل التسويق والترويج<sup>(1)</sup>، ولم يعد بذلك مفهوم السياحة ذلك المفهوم التقليدي وإنما تطور إلى ما يعرف بالسياحة الإلكترونية، هاته الأخيرة تعبر عن نمط سياحي يتم تنفيذ معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى، أو بين مؤسسة سياحية وأخرى، أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح)، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات<sup>(2)</sup>.

## المطلب الثاني: السياحة في الإسلام

نصّ القرآن الكريم في الكثير من آياته على السياحة والتفكر والتدبر فقال عز: "قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله على كل شيء قدير"<sup>(3)</sup>

"أفلم يسيروا في الأرض فينظروا كيف كان عاقبة الذين من قبلهم ولدار الآخرة خير للذين اتقوا أفلا تعقلون"<sup>(4)</sup>

"التائبون العابدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشر المؤمنين"<sup>(5)</sup>.

"هو الذي جعل لكم الأرض ذلولاً فامشوا في مناكبها وكلوا من رزقه وإليه النشور"<sup>(6)</sup>.

(1) مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 35.

(2) لمياء السيد حفنى، التسويق السياحي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 226.

(3) "سورة العنكبوت"، الآية 20.

(4) "سورة يوسف"، الآية 109.

(5) "سورة التوبة"، الآية 112.

(6) "سورة الملك"، الآية 15.

إن هذه الآيات القرآنية الكريمة طالبت المسلمين بالسير في الأرض بغية الكشف عن أمور عدة في الكرة الأرضية، لم يطلب الإسلام من المسلم البقاء في المكان الذي يعيش فيه ويحضر عليه مغادرته بل حصّه على التجوال والسير في الأرض.

إن إجازة الإسلام للسياحة أو للنشاط الترويحي ينطلق من إعانة الفرد المسلم على مشاق الحياة وصعوباتها هو تشجيع للإتصال بالغير، ودعوة للإنتفاح على حضارته وذلك في حدود التعاليم الإسلامية والضوابط الشرعية التي وضعها الشارع الحكيم، بمعنى إن كان حصاد الوقت إضعاف للإيمان وزعزعة العقيدة، واخللة الثوابت، وخدش الفضيلة، والوقوع في الرذيلة، ودفن الأخلاق، والقيم، فالمسلم في هاته الحالة مطالب بالبعد عن كل ذلك كل البعد.

إن الراحة والإستجمام حق طبيعي ومشروع للبشر رعاه الإسلام ودعا إليه وأكد عليه، لأن الكائن البشري مهما كانت حالته الصحية سليمة يحتاج بين الفترة والأخرى إلى وقفات، ولو كانت قصيرة للإستراحة والإستجمام واستعادة الأنفاس ليعود بعد ذلك إلى عمله، وموطن بذله، وعطائه بأكثر حيوية وقدرة على النشاط.

وقد صنفت السياحة في الإسلام إلى عدة أصناف فمنها: الفرض للمستطيع كالسفر للحج ونحوه، ومنها المستحب الذي يثاب فاعله، ولا يعاقب تاركه كالسفر لزيارة الأماكن الفاضلة كالحرمين، وكالسفر لعيادة المريض، أو السياحة في ملكوت الله جل في علاه، ثم هنا السفر المحرم وهو أن تنوي بسفرك الوصول إلى أمر حرمه الله، ثم المكروه وهو أن تسافر لمجرد اللهو المباح الذي لا حرمة فيه ولا منفعة.

لهذا فإن المجتمع الإسلامي في حاجة إلى قرى سياحية خالية من العري والإختلاط مناسبة للشباب وللأسر المسلمة وفي حاجة إلى مساح تعرض فيها المسرحيات التي تعالج مشاكل الناس وفق المنهج الإسلامي، وإلى دور سينما تعرض فيها الأفلام التي تترك أثرها في نفوس الناشئة في نواحي القيم والأخلاق والشجاعة والبطولة، كما يحتاج المسلمون إلى مساعدة الشباب على القيام برحلات علمية ذات أهداف توجيهية، ومعسكرات يربى فيها الشباب على الرجولة والقوة.<sup>(1)</sup>

(1) مصطفى عبد القادر، مرجع سابق، ص ص 72-77.

## المطلب الثالث: تعريف السياحة والمفاهيم ذات الصلة

## 1- السياحة لغة:

ساح سياحا، وسيحانا الماء جرى على وجه الأرض فهو ماء سائح، وسيح يقال هذه الأرض تسقى بالماء سياحا؛ أي بالماء الجاري الظاهر وسياحا وسيحانا وسياحا وسيوحا ذهب في الأرض للعبادة والترهب، جال في البلاد للتنزه أو التفرج أو غير ذلك فهو سائح جمع ساح وسائحون والعامّة تقول سواح<sup>(1)</sup>، ويعرف ابن منظور في مجلده لسان العرب السياحة بقوله: والسياحة الذهاب في الأرض للعبادة، والترهب، وساح في الأرض يسيح ساحة وسيوحا وسياحا وسيحانا؛ أي ذهب، وفي الحديث لا سياحة في الإسلام\*، أراد بالسياحة مفارقة الأمصار، والذهاب في الأرض وأصله من سيح الماء الجاري، قال ابن الأثير أراد مفارقة الأمصار، وسكنى البراري، وترك شهود الجمعة والجماعات، قال: وقيل أراد الذين يسعون في الأرض بالشر والنميمة والإفساد بين الناس، وقد ساح، ومنه المسيح ابن مريم عليهما السلام، في بعض الأقاويل كان يذهب في الأرض فأينما أدركه الليل صف قدميه صلى حتى الصباح، فإذا كان كذلك فهو مفعول بمعنى فاعل، والمسياح الذي يسيح في الأرض بالنميمة والشر، ففي حديث لعلي بن أبي طالب رضي الله عنه: "أولئك أمة الهدى ليسوا بالمساييح لا بالمذاييع البُرُّ"، يعني الذين يسيحون في الأرض بالنميمة والشر والإفساد بين الناس، والمذاييع الذين يذيعون الفواحش<sup>(2)</sup>.

الأزهري قال: المساييح ليس من السياحة ولكنه من التسييح، والتسييح في الثوب أن تكون فيه خطوط مختلفة ليست من نحو واحد، وسياحة هذه الأمة الصيام، ولزوم المساجد، وقول الله تعالى: ﴿الحامدون السائحون﴾<sup>(3)</sup>، قال تعالى: ﴿سائحات ثيبات وأبكارا﴾<sup>(4)</sup>.

السائحون والسائحات: الصائمون، قال الزجاج: السائحون في قول أهل التفسير واللغة جميعا الصائمون، قال: ومذهب الحسن أنهم الذين يصومون الغرض، وقيل أنهم الذين يديمون الصيام، وهو مما

(1) المنجد في اللغة والأعلام. بيروت: دار المشرق للنشر والتوزيع، الطبعة 41، 2005، ص 368.

\* جاء في حديث رواه عبد الرزاق في مصنفه عن ليث عن طاووس قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "...ولا سياحة ولا تبتّل ولا ترهب في الإسلام". قال الألباني في ضعيف الجامع (ضعيف) برقم (6287) وإنما الصحيح ما رواه أبو داود في سننه من حديث أبي إمامة أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: "سياحة أمتي الجهاد في سبيل الله"، صححه الألباني في صحيح الجامع برقم (2093).

(2) أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفرقي المصري، لسان العرب. بيروت: دار صادر، الطبعة الأولى، 1374هـ - 1955 م، ص 492.

(3) سورة التوبة، الآية: 112.

(4) سورة التحريم، الآية: 05.

في الكتب الأولى، وقيل إنما قيل للصائم سائح لأن الذي يسبح متعبدا لا زاد معه إنما يطعم إذا وجد الزاد، والصائم لا يطعم أيضا، فلشبهه به سمي سائحا، وسئل ابن عباس وابن مسعود عن السائحين، فقال: هم الصائمون، والسَّيْحُ: المسح المخطط، وقيل السَّيْحُ مسح مخطط يستتر به ويفترش، وقيل السَّيْحُ العبادة المخططة، وقيل وهو ضرب من البرود، وجمعه سيوح.

## 2- السياحة اصطلاحا:

يأتي مفهوم السياحة اصطلاحا ضمن مفهوم السفر، (والسفر هو الخروج قصد قطع مسافة القصد الشرعية فما فوقها قال المالكية: السفر على قسمين: سفر طلب، وسفر هرب، وقسم الحنفية السفر من حيث حكمه إلى ثلاثة أقسام: سفر طاعة كالحج والجهاد، وسفر مباح كالتجارة، وسفر معصية كقطع الطريق وحج المرأة بلا محرم، وصرح الشافعية والحنابلة بأن السفر لرؤية البلاد والتنزه فيها مباح، وقال الحنابلة: إن السياحة لغير موضع معين مكروه.

إن السياحة في عصرنا الحاضر ظاهرة من مظاهر النشاط الإنساني، عرفت منذ القدم كما سبقت الإشارة بأنها عمليات إنتقال مؤقت يقوم بها بعض الأشخاص، تاركين وطنهم، إلى أماكن أخرى لأغراض غير الإقامة على سبيل الإعتياد، وعلى هذا الأساس فهي تعني:

**أولا: إنتقال الشخص من بلده الأصلي إلى بلد آخر طلبا لأمر معين.**

**ثانيا:** أنها تفيد الإنتقال المؤقت الذي يتم من غير هجرة، ولذلك حددوا مدة إقامة السائح بأنها أكثر من أربعة وعشرين ساعة وأقل من اثني عشر شهرا. كما أن السياحة ظاهرة تتعلق باستغلال أوقات الفراغ عند البشر<sup>(1)</sup>.

لقد عرف الايطالي "ترويزي" السياحة بأنها: إنتقال مؤقت من مكان لآخر ليست غايته تحقيق الربح، ويعرف "جويير فرويلر" الألماني السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء، وإلى مولد ونمو الإحساس بجمال الطبيعة، والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الإتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعة الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة إتساع التجارة، والصناعة سواء كانت كبيرة، أو صغيرة، أو متوسطة، وثمره تقدم وسائل النقل.

(1) مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2003، ص ص 70-71.

ويعرف "فونش وليرون" الإقتصادي النمساوي السياحة بأنها: كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل أو خارج منطقة، أو ولاية، أو دولة معينة.

نجد أن هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية، ويرى "جلاكسمان" السويسري السياحة بأنها: مجموع العلاقات المتبادلة بين الشخص الذي يوجد بصفة مؤقتة فقط في مكان إقامته وبين الأشخاص الذين يقيمون بهذا المكان، ونجد أن "جلاكسمان" لم يحدد طبيعة العلاقات التي تنشأ بين السائحين والمضيفين، إلا أنه وصف إقامة السائح بأنها إقامة مؤقتة، ويعرف أدريان فرانكلين في كتابه مقدمة للسياحة السياحة بتعبيره: "Tourism is everything and everything is tourism"<sup>(1)</sup>

ونجد كلا من "هنزكر وكرافت" يعرفان السياحة بأنها: المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج عن إقامة السائحين طالما أن هذه الإقامة لا تؤدي إلى إقامة دائمة، أو ترتبط بعمل مأجور، كما أن السياحة في القاموس الدولي السياحي "مونت 1961" تعبر عن أسفار المتعة التي تتمثل في مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار، والصناعات التي تتعاون على إشباع رغبات السائح<sup>(2)</sup>، ومما سبق ذكره يمكن أن نعرف السياحة بأنها: التنقل والحركة التي هي من المميزات الدفينة في الإنسان، الذي إعتاد على الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاسترزاق أولا ثم الإستمتاع ثانيا، ومن بين المفاهيم ذات الصلة بمفهوم السياحة ما يلي<sup>(3)</sup>:

- الزائر **visiteur**: هو أي شخص يزور بلد غير بلده، أو مكان إقامته الإعتيادي لأي سبب عدا عند شغل وظيفة مأجورة أو الإقامة الدائمة في البلد الذي يزوره. يمكن تقسيم الزوار إلى مجموعتين لتسهيل قياس حجم الحركة السياحية، وتأثيرها الإقتصادي.

- سياح **touristes**: ومنتزهين **curiosités**، كذلك يمكن تقسيم السياح إلى مجموعتين: سائح عالمي **international touriste**، وسائح محلي **domestique touriste**.

(1) Adrian Franklin, Tourism: An introduction. First published, London: British Library Cataloguing in publication data, 2003, p30.

(2) يسرى دعبس، السياحة والمجتمع دراسات في أنثروبولوجيا السياحة. الإسكندرية: البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، 2009، ص ص 14-17.

(3) خالد مقابلة، مرجع سابق، ص ص 18-19.

- السائح **touriste**: بما أن سبب الوجود *raison d'être* الصناعة السياحية هو وجود ونمو حجم السياح فإن جهود التخطيط والتنظيم جميعا تتجه لفهم السائح حاجاته ورغباته وسلوكه، ومن ثم محاولة إشباع هذه الحاجات والرغبات.

- السائح الدولي **international touriste**: زائر مؤقت يعبر حدود بلاد غير بلده الأصلي أو محل إقامته الدائم بهدف قضاء أوقات الفراغ المتعة والسرور *leisure and pleasure*، التجارة *business* أو لقاء الأهل، أو الأصدقاء... الخ لفترة أكثرها سنة واحدة وأقلها أربعة وعشرين ساعة، ولا يقوم بأعمال تعود عليه بالمنفعة، أو الربح، أو البحث عن إقامة دائمة في البلدة التي يزورها.

- السائح المحلي **domestique touriste**: هو الشخص الذي يسافر داخل بلده لمكان غير مكان إقامته المعتاد يقيم في وسائل الراحة التجارية لفترة لا تزيد عن ستة أشهر في السنة الواحدة لأسباب دينية، إجتماعية، تجارية الخ شريطة أن لا يبحث، أو ينوي الإقامة الدائمة في المنطقة التي يزورها، أو حتى يمارس أي نشاط ربحي فيها.

- المتنزّه **excursionniste**: أي شخص يسافر بحثا عن الراحة والسعادة لمدة تقل عن أربعة وعشرين ساعة في بلد غير بلد إقامته الأصلي، ولا يمارس أي نشاط مأجور في البلد الذي يزوره.

- الزائر العابر **traduisent visiter**: أي شخص يسافر في بلد غير بلده لفترة أقل من أربعة وعشرين ساعة شريطة أن يكون كل توقف *stop visiter* لفترة زمنية بسيطة ولأسباب غير سياحية، ومن المفاهيم ذات الصلة أيضا بمفهوم السياحة نجد التنمية السياحية، السياحة البيئية، والتنمية السياحية المستدامة، وفيما يلي تفصيل ذلك:

يشير مفهوم التنمية السياحية إلى الخطط والبرامج والمشروعات التي تهدف إلى إحداث زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية<sup>(1)</sup>، أما مفهوم السياحة البيئية فظهر في أوائل الثمانينيات من القرن العشرين *écotourisme* نتيجة للإهتمام العالمي بالتنوع الحيوي في مختلف البيئات من تنوع حيواني، أو نباتي، ومشاهدة طيور، وتكوينات صخرية، أو رملية، أو حفريات... الخ.

وعرف الصندوق العالمي للبيئة السياحة البيئية كما يلي: "الفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بتا التلوث، ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى خلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها، ونباتاتها، وحيواناتها البرية،

(1) علي فلاق، "التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي"، مجلة البحوث والدراسات العلمية، 2006، ص 62.

وتجليات حضاراتها ماضيا وحاضرا"، في حين فإن مفهوم التنمية السياحية المستدامة، أو استدامة السياحة يقصد بها استمرار السياحة في المنطقة السياحية إلى مدة طويلة جدا ولأجيال عديدة دون أن تتسبب في تدمير البيئة، ودون شك فإن التنمية السياحية أحد الأساليب لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدولة، فالعمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف في حد ذاته وفي ذات الوقت هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة<sup>(1)</sup>، وفي هذا الإطار يمكن الحديث عن تأثير متغيري الثقافة والوعي في تحقيق الوعي السياحي وصولا إلى التنمية السياحية بالنسبة للدولة، فالوعي الثقافي ليس نتاجا لنشاط تعليمي فحسب، بل هو مرتبط ارتباطا وثيقا بالحياة على نحو ينشئ أفرادا ذوي مستويات فكرية عالية مدركة تماما لتاريخ المجتمع، وقوانينه، وأهدافه، والمشاركة في تشكيل مصيره<sup>(2)</sup>.

فالثقافة كما ذهب "رالف لينتو" R. Linton إلى أن ثقافة المجتمع تعبر عن طريقة أعضائه في الحياة وتتكون من مجموعة الأفكار والعادات والتقاليد التي تعلموها في حياتهم الاجتماعية وهذه الثقافة تحتوي على المعايير وبالتالي يكون المعيار هو المرشد أو موجه خاص للفعل، ومن ثم فهو الذي يحدد السلوك المقبول، أو المسموح به في مختلف مواقف الحياة الاجتماعية<sup>(3)</sup>، أما الوعي السياحي يعد شكلا جديدا من أشكال الوعي الاجتماعي، ظهر نتيجة توسع نشاط الإنسان وحاجاته ومتطلباته، وهو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وهو جملة من آداب السلوك والتعامل مع السائح واحترامه وعدم استغلاله والتضييق عليه، أو النظر إليه على أنه مصدر للربح، إنما هو ضيف كريم يختلف عنه في السلوك والثقافة لذلك يجب الترحيب به، وتقديره كضيف يحقق لبلده قيمة مضافة وفائدة اقتصادية<sup>(4)</sup>.

وعليه، فإن تنمية الحركة السياحية مرتبطة بمستوى ودرجة الوعي الثقافي والسياحي لدى الجماهير داخل لدى الدولة وقد ترجع أسباب انخفاض الوعي السياحي إلى عدم إهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالتنمية الثقافية والسياحية داخل الدولة، فيما يتعلق مثلا بتوضيح أهمية دور السياحة بالنسبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتعريف الجماهير بفرص، ومناطق الجذب السياحي، وكيفية الاستفادة منها،

(1) نشوى فؤاد، التنمية السياحية. الإسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر، 2008، ص 9.

(2) داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2008، ص 108.

(3) إسماعيل علي سعد، الإتجاهات الحديثة في علم الاجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1993، ص ص 105-106.

(4) داليا محمد تيمور زكي، مرجع سابق، ص 109.

وطرق التعامل مع السائحين الأجانب وغيرها<sup>(1)</sup>، وتوجد الكثير من الأمثلة التطبيقية التي توجي بانخفاض الوعي والثقافة السياحية في دولة ما كانخفاض عدد الزائرين للمتاحف، وانخفاض عدد مراكز الإرشاد السياحي واندثار الحدائق أو قلة عددها<sup>(2)</sup>.

## المطلب الرابع: أركان وخصائص السياحة

### 1- أركان السياحة:

- النقل: ويشمل النقل البري، النقل البحري والنقل الجوي.
- الإيواء: ويشمل الفنادق، الشقق، الموتيلات، البانسونيات والمخيمات.
- البرنامج: ويشمل وكلاء السفر، الشركات السياحية، الأماكن الأثرية والسياحية.

كما تعتمد السياحة على بنية تحتية وفوقية كما يلي:

- البنية التحتية للسياحة: تكون في الخدمات الأولية الواجب توفرها للقيام بأي مشروع ومنطقة سياحية مثل: شبكات المياه الثقيلة، والمياه العذبة، والكهرباء، والغاز، والهاتف، والخدمات الصحية، والطرق، والبنوك، إن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة دون توفر هذه الخدمات، إذ صناعة السياحة تعتمد أساسا على البنية التحتية.

- البنية الفوقية للسياحة: وهي منشآت الإقامة كالفنادق والموتيلات والمخيمات... إلخ، وكذلك مشاريع الإستقبال السياحي، ومكاتب المعلومات السياحية، ووكلاء السفر، والشركات السياحية، ومكاتب إيجار السيارات، والمترجمون، والأدلاء السياحيون، والمنظمات السياحية، والملاعب... إلخ، وهذه الخدمات تختلف من بلد إلى آخر، وذلك تبعا لمستوى تقدم، أو تخلف هذا البلد، أو ذاك<sup>(3)</sup>.

### 2- خصائص السياحة:

يتميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعله كصناعة تختلف عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى، ويمكن حصرها في الآتي:

(1) نزيه الدباس، إدارة القرى السياحية. الجبيلة: الحامد للنشر والتوزيع، 2007، ص 34.

(2) أحمد ماهر عبد السلام أبو قحف، المنشآت السياحية والفندقية. الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 1999، ص 50.

(3) مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 46.



• **المنتج السياحي منتج مركب:** أي أنه مزيج مركب من عناصر متعددة تتكامل فيما بينها لتشكّل منتجاً سياحياً، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعية، تاريخية، حضارية، دينية وثقافية، إضافة إلى بنى أساسية عامة مثل الطرقات، المطارات، وأماكن الإقامة كالفنادق والقرى السياحية ما يتضمن المنتج السياحي درجة الوعي السياحي لدى مواطني المقصد السياحي كما سبق وأن تمت الإشارة إليه متمثلاً في حسن المعاملة، وعليه فإن أي نقص من هذه العناصر السابقة يؤدي إلى انخفاض التدفق السياحي إلى البلد المضيف.

• **السياحة صادرات غير متطورة:** أي أنها لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى مكان آخر، وهي تعتبر من الصناعات الثقيلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج ذاته من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المضييفة لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها تكاليف نقلها<sup>(1)</sup>.

• **كيفية بيع المنتج السياحي:** إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي (الطبيعية، التاريخية والأثرية،... إلخ) لا يباع إلا من خلال السياحة، هذه المغريات لا تدر عائداً إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي وهذا الأخير لا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة وهي تسهيلات يجب أن تتواجد جنباً إلى جنب مع المغريات السياحية<sup>(2)</sup>.

وتتمثل هذه التسهيلات في أربعة مجموعات هي<sup>(3)</sup>:

- مشروعات البنية الأساسية: الطرق، والخدمات المرفقة (مياه، كهرباء،... إلخ) ووسائل الإتصال وتوفير الأمن السياحي وغيرها.
- منشآت الإقامة كالفنادق وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية كالمخيمات والقرى السياحية.
- مشروعات النقل السياحي البري، والبحري، والجوي.
- المنشآت السياحية الترويجية وغيرها كدور التسلية، ومجال بيع التذاكر والهدايا السياحية وغيرها.

<sup>(1)</sup> خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر، (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003-2004)، ص ص 20-21.

<sup>(2)</sup> ربيع عيساني، دور البنوك في تنشيط التنمية السياحية، دراسة حالة ولاية سطيف، (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2001-2012)، ص ص 8-10.

<sup>(3)</sup> المرجع نفسه، ص 10.

• **السياحة الدولية منتج تصديري:** تتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر، والدخل إضافة إلى مشكلة الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كما يلي:

- تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، التغيرات المناخية غير المنتظرة إضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به.

- تتميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل وهذا يعني أن القرارات السياحية قد تتأثر كثيرا بالتغيرات الطفيفة في الأسعار أو الدخول، فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجا ومن ثم لا يتم تحديدها بسهولة، مقارنة بالمرونة الداخلية، أما التغيرات في الدخول فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجا ومن ثم لا يتم تحديدها إلا بعد مدة من الزمن عادة سنة.

- موسمية النشاط: إن النشاط السياحي في غالبيته نشاط موسمي فهناك عوامل تؤدي إلى الموسمية أهمها تركز العطل الدراسية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسياح تدعو إلى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة العطل تمثل قدرا كبيرا في النشاط السياحي فهي التي تدعم هذه الظاهرة، أما بالنسبة للأشكال الأخرى من النشاط السياحي (سياحة الأعمال، سياحة المؤتمرات...) لا تكون لها علاقة بمشكلة الموسمية.<sup>(1)</sup>

- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة، وبما يتفق وحجم العرض والأسعار خاصة، وأن الطلب السياحي يتصف بالموسمية مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة لذلك تسعى المؤسسات السياحية إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة (موسم الذروة)، وادخار جزء من العائد لمواجهة التراجع خلال باقي السنة، وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في قطاع السياحة نذكر منها:<sup>(2)</sup>

- إطالة موسم الإجازات توسيعا لفترة النشاط الموسمي السياحي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي.

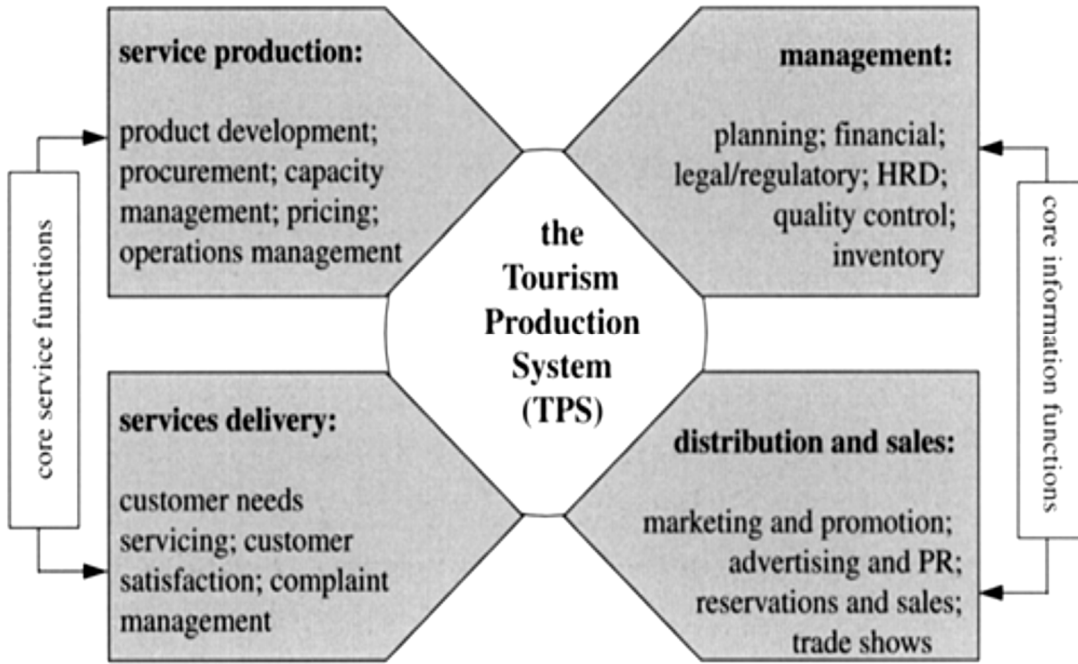
(1) مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 22.

(2) ربيع عيساني، مرجع سابق، ص 11-12.

- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة، وهو إتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع ويسود فيها شتاء قاس، مثل الدول الإسكندنافية، وكندا، وشمال الولايات المتحدة الأمريكية.
- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.
- عرض المنتج السياحي عرض جامد (غير مرن): تعتبر ظاهرة الإنتقال والسفر من الظواهر القديمة قدم الإنسان، حيث عرف الإنسان هذه الظاهرة قبل ظهور الزراعة المروية حينما كانت حياته تتسم بالصراع مع الطبيعة من أجل البقاء، وحينما عرف الإنسان الإستقرار وتكوين العشيرة والقبيلة، عرف السفر أيضاً، وإن اختلفت دوافعه لهذا السفر عن ذي قبل.

وعليه من العرض السابق يمكن إجمال بنية النظام السياحي من خلال الأشكال التالية:

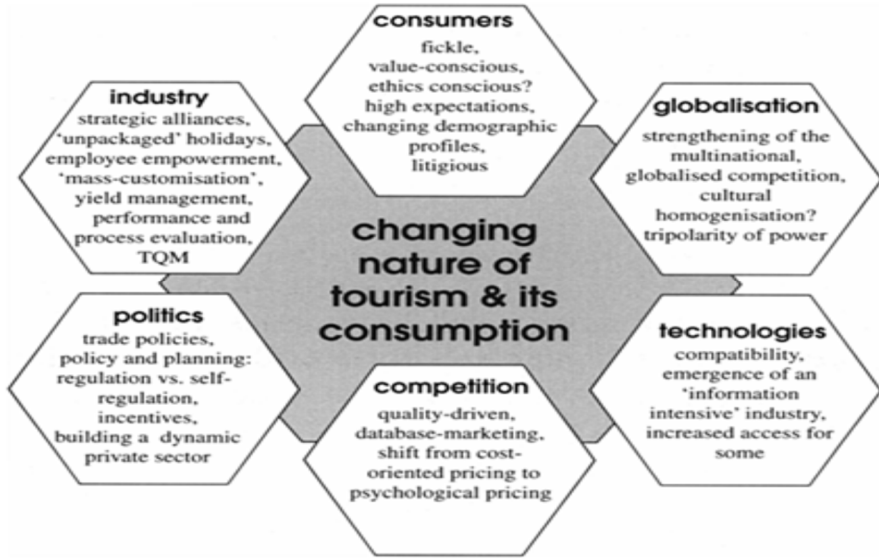
الشكل رقم 01: النظام الإنتاجي السياحي



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p25.

يمثل الشكل أعلاه طريقة العمل النظام السياحي وأهم التفاعلات الخاصة بين مختلف مكوناته، حيث تتفاعل المكونات الممثلة أساساً في خدمة الإنتاج، التسيير، خدمة التوزيع والمبيعات، حيث ينظر إلى السياحة كسلعة تباع وتشتري في السوق ولا بد من معرفة معادلة الطلب والعرض التي تحكم السوق، إضافة إلى ذلك الترابح الوثيق بين كل من وظيفتي التسيير والمبيعات من جهة، ووظيفة الإنتاج والتوزيع من جهة أخرى من خلال تبادل المعلومات.

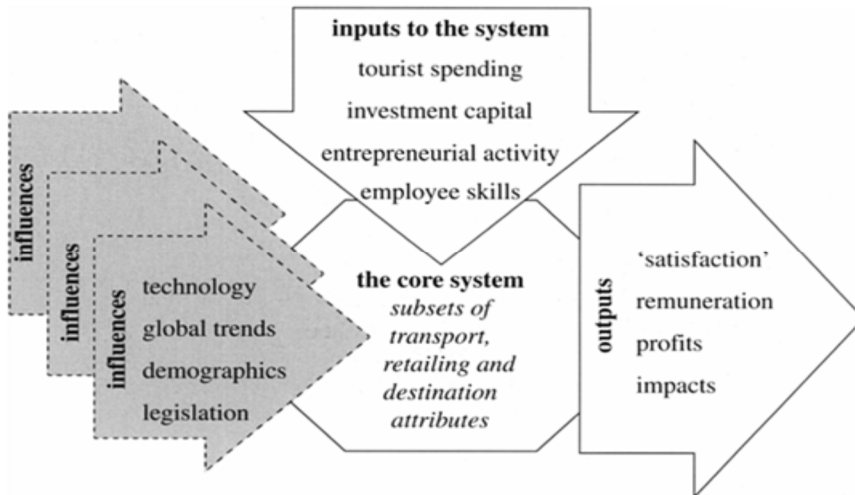
## الشكل رقم 02: التغيرات في طبيعة السياحة



**Source:** Peter M .Burns, an introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p43.

الشكل أعلاه يعكس خاصية جد مهمة من خصائص السياحة ألا وهي الموسمية، حيث يتعرض سوق السياحة إلى تغيرات كبيرة تؤثر بالسلب على النشاط السياحي، والتي تكمن أساسا في المستهلك بالدرجة الأولى وكيفية تغير طلباته واتجاهاته، العولمة وإفرازاتها وما تعنيه من تنافسية، نظم المعلومات والأسس المحاسبية، المنافسة في حد ذاتها من خلال التسويق والجودة، السياسات كذلك والخطط والتخطيط الإستراتيجي ودور القطاع الخاص هنا أيضا، دون إغفال أيضا على اعتباران السياحة صناعة فلا بد من الوصول بها إلى مفاهيم إدارة الجودة الشاملة.

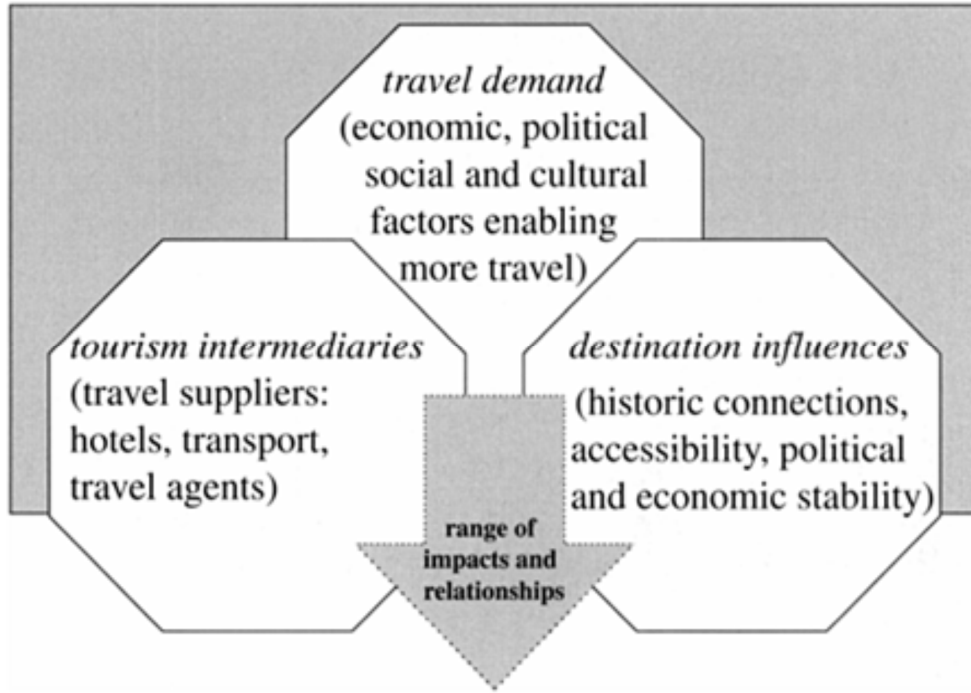
## الشكل رقم 03: العناصر الأساسية للسياحة



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

الشكل أعلاه يمثل العناصر الأساسية للنظام السياحي والمتمثلة في المدخلات والمخرجات وتأثير البيئة الخارجية، حيث تتمثل المدخلات مثلا في السائح ورغباته، في حين تتمثل المخرجات في رضاه هذا السائح عن الخدمة المقدمة، بينما البيئة الخارجية تؤثر سلبا أو إيجابا من خلال بيئة المعلومات، وكذا نمط السوق العالمي واحتياجات السائح الدولي.

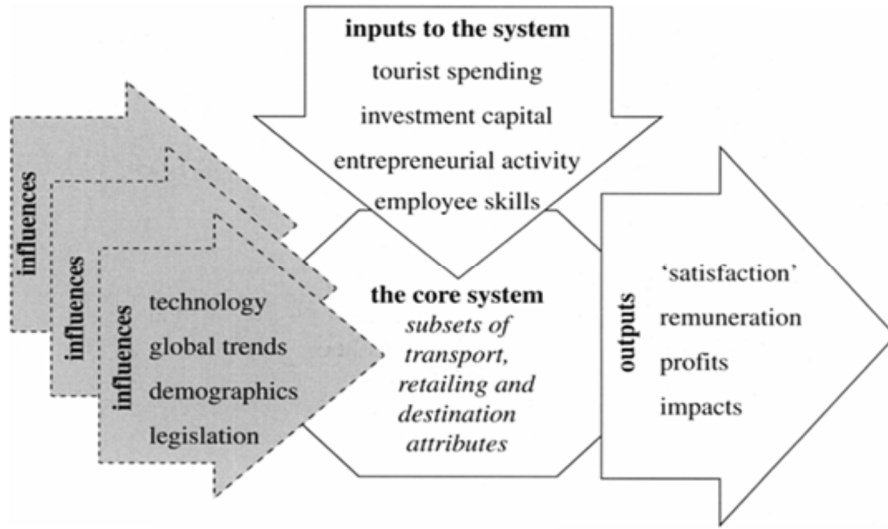
الشكل رقم 04: أساسيات السياحة



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

أساسيات السياحة تكمن أساسا فيما يلي: الطلب على السفر، الوسيط السياحي والوجهة المؤثرة على السائح، فالطلب على السفر يختلف من سائح إلى آخر سياسي إقتصادي ثقافي، في حين الوسطاء المتمثلين مثلا في الفنادق ووكلاء السفر والسياحة ووسائل النقل والإمداد عموما، بينما الوجة تختلف هي الأخرى فقد تكون مثلا للإستقرار السياسي والاقتصادي.

الشكل رقم 05: النظام السياحي



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

الشكل أعلاه يمثل العناصر الأساسية للنظام السياحي، والمتمثلة في المدخلات والمخرجات وتأثير البيئة الخارجية، حيث تتمثل المدخلات مثلا في السائح ورغباته، في حين تتمثل المخرجات في رضاه هذا السائح عن الخدمة المقدمة، بينما البيئة الخارجية تؤثر سلبا أو إيجابا من خلال بيئة المعلومات، وكذا نمط السوق العالمي واحتياجات السائح الدولي.

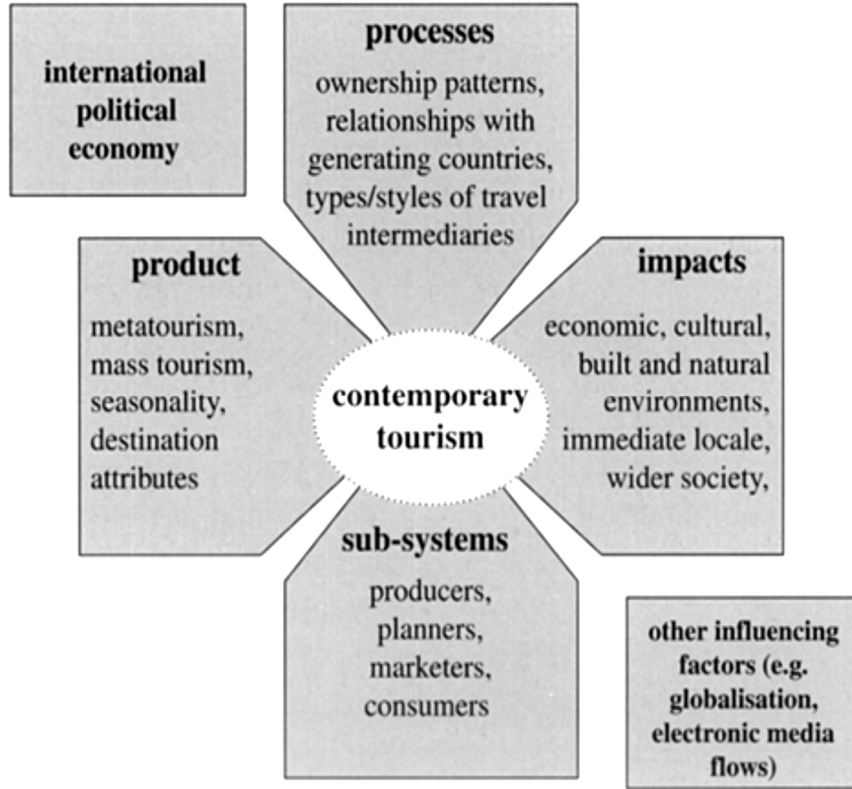
الشكل رقم 06: النظام السياحي



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

في هذا الشكل أيضا يمكن تسليط الضوء على بنية النظام السياحي العالمي حيث تتفاعل أربع وظائف رئيسية هي: السوق، السفر، التسويق والوجهة.

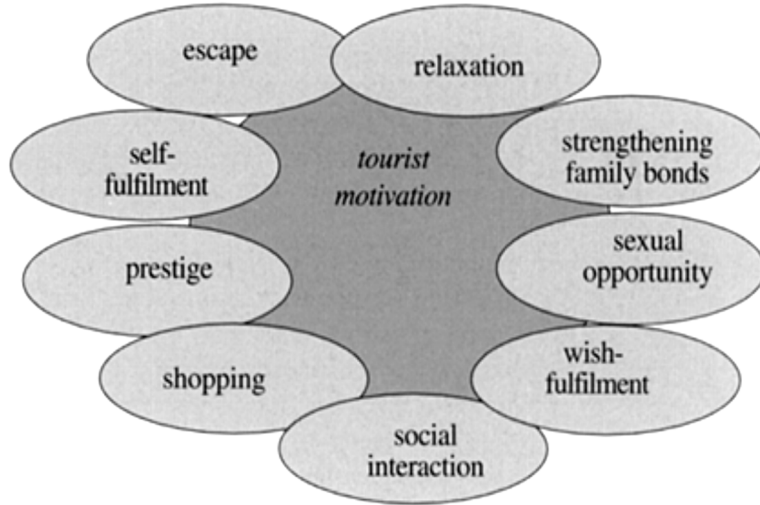
الشكل رقم 07: النظام السياحي



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24

إضافة إلى ما سبق أيضا في بنية النظام السياحي العالمي المعاصر يوضح هذا الشكل أيضا ذلك التفاعل الحاصل بين مختلف الوظائف كالإنتاج، ودور الوسطاء، ومختلف العمليات، ودور المجتمع المحلي دون إغفال الإقتصاد السياسي الدولي، ومختلف التأثيرات الأخرى المصاحبة للعولمة كالإعلام الجديد، ومختلف الوسائط الالكترونية.

الشكل رقم 08: الدوافع النفسية للسفر



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

الشكل أعلاه يوضح الدوافع النفسية للسفر فقد يكون السفر والترحال والتنقل بدافع ربط علاقات جديدة، والتعرف على أناس من عادات وتقاليده مغايرة، كما قد يكون السفر مجرد ترفيه لصاحبه لا غير، وقد يكون للإسترخاء أو تحقيق أمنية من الأمنيات أو التسوق،...

الشكل رقم 09: مكونات الثقافة

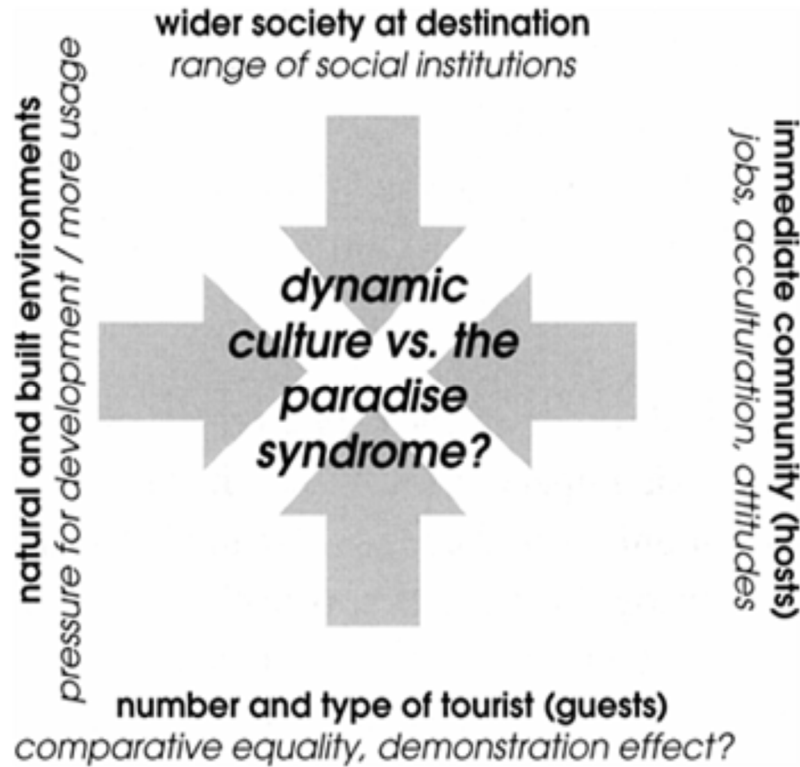


**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.



الشكل أعلاه يحاول إبراز أهمية الثقافة بربطها مع مختلف الظواهر المجتمعية الأخرى، حيث تتقاطع مع التربية، والقيم، والعادات والتقاليد، والضبط الإجتماعي الرسمي وغير الرسمي، ومختلف الأيديولوجيات المتحكمة في مجتمع معين، ونمط اللغة، وشكل الإتصال، وبذلك تمثل الثقافة مستوى من مستويات القيم المعيارية في المجتمع.

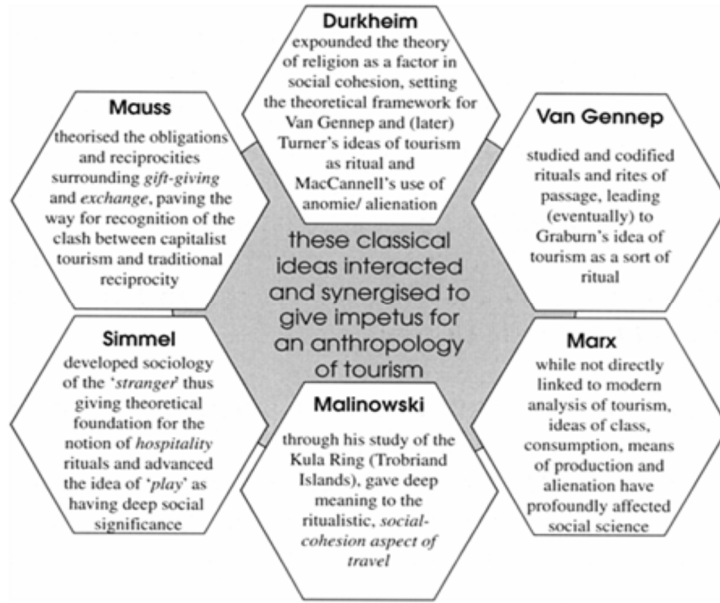
الشكل رقم 10: السياحة والثقافة



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

الشكل أعلاه يتمثل في ذلك التفاعل بين الثقافة والسياحة ضمن ما يسمى الثقافة السياحية التي ينبغي توفرها في مجتمع يجعل من السياحة أولوية قصوى، فلا سياحة دون ثقافة مجتمعية ترسخها مؤسسات التنشئة الإجتماعية في المجتمع.

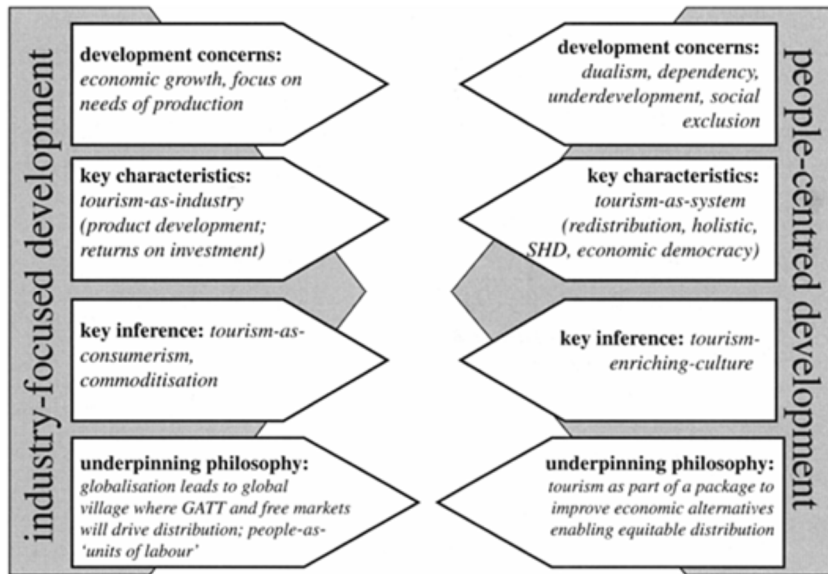
الشكل رقم 11: الإرهافات الفكرية الأولى للسياحة في العلوم الاجتماعية



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p24.

الشكل أعلاه يوضح عصارة ما أنتجته مساهمات كبار المفكرية والفلاسفة عبر التاريخ بدءا بايميل دور كايم، وارنولد فان شيب، وكارل ماركس، وماو، وغيرهم الذين ربطوا الظاهرة السياحية بالأنثروبولوجيا (علم دراسة أصل الإنسان).

الشكل رقم 12: التوترات والتناقضات الحاصلة في السياحة والتنمية



**Source:** Peter M .Burns, An introduction to tourism and anthropology, first published, London, 1999, p47.

الشكل أعلاه يوضح أهم الإختلالات التي قد تمس بالنشاط السياحي، فمن جهة دور الأفراد في التنمية ومدى إلهامهم بالثقافة السياحية، وتأثير ذلك سلبا وإيجابا، ومن جهة أخرى تعد الساحة صناعة دون مداخن ورافعة للتنمية من خلال عائدات الإستثمار وكأنها نشاط حر يتماشى وحرية الأسواق وفقا لمنظمة التجارة العالمية.

### المطلب الخامس: تيبولوجيا السياحة

تتعدد تيبولوجيا السياحة، وتختلف على حسب الرغبات والإحتياجات، حيث يمكن تصنيف أنواعا عديدة من السياحة وفقا لعدة أسس، ويختلف التقسيم من دولة إلى أخرى ومن أهمها ما يلي:

#### 1/ السياحة حسب الهدف أو الغاية:

حسب الهدف من الرحلة السياحية هناك أنواعا عديدة من السياحة:

أ- **السياحة الترفيهية:** هذا النوع من السياحة تكون الزيارة فيه من أجل قضاء العطل والإجازات في أماكن تتميز بمناظرها الطبيعية الجميلة، حيث يعرفها المختصون: تغيير مكان الإقامة من أجل الإستمتاع وليس لغرض آخر.

ب- **السياحة الثقافية:** تكون الزيارة فيها للأماكن الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، يهدف السائح من خلالها إلى تنمية معارفه الثقافية، وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ الهام، وهذا النوع من السياحة تهتم به فئة معينة من السياح الذين لديهم الرغبة في المعرفة، وزيادة معلوماته التاريخية والحضارية.<sup>(1)</sup>

ج- **السياحة العلاجية:** تكون الزيارة فيها من أجل العلاج الجسدي والنفسي وأمراض أخرى، وتنقسم إلى:

- **السياحة العلاجية المناخية:** يتم العلاج في هذه الحالة عن طريق المناخ: مثلا هناك بعض الأمراض تعالج في الجبال، والبعض الآخر في البحار...إلخ.

- **السياحة العلاجية المعدنية:** تأخذ شكل السياحة الصحية الأكثر انتشارا، لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الإطار تماما حيث أنها تعتبر كإحدى وسائل التسلية والراحة.

د- **السياحة الرياضية:** الزيارة فيها تكون قصد ممارسة الرياضة، وتنقسم إلى نوعين سالبة وموجبة.

<sup>(1)</sup> سامية بوعشاش، السياحة البيئية في المناطق الجبلية، حالة تيكجدة بولاية البويرة (رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012-2013)، ص ص 9-10.

- **سياحة الرياضة الموجبة:** تعني السفر والإقامة من أجل المشاركة الفعلية في المباريات الرياضية، أما سياحة الرياضة السالبة، فتتمثل في السفر والإقامة من أجل مشاهدة المباريات، والمشاركة في الإحتفالات الرياضية.

- **سياحة الأعمال:** تتعلق بنقل الأفراد لأسباب مهنية، ولو أنه يوجد جدال كبير حول الطابع السياحي لهذا النوع، إلا أن المنظمة العالمية للسياحة\* أخذت به واعتمدته، ويشمل هذا النوع كل من سياحة المؤتمرات، والملتقيات، والندوات، وسياحة المهام... الخ.

و- **السياحة الدينية:** تتعلق بانتقال الأفراد قصد زيارة الأماكن المقدسة، وأداء الفرائض الدينية كزيارة مكة المكرمة، والأماكن الدينية المشهورة للصحابة رضي الله عنهم، وأرضاهم والتابعين والمساجد... الخ.

## 2/ السياحة حسب طريقة التنظيم:

وتنقسم إلى نوعين: السياحة الفردية والسياحة الجماعية.

أ- **السياحة الفردية:** تكون لما يسافر الأفراد لوحدهم ليقوموا خارج مكان سكنهم الأصلي، وتنقسم إلى قسمين: سياحة فردية منظمة، وسياحة فردية غير منظمة.

ب- **السياحة الجماعية:** تكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا ضمن برنامج يشمل جميع الأماكن التي يرغبون في زيارتها، فهي تنظم ضمن وكالات السياحة والسفر، وتنقسم إلى قسمين: سياحة جماعية منظمة وفيها يكون برنامج الرحلة معدا من قبل الشركات السياحية، أو وكالات السفر والسياحة، والسياحة الجماعية غير المنظمة، حيث تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها؛ أي تكون الرحلة السياحية غير مخطط لها مسبقا حسب برنامج معين.<sup>(1)</sup>

## 3/ السياحة حسب فترة الإقامة: وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:

أ- **سياحة الأيام:** هذا النوع من السياحة محدود عادة يستغرق من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقا؛ أي سياحة فردية، أو جماعية، وقد تكون في عطلة نهاية الأسبوع، أو خلال الأعياد الدينية، أو المناسبات الوطنية والتاريخية.

\* هي منظمة تابعة للأمم المتحدة تهتم بشؤون الدول من الناحية السياحية، وتصدر الإحصائيات المتعلقة بالطلب والعرض السياحي على مستوى العالم، ومقرها في مدريد عاصمة إسبانيا.

(1) المرجع نفسه، ص 11.

ب- **سياحة موسمية:** ترتبط بموسم معين؛ أي إقامة السائح في مكان معين خلال موسم معين.

ج- **سياحة عابرة:** وتكون أثناء العبور من منطقة سياحية والمكوث فيها لمدة معينة، وتكون مفاجئة دون تنظيم مسبق وهي نوعان: سياحة عابرة تكون أثناء إنتقال السياح بالطرق البرية عن طريق الحافلات السياحية عند توجههم إلى بلد معين، ثم المرور إلى بلد آخر وقضاء مدة زمنية فيه وسياحة عابرة تحصل أثناء الإنتقال بالطائرات، ويحصل ذلك أثناء تعطل الطائرة في مطار معين، ووجود إضطرابات داخل المطارات، فتقوم الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية خلال هذه المدة.

#### 4/ السياحة حسب طبيعة الموسم السياحي:

ويقصد بالموسم السياحي الفترة التي تشهد تدفق السياح نحو مناطق الجذب السياحي، وتختلف من دولة إلى أخرى من حيث المكان وطبيعة العرض السياحي وخصائصه، وتنقسم السياحة على هذا الأساس إلى ثلاثة أنواع وهي: سياحة المناسبات، سياحة الشتاء، وسياحة الصيف.

أ- **سياحة المناسبات:** تهدف إلى مشاهدة مناسبات معينة، أو المشاركة فيها قد تكون مناسبات دينية، أو رياضية، أو ثقافية تنشط الحركة السياحية خلال فترة زمنية معينة، وفي إطار جغرافي محدد.<sup>(1)</sup>

ب- **سياحة الشتاء:** هي النشاطات السياحية خلال فصل الشتاء، كالتزلج على الثلوج والإنتقال إلى المرتفعات للإستمتاع بالطبيعة البيضاء التي تكسوها الثلوج حيث تنشط المراكز السياحية كالمنتجعات الجبلية من أجل استقبال السائحين الشتويين، وهذا النوع من السياحة يرتبط بخصائص عناصر المناخ.

ج- **سياحة الصيف:** ترتبط بالشمس والمسطحات المائية، وتنشط في أماكن متعددة من العالم خلال فصل الصيف.

#### 5/ السياحة حسب وسيلة الإنتقال:

تنقسم السياحة حسب وسيلة الإنتقال إلى ثلاثة أنواع وهي: السياحة عن طريق الجو، السياحة عن طريق البر، والسياحة عن طريق الماء.

أ- **السياحة عن طريق الجو:** يكون الإنتقال في هذه الحالة عن طريق الجو، وتكون وسيلة الإنتقال من مكان الإقامة إلى المكان المقصود بالطائرات المختلفة.

(1) المرجع نفسه، ص 12.

ب- السياحة عن طريق البر: يكون الإنتقال عن طريق البر، وتكون وسيلة الإنتقال بالسيارات، الحافلات الخاصة والعامة وكذلك السكك الحديدية.

ج- السياحة عن طريق الماء: يكون الإنتقال عن طريق المسطحات المائية وتكون وسيلة الإنتقال هي البواخر والسفن.

## المبحث الثاني: أسس السياحة

تبنى السياحة كغيرها من العلوم الأخرى على مجموعة من الأسس التي تتكامل فيما بينها لقيام هذا النشاط وجعله ذو فعالية في اقتصاديات البلدان السياحية، وتظهر هذه الأسس في العناصر التالية:

المطلب الأول: الطلب السياحي *demande tourisme*

يعتبر الطلب السياحي كـرغبة لدى الشخص ذات أهداف متعددة قد تكون مادية أو معنوية ثم تتحول هذه الرغبة إلى تصرف مادي في شكل إنتقال وسفر الشخص من مكان إقامته المعتادة إلى الجهة التي يقصدها وإشباع تلك الرغبة، ويعرف الطلب السياحي على أنه: مجموع الإتجاهات والرغبات وردود الفعل إتجاه منطقة معينة وطالما أن هذه الرغبة في السفر هي دافع مكتسب ومتأخر نوعا ما في سلم الدوافع النفسية، إذ يأتي دوره بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الإنسان مثل الجوع والعطش والملبس والمسكن فإن الدافع إلى السفر يخضع لمؤشرات تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في أراء الناس<sup>(1)</sup>.

ويعرف الطلب السياحي أيضا على أنه: المجموع الإجمالي للسياح الوافدين إلى المنطقة السياحية سواء منهم المواطنين أو الأجانب.

وتعتبر الموروثات الإجتماعية والثقافية أحد العوامل الرئيسية المؤثرة على حجم هذا الطلب، إضافة إلى دور المناخ الاجتماعي والثقافي الذي ينشأ فيه الفرد في تشكيل أسلوب حياته ونظرته إزاء المجتمع الذي يعيش فيه بما في ذلك سلوكياتهم كل هذه العوامل ساهمت بشكل، أو بآخر منح مجالات واسعة للتنقل والسفر، نمو الطلب السياحي العالمي مما انعكس على نمو الحركة السياسية الدولية في العالم ويلاحظ بأن الطلب السياحي يختلف عن طلب السلع والخدمات الأخرى، إذ يمثل مجموعة متجانسة من الأفراد بل يشمل العالم الواسع بامتداده الجغرافي وشعوبه الكثيرة بمختلف فئاتها وطباعتها ومستوياتها الإقتصادية مما يجعل هذا الطلب مختلف وغير متطابقة، ومن ثم يضيف على هذا الطلب مجموعة من الخصائص:

<sup>(1)</sup> صليحة عشي، الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، قسم العلوم الإقتصادية، 2010-2011)، ص 48.

أ- المرونة: تعني مرونة الطلب بشكل عام درجة استجابة الطلب للتغيرات في هيكل الأسعار أو التغيرات في الأحوال الاقتصادية أو السياسية أو الإجتماعية، ويعتبر الطلب السياحي عال المرونة إتجاه التغير في الأسعار، أي كلما انخفضت الأسعار في البلد المعني كلما زاد تدفق السياح إليه والعكس الصحيح.

ويمكن إيجاد معامل مرونة الطلب السياحي باستخدام المعادلة التالية:

معامل مرونة الطلب السعرية\* = النسبة المئوية للزيادة في الطلب / النسبة المئوية لانخفاض السعر.

أو بالمعادلة التالية:

معامل مرونة الطلب السعرية = معدل التغير النسبي في الطلب / معدل التغير النسبي في السعر.

وبالتالي يجب على الدول المستقبلية للسياحة دراسة مرونة الطلب السعرية في الدول المصدرة لها دراسة جيدة حتى يمكن معرفة درجة الإرتباط بين الأسعار وانخفاض الطلب السياحي، وبين انخفاض تلك الأسعار وارتفاع الطلب.

\* العُونة السعرية للطلب (بالإنجليزية: PED) (Price elasticity of demand) أو  $E_d$  هي مقياس يُستخدم في علم الإقتصاد لإظهار معدل الإستجابة أو العُونة الخاصة بالكمية المطلوبة من السلعة، أو الخدمة لتغيير سعرها، وعلى نحو أدق، فإنها تُقدم النسبة المئوية للتغيير في الكمية المطلوبة تجاوباً مع التغيير بنسبة 1 % في السعر من منظور فرضية بقاء المتغيرات الأخرى المحددة للطلب على حالها مثل الدخل، وقد ابتكرها ألفرد مارشال.

كانت مرونة الأسعار سلبية على الأغلب، بالرغم من ميل المُحللين إلى تجاهل الإشارتين الجبريتين، وهو الأمر الذي قد يتسبب في حدوث غموض والتباس. فقط السلع التي لا تتفق مع قانون الطلب، مثل سلع فيبلن وجيفن هي التي تتميز بعُونة سعرية إيجابية للطلب ويشكل عام، يُقال إن الطلب على السلع غير مرن أو غير مرن نسبياً عندما تكون العُونة السعرية للطلب أقل من واحد (بالقيمة المطلقة): بمعنى أن تأثير التغيرات في الأسعار على كمية السلع المطلوبة كان قليلاً نسبياً. قال: إن الطلب على السلع مرن أو مرن نسبياً عندما تكون العُونة السعرية للطلب أعلى من واحد (بالقيمة المطلقة): بمعنى أن تأثير التغيرات في الأسعار على كمية السلع المطلوبة كان كبيراً نسبياً.

يبلغ العائد الحد الأقصى عندما يكون السعر ثابتاً، وهكذا تكون العُونة السعرية للطلب تُساوي الواحد بالضبط، ويمكن أيضاً استخدام العُونة السعرية لطلب إحدى السلع في التنبؤ بوقوع أو عبء الضريبة على تلك السلعة، وتُستخدم العديد من الأساليب البحثية لتحديد العُونة السعرية، بما في ذلك أسواق الإختبار وتحليل بيانات المبيعات التاريخية والتحليل المقترن.

قام ألفرد مارشال بإنشاء مصطلح مرونة الطلب (PED) إلى جانب المصطلح الإقتصادي مُعامل المرونة في كتابه مبادئ الإقتصاد، الذي نُشر عام 1890، ووصفه بما يلي: «ممكننا القول بشكل عام أن مرونة، أو لِبستجابة الطلب في السوق تُعد كبيرة أو صغيرة حسب كبر أو صغر زيادة قدر الطلب لانحدار مُعين في السعر، وحسب كبر أو صغر النقص لزيادة معينة في السعر»، وسوغ هذا بما أن «القانون العام الوحيد حسب رغبة الشخص في سلعة هو ناقصها... لكن قد يكون هذا النقص بطيء أو سريع، وإذا كان هذا النقص بطيء... يُوّدي الإنحدار البسيط في السعر إلى زيادة كبيرة نسبياً في مشترياته، ولكن إذا كان هذا النقص سريع، يُوّدي الإنحدار البسيط في السعر إلى زيادة بسيطة جداً في مشترياته، وفي الحالة الأولى يُمكن القول بأن مرونة إحتياجاته كبيرة، وفي الحالة الثانية... تكون مرونة طلبه قليلة»، ومن الناحية الرياضية، كانت العُونة السعرية للطلب الخاصة بمرشال تعتمد على مفهوم النقطة السعرية باستخدام مختلف النفاضل والتكامل لحساب العُونات.



ومن جهة أخرى يؤثر مستوى دخول السائحين في الطلب السياحي، حيث أنه كلما ارتفعت الدخل كان هذا حافزا لزيادة الطلب على السياحة والعكس صحيح، فالدخل الضعيفة لا تسمح بسهولة القيام برحلات سياحية وخاصة الدولية منها.

فالعلاقة واضحة بين مستوى الدخل والاتجاه نحو الطلب على السياحة فزيادة الدخل يرتبط بزيادة الطلب السياحي وانخفاض في معامل مرونة الدخل، أما انخفاض الدخل فيرتبط بانخفاض في الطلب وزيادة في معامل مرونة الطلب السياحي، حيث أن حساب معامل مرونة الطلب الداخلية يحسب كما يلي: (1)

معامل مرونة الطلب الداخلية = التغير النسبي في الطلب / التغير النسبي في الدخل.

تنطبق هذه العلاقة على الافراد ذوي الدخل المتوسطة والمحدودة، أما بالنسبة لذوي الدخل المرتفعة فإن زيادة الميل للسياحة لا يرتبط كثيرا بالدخل.

**ب- الحساسية:** يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية إتجاه التغيرات الإجتماعية والسياسية والأمنية للمنطقة المستقبلية للسياح، فالبلدان التي تعيش ظروفًا سياسية وأمنية غير مستقرة، أو التي تتعرض لاضطرابات سياسية أو إجتماعية يقل الطلب السياحي عليها حتى وإن كانت أسعار منتجاتها وخدماتها السياحية منخفضة، وأقل من البلدان الأخرى المنافسة، إذ يعتبر استقرار المناخ الإقتصادي والسياسي للبلدان السياحية من عوامل تطور الطلب السياحي.

**ج- التوسع:** يشهد الطلب السياحي عادة تزايدًا من سنة لأخرى، نظرا لمساهمة عدة عوامل سواء في الدول المرسلّة أو المستقبلية للسياح، ويمكن إرجاع التوسع والزيادة في الطلب السياحي بشكل عام إلى العوامل التالية: (2)

- التقدم العلمي والتكنولوجي العالمي الذي أدى إلى تطور كبير في وسائل النقل بكل أنواعها.
- إرتفاع مستويات المعيشة، وزيادة الدخل الفردية في الكثير من دول العالم المصدرة للسياح مما أدى إلى الإهتمام بالسياحة كنشاط إنساني في تلك المجتمعات.

(1) المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي. الرياض: 2008، ص 45.

(2) فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية في مصر والوطن العربي، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 42.

- التقدم الكبير في مجال المعلومات والاتصالات الذي أدى إلى توفير المعلومات والبيانات، وتحقيق الإتصال الجيد بين الدول المصدرة للسائحين والدول المستقبلة لهم.
- الإهتمام الكبير من الدول بمقوماتها السياحية بشكل ملحوظ مما أدى إلى إقبال الكثير من السياح على زيارتها، والاستمتاع بما تزخر به من مغريات سياحية.
- ظهور الرحلات السياحية الجماعية التي تنظمها وكالات سياحية عالمية في معظم دول العالم بأسعار منخفضة، مما ساعد كثيرا على اتساع الطلب السياحي في مختلف الدول السياحية.
- د- **عدم التكرارية:** لا يتسم الطلب السياحي عادة تزايدا بسبب التكرار، أي أن تحقيق درجة عالية من الإشباع والرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار الرحلة إلى نفس المنطقة، حيث إنه في الرحلة القادمة سوف يتم اختيار مناطق أو مواقع أخرى، كما أن إشباع رغبات السياح لا تكون بنفس المستويات السابقة، فقد تكون أكثر أو أقل تبعا للوضعية الاقتصادية والاجتماعية والنفسية للسائح وبلد المقصد.
- هـ- **الموسمية:** يقصد بموسمية الطلب السياحي إتجاه الطلب إلى الإرتفاع في أوقات زمنية معينة مرتبطة ببعض الأعياد والمواسم، حيث يصل إلى أعلى مستوياته خلال العام، والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة في الدول المصدرة للسائحين، ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلة لهم أيضا، ففي الدول المصدرة توجد مواسم خاصة بها تزداد فيها الحركة السياحية القادمة منها، فالدول الأوروبية وأمريكا مثلا تزداد الحركة السياحية القادمة منها بشكل واضح في فصل الشتاء، أما المنطقة العربية فتزداد حركتها السياحية في فصل الصيف، كما تزداد بصفة عامة في فترات الأعياد الدينية والإجازات المدرسية والجامعية، مثل مواسم الحج والعمرة، بهدف السياحة الدينية، لذلك فإنه من الواجب على الأجهزة والهيئات والشركات السياحية أن تقوم بدراسة وافية لهذه المواسم في كل سوق سياحي، حتى تتمكن الدول المستقبلة للسائحين من وضع الخطط السياحية المناسبة لمواجهة الطلب السياحي المتزايد في هاته الفترات الزمنية، ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي:<sup>(1)</sup>
- **الطلب السياحي العام:** وهو الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية وعلى السياحة بشكل عام، بصرف النظر عن النوع والمدة، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل، وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها.

(1) محسن أحمد الخضيرى، التسويق السياحي مدخل إقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1989، ص 51.

- **الطلب السياحي الخاص:** يرتبط ببرنامج سياحي معين يريده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، ويختص هذا النوع بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا بسائح أو مجموعة من السائحين وليس كل السياح.
- **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط بالخدمات السياحية المكملية، أو المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على المأكولات،... وتسعى الدول التي تتمتع بميزة سياحية لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص، ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة وبأسعار مختلفة.

### المطلب الثاني: العرض السياحي

يعرف العرض بكمية السلع والخدمات المتواجدة في السوق وبسعر معطى، أما العرض السياحي فيعتبر عاملا جوهريا في جذب الحركة السياحية، أو ما يسمى بالطلب السياحي، وقد تعددت التعريفات التي قدمت للعرض السياحي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

العرض السياحي خليط من العناصر غير المتجانسة التي تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض، لتشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي، بمعنى أن العرض السياحي يتضمن كل ما يمكنه عرضه من مغريات ووسائل جذب للسياح، ومن ثم تنمية الحركة السياحية وينظر إليه بأنه أيضا كل المستلزمات التي يجب أن تتوفر في المواقع السياحية من خدمات و سلع لإغراء السياح المحتمل استقبالهم في هذه المواقع في فترات زمنية معينة وفي هذا السياق صنف Robert Hanquar المنتج السياحي إلى ثلاثة عناصر أساسية هي: (1)

- مجموعة التراث المتكونة من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية والتاريخية التي تجذب السائح للإستمتاع بها والاستفادة منها.
- مجموعة التجهيزات التي تعتبر العامل الأساسي في جذب السياح غير أن عدم توفرها قد يمنح السائح مثال وسائل النقل المختلفة ووسائل الإيواء والإطعام والتجهيزات الثقافية والرياضية والترفيهية.
- مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج ذات العلاقة بوسائل النقل التي يستخدمها السائح للوصول إلى المقصد السياحي المرغوب فيه.

(1) المرجع نفسه، ص ص 48-52.

ويعرف أيضا بأنه مجموع المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة، بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات المتنوعة (النقل، الإطعام، إجراءات السفر) والتي من شأنها رغبة لدى السائحين واقناعهم بزيارة هذه المنطقة<sup>(1)</sup>.

### ❖ خصائص العرض السياحي:

يتصف العرض السياحي في أي دولة سياحية بعدة خصائص هامة تحدد ملامحه الرئيسية أهمها:

- **عدم المرونة (الجمود):** يقصد بعدم مرونة العرض السياحي عدم قابليته للتغير طبقا لأذواق ورغبات السائحين بعكس السلع المادية، حيث أن العرض السياحي يصعب تغيير مكوناته الرئيسية وخاصة المقومات الطبيعية، أما الخدمات فإنها يمكن تطويرها وتعديلها إلى الحد الذي يلائم رغبات وميولات شرائح سوقية معينة في حدود القوانين والتقاليد والعادات السائدة في كل دولة<sup>(2)</sup>.

- **إستقلال العناصر المكونة له:** من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي تستقل عن بعضها البعض، حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات البشرية ومستقلة عن التسهيلات السياحية، حيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر، وتحديد معالمه الرئيسية دون تداخل بينهم، عكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها<sup>(3)</sup>.

- **إستخدامه في أماكن تواجده:** وهذا يعني أن السائحين ينتقلون إلى الدول أو المناطق التي يوجد بها المنتج السياحي الملائم لهم، أي ينتقل مشتري الخدمة السياحية إلى مكان إنتاجها لاستخدامها مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية، وهذا عكس السلع المادية التي تنتقل هي إلى المستهلك في مكان تواجده.

### ❖ العلاقة بين العرض السياحي وبعض المتغيرات الإقتصادية:

#### ✓ العلاقة بين العرض السياحي والأسعار:

يرتبط العرض السياحي إرتباطا قويا بأسعار الخدمات السياحية من خلال علاقة طردية، حيث إنه عند ارتفاع أسعار الخدمات السياحية يتجه العرض السياحي أيضا إلى الإرتفاع نتيجة إقبال عدد كبير من

(1) معهد التخطيط القومي، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الإقتصاد القومي، ديسمبر 1998، ص 18.

(2) حيزية حاج الله، الإستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة البليدة، 2006، ص 92.

(3) المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، مرجع سابق، ص 57.

المستثمرين إلى الإستثمار في المشروعات السياحية المختلفة نظرا لجدوى وربحية هذه المشروعات التي نشأت عن ارتفاع الأسعار مع إهمال تأثير باقي العوامل الأخرى.

إن ارتفاع سعر السلعة السياحية سوف يؤدي إلى ارتفاع في العرض السياحي ويصاحب ذلك التنوع الكبير في تقديم خدمات سياحية متميزة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة، كما أن الإستثمارات السياحية الجديدة سوف تؤدي إلى إدخال خدمات سياحية جديدة لم تكن موجودة من قبل بهدف تحقيق مستويات عالية من الأرباح.

#### ✓ العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية:

يؤثر العرض السياحي تأثيرا كبيرا في حجم الإيرادات السياحية المحققة من حيث درجة الإهتمام بتلك المقومات الطبيعية والصناعية، ومستوى الخدمات السياحية المرتبطة بها، وبذلك يلاحظ أنه كلما تميز العرض السياحي وارتفع مستواه كلما انعكس ذلك على حجم الإيرادات المحققة، لأن الخدمات الممتازة تشجع على زيادة الطلب عليها، وكلما ازداد حجم الطلب السياحي الفعال كلما ارتفعت معه الإيرادات السياحية.

فالإيرادات السياحية ترتبط بعلاقة طردية مع العرض السياحي باعتبارها متغير تابع والعرض السياحي هو المتغير المستقل، هذا مع ثبات الأسعار لمدة طويلة، وتستمر هذه العلاقة الطردية حتى مستوى معين يتجه بعده العرض السياحي إلى الثبات عند الوصول إلى الطاقة الإستيعابية\*.

#### المطلب الثالث: التسويق السياحي

بازدياد الحاجة إلى السياحة تزداد ضرورة التنظيم والإدارة على أسس علمية ومفاهيم إدارية وتسويقية على اعتبار أن تطبيق علم التسويق في السياحة يعتبر كنشاط تجاري له أهميته القصوى في هذا القطاع ضمن مفهوم الترويج كما لا يخرج السوق السياحي عن ذلك المفهوم، إذ يعتبر سوق الخدمات السياحية المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي باختلاف أشكاله وفئات السائحين بالعرض السياحي سواء بشكله الطبيعي، أي ما يتوفر عليه البلد من مقومات سياحية من بحر وجبال وغابات وصحراء ومناخ ومواقع أثرية ودينية وحدائق ومناطق محمية، أو بشكله الاصطناعي وهو ما تقدمه الدولة والقطاع الخاص من خلال المؤسسات والشركات السياحية والفندقية المختلفة العاملة في هذا المجال.

\* طاقة الإستيعاب: عدد الزائرين الذين يمكن أن يستوعبهم موقع أو منطقة ما دون إحداث تغيرات على البيئة الطبيعية، الإجتماعية والثقافية أو التأثير سلبا على استمتاع الزوار بتلك المنطقة.

يعد التسويق مجالاً هاماً للتكامل فيما بين دول المقاصد السياحية، ومنها، وأقاليمها، وهذا يمكن من التعاون في دراسة مختلف الأسواق وإيجاد منتجات سياحية مشتركة وعقد تحالفات فيما بين شركاء ووكالات السياحة وبين شركات الطيران والملاحة وغيرها، أو اندماج عدد من تلك الشركات لإيجاد كيانات كبيرة قادرة على الإستثمار في الصناعة سيما في ظل أجواء المنافسة القوية الناتجة عن تحرير الخدمات على المستوى الدولي كما يعتبر التسويق السياحي من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها الدول والشركات السياحية لزيادة نصيبها من الحركة السياحية الدولية التي تتزايد وتتنامى من سنة إلى أخرى.

وتتوقف عملية تنشيط التسويق السياحي على مدى قوة المنتج السياحي لمنطقة معينة، وعلى دور الإعلام والإشهار بكل أنواعه المسموعة والمكتوبة والمرئية في تزويد السائح بالمعلومة إلى المناطق السياحية من حيث التعريف بمقوماتها الطبيعية والمادية، والبحث عن أسواق سياحية جديدة لرفع مستوى العرض السياحي، ومن ثم ترقية المنتج السياحي لتوسيع نطاق الأسواق السياحة وإحداث نمو في الحركة السياحية، إضافة إلى وجود متغيرات أخرى عديدة كالعلاقات بين الدول المصدرة للسياح والدول المستوردة لها، والتي تتوقف أيضاً على الإستقرار السياحي في هاته الدول.<sup>(1)</sup>

وتجدر الإشارة إلى أنه للتسويق السياحي أهداف وهي:

- **الأهداف القريبة:** هي تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات، وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين، أو الليالي السياحية، أو الإيرادات السياحية، خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين سنة أو سنتين.
- **الأهداف المتنوعة:** يقصد بهذا النوع من الأهداف تنوع الأهداف التسويقية التي تسعى للوصول إليها المنشآت السياحية المختلفة مثل تحقيق الرضا وإشباع الحاجات المختلفة لدى السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية، والإرتقاء بها هذا بالإضافة إلى الأهداف التسويقية المعروفة مثل زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية كذلك يمكن أن يدخل ضمن الأهداف التسويقية التوسع وفتح أسواق سياحية جديدة.
- **الأهداف المشتركة:** وهي الأهداف التسويقية التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات والشركات السياحية مثل تحقيق سمعة سياحية طيبة أو توفير خدمات سياحية على درجة عالية من التقدم والتطور وهذه الأهداف تشترك فيها جميع المنشآت السياحية.

(1) المرجع نفسه، ص ص 54 - 56.

## • الأهداف الخاصة:

يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المنشآت السياحية بشكل خاص، مثل احتكار سوق سياحي معين أو تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معتدلة وغير ذلك من الأهداف الخاصة التي تسعى إليها المنشأة السياحية.<sup>(1)</sup>

بين باركر Barker في هذا الإطار أن الهدف النهائي لعملية التسويق هو تلبية الحاجات البشرية، وهذا يوضح أن الهدف الأساسي للتسويق السياحي هو إرضاء السياح وإذا نجحنا في إرضاء السياح، فإن توسع وامتداد السوق يصبح أمراً طبيعياً.<sup>(2)</sup>

## المطلب الرابع: الإنفاق السياحي

لاشك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية، زاد حجم الإنفاق العام على السلع والخدمات السياحية، وبالتالي إرتفاع في معدلات الإدخار مما ينشط الصناعات والخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، الأمر الذي يتولد عنه إتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات، لأن كل استثمار جديد يعني إنفاقاً جديداً والذي ينشأ عند دخول جديدة.

وتختلف النظرة إلى الإنفاق السياحي باختلاف وضعية الدولة المعنية بهذا الإنفاق؛ أي إذا كانت الدولة المستقبلية للسياح، فإن إنفاق هؤلاء يعد بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، ويدون في جانب المتحصلات بميزان مدفوعاتها وهنا تعد صفقات دائنة، وفي الحالة العكسية، فإن إنفاق السياح يعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية، وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد المعني.

وهكذا تتوقف أهمية وحجم الإيرادات السياحية على حجم ما ينفقه السائحون في الدولة المضيفة وذلك تبعاً لعدة متغيرات منها: الفئة السياحية، الغرض من السياحة، نوعية الإقامة، عدد الليالي السياحية التي يقضيها السائح في مختلف المؤسسات الفندقية وغيرها.

(1) لمياء السيد حنفي، فتحي الشرقاوي، التسويق السياحي. الإسكندرية: دار المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008، ص ص 33-34.

(2) علاء حسين السرابي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011، ص 16.

وتتصدر المراتب الأولى في مجال الإنفاق السياحي العالمي غالباً كل من: الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، فرنسا، إنجلترا، الصين، اليابان، إيطاليا مع تبادل المراكز فيما بينها من سنة لأخرى، ففي سنة 2008 بلغ الإنفاق السياحي العالمي 941 مليار دولار<sup>(1)</sup>.

### المطلب الخامس: الإيرادات السياحية

تمثل الإيرادات السياحية مصدراً مهماً للعملة الأجنبية للكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية بأنها: كل ما تحصل عليه الدولة من الإيرادات المتأتية من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط إقتصادي وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة، في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤديه من الخدمات السياحية المختلفة.

وتعود أكبر الحصص من الإيرادات السياحية الدولية إلى مجموعة من الدول تتمثل في: الولايات المتحدة الأمريكية، إسبانيا، فرنسا، إيطاليا، الصين، ألمانيا، إنجلترا، أستراليا، ثم كل من تركيا والنمسا.

وعليه، فإن ارتفاع حجم الإيرادات السياحية الدولية يعود أساساً إلى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي، وذلك نتيجة لارتفاع مستويات دخول الأفراد، وتحسن ظروف معيشتهم، وظروف العمل وتطور مستوى التسهيلات السياحية التي ترافق المنتج السياحي، كمشروعات البنى التحتية ومؤسسات الإقامة ومشروعات النقل، وفي حقيقة الأمر، فإن تحقيق هذه الإيرادات يتوقف على حجم وأهمية الإستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الإستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية<sup>(2)</sup>.

### المطلب السادس: الاستثمار السياحي

الإستثمار هو المجال الذي يسمح بإنشاء ثروة جديدة وتجديد الثروات القائمة، وهو أحد المراحل الأساسية في الدورة الإقتصادية التي تتمثل في الإنتاج، التوزيع، الإستهلاك، الإدخار والإستثمار، وتؤكد الدراسات الإقتصادية، بأن ارتفاع معدلات الإدخار تساعد على ارتفاع معدلات الإستثمار، والذي يؤدي إلى معدل نمو أكبر والعكس بالعكس.

(1) صليحة عشي، مرجع سابق، ص ص 57-85.

(2) المرجع نفسه، ص ص 59-61.



أوضح الاقتصادي "أ. لويس" الحائز على جائزة نوبل في الإقتصاد أن التحول الحاسم في حياة المجتمعات لا يبدأ مع احترامها للثروة، لكن عندما تضع هذه المجتمعات في المقام الأول الإستثمار المنتج، ومن ثم ما يترتب على ذلك من ثروة، وقد تعددت المفاهيم الواردة في تحديد ماهية الإستثمار تبعا لتعدد أهدافه وأنواعه.

ومن هنا يمكن النظر إليه على أنه إجمالي تكوين رأس المال ثابت والتغير في المخزون، ويمثل الإستثمار حسب هذا المفهوم إجمالي ما أنفق في سبيل إقتناء رأس المال الثابت وما ينفق من أموال لتجديد الإستثمارات القائمة، وأيضا التغير في مخزونات المؤسسات المتواجدة بمخازنها من المواد الأولية ومختلف المنتجات في نهاية الدورة المالية، وعرف أيضا بأنه: أي استعمال لرأس المال سعيا لتحقيق الربح مهما كان شكل الإستعمال كإنشاء مصنع، معمل، مزرعة، فندق، ملكية عقارية.

والإستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط إستثماري في قطاعات أخرى تبحث عن مناخ الإستثمار الملائم، فالإستثمار هو التزام بالتعامل مع اقتصاد معين لفترة مستقبلية قد تطول إلى سنوات أو حتى عقود، وعلى المستثمر خلال هذه الفترة أن يأخذ عدد من القرارات لمواجهة مختلف الإحتمالات، وبالتالي فإن قراره بالإستثمار يتوقف إلى حد بعيد على مدى توافر البيئة المناسبة لتمكينه من إتخاذ قرارات إقتصادية عقلانية ورشيدة، ولذلك فإن أول شرط للدخول في الإستثمار في أية دولة، هو أن يتوفر الحد الأدنى المقبول على إتخاذ القرارات الإقتصادية في المستقبل، وما يضمن سلامة المشروع حماية مصالحه، ويبقى تطور الإستثمارات السياحية وتوسع مجالاتها متوقفا على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للإستثمار في القطاع السياحي، وعلى مدى قوة عناصر الجذب السياحي، ومدى ملائمة منافع الإستثمار لها وأيضا الضمانات والحوافز الممنوحة للمستثمرين في هذا المجال من قبل الدول المضيفة.<sup>(1)</sup>

وعليه، فإن توافر هاته الأسس لاشك يؤدي إلى صناعة سياحية متطورة، هاته الأخيرة تعكس الصورة العامة للبلد المراد زيارته، والذي يؤثر بدوره على حركة السوق العالمية، وكمل العمليات التي من شأنها أن تدفع نحو التنمية والتقدم.<sup>(2)</sup>

(1) المرجع نفسه، ص ص 62-63.

(2) Mokhtar Sellal , production touristique. politique touristique. gestion touristique. Alger: société nationale d'Édition et de diffusion, 1980, p2.

وكون السياحة صناعة مركبة وطبيعة الطلب السياحي وامتدادات هذا الطلب المباشر، وغير المباشر إلى أكثر من قطاعات الإنتاج، تقتضي تهيئة تنظيم إستثماري سياحي على أساس مبرمج ومخطط، والإستثمار السياحي لا يتأثر بعدة عوامل نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: مدى تبسيط الإجراءات الحكومية، وعدم التقييد بالروتين والحوافز المتاحة من طرف الدولة للراغبين في الاستثمار السياحي واستعداد الإدارات الحكومية لتقديم العون والمعلومات وكذلك التسهيلات للمستثمرين.<sup>(1)</sup>

(1) أحمد الجلاّد، الآفاق التخطيطية لأنماط النقل السياحي. القاهرة: عالم الكتب، 2003، ص 124.

## المبحث الثالث: أهمية السياحة

السياحة قناة من قنوات الإتصال ونقل مقومات الحضارة والثقافة، ولذلك فقد أصبحت عصب الإقتصاد، لأن الصناعة السياحية صناعة شاملة ذات نشاط إنساني متكامل، وتعتبر من أهم سمات الحياة العصرية الحديثة، إن للسياحة أهمية خاصة، تكتسب خصوصيتها من عدة جوانب هي:

## المطلب الأول: أهمية السياحة من المنظور الاقتصادي

لقد ثبت يقينا أن الإقتصاد هو العلم الذي يبحث في تعظيم الإستفادة من الموارد النادرة، وتعد أماكن ممارسة السياحة من أكثر الموارد ندرة في العالم، فقد باتت السياحة في القرن الحادي والعشرين صناعة تأتي من حيث الأهمية بالمرتبة الثانية بعد الإتصال والمعلوماتية، وفي بعض البلدان باتت هي الصناعة الأولى للدخل القومي وفرص العمل، وهي قاطرة التنمية الإقتصادية، ومن هنا كانت للجوانب الإقتصادية أهميتها الكبرى في ممارسة النشاط السياحي.<sup>(1)</sup>

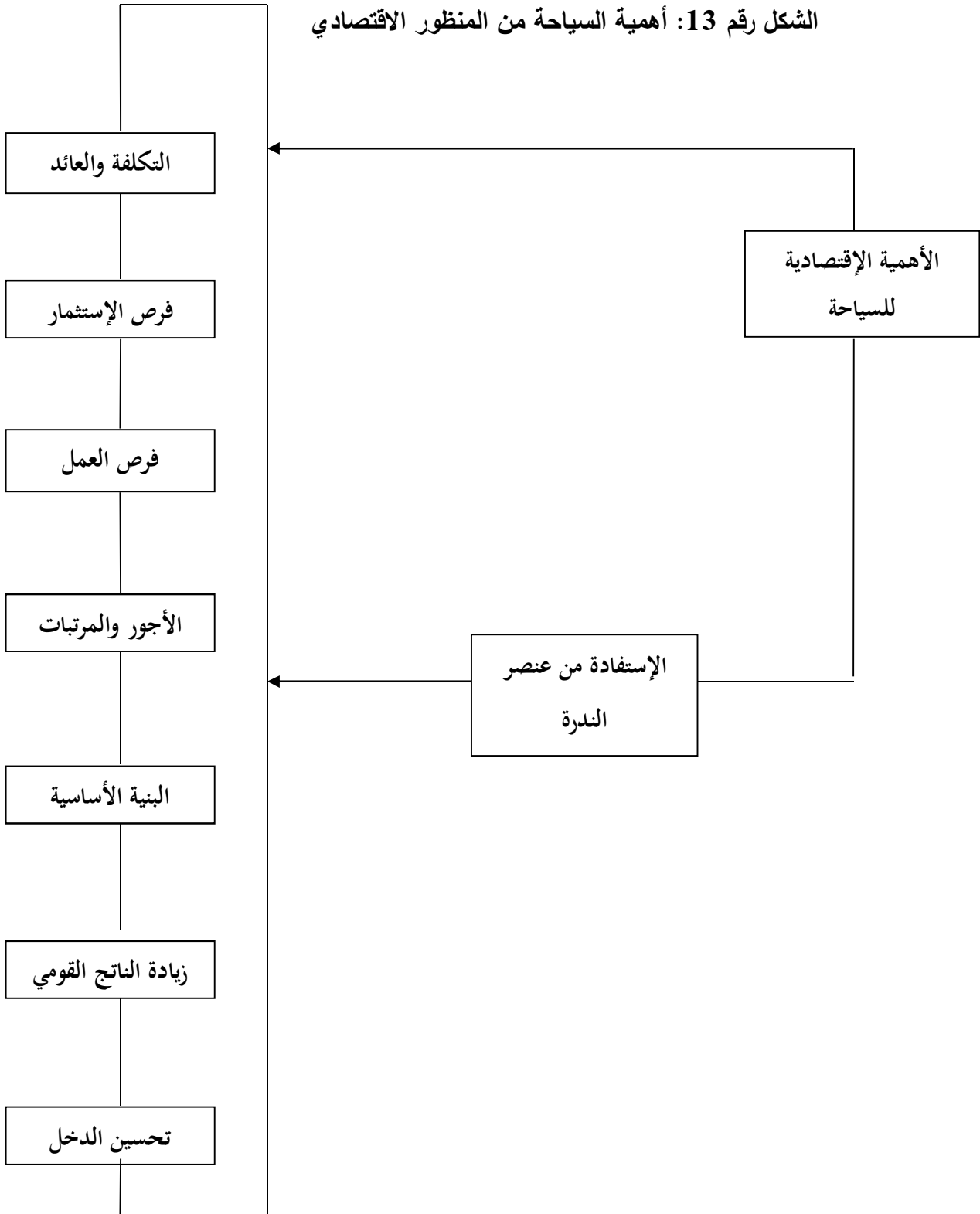
كما ترتبط الأهمية الإقتصادية للسياحة من حيث كونها أداة ووسيلة رئيسية لتحقيق التنمية المستدامة، وكما أنها تشمل جوانب أخرى بالغة الأهمية لما لها من تأثير إيجابي مضاعف على قطاعات اقتصادية وخدمانية مرتبطة بها بصورة مباشرة وغير مباشرة.

فلا جدال إذن، في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الإقتصادية بمفهومها العام فقد إهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة مثل النقل والإتصالات، المياه والكهرباء والخدمات الصحية كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي، أما البلدان النامية ورغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، بل أهم من ذلك الإفتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها.<sup>(2)</sup>

(1) مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص 39-40.

(2) أحمد عارف العساف، محمود حسين الوادي، إقتصاديات الوطن العربي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010، ص ص 167-168.

الشكل رقم 13: أهمية السياحة من المنظور الاقتصادي

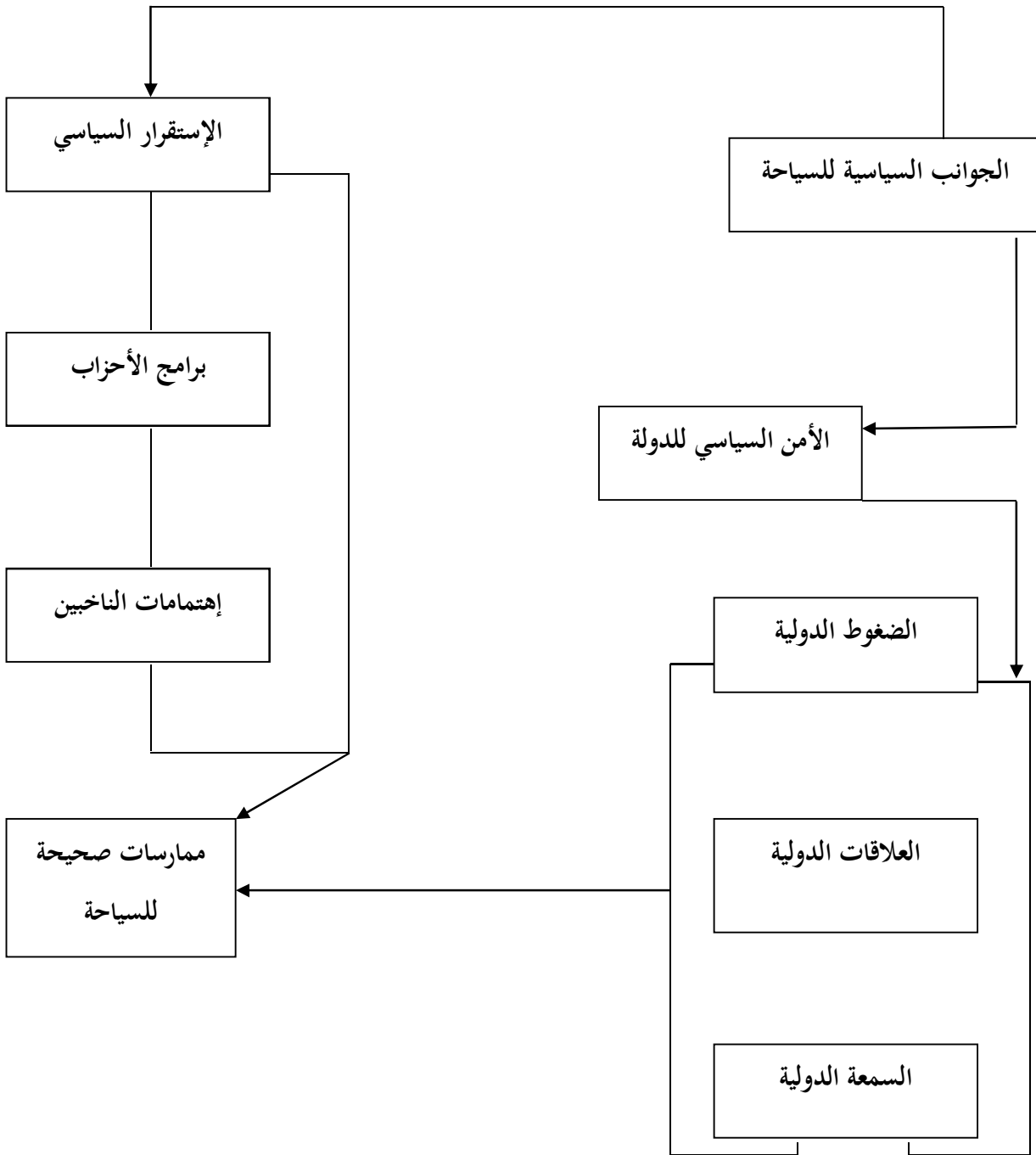


المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009، ص 40.

## المطلب الثاني: أهمية السياحة من المنظور السياسي

أصبحت السياحة بحكم ممارستها ذات طابع سياسي، ذلك أن الأمن السياسي لأية دولة يتعرض للقلق والإضطرابات الناجمة عن عدم رضا الأفراد عن التلوث الذي يحدث في البيئة، أو عن الممارسات الخاطئة الضارة بالبيئة، ومن ثم فإن تصحيح هذه الممارسات، والمحافظة على سلامة البيئة يعتبران من متطلبات الأمن السياسي للدولة، وهو ما تقوم به السياحة البيئية، حيث أصبحت البيئة والإهتمام بسلامتها من أهم عناصر البرامج السياسية للأحزاب السياسية، وأصبحت الإهتمامات ومحاور المحافظة على السلامة والصحة البيئية الفطرية، ومعالجة التلوث الذي حدث فيها ضمن مجالات التنافس بين القوى السياسية المتصارعة للفوز بالمقاعد السياسية في البرلمان...، بل لقد أنشأت أحزاب (الخضر) من أجل البيئة الفطرية، أصبحت هذه الأحزاب لها قوة وفاعلية في الساحة السياسية.

الشكل رقم 14: أهمية السياحة من المنظور السياسي

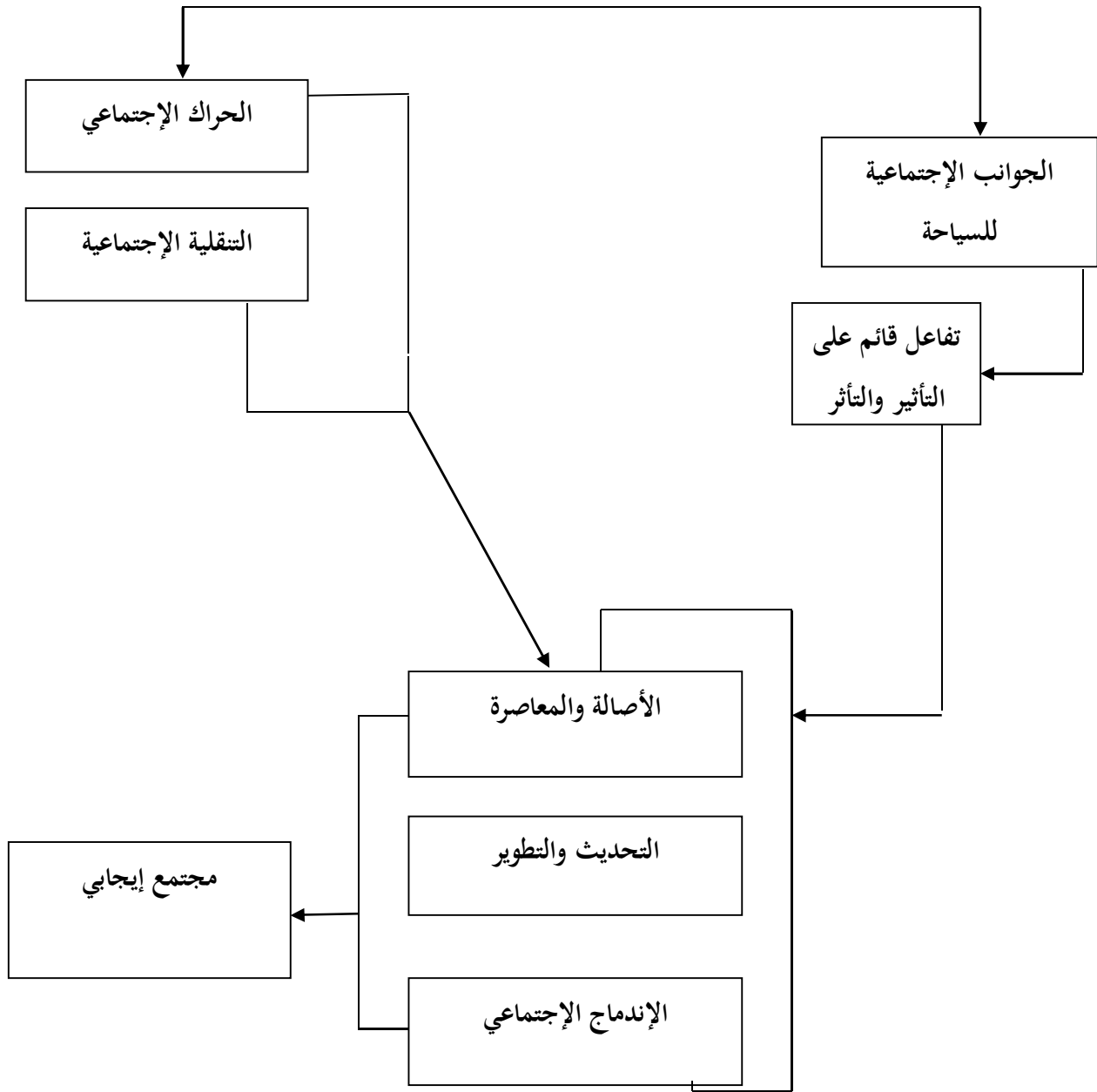


المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009، ص 41.

### المطلب الثالث: أهمية السياحة من المنظور الاجتماعي

السياحة تقوم على الإستفادة الكاملة مما هو متاح في المجتمع بحكم أنها مؤثرة في المجتمع ومتأثرة به، بشكل واضح وصريح.

الشكل رقم 15: أهمية السياحة من المنظور الإجتماعي



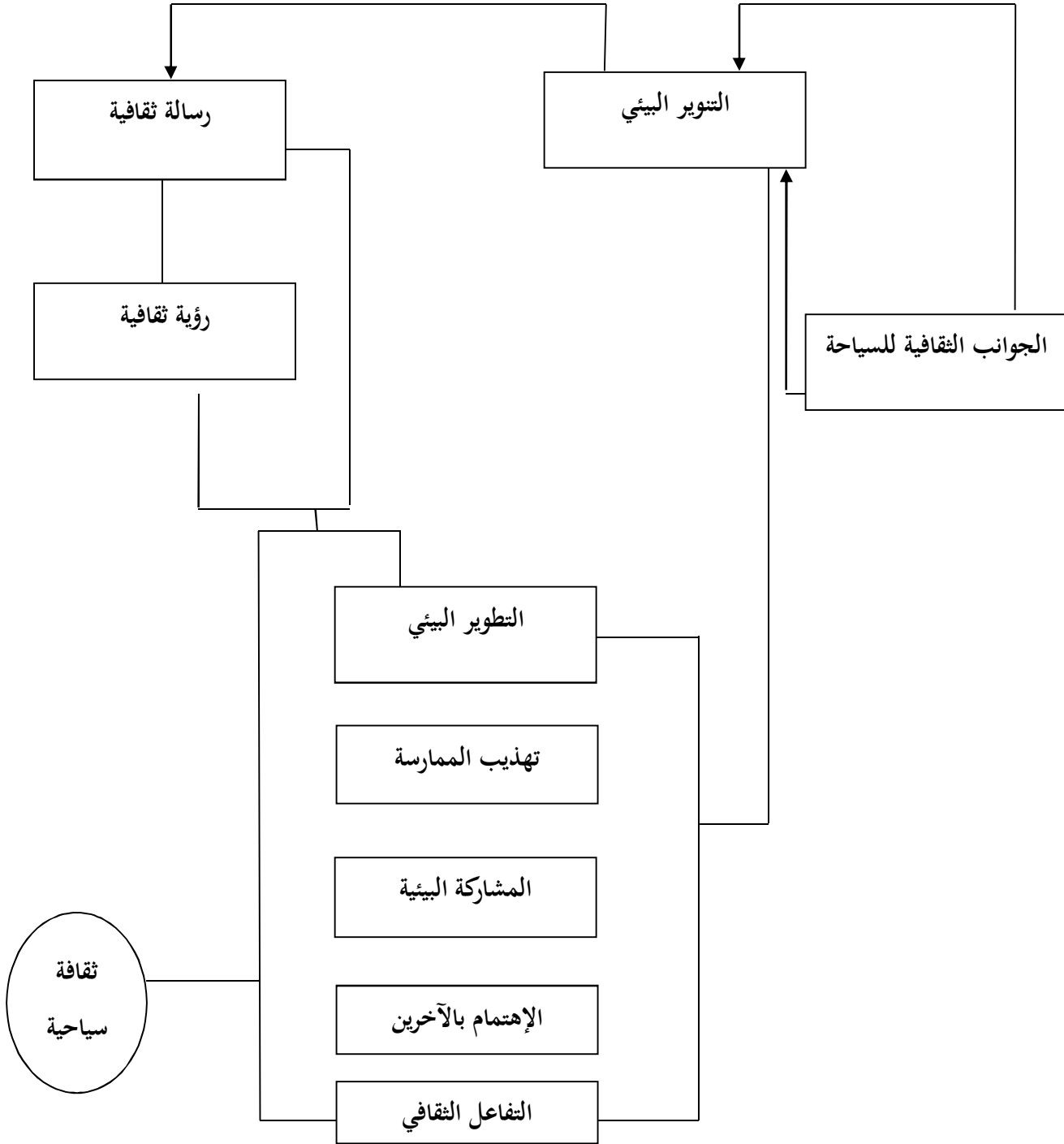
المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009، ص 42.

#### المطلب الرابع: أهمية السياحة من المنظور الثقافي

الجوانب الثقافية للسياحة، جوانب تفاعلية قائمة على توسيع مجال الإدراك وزيادة الوعي والمحافظة على الثقافة البيئية للسياحة وتعميق الإحساس بالشعور والتعاون، وأهمية المشاركة وتنمية المعرفة بالآخرين، وتكتسب السياحة أهميتها الثقافية من كونها تقود عصر التنوير البيئي، ذلك التنوير الذي أظهر أهمية وقف تدهور البيئة الفطرية الطبيعية، وأهمية القضاء على التلوث الذي يحدث فيها،

وحتى إعادة التوازن الطبيعي الفطري، ويتجلى دور السياحة الثقافي في التعرف على الحضارات القديمة، التعرف على العادات والتقاليد السائدة في بلد ما، تعلم اللغات حتى يمكن التعامل مع الجنسيات الأخرى بسهولة ومن هنا كان الدور الثقافي الذي تقوم به السياحة والذي تظهر معالمه من الشكل الآتي:

الشكل رقم 16: أهمية السياحة من المنظور الثقافي



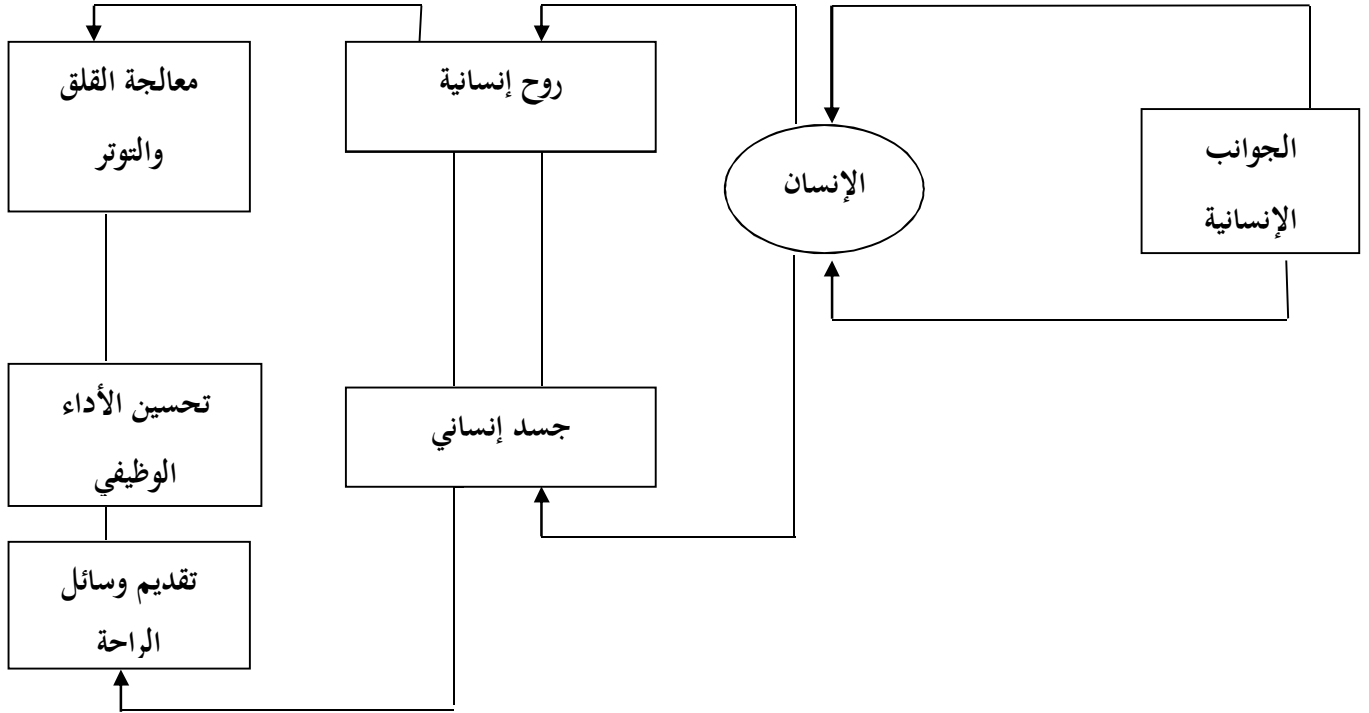
المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009، ص 43.



### المطلب الخامس: أهمية السياحة من المنظور الإنساني

تعد السياحة نشاطا إنسانيا، يمارسه الإنسان وهو ما يظهر من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 17: أهمية السياحة من المنظور الإنساني



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009، ص 44.

فتعمل السياحة على توفير الحياة الجميلة للإنسان، حيث تقدم له:

- العلاج من القلق والتوتر وتوفير الراحة والإنسجام، والإبتعاد عن ضغوط الحياة السلبية وعصبيتها، ليحقق الشعور بالراحة.

- إستعادة الحيوية والدافعية والتوازن العقلي والعاطفي الذي يحتاج إليه الإنسان لمواصلة الحياة.

- إمتلاك القدرة على صفاء النفس، وسلامة الوجدان، وصحة الحواس، وسلامة الضمير، والحس الأخلاقي، وإعلاء بشأن المبادئ الحميدة.

- وتجدر الإشارة إلى أنه هناك شروط يجب توفرها في الصناعة السياحية وهي:<sup>(1)</sup>

\* قناعة بالسياحة من أعلى المستويات في الدولة المضيفة.

\* أن تكون السياحة نشاطا منظما.

<sup>(1)</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 45.

- \* أن تساهم السياحة في الحفاظ على البيئة الداخلية والخارجية.
- \* أن تتوفر لصناعة السياحة كوادر بشرية مؤهلة قادرة على إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم.
- \* أن تمتلك صناعة الضيافة أخلاقيات للمهنة بالمهن الأخرى مثل الطب والمحاماة والتعليم.
- \* أن تكون جزء أساسيا لا يتجزأ من الإقتصاد الوطني.
- \* أن تكون مبنية على أسس علمية وتكنولوجية صحيحة.
- \* أن تتكيف مع المتغيرات بشكل إيجابي.
- \* أن يتم تطويرها بشكل منظم ودوري.
- \* أن تحقق التفاعل المنشود بين حضارات الشعوب من خلال العلاقات التفاعلية بين البلد المضيف والبلد الزائر.

## المبحث الرابع: آثار السياحة

أصبحت السياحة الصناعة السياحية الصناعة التصديرية الأولى في العالم في نهاية هذا القرن، حيث يتحدى الكثيرون عن ثورة سياحية، وأهمية هذه الثورة واضحة للدول النامية، لأن السياحة تعتمد على الناس في نجاحها، وأكثر الدول إستقبالا للسياح في العالم هي أكثرها إنفاقا على عمليات التسويق والترويج والدعاية لمنتجها السياحي في دول العالم المختلفة، فالدولار في فرنسا المنفق على الدعاية والتسويق عائدته 375 دولار نقدا، حسب توقعات العالم الأمريكي "جون نيبزت"، فإن إقتصاد العالم في القرن المقبل سوف تفوقه ثلاث صناعات خدمية هي: (1)

- صناعة الإتصالات.

- تكنولوجيا المعلومات.

- صناعة خدمات السياحة.

هذه التغيرات تحتم على صانع القرار في دول العالم التكيف مع الواقع الجديد، واعطاء الإهتمام المطلوب لمثل هذه الصناعات وخاصة صناعة السفر والسياحة.

## المطلب الأول: الآثار الإقتصادية للسياحة

عقد المجلس العالمي مؤتمرا في فيلامور غرب البرتغال فيلا يناير عام 1997 شارك فيه كبار المسؤولين في شركات الطيران والسياحة، والعديد من المسؤولين لوضع إستراتيجية تكفل إستفادة جيدة من هذا القطاع خاصة في مجال الوظائف التي يقدرها الخبراء بـ 100 مليون وظيفة جديدة في قطاع السياحة والسفر تقريبا، وذلك خلال العشر السنوات المقبلة، والإستفادة من الكم الهائل من الوظائف للمساهمة في حين كان إنشغالهم بتغيير الصورة المرتبطة بالسياحة، فلم تعد السياحة تلك الرحلة التي يخرج فيها الإنسان لمدة معينة ليمضي وقتا جميلا بل أصبحت صناعة خدمات ضخمة نمت خلال السنوات الخمس والعشرين الماضية بـ 500% على مستوى العالم.

وتمثل السياحة 12.5% من الإقتصاد العالمي (3.3 تريليون دولار) حيث إن كان (1 دولار) يجري إنفاقه في ترويج السياحة عائدته 20 دولار فهي صناعة المستقبل يستفيد منها قطاع عريض من الناس من سائق السيارة حتى الفندق، وأصحاب المحلات.

(1) نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2007، ص 79.

والبطالة على سبيل المثال التحدي الإقتصادي والإجتماعي الرئيسي الذي يواجه الحكومات، وتحاول هاته الأخيرة بشتى الطرق إيجاد فرص عمل، ومع ندرة الفرص ومحدوديتها في القطاعات التقليدية تظهر صناعات الخدمات مخرجا رئيسا، وجاء في إعلان فيلامور في يناير 1997 الآنف الذكر، إلا أن السياحة ليست سياحة فقط بل هي سياسة وإدارة واقتصاد، بل أنها قاطرة تقود النشاط الإقتصادي خلال السنوات المقبلة، باعتبار أن السياحة مصدر مهم من مصادر الدخل القومي يساهم في حل بعض المشكلات الإقتصادية والإجتماعية التي تواجهها.<sup>(1)</sup>

فأصبحت السياحة مرتبطة بالتنمية الإقتصادية، لأنها تمثل أحد الصادرات المهمة غير المتطورة، لذا اهتمت بها المنظمات العلمية والإقتصادية (البنك الدولي، اليونيسكو) والتي أصبحت تنتظر للسياحة على أنها عامل مهم من عوامل التقريب بين الثقافات العالمية، إن صناعة السياحة والسفر ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهريا في جميع أنحاء العالم خلال عام 1997، وفي سنة 1998 أتاحت هذه الصناعة فرصا لإيجاد العملة، ومبادرة لتوسع صناعة السفر والسياحة يدعو المجلس إلى اتخاذ الإجراءات التالية:

- إلغاء تأشيرات الدخول لتسهيل دخول السائحين.

- توجيه المسؤولين عن الحدود لمعاملة السائحين على أنهم مصدر دخل.

- استخدام العدد الكافي من العاملين لتسهيل عبور السائحين على أنهم مصدر دخل.

السياحة وعاء ضريبي جيد حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية حيث عقدت منظمة السياحة العالمية إجتماعا في أكتوبر 1997 بإسطنبول تحت شعار السياحة نشاط القرن الحادي والعشرين من أجل فرص العمالة وحماية البيئة.

وقد أعلنت المنظمة أنها تتوقع أن يصل عدد السائحين في العالم عام 2022 إلى مليار و600 مليون سائح، حيث وصل عدد السائحين في عام 1999 إلى 455 مليون سائح، لأن العالم يتجه سريعا نحو توظيف التقنيات الحديثة في العمل السياحي من حيث:

(1) المرجع نفسه، ص ص 79-80.

- إعداد المعلومة السياحية ونشرها.
- ترتيب البرامج وتنفيذها.
- إعداد الكوادر السياحية وتأهيلها.
- بناء المنشآت الفندقية والترفيهية للسائحين وتصميمها، وليس هذا إلا تعبيراً عن اهتمام العالم بالجودة السياحية.
- السياحة تحقق التوازن في ميزان المدفوعات وتنشط النشاط الإستثماري السياحي وحركة المبيعات في السلع السياحية وتحقيق النمو المتوازن اللازم لإحداث التنمية بمكوناتها العديدة، ومن الآثار الإقتصادية السلبية للسياحة: التضخم، البطالة، الموسمية ومشاكل استخدام الأرض.

### المطلب الثاني: الآثار الإجتماعية للسياحة

الإزدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل (البطالة، الركود الإقتصادي) وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة، فالسياحة أداة لتعميق الإنتماء وتنمية الوعي القومي والإعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وتعمل على الترفيه والترويح النفسي والجسدي، كما تساهم في تماسك المجتمع بما تنتجه من شكل التآلف والتعارف، فالسياحة نشاط إنساني بالدرجة الأولى وظاهرة إجتماعية تسود المجتمعات فتؤثر بها سلباً أو إيجاباً لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح والبيئة الإجتماعية، وأفراد المجتمع المضيف، ومن الآثار الإجتماعية السلبية للسياحة ما يلي:<sup>(1)</sup>

- تسرب بعض المقتنيات الأثرية والتاريخية المهمة.

- خلل في التركيب الديمغرافي (السكاني).

- زيادة نسبة الإجرام والمشاكل الأخلاقية.

### المطلب الثالث: الآثار السياسية للسياحة

قال الأمين العام السابق لهيئة الأمم المتحدة "بطرس بطرس غالي": السياحة لم تعد من الرفاهية بل يجب اعتبارها عنصراً مهماً في تواصل المجتمع الدولي، وتضامن الأسرة الدولية.

(1) المرجع نفسه، ص ص 83-84.

لم تقتصر السياحة على دورها الإقتصادي فقط، ولكن هذا الدور إمتد إلى النواحي السياسية الأخرى بالمجتمع الدولي مليء بدول مختلفة الإتجاهات السياسية والتيارات المتصارعة، التي تثير التوتر بين هذه الدول، والتي تجعل من الصعب تحقيق التقارب بينها.

من هذا المنطلق ظهرت أهمية السياحة وتأثيرها السياسي الكبير في تحقيق التفاهم بين شعوب الدول المختلفة على الرغم مما فيها من جنسيات مختلفة ومذاهب إقتصادية وسياسية متعددة، فالمجتمع الدولي على الرغم من وجود المنظمات الدولية والهيئات العلمية التي تسعى جاهدة لإقرار السلام العالمي، إلا أن كثيرا من الدول في صدام مع بعضها البعض وتسود بينهم الكثير من الخلافات<sup>(1)</sup>.

#### المطلب الرابع: الآثار البيئية للسياحة

من أجل تطبيق نظام بيئي متكامل، ووصولاً للسياحة المستدامة التي تهدف إلى تحقيق الإلتزام بالقوانين البيئية المحلية، وتخفيض مصاريف التشغيل من خلال الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية ولتحسين صورة المنشأة إمام السائحين، ظهرت إتجاهات حديثة في الاهتمام بالبيئة تحت شعار "حماية البيئة اليوم إستثمار الغد".

ومن الإتجاهات الحديثة في الإهتمام بالبيئة:

- شهادة السياحة الخضراء.
- شواطئ الراية الزرقاء.
- الفنادق الخضراء.
- شهادة الأيزو.

الآثار البيئية السلبية: تعمل السياحة بيئيا على:

- التلوث الهوائي.
- الإزعاج.
- تلوث المواقع السياحية.
- إفساد العنصر الجمالي للمواقع السياحية.

<sup>(1)</sup> المرجع نفسه، ص ص 94-95.

- التأثير على الكائنات النباتية والحيوانية.

أما عن الآثار الإيجابية للسياحة تلك المنتزهات التي يقوم الإنسان بإنشائها ورعايتها، بغرض استقطاب الناس إليها ذات الشيء في حمامات السياحة، والفنادق، وملاعب الكرة بشتى أنواعها، وما يتبع ذلك من حركة واستثمارات في مجالات متعددة.<sup>(1)</sup>

(1) حسن أحمد شحاتة، التلوث البيئي وعاقبة السياحة. القاهرة: الدار العربية للطباعة والنشر، 2006، ص 83.

## المبحث الخامس: ماهية التنمية المحلية

## المطلب الأول: التنمية في الفكر الإقتصادي

قبل التطرق للتنمية في المدارس الإقتصادية ينبغي الإشارة أولاً إلى التنمية كمصطلح، فالتنمية في اللغة العربية مشتقة من كلمة نمو، وفعلها نما، ينمو، وتعني الزيادة والانتشار والتنمية، هي إحداث التغيير سواء من الداخل، أو الخارج، بشرط أن يكون في الإتجاه الصحيح.<sup>(1)</sup>

والتنمية في أساسها عملية تغير في البنية الإقتصادية والإجتماعية، وفي مختلف أوجه النشاط ومظاهر السلوك الإجتماعي والإقتصادي...، تغير يمتد إلى جوانب متعددة من ميادين الحياة في المجتمع، بناء، أو حركة.

ولم يستعمل هذا المفهوم منذ ظهوره، في عصر الإقتصادي البريطاني "آدم سميث" في الربع الأخير من القرن الثامن عشر، وحتى الحرب العالمية الثانية 1939-1945 إلا على سبيل الإستثناء، فالمصطلح الذي استخدم للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع هو التقدم المادي Progress Matériel أو التقدم الإقتصادي Economic Progress وكارل ماركس وميردال ولوس، إعتبروا أن مصطلح التنمية، إن اقتصر على النمو أصبح مرفوضاً، لأنه يعني الزيادة تراكمياً فقط، ولا يشترط وجود مسائل إجتماعية، مثل العدالة، بل ربما ينطوي على الإستغلال، كما تناولت المدرسة التجارية في القرن السابع عشر موضوع التنمية من خلال الواقع الذي كان سائداً في تلك الفترة والمتمثل في النقص الحاد للمعادن النفيسة (الذهب والفضة)، وأكدت على ضرورة تحكم الدولة في الواردات وتشجيع الصادرات حتى تتمكن من إمتلاك أكبر قدر من النقود ومن ثم تحقيق الرفاهية.<sup>(2)</sup>

ثم جاءت المدرسة الكلاسيكية في القرن الثامن عشر وبدايات القرن التاسع عشر التي يمثلها كل من جون لوك ودافيد هيوم وادم سميث، غير أن هذه المدرسة فشلت في معالجة الأزمات التي واجهت الليبرالية خاصة بعد الحرب العالمية الأولى 1914-1918، وكذا أزمة الكساد العالمي عام 1929.

ونتيجة لهذا الوضع ظهر فكر جديد الكلاسيكيون الجدد مثله كل من "جون ماينارك كينز"، و"الفين هانسن"، و"البيين فليس"، وغيرهم، إنتقدوا الفكر الكلاسيكي واعتبروا أن عملية التوازن لا تتم تلقائياً

(1) خير صفوح، التنمية والتخطيط الاقليمي. دمشق: وزارة الثقافة، 2000، ص 14.

(2) صالح فلاح، مفهوم التنمية المحلية والإستراتيجيات البديلة، الملتقى الوطني حول تمويل التنمية المحلية، 2008، ص 2.



وأن الإنسان ليس دائما عقلاني في سلوكاته، والدولة يجب أن تتدخل في النشاط الإقتصادي وتساهم في تصحيح الاختلالات من خلال العمليات الإقتصادية، الاستثمار، والإنتاج والإستهلاك.

وعليه، أمكن القول أن مفهوم التنمية في بداياته أخذ بعدا إقتصاديا وكان مرادفا لمصطلح النمو، ليأخذ بعد ذلك بعبءاً أخرى إرتبطت بنواحي الحياة الإجماعية، السياسية، الثقافية، البيئية، الإنسانية والمحلية دون إغفال بعد الإستدامة في كل تطورات المفهوم.

وبذلك يختلف مفهوم أو مصطلح التنمية عن المفاهيم الأخرى ذات الصلة كالتحديث والتغير والتطور، وجدير بالذكر أن مفهوم التنمية إستخدم بداية في المجال الإقتصادي ليدل على عملية إحداث مجموعة التغيرات الجذرية في مجتمع ما، بهدف إكسابه القدرة على التطوير الذي يضمن تحسين حياة أفرادها، وزيادة قدرته على الإستجابة على الحاجات الأساسية والمتزايدة والمستحدثة لهؤلاء الأفراد، ثم انتقل مفهوم التنمية إلى السياسة فوصف بأنه: عملية تغيير إجتماعي متعدد الجوانب، غايته الوصول إلى مستوى الدول الصناعية، من حيث إيجاد نظم سياسية تعددية على شاكلة النظم الأوربية، وفيما بعد تطور مفهوم التنمية وارتبط بالعديد من الحقول الأخرى، فالتنمية الثقافية والمعرفية تسعى لرفع مستوى الثقافة وتهدف إلى رقي الإنسان، والتنمية المجتمعية أو الإجماعية تهدف إلى تطوير تفاعل أفراد المجتمع جميعا (الفرد والجماعة والمؤسسات الإجماعية الحكومية والمدنية)، وكانت التنمية البيئية تسعى إلى الحفاظ على البيئة وترشيد إستهلاك مواردها بصورة سليمة... الخ.

### المطلب الثاني: تعريف التنمية المحلية

يعد مفهوم التنمية المحلية من بين المفاهيم التي أثارت إهتمام الباحثين والأكاديميين على حد سواء، سيما مع ازدياد الإهتمام بالمجتمعات المحلية ودورها التنموي على اعتبار أن التجارب التنموية في إطار سياسات المركزية أو بالأحرى التخطيط المركزي من القمة إلى القاعدة في سنوات الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي أثبتت فشلها وأن التصورات الفكرية الجديدة تطرح بقوة وتؤكد على ضرورة الإنطلاق من القاعدة إلى القمة وبإشراك السكان المحليين في إطار مقارنة تشاركية من شأنها النهوض بالإقتصاد المحلي ومن ثم الإقتصاد الوطني وأن التنمية تتطلق من تحت وليس من فوق.

تعددت التعاريف التي قدمت للمفهوم بتعدد الزوايا الفكرية والمنطلقات المعرفية لكل مفكر وباحث، لكن هذا التعدد يؤكد على مدى أهمية المفهوم وأن النظرة التي كانت سائدة في رسم السياسات

وصنع القرارات التي كانت تتم من المركز دون استشارة المحيط أصبحت مرفوضة، كما أن هذا التعدد يبرز أهمية المكان (الإقليم أو المجال).

إن المفهوم المحلي يرتكز على مفهوم الأقاليم والفضاءات الذي يعتمد على عدة عناصر ومنها:

- العنصر الجغرافي ويعني أي منطقة أو مدينة محددة جغرافيا بجبال ووديان وغيرها.
- عنصر الهوية أو الإنتماء والذي قد يتعارض مع الجغرافيا.
- توفير مجال (فضاء) مناسب تداخل فيه مجموعة من العوامل والعناصر المتكاملة.
- عنصر اداري يعتمد على تقسيم إداري تقرره الدول والحكومات والذي يكون في بعض الأحيان لأنه يبنى على اعتبارات غير موضوعية (سياسية، جهوية، قبلية،...).

ويستوجب الحديث عن التنمية المحلية الحديث عن المجتمع المحلي، ففي علم الاجتماع يشير مصطلح المجتمع المحلي أو Community إلى بناء إجتماعي معين ذي علاقات خاصة متشابهة التكوين، تتميز بقوة النسيج العائلي وسيادة طابع المواجهة والصبغة الشخصية، حيث تسيطر على سلوك أفراد هذا البناء الإجتماعي، التقاليد، والقيم المحلية، التي تولد درجة عالية من الضبط الإجتماعي وذلك عكس المجتمع أو المجتمع الكبير، الذي يقوم على التخصيص في العمل وعلى العلاقات مختلفة الأبعاد والولاءات المتشعبة، التي يضعف فيها الطابع الشخصي ويسودها القانون مبدأ الحق والواجب.

وجدير بالذكر أن أول من استخدم مصطلح المجتمع المحلي هو عالم الاجتماع "روبرت مكايفر" عندما نشر كتابه "المجتمع المحلي"، ويعرفه على انه: تجمع من المواطنين يعيشون معا فوق منطقة من الأرض ويؤلفون جماعة إجتماعية، ويتحقق ذلك من خلال إرتباطهم فيما بينهم عن طريق نسق من الروابط والعلاقات واشتراكهم في مصالح مشتركة وفي أنماط مقبولة من المعايير والقيم وفي إدراكهم الواعي بتمييزهم عن غيرهم من الجماعات الأخرى التي يمكن تعريفها وفقا لهذا المبدأ.<sup>(1)</sup>

ويعرف قاموس علم الاجتماع "المجتمع المحلي" على أنه مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة، ويشتركون معا في الأنشطة السياسية والإقتصادية، ويكونون فيما بينهم وحدة إجتماعية،

(1) عبد الرحمن محمد الحسن، دور السياسات الوطنية في التنمية المحلية بالسودان، مجلة الباحث، العدد 13، 2013، ص 117.

ذات حكم ذاتي تسودها قيم عامة ويشعرون بالإنتماء نحوها وأمثلة المجتمع المحلي المدينة والمدينة الصغيرة والقرية.... (1)

يلاحظ أن هذا التعريف يحاول أن يبرز أهم العناصر الأساسية التي تميز بها المجتمع المحلي وهي:

مجموعة من الناس والمنطقة الجغرافية المحددة ومجموعة الأنشطة السياسية والإقتصادية التي يشتركون فيها، كما يؤكد هذا التعريف على القيم والشعور بالإنتماء الذي يميز أفراد هذا المجتمع المحلي، كما يعطي بعض الأمثلة عن المجتمعات المحلية، التي تشترك جميعها في وحدات جغرافية واجتماعية تتوافر فيها الشروط التي وضعها أو تحدث عنها.

وبناء على ما سبق عرضه، يمكن القول أن معظم التعريفات التي تناولت مفهوم المجتمع المحلي تتفق على ثلاث عناصر جوهرية وهي: الناس والمكان والتفاعلات المباشرة (الشعور بالإنتماء)، ما يدل فعلا على بناء المجتمع المحلي، إنما هي تلك الأنشطة والممارسات والسياسات التي تسود بين الأفراد المحليين لهذا المجتمع وتزيد بين الارتباطات الإيجابية بين أفرادهم وجماعاته ومنظماته.

وأخيرا يمكن تحديد أهم الخصائص الأساسية التي تميز بها المجتمع المحلي عن المجتمع الكلي أو الكبير وهي كما يلي:

- ✓ المجتمع المحلي جزء من المجتمع الكلي.
- ✓ المجتمع المحلي عبارة عن جمع متفاعل من الأفراد.
- ✓ يعيش الأفراد المحليون لهذا المجتمع في رقعة جغرافية واحدة ومحددة .
- ✓ تسود بين أفراد المجتمع المحلي علاقات دائمة نسبيا.
- ✓ يشترك أفراد هذا المجتمع المحلي في مختلف الأنشطة التي تسود مجتمعهم السياسية والسوسيو إقتصادية.

✓ تغلب صفة التجانس على معظم الأفراد المحليين.

(1) محمد خشمون، مشاركة المجالس البلدية في التنمية المحلية -دراسة ميدانية على مجالس بلديات ولاية قسنطينة- (رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص: علم إجتماع التنمية، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، 2010-2011)، ص 99.

✓ يسود أفراد المجتمع المحلي شعور بالانتماء إليه.

أما مفهوم التنمية المحلية وفي بعض الأدبيات نجد التنمية الإقليمية أو المجالية، يمكن تعريفها من خلال الكلمتين الموكنتين للمصطلح، حيث أن الأمر يتعلق بعملية تنمية مكان أو مجال ترابي محدود، وسبق التعريف بمفهوم التنمية أما كلمة المحلية، فهي تعني المكان أو المجال الترابي الأقرب للسكان، أو الإطار الجغرافي الأصغر الذي تعيش فيه جماعة من السكان هذا الإطار يمكن ان يكون الوحدات المكانية والمجالية الناتجة عن التقسيم الإداري للتجمعات العمرانية المحلية، والمناطق الإدارية، والمحافظات، والولايات، والمقاطعات، والذي في الغالب يعطي اهتماما كبيرا للخصوصيات الجغرافية البشرية والطبيعية، ويمكن أن يكون عبارة عن المجال المعاشي المرتبط بالهوية الإجتماعية للسكان الحضرية كالقبيلة والعشيرة.. وذلك في إطار فهم شامل متكامل الأبعاد للأرض، يشمل ما تحتها وسطحها وفوقها في إطار النظام الإيكولوجي الأساسي<sup>(1)</sup>.

فالتنمية المحلية منهج يهدف إلى رفع المستوى المعيشي في حيز جغرافي معين، عبر تنويع وتطوير الأنشطة الاقتصادية والإجتماعية بواسطة تفعيل وتنسيق موارد وطاقات هذا المكان المحدد، وهي عملية تحدث تحولات منظورة سواء على المكان أو السكان، أو ما يعرف بالتقدم، وتستهدف التنمية المحلية فك العزلة عن المناطق النائية أو المهمشة وادماجها في النسيج الاقتصادي والإجتماعي الوطني.

ولم يكن مصطلح التنمية المحلية يذكر في الأدبيات الاقتصادية، فالمنظرون الإقتصاديون كانوا يركزون أبحاثهم على النمو الإقتصادي والتنمية الاقتصادية بشكل عام، لكن منذ ستينيات القرن الماضي بدأت تظهر البوادر الأولى للاهتمام بالتنمية المحلية من خلال تعاظم إهتمام الدول بالتسيير على المستوى المحلي كبديل وكرفض لنظام التسيير الموحد على المستوى المركزي الذي كان يسيطر على غالبية إقتصاديات دول العالم<sup>(2)</sup>.

وقد مر مصطلح التنمية المحلية بمرحلتين أساسيتين هما: مرحلة النضال، ثم مرحلة الإعراف المتعدد الأشكال، حيث عرفت فترة العشرينيات العديد من المشاريع التي اهتمت بتطوير المناطق الريفية، فظهر مصطلح تنمية المجتمع، ثم التنمية الريفية، ثم التنمية الريفية المتكاملة.

(1) أسعد معنوق، بيانات ومؤشرات التنمية الإقليمية كمدخل لصياغة الأقاليم التنموية -دراسة حالة الأقاليم السورية- (رسالة ماجستير في الهندسة المعمارية، جامعة دمشق، كلية الهندسة المعمارية، قسم التخطيط والبيئة، 2009)، ص 46.

(2) jean yves Gouttebe, stratégie de développement territorial ,ed Economica, paris, 2003, p91.

حيث عرفت التنمية الريفية بأنها مفهوم معنوي يعبر عن عملية ديناميكية تهدف إلى إحداث جملة من المتغيرات الوظيفية والهيكلية لإعداد الطاقات البشرية الريفية بالشكل والحجم الذي يمكن المجتمع من زيادة حجم الموارد المتاحة والإستفادة منها إلى أقصى الدرجات المختلفة وذلك عن طريق استيعاب الأساليب اللازمة لإحداث هذا التغيير<sup>(1)</sup>.

وكان أول ظهور لمصطلح التنمية المحلية في بداية ستينيات القرن الماضي وتحديدًا في فرنسا كرد فعل لقرارات الدولة التي أرادت أن تجعل من إعداد التراب أولوية وطنية، وكان الهدف من هذه القرارات هو القضاء على الفوارق الجوهرية بين العاصمة والضواحي، وحتى داخل العاصمة نفسها، وهذا من خلال سياسة إدارية تعيد تنظيم النشاطات الإقتصادية حسب منطق قطاعي للمصالح، هذه النظرة الفوقية (إتخاذ القرارات من المركز دون استشارة السكان المحليين) كانت غير مقبولة من طرف مختلف الفواعل المحلية الذين يعتبرون أن تنمية أي إقليم يجب أن تأخذ بعين الإعتبار حاجيات سكانه وآماله وبذلك طالبوا بتطبيق التنمية من تحت، والتي تبنى على أساس استقلالية الأقاليم المحلية عن مركز صنع واتخاذ القرار سياسيا، إقتصاديا واجتماعيا، وفي بداية الثمانينيات من القرن الماضي أخذ مفهوم التنمية المحلية مكانة واعتراف من طرف مختلف المؤسسات والهيئات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني سيما مندوبية مراقبة التراب والعمل الجهوي DATAR الفرنسية التي أقرت في مخطط 1984-1988 التنمية المحلية كنمط من أنماط التنمية.

ولقد عرفت التنمية المحلية بأنها العملية التي بواسطتها يمكن تحقيق التعاون الفعال بين الجهود الشعبية والحوكومية للإرتقاء بمستويات التجمعات المحلية والوحدات المحلية إقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وحضاريا من منظور تحسين نوعية الحياة لسكان التجمعات المحلية في أي مستوى من مستويات الإدارة المحلية في منظومة شاملة ومتكاملة<sup>(2)</sup>.

وتعرف أيضا بكونها عملية التغيير التي تتم في إطار سياسة عامة محلية تعبر عن احتياجات الوحدات المحلية وذلك من خلال القيادات المحلية القادرة على استخدام واستغلال الموارد المحلية وقناع

(1) منال طلعت محمود، الموارد البشرية وتنمية المجتمع المحلي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2003، ص 23.

(2) عبد الحميد عبد المطلب، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 13.

المواطنين المحليين بالمشاركة الشعبية والإستفادة من الدعم المادي والمعنوي الحكومي وصولاً إلى رفع مستوى المعيشة لكل أفراد الوحدات المحلية ودمج جميع الوحدات في الدولة<sup>(1)</sup>.

وقد عرفت هيئة الأمم المتحدة بأنها: العمليات التي يمكن بواسطتها توحيد جهود المواطنين والحكومات (الهيئات الرسمية) لتحسين الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية للمجتمعات المحلية ومساعدتها على الإندماج في حياة الأمة والمساهمة في رقيها بأقصى قدر مستطاع<sup>(2)</sup>.

ويعرفها محي الدين صابر على أساس أنها: مفهوم حديث لأسلوب العمل الإجتماعي والإقتصادي في مناطق محددة، ويقوم على أسس وقواعد من مناهج العلوم الإقتصادية والإجتماعية ويقوم هذا الأسلوب على إحداث تغيير حضاري في طريقة التفكير والعمل والحياة عن طريق إثارة وعي البيئة المحلية وأن يكون ذلك الوعي قائماً على أساس المشاركة في التفكير والإعداد والتنفيذ من جانب أعضاء البيئة المحلية جميعاً في كل المستويات عملياً وإدارياً<sup>(3)</sup>.

ويعرف \*Xavier greffe التتمية المحلية على أنها: مسار تنوع واثراء النشاطات الإقتصادية والإجتماعية داخل إقليم معين من خلال تعبئة طاقات وموارد ذلك الإقليم<sup>(4)</sup>.

وفي مستهل كتابه التتمية المحلية يضيف قائلاً:

« Dans les pays développés comme dans les pays en voie de développement, la problématique du développement local est omniprésente. Nombreux sont les observateurs qui s'interrogent sur sa capacité à mobiliser des énergies et fédérer des projets. Le développement local apparaît comme le levier du développement de la société de la connaissance.

(1) سمير محمد عبد الوهاب، الحكم المحلي والتتمية المحلية، ورقة ضمن أعمال مؤتمر التتمية الريفية والمحلية وسيلة الحكومات لتحقيق التتمية الشاملة ومحاربة الفقر، منشورات المنظمة العربية للتتمية الإدارية، القاهرة، 2008، ص 21.

(2) علي بوعمامة، نصرالدين بوعمامة، مفهوم التتمية المحلية ومعوقات تجسيدها، مداخلة ضمن الملتقى الأول حول التتمية المحلية في الجزائر (واقع وآفاق)، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي برج بوعريبيج، 14-15 أبريل 2008، ص 2.

(3) عبد الله خبابة، سعاد لعجي، التتمية المحلية آلية التتمية الوطنية الشاملة، مداخلة ضمن الملتقى الأول حول التتمية المحلية في الجزائر واقع وآفاق، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي، برج بوعريبيج، 14-15 أبريل 2008، ص 8.

\* إقتصادي وأستاذ في جامعة باريس 01، مختص في القضايا والمسائل المرتبطة بالتراث والثقافة ومدير مدرسة الدكتوراه في الإقتصاد.

(4) عبد الحق بوعتروس، محمد دهان، متطلبات تعبئة الموارد المحلية للتتمية، مداخلة ضمن الملتقى الأول حول التتمية المحلية في الجزائر واقع وآفاق، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي برج بوعريبيج، 14-15 أبريل 2008، ص 2.

Mise en place d'un capital social, dissémination de la culture d'entreprise, création d'emplois, développement des communautés, valorisation du cadre de vie apparaissent comme autant de facettes de cette stratégie.

Le développement local épouse des formes différentes selon le type de territoire envisagé, mais il en garantit les capacités d'apprentissage et d'innovation »<sup>(1)</sup>.

وفي الأخير ومن خلال ما سبق من تعاريف يمكن تعريف التنمية المحلية بأنها: تلك العملية المنظمة والمخطط لها في شكل إستراتيجية تشاركية بين مختلف الفاعلين المحليين تهدف إلى تنمية إقليم جغرافي معين من مختلف الجوانب السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية، الحضارية والبيئية ضمن مبادئ الحكامة الرشيدة والتسيير العقلاني المستدام للإمكانيات والموارد المتاحة التي يتمتع بها الإقليم.

### المطلب الثالث: النظريات المفسرة للتنمية المحلية

إن إشكالية التنمية المحلية تعود إلى نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث طرحت كأحد البدائل للنموذج الإقتصادي الكلاسيكي الذي كان سائداً، حيث إن الواقع بين أن هناك تناقضات واضحة بين تنمية الدولة من جهة وتنمية المناطق من جهة أخرى، مما أدى إلى بروز توجهات وأفكار جديدة.

وقد تميزت مرحلة الستينيات بظهور:

### ❖ نظرية أقطاب النمو les pôles de croissance:<sup>(2)</sup>

والتي يمثلها كل من "فرانسوا بيرو وبودفيل وهيرشمان" وغيرهم، لقد كانت هذه النظرية مرجع الحكومات في تلك الفترة محاولة منهم إلى تعمير الأرياف والقضاء على الفوارق التي تميز المدينة عن الريف، وتقوم هذه النظرية على أساس القضاء متعدد الأقطاب والذي يعرفه بيرو بأنه: "قضاء غير متجانس، حيث تتكامل أجزائه فيما بينها وتقوم بينه وبين الأقطاب المسيطرة تبادل أكبر بين المناطق القريبة".<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> Xavier Greffe, Le développement local, Paris, L'Aube, DATAR, Bibliothèque des Territoires, 2002, p05.

<sup>(2)</sup> Andre Joyal, le développement local, Edition de l'IQRC, 2002, pp15-16

<sup>(3)</sup> Joseph Lajugie, Pierre Defauld et Claud Lacour, espace régional et aménagement du territoire, Edition Dalloz, Paris 1979, p29.

ويعرف "فليب ايدلو" هذه النظرية بأنها "نظرية للنمو القطاعي غير المتوازن وفي آن واحد كنظرية نمو جهوية غير متوازنة...، إنها بالنسبة لنا تمثل نظرية تنمية المناطق والنظرية التي تأخذ بعين الاعتبار عدم التساوي بين الفضاءات".<sup>(1)</sup>

ومن هنا نستنتج أن هذه النظرية تقوم على فكرة تقسيم البلد إلى أقطاب كبيرة غير متجانسة سيؤدي بالضرورة إلى البحث عن ضرورة تطوير كل قطب حسب خصوصياته، ومن ثمة سيؤدي في النهاية إلى تنمية الدولة كلها.

### ❖ نظرية القاعدة الاقتصادية: La base économique

تعتمد هذه النظرية على فكرة الصادرات كأساس لتنمية المناطق، فحسب هذه النظرية أن مستوى الإنتاج والتشغيل لأي منطقة يعتمد على مدى قدرتها على التصدير، والذي يتحدد بدوره بحسب الطلب الخارجي، وفي هذا المجال يقول "كلود لكور": "النمو الحضري يتحدد بإنشاء مناصب شغل والي يخلق مداخل، هذه الأخيرة تأتي من خلال النشاطات المتميزة، هذه النشاطات تؤدي للتصدير الذي يؤمن مداخل من الخارج، والتي تسمح بتوفير وإشباع مختلف الحاجيات المحلية وكذا توسيع النمو"<sup>(2)</sup>.

تقسم هذه النظرية الأنشطة الاقتصادية داخل المنطقة إلى نشاطات قاعدية، ونشاطات داخلية: النشاطات القاعدية: هي النشاطات التي تغطي القطاعات المصدرة والتي تساهم في توفير مناصب وجلب مداخل من العملة الصعبة من الخارج مثل قطاع السياحة.

النشاطات الداخلية: هي الأنشطة الموجهة لتلبية الحاجيات الداخلية للمنطقة، وبالتالي فالتكامل بين هذه الأنشطة يساهم في تطوير المنطقة وبالتالي تطوير البلد بأكمله.

### ❖ نظرية التنمية من تحت: Théorie de developemnr par le bas

هذه النظرية تركز على فكرة تنظيم الإقتصاد من طرف أعضاء المجموعات المحلية لصالحها، ظهرت هذه النظرية في بداية السبعينيات من القرن الماضي، وقد تميزت هذه الفترة بعدة تحولات مست الإقتصاد العالمي أهمها ارتفاع أسعار الطاقة وتكاليف النقل وانخفاض المالية العامة مما طرح أفكار جديدة تتمثل في البحث على تنمية تنطلق من الأسفل إلى الأعلى خصوصا بعد التحولات التي مست

(1) Philippe aydalot, "économie régional et urbain" ed, economica, paris,1985, p127

(2) Joseph lajugie, pierre defauld et claud lacour, espace régional et aménagement du territoire, Op.Cite, P119.



المجتمعات واهتمامها أكثر بالجوانب الإجتماعية والبيئية ومطالبة المجتمعات المحلية بمساهمة أكبر في القرارات التي تمس حياتهم<sup>(1)</sup>.

### ❖ نظرية المقاطعة الصناعية<sup>(2)</sup> District industriel:

تعود هذه النظرية في بداياتها إلى الأعمال التي قدمها الفريد مارشال الذي كان أول من تحدث عن التجمعات التي تنشأ من تركز مجموعة من المؤسسات تنشط في نفس المجال في منطقة واحدة والتي أطلق عليها مقاطعة صناعية، هذه الأفكار طورها الإقتصادي البريطاني بيكاتيني 1979 خصوصا على مستوى إيطاليا وتحديدًا في منطقة الوسط الشمالي.

أساس هذه النظرية هو أنها تركز على مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PME في منطقة واحدة سوف يعود عليها بالنفع حيث سيؤدي الى:

- تخفيض تكلفة النقل سواء عند الشراء أو عند البيع.
- الإستفادة من يد عاملة مؤهلي وقريبة.
- تسهيل تحويل المعارف والمعلومات بين المؤسسات.

### المطلب الرابع: مراحل التنمية المحلية وأهدافها

#### 1/ مراحل التنمية المحلية:

هناك مراحل تمر بها التنمية المحلية كما أوردها ادوارد لنديمان وكارل تايلور، وهي<sup>(3)</sup>:

- المناقشة المنظمة والعلمية للحاجات المشتركة بالنسبة للمجتمع المحلي، يقوم بها أعضاء في نفس ذلك المجتمع، ويساعد ذلك النوع من المناقشة على تنظيم الجهود الفردية وتنسيقها بشكل يمكن الإستفادة به في تنمية المجتمع المحلي.
- التخطيط المنظم، وذلك لتنفيذ ما تمت مناقشته في الخطوة الأولى، فبعد المناقشة المنظمة في برنامج معين كإنشاء مشروع صغير مثلا ترسم خطة متكاملة لتنفيذه.

(1) Jean louis guigou, "le développement local: espoireset friens", ed, economica, paris,1986, p47.

(2)Andre joyal ,le développement local, Op.Cite, pp 48-49.

(3) عبد الرحمن محمد الحسن، مرجع سابق، ص ص 116-117.

- التعبئة الكاملة والإستخدام الأمثل لكل الطاقات والموارد الطبيعية والإقتصادية والإجتماعية للمجتمع المحلي.
- محاولة تحقيق أكبر قدر من التحسينات المدخلي على المجتمع المحلي.
- إن الخطوة الأخيرة في عملية تنمية المجتمع المحلي هي محاولة تغذية المشروعات بعضها ببعض، بمعنى أنه إذا حقق أحد البرامج نجاحا فإن عائد ذلك النجاح إقتصاديا كان أو إجتماعيا ينبغي أن يستعمل في النهوض ببرامج مجتمعية أخرى.

## 2/ اهداف التنمية المحلية:

تعددت أهداف التنمية المحلية ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

- وضع الخطط المناسبة وفق أولويات محددة لتنمية المجتمع المحلي والنهوض به إقتصاديا واجتماعيا.
  - الإرتقاء بمستوى الخدمات الموجودة في المجتمع المحلي.
  - رفع وعي المواطنين بالمشاركة الفعالة في عمليات التنمية.
  - وضع حلول ناجحة للمشكلات التي تواجه الأفراد على مستوى المجتمع المحلي.
  - إدخال مجموعة من التحسينات على البيئة المحلية.
  - الإهتمام بالأنشطة الوظيفية التي يمكن أن تشارك في عملية تنمية المجتمع مثل الصحة والتعليم والترفيه.
  - العناية التي تؤدي إلى تكوين جماعات تناقش، وتدرس عملية تنمية المجتمع بل وتشارك فيها.
- ولالإشارة إن للتنمية المحلية شروط أساسية لقيامها نتطرق لها فيما يلي:
- إشتراك جميع الفاعلين في الإقليم في عملية التنمية المحلية، أو تطبيق المقاربة التشاركية.
  - ضرورة القيام بتشخيص جماعي تشاركي للحيز المكاني الإقليمي، وتحليله، وتحديد نقاط القوة والضعف فيه.
  - ضرورة أن يكون هناك مخطط تنموي تشاركي يحدد الأولويات المشتركة، وبرنامج عمل يحدد المشاريع ويقترح الشراكات الممكنة لتنفيذها.

- كما لا يمكن إغفال الدور التشاركي لأفراد المجتمع المحلي في صنع واتخاذ القرار المحلي التنموي، ذلك أن مشاركة الفرد في إدارة وتسيير الشأن المحلي إنما هي تعبير عن مدى الوعي السياسي والثقافة السياسية التي يتمتع بها (الفرد)، كما إن لمشاركة الأفراد في رسم السياسات وصنع القرارات دلالة أخرى على مدى إدراكهم لحاجاتهم المحلية، أو أن تحقيقها مرهون بمدى مشاركتهم الفعالة.

ومواصلة في نفس السياق المرتبط بمشاركة أفراد المجتمع المحلي في التنمية المحلية والذي يعد هو الآخر عاملاً مهماً من العوامل والقواعد الأساسية لقيام التنمية المحلية، حيث أن الوصول إلى هذا المبدأ يتطلب إثارة وعي أفراد المجتمع المحلي، وتحسيسهم بضرورة العمل من أجل تحسين مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية، كما يتطلب العمل على إقناعهم بالحاجات الجديدة وتدريبهم على استعمال الوسائل الحديثة في الإنتاج وتعويدهم على أنماط جديدة من العادات الاقتصادية خاصة في مجال الإدخار والإستهلاك.<sup>(1)</sup>

ومن خلال إشراك المجتمع المحلي في عمليات التنمية يحدث التحقيق الأمثل للأهداف المرجوة من التنمية المحلية، وذلك لأن إقتناع أفراد المجتمع المحلي بالتغيير ينتج عنه إتجاهات إيجابية نحو المشروعات التنموية الجديدة، وبالتالي يتم تجنب ردود الفعل السلبية التي من شأنها أن تشكل عائقاً أمام هذه المشروعات، كما أن مشاركة هؤلاء الأفراد في ممارسة التفكير والتنفيذ تجعلهم أكثر قدرة وقابلية لتحمل المسؤولية، مما يؤهلهم للعمل في الإدارة المحلية ومختلف التنظيمات السياسية والإدارية التي تعمل على تنمية مجتمعهم، فالمشاركة تجند طاقات المجتمع وتقلل من نفقات الإنجاز وتزيد من شعور الأفراد بالإنتماء إلى مجتمعهم المحلي مما يعود بالفائدة على نجاح، وحسن سير المشروعات التنموية وتحقيق الاهداف المرجوة منها.

وهكذا نجد أن مشاركة أفراد المجتمع المحلي في إحداث التنمية المحلية يشكل القاعدة الأساسية التي يجب أن تبنى عليها جميع الخطط والسياسات التنموية في المجتمع للقضاء على ضعف استجابة الأفراد لمشروعات التنمية المحلية، خاصة في المجتمعات التقليدية البدائية التي تشكل فيها القضايا المرتبطة بالبعد الهوياتي ومنظومة التركيبة السوسيوثقافية من خلال جملة القيم والعادات والتقاليد الراسخة

<sup>(1)</sup> هيئة الأمم المتحدة، تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، التجربة العمانية في مجال تنمية المجتمعات المحلية، منشورات اليونيسكو، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية، ص 9.

والمتأصلة في هذه المجتمعات أهم عائق أمام التحديث والتغيير والتطور والتنمية، وتلعب فيه الولاءات دورا محوريا ومركزيا في ذلك.

مشاركة أفراد المجتمع المحلي في رسم السياسات وصنع القرارات محليا يستدعي أيضا المشاركة الفعالة للحكومة المركزية في العمل التنموي، حيث لا تكفي الإمكانيات والطاقات التي يتمتع بها الإقليم وإنما لابد من الدعم الحكومي والمرافقة الدائمة والمتواصلة للخطط والمشاريع التنموية ماديا أو في مجال الخبرة الفنية والتقنية عند تخطيط أو تنفيذ مشروعات التنمية المحلية، وذلك من خلال إعداد فنيين متخصصين ذوي خبرة وكفاءة علمية ومهنية، وتزويد الأقاليم بالكوادر البشرية المؤهلة الواقع عليها مهمة تدريب الموارد البشرية للإقليم حتى تتكيف مع المعطيات والمستجدات تواجه التنمية الإقتصادية المحلية والإقتصاد المحلي بشكل خاص<sup>(1)</sup>.

### المطلب الخامس: خصائص التنمية المحلية

تتعدد مميزات وخصائص التنمية المحلية، ويمكن ذكرها فيما يلي:

- هي الحل الأمثل لإحداث التنمية الشاملة، فتحقيق التنمية الشاملة هو التنمية المحلية التي ينخرط فيها كل السكان والتي تشمل جميع المناطق المكونة للحيز الوطني، وهي وسيلة بحث عن الطاقات المحلية والإقليمية وتفعيلها للزيادة في سرعة نسق النمو.
  - الإستفادة من خصائص المنطقة الجغرافية، وما تمتاز به من نقاط قوة، لتصور المشاريع والبحث عن مصادر تمويل لها، وذلك بمشاركة الكفاءات المحلية في وضع البرامج وإنجازها.
  - تعزيز اللامركزية بنقل الموظفين ذوي الكفاءات العالية من العاصمة إلى الأقاليم.
- أما دور الدولة فيتمحور حول وضع الإستراتيجيات والمخططات الوطنية، ورسم الأهداف والتوجهات المطلوبة التي تمثل الإطار الذي تنصهر فيه البرامج الإقليمية، وتوفير التسهيلات وبعض الوسائل التي تحتاجها الأقاليم ومناطقها لإنجاز المشاريع التنموية، والتطبيق يتم في كافة المستويات المحلي والوطني<sup>(2)</sup>.

(1) محمد خشمون، مرجع سابق، ص 104.

(2) رياض الزغل، الحق في التنمية الواقع والآفاق والمقاربة التونسية في مجال التنمية، مجلة أفكار، العدد 11، 2004، ص 25.

التنوع الطبيعي والثقافي للأقاليم في الوطن الواحد يؤدي إلى تنوع النشاط الاقتصادي في مجال ترابي محدد، فلقد تبين من خلال التجارب المختلفة أن إقتصار منطقة ما على نشاط اقتصادي واحد يؤدي إلى انهيار اجتماعي شامل لهذه المنطقة، وليس فقط للإقتصاد المحلي، والمثال الجلي والمعروف لمثل هذه الوضعية يتمثل في المناطق المنجمية التي يقتصر نشاطها على استغلال منجم معين، وعند نفاذ المعدن المستخرج من هذا المنجم تصاب المنطقة بأزمة إجتماعية واقتصادية كبيرة، مما يضطر السكان إلى مغادرة المنطقة والهجرة إلى مناطق أخرى، والبداية من الصفر وبالتالي الحل يكمن في عدم إقتصار الإقتصاد المحلي على نشاط واحد، أو قطاع واحد بل يجب تنويعه وإدخال أنشطة إقتصادية أخرى<sup>(1)</sup>.

لذا، فالتنمية المحلية هي الوسيلة المثلى لرفع المستوى المعيشي للسكان الريفية والحضرية، وللحد من هجرة السكان نحو المدن، وهي الوسيلة الناجحة أيضا لرفع مستوى التنمية البشرية للبلد بأكمله، فلا تنمية إنسانية دون تنمية محلية، ولا تنمية محلية دون تنمية حضرية وريفية، ولا تنمية حضرية دون مجتمع مدني محلي فعال ومؤثر.

#### المطلب السادس: طبيعة العلاقة بين ثنائية السياحة والتنمية المحلية

سبق وأن تمت الإشارة إلى أن السياحة ظاهرة إنسانية قديمة قدم التجمعات البشرية في حد ذاتها، فالسياحة باعتبارها ظاهرة إنسانية، إجتماعية، وثقافية ارتبطت بالميل الفطري للإنسان للسفر والترحال، لكن دورها لا يقتصر فقط على ذلك التواصل والتبادل الثقافي والحضاري بين الأمم والشعوب، وإنما يتعدى ذلك إلى دورها الفعال كقطاع إقتصادي حيوي يساهم في عملية التنمية المحلية، ومن ثم التنمية الإقتصادية للإقتصاد الكلي لأي دولة.

وهذا الدور أيضا يكمن في أن السياحة كصناعة دون مداخن تساهم في توفير العملة الصعبة والتخفيف من حدة البطالة من خلال توفير مناصب شغل دائمة كانت أو مؤقتة والحفاظ على البيئة والتقليص من الفقر، وتحليل الإرتباط بينها وبين التنمية المحلية في كون أن السياحة هي محرك للتنمية المحلية، على اعتبار أن أي إقليم وفق معادلة بسيطة يعادل مشروع (إقليم = مشروع)، والإستثمار فيه يكون تبعا للقيمة المضافة التي يتمتع بها (الإقليم)، فمثلا إذا كان الإقليم يتمتع بميزة سياحية فتصبح عندها السياحة مصدرا لثروة ذلك الإقليم.

(1) أسعد معتوق، مرجع سابق، ص 48.

وبشكل واضح يمكن القول أن السياحة بإمكانها أن تشكل ضمانة حقيقية للتنمية المحلية والمستدامة، والرهان بالنسبة للوحدات المحلية هو عصرنة وتطوير الموارد الطبيعية، الثقافية والحضارية التي يتمتع بها الإقليم من خلال تقديم ذلك في إطار مبادرات وهذا ما يعود في نهاية المطاف بالفائدة على السكان المحليين للإقليم والإقتصاد المحلي بشكل عام<sup>(1)</sup>.

وفي مقابل ذلك لابد من تعاون ثنائي بين الوحدات المحلية والإدارة المركزية على مستوى العاصمة، وذلك من خلال لامركزية التسيير المحلي وإعطاء هامش أكبر من الإستقلالية للوحدات المحلية في إدارة وتسيير الشأن المحلي، فمرافقة الحكومة المركزية للوحدات المحلية في الإستثمارات والمشاريع السياحية يرسخ لتنمية السياحة المسؤولة من جهة، والسياحة الشعبية، أو الجماهيرية، أو الجماعية من جهة أخرى، حيث يقوم هذا النوع أو النشاط السياحي على الكم، من خلال العمل على جلب أكبر عدد ممكن من السياحة إلى منطقة أو جهة معينة أو مواقع سياحية معينة، وهذا النوع من النشاط السياحي يساعد على تحريك النشاط الإقتصادي، وعلى وجه الخصوص خدمات الإتصالات السلكية واللاسلكية.

وغالبا ما يتم تجنب اللجوء إلى هذا القسم في المخططات السياحية الوطنية التي تخص المواقع السياحية الحساسة، والمواقع الإيكولوجية والمحميات الطبيعية، وبعض مواقع المآثر والمواقع التاريخية النفيسة.

كما أن السياحة تعد عاملا مهما في التنمية المحلية كونها تشكل محرك حقيقي للنمو الإقتصادي من خلال التسيير العقلاني للإمكانيات، والموارد الطبيعية والسوسيوثقافية (التراث المادي وغير المادي)، هذا الأخير الذي يمثل قيمة مضافة حقيقية وعنصر أساسي لأي إقليم ويضمن نشاط إقتصادي حيوي على المدى البعيد<sup>(2)</sup>.

والقيمة المضافة التي تحصل نتيجة للتعاون اللامركزي بين الإدارة المركزية والوحدات المحلية، إضافة إلى السياحة المسؤولة هو أن السياحة باعتبارها ظاهرة متعددة الأبعاد تقطع وتعبّر قطاعات أخرى بشكل موضوعي ومنطقي سيما من خلال تهيئة إقليم معين من مختلف أبعاده بدءا من تسيير المياه مرورا

<sup>(1)</sup> Johanna Marie, Jérémy Bizet et autres, le tourisme, un levier pour le développement local Université de Versailles ST-quentin-En-yvelines, p 01.

<sup>(2)</sup> Lara Gilman, le tourisme comme levier de développement local économique local dans les projets de coopération décentralisée, p1.

بتسيير النفايات، ووصولاً إلى الإقتصاد في الطاقة، وهذا ما يشكل في الحقيقة البنية التحتية الأساسية (القاعدية).

وفي الأخير يمكن القول أن السياحة تلعب دوراً كبيراً ومحورياً في التنمية المحلية والإقليمية، وذلك يتحقق من خلال التخطيط الإقليمي للوجهة السياحية، ومحاولة بناء سياسة سياحية مستدامة قوامها التسويق السياحي، وإعادة الإعتبار للمنتوج السياحي للفضاءات الجغرافية.

## خلاصة الفصل:

عالج هذا الفصل السياحة والتنمية المحلية بصفة عامة، حيث تناول بالدراسة والتحليل الإرهاصات التاريخية لمفهوم السياحة بدءاً من أصل المصطلح، وعلاقته بالمفاهيم ذات الصلة ومراحل تطوره، أركان وخصائص السياحة، السياحة في اللغة والإصطلاح، مروراً بأسس السياحة المتمثلة في العرض السياحي، الطلب السياحي، الإيرادات السياحية، النفقات السياحية والإستثمار السياحي وصولاً إلى أهمية السياحة من الناحية الإقتصادية، السياسية، الثقافية، الإنسانية والحضارية وكذا أهمية السياحة وآثارها المختلفة السوسيوإقتصادية، السياسية، الإجتماعية والبيئية.

كما توصلنا من خلال دراستنا لهذا الفصل، أن السياحة ظاهرة عالمية وليدة العصور البدائية، شهدت نمواً ورواجاً واسعاً بعد الحرب العالمية الثانية، حين شهد الوضع الدولي إستقراراً بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية، وبالتالي برزت السياحة كظاهرة هامة في القرن العشرين 20، واعتمدت في الكثير من الدول نظراً لفوائدها الإيجابية في جميع الحالات، حيث بدأت تلفت نظر الحكومات بأنواعها واختلاف نظمها السياسية والإجتماعية والدينية في وقتنا الحاضر، كما استحوذت على اهتمام الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة المعنية، فعقدت من أجلها مؤتمراً دولياً للسياحة عام 1963، وكرست عام 1967، سنة سياحية دولية وقامت من أجلها المنظمة العالمية للسياحة عام 1975م، ونظمت حلقة دراسية في حاضرة الفاتيكان لدراسة القيم الروحية، وقد أصبحت السياحة علماً يدرس في الجامعات والمعاهد العليا المتخصصة وصناعة متميزة وتجارة مربحة.

كما زاد وعي الشعوب وارتفع المستوى التعليمي وزاد الدخل الفردي، كل هذا جعل شعوب العالم يفكرون في التنقل بين أرجاء العالم من أجل قضاء العطل والتنزه والإستجمام والإستكشاف، ومن هنا تطورت السياحة وأصبحت السياحة صناعة، حيث عرفت هذه الصناعة نمواً متواصلاً سواء من حيث المداخل أو عدد السياح، لما كان له من آثار إقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وبيئية، طالت كل بقعة من بقاع العالم، حيث تطور عدد السياح من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 1080 مليون سائح سنة 2010، وتشير توقعات 2020 وصول عدد السياح إلى 1550 مليون سائح، وتطور الإنفاق السائح من 83 دولار سنة 1950 إلى 1018 دولار سنة 2010، والإنفاق الكلي تطور من 02 مليار دولار سنة 1950 إلى 1550 مليار دولار سنة 2010، وتطورت الإيرادات السياحية الدولية من 470 مليار دولار سنة 2000 إلى 944 مليار دولار سنة 2008، وهذا التطور الكبير في السياحة أدى إلى البحث عن



نظام علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، ونجاح السياحة العالمية في الوقت الحالي يعود إلى استمرار العلاقات والإتفاقيات الدولية للسياحة، التي تؤمن إجراءات مرنة في مجال النقل الجوي، وتحويل العملة والأمن السياحي، وقد تركزت السياحة الدولية في دول دون أخرى، حيث احتلت أوروبا المرتبة الأولى سنة 2008 واحتلت إفريقيا المرتبة الأخيرة من حيث الإيرادات السياحية الدولية.

# الفصل الثاني

واقع القطاع السياسي في الجزائر والمغرب

## الفصل الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر والمغرب

### مقدمة الفصل:

يتناول الفصل الثاني بالدراسة والتحليل لواقع القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب، حيث يسلط الضوء على ما يزخر به كلا البلدين من مقومات العرض السياحي الطبيعية، التاريخية والحضارية. كما يتناول الفصل، الآثار الإقتصادية المباشرة للصناعة السياحية في كلا البلدين، من حيث المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات، وكذا الإيرادات السياحية، وانتهى الفصل بتقييم لأداء القطاع السياحي الجزائري مقارنة بنظيره المغربي من خلال العديد من المؤشرات منها على سبيل المثال لا الحصر الليالي السياحية، وعدد الفنادق.

المبحث الأول: تطور السياسة السياحية في الجزائر والمغرب وآليات تنفيذها

المطلب الأول: تطور السياسة السياحية في الجزائر وآليات تنفيذها

إعتبار الظاهرة السياحية ظاهرة حديثة النشأة، فإن تطورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الإستعمارية، لذلك سنتطرق إلى تاريخ النشاط السياحي في الجزائر قبل الإستقلال وغداة الإستقلال.

✓ السياسة السياحية في الحقبة الإستعمارية:

ظهر النشاط السياحي في الجزائر في بداية القرن التاسع عشر خلال الإحتلال الفرنسي، حيث تقطن المستعمر باكرا للقدرات السياحية للجزائر، حيث أسست اللجنة الشتوية الجزائرية وبواسطة الدعاية والإشهار تمكن من تنظيم قوافل سياحية عديدة من أوروبا نحو الجزائر، فخلال تلك الفترة جلبت العديد من السواح الأوروبيين لاكتشاف مناظرها الطبيعية، وهو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية لتلبية حاجيات السواح الأوروبيين.

وفي سنة 1914 نقابة سياحية في مدينة وهران، أما سنة 1916، تم تشكيل نقابة سياحية في قسنطينة، تمثلت هذه مهام هذه النقابات في التنسيق فيما بينها لتنظيم رحلات سياحية في اتجاه الجزائر، وفي سنة 1918 تم تشكيل فيدرالية للسياحة والتي تجمع عشرين نقابة سياحية متواجدة آنذاك، تستفيد هذه الفدرالية من الدعم المالي من طرف الحكومة الفرنسية<sup>(1)</sup>.

في نفس السنة تم تشكيل فدرالية خاصة بالفنادق بالإضافة إلى مصادقة الحكومة الفرنسية على تقديم إعانات مالية لأصحاب الفنادق السياحية وفي سنة 1928 تم إنشاء القرض الفندقية المكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي، وهو بمثابة بنك أنشأ من أجل تجديد وتوسيع الفنادق، وفي سنة 1933 تم إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الإقتصادي والسياحي هدفه كان يتمثل في تنمية السياحة، والذي أصبح فيما بعد يسمى بمركز التنمية السياحية حتى بعد الإستقلال، عند الإستقلال مباشرة ورثت الجزائر طاقات إيواء تقدر بـ 5922 سرير موزعة حسب الجدول التالي:

(1) يمينة مفاتيح، مرجع سابق، ص ص3-4.

## الجدول رقم 01: توزيع طاقات الإيواء السياحي سنة 1962

نوع السياحة	الحضرية	الصحراوية	الشاطئية	المناخية	المجموع
عدد الأسرة	2377	486	2969	90	5922
النسبة المئوية	40	08	50	02	100

Source: Hedder belkacem, rôle socio économique du tourisme, Alger, 1988, p48

من خلال الجدول نلاحظ أن تركز الطاقات الإيوائية في السياحة الشاطئية بنسبة 50% وهو ما يعكس توجهات المستعمر في تنمية السياحة الشاطئية والحضرية على حساب الأنواع الأخرى. ✓ السياسة السياحية عادة الإستقلال:

## 1- برنامج ميثاق 1966:

من أجل ازدهار حقيقي للسياحة التي قد تصبح مصدرا لجلب النقد الأجنبي وتوفير مناصب الشغل وإدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة من جهة، والعمل على التعريف بالبلاد وثرواتها الطبيعية والاجتماعية، والثقافية من جهة أخرى، تم إعداد ميثاق السياحة في سنة 1966 خصص الإستثمارات لإقامة منشآت استقبال في الشواطئ، والصحراء لصالح الزبائن الأجانب وسعت الدولة المجال للإستثمارات الخاصة المتضمنة في القانون الصادر في 26 جويلية 1963 والأمر الصادر في 15 سبتمبر 1966 بهدف رفع القدرات الإنتاجية الوطنية، غير أن مساهمة القطاع الخاص ظلت ضعيفة جدا باستثناء إنجاز مشروعين في عنابة ووهران، كما كانت إستثمارات الأجانب منعدمة، وهذا ما يوحي إلى أن مناخ الإستثمار منذ البداية كان غير ملائم لا للمستثمرين الخواص أو الأجانب.<sup>(1)</sup>

## 2- الميثاق الوطني 1986:

تمثلت الجهود المبذولة من خلال هذا الميثاق في تأمين تنمية سياحية داخلية تستهدف بالدرجة الأولى لسد احتياجات المواطنين، أما فيما يخص السياحة الدولية، فيجب أن توجه نحو البلدان الشقيقة والصديقة في إطار صياغة تبادلات جماعية منظمة بشكل يفيد كل الأطراف.

(1) عبد القادر قليل، فضيل الصديقي، "دراسة إحصائية لواقع السياحة في الجزائر" (مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة تقني سامي في الإحصاء، المهه الوطني للتخطيط والإحصاء، 2001-2002)، ص 46.

أما في مجال الإستثمارات والتسيير يجب تدعيم الدور الذي تقوم به المؤسسات الإستراتيجية والهيئات الوطنية والجماعات المحلية بإنجازها هياكل بسيطة ذات طابع تكراري وبتكاليف منخفضة.

وهكذا تجتمع كل الظروف لإشباع حاجات السياحة الجماهيرية لصالح المواطنين، وكذلك تحقيق المنفعة في الإقتصاد الوطني من خلال الطلب الخارجي.<sup>(1)</sup>

### 3- المخطط الخماسي الثاني 1985-1989:

في هذا المخطط بلغت النفقات 1800 مليون دينار جزائري أعطيت الأهمية الأساسية إلى السياحة الداخلية مع الشروع في تنفيذ برامج خاصة باستقبال السواح الأجانب، إن هدف هذا المخطط يؤكد على:

- متابعة سياسة التهيئة.
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية.
- لامركزية الإستثمارات وتنوع العاملين مثل: الجماعات المحلية، للقطاع الخاص ومؤسسات العمومية الأخرى.
- التحكم في الطلب المتنوع.

### 4- الوضعية السياحية بدءا من 1990 (عدم الإستقرار السياسي والأمني):

الفترة من 1990 إلى 2000 هي فترة الإنتقال إلى اقتصاد السوق، تميزت هذه الفترة بظهور الإطار القانوني الضروري لتطوير الإستثمارات الخاصة، بالموازاة فإن تدهور الحالة الأمنية قد أضعف انعكاسا هذه الإجراءات الأولية كما أن مؤشرات السياحة تأثرت تأثرا شديدا، حيث أن عدد المسافرين المتوافدين إلى الجزائر ما فتىء وينخفض، ففي سنة 1990 سجل 59895 من المسافرين غير المقيمين، بينما في سنة 1996 إنخفض هذا العدد إلى 18000، وإذا كان قطاع السياحة يبدو وحسب الإختصاصيين أحد القطاعات الأقل تأثرا بالأزمات الإقتصادية، إلا أنه يتأثر بسبب الحروب والأوضاع الأمنية، لقد كان لحرب الخليج سنة 1991 آثار سلبية على النشاط السياحي لاسيما في البلدان الأوربية، ففي فرنسا سجل سنة 1991 الإرتفاع الأقل أهمية أي نسبة 2% مع العلم أن معدل الإرتفاع السنوي يقدر بنسبة 6%.

(1) المرجع نفسه، ص ص 47-51.

في سنة 1991 عرفت إنخفاض توافد السواح بنسبة 70% وهو إنخفاض ناجم عن آثار حرب الخليج والوضعية الداخلية والإنفلات الأمني بشكل عام، وقد أدى تحسن الأوضاع الأمنية إلى تحسين النشاط السياحي.

إن المعطيات التي قدمتها الشركة القابضة العمومية كيمياء صيدلة وخدمات التي ينتمي إليها القطاع أبرزت أنه خلال السداسي الأول من سنة 2000 بلغ رقم أعمال السياحة 3622.1 مليون دينار جزائري؛ أي ما يعادل ارتفاع نسبة 26% مقارنة بنفس الفترة لسنة 1991، كما أن القيمة المضافة إزدادت بنسبة 31% ومن ثم يمكن أن نتصور مدى الأهمية التي قد يشكلها التوجه إلى الجزائر إذا توفرت ظروف الاستقبال المثلى.<sup>(1)</sup>

### ✓ آليات تنفيذ السياسة السياحية في الجزائر:

#### 1- الديوان الوطني للسياحة:

يعتبر الديوان الوطني للسياحة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، ويعد الديوان أداة للوزارة المكلفة بالسياحة لتطوير وترقية السياحة ودراسة السوق والعلاقات العامة، كما يوضع الديوان تحت وصاية الوزير المكلف بالسياحة، وتتمثل مهمة الديوان في المشاركة في إطار السياسة الوطنية الخاصة بمجال السياحة في إعداد برامج ترقية السياحة والسهر على تنفيذها، وبهذا الصدد يكلف خاصة بما يلي:<sup>(2)</sup>

- إنجاز أو تكليف من ينجز أي دراسة عامة أو خاصة ذات علاقة بهدفه.
- جمع وتحليل واستغلال المعلومات والإحصائيات المتعلقة بترقية السياحة وعلى الخصوص تقييم نتائج الأعمال المقررة.
- إجراء أو دراسة بغية ضبط الأساليب وتحولات السوق السياحية الداخلية والخارجية.
- المشاركة في ترقية السياحة ومتابعة العمليات المتعددة في هذا القطاع.
- المشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة والحمامات المعدنية.

(1) المرجع نفسه، ص 51.

(2) إبراهيم كرمية، "العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية دراسة حالة وزارة السياحة" (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005)، ص 144.

- تنشيط وتطوير التبادلات مع المؤسسات والهيئات الخارجية في ميدان الترقية السياحية.

## 2- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية:

تعتبر الوكالة الوطنية للتنمية السياحية مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، وهي تحت وصاية الوزير المكلف بالسياحة، وتعتبر أداة لتطبيق السياسات الوطنية لتنمية السياحة، وتكلف الوكالة بتنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية وتكلف على الخصوص بما يأتي:<sup>(1)</sup>

- تسهر على حماية مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها.
- تقوم باقتناء الأراضي الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها.
- تقوم بالدراسة والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.
- تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي وحول منابع المياه المعدنية سواء في الجزائر أو في الخارج.
- تسهر بالتنسيق مع المؤسسات والهيئات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن والتجهيزات ذات المنفعة المشتركة، وتقديم كل اقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها، تحديثها وتوسيعها.
- تقوم بحفظ المرافق والأجهزة المشتركة وصيانتها أو تكلف من يقوم بذلك.
- تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها.
- وتكلف أيضا في إطار أعمالها على الخصوص بما يأتي:
- تساعد إدارة السياحة في تصور وإعداد سياسة التنمية السياحية.
- تعمل على احترام التنظيم السياحي في المواقع السياحية، ومخططات التنمية وتنظيمها العمراني من أجل حماية هذه المواقع.
- تعد وتضبط بطاقات المناطق والمواقع والمنشآت السياحية.
- تنشئ وتسير، وتقوم بتطوير بنك معلومات يتعلق بالعمارات السياحية.

(1) المرجع نفسه، ص ص 147-148.



- تضع دفاتر شروط خاصة بكل منطقة أو موقع مع تحديد حقوق والتزامات المتدخلين.
- تقوم بتهيئة الأراضي الموافق عليها للإستثمار السياحي.
- تحدد وتقيم منطقة جديدة للتوسع السياحي.

### 3- المدرسة الوطنية العليا للسياحة:

- تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي مقرها مدينة الجزائر ومن مهامها ما يلي:
- تقدم تكويننا متخصصا في الدراسة الجامعية والدراسات العليا في مختلف مواد السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
  - تحسين مستوى المستخدمين التقنيين في السياحة والفندقة والحمامات المعدنية وتقوم بتكوينهم المستمر وتجدد معلوماتهم.
  - تقوم بجمع الدراسات الإستكشافية من أجل الإستجابة للطلب الذي يعبر عنه المتعاملون مع التوفيق بين المهمة التربوية في اختيار مواضيع الرسائل والأشغال بين الحاجات في ميادين السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.<sup>(1)</sup>
  - تشارك في مختلف الدراسات التي تتجزز بالإتصال مع مختلف المؤسسات الوطنية أو الدولية التي لها علاقة بتطوير السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
  - تكون رصيذا وثائقيا في السياحة والفندقة، والحمامات المعدنية.
  - تشارك في تطوير البحث العلمي والتقني في ميادين اختصاصاتها.
- ومن صلاحيات المدرسة:
- تعد إتفاقيات مع الهيئات المماثلة، الوطنية أو الأجنبية، والمنظمات الدولية غير الحكومية.
  - تشارك في اللقاءات والأشغال الوطنية والدولية التي تهم ميدان نشاطها.
  - تحسين المستوى وتجديد المعارف.

(1) المرجع نفسه، ص ص 148-150.

- المساعدة التقنية.

- أعمال التصور وإنجاز الدعائم مهما كانت طبيعتها.

#### 4- المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة:

يعتبر المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي، مقره بتيزي وزو وله ملحق مقره بتلمسان.

من مهام المعهد ما يلي:

- تكوين التقنيين الساميين في مختلف مهن السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.

- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة والفندقة وتجديد معلوماتهم وتكوينهم المهني.

- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة والفندقة والحمامات المعدنية، عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة، كما تقوم زيادة على مهمتها الرئيسية ما يلي:<sup>(1)</sup>

- الدراسات والتحليل والمعاينات والبحوث.

- المؤتمرات والندوات واللقاءات والملتقيات.

- تحسين المستوى، وتجديد المعارف.

- أعمال التصور، وإنجاز الدعم مهما كانت طبيعتها.

#### 5- مديريات السياحة:

كان أول إنشاء للمصالح الخارجية (اللامركزية) لوزارة السياحة غداة الإستقلال، ثم تلتها عدة مراحل أخرى إلى يومنا هذا تتلخص في مجملها فيما يلي:<sup>(2)</sup>

**1963:** كانت هناك مديريات تابعة لوزارة السياحة تحت وصاية وزارة الداخلية على المستوى المركزي، أما على المستوى المحلي فقد اقتصر على مصالح السياحة التابعة لمديريات الإدارة المحلية بمقر الولايات.

(1) المرجع نفسه، ص 150.

(2) وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية باتنة، 2013.

**1981:** وزارة السياحة، وزارة الشبيبة والرياضة، ووزارة الثقافة تشترك في مديرية واحدة على المستوى المحلي وهي: مديرية الشبيبة والرياضة، وقد كان تمثيل المصالح اللامركزية للسياحة بالمديرية الفرعية للسياحة التابعة بدورها لمديرية الشبيبة والرياضة، وقد كان لكل مديرية فرعية تمويلها الخاص من وزارتها ولم يكن بالمديريات الفرعية للسياحة مصالح تقنية بعد، بل كان الإداريون هم المولكون بالإدارة والرقابة في آن واحد رغم صدور القانون الخاص بمراقبي السياحة سنة 1968.

**1984:** تحولت المديريات الولائية للسياحة من وصاية وزارة الشبيبة والرياضة إلى وزارة الثقافة والسياحة وبقي اسمها محليا كالسابق أي المديرية الفرعية للسياحة، ويديروها مدير فرعي للسياحة.

**1987:** وزارة الثقافة والسياحة ألحق بها كاتب وزير السياحة، وأصبحت المصالح الخارجية في شكل مكتب للسياحة والصناعة التقليدية، وأصبح القطاع السياحي بالجزائر تابعا للديوان الوطني للسياحة على المستوى المركزي ثم يليه 05 مندوبيات تتكفل كل مندوبية بعدة ولايات.

**1995:** أعيد إنشاء وزارة السياحة والصناعة التقليدية، ومنه تم إنشاء مديريات ولائية على المستوى الساحلي والصحراوي (22 مديرية)، أما الولايات الداخلية فكانت بها مفتشيات (26 مفتشية) يديرها رؤساء مفتشية كما كان الحال لولاية باتنة.

**2002-01-22:** تم حذف المفتشيات (26) واستبدالها بالمديريات الولائية في المناطق الداخلية لتكون على المستوى الوطني تحت اسم مديرية السياحة والصناعة التقليدية وذلك تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

**جانفي 2005:** انفصلت مديريات السياحة عن الصناعة التقليدية وأصبحت تحت اسم وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة أما على المستوى المحلي، فإن التسميات لم تتغير، حيث كانت مديريات السياحة ومديريات البيئة.

**2010-10-20:** إستقلت وزارة السياحة عن وزارة تهيئة الإقليم والبيئة، وأعيد جمعها مع الصناعة التقليدية وأصبحت تسمى بوزارة السياحة والصناعة التقليدية، وهو ذات الحال بالنسبة للمديريات الولائية التي أصبحت تسمى باسم مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

## المطلب الثاني: تطور السياسة السياحية في المغرب وآليات تنفيذها

تعرض المغرب في القرن التاسع عشر لضغوط الدول الإستعمارية، فاتخذت أحيانا صبغة عسكرية وتارة أخرى إجراءات دبلوماسية واقتصادية إستهدفت إنتزاع أجزاء ترابية والتقليل من مكانة المخزن وسلطته وغزو سوقه الداخلية وانتزاع أجزاء من ترابه، ومع ذلك فقد حفزت تلك الضغوط جهاز المخزن الذي اقتنع بضرورة الشروع في محاولات إصلاحية لتحديث البنيات العسكرية والإقتصادية والإدارية العتيقة، تفاديا للسقوط تحت الهيمنة الأجنبية.

تجسدت الضغوط العسكرية الأوربية على المغرب في مواجهتين عسكريتين، الأولى مع الفرنسيين في إسلي سنة 1844، والثانية في تطوان مع الإسبان سنة 1859، وبموازاة مع ذلك واجه المغرب ضغوطا إقتصادية قوية إنتهت بتوقيع على معاهدات تجارية كانت بنودها لفائدة الإقتصاد الأجنبي خاصة المعاهدة التجارية مع بريطانيا سنة 1856، كانت لهزيمة المغرب أمام الجيش الفرنسي في إسلي عواقب وخيمة. بعد الإحتلال الفرنسي للجزائر سنة 1830، تغيرت الأحوال، فبدأت الأخطار تهدد كيان المغرب، إذ أصبحت حدوده الشرقية مشتركة مع فرنسا المتفوقة عليه عسكريا وصناعيا، وكان الحزب الإستعماري الفرنسي في الجزائر يرغب في ضم المغرب لأهمية الصوف المغربي لتجار مرسيليا من جهة، ولأهمية الخط التجاري بين تلمسان وفاس من جهة أخرى.

فرض على المغرب نوع من الحماية، جعل أراضيه تحت سيطرة فرنسا وإسبانيا بحسب ما تقرر في مؤتمر الجزيرة الخضراء (أبريل 1906)، وهي تتيح للدول المشاركة في تسيير المغرب مع احتفاظه ببعض السيادة ورموزه الوطنية، بعثت فرنسا بجيشها إلى الدار البيضاء في غشت 1907، إنتهى الأمر بالسلطان إلى قبول معاهدة الحماية في 30 مارس 1912، وقتها أصبح لإسبانيا مناطق نفوذ في شمال المغرب (الريف) وجنوبه (إفني وطرفاية)، في 1925 أصبحت طنجة منطقة دولية بعد إقرار إتفاقية باريس، أما باقي المناطق بالمغرب فقد كانت تحت سيطرة فرنسا.

**1920 إلى 1927:** ثورة الريف في الشمال -حرب الريف- وقيام جمهورية الريف بقيادة الأمير محمد عبد الكريم الخطابي\*، خاصة في سنتين 1921 و 1926، وتقوت المعارضة ذات النزعة الوطنية، وشرع

\* مجاهد مغربي لقب بأسد الريف، حيث قاد الثورة ضد الإستعمار الإسباني والفرنسي، وأوقع بالإسبان هزيمة ساحقة في معركة أنوال يوم 22 يوليو/تموز 1921، ولد محمد بن عبد الكريم الخطابي عام 1882 في بلدة أجدير بالقرب من مدينة الحسيمة شمال المغرب، حفظ القرآن في سن مبكرة، ثم أرسله والده إلى جامعة القرويين في مدينة فاس لدراسة العلوم الشرعية واللغوية.=

في المقاومة، في الجبال وفي المدن؛ في 1930، ظهر أول تنظيم سياسي مغربي، بزعامة كل من علال الفاسي ومحمد بلحسن الوزاني، وهم الذين سيؤسسون لاحقا حزب الإستقلال.

وفي الحرب العالمية الثانية، كانت الحركة المعارضة للحماية قد تقوت، وكانت الجامعة العربية، والولايات المتحدة يساندونها، وكان السلطان محمد الخامس يدعمها بدوره (خطاب طنجة في أبريل 1947)، وقد أكد موقفه المناوئ للحماية أثناء الإحتفال بعيد العرش سنة 1952، وتجاوب معه الشعب على نطاق واسع، فنظمت مظاهرات مساندة لمساعيه (في الدار البيضاء على الخصوص)، وواجهت سلطات الإحتلال المتظاهرين بالقمع العنيف، وقد عملت سلطات الإحتلال على كسب دعم الإقطاعيين، خاصة، لخلع ملك البلاد الشرعي، وإحلال ابن عمه (بن عرفة) محله، وكرد فعل على ذلك، دعا رجال الحركة الوطنية إلى الكفاح المسلح ضد الفرنسيين، وأعلن على استقلال المغرب في 3 مارس 1956، كما أن إسبانيا سلمت بدورها باستقلال هذا البلد في 7 أبريل 1956.

بعد تخرجه عمل في تحرير جريدة "تلغراف الريف" بمدينة "مليبية" بالموازاة مع عمله في القضاء الشرعي، مما ساهم في تكوين شخصيته السياسية والقيادية. بعد تخرجه في جامعة القرويين عاد إلى مدينة مليبية وعمل معلما ثم قاضيا، ثم قاضيا للقضاة عام 1914، وبعد وفاة والده تولى زعامة قبيلة بني ورياغل. بعد فرض إسبانيا نظام الحماية على شمال المغرب، رفض والد الخطابي الخضوع للإسبان، فعزلت إسبانيا الخطابي الإبن عن القضاء وسجنته نحو سنة، ولما أطلق سراحه وجد أباه يعد لمقاومة الإستعمار الإسباني لكن الموت عاجله عام 1920، فخلفه -وهو في التاسعة والثلاثين- في زعامة القبيلة ولكمال ما بدأه، وقد استطاع رجاله مهاجمة المواقع التي احتلها الإسبان ومحاصرتها، وقد أوقع الخطابي بالإسبان هزيمة تاريخية في معركة أنوال يوم 22 يوليو/تموز 1921، حيث قتل 15 ألف جندي إسباني على رأسهم قائدهم الجنرال "سلفستر"، كما أسر 570 جنديا، فانسحب الإستعمار من منطقة الريف وأجبرت القوات الإسبانية على مغادرة إقليم جباله كله والتراجع إلى السواحل، وأعلن الخطابي حكومة خاصة بمنطقة الريف في 18 سبتمبر/أيلول 1921 دون التتكر لسلطان المغرب، وقد قاوم الخطابي العمليات العسكرية للفرنسيين والإسبان ببسالة وقوة، فاستعانوا بإمدادات عسكرية هائلة وحاصروه وأنهكوه بالقتال غير التقليدي، فاستسلم عام 1926 خوفا من سقوط مزيد من الشهداء واستمرار القتل.

بعد ذلك أعلن عن تخليه عن مشروع جمهورية الريف ونادى باستقلال كامل التراب المغربي، فنفاه الإحتلال الفرنسي مع عائلته وبعض أتباعه إلى جزيرة "لارينيون" النائية في المحيط الهندي، وبعد عشرين عاما وفي سنة 1947 تقرر نقله إلى فرنسا، وأثناء نقله توقفت الباخرة في ميناء بورسعيد المصري واستطاع بعض المغاربة زيارته، واقترحوا عليه طلب اللجوء السياسي من الملك فاروق الذي إستجاب له رغم احتجاج السفير الفرنسي بمصر، بقي في مصر مع عمه عبد السلام وعائلاتهم حتى وفاته، وفي القاهرة إستأنف المقاومة وساند -عبر راديو "صوت العرب"- الحركات التحررية في شمال أفريقيا وباقي الدول العربية والإسلامية. وأسس عام 1947 مع ثلة من أبناء المغرب العربي لجنة "تحرير المغرب العربي" وتولى رئاستها، وتعرف على الإمام حسن البنا وعدد من رجالات مصر ورجال المقاومة من دول عربية وإسلامية، توفي عبد الكريم الخطابي في الأول من رمضان 1382 للهجرة الموافق 6 فبراير/شباط 1963 بالقاهرة ودفن فيها في مقبرة الشهداء.

<http://www.aljazeera.net>

ونتيجة للأوضاع التي عاشها المغرب في الفترة الإستعمارية والتي أثرت تأثيرا كبيرا على كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي، وبعد تحقيق الإستقلال واسترجاع السيادة الوطنية حظيت السياحة مند سنة 1965 بالأولوية، وكان ذلك بدافع تحسين الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية، وجلب العملة الصعبة لاستيراد ما تحتاجه البلاد من منتجات غذائية ومعدات تجهيزية، وقد كان القطاع يعرف تطورا هاما مقارنة بالدول الأوربية القريبة وكانت بعض المؤسسات الدولية كالبنك الدولي مثلا توصي الدول السائرة في طريق النمو ومنها المغرب، بضرورة النهوض بالسياحة للخروج من التخلف، فالقطاع حسب الهيئات الدولية يساهم في جلب العملة الصعبة، وتنشيط العديد من المجالات كالبناء والنقل والأشغال العمومية والصناعة التقليدية ويحدث العديد من فرص التشغيل.<sup>(1)</sup>

وكان الهدف أيضا بعد خروج الإستعمار، هو إخراج البلاد من أوضاعها المتأزمة الإقتصادية الإجتماعية والثقافية، فطرح ذلك إشكالية خيار النظام السياسي، وتكوين حكومة وطنية لتدبير شؤون البلاد واعداد برامجها التنموية وتنفيذها، ولكن القوى الوطنية المقاومة للإستعمار تصارعت فيما بينها، ثم حسم القصر هذا الأمر وأنزل دستور 1962 ليجعل الملك يستأثر بجميع صلاحيات الحكم العسكري والمدني والإقتصادي والإجتماعي والديني، وهكذا أسفر هذا الدستور (ودساتير أخرى بعده) عن "خيار" نظام سياسي وتدابير حكم شبه فردي وتغييب القوى الوطنية للمشاركة في تقرير المستقبل الإقتصادي والاجتماعي والثقافي للبلاد.

كانت هناك بدائل أخرى لهذا "الخيار" إلا أن البعض (وخصوصا الموالين للنظام) رأوا أن ذلك هو الحل الأنسب لتجنب المغرب إنقلابات عسكرية (عرفتها دول بالشرق الأوسط وأمريكا الجنوبية)، مقابل ذلك رأى المعارضون، أنه كان يجب ديمقراطية الشأن السياسي، وإشراك القوى الوطنية في الحكم وتدبير الشأن العام، وهو ما ظل عليه الخلاف خلال العقود الموالية.

طرح هذا الخيار السياسي أيضا إشكالية الخيارات الإقتصادية والإجتماعية، وبرامجها، فبعد الاستقلال تم العمل بمخططي 1958/1959 و 1960/1964 أعطيت فيهما الأولوية للفلاحة والتعليم وتكوين الأطر والصناعة، إلا أن النتائج كانت غير مرضية ولم تتحسن الأوضاع، ووصل عدد العاطلين

<sup>(1)</sup> عبد العزيز رشدي، مفارقات السياسة السياحية بالمغرب، <http://cmdi.ma>

عن العمل إلى مئات الآلاف، وعرفت مختلف مناطق البلاد إنتفاضات شعبية واجهتها السلطات وقوات الجيش والأمن بكثير من الشدة والحزم<sup>(1)</sup>.

نظرا لهذه الأوضاع المتردية، وعملا بتوصيات هيئات التمويل الدولية، وبمقتضى صلاحيات الدستور، أعلن الملك الراحل تنزيل المخطط الثلاثي 1967/1965، واعطاء الأسبقية للسياحة وتحويلها إلى قاطرة للتنمية الإقتصادية والإجتماعية، اقتداء بدول أوروبية متوسطة قريبة، وجاء في خطبة العرش بهذه المناسبة: "أولينا وافر الإهتمام أيضا للسياحة التي حظيت بالأسبقية في المخطط الثلاثي لما يترتب عن وفد السياح بأعداد وفيرة على بلادنا من إنتعاش في كثير من الصناعات والمرافق وتشغيل اليد العاملة وتوفير العملة الصعبة وازدياد، تعرف الناس في الخارج على مظاهر شتى من حضارتنا وصنوف من عاداتنا وتقاليدنا".

طرح هذا "الخيار" التتموي إشكالية التنمية الإقتصادية والإجتماعية، في البلاد وبرامجها جدلية السياحة كعامل للتنمية، واعتبرت المعارضة أن المخطط السياحي 67/65 أعطى الأولوية للسياحة على حساب قطاع الصناعة، وأن هذا المخطط هو "رجعي" أملتته هيئات التمويل الدولية والرأسمالية الغربية.

سطر هذا المخطط السياحي المحاور الرئيسية لمستقبل سياسة التنمية السياحية، وتواصل العمل بعد ذلك بمخططات شبيهة ثنائية وثلاثية وخماسية، وطرح رهان النهوض بالسياحة أيضا إشكالية تحديات إستغلال المؤهلات السياحية وتكاليفها الباهظة المتمثلة في توفير التجهيزات المناسبة كالمطارات والموانئ والطرق وتشجيع إستثمارات القطاع الخاص لإنشاء المحطات والمؤسسات الإيوائية والمرافق الترفيهية، والترفيهية وتكوين الأطر، وتسويق المنتج السياحي بالأسواق الدولية لجلب السياح.

كانت هذه التحديات كبيرة بالنسبة لدولة فقيرة حديثة العهد بالإستقلال لا تمتلك تجهيزات ولا منشآت سياحية مناسبة ولا أطر لها الكفاءة الضرورية، ولا تمويلات كافية، وكان على القطاع العام أن يقوم بدور المنشط الأول للنهوض بهذا القطاع، إلا أن خزينة الدولة لم تستطع الإستمرار في تحمل تكاليف تحديات النهوض بالسياحة لأسباب منها: أهمية الصعوبات الإقتصادية والإجتماعية، التي كانت تعرفها البلاد، وأحداث سياسية خارجية وداخلية خلال عقد السبعينات، ثم كان على السلطات العمومية أن تعمل ببرنامج التقييم الهيكلي لمالية الدولة فرضته هيئات التمويل الدولية عند نهاية هذا العقد.

(1) إسماعيل عمران، السياسة السياحية بالمغرب: "إشكاليات وتداعيات وبدائل"، 2018، ص20.

وهكذا، وانطلاقاً من مخطط 1980/1978 بدأ القطاع العمومي والشبه عمومي يقلصان دعمهما لقطاع السياحة عملاً بسياسة التقشف المفروضة على الدولة، ثم توقف دعم قطاع السياحة بعد ذلك عن العمل بمخطط المسار 1982/1988 عملاً بالخطاب الملكي بالبرلمان خلال شهر أبريل 1989 الذي أعلن فيه عن توجه جديد لاقتصاد البلاد؛ أي التوقف عن دعم بعض القطاعات وخصخصة منشآت عمومية وشبه عمومية وتفويتها إلى القطاع الخاص.

سارت المخططات الموالية على نفس النهج وتضمنت برامج جعلت من السياحة والتهيئة السياحية إحدى المحاور الرئيسية للتنمية، ولعبت الدولة دور المخطط والمنعش للقطاع السياحي الذي كان يحظى بنفس الأولوية التي حظي بها القطاع الفلاحي وتكوين الأطر، وعموماً فقد تمحورت مختلف برامج المخططات السياحية على التهيئة والتجهيز والاستثمار، والإنعاش لدعم الطاقة الإيوائية وزيادة عدد الأسرة وجلب السياح الأجانب وعائدات العملة الصعبة.

خلال عقد التسعينات، وعملاً بسياسة الخصخصة، وإلغاء الإمتيازات القانونية والمالية لفائدة المستثمرين، عرف قطاع السياحة صعوبات مهمة أسفرت عن تراجع الإستثمارات السياحية والنشاط السياحي بصفة عامة، وعرف الكثير من المهنيين السياحيين صعوبات في تدبير مؤسساتهم وأداء أقطاب ديونهم، وعليه منذ الإستقلال إلى نهاية عقد التسعينات، كانت هناك خيارات سياسية وتنموية وأخرى بديلة، إلا أن الصلاحيات التي منحها الدساتير للسلطات العمومية، وتداعيات تدبير الشأن العام كان لهما دوراً حاسماً في تحديد وتنفيذ السياسة الاقتصادية والاجتماعية، والثقافية للبلاد.

خلال منتصف سنة 2000، ونظراً للإنفراج السياسي الذي كانت تعرفه البلاد نتيجة مشاركة حكومة التوافق برئاسة أحزاب المعارضة سابقاً في تدبير الشأن العام، تقدمت الكنفدرالية العامة للمقاولات بالمغرب CGEM (الهيئة الممثلة للقطاع الخاص) وممثلو المهنيين السياحيين (الفدرالية الوطنية للسياحة FNT) إلى الحكومة بمشروع رؤية 2010 يهدف إلى إقناع السلطات العودة إلى دعم قطاع السياحة وإعطائه الأسبقية للنهوض بالبلاد وليستفيد المهنيون السياحيون من ذلك للخروج من أزمته، فوافقت الحكومة على هذا المشروع، وخلال بداية سنة 2001 بمراكش، وبحضور الملك، تم التوقيع على الإتفاق/ الإطار للعمل برؤية 2010، وهذا ما يوضح أن الصلاحيات الدستورية لفائدة السلطات كانت حاضرة في هذا المشروع السياحي التنموي كما كان الأمر كذلك من قبل بالنسبة للمخطط الثلاثي خلال منتصف عقد



الستينات والمخططات الموالية، فقد كان الخطاب الملكي بمراكش، عند التوقيع على البرنامج العملي لهذه الرؤية، الحدث المؤسس للسياسة السياحية الجديدة في نظر السلطات العمومية وممثلي القطاع الخاص.

تضمن هذا البرنامج العملي لهذه الرؤية فقرات من الخطاب الملكي تحولت إلى بنود إلزامية تصدرت فقرات مشاريع هذا البرنامج منها قول الملك: "يسعدنا أن نلتقي بالمنعشين السياحيين إعتبارا منا للعناية الخاصة التي نوليها للقطاع السياحي في كسب الجهاد الإقتصادي والإجتماعي لخلق فرص الشغل وحرصا منا كذلك على رفع نسبة إستقطاب السياح لتواكب المؤهلات السياحة الطبيعية والحضارية الهائلة لبلادنا".

وحددت رؤية 2010 أهداف تنموية واعدة، وتوقعت أن يتحول المغرب إلى أحد أهم الوجهات السياحية العشرين في العالم، وقطاع السياحة إلى قاطرة للتنمية الإقتصادية والإجتماعية، وأن يسفر ذلك عن محو المديونية، والقضاء على البطالة، ومضاعفة الدخل القومي، كما أن رعاية السلطة العليا للسياسة السياحية الجديدة والتزام الحكومة والقطاع الخاص، وجمعيات المهنيين السياحيين بالعمل برؤية 2010 كانت توحى بأن السياحة ستتحول إلى رافعة للتنمية.

خلال سنة 2011 وفي أعقاب العمل بهذه الرؤية، لم تتحسن الأوضاع كثيرا، وعرفت البلاد انتفاضات شعبية بمختلف المدن (كما كان الشأن في بداية عقد الستينات)، مطالبة بتغيير الأوضاع وتحقيق العدالة الإجتماعية للمواطنين وإسقاط الفساد.

لم تحقق رؤية 2010 إذن ما كان منتظر منها لأسباب منها: سوء تدبير الشأن العام، وضعف برامج الرؤية وعدم الإلتزام بها، ومع ذلك وقبل ثلاث سنوات من إنتهاء العمل بهذه الرؤية، كان على الحكومة والقطاع الخاص أن يقوموا بإعداد رؤية 2020، عملا بتوجيهات ملكية خلال شهر مارس سنة 2007 "لهذه الغاية، فإننا نهيب بحكومة جلالتنا وبكل الفاعلين والمهنيين لفتح ورش رؤية 2020 للسياحة بالمغرب".

وأیضا من خلال الرسالة الملكية إلى المشاركين بمناسبة المناظرة الوطنية التاسعة حول السياحة خلال شهر يونيو 2009 تضمنت توجيهات وتعليمات حول مضامين الرؤية الجديدة، جاء في هذه الرؤية أنه سيتم الاستفادة من دروس العمل برؤية 2010 وتجاوزها، وتحقيق بقية مشاريعها خلال المرحلة الأولى من العمل برؤية 2020 (2011/2015) بما فيها المحطات الشاطئية للمخطط الأزرق، فضلا عن انطلاق عمليات مشاريع برامج مخططات جهوية أخرى، تهم منتجات وعروض سياحية إيكولوجية

وثقافية وترفيهية، والتكوين المهني السياحي، وإحداث المجلس الوطني للسياحة وسلطة سياحية قوية للإشراف على تنفيذ أهداف الرؤية.

كان من المتوقع، من خلال مشاريع رؤية 2020، أن يتم رفع القدرة الإستيعابية في مجال الإيواء السياحي وعدد السياح إلى ضعفين، وحجم السياحة الداخلية إلى ثلاثة أضعاف، وانتقال عائدات العملة الصعبة سنويا من 55 مليار درهم سنة 2010 إلى 150 مليار درهم سنة 2020، وعدد العاملين والمستخدمين بالسياحة من 450 ألف سنة 2010 إلى 920 ألف سنة 2020، وأن يساهم ذلك كثيرا في تقدم البلاد والنهوض بها على غرار دول سياحية قريبة جنوب أوروبا.

وما يلاحظ أن القائمين على تدبير شأن هذا البلد أصروا مرة أخرى على مواصلة الرهان على السياحة من خلال العمل برؤية 2020، وإعطائها الأولوية كاستراتيجية تنموية (كما كان الأمر من قبل) وطموح تحويل المغرب إلى إحدى أهم وجهات السياحة الشاطئية، دون الأخذ بعين الاعتبار مبادئ وميثاق السياحة المستدامة، ونتائج النشاط السياحي وتداعياته المتواصلة الإقتصادية والإجتماعية، والثقافية والبيئية والأخلاقية منذ الإستقلال.

أما عن أهم مرتكزات الرؤية المنصرمة فقد تجلت في خلق ثقافة تديرية تشاركية بين القطاع العام والخاص في إطار برنامج تعاقدى يسعى إلى تحفيز الإستثمار والإنعاش السياحي، وخلق ورشات كبرى من شأنها دعم التنمية المستدامة وجعل المغرب في مصاف الدول السياحية الرائدة، ومن ضمن هذه الورشات الكبرى (خلق محطات سياحية جديدة في إطار ما يسمى بالمخطط الأزرق، تطوير المنتج الثقافي والشاطئي والقروي، تحسين النقل البري، النقل الجوي، التسويق، الإنعاش والتواصل، دعم الطاقة الإيوائية والبنية التحتية السياحية...).

وتضمنت تلك الرؤية أيضا، تدابير موازية تشريعية وقانونية، ومؤسسية ومالية وجبائية للنهوض بالقطاع، بعد انتهاء رؤية 2010/2000 تم الشروع في وضع رؤية جديدة في إطار استمرارية تنمية القطاع السياحي وهي رؤية 2020/2010، وحسب المخططين والمهندسين للسياسة السياحية بالبلاد، فهذه الأخيرة تبرز الخيار الإستراتيجي للدولة والفاعلين الإقتصاديين، وجعل السياحة من الأولويات للنهوض بالتنمية والتهيئة الترابية، أما عن أهم خطوطها العريضة:

- إستقطاب حوالي 20 مليون سائح في أفق سنة 2020.
- خلق 470.000 ألف منصب شغل خلال فترة 2020/2011.

• مضاعفة المداخل السياحية لتصل إلى 140 مليار درهم سنة 2020.

واستند المخطط الجديد على محورين أساسيين لتطوير القطاع يتمثل الأول: في تدعيم وتنمية الشراكة بين القطاعين العام والخاص، والثاني: في إدراج مفهوم جديد يكمن في التنمية الجهوية المستدامة.

وفي ذات السياق قامت الدولة أيضا بتهيئة عدة مواقع سياحية وانصبت معظم المجهودات على تهيئة أربع أقطاب سياحية في إطار المواقع ذات الأولوية (طنجة، تطوان، الحسيمة، أغادير..). ولهذا الغرض خلقت عدة مؤسسات عمومية وشبه عمومية (المكتب الوطني للسياحة، صندوق الإيداع والتدبير، البنك الدولي للإنماء الإقتصادي..). للإستثمار في تلك المناطق.

## المبحث الثاني: المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر والمغرب

## المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر

تقع الجزائر في الشمال الإفريقي، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1200 كيلومتر مربع، وشرقا تونس وليبيا، وغربا كل من المغرب وموريتانيا والصحراء الغربية، وجنوبا النيجر ومالي، وتعد الجزائر أكبر بلد إفريقي من حيث المساحة في إفريقيا بعد تقسيم السودان إلى شمال وجنوب، إذ تتربع على مساحة تقدر بـ 2.381.741 كيلومتر مربع، وعدد سكانها يفوق 35 مليون نسمة، ويمكن أن نميز في الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضهما البعض وهما:

## • منطقة الشمال:

تضم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عرضية أكثر منها طولية، وهي تضم بذلك أخصب الأراضي، وتحتوي السهول على جبال (الونشريس، القبائل، تلمسان)، وجبال الأطلس الصحراوي، الذي يتكون بدوره من جبال (القصور، العمورية، أولاد نايل والزيان)<sup>(1)</sup>.

كما يتصف المناخ الجزائري بالمتوسطي أساسا، وآخر قاري، هذا ما يجعل الشتاء باردا وقارصا، والصيف حارا وجافا.

## • المناخ المتوسطي:

ويشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر بـ 18 درجة مئوية، وتبلغ درجات الحرارة ذروتها خلال فصل شهري جويلية وأوت إلى 30 درجة مئوية، وعليه المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة والرطوبة.

## • منطقة الجنوب الصحراوي:

إن للطبيعة الصحراوية ثلاث صفات رئيسية تتمثل في الهضاب الأرضية وتسمى بالحماة والدروع، والثانية تتركز في العروق وهي العرق الغربي الكبير والعرق الشرقي الكبير وعرق الشاش، والثالثة طبيعة الهقار والتي توجد بها أعلى قمة بالجزائر وهي قمة تاهات أتاكور بـ 3003 م، ويمتاز مناخ المنطقة الصحراوية بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 1500 ملم في السنة وحرارة شديدة في النهار

<sup>(1)</sup> عبد القادر هدير، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها" (رسالة ماجستير في علوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005)، ص ص 140-141.

ومنخفضة في الليل، ويسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل من ماي إلى سبتمبر ودرجات حرارة تتراوح ما بين 40 و 45 درجة مئوية، وبقيّة الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، أما الغطاء النباتي فيتكون أساسا من واحات النخيل.<sup>(1)</sup>

والحديث عن المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر هو حديث عن التضاريس والصحراء والثروة الحموية وفيما يلي تفصيل ذلك:

### أولا: التضاريس

الجزائر تحتوي على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الإمتداد، وهي تتابع من الشمال إلى الجنوب، في الشمال تمتد سهول التل مثل: سهول متيجة، وهران وعنابة، وسهول داخلية منها سهول تلمسان وسيدي بلعباس والهضاب العليا، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية متفاوتة الإرتفاع مثل جبال شليا\* بالأوراس (إرتفاع قدره 2328م)، وقمة لالة خديجة بجرجرة بمنطقة القبائل الكبرى (إرتفاع 2308م)، وجبال القصور (2320م)، والونشريس (1985م)، جبال العمور (1930م)، تلمسان (1834م)، والعديد من الجبال التي تتميز بها الجزائر والتي تعد ضمن صنف السياحة الجبلية التي يمكن استغلالها في عصرنة وتحديث هذا النوع من الصناعة السياحية، وما يحويه هذا النوع السياحي من ترفيه سيما أن الجبال السالفة الذكر تتمتع بمقومات جذب سياحي ممتازة من سحر الطبيعة وجمالها، وكذا الغابات، والثلوج مثل: الشريعة بولاية البليدة، تيكجدة بولاية البويرة، وتاغيلاف بولاية بنيزي وزو.

وتتخلل هذه الجبال وغيرها الكثير من البحيرات والمصادر المائية، وأصناف من الكائنات الحية الحيوانية والنباتية، مما يؤهل هذا العرض السياحي ليصل إلى مصاف معتبر من الطلب السياحي وتلبية احتياجات هوات السياحة الجبلية.<sup>(2)</sup>

(1) المرجع نفسه، ص 142.

\* جبل شليا هو جبل بشرق الجزائر يقع في ولاية باتنة بجبال الأوراس العريقة تحديداً ويبلغ ارتفاعه 2328م، وهو يمثل أعلى قمة بجبال الأوراس، وأعلى قمة بالجزائر أيضاً معروف بنمو شجر الأرز فيه بكثرة، وهو ما جعل من ولاية باتنة تتخذها رمزا لها ويوقع به في الدرغ الخاص بالولاية، وهو أيضا رمز للفريق الرياضي بالمدينة مولودية باتنة الذي يعتبر مناصروه من السكان الأصليين للمنطقة والمدينة، وهو معلم تاريخي شهد عدد من الأحداث منها وأبرزها إندلاع الثورة الجزائرية ومقتل مصطفى بن بولعيد.

<https://ar.wikipedia.org/wiki>

(2) الدليل الإقتصادي والإجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989، ص 348.

## ثانيا: الصحراء

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة تمثل 75% من المساحة الكلية بها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، ومن المكونات واحاتها المنتشرة عبر أرجائها، ومبانيها المتميزة بهندستها، والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار والطاسيلي، حيث تتجلى مظاهر الحضارة التارقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور وأنماط عيش الإنسان التارقي بشكل عام<sup>(1)</sup>.

يترامي الإمتداد الصحراوي للجزائر حتى شبه الجزيرة العربية، وتتميز برمالها الساحرة وبغابات النخيل المنتشرة بدءا من بسكرة إلى أبعد نقطة في الجنوب الصحراوي، وترتبتها الخصبة وكثبانها الرملية، سيما واحات الوادي، وادي ميزاب، الساورة، القرارة (غرداية)، والزيبان (بسكرة)<sup>(2)</sup>.

كما تعد الصحراء الجزائرية من أضخم الثروات التي تتمتع بها البلاد في مجال السياحة الصحراوية، ومن أعلى محميات التنوع الإيكولوجي، وتشكل بذلك الإطار الملائم للسياحة البيئية المستدامة بمواقعها وإرثها المتميز مثل: الهقار، والطاسيلي، ناجر، وهضبة الأسكرام، والعروق، والحماة، دون إغفال قمة تاهات أتاكورا\* وتحتوي صخورها على بقايا حيوانية ونباتية تدل على وجود الحياة في هذه المنطقة منذ العصور الجيولوجية القديمة، ويشهد على ذلك تلك الرسوم والنقوش الصخرية المنتشرة في معظم أرجاء الطبيعة<sup>(3)</sup>.

## ثالثا: الثروة الحموية المعدنية

تعد المنابع المعدنية أحد المنتوجات السياحية الضاربة في أعماق التاريخ إذا تعود زيارتها والإستمتاع بمنافعها الصحية إلى عصور قديمة، تمثل هذه الثروة الحموية إمكانات طبيعية تتسم بخصوصياتها في تقديم العلاج بالمياه الحارة الغنية بالأملاح المعدنية، وتعد الثروة الحموية المعدنية

(1) يمنية مفاتيح، مرجع سابق، ص 7.

(2) وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الديوان الوطني للسياحة، الواحات بوابة الصحراء. [WWW.ont-dz.org](http://WWW.ont-dz.org)

\* تاهات أتاكورا، (بالفرنسية: tahat) هو جبل ذو أصول بركانية، يقع في منطقة الصحراء الوسطى جنوب الجزائر وتحديدا جنوب شرق الهقار، يمثل أعلى قمة في الجزائر بارتفاع يصل إلى 3303 متر فوق سطح البحر الأبيض المتوسط، سكن هذه المنطقة شعب الطوارق بالقرب من ولاية تمنغاست (تمنغاست)، حيث عُثر على رسومات ونقوش ملونة وأخرى محفورة في صخور الجبال يرجع تاريخها إلى ما بين 8000 و 2000 ق م، والتي تبين مشاهد لتربيتهم المواشي وصيدهم للحيوانات والتي تعيش حاليا في جنوب الصحراء الكبرى وهو ما يشير إلى التغير المناخي الذي طرأ منذ تلك الفترة.

<https://ar.wikipedia.org/wiki/>

[WWW.ont-dz.org](http://WWW.ont-dz.org)

(3) الديوان الوطني للسياحة، الهقار والطاسيلي عالم من الطمانينة

ضمن نوع آخر من أنواع السياحة ألا وهو السياحة العلاجية، تتوفر الجزائر على ثروة حموية بالغة الأهمية تعود جذورها إلى العهد القوطي الروماني منها، تتمتع أغلبها بصفات علاجية، وتكفل طبي، وتأطير إستشفائي يجعلها ترضي الزائرين.<sup>(1)</sup>

وتشير آخر حصيلة حول تعداد المنابع الحموية في الجزائر إلى وجود 259 ينبوع معدني حموي، وقد برمجت الدولة ممثلة في الوزارة الوصية دراسات تقنية لتهيئة 50 ينبوعا بغلاف مالي قدر بأكثر من 11 مليار دينار جزائري خلال الخماسي الحالي 2019/2015 لإستغلالها في مشاريع إستثمارية تنعش وتدعم هذا المنتج السياحي المطلوب على مدار العام.

من بين أشهر المركبات الحموية المعدنية بالجزائر الأكثر طلبا مركب حمام الصالحين ببسكرة، حيث توفر مياهه فرصا إستشفائية عدة نظرا لخصوصياتها بقدر ما يوفر خدمات صحية ذات مستوى وقبول عند المرضى الزائرين والمختصين في العلاج الطبيعي على السواء.

وتعد المنابع الحيوية أو الحمامات المعدنية، جوهر السياحة في ولاية بسكرة وذلك للثراء السياحي والإيكولوجي الذي تعرفه الولاية وكذا لقدرة مياهها على علاج قاصديها، وتزخر ولاية بسكرة بثلاث منابع حيوية منها ما يعود تاريخ إنشائه إلى العهد الروماني، وهو ما جعلها تستقطب العديد من المستثمرين والسياح من داخل وخارج الوطن.

ولا يزال حمام الصالحين ببسكرة المقصد الأول لكل من تطأ قدمه للمنطقة، فقد أثبتت مياه حمام الصالحين منفعتها بعلاج العديد من الأمراض المزمنة مثلما يوضحه الدكتور صيفية الذي يؤكد أن مياه المركب غنية بالكبريت والصوديوم والكلور، وهي العناصر التي تساهم في علاج عدد من الأمراض والإصابات لاسيما فيما يتعلق بأمراض الروماتيزم، والأمراض الجلدية والتنفسية، وحتى الأمراض النسائية، ولا يقتصر زوار الحمام على المعالجين المرسلين من طرف المصالح الطبية للضمان الإجتماعي بل هناك من يأتي للحمام من تلقاء نفسه خاصة إذا جرب منافع المياه من قبل، ويصل نشاط الحمام إلى ذروته في فترة الربيع التي تمتد من قبل فيفري إلى أواخر مايو من كل عام حيث تستقطب المياه وشمس بسكرة الزوار حتى من خارج الجزائر.

تقصد الحمام فئات عمرية متنوعة تتراوح بين الصغار والكهول والشباب، وقد تحول المركب إلى مزار سنوي للإستراحة للعديد من العائلات الجزائرية، وكذا الشباب الذين يرغبون في الإستجمام، وقضاء

<sup>(1)</sup> الديوان الوطني للسياحة، الجزائر حمامات معدنية، منشورات الديوان الوطني للسياحة، 2009، ص 1.

فترات النقاهاة في هدوء بعيدا عن صخب المدن، وهو المناخ الذي يتوفر بشكل مميز في منطقة بسكرة، وينتظر أن تحقق المركبات الحموية وهي أساس السياحة الحموية عائدات بنسبة 16 بالمائة من إجمالي عائدات السياحة العالمية بما يساوي 678.5 مليون دولار عام 2017، ولأن السياحة الحموية سياحة علاجية في شق من أشكال المنفعة، فإن الرهان على تطويرها من خلال استثمار موارد الجزائر الطبيعية والبشرية<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثاني: المقومات السياحية الطبيعية في المغرب

يتوفر المغرب كغيره من البلدان على إمكانات سياحية طبيعية وتاريخية وحضارية بالغة الأهمية، ساعدته على تطوير قطاعه السياحي، والنهوض به وكذا مواكبة الدول السياحية الكبرى، واستقطاب السياحة الإقليمية والدولية.

يزخر المغرب بموقع جغرافي هام، فهو يقع في أقصى شمال غرب القارة الإفريقية بمساحة 710850 كيلو متر مربع، يتميز بواجهتين بحريتين، المحيط الأطلسي في الغرب، البحر المتوسط في الشمال، يعتبر موقعه الإستراتيجي من بين المقومات الطبيعية الهامة، إضافة إلى شريط ساحلي يمتد على طول 3500 كيلومتر، يفصله عن قارة أوروبا مضيق جبل طارق 14 كيلومتر، يتقاسم حدوده الجنوبية مع الصحراء الغربية، والشرقية مع الجزائر.<sup>(2)</sup>

ولقد عرف المغرب خلال فترات ما قبل التاريخ تعاقب عدة حضارات<sup>(3)</sup>:

#### • العصر الحجري القديم:

الحضارة الآشولية: تعود بقايا هذه الحضارة إلى حوالي مليون سنة وأهم الإكتشافات تمت بمواقع مدينة الدار البيضاء (مقالع طوما وأولاد حميدة، وسيدي عبد الرحمان...)، الأدوات الحجرية الخاصة بهذه الحضارة تتكون من حجر معدل، حجر دو وجهين...

(1) حمام الصالحين المعدني: منبع انتعاش السياحة الحموية ببسكرة.

<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/reportage/66555.htm>

[www.amci.ma](http://www.amci.ma)

(2) تعريف بالمملكة المغربية

(3) <http://www.wikipedia.org>



## • العصر الحجري الأوسط:

الحضارة الموستيرية: عرفت هذه الحضارة في المغرب بين حوالي 200.000 و 30.000 سنة ق.م ومن أهم المواقع التي تعود إلى هذه الفترة نذكر موقع جبل "يعود" الذي يقع بين مدينتي آسفي ومراكش ومغارات جهة الرباط-تمارة دار السلطان 2 ومغارة الهرهورة والمناصرة 1 و2... ومواقع المغرب الشرقي مثل تافوغالت وغفص وإفري نعمار، تتكون الأدوات الحجرية الخاصة بهذه الفترة من مكاشط وأدوات مذبذبة...إلخ.

## • العصر الحجري الأعلى:

ظهرت هذه الحضارة في المغرب مند حوالي 21.000 سنة وتميزت بتطور كبير في الأدوات الحجرية والعظمية، أهم المواقع التي تخدم هذه الفترة نجد مغارة تافوغالت والتي تقع في نواحي مدينة وجدة.

## • العصر الحجري الحديث:

تطور العصر الحجري الحديث في المغرب مند حوالي حوالي 6000 سنة ق م، تتميز هذه الحضارة بظهور الزراعة واستقرار الإنسان، وتدجين الحيوانات، وصناعة الخزف، واستعمال الفؤوس الحجرية... في المغرب هناك عدة مواقع عثر فيها على هذه الحضارة، ونذكر على سبيل المثال: كهف تحت الغار، وغار الكحل، ومغارات الخيل، ومقبرة الروازي، الصخيرات...إلخ.

## • عصر المعادن:

يرجع هذا العصر إلى حوالي 3000 سنة ق.م وأهم مميزاته إستعمال معدني النحاس، ثم البرونز وأهم خصائصه ما يعرف بالحضارة الجرسية، ثم حضارة عصر البرونز.

كما عرف حضارات العصر الكلاسيكي بالمغرب:<sup>(1)</sup>

## - الفترة الفينيقية:

يرجع المؤرخ بلينيوس الشيخ بدايات تواجد الفينيقيين بالمغرب إلى حوالي نهاية القرن الثاني عشر ق.م مع ذكر موقع ليكسوس كأول ما تم تأسيسه بغرب المغرب، لكن بالنظر إلى نتائج الحفريات الأثرية

(1) <http://www.wikipedia.org>

نجد أن استقرار الفينيقيين بالمغرب لا يتجاوز الثلث الأول من القرن الثامن ق.م، بالإضافة إلى ليكسوس نجد موكادور التي تعتبر أقصى نقطة وصلها الفينيقيون في غرب المغرب، فيما أغنت الإكتشافات الأخيرة الخريطة الأركيولوجية الخاصة بهذه الفترة بالمغرب، حيث تم اكتشاف عدة مواقع على ساحل البحر الأبيض المتوسط.

#### - الفترة البونيقية:

في القرن الخامس ق م قام حانون برحلة استكشافية على طول شواطئ المغرب حيث قام بتأسيس عدة مراكز، يظهر التأثير القرطاجي بالخصوص في عادات الدفن وانتشار اللغة البونيقية، منذ القرن الثالث ق.م كانت مدينة ويلي الموريطانية تخضع لحكم يشبه حكم قرطاج.

#### - الفترة الموريتانية:

أقدم ما ذكر حول الملوك الموريتانيين يعود إلى الحرب البونيقية الثانية حوالي 206 ق م، وذلك حين وفر الملك باكا حماية للملك النوميدي ماسينيسا تتمثل في 4000 فارسا، أما تاريخ المملكة الموريتانية، فلم تتضح معالمه إلا مع نهاية القرن الثاني ق.م، وذلك مع الإهتمامات التي أصبحت توليها روما لهذا الجزء من أفريقيا، في سنة 25 ق م، نصبت روما الملك جوبا الثاني على رأس المملكة، وبعد اغتيال الملك بتوليمي من طرف الإمبراطور كاليكلا سنة 40 ق.م تم إلحاق المملكة الموريتانية بالإمبراطورية الرومانية<sup>(1)</sup>.

#### - الفترة الرومانية:

بعد إحداث موريتانيا الطنجية، قامت روما بإعادة تهيئة لعدة مدن: تمودة، طنجة، تاموسيدة، زليل، بناصا، ويلي، شالة... كما قامت بإحداث عدة مراكز ذات أهداف عسكرية، وخلال هذه الفترة عرف المغرب إنفتاحا تجاريا مهما على حوض البحر الأبيض المتوسط، في سنة 285 بعد الميلاد تخلت الإدارة الرومانية على كل المناطق الواقعة جنوب اللكوس باستثناء سلا وموكادور. مع بداية القرن الخامس الميلادي، خرج الرومان من كل مناطق المغرب.

(1) Ibid

## • الحضارات الإسلامية بالمغرب: (1)

## - الدولة الإدريسية:

خلافاً لأقاليم وبلدان المشرق لم يكن فتح المغرب بالشيء الهين، فقد استغرق الأمر نصف قرن من [646م إلى 710م]، باعتناق المغاربة الإسلام ظهرت بوادر انفصال هذا الإقليم عن الخلافة بالمشرق. عقب عدة محاولات تحققت هذه الرغبة بظهور أول دولة إسلامية بالمغرب هي دولة الأدارسة سنة 788م، وقد كان مؤسس هذه الدولة حفيد الرسول (ص) الشريف مولاي إدريس ابن عبد الله، الذي حل بالمغرب الأقصى فارا من موقعة فخ قرب مكة (786)، إستقر بمدينة ويلي، حيث احتضنته قبيلة أوربة الأمازيغية ودعمته حتى أنشأ دولته، هكذا تمكن من ضم كل من منطقة تامسنا، فزاز ثم تلمسان، اغتيل المولى إدريس الأول بمكيدة دبرها الخليفة العباسي، ببيع ابنه إدريس الثاني بعد بلوغه سن الثانية عشر، قام هذا الأخير ببناء مدينة فاس كما بسط نفوذه على مجمل المغرب. (2)

## - دولة المرابطين:

في القرن السادس عشر الميلادي ظهر بجنوب المغرب الأقصى مجموعة من الرحل ينتمون لقبيلة صنهاجة الأمازيغية، استطاع عبد الله بن ياسين، وهو أحد المصلحين الدينيين أن يوحد هذه القبيلة وينظمها وفق مبادئ دينية متخذاً اسم المرابطين لحركته، وهكذا سعى المرابطون إلى فرض أنفسهم كقوة فاعلة وتمكنوا من إنشاء دولتهم عاصمتها مراكش التي أسسوها سنة 1069م، بسط المرابطون سلطتهم على مجمل شمال إفريقيا والأندلس ابتداءً من 1086م.

## - الدولة الموحدية:

في بداية القرن 12م تعاضم بالمغرب شأن المصلح الديني والثائر السياسي المهدي بن تومرت، حيث استقر بقرية تنمل بجبال الأطلس الكبير جنوب شرق مراكش، ونظم قبائل مصمودة من حوله بغرض الإطاحة بدولة المرابطين التي اعتبرها زائغة عن العقيدة الصحيحة للإسلام، كما سمي أتباعه بالموحدين، استطاع الموحدون بقيادة عبد المومن بن علي من السيطرة على المغرب الأقصى كله بحلول سنة 1147م، كما تمكن من بسط نفوذه على شمال إفريقيا كلها، والأندلس مؤسساً بذلك أكبر إمبراطورية بغرب المتوسط منذ الإمبراطورية الرومانية.

(1) <http://www.wikipedia.org>

(2) Ibid

## - الدولة المرينية:

ظهر المرينيون بالتخوم الشرقية بالمغرب، واستطاعوا تشكيل قوة عسكرية وسياسية مكنتهم من الإطاحة بدولة الموحدون سنة 1269م، حكم المرينيون المغرب لمدة قرنين لم يستطيعوا خلالها الحفاظ على الإرث الكبير الذي خلفه الموحدون، مما أجبرهم في نهاية الأمر على توجيه اهتمامهم على الحدود الترابية للمغرب الأقصى، ستميز نهاية حكمهم بانقسام المغرب إلى مملكتين: مملكة فاس ومملكة مراكش، إضافة إلى سقوط مجموعة من المدن في يد المحتل الإيبيري، كسبتة 1415م والقصر الصغير 1458 وأصيلا وطنجة 1471 وملييلة 1497.

## - الدولة السعدية\* في المغرب:

انطلقت حركة الشرفاء السعديين من جنوب المغرب تحديدا من مناطق درعة، وقد اتخذت شكل مقاومة جهادية ضد المحتل الإيبيري للمدن الساحلية، غير أن السعديين ما فتؤوا يتحولون إلى قوة عسكرية وسياسية تمكنت من فرض نفسها في غياب سلطة مركزية قوية قادرة على توحيد البلاد ودرء المحتل، وقد ساعد في بروز دولة السعديين سلسلة الانتصارات المتلاحقة التي حققوها التي كللت بدخولهم مراكش سنة 1525م، تم فاس سنة 1554م، وقد كان هذا إيذانا بقيام حكم الدولة السعدية بالمغرب.<sup>(1)</sup>

لقد كان الانتصار المدوي للسعديين على البرتغال في معركة وادي المخازن (معركة الملوك الثلاث) سنة 1578م بالغ الأثر على المغرب، حيث أعاد للمغرب هيئته في محيطه الجيوستراتيجي، كما مكنه من الإستفادة إقتصاديا خاصة في علاقته مع إفريقيا، كانت وفاة المنصور الذهبي سنة 1603م إيذانا بانحدار دولة السعديين بفعل التطاحن على السلطة بين مختلف أدياء العرش.<sup>(1)</sup>

\* سلالة السعديين (961-1069هـ) / (1554-1659م)، نزح أجداد السعديين مطلع القرن الـ 14 م من الحجاز نحو منطقة وادي نهر درعة (جنوب المغرب) بدأ السعديون في نشر دعوتهم عن طريق الفرق الصوفية في جنوب المغرب. حاربوا حكام المغرب الوطاسيين ثم قادوا حركة المقاومة ضد الوجود البرتغالي في البلاد، استولوا على مراكش سنة 1525م ثم أغادير (أكادير) سنة 1541م بعد طرد البرتغاليين منها وأخيرا دخلوا فاس سنة 1549م. قام محمد الشيخ (1554م أو 1549م-1557م) بالقضاء على الوطاسيين سنة 1554م. قام بعدها بتوطيد دعائم ملكه، أمن البلاد ثم استولى على تلمسان الواقعة غرب الجزائر حاليا. قاوم ابنه مولاي عبد الله بن محمد الشيخ نفوذ العثمانيين ومحاولاتهم التوغل إلى داخل البلاد (1557-1574م). كان ملك المغرب يتنازعه عدة أدياء. قضى السعديون على التواجد البرتغالي في البلاد بعد انتصارهم في معركة وادي المخازن "القصر الكبير" سنة 985هـ / 1578م.

(1) <http://www.wikipedia.org>

(1) Ibid

## - الدولة العلوية\*:

النزاع السياسي الذي خلفه السعديون سيدوم 60 سنة إنقسم أثناءها المغرب الأقصى إلى كيانات سياسية جهوية ذات طابع ديني مثل إمارة تازروالت بسوس.

هكذا وابتداء من سنة 1664، ظهر الشريف مولاي رشيد بتايفالنت وانطلق في حملة عسكرية هدفها توحيد البلاد من التشرذم، وتأسيس سلطة مركزية قوية، بسط مولى رشيد سلطته مؤسسا بذلك دولة العلويين، وقد كان على خلفه السلطان مولاي إسماعيل دور تثبيت سلطة الدولة الناشئة وفرض هيبتها، استمر عهد السلطان المولى إسماعيل 50 سنة تمكن خلالها من بناء نظام سياسي للدولة.

تولى السلاطين العلويين على الحكم متحدين أزمات متعددة داخلية وأخرى خارجية من أبرزها فرض الحماية الفرنسية على المغرب سنة 1912م، وبفضل تضحيات العرش والشعب إستعاد المغرب استقلاله سنة 1956 معلنا عن ميلاد عهد جديد بالمغرب.

يتمتع المغرب وتبعاً لهذا الإرث التاريخي بإرث طبيعي، ومن أهم المقومات السياحية الطبيعية في المغرب التضاريس، الصحراء، والثروة الحموية المعدنية، نستدرجها فيما يلي:

## أولاً: التضاريس

تتخلل مساحة هذا البلد سلاسل جبلية تتمثل في سلسلة الأطلس الكبير، جبل طوبقال، أعلى قمة في هذه السلسلة 4165 متر، وهي أعلى قمة جبلية في الوطن العربي<sup>(1)</sup>، جبال الريف التي تعرف بالأطلس الساحلي، وهي على شكل أقواس واسعة، أعلى قمة بها جبل تدرغين (2465 متر في الوسط و1800 متر في الشرق)، يعتقد بأن هذه السلسلة هي امتداد لجبال سيرانيفادا في اسبانيا، وأنهما كانتا ملتصقتين قبل أن يتكون مضيق جبل طارق<sup>(2)</sup>، يوجد إلى جانب ذلك سلسلة الأطلس الوسطى، وأشهر جبالها جبل بربلات 3190 متر فوق سطح البحر، بوناصر 3326 متر، الذي يتميز بكثرة الشلالات والبحيرات.<sup>(3)</sup>

\* السلالة العلوية هي سلالة من واحة تايفالنت بالقرب من سجلماسة تحكم المغرب منذ 1666م. أول من حكم منهم مولاي الشريف ويحكم المغرب منهم اليوم الملك محمد السادس بن الحسن.

(1) الموسوعة العربية، الأطلس-جبال، المجلد الثاني، العلوم الإنسانية، التاريخ والجغرافيا والآثار [www.arab-ency.com](http://www.arab-ency.com)

(2) موقع المملكة المغربية الشريفة، المغرب: الجغرافيا والطبيعة.

(3) الجامعة الوطنية المغربية لجمعيات ومراكز ونوادي اليونسكو، جغرافية المغرب

تعتبر هذه الجبال بمثابة خزان للمياه في المغرب، لأنه معظم الأنهار تتبع منها، أما جبال الأطلس الصغير، فتتميز بوجود أعلى قمة فيها جبل إكليم 2531 متر.<sup>(1)</sup>

تمثل هذه المناظر الطبيعية لوحة فنية ربانية من إبداعه سبحانه، تهيء للسياح ولحمبي هذا المنتج رؤية خلابة للثروات الغابية، والمحطات الجبلية العليا، وكذا ممارسة بعض الهوايات كتسلق الجبال والتزحلق على الثلوج.

وتقع بين هذه الجبال سهولا، منها سهل وادي دراع، سهل وادي سوس، سهل مراكش، سهل تادلا، سهل فاس ومكناس، وتتخلل هذه السهول سبخات، أهمها سبخة تاه التي تنحدر إلى ما دون مستوى سطح البحر بما يعادل 55 متر.<sup>(2)</sup>

يحظى المغرب بشبكة واسعة من الأنهار المهمة التي تتكون من الروافد المائية الجبلية المنحدرة نحو المحيط الأطلسي والبحر المتوسط، ويعتبر من أغنى الدول العربية من ناحية هذه الثروة، نذكر من بين هذه الأنهار: نهر سبو، نهر أم الربيع، نهر بورقراق، نهر سوس، ونهر ملوية، من ميزات هاته الأنهار أنها متدفقة الجريان، بالنسبة لسيول الريف فهي تفيض في أشهر الخريف والربيع بعد ذوبان الثلوج في الجبال.<sup>(3)</sup>

### ثانيا: الصحراء

تحتوي الأراضي المغربية على صحراء واسعة، تمتد وراء سلسلة الأطلس الصغير جنوبا 61.5% من المساحة الإجمالية للبلاد)، تتميز بجفافها ورمالها ووحداتها المنتشرة على مساحاتها الواسعة<sup>(4)</sup>، كما تعتبر من بين المنتوجات السياحية التي يهدف المغرب إلى تطويرها ورفع مستوى خدماتها للإستجابة إلى طلبات السياح من هذا النمط السياحي.

تمثل السياحة الصحراوية المغربية المنافس الأول لسياحة المدن العتيقة، حيث اتخذت هذه السياحة عاصمتها في واحات ورزازات منطقة زكورة، وهي نموذج للسياحة الصحراوية، إذ يتعمق فيها السائح بين قصبات الجنوب، ووحدات النخيل، وكثبان الرمال، والوديان الجافة، ومختلف المحاصيل

(1) السلاسل الجبلية والقمم الرئيسية في المغرب [www.arifonet.org.ma](http://www.arifonet.org.ma)

(2) عناصر دولة، السمات الجغرافية لموقع المغرب [www.islamicnezs.net](http://www.islamicnezs.net)

(3) الجامعة الوطنية المغربية لجمعيات ومراكز ونوادي اليونيسكو، جغرافية المغرب.

[www.federation-unesco.ma](http://www.federation-unesco.ma)

(4) بوشامة ليديا، جغرافية المغرب العربي، ص 94.

الزراعية...، كما تتوج رحلاتها السياحية بإيقاعات متميزة للفولكلور الرجالي الراقصة، خزانة الزاوية الناصرية في تامكروت ومخطوطاتها النادرة من أجل خدمة السياح، وكذلك واحات تغمرت وبوغرفة وغيرها من الواحات التي يزخر بها هذا البلد، والتي تعتبر مصدر تباهي وافتخار أمام الدول.<sup>(1)</sup>

### ثالثا: الثروة الحموية المعدنية

تعتبر الحمامات المعدنية في المغرب من مقومات السياحة المغربية، لدواعي إستشفائية علاجية التي يلجأ لها العديد من السياح، طلبا للراحة والشفاء وكذا الإستجمام.

نأخذ على سبيل المثال حمام مولاي يعقوب كنموذج للعديد من الحمامات المنتشرة في البلاد، يقع على بعد 20 كيلومتر من مدينة فاس، ضمن مشهد تحيط به التلال القريبة من سلسلة جبال الريف، حيث يعتبر من أحدث الحمامات المعدنية في المغرب، تحتوي مياهها الطبيعية على جميع الخصائص التي تستعمل في العلاج بالمياه المعدنية، حيث تحوي عناصر كيماوية كالكبريت والملح، وعلى خصائص فيزيائية مهمة ذات نشاط إشعاعي طبيعي، تتجاوز درجة حرارة مياهه 45 درجة مئوية<sup>(2)</sup>، كما تضم العديد من المرافق الحديثة منها: مسابح، ومغاطس، وحمامات، ورشاشات، وقاعات للترويض الطبي، والدلك المائي، والحمامات البخارية، فضلا عن قاعات أخرى متخصصة في علاج أمراض الأنف والأذن والحنجرة، مع فعالية كبيرة في علاج الأمراض الجلدية والتناسلية وبعض أنواع الروماتيزم<sup>(3)</sup>، وهكذا الشأن بالنسبة للكثير من المنابع والعيون المعدنية التي تتضمنها المغرب، والتي تسعى إلى تطويرها أكثر فأكثر من أجل استقطاب أكبر نسبة ممكنة من السائحين.

(1) إن اسم زكورة مشتق من جبل تازكورت الذي يحتوى بظله، وازكور باللهجة المحلية تعني الكنز، يومية الأوسط، زكورة حاضرة

السياحة الصحراوية في المغرب، العدد 9360، السعودية، 2004/07/14 [www.aawsat.com](http://www.aawsat.com)

(2) منتدى السياحي، حمامات مولاي يعقوب بمدينة فاس بالمغرب.

(3) منتديات مختار، حمامات مولاي يعقوب المغربية الإستشفائية.

المبحث الثالث: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في الجزائر والمغرب

المطلب الأول: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في الجزائر

أولاً: المدن السياحية والمواقع التاريخية

تزخر الجزائر بمواقع ومعالم تاريخية متميزة، من أهمها:

**موقع التاسيلي\*** الذي يعتبر من أروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية، يعود تاريخه إلى أزيد من 6000 سنة قبل الميلاد، وكذلك تعدد المدن السياحية الصحراوية في الجزائر وتنوع ميزاتها، التي تولد من عادات وتقاليد كل منطقة، مما يزيد جاذبية ولمعانا يستهوي محبي هذا المنتج السياحي الغني الذي يعبر عن مجالات واسعة تعطي لزيارتها فرصا للراحة والإستجمام، والإستكشاف، وكذا التمتع بالمناظر الصحراوية الخلابة.

البداية تكون من تمنراست منطقة المواقع الأثرية، وملتقى مركزي لسكانها المعروفين باسم التوارق، ومن ثم إلى بساتين النخيل في غرداية وتيميمون، أدرار، بسكرة، تقرت، ورقلة، والقرارة...

تزخر الجزائر بموارد سياحية متنوعة من أهمها نجد المعالم المصنفة من طرف منظمة اليونسكو والمتمثلة في:

- **تيمقاد:** مدينة تيمقاد (بالفرنسية: Timgad) مدينة أثرية رومانية توجد بولاية باتنة بالجزائر، كانت تسمى تاموقادي TAMOUGADI بُنيت سنة 100 ميلادي في عهد تراجان، وكانت في بداية الأمر تلعب دوراً دفاعياً لتصبح فيما بعد مركزاً حضارياً، وهي المدينة الوحيدة من مدن الرومان المحفوظة على هيئتها النموذجية في أفريقيا وهي مسجلة في قائمة التراث العالمي.

- **تيبازة:** معنى تيبازة في اللغة الفينيقية (الممر)، لأنها كانت معبرا وممر للناس بين مدينتي إيكوزيم (الجزائر) وإيول (شرشال)، ثم أصبحت تعرف بقرطاجية، وقد اكتشف بتياسا مستعمرة فينيقية تعود للقرن الـ 5 ق.م، وعندما جاء الرومان حولوها إلى مستعمرة تتبع لاتيوم، ثم تحولت إلى مستعمرة تتبع روما في عهد الإمبراطور كلاوديوس (41-54م)، وكان أول والي لها بن عمار ضياء الدين.

\* **تاسيلي ناجر:** هي سلسلة جبلية تقع بولاية إليزي في الجنوب الشرقي للجزائر، وهي هضبة قاحلة حصوية ترتفع بأكثر من 2000م عن سطح البحر عرضها من 50 إلى 60 كم وطولها 800 كم مشكلة مساحة تقدر بـ 12000 كم<sup>2</sup>، أعلى قمة جبلية وهي أدرار أفار ترتفع بـ 2,158م على كل مساحتها ترتفع من على الرمال قمم صخرية متآكلة جدا تعرف بالغابات الصخرية وكأنها أطلال مدن قديمة مهجورة بفعل الزمن والعواصف الرملية.



- **جميلة:** جميلة أو كويكول، موقع روماني يقع بالشمال الشرقي للجزائر وضمن تراب ولاية سطيف، صنفته منظمة اليونسكو على قائمة مواقع التراث العالمي، مدينة جميلة أبلغ مدن نوميديا دلالة على الماضي، وهي المدينة الواقعة في بلاد وعرة جرداء، كانت تغطيها في الماضي الغابات وسنابل القمح. وقد تأسست في أواخر القرن الأول، وبلغت أوجها في عهد أسرة الأنطونان، وتصور الآثار مدينة أحيائها حسنة التنسيق، وشوارعها محفوفة بالأرتجة، وتوجد فيها ساحتان عموميتان، أولهما محاطة بالكابيتول وقاعة اجتماع المجلس البلدي والمحكمة ومعبد فينوس، وحول الثانية، المعبد المشيد تكريماً لأسرة سيفيروس وقوس نصر كراكلا، والحمامات التي لم يؤثر فيها الزمان كثيراً والسوق، والمنازل المترفة الأنيقة.

- **الطاسيلي:** يحتوي على أكثر من 15 ألف لوحة تعكس تحولات المناخ، وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية في الصحراء خلاف 6000 سنة قبل الميلاد.

- **قلعة بني حماد:** تقع ببشارة بالمسيلة، وهي من المدن الإسلامية التي تأسست سنة 1007م، وكانت عاصمة الدولة الحمادية.

- **قصر ميزاب:** من مظاهر حضارة المزابيين (سكان وادي ميزاب) مدنهم وفنها المعماري، وعدده المدن الرئيسية العامرة إلى الآن سبعة، باستثناء القصور التاريخية العتيقة، والتي لم يبق منها سوى بعض الآثار.

الملاحظ في مدن وادي ميزاب السبع بأن خمسا منها وهي: تَجْدِيْنْت، آت بونور، تَغْدَايْت، آت مَلِيْشْت، آت لِيْزَجْن، متجاورة من بعضها البعض، ولا تبعد عن بعضها سوى بضع كيلومترات، وتعرف بالقرى الخمس، أما مدينتي: آت ايوْثان، تيفرار، فهما بعيدتان عن المدن السبع السابقة، بريان 45 كلم شمالا، والقرارة 110 كلم شرقا.

وقد بنيت كل هذه المدن فوق مرتفعات، لأهداف كثيرة، وبهندسة معمارية مميزة جذبت المهندسين من جميع أنحاء العالم. تتعرف عليها في صفحة الهندسة المعمارية.

وفي ظروف غير معروفة، حُرِّفَت أسماء هذه المدن إلى أسماء عربية وأعرابية، وما زالت أسباب هذا التحريف محل بحث من طرف الشبكة المزابية.

- 1/ **تَاجْنِيَّتْ**: تُعد من أقدم القصور السبع، يقصد بهذه الكلمة المكان المنخفض، أسسها الشيخ خليفة بن أبغور سنة 402هـ-1012م، تقع على بعد سبع كيلومترات من آت بونور، حُرِّفَ اسمها إلى العطف.
- 2/ **آت بونور**: أُنشئت سنة 457هـ-1065م، واسمها نسبة إلى القبيلة المصعبية التي بُنيت وسكنت هذه المدينة قديما، تتميز آت بونور بأنها مبنية فوق ربوة صخرية منيعة جدا، مما شكل لها صور طبيعيا تقع قرب آت ايزجن، حُرِّفَ اسمها إلى بونورة.
- 3/ **تَغْرَايْتْ**: أُنشئت سنة 447هـ-1053م، وأول من سكنها الشيوخ بابا والجمة، وأبو عيسى بن علوان وبابا سعد، وأصل تسميتها تَغْرَايْتْ بالمزابية، وهي القطعة المستصلحة من الأرض، والواقعة على حافة الوادي، وتوجد عدة قرى تحمل نفس الدلالة في أرجاء المغرب الإسلامي، وهي أول مدينة تُشاهد عند القدوم من الشمال، حُرِّفَ اسمها إلى غرداية.
- 4/ **آت لِيْزَجْن**: أُسست سنة 720هـ-1321م، واسمها نسبة إلى القبيلة المصعبية التي سكنت المدينة. تعتبر آت ايزجن، من عواصم العراقة العلمية والدينية، وهي المدينة الوحيدة التي حافظت على أصالتها المزابية من كل النواحي إلى اليوم، وتعتبر المدينة المزابية المثالية، ومن أهم مميزاتها، صورها الذي لا يزال قائما إلى اليوم، وتقع بعد آت أمليثت.
- 5/ **آت مُلِيْشْتْ**: أُسست عام 756هـ-1355م، اسمها نسبة إلى "مُلِيْكُش" أحد زعماء قبيلة زناتة التي تنتمي إليها قبيلة بني مصعب تقع على هضبة مرتفعة نسبيا بين قصري تغردايت وآت ايزجن، يستطيع الناظر إليها أن يرى القصور الثلاث: تغردايت، آت ايزجن، وآت بونور.
- 6/ **تِيْقْرَارُ {القرارة}**: أُسست سنة 1040هـ-1631م، معنى تسميتها الجبال البيضوية التي بجانبها سهول صغيرة مقعرة يستقر فيها الماء، تقع على بعد حوالي 110 كلم شرق القرى الخمس، وهي على أرض طينية، على خلاف المدن الأخرى التي تقع على جبال صخرية، وتشتهر بواحتها الشاسعة التي يسقيها وادي زقيرير.
- 7/ **آت اِيْرْفَان**: أُنشئت سنة 1060هـ-1690م، وهي خيمة مصنوعة من الوبر، وقد كان أهلها ذوي خبرة في نسج هذا النوع من الخيم. تقع في تقاطع الأودية الثلاثة : بالأوج، السودان، ووادي ن ساء.

- **القصبية:** قصبه الجزائر، المعروفة باسم القصبية، تتوافق مع مدينة الجزائر القديمة أو المدينة العتيقة، عاصمة الجزائر، والتي تعتبر من مواقع التراث العالمي لليونسكو منذ عام 1992، وتقع إداريا في بلدية القصبية داخل ولاية الجزائر.

يعود تاريخها إلى العصور القديمة، حيث أنها أول ميناء بونيقية، ثم الأمازيغ وأخيرا الرومان، تأسس في القرن العاشر من قبل الأمازيغ تحت سلالة الزيرون، تم إثنائها من طرف الأندلسيين، وصلت إلى ذروتها خلال فترة إيالة الجزائر، التي كانت مقر السلطة السياسية، إستعمرت من قبل الفرنسيين في عام 1830، تم تهميشها تدريجيا لأن مراكز السلطة نقلت إلى المدينة الجديدة، إحتلت دورا مركزيا خلال الثورة التحريرية الجزائرية، حيث كانت بمثابة معقل لاستقلال جبهة التحرير الوطني، في استقلال البلاد عام 1962 لم تستعيد دورها المركزي وأصبحت مرة أخرى منطقة مهمشة من المدينة.

مثال على العمارة الإسلامية والتوسع الحضري للمدينة العربية-الأمازيغية، وهي أيضا رمز للثقافة الجزائرية، موضوع للإلهام الفني ومقر للخبرة الحرفية الموروثة، يهددها الإفتقار إلى الصيانة واهتمام سكانها وإدارتها، على الرغم من تصنيفها من قبل اليونسكو، الجهات الفاعلة المحلية تكافح للحفاظ على تراثها المادي وغير المعنوي، إضافة إلى هذه الخصائص الثقافية فإن الحضارات التي توالى الجزائر على مر العصور تركت إرثا ثقافيا، وتاريخيا، ودينيا، تتواجد في أغلب مناطق الجزائر ويمكن ذكر أهم المراحل التاريخية من خلال ما يلي:

**الحضارة الرومانية:** عوّت قرابة الخمس قرون، وتوجد آثارها في العديد من المدن أهمها: تيمقاد، جميلة، شرشال، تيبازة، قالمة وتبسة.

**الحضارة الإسلامية:** من أهم معالمها التي لاتزال شامخة في العديد من المواقع الأثرية نجد قلعة بني حماد بالمسيلة، والمنصورة بتلمسان، والجزائر العاصمة بمساجدها العتيقة.

**المرحلة الاستعمارية:** شيد الإستعمار عدة فنادق كانت موجهة للمستوطنين الأوروبيين، بالإضافة لهذه فإن المواقع الحربية والمعتقات أصبحت مناطق أثرية تاريخية.

كما أن الصناعات التقليدية والتظاهرات الثقافية المختلفة لها دور هام في تحسين الصورة السياحية للبلد، كما تلعبان دورا هاما وكبيرا في ترقية السياحة، لأن السائح يقوم باقتناء تلك الصناعات التي تعبر عن هوية تلك المنطقة التي زارها، ومن بين هذه الصناعات نجد صناعة الفخار والحلي

والزراعي والتطريز، وحسب إحصائيات غرفة الصناعات التقليدية<sup>(1)</sup> والحرف، فإنها سجلت أكثر من 73 ألف حرفي بالرغم من كون هذا الرقم ضعيف، إلا أنه يمنح على الأقل 150 ألف منصب شغل مع وجود عدد هام آخر من الحرفيين العاملين في منازلهم غير منخرطين في غرف الصناعة التقليدية لأسباب مختلفة ومتعددة.

ويمكن الإشارة إلى أبرز المدن الصحراوية فيما يلي:

- **تمنراست:** عاصمة الهقار أو الأحجار أو الأهقار، تعتبر قبلة السياح في موطن الرجل الأزرق (الطوارق) تقع المدينة في قلب المرتفعات المكونة من جبال صخرية، تحيط بها ما يشبه هضاب علوها 2000م، والأهقار عبارة عن سلسلة جبلية يصل ارتفاعها إلى 3 آلاف م، تدعى الأتاكور؛ أي الرأس بالهجة التارقية التي يتحدث بها الطوارق (السكان الأصليون في المنطقة)<sup>(2)</sup>.

- **تندوف:** تقع في الجنوب الغربي للجزائر، منطقة رعوية تتكون من مقطعين: تين وتعني المكان، ودوف وتعني الطواف والأصل تينطوف؛ أي مكان الطواف الذي يزوره الناس للأهمية التجارية والدينية، فيها نباتات الطلح والعلك بكثرة، من أشهر قبائلها: تجكانت والقيبات، وفيها حمادة توناسين وعرق شاي، والعديد من الفرق الشعبية مثل فرقة قرقابو<sup>(3)</sup>.

- **غرداية (تغردايت):** أسست على يد الميزابيين\* قبل ألف سنة مأوى لمجتمعهم بعد سقوط حكم الرستميين، تتكون من مجموعة من قصور بني نرجس ومليكة العليا، وبنورة والقرارة والعطف وبريان. تعتبر بوابة شمال الصحراء الكبرى، تشتهر بالصناعات التقليدية مثل الأنسجة والنقش على النحاس وصناعة الجلود والفخار، تعتبر إحدى أكثر المواقع السياحية شعبية في الصحراء، حيث الكثبان الرملية والواحات والمعمار البيئي المتميز والصناعات التقليدية اليدوية.

(1) يمينة مفاتيح، "تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة"، دراسة حالة إقليم الهقار (مذكرة ماستر في العلوم التجارية، قسم العلوم التجارية، جامعة ورقلة، 2012)، ص ص 14-15.

(2) صحراء الجزائر، متحف ضخم في الهواء الطلق على الموقع الإلكتروني <http://www.elwaha.com/siaha>

(3) <http://www.wikipedia.org>

\* الميزابيون أو بنو ميزاب: قبيلة أمازيغية تحافظ على تقاليدها وشعائرها وأسلوب حياتها، يتبعون المذهب الإباضي الذي يختلف نوعا ما عن أغلبية الجزائريين الذين يتبعون المذهب المالكي، ويعرف الميزابيون بلباسهم التقليدي وهو ما يعرف بسروال اللوية (الفضفاض)، الشاشية (طاقية الرأس).

للمزيد أنظر الموقع الإلكتروني: <http://www.wikipedia.org>

- ورقلة (عاصمة الواحات): مدينة صحراوية اشتهرت بتجاريتها مع السودان، سيما تجارة الرقيق فهي قطب صناعي مهم، ومدينة نفطية فيها حقول عديدة، توجد فيها مناطق سياحية نكر منها: القصر القديم، آثار مدينة سدرانة القديمة، إضافة إلى المتحف البلدي، تشتهر بالصناعات التقليدية وفي مقدمتها الزرابي، إضافة إلى المجالات التي تبيع ورود الرمال التي توجد بكثرة في هذه المنطقة.

- بسكرة (عاصمة الثقافة الصحراوية): تقع جنوب شرق العاصمة، تسمى بعروس الزيبان، تعد الولاية مهدا للحضارة والعلوم والثقافة ومركزا للإشعاع الديني والسياحي الجذاب، ومعبرا سياحيا مهما على سفوح جبال الأوراس وهي تحتضن الصحراء، تكثر فيها المزارات التاريخية الإسلامية مثل: مسجد عقبة بن نافع الفهري، كما تكثر فيها الينابيع والجداول، تقام فيها الإحتفالات والمعرض، وفيها القرية السياحية وهي ساحة واسعة يقام عليها بصورة مؤقتة 14 خيمة، تمثل كل منها إحدى الولايات الصحراوية ويعرض فيها خصوصية كل ولاية، ويقام فيها سباقات الخيول والجمال والدراجات النارية.

- تيميمون: تقع شمال ولاية أدرار على بعد 220 كيلومتر، لها حدود مع ولاية غرداية، بشار والبيض تشتهر بطابعها العمراني، والمعمار السوداني، والزخارف المنقوشة على الجدران، وقصورها المتعددة والواجهات الخضراء للقصور، وبالسياحة الصحراوية عموما تعرف باسم الواحة الحمراء، وحولها سبخات عدة.<sup>(1)</sup>

- تاغيت: تقع في ولاية بشار 1000 كيلومتر جنوب غرب العاصمة الجزائر، من أهم معالمها الأثرية القصر القديم (قصر القنادسة) وهي من المدن الأثرية فيها العديد من المناطق السياحية، عقد فيها المهرجان الوطني الثالث للسياحة الصحراوية تحت عنوان "السياحة الصحراوية عامل محرك للتنمية بمناطق جنوب البلاد".\*

وللإشارة فن الجزائر تتمتع أيضا بالعديد من المحميات، والحظائر الوطنية نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

\* محمية الطاسيلي الوطنية في الجنوب الصحراوي: توجد في سلسلة جبال الأطلسي التي صنفها اليونسكو تراثا عالميا عام 1982 كما صنفها خزانا للبحوث العلمية حول الإنسان والحيوان، تبلغ

<sup>(1)</sup> خليف مصطفى غرابية، السياحة الصحراوية تنمية الصحراء في الوطن العربي. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2012، ص ص 186-187.

مساحتها 10 آلاف هكتار، تضم آلاف النقوش الصخرية التي تعكس جانبا من صراع الإنسان من أجل كسب قوت يومه من خلال مطاردة الغزال وحيوانات أخرى، و يقام فيها احتفال عيد الربيع، أما بالنسبة إلى المحمية فيوجد فيها أنواع كثيرة من الحيوانات مثل: الفهد الجزائري، والغزال، وطير الحبار، الذي تعرض للصيد الجائر، كما يوجد فيها أنواع كثيرة من النباتات.

\* **الحظيرة الوطنية بالهقار:** توجد في مدينة تمنراست، تزخر بالكثير من الشواهد الطبيعية الحية التي لازالت تعبر على مدى آلاف السنين عن أسرار الوجود الإنساني والحيواني والنباتي، جرى تصنيفها باعتبارها أكبر المتاحف المفتوحة على الطبيعة في العالم، الممتدة على مساحة 50 ألف كيلومتر مربع، فهي قطب سياحي ذو أهمية وطنية ودولية، تحوي صخورها بقايا حيوانية ونباتية ويوجد فيها بقايا غابات، ينتشر فيها أكثر من 350 نوعا من النباتات، مصادر المياه المتعددة والمواقع الجيولوجية، وبقايا المقابر يمارس فيها الطوارق حياة البداوة الرعوية.

### ثانيا: المتاحف

يحتوي التراث الحضاري الجزائري رصيذا هاما من المتاحف، التي تعتبر ذاكرة الشعوب الحقيقية، وتاريخ الأمم التي تبحث عن أصولها العرقية حتى لا تنوب في متهاتات النسيان، نذكر من بينها:

❖ المتحف الوطني للآثار القديمة الذي يعتبر من أقدم المتاحف الجزائرية، تم تدشينه سنة 1897، يتميز ببنائه ذو الطراز الإسلامي المغربي وسط حديقة الحرية بالعاصمة، يتكون من تماثيل ولوحات فسيفسائية، وتحف برونزية من مختلف المواقع الأثرية بالجزائر، ومن جهة أخرى يحتوي على تحف إسلامية متنوعة من المشرق والمغرب، التي يرجع تاريخها إلى سنة 1846<sup>(1)</sup>.

❖ يعتبر المتحف الوطني للفنون الجميلة من أهم المتاحف الخاصة بالفنون في المغرب العربي وإفريقيا، أنجز بين سنتي 1927 و1930 بالجزائر العاصمة<sup>(2)</sup>، يضم العديد من التحف ما يقارب 8000 تحفة، من لوحات ورسومات ومنحوتات، خزف ونقوش بمختلف المستويات (الفن القديم، الفن المعاصر، والنحت)، إضافة إلى احتوائه على مكتبة متخصصة في تاريخ الفن، تشمل أكثر من 17000 مؤلف،

[www.djazairnws.info/culture](http://www.djazairnws.info/culture)

[www.m-culture.gov.dz](http://www.m-culture.gov.dz)

<sup>(1)</sup> المعهد الوطني للآثار، عرض من إيكوزيوم إلى الجزائر

<sup>(2)</sup> وزارة الثقافة، المتحف الوطني للفنون الجميلة

وعدد من المجالات المتخصصة في تاريخ الفن وعلم الآثار، الأدب والموسيقى والمسرح، يعتبر أغلبها نادرا، إذ أنه يعود للعقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين.<sup>(1)</sup>

❖ متحف باردو الوطني بالجزائر العاصمة، بني أواخر القرن الثامن عشر من طرف أحد أثرياء المدينة كإقامة صيفية له، يستقبل فيها وجهاء المدينة<sup>(2)</sup>، في سنة 1926 إنتقلت فيلا الباردي والى الأملاك العمومية، وتم افتتاح المبنى في الذكرى المئوية لاستعمار الجزائر 1930، كمتحف تعرض به حفريات عن أصل الشعوب (ايثنوغرافيا) تعود إلى ما قبل التاريخ، وقطع أثرية إفريقية، تم إجراء بعض التعديلات على هذا المتحف ليعرف بعدها باسم المتحف الوطني باردو، وصنف في 1985 كمعلم تاريخي.<sup>(3)</sup>

❖ المتحف الوطني للآثار سيرتا بقسنطينة الذي يعد أيضا من المتاحف القديمة في الجزائر، جاءت فكرة إنشائه من طرف جمعية الآثار لهذه المدينة سنة 1852، إنتهى بناؤه سنة 1930 في شكل عمارة تجمع بين الطابعين الإغريقي والروماني، فتحت أبوابه في 1931 بتسمية متحف قوسطاف مارييس وهو اسم الأمين العام لهذه الجمعية، تغير إسمه إلى متحف سيرتا سنة 1975، وفي سنة 1986 إرتقى إلى درجة المتاحف الوطنية وأصبح يعرف بالمتحف الوطني سيرتا، تم اقتناء مجموعاته الأثرية عن طريق الإهداء والتقيب والإكتشافات التي تتم على مستوى محافظة شرق الجزائر، وقسمت إلى قسم الآثار وقسم الفنون الجميلة وقسم الأيثنوغرافيا.<sup>(4)</sup>

❖ المتحف الوطني للمجاهد وهو المتحف المركزي للجيش، يجسد تاريخ وبطولات الشعب الجزائري عبر مراحل الكفاح المسلح ضد الغزاة والإحتلال الفرنسي خاصة، أنشئ في 1972/12/02 بالأبيار الجزائر العاصمة، حول إلى رياض الفتح سنة 1983، وتم تدشينه في 1982/07/05<sup>(5)</sup>، هو عبارة عن آثار من الثورة التحريرية وبعض المعالم لفترة الأمير عبد القادر والفترة النوميدية.

❖ المتحف الوطني أحمد زبانه بمدينة وهران، جاءت فكرة إنشائه من قبل جمعية الجغرافيا والآثار لمقاطعة وهران، من أجل حماية التحف الموجودة في المواقع الأثرية، تم افتتاحه رسميا بالمستشفى المدني

(1) المرجع نفسه.

(2) Journal en continu du GRAN, Musée national du bardo, alger, 07/07/2005.

[www.archeonavale.org](http://www.archeonavale.org)

(3) نادي السياحة الجزائرية، المتحف الوطني باردو. [www.4algeria.net](http://www.4algeria.net)

(4) المتحف الوطني سيرتا قسنطينة- الجزائر.

(5) وكالة الأنباء الكويتية كونا، رئيس البرلمان العربي الإنتقالي يزور متحف المجاهد والجيش بالعاصمة، الجزائر.

[www.kuna.net.kw](http://www.kuna.net.kw)

في 1885/03/05، وأصبح تحت وصاية البلدية، صنف ضمن المتاحف الوطنية في 1986/05/27. يحتوي على العديد من التحف والآثار التي تعود إلى القدم للحقب التاريخية والحضارات التي تعاقبت على وهران ومنطقة الغرب الجزائري.<sup>(1)</sup>

❖ متحف شرشال الذي يمثل جوهرة التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة، غني بالتماثيل والفسيفساء، فهو يحتفظ بأثار -يوبيا الثاني-، وتماثيل لرأس زوجته كيلوباترا تسيليني وايول القيصرية، تمثال الالاهين الرومانيين اسكليبيوس وباخوس، تماثيل مقلدة لإنجازات فنية يونانية منها كرياتييد وهرقل، أثينا وفينوس. تركت هذه الآثار بصمة جليلة تحكي تاريخ الإغريق والرومان في هذه المنطقة.<sup>(2)</sup>

❖ متحف علوم الصحاري: يقع في مدينة تاغيت في ولاية بشار، فريد من نوعه في العالم من حيث حفظه لأشكال وأصناف متنوعة من النباتات والحيوانات، وجدير بالإشارة هنا، إلى أنه وعلى أثر مهرجان السياحة الصحراوي الأول المنعقد في تمنراست تم القبض على خمسة سياح ألمان في متحف الطاسيلي الوطني، إستطاعوا سرقة أكثر من مئة قطعة أثرية تعود إلى الإنسان الأول.<sup>(3)</sup>

❖ كما تتوفر الجزائر على كم آخر من المتاحف التي لا تقل أهميتها عن غيرها، والتي تحمل في طياتها تاريخ الجزائر العتيق وآثار الحضارات المارة به، مثل متحف تيمقاد بمدينة تيمقاد ولاية باتنة، الذي يضم أجمل التشكيلات من الفسيفساء وآثار لنقود وأسلحة قديمة، تماثيل وأواني فخارية ونحاسية كانت تستخدم في الحياة اليومية.

❖ وكذلك متحف هيبون بمدينة عنابة، ومتحف تبسة، متحف جميلة وسوق أهراس، ومتاحف أخرى تزخر بها الجزائر العريقة موزعة على مختلف ربوع الوطن، التي تجعل منها بلدا سياحيا متميزا.

### ثالثا: التراث الثقافي الشعبي

تتميز الجزائر بتراث ثقافي شعبي متميز ورصيد جد غني، يتمثل في ميراث من العادات والتقاليد المحلية، وكذا ثروة من الفنون التقليدية التي تعبر عن ثقافة وعرق هذا المجتمع، من بينها صناعات

<sup>(1)</sup> جوردان لاند، مجلة متخصصة في مجالات العقار والاستثمار والبناء، ثاني أكبر المدن الجزائرية... وهران... وصفها ابن خلدون

[www.jourdanland.net](http://www.jourdanland.net)

بجنة الحزين

<sup>(2)</sup> يومية الأيام، متحف شرشال يستفيد من عملية ترميم أروقته، العدد 1118، الجزائر، 2009/06/10.

[www.elayem-dz.com](http://www.elayem-dz.com)

<sup>(3)</sup> جرى القبض على هؤلاء السياح الألمان الذين جاؤوا بحجة رغبتهم في حضور مهرجان السياحة الصحراوي الأول في تمنراست، وحوكموا وصودرت المسروقات، ودفعوا غرامة خمسة ملايين دينار جزائري (63 ألف دولار أمريكي) مع السجن النافذ لمدة شهرين.



تقليدية مختلفة تشمل صناعة النسيج، التي تعبر عن أصالة التراث الثقافي الجزائري، وأهم هاته المنتجات الزربية والبرنوس والقندورة، التي تميزت بها بعض مناطق البلد كبوسعادة، بسكرة، واد سوف، غرداية، منطقة الأوراس والجلفة، تبين هذه المنتجات ذوق وخصوصية كل منطقة من خلال طريقة الصنع، الألوان والأشكال المستخدمة.<sup>(1)</sup>

وهناك صناعة الحلبي من الذهب والفضة التي تحمل رسومات ونقوش وأشكال متنوعة تبرز خصوصية الصناعة التقليدية للجزائر، اشتهرت بهذه الصناعة منطقة الأوراس، القبائل الكبرى، الصحراء، قسنطينة وتلمسان.<sup>(2)</sup>

تزرع الجزائر أيضا بفن الطرز الذي يعد من الصناعات التقليدية المتجددة في العديد من مناطق البلاد التي اشتهرت به، واتخذته مصدر رزق<sup>(3)</sup>، كما عرف المجتمع الجزائري صناعة الفخار منذ البعيد، حيث تتميز منتوجاته تحف ونقوش ترمز إلى تاريخ هذا المجتمع، وإلى عاداته وتقاليد، من خلال الأشكال والألوان والرسومات التي تحملها القطع الفخارية، من أهم المناطق التي عرفت بصناعة الفخار الأوراس والقبائل الكبرى، الصحراء، شنوة وندرومة.

من ميزات الصناعات التقليدية أنها:<sup>(4)</sup>

- توفر مناصب عمل بأموال محدودة.
- إعتماؤها على الموارد المحلية.
- منبع للتنمية المواهب والإبتكارات والإبداعات الفردية.
- مرونتها في الإنتشار الجغرافي ومنها تحقيق التنمية المتوازنة بين القرية والمدينة.
- تكيفها مع حاجات السوق.
- مساهمتها في رفع مستوى الإدخار والإستثمار.

(1) سعد الله، مرجع سابق، ص 359، 360.

[www.majliselouma.dz](http://www.majliselouma.dz)

(2) الجمهورية الجزائرية، مجلس الأمة، الحلبي والصياغة

[www.majliselouma.dz](http://www.majliselouma.dz)

(3) الجمهورية الجزائرية، مجلس الأمة، الطرز

(4) محمد مفكر، الصناعة التقليدية في الوطن العربي، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، المغرب

تظل الصناعة التقليدية جزءا مهما من الثقافة المادية في التراث الشعبي، لأنها مرتبطة بالحياة اليومية للمجتمعات، ووسيلة ربط وتلاحم بين مختلف الحضارات المتعاقبة، إذ أنها تعتبر همزة وصل حضارية على مر العصور، لذا يستوجب أفرادها بمكانة سامية في استراتيجيات التنمية المحلية، ودراسة آليات وطرق من شأنها إبراز أهميتها وموقعها، لجعلها قادرة على التنافس في السوق المحلية والدولية.

بالنسبة للتظاهرات الثقافية، فإنها تعتبر من الموروثات الحضارية التي يتمسك بها الجزائريون وحافظوا عليها طيلة حقبة زمنية متعاقبة.

**المهرجانات والمنتديات الصحراوية:** نشطت السياحة الصحراوية في الجزائر بعد عام 2003، أثر إشتتباب الأمن النسبي، لذا جرى إقامة الكثير من المهرجانات منها:

- مهرجان السياحة الصحراوي الأول في تمنراست 2005، والثاني في بسكرة 2006، والمهرجان الوطني الثالث للسياحة الصحراوية في تاغيت 2007.

- المنتدى السياحي العربي في غرداية 2006: كان هدفه التوفيق بين السياحة مع احترام خصوصية المناطق والحفاظ على الطابع الإيكولوجي، وتراث الأماكن السياحية، وقيم أهلها واختيرت مدينة غرداية مركزا له، لأنها أصبحت قبلة المنظمات المهتمة بسياحة الصحاري، لما تتميز به من تراث قيم وباعتبارها بوابة الصحراء<sup>(1)</sup>.

- وكذا المهرجان السياحي الصحراوي في مدينة تامنغاست في الجنوب الصحراوي، وكان هدف هذه المهرجانات، والمنتديات إبراز المنتج السياحي الجزائري الصحراوي والعمل على تفعيله، مع التركيز على خصوصية الصحراء الجزائرية الطبيعية والبشرية والبيولوجية.

وهناك مقومات أخرى جديرة بالذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

\* **المواصلات:** تعد المواصلات من بين أهم العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل لما للمواصلات والنقل بشكل خاص من ترابط وثيق، أما الصناعة السياحية فلا يمكن الحديث عن صناعة سياحية دون نقل، وتحتوي الجزائر على:

(1) المرجع نفسه، ص ص 187-188.

\* **النقل الجوي:** عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا، إذ نجد 31 مطارا موزعا عبر كامل التراب الوطني أغلبها مطارات دولية، و تغطي شركة الخطوط الجوية 35 محطة عبر أوروبا وإفريقيا والشرق الأوسط، كما تغطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية، والمناطق الساحلية<sup>(1)</sup>.

\* **النقل البري:** يبلغ طول شبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كيلومتر منها:

- الطرق الوطنية: 22000 كيلومتر.

- الطرق الولائية: 26000 كيلومتر.

- الطرق الثانوية: 42000 كيلومتر.

\* **الطرق المنجزة:** 3200 كيلومتر وهي خصيصا للطريق السيار شرق غرب، كما تبلغ شبكة السكك الحديدية 4200 كيلومتر تتكون من:

1435 كيلومتر شبكة عادية.

1055 كيلومتر شبكة ضيقة.

305 كيلومتر شبكة مزدوجة.

299 كيلومتر شبكة كهربائية.

\* **الإتصالات:** عرف قطاع الإتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الإتصالات السلكية واللاسلكية، إذ أصبح الهاتف وشبكة الأنترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام ADSL فيها ما يقارب 5 ملايين مترك في سنة 2005 بنسبة 90%، و 2 مليون مشترك لاتصالات الجزائر في نفس السنة، و يبلغ عدد المشتركين في الهاتف النقال 65.8 من عدد المشتركين في الهاتف الثابت، وقد شملت التغطية مشتركين أوراسكوم واتصالات الجزائر كل ولايات الوطن، ومعظم الطرق الوطنية وذلك إلى غاية عام 2005، وهناك جهد من طرف المتعامل الثالث بلوغ ذات الأهداف، كما ساهم إنجاز مشروع 500 ألف خط من طرف إتصالات الجزائر في سنة 2004، إلى رفع مستوى العرض ومستوى الخدمات، كما أعطى بداية للمنافسة من خلال المكالمات أو الخدمات المقدمة، وقد تم رصد 95 رخصة تم اعتمادها لتزويد 4000

(1) المرجع نفسه، ص 15.

فضاء الأنترنت بدلا من 100 في سنة 2000، كما سمح المزودون بإنشاء 2000 موقع للأنترنت بدلا من 20 موقع عام 2000، وربط 700 ألف متصفح للشبكة مقابل 10 آلاف خلال ذات السنة<sup>(1)</sup>.

من خلال ما سبق يمكن استخلاص، أن الجزائر جوهرة طبيعية، تاريخية، وحضارية، كما أنها كنز يمكن استغلاله في السياحة لقدرته على تقديم منتج سياحي متكامل ومتنوع، غني بالأنشطة الملائمة للمقومات السياحية التي تحويها البلاد.

### المطلب الثاني: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في المغرب

يتميز المغرب بثروة هائلة من المقومات الطبيعية التي تجعله بلدا سياحيا هاما، إلى جانب ذلك فهو يترفع على كم هائل من المقومات السياحية التاريخية والحضارية، التي لا تقل قيمة عن غيرها من المقومات السياحية، وهي تدل على أصالة الحضارة المغربية التي ترجع إلى عصور غابرة. من أهم هذه المقومات المدن السياحية والمواقع التاريخية، المتاحف والتراث الثقافي الشعبي.

### أولا: المدن السياحية والمواقع التاريخية

تعود جذور التراث الثقافي والتاريخي للمغرب إلى ما قبل التاريخ إبتداء من العصر الحجري، من أهم المآثر التاريخية التي تتميز بها هذه الفترة مقالع طوما\* التي يرجع تاريخها إلى 400 ألف سنة قبل الميلاد وجبل يغود الذي تم اكتشاف حفريات به تعود لبقايا أول إنسان عاقل، عثر عليه بمنطقة الشرق الأوسط، وهناك دار السلطان 2 التي يعود تاريخها إلى العصر الحجري، أين تم العثور على بقايا جمجمة إنسان عاقل سنة 1975<sup>(2)</sup>.

(1) عبد القادر هدير، مرجع سابق، ص ص 143-144.

\* تقع مقالع طوما جنوب غرب الدار البيضاء على بعد حوالي 8 كلم. ترجع أهمية هذه المقالع إلى مجموعة من الإكتشافات التي تمت بها، حيث تم العثور على بقايا ما يسمى "بالإنسان القائم" (فك سفلي، عظام الجمجمة وفك علوي)، وكذلك على أدوات حجرية ترجع إلى الفترة الأشولية وبقايا عظام الحيوانات. ترجع هذه البقايا إلى حوالي 400.000 قبل الآن وقد أثبتت أعمال التنقيب بموقع طوما1 في عام 1986 إلى أن مجموعة من الأدوات تعود إلى العهد الأشولي القديم وترجع إلى حوالي 700.000 سنة. هذه الأدوات هي إحدى العلامات الذي تدل على أن استيطان الإنسان بالمغرب يرجع إلى حوالي بداية العهد البليوستوسين الأوسط.

(2) <http://www.tourisme.gov.ma>

تشمل مغارة تافوغالت\* بقايا الهياكل العظمية والأدوات الحجرية، وحلي وبقايا عظام الحيوانات، كما توجد أيضا نقوش صخرية، إذ تعتبر المغرب من بين الدول الغنية بهذا النوع من النقوش المنتشرة في بعض مناطقها، مثل: جبال الأطلس، المناطق الصحراوية وشبه الصحراوية.

من أهم مواقعها أوكيمدن وباكورت وغات، ومواقع أخرى تتميز بها المغرب والتي تعكس حضارتها العريقة.

تحتوي المغرب على مواقع أثرية ترجع إلى ما قبل الإسلام، منها موقع نمودة (تعود تسمية هذا الموقع إلى نقش لاتيني عثر عليه بهذا الموقع)، وكذا موقع كوطا على بعد 10 كيلومتر جنوب مدينة طنجة في منطقة محاذية لمغارات هرقل وأشقار، يمثل الموقع مركب صناعي خاص بتعليق السمك عرف هذا النشاط تقدما كبيرا في عهد الملك يوبا الثاني وابنه بتوليمي، مما أدى إلى ظهور صناعات أخرى كاستخراج مادة الملح ومادة التلوين الأرجوانية التي جسدت شهرة يوبا الثاني<sup>(1)</sup>.

- موقع الأقواس الأثري الذي يشمل حفريات لبقايا أثرية تم الكشف عنها من آثار تجمع سكني وأخرى لمصانع الخزف، يعود تاريخها إلى الفترة البونية المورية خلال القرن السادس والقرن الأول قبل الميلاد.

- موقع زليل الذي يعتبر إحدى المستعمرات الثلاثة للإمبراطور الروماني أغسطس في المملكة المورية ما بين 33 سنة و35 سنة قبل الميلاد.

- موقع موكادور الذي يوجد قرب مدينة الصويرة، وهو عبارة عن جيزة صغيرة، تمثل أهم المواقع الفنيقية غرب البحر الأبيض المتوسط.

ومواقع أخرى كثيرة لها أهميتها الحضارية والتاريخية في التراث المغربي منها موقع وليلي الذي تم تسجيله كتراث عالمي عام 1997، ويعد من المدن الرئيسية لموريتانيا الطنجية التي بنيت في القرن الثالث قبل الميلاد.

\* تقع مغارة تافوغالت بالمغرب الشرقي، على بعد حوالي 55 كلم شمال غرب وجدة. إنطلقت الحفريات الأثرية بهذا الموقع منذ سنة 1951، من طرف مجموعة من الباحثين الأجانب وذلك بتعاون مع المغرب، وقد أسفرت عن مجموعة من النتائج المهمة وأثبتت تعاقب مجموعة من الحضارات على الموقع وذلك منذ العصر الحجري القديم الأوسط. وتبقى أهم حضارة يعرف بها موقع تافوغالت هي الحضارة "الإيبيروموريسية"، والتي أثبتت نتائج التأريخ تواجدها بالموقع بين 21.900 و10.800 قبل الفترة الحالية. يتميز هذا الموقع بأهمية اللقى الأثرية والمتمثلة في مجموعة من الهياكل العظمية والأدوات الحجرية والعظمية وكذلك الحلي وبقايا عظام الحيوانات. اكتشف مؤخرا فريق من الباحثين مجموعة جديدة من الحلي تعتبر الأقدم في العالم.

(1) Ibid

وجدير بالذكر أن النشاط السياحي الرسمي في المغرب تركز، خلال عقود، على الموروث الثقافي الذي تعرضه المدن العتيقة الغنية بمآثرها التاريخية وصناعاتها التقليدية وثقافتها الشعبية فهذه فاس، أول مدينة إسلامية في بلاد المغرب، تعتبر متحفا مفتوحا ينبض بالتاريخ، يضم جامعة القرويين\* العريقة وسلسلة من الأسواق التقليدية والفنادق التاريخية. وهذه مراكز الحمراء تتوسطها صومعة الكتبية، ويثير اهتمام زوارها قصر البديع واستراحة المنارة وحدائق أكدا، علاوة على عالم الصناعة التقليدية المتنوع. لكن قلبها النابض يبقى ممثلا في ساحة "جامع الفنا" التي صنفها هيئة "اليونيسكو" تراثا إنسانيا عالميا للآداب والفنون الشفوية، والتي تعتبر فضاء مفتوحا للفرجة الشعبية الأصيلة بمختلف أشكالها وألوانها.

وليس صدفة أن يتم اختيار مراكز لاحتضان المهرجان الوطني للفنون الشعبية وهذه مكناس والرباط وسلا، وهذه مدينة طنجة التي الرائعة الملقبة بعروس الشمال والمطلية على البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلنطي وقبلها تارودانت، قطع من التاريخ العريق تفتح أبوابها ومكتباتها ومتاحفها وقلاعها للسائح المتعطر للمعرفة، وقد أقر المؤتمر العام لليونسكو في دورته السابعة عشرة بباريس في 16 نوفمبر 1972 الإتفاقية المتعلقة بحماية التراث العالمي الثقافي، والطبيعي، تسعى هذه الاتفاقية إلى المحافظة للأجيال القادمة على الشهادات الطبيعية والثقافية التي لها قيمة عالمية واستثنائية، صادق

---

\* جامعة القرويين بمدينة فاس بالمغرب هي أقدم جامعة في العالم لا زالت عاملة إلى الآن بدون انقطاع حسب اليونسكو وموسوعة غينيس للأرقام القياسية والعديد من المؤرخين تُعد الجامعة مؤسسة تعليمية تابعة لجامع القرويين الذي قامت ببنائه السيدة فاطمة بنت محمد الفهري القيرواني عام 245 هـ/859م، وقد بدأت الجامعة بعد بناء الجامع مباشرة على شكل دروس وحلقات علم تعقد فيه، في مدينة فاس المغربية. تعتبر جامعة القرويين أيضا أول مؤسسة علمية إخترعت الكراسي العلمية المتخصصة والدرجات العلمية في العالم.

تخرج فيها علماء الغرب، وقد بقي الجامع والجامعة العلمية الملحقة به مركزا للنشاط الفكري والثقافي والديني قرابة الألف سنة. درس فيها سيلفستر الثاني (غريبرت دورياك)، الذي شغل منصب البابا من عام 999 إلى 1003م، ويقال أنه هو من أدخل بعد رجوعه إلى أوروبا الأعداد العربية، كما أن موسى بن ميمون الطبيب والفيلسوف اليهودي قضى فيها بضع سنوات قام خلالها بمزاولة التدريس في جامعة القرويين.

درس فيها الفقيه المالكي أبو عمران الفاسي وابن البنا المراكشي وابن العربي وابن رشيد السبتي وابن الحاج الفاسي وابن ميمون الغماري، زارها الشريف الإدريسي ومكث فيها مدة كما زارها ابن زهر مرات عديدة ودون النحوي ابن أجروم كتابه المعروف في النحو فيها، ولقد اشتهر من فاس جماعة من أهل العلم ونسبوا إليها منهم أبو عمرو عمران بن موسى الفاسي فقيه أهل القيروان في وقته. وأبو العباس أحمد بن محمد بن عثمان الشهير بابن البناء وهو أشهر رياضي في عصره، وأبو بكر محمد بن يحيى بن الصائغ الشهير بابن باجة وكان ممن نبغوا في علوم كثيرة منها اللغة العربية والطب وكان قد هاجر من الأندلس وتوفي بفاس. ومن العلماء الذين أقاموا بفاس ودرسوا بجامعتها ابن خلدون المؤرخ ومؤسس علم الاجتماع، ولسان الدين بن الخطيب، وابن عربي الحكيم وابن مرزوق.

المغرب على هذه الإتفاقية في 28 أكتوبر 1975، وانتخب عضوا في لجنة التراث العالمي سنة 1995 وعضوا بمكتب التراث العالمي سنة 1996 وله ثمانية ممتلكات مسجلة في لائحة التراث العالمي وهي<sup>(1)</sup>:

❖ **المدينة العتيقة لفاس مسجلة سنة 1981**: شيدت مدينة فاس في القرن التاسع الميلادي، ولقد عرفت ازدهارا كبيرا خلال القرن 14، تحت حكم السلطة المرينية، ثم خلال القرن 17، إلا أنه عندما جعلت فرنسا من مدينة الرباط عاصمة للمغرب سنة 1912 تقلصت أهميتها السياسية لكنها حافظت على دورها الديني والثقافي والذي يبرز جليا في مسجد القرويين والمسجد الأندلسيين المتواجدين في قلب مدينة العتيقة<sup>(2)</sup>.

❖ **المدينة العتيقة لمراكش مسجلة سنة 1985**: بنيت مدينة مراكش سنة 1071-1072 وكانت عاصمة للدولة المرابطية ثم للدولة الموحدية، تضم المدينة العتيقة عددا هائلا من المآثر التاريخية الأسوار وأبوابها، جامع الكتبية ومنارته التي تبلغ 77 متر من العلو، قبور السعديين وكذا المنازل التقليدية القديمة.

❖ **قصر آيت بن حدو مسجل سنة 1987**: "القصر" هو عبارة عن تجمع بنايات تقليدية شيدت من الطين وأحيطت بالأسوار، ويعتبر قصر آيت بن حدو، بهندسته المتميزة، نموذجا للسكن التقليدي بالجنوب المغربي.

❖ **المدينة التاريخية لمكناس مسجلة سنة 1996**: شيدت في القرن الحادي عشر من طرف المرابطين لتكون مؤسسة عسكرية، بعد ذلك أصبحت عاصمة للبلاد في عهد المولى إسماعيل (1672-1727) مؤسس الدولة العلوية، وقد جعل منها مدينة متميزة ذات طابع إسباني- موريسكي محاطة بأسوار عالية تتخللها أبواب عظيمة تمثل مزيجا متناسقا يجمع بين مميزات العمارة الإسلامية والعمارة الأوربية في المغرب العربي خلال القرن السابع عشر<sup>(3)</sup>.

❖ **الموقع الأثري لوليلي مسجل سنة 1997**: كانت وليلي تعد من المدن الرئيسية لموريتانيا الطنجية، بنيت في القرن الثالث قبل الميلاد، ثم أصبحت مركزا هاما في عهد الإمبراطورية الرومانية حيث أقيمت بها عدة مآثر متميزة لازالت شامخة في أحضان منطقة خصبة، بعد ذلك أصبحت وليلي، ولمدة قصيرة، عاصمة لإدريس الأول مؤسس الدولة الإدريسية، وبعد وفاته دفن في مكان قريب منها.

(1) <http://www.minculture.gov.ma>

(2) <http://www.tourisme.gov.ma>

(3) Ibid

❖ **المدينة العتيقة لتطوان (تيطاوين قديما) مسجلة سنة 1997:** عرفت مدينة تطوان أهمية كبرى خلال الفترة الإسلامية، حيث كانت تمثل ابتداء من القرن الثامن عشر منعطفا رئيسيا بين المغرب والأندلس، بعد الاحتلال، أعيد بناؤها من طرف المغاربة الذين طردوا من الأندلس، وهذا ما جعل التأثيرات الأندلسية بارزة جليا في الهندسة المعمارية والفنون بصفة عامة، وتعتبر المدينة العتيقة لتطوان من أصغر المدن العتيقة المغربية وأكملها إذ انفردت ببعدها عن التأثيرات الخارجية.

❖ **المدينة العتيقة للصويرة (موكادور قديما) مسجلة سنة 2001:** تعتبر نموذجا فريدا لمدن القرن السابع عشر المحصنة، شيّدت شمال إفريقيا وفقا للأسس الهندسية العسكرية الأوروبية لذلك العصر، اعتبرت منذ تأسيسها ميناء تجاريا دوليا يربط المغرب والصحراء بأوروبا وباقي العالم.

❖ **الفضاء الثقافي لساحة جامع الفنا مسجل سنة 2001:** يرجع تاريخ ساحة لفنا إلى عهد تأسيس مدينة مراكش سنة (1070-1071)، ومنذ ذلك التاريخ وهي تعد رمزا للمدينة، يفتخر بحيويتها وجاذبيتها كل من مر منها من المسافرين، تعد ساحة لفنا القلب النابض لمراكش، حيث وجدت وسط المدينة يحج إليها السكان والزوار ويستعملونها مكانا للقاءات، ويتواجد بها رواة الحكايات الشعبية، والبهلوانيون، والموسيقيون والراقصون وعارضو الحيوانات وواشحات الحناء.

❖ **المدينة البرتغالية مازاغان (الجديدة) مسجلة سنة 2004:** تعد مازاغان المدينة البرتغالية مثالا متميزا يجسد التأثيرات المتبادلة بين الثقافات الأوربية والمغربية، وهي من أولى المراكز التي استوطنها المستكشفون البرتغاليون بإفريقيا الغربية في طريقهم إلى الهند، وتتجسد هذه التأثيرات بوضوح في الهندسة والتخطيط العمراني، كما تشكل مازاغان مثالا متميزا للمدن البرتغالية المحصنة التي تتبلور من خلالها أفكار عصر النهضة وتقنيات العمارة البرتغالية.<sup>(1)</sup>

❖ **موسم طانطان مسجل سنة 2005:** تاريخ التسجيل كتراث عالمي، سجل موسم طانطان بلاتحة التراث العالمي الشفاهي، والغير المادي من طرف منظمة اليونسكو سنة 2005، ويعتبر موسم طانطان تجمعا سنويا لعدة آلاف من الرحل الذين ينتمون لقبائل صحراوية مغربية تتميز بتنوع وغنى مكوناتها الثقافية، وهو ما يجعل من هذا الموسم شهادة حية تستحق الحماية ورد الاعتبار لها كتراث شفاهي للإنسانية، هذا الموسم هو سفر عبر التراث والثقافة الصحراوية، ويشهد على تشبث سكان المناطق الجنوبية بأصولهم وتقاليدهم.

(1) <http://www.tourisme.gov.ma>



شهد المغرب في السنوات العشر الأخيرة تضاعف عدد المهرجانات الفنية، حيث ازدحمت الساحة الثقافية عن آخرها، وحقت فائضاً مادياً ورمزياً غير مسبوق، فمن مهرجانات الإحتفال بالثقافة الشعبي الشفوي إلى مهرجانات الإحتفال بالفرس والجمال والسحر.

ينظم المغرب مهرجانات كثيرة بمستوى دولي رفيع، كما أن هذه الأخيرة اكتسبت شيئاً فشيئاً صفة عالمية متزايداً، وربما تكفي الإشارة إلى مهرجان موازين بالرباط الذي عرف مشاركة موسيقية من أربعين بلداً، كما صرح مدير المهرجان بأن التجهيزات التقنية التي تم اعتمادها "مطابقة للمعايير الدولية"، وقد نجح المهرجان في تقديم ما يفوق مئة عرض موسيقي من خمس منصات كبرى، غير أنه اختتم في دورة 2009، بمأساة مقتل أحد عشر شخصاً وجرح أربعين من جراء التدافع في حفل المطرب الشعبي عبد العزيز الستاتي الذي حضره أكثر من سبعين ألف متفرج، كما استطاع المهرجان الدولي "كناوة" بالصويرة أن يستقطب اهتماماً دولياً كبيراً، وقد ورد في بعض التقارير أنه عرف حضور أربع مئة ألف زائر في دورته الحادية عشرة سنة 2008، وهو المهرجان الذي يحظى برعاية ابن الصويرة المستشار الملكي أندري أزولاي.

أما مهرجان "تيمتار" في أكادير، فقد تم تنظيم دورته الخامسة تحت شعار "موسيقى العالم"، وقد لفت انتباه الجمهور، ووسائل الإعلام كما استطاع تقديم أكثر من خمسين عرض موسيقي من مختلف مناطق العالم واستقطاب بعض الفنانين المشهورين بعروضهم الفنية الجيدة<sup>(1)</sup>.

أما بخصوص تسيير المهرجانات المنظمة من طرف وزارة الثقافة، فإن أهم تغيير ملاحظ هو تفويضها إلى المديرية الجهوية، وذلك من خلال البرمجة والتنظيم كمرحلة أولى في انتظار تفويت ميزانياتها جهوياً في مرحلة قادمة، ويبقى المهرجان الوطني للمسرح بمدينة مكناس المهرجان الوحيد الذي يتم تنظيمه مركزياً مع لتنسيق مع المديرية الجهوية لوزارة الثقافة بجهة مكناس تافيلالت.

وعلى غرار المهرجانات الموسيقية، فقد شهدت السنوات الأخيرة ظاهرة مثيرة للانتباه هي الكم الهائل من المهرجانات خصوصاً الدولية منها، فعلى سبيل المثال عرف المغرب سنة 2008 تنظيم مهرجانات وطنية ودولية من جميع الأصناف الفنية نذكر منها:<sup>(2)</sup>

- المهرجان السينمائي الدولي حول "السينما والهجرة" في أكادير.

(1) <http://www.tourisme.gov.ma>

(2) Ibid.

- المهرجان الدولي للفيلم الفرنكوفوني في مدينة آسفي.
- مهرجان تطوان لسينما بلدان المتوسط.
- المهرجان الدولي لسينما الفيديو بالدار البيضاء.
- المهرجان الوطني الأول لسينما الشباب.
- المهرجان السينمائي الدولي لفيلم حقوق الإنسان بالرباط.
- مهرجان المحمدية الدولي للفيلم القصير.
- مهرجان الفيلم القصير المتوسطي في مدينة طنجة.
- المهرجان الدولي للسينما في مدينة العيون.
- مهرجان سينما المؤلف بالرباط.
- مهرجان الفيلم القصير والوثائقي للمغرب وإسبانيا ودول أمريكا اللاتينية.
- مهرجان السينما الإفريقية بمدينة خريبكة.
- مهرجان مراكش الدولي للسينما.
- المهرجان الوطني للفيلم بمدينة طنجة.

### ثانيا: المتاحف

❖ **برج الشمال أو البرج الشمالي:** هو متحف للأسلحة التقليدية في مدينة فاس المغربية، مساحته حوالي 2250 متر مربع، كان ولا زال هذا البرج أحد أكبر نقاط المراقبة لمدينة فاس، كما أنه كان أكبر مصنع للمدافع التقليدية في العالم.

بالقرب من البرج الشمالي شيد أمراء المغرب قديما مصلاة للمسلمين تستعمل عادة أيام عيدي الأضحى والفطر، بني هذا الحصن الذي يتواجد شمال فاس البالي سنة 1582م من طرف السعديين، بأمر من السلطان أحمد المنصور، ويستمد تصميمه من القلاع البرتغالية التي تعود إلى القرن 16م. ويحتضن حالياً ومنذ سنة 1963 متحف الأسلحة، ويحتوي على ما يقارب 5000 قطعة، هذا بعدما كان يستخدم كمؤسسة سجنية خلال فترة الحماية الفرنسية.

❖ **حدائق الماجوريل في مدينة مراكش في كليز:** وتسمى الماجوريل نسبة إلى اسم بانيها الرسام الفرنسي جاك ماجوريل الذي بدأ تأسيسها سنة 1924، وفي سنة 2017 أقدم الرسام الفرنسي على صباغة مباني الحديقة بلون أزرق ناصع وهو ما فاجئ سكان المدينة الحمراء، فيما بعد تعرض الرسام الفرنسي لحادث سير، نقل على إثره لفرنسا حيث مات هناك، الآن أصبح المكان أحد أهم معالم مدينة مراكش السياحية، حيث تم تحويل المبنى المحاط بالحديقة إلى متحف للفنون الإسلامية وتحتوي الحديقة على نباتات وأزهار نادرة قادمة من القارات الخمس خصوصا مختلف أنواع نبات الصبار<sup>(1)</sup>.

❖ **دار المخزن (أو قصر السلطان) في طنجة بالمغرب:** كانت مقر الإقامة لسلطين المغرب عندما يحلّون في طنجة، بنيت دار المخزن من قبل مولاي إسماعيل في القرن 17 ميلادي، في القصبية، وهي واحدة من أعلى النقط بطنجة، المطلّة على المدينة القديمة ومضيق جبل طارق، يتم استخدامه حاليا كاثنتين من المتاحف، متحف الفنون المغربية ومتحف الآثار<sup>(2)</sup>.

كانت دار المخزن قصرا لمولاي حفيظ، آخر سلاطين المغرب قبل استعمارهم، وقد أجبرته قوى الحماية الفرنسية في المغرب على المنفى في دار المخزن، وعلى التنازل عن عرش المغرب، رحل السلطان مع كامل حريمه، عبيده وأفراد الصيانة حيث تألف حشده من 168 شخصا، وبقي في هذا القصر بينما تولى شقيقه مولاي يوسف السلطة بعد معاهدة فاس، توجد دار المخزن بالجزء الشرقي لقصبية طنجة وهي عبارة عن قصر أقيم بموقع أوردت ذكره المصادر الرومانية، وأشار إليه الإخباريون العرب عند حديثهم عن بناء قصر أندلسي بالقصبية يعود إلى القرن الثاني عشر، وبنفس المكان بنيت على التوالي إقامة الحاكم البرتغالي 1661-1471 والقصر العالي الإنجليزي 1684-1662، تفيد النقيشة التي عثر عليها بدار البخاري، داخل أحد المرافق الجانبية للقصر، أن البناء يعود إلى الباشا أحمد بن علي الريفّي سنة 1157هـ/1738م<sup>(3)</sup>.

طرأت على القصر مجموعة من التغييرات والإصلاحات مع السلاطين العلويين عندما اتخذوه مركزا للحكم ومقرا لإقامتهم بطنجة، ولعل أهم هذه الإصلاحات تعود إلى أوائل القرن التاسع عشر مع السلطان مولاي سليمان، وبعده مولاي الحسن الأول سنة 1889، يحتوي القصر على ساحتين تتوسطانه، وزينت سقوف القصر بزخارف خشبية، والنوافير ورخام والأرابسك. بعض الأعمدة المستخدمة في البناء

(1) <http://www.tourisme.gov.ma>

(2) <http://www.culture.gov.ma>

(3) <http://tourisme.gov.ma>, Op.Cit.

هي من أصل روماني، كما يضم بهوا واسعاً محاط بأعمدة رخامية مزينة بتيجان مركبة تنتصب في وسطه نافورة من الرخام الأبيض.

❖ **متحف القصبة المتواجد في قلب دار المخزن:** هو معرض يهدف إلى التعريف بالحضارات التي تعاقبت على مدينة طنجة ومجالها، ويتكون المعرض من ثلاثة أقسام تنتظم وفق التصميم الهندسي للقصر، وهو يعطي صورة عن الدور التاريخي الذي لعبته منطقة شبه الجزيرة الطنجية في الربط بين أفريقيا وأوروبا بحكم موقعها الجغرافي الذي أهلها لتكون أرض لقاء وتبادل بحوض البحر الأبيض المتوسط.

❖ **رواق الفن المعاصر محمد الدريسي:** هو متحف للفنون المعاصرة يقع بطنجة في المغرب، تُعرض به مجموعة من اللوحات التشكيلية لفنانين مغاربة، توجد بالمتحف ستة قاعات تمثل التطور الذي عرفه الفن المعاصر بالمغرب، أُحدث متحف الفن المعاصر بمدينة طنجة سنة 1990، ويبلغ الجناح المخصص للمعرض الدائم 276 متر مربع، موزعة على بهو وخمس قاعات إضافة إلى حديقة مصممة على الطراز الهندسي البريطاني.

كما تعتبر بناية المتحف إحدى المعالم العمرانية الفريدة بطنجة، حيث شيدت سنة 1898 على الطراز الهندسي البريطاني لتستجيب لمتطلبات البروتوكول على اعتبار أن المبنى كان مقراً للقتل العام البريطاني بالمغرب، فكان لزاماً أن يجمع بين المتانة ورونق وجمالية التصميم والهندسة، وتبلغ مساحة العرض حوالي 270م على علو قدره 5 أمتار، سقفاها من الخشب المغلف بسقف مستعار من الجبس المنقوش مكسوة ببلاط من الخشب الأخضر.

يضم المتحف مجموعة مهمة من أعمال التشكيليين المغاربة، ويعطي بانوراما عن الحركة التشكيلية المعاصرة بالمغرب ويساير الأشواط التي قطعتها بدءاً بأعمال رواد الجيل الأول الذين عبروا الطريق أمام ظهور فن تشكيلي مغربي في أعمال مرحلة الخمسينات التي تقاسمها اتجاهان، أولهما يمثل المعهد الوطني للفنون الجميلة بتطوان، والثاني تمثله المدرسة العليا للفنون الجميلة بالدار البيضاء، ثم مرحلة الستينات التي أعلنت عن ولادة جيل جديد أحدث القطيعة مع مخلفات الفترة الإستعمارية، كما يضم المتحف أشكال ذات نزعة فطرية لفناني مرحلة السبعينات.

❖ **قصر دار الجامعي:** متحف بمكناس بالمملكة المغربية، شيد خلال القرن التاسع عشر للميلاد، هذا المعلم تحول إلى متحف منذ 1920م، تحت اسم "متحف الفنون المحلية" لتُعاد تسميته بمتحف دار

الجامعي، من معروضاته فن الخشب بنوعيه المنقوش والمصبوغ، خشب الهندسة المعمارية، وخشب الأثاث المنزلي، اللباس التقليدي وبعض الأحزمة الحريرية النفيسة، كذلك جناح على الطابع الأندلسي تتخلله ممرات من الزليج وبكشك خاص بالعازفين والمنشدين.

شيد قصر "دار الجامعي" عام 1299هـ/1882م، كما تؤرخ تلك النفیشة الجبصية الموجودة في قبة الإستقبال، ويعود الفضل في تشييد هذا القصر إلى الوزير الصدر محمد بن العربي الجامعي الذي عاصر السلطان المولى الحسن الأول، إتخذته السلطات الإستعمارية عند دخولها مدينة مكناس إبان الحماية مستشفى عسكرياً، وفي سنة 1916 تحولت دار الجامعي إلى مقر للفنون الجميلة، أما في سنة 1920، وضعت البناية كلها رهن إشارة مفتشية الفنون الجميلة التي قامت بدورها بإنشاء النواة الأولى للمتحف فأصبحت البناية تضم نواة متحفية ودار للصناعة التقليدية.

❖ **متحف البطحاء أو دار البطحاء:** هو متحف مغربي بمدينة فاس، أكمل بناء هذا القصر السلطان مولاي عبد العزيز سنة 1897م، مكملًا بذلك ما بدأه والده المولى الحسن، وهو عبارة عن إقامة صيفية معدة للإستقبالات الملكية، وقد تم تحويله سنة 1915م إلى متحف جهوي للفنون والعادات، تبلغ مساحة المتحف حوالي الهكتار ويتوفر على حوالي 6000 قطعة متحفية متنوعة من مخطوطات ولسطرلابات، وقطع نحاسية، وخشبية، وجبسية، إضافة إلى الرخاميات، والمسكوكات، والحلي، والألبسة، والمنسوجات، والزليج، والخزف.<sup>(1)</sup>

❖ **متحف تطوان الأثري:** متحف بمدينة تطوان في المغرب، يقع قرب ساحة الفدان؛ أي عند نقطة لقاء مدينة تطوان العتيقة بالحي الإسباني الجديد، تم تأسيسه سنة 1939 في مبنى شيد أساساً من أجل هذا الغرض، تعرض بهذا المتحف بقايا أركيولوجية مهمة تقرب من تاريخ شمال المغرب، اكتشفت معظمها عن طريق حفريات منتظمة أجريت بشمال المغرب ابتداء من بداية القرن العشرين.

يحتوي المتحف على بقايا أثرية غنية ومتنوعة، تتكون من مجموعات هامة من الخزف والأمفورات والفسيفساء والنقائش والنصب التذكارية وأجزاء هندسية ونحوتات من البرونز والمرمر وحلي ونقود عتيقة، كما يعرض أدوات حجرية وبقايا حيوانية وإنسانية تعود إلى فترة ما قبل التاريخ، عثر عليها بمواقع محلية أو جهوية مثل مغارة الغار الكحل، ومغارة كهف تحت الغار، ووادي مارتيل، وامزورة وتامودا، وليكسوس، وزليل، وطنجيس، والقصر الصغير.

(1) <http://www.culture.gov.ma>

❖ **متحف التاريخ والحضارات:** هو متحف للآثار ودراساتها بمدينة الرباط المغربية، أحدث المتحف في العشرينات من القرن الماضي، يقدم المتحف تاريخ المغرب مند فترات ما قبل التاريخ حتى الفترة الإسلامية وذلك بواسطة قطع مختلفة (أدوات الإنسان القديم، أدوات العصر الحجري الحديث، كتابات ليبية وبربرية، مجموعات رومانية برونزية ومرمرية وقطع خزفية إسلامية، كما تتوفر المتحف على أشهر التحف البرونزية خاصة رأس الملك جوبا الثاني ورأس كاطون وكذا التماثيل البرونزية الأخرى، ككلب ليلي، والصيد الشيخ.

❖ **شيد المتحف البلدي للتراث الأمازيغي بمدينة أكادير، للوقوف على مظاهر الثقافة المحلية بمنطقة سوس من خلال هذه المؤسسة المتحفية، تضم أروقة هذا المتحف مجموعة من المنتوجات والعناصر الإبداعية التي تعكس مستويات الإبداع الحرفي الأمازيغي في مختلف المجالات، سواء تعلق الأمر بأدوات الإستعمال اليومي المنزلي أو بوسائل الإستعمال الحرفي والإقتصادي، تأسست هذه المؤسسة الثقافية التي يشرف عليها المجلس البلدي لمدينة أكادير لتعريف بمكونات الثقافة الأمازيغية بجهة سوس بمختلف مناطقها، الحضرية والقروية، في هذا الجناح للثقافة الأمازيغية، نتعرف على هذه التشكيلة من المجوهرات والحلي المحلية، فمنطقة سوس اشتهرت بالإنتاج الحرفي الخاص بالمجوهرات خاصة في تيزنيت، وتافراوت، وتارودانت، وأيت بها وغيرها، وتختزل هذه المجموعة من الحلي أشكال ثقافية وتراثية أصيلة انتشرت في مختلف قرى وحواضر سوس منذ القديم الحرف الخاصة بإنتاج المجوهرات، نظراً لإنتشار عدد مهم من المناجم التي يُستخرج منها معدن الفضة، وتُجسد سياغة الحلي والمجوهرات في جهة سوس نشاط حرفي قديم إزدهر في المنطقة مند قرون من الزمن إلى جانب العديد من الأنشطة الحرفية الأخرى.<sup>(1)</sup>**

إذا كانت المجوهرات والحلي تُشكل عناصر إقتصادية في الكثير من الأحيان بالنسبة لسكان منطقة سوس، فإنها في نفس الوقت تعبر عن قيمة حضارية رمزية مهمة في هذه المناطق بالمغرب ولعل اختلاف الأشكال والنماذج يعكس كذلك اختلاف وتنوع الثقافة المحلية عند السكان في سوس، إن إنتشار الحرف التقليدية في منطقة سوس خاصة تلك المتعلقة بإنتاج المجوهرات والحلي الفضية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالخصائص الثقافية والأبعاد الاجتماعية، والإقتصادية لبنية المجتمع الأمازيغي في جهة سوس مند القدم تعرض أجنحة المتحف البلدي للتراث الأمازيغي بمدينة أكادير مختلف أوجه وأشكال الثقافة

(1) <http://www.tourisme.gov.ma>

الأمازيغية التي تكونت منذ آلاف السنين، خاصة هنا في منطقة سوس ومن خلال جولة قصيرة بين مرافق هذه المؤسسة نقف عند تجليات ورموز الثقافة المحلية الحرف التقليدية والعمارة المحلية وإنتاج الحلي والمجوهرات والزرابي والحياة الثقافية والعلمية بالمنطقة ساهمة في صياغة رصيد حضاري وثقافي يعكس تطور الثقافة الأمازيغية وتعدد مكوناتها وروافدها ويمثل غنى وتنوع الثقافة المغربية.<sup>(1)</sup>

❖ **متحف دار السي سعيد:** يقع بمدينة مراكش المغربية، من المنازل التقليدية الفاخرة بمدينة مراكش التي أنشئت في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، من طرف سعيد بن موسى الذي كان يمارس مهام وزير الحربية في عهد السلطان المولى عبد العزيز، تنتمي المجموعات المتحفية التي يحتضنها متحف دار السي سعيد المدينة مراكش، وكذا مناطق الجنوب خاصة منها مناطق تانسيفت والسوس، والأطلس الكبير والصغير وتافيلالت، وتتكون في الغالب من مجموعات خشبية وحلي وفخار وخزف وأسلحة تقليدية ومنسوجات وبعض اللقى الأثرية كما هو الحال بالنسبة لحوض المرمر الذي يرجع تاريخه للقرن الحادي عشر الميلادي.

❖ **متحف شفشاون الإثنوغرافي:** هو متحف إثنوغرافي بمدينة شفشاون شمال المغرب، يتكون من قاعتين رئيسيتين يتوسطهما بهو تنتظم حوله بعض الفضاءات الجانبية، مجموعات متحفية وقطعا فنية تمثل الثقافة المادية للمدينة ومحيطها القروي، تعكس خمسة قرون من التفاعل الحضاري والثقافي بين المجموعات القبلية المحلية جبالة/غمارة والعناصر الأندلسية واليهودية التي عمرت واستوطنت المدينة منذ نشأتها في الربع الأخير من القرن الخامس عشر.

❖ **متحف مراكش:** متحف في وسط مراكش، يقع بالقرب من مدرسة بن يوسف الدينية، الذي بني في نهاية القرن التاسع عشر من قبل مهدي منبهي، تم استعادة القصر بعناية من قبل مؤسسة عمر بنجلون وتحويله إلى متحف في عام 1997، المنزل في حد ذاته متحف يمثل العمارة التقليدية، يشمل على حد سواء فنون حديثة وتقليديه جنبا إلى جنب مع الفن المغربي، من كتب تاريخية، فخار، وقطع نقدية مغربية، الوصول إلى متحف مراكش غالبا ما يتم عبر الأزقة الملتوية التي قد تنطلق بك من ساحة جامع الفنا، مع ما يحيط بها من تحف أثرية تتجاوز في المكان وتقترب إلى بعضها البعض على صعيد الغنى الثقافي والمضمون الحضاري، أمثال قصر أكفاي ودار بلارج، ومدرسة بن يوسف على بعد خطوات، أما القبة المراكشية فتحفر أرضيتها لتربط العمق التاريخي للمدينة الحمراء بانتظار سياح حملتهم إلى المدينة

(1) وزارة السياحة، النقل البحري، الصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، برنامج التراث والموروث، المملكة المغربية، ص 2.

القديمة مآثر أسر حاكمة تعاقبت على حكم المغرب فشيدت الصوامع والقصور والمارستانات، وامتدت في الجغرافيات المحيطة بها انتصارات عسكرية وبنائات انتهت شاهداً على عظمة ماض زاهر.<sup>(1)</sup>

ويعود تاريخ قصر المنبهي، الذي صار يحمل اليوم اسم «متحف مراكش» إلى القرن التاسع عشر، وكان قد شيده المهدي المنبهي، وزير الدفاع على عهد السلطان مولاي عبد العزيز (1894-1908)، وكان المنبهي قد عمل بداية من عام 1901 سفيراً للمغرب لدى كل من ألمانيا وإنجلترا، قبل أن يقود في عام 1903، عبر محاولات متكررة، حملات المخزن (الحكم) ضد الثائر «بوحمارة»، لكن فشله في مهمته أفقده مكانته وحظوته لدى السلطان، وحين سيغادر مراكش في اتجاه طنجة، التي مات بها عام 1941، سيتحول القصر إلى ملكية صهره التهامي الكلاوي باشا مراكش الشهير.

وبعد استقلال المغرب، عام 1956، تحول القصر إلى ملكية الدولة المغربية، حيث سيحتضن أول مدرسة للبنات بمدينة مراكش، لكن القصر، نظراً لعدم الإعتناء به، سيفقد توهجه، لتغلق أبوابه سنوات طويلة، حتى جاءت لحظة تحويله إلى متحف.

وتميز قصر المنبهي بأنه شيد على نمط البنائات الحضرية المغربية على مساحة 2000 متر مربع، وكانت تنتظم غرفه الأربع حول صحن مكشوف، فضلاً على أنه كان يضم حماماً تقليدياً ودويرية ولسطيلاً، وكان الفناء الرئيسي للقصر، في الأصل، فضاءً مفتوحاً يضم أشجاراً مثمرة تنتظم حولها غرفه الأربع، بينها غرفتان متقابلتان، فيما كانت الأشكال المتنوعة من زليج وجبص وخشب تعكس أصالة وفتنة الفن المعماري المغربي الخالص، وهي أشكال صارت اليوم، تجذب انتباه الزوار، حيث تنسيهم لساعات ضحيج سيارات شارع جليز وصخب ساحة جامع الفناء، ومع تحويل القصر إلى متحف، تمت تغطية الصحن المكشوف وزين بثريا كبيرة يبلغ وزنها 1200 كيلوغرام.

ويعود فضل تحويل قصر المنبهي إلى متحف مراكش إلى عمر بن جلون، صاحب مؤسسة بن جلون، الذي كان محباً لجمع التحف النادرة من مخطوطات وكتب وحلي ومسكوكات ولوحات فنية وغيرها، وعمل بن جلون، في عام 1996، باتفاق مع وزارة الثقافة، على ترميم قصر المنبهي وتحويله إلى متحف أعطاه اسم مراكش، أعاد من خلاله كثيراً من الحركة الفنية والثقافية إلى قلب المدينة العتيقة، ولم يكتف بن جلون بترميم قصر المنبهي وتحويله إلى متحف، بل وقع مع وزارة الثقافة، في عام 1999،

<sup>(1)</sup> وزارة السياحة، النقل البحري، الصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، برنامج التراث والموروث، المملكة المغربية، ص 4.



إتفاقية تم بموجبها ترميم «القبة المرابطية»، التي تعود إلى القرن الثاني عشر الميلادي، ومدرسة بن يوسف، التي تعود إلى القرن السادس عشر الميلادي.<sup>(1)</sup>

وإذا كان الحمام التقليدي يؤرخ لجزء من أسرار البيوت والقصور والمسكن المغربية في ما سبق من تاريخ البلد، فإن الدويرية تتميز بأنها كانت تضم مطابخ القصر، ويقوم المتحف في شكله وهندسته على بهو ومقهى ومكتبة تفتح على باب تتصدره لوحة رخامية تؤرخ لتاريخ افتتاح المتحف، مع صورة تفصح عن ما بالداخل من روعة وجمال ونقوش وألوان، ومع أولى خطواته، عند مدخل المتحف مباشرة، تواجه الزائر عبارة باللغة الفرنسية تقول: "الثقافة، الموسيقى... كلها أشياء تمدنا بشيء من السعادة"، تماماً كما قال فولتير: "قررتُ أن أكون سعيداً لأن ذلك شيء جيد بالنسبة لصحتنا الجسدية والنفسية"، وبعد أن يجد الزائر نفسه مأخوذاً بما يؤرخ للفروسية العربية، من خلال بندقية تقليدية وسرج تقليدي بخيوط ذهبية وفضية يعود تاريخهما إلى نهاية القرن التاسع عشر، سيكون عليه أن يتهيأ لساعات من التيه بين تفاصيل معروضات المتحف وروعة المكان.<sup>(2)</sup>

وحتى يأخذ الزائر فرصته لكاملة في الجمع بين بهاء المشاهدة ومضمون ما يُعرض، تقترح عليه جدادات تعريفية خاصة، يتعرف من خلالها على تاريخ وشكل كل لون فني معروض، والواقع أن متحف مراكش، قبل أن يكون فضاء لعرض التحف، هو في الأصل وواقع الحال، معرض مستقل في حد ذاته، حيث نجول مع زخرفة وألوان تتقلنا لثقافة تعرف بالصانع التقليدي والفن المغربي، ويمكن القول إنه لوحة رسمت حيطاناً وجبساً وخشباً خلال القرن التاسع عشر.

وقال محمد الحسناوي، أحد المسؤولين عن متحف مراكش، لـ«الشرق الأوسط» إن الغالبية العظمى من زوار المتحف هم أجانب، مشيراً إلى أن «نسبة المغاربة الذين يزورون المتحف لا يتعدى واحداً في المائة، أما العرب فإن نسبتهم لا تتعدى واحداً في الألف، معظمهم جزائريون أو تونسيون»، والمفارقة، كما يقول الحسناوي إن «المغاربة المقيمون في الخارج، الذين يزورون المتحف، يقومون بذلك باقتراح من الأجانب، سكان بلاد المهجر، ممن سبق لهم أن زاروا المغرب، والذين غالباً ما يتحولون إلى مُعرفين بالثقافة المغربية للمغاربة المقيمين بالخارج، ممن بالكاد يستطيعون الإمام ببعض من ذاكرة بلدهم

<sup>(1)</sup> وزارة السياحة، النقل البحري، الصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، برنامج التراث والموروث، المملكة المغربية، ص 5.

<sup>(2)</sup> <http://www.culture.gov.ma>

التاريخية»، ولاحظ الحسناوي أن بعض المدارس المغربية الخاصة صارت تقترح زيارات على طلابها، تجعلنا بصدد فهم جديد يقوم على تربية الذوق الفني والحرص على زيارة المتاحف.<sup>(1)</sup>

ويرى الحسناوي أن تدني نسبة المغاربة الذين يزورون المتاحف والمنشآت الثقافية والمآثر التاريخية، هي مشكلة ثقافية أكثر منها مادية، «فالمغربي الذي يأتي لزيارة مراكش نهاية الأسبوع وخلال العطل مثلاً، قد ينفق 50 درهماً على الجلوس بمقهى من دون أن يفكر في زيارة متحف تكلفه عشرين درهماً، فقط»، وتوقف الحسناوي كثيراً عند الكيفية التي يتعامل بها الأجانب مع ما يُعرض في المتحف، قائلاً: «بعضهم قد يقضي ساعات متجولاً داخل المتحف، حتى أن منهم من يقف أمام لوحة أو تحفة أكثر من ربع ساعة من دون أن يمل مما يشاهده أو تنتقل عيناه إلى شكل فني آخر».

وجرت العادة أن ينظم متحف مراكش معارض مؤقتة حول محورين رئيسيين هما: الفن المعاصر، والتراث الثقافي المغربي الإسلامي، وهي معارض غالباً ما تكون ذات مواضيع محددة تتضمن أعمالاً وتحفاً من مجموعة مؤسسة عمر بن جلون ومجموعات عمومية وخاصة، بالإضافة إلى إبداعات الفنانين المعاصرين، وكما يمكن الإشارة إليه أيضاً إلى ما يتمتع به المغرب من المتاحف، زيادة على 16 متحفاً تابعاً لوزارة الثقافة، وخمسة متاحف تابعة لمؤسسات عمومية أو شبه عمومية أخرى، فإن المؤسسات الخاصة تملك بدورها 11 متحفاً تهم مختلف ميادين التراث المتحفي، هي:

• متحف النجارين بفاس الخشب (Bois).

• متحف فيلا الفنون (Villa des Arts) بالدار البيضاء (Arts contemporains)

• متحف الفن اليهودي بالدار البيضاء (ethnographique)

• متحف دار الغازي بسلا (ethno - archéologique)

• متحف "Majorelle" بمراكش (ethnographique)

• متحف مؤسسة عمر بنجلون بمراكش (ethno - archéologique et arts contemporains)

• متحف المفوضية الأمريكية بطنجة (ethnographique-peinture)

• متحف "Forbs" بطنجة (miniatures de guerriers)

(1) <http://www.culture.gov.ma>

•متحف مؤسّسة "Laurain" بطنجة (traditions judaïses)

•متحف الرسم بطنجة (peinture)

•متحف "Bert Flint" بمراكش (ethnographique)

وتجدر الإشارة هنا إلى أن المتاحف الخاصة تخضع لقانون 22.80 كما تمّ تنميته وتعديله بقانون 19.05 (الجريدة الرسمية عدد 5435 لـ15 يوليو 2006) الخاص بالمحافظة على المباني التاريخية، والمناظر، والكتابات المنقوشة، والتحف الفنية، والعاديات.

### ثالثا: التراث الثقافي الشعبي

يحظى المغرب بتراث شعبي متميز وثقافة شعبية غنية بالعادات والتقاليد والصناعات التي تعبر عن أصالة هذا البلد عبر التاريخ، تختلف هذه العادات من منطقة إلى أخرى حسب خصوصية سكانها، حيث أن هذا الاختلاف في الثقافة الوطنية أصبح عامل تقارب بين شعوبها، مما ولد تقاليد مغربية عريقة، أضاف ذلك تنوعا كبيرا في أنماط الزي واللباس ووسائل التجميل، وخاصة في الصناعة التقليدية، كصناعة السجاد المغربي بأشكاله الباهية وألوانه الزاهية، وصناعة الأواني النحاسية، صناعة الجلود والطرز والحريز، وكذلك تتسم المغرب باحتفالات وطقوس تمارسها في المناسبات، والتي تميزها عن غيرها من البلدان<sup>(1)</sup>.

إهتمام المغرب بالمهرجانات بغية تنشيط السوق السياحية، والتأكيد على دور هذا البلد كواجهة سياحية أساسية في منطقة شمال إفريقيا والعالم العربي، حيث أنه هناك مهرجانات تنظم من قبل وزارة الثقافة تعنى بالفنون الشعبية والتراث، من بينها مهرجان مراكش للفنون الشعبية، مهرجان فاس للموسيقى العالمية، مهرجان كناوة بالصويرة، مهرجان أصيلة، ومهرجانات أخرى تبرز التراث المغربي والثقافة الشعبية للمجتمع الغربي، التي تجعل منه منطقة جذب للسياح، إن هذا الكم الطبيعي التاريخي والحضاري الذي تتميز به المغرب دليل على أصالة الحضارة المغربية انطلاقا من غنى طبيعتها وأسوارها ومساجدها ومزاراتها وقصورها ومتاحفها وتراثها الشعبي الغني، يجعل السائح يقف على أروع صفحات التاريخ المغربي الإسلامي، كمدينة فاس التي تحتضن أول جامعة في العالم وهي جامعة القرويين، ومدينة الرباط العاصمة السياسية للمغرب المشهورة بمعالمها التاريخية المختلفة منذ أزمنة غابرة، ومدينة طنجة التي

(1) حكومة المملكة المغربية، المجتمع والثقافة: عادات وتقاليد. [www.maroc.ma](http://www.maroc.ma)

تحتوي في منطقة أشقار مغارة هرقل\* وقبر الرحالة المشهور ابن بطوطة\*، وغيرها من المدن المغربية التي تعكس أمجاد الحضارات الرومانية والفينيقية والإسلامية، فضلا عن تلك المواقع والمآثر التاريخية التي تزخر بها أغلب هذه المدن والتي تعبر عن فترات ما قبل الإسلام وكل الحضارات التي تعاقبت بعدها على هذا البلد، والجدير بالذكر أن المملكة المغربية من خلال وزارة السياحة، النقل البحري والصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي سطرت برنامج أسمته برنامج "التراث والموروث" ويهدف إلى إبراز الهوية الثقافية المغربية من خلال هيكلة ونتمين التراث المادي وغير المادي للمملكة وإحداث منتوجات سياحية متماسكة وجذابة، كما يهدف إلى إعادة تأهيل المآثر التاريخية للمغرب بالحفاظ على هويتها المعمارية

\* مغارة هرقل: هي مغارة تقع في مدينة طنجة بشمال المغرب. تمتد المغارة على مسافة ثلاثين متر في بطن الجبل، ونسجت حول المغارة عشرات الأساطير التي تعود معظمها إلى الثقافة الإغريقية، لكن علماء الآثار يشكون من إهمال هذا الأثر التاريخي مما أدى إلى إغلاق الجزء الأكبر من المغارة وكاد ينتهي بها إلى الإنهيار الكامل، تعتبر مغارة "هرقل" أكبر مغارات إفريقيا، وتستقطب المغارة العديد من السياح منذ اكتشافها عام 1906، وتشرف المغارة على المحيط الأطلسي غير بعيد عن بوغاز جبل طارق، حيث تلتقي مياه البحر الأبيض المتوسط بمياه المحيط الأطلسي، وتنتمي إلى مجموعة مغارات منطقة أشقار التي يعود تاريخ استيطانها إلى خمسة آلاف عام قبل الميلاد، ومغارة هرقل عبارة عن كهف عميق تتكسر عليها أمواج البحر عند كل مدّ، وينفذ إليه الزوار في عتمة ما تلبث حتى تتجلي عن فتحة النور وهي نافذة تحت الجبل تطل على مياه الأطلسي، وترسم خريطة أشبه ما تكون بخريطة إفريقيا، ويشكل الدخول إلى المغارة عالما من الغموض تغذيه الأسطورة القديمة عن تاريخ المغارة، والتي تقول إن إفريقيا كانت متصلة بأوروبا، وتفصل هذه المنطقة المتوسطة بحر الروم (البحر المتوسط) عن بحر الظلمات (المحيط الأطلسي)، ولما كان لأطلس ابن نبتون ثلاث بنات يعشن في بستان يطرح تافحا ذهبيا ويحرسهن وحش، قاتله هرقل (ابن جوبيتر) وهزمه، لكن هرقل في غضبة من غضبات الصراع ضرب الجبل فانشق لتختلط مياه المتوسط الزرقاء بمياه الأطلسي الخضراء، وتتفصل أوروبا عن إفريقيا، ثم يزوج هرقل ابنه سوفاكيس لإحدى بنات نبتون ليثمر زواجهما بنتا جميلة أسموها طانجيس، ومنها جاء اسم مدينة طنجة.

\*\* محمد بن عبد الله بن محمد اللواتي الطنجي المعروف بابن بطوطة ولد في 24 فبراير 1304-1377م بطنجة (703-779هـ) هو رحالة ومؤرخ وقاض وفقيه مغربي أمازيغي لقب بأمرير الرحالين المسلمين. خرج من طنجة سنة 725 هـ فطاف بلاد المغرب ومصر والسودان والشام والحجاز وتهامة ونجد والعراق وفارس واليمن وعمان والبحرين وتركستان وما وراء النهر وبعض الهند والصين الجاوة وبلاد التتار وأواسط أفريقيا، واتصل بكثير من الملوك والأمراء فمدحهم وكان ينظم الشعر - واستعان بهباتهم على أسفاره عاد إلى المغرب الأقصى، فانقطع إلى السلطان أبي عنان (من ملوك بني مرين) فأقام في بلاده. وأملى أخبار رحلته على محمد بن جزي الكلبى بمدينة فاس سنة 756 هـ وسماها تحفة النظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار، ترجمت إلى اللغات البرتغالية والفرنسية والإنجليزية، ونشرت بها، وترجم فصول منها إلى الألمانية ونشرت أيضا. كان يحسن التركية والفارسية. استغرقت رحلته 27 سنة (1325-1352م) وتوفي في طنجة سنة 779 هـ/1377م حيث يوجد ضريحه بالمدينة القديمة. تلقبه جامعة كامبريدج في كتبها وأطالسها بأمرير الرحالة المسلمين الوطنيين في أول رحلة له، مر ابن بطوطة في الجزائر وتونس ومصر والسودان وفلسطين وسوريا ومنها إلى مكة. وفيما يلي مقطع مما سجله عن هذه الرحلة: «من طنجة مسقط رأسي يوم الخميس 2 رجب 725 هـ/ 1324م» معتمدا حج بيت الله الحرام وزيارة قبر الرسول عليه أفضل الصلاة والسلام، منفردا عن رفيق أنس بصحبته، وراكب أكون في جملته، لباعث على النفس شديد العزائم، وشوق إلى تلك المعاهد الشريفة كامن في الحيازم. فحزمت أمري على هجر الأحباب من الإناث والذكور، وفارقت وطني مفارقة الطيور للوكور، وكان والداي بقيد الحياة فتحملت لبعدهما وصبا، ولقيت كما لقياً صبا «ويعد ابن بطوطة أحد أهم الرحالة. قطع أكثر من 75,000 ميل (121,000 كم)، وهو رقم لم يكسره أي رحالة منفرد حتى ظهور عصر النقل البخاري، بعد 450 سنة.

وخلق مدارات سياحية بالمدن العتيقة للمدن الكبرى للمملكة، ونظرا لتنوع جوانب التراث التاريخي الأكثر تعبيرا وبفضل هذه المدارات السياحية سيدج السائح متعة في الإكتشاف والتعرف على أسس الثقافة المغربية.<sup>(1)</sup>

ويهدف البرنامج أيضا إلى خلق شراكة لتثمين التراث بغية استغلال الإرث المعماري للمملكة (قصبات، قصور، رياضات، فنادق، قصور للضيافة،...الخ) وتحويلها إلى إقامات اصيلة ذات جودة عالية تتميز بطابع ثقافي قوي، وسيساهم توزيعها الجغرافي على مجموع التراب الوطني في خلق شبكة من المؤسسات المصنفة تستجيب للمعايير الدولية، كما سيخلق صدى طيبا يساهم في نجاح المشروع.<sup>(2)</sup>

وسيتم كذلك إنشاء متاحف عالمية كبرى تتيح للسياح فرصة اكتشاف وفهم التراث التاريخي والثقافي للمملكة. كخطوة أولى سيتم إنشاء متحفين كبيرين: متحف إفريقيا بطنجة، ومتحف تاريخ المغرب بمكناس واللذان سيشكلان مؤسستين متميزتين بجودة معارضهما كالمتاحف الكبرى بأوروبا وسيساهمان في الإشعاع الدولي للمغرب، أخيرا يتضمن البرنامج عرض للترفيه يرتكز على الفنون والتراث الروحي من خلال تنظيم عدة مهرجانات، وستتأط مهمة تسيير المهرجانات التقليدية، التي تكرر تقاليد الأجداد، بمؤسسة خاصة بالمهرجانات التقليدية في مختلف جهات المغرب كما ستسمح المشاريع، كفنادق الفنون أو أسواق الفن الأسبوعية في تكريس تموقع بعض المدن مع الإستفادة من إبداع الفنانين المحليين، وبحكم التاريخ الحضاري للمغرب وقربه الجغرافي، أصبح المغرب في السنوات الأخيرة يتمتع بوضع متقدم في إطار الإتفاقيات التي تربطه بالإتحاد الأوروبي تجعله يستفيد من عديد من البرامج الثقافية والعلمية التي يمولها هذا الإتحاد في إطار سياسة الجوار الأوروبية الجديدة التي أصبح ينهجها الإتحاد الأوروبي منذ 2002.

إن الشراكة (association) بين المغرب والإتحاد الأوروبي قد عرفت تطورا مستقرا منذ الإتفاقيات التجارية الأولى سنة 1969 التي تطورت في ما بعد إلى اتفاقيات شراكة موقّعة سنة 1996 والتي شرع في تطبيقها سنة 2000، وتقضي هذه الإتفاقية في مستوى التعاون الثقافي إلى:

- تعزيز الحوار بين الثقافات بالخصوص عن طريق التعليم اللغوي ونشر لثقافة المغربية داخل بلدان الإتحاد الأوروبي.

<sup>(1)</sup> وزارة السياحة، النقل البحري، الصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، برنامج التراث والموروث، المملكة المغربية، ص01.

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

<sup>(2)</sup> المرجع نفسه، ص 1.

- دعم إحداث فضاءات ثقافية مغربية-أوروبية.
- تكثيف المشاركة المغربية في برامج التعاون الثقافي يورو مد (Euro-med) المتعلقة بالإرث التراثي وقطاع السمعي-البصري.
- تكثيف تبادل الخبرة في ميدان التنوع الثقافي والحوار بين الثقافات.
- وفي اجتماعها الرابع للجنة المصغرة حول البحث والإبتكار المنصوص عليها في اتفاقية الشراكة لـ1996 والمنعقدة في 13 نوفمبر 2007، أُعطي تقييم من طرف الجانب المغربي حول مشاركة وزارة الثقافة في إطار برامج الإتحاد الأوربي، ويتلخص هذا التقييم في ما يلي:
- إحداث دور للثقافة في مختلف جهات المغرب في إطار برنامج "MEDA"
- الإنتهاء من مشروعات "DELTA" و"QANTARA" في إطار برنامج حول الإرث التراثي الثقافي والمتعلق بالخصوص بتدبير وتأهيل الهياكل الإدارية.
- إقامة العديد من التظاهرات قوية المبادلات الثقافية والفنية في إطار برنامج التظاهرات الثقافية المغربية في أوروبا والأوربية بالمغرب.
- في ما يخص الآفاق المستقبلية، التي تحدد استراتيجية وزارة الثقافة، فإن الجزء الأكبر منها منبثق من برنامج سياسة الجوار للإتحاد الأوربي، ويهم:
- تأهيل المؤسسات الثقافية الموجودة، وخلق مؤسسات جديدة.
- تقوية البحث الأركيولوجي، وخلق مختبرات لترميم الممتلكات الثقافية.
- إحداث ورشات تلقينية فنية، وتدعيم دور الثقافة.
- وتجدر الإشارة إلى أن الإتحاد الأوربي سبق أن طلب من المغرب المصادقة على معاهدة الأمم المتحدة المتعلقة بالتنوع الثقافي، وهذا ما تم فعلاً سنة 2008.
- إتفاقيات الشراكة والتعاون الثقافي مع القطاع الخاص.
- في ما يخص المحافظة على الآثار وترميم المواقع الأثرية، فقد بدأ هذا النشاط الثقافي يعرف تدخلاً عديد من المؤسسات الخاصة في السنوات الأخيرة، وأهمها مؤسسة "مزيان بنجلون"، ومؤسسة "عمر

بنجلون"، ومؤسسة "كريم العمراني"، ومؤسسة "Fondation ONA"، ومؤسسة "الضحى" (Fondation Addoha) ومن أهم منجزات هذه المؤسسات منفردة، أو بالتعاون مع جهات أخرى:

- ترميم المدرسة البوعنانية بفاس.

- تأهيل الموقع التاريخي "وليلي" بشراكة مع وزارة الثقافة.

- ترميم وتأهيل "مسجد تنمل" بالشراكة مع مجموعة "أفريقيا (Afrique) و"سوميبي" (Somepi) والمعهد الأركيولوجي بمدريد (إسبانيا).

- ترميم منازل وأسوار وأبواب عتيقة بمدينة فاس بالشراكة مع مديرية الجماعات المَطِيَّة التابعة لوزارة الداخلية وكتابة الدولة المكلفة بالصناعة التقليدية ومؤسسة "12 قرناً لفاس" 113-114.

## المبحث الثالث: الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر والمغرب

## المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر

من الطبيعي أن يفرز قطاع السياحة آثارا اقتصادية جمة على مستوى اقتصاديات البلدان السياحية، والتي من شأنها المساهمة في التنمية المحلية والتطوير.

من أهم الآثار المترتبة عن مساهمة القطاع السياحي في النهوض بإقتصاد البلد وتنميته:

- مساهمة السياحة في تحقيق الإيرادات.
- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.
- ميزان السياحة.
- يمكن تلخيص الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر من خلال ما يلي:

## أولاً: إيرادات السياحة في الجزائر

تعتبر الإيرادات السياحية من أهداف السياسة العامة المتعلقة بتنمية وتطوير قطاع السياحة بمختلف مجالاته، وتعتبر من العناصر المستغلة من طرف الحكومات في تحسين الأداء الإقتصادي والاجتماعي، خاصة إذا كانت هذه الإيرادات تشكل قدرا معتبرا من الناتج الوطني الإجمالي، حيث أنه يستوجب التركيز على العوامل الرئيسية المؤثرة في حجم الإنفاق السياحي، الذي يؤثر بدوره في حجم الإيرادات السياحية التي بدورها تعتبر يد داعمة لاقتصاد البلد.

تتحقق الإيرادات من إنفاق السائحين في الدول السياحية المضييفة على مختلف السلع والخدمات السياحية من مبيت وأكل وشرب وتسوق وغيرها، وأيضا مختلف الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع، وبطبيعة الحال أنه كلما اتسع نطاق الخدمات السياحية وتنوعت أساليبها كلما ارتفعت الإيرادات المتولدة عن هذا القطاع واصطحبه تطور اقتصادي.

وفي حالة الجزائر، لم يحدث تطور في حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة إليها، وكان ذلك بسبب ضعف مكونات العرض السياحي من فنادق، وخدمات سياحية وبنى أساسية وغيرها من البنى التحتية والفوقية الواجب توفرها في أي بلد يراهن على القطاع السياحي كمصدر لتتويج المداخل وجلب العملة الصعبة، إضافة إلى هشاشة الدولة في سنوات التسعينيات من القرن الماضي، ويعبر عن تلك



الهشاشة بعدم الإستقرار السياسي والأمني الذي عرفته البلاد في الفترة المذكور والذي جعل صورة الجزائر في الرأي العام العالمي على المحك أو أي وجهة للجزائر كانت مرتبطة بالإرهاب، وهذه النظرة ساهمت في إعطاء صورة سلبية على الجزائر كبلد ككل ومن ثم لقطاع السياحة، فأنى لبلد يعيش حالة من الفوضى والتخريب والدمار وانهيار للبنية التحتية في فترة التسعينيات، أنى له استقبال السياح وتوفير لهم ما يحتاجون من خدمات، هذه الحالة التي مر بها البلد أثرت تأثيرا سلبيا ومباشرا على الإيرادات السياحية.

والجدول التالي يوضح تطور إيرادات القطاع السياحي في الجزائر للفترة 1990-2008

### الجدول رقم 02: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر من 1990 إلى 2008

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	105	33	102	184.3	215.3	219	325
معدل التغير (%)	-	68.57	209.09	80.69	16.82	1.72	48.40

Source: organisation mondiale du tourisme, tendances des marchés touristiques, Edition 2005 -Afrique, Madrid, OMT, (2005), p54.

وبالنظر إلى بيانات الجدول يتضح بأن الإيرادات السياحية للجزائر تعرضت لتقلبات حادة، إلا أنها شهدت تطورا بمعدل نمو متوسط سنوي بـ 20.51% خلال الفترة الممتدة من 1990 إلى 2008، يعبر هذا المعدل على وجود نوع من التحسن على مستوى هذه الإيرادات، ففي سنة 1990 لم تتجاوز قيمة الإيرادات السياحية في الجزائر 105 مليون دولار أمريكي لتصبح 325 مليون دولار أمريكي سنة 2008، مقارنة بما حققته المغرب من إيرادات معتبرة قدرت بـ 7.168 مليار دولار أمريكي، وقد سجلت هذه الإيرادات أدنى مستوى سنة 1997 بقيمة 28.08 مليون دولار أمريكي، وكان ذلك بسبب التدهور المستمر في قيمتها منذ العام 1991 (83.09 مليون دولار أمريكي)<sup>(1)</sup>.

ويعود هذا الوضع إلى الإنفلات الأمني وعدم الإستقرار السياسي بالدرجة الأولى ما ترتب عنه عدم استقرار إقتصادي واجتماعي أدخل البلد في خانة الدول الفاشلة التي كانت تعيش حربا أهلية طاحنة، لكن ومع الرغم من ذلك نلاحظ تحسن محسوس على مستوى هذه الإيرادات، وهو ما يبين إلى حد ما محاولة البلاد تسويق صورتها السياحية في السياحة العالمية وجعل البلد قطب سياحي ومنطقة جذب،

<sup>(1)</sup> office national des statistiques et minister du tourisme et de l'artisanat. " Tourisme evolution de la balance de payment poste voyages, 1990-2004).

حيث تبنت إستراتيجية شاملة طويلة المدى لتطوير الصناعة السياحية وجذب الإستثمارات الأجنبية منها والخاصة وتقديم تسهيلات وضمانات.

ومما سبق يتضح بأن دور القطاع السياحي في التنمية المحلية يرتبط ارتباطا وطيدا بالسياسات العامة سيما القطاعية (السياحية) المنتهجة من طرف الإدارة المركزية، وبالأوضاع الأمنية التي تساهم هي الأخرى سلبا أو إيجابا في دعم أو تعطيل القطاع في أداء أدواره المنوطة به.

### ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر

يعد قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي\*، وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%<sup>(1)</sup>.

\* إجمالي الناتج المحلي (GDP): هو عبارة عن القيمة السوقية لكل السلع النهائية والخدمات المعترف بها بشكل محلي والتي يتم إنتاجها في دولة ما خلال فترة زمنية محددة. غالبا ما يتم اعتبار إجمالي الناتج المحلي للفرد مؤشرا لمستوى المعيشة في الدولة ولا يعد إجمالي الناتج المحلي للفرد مقياسا لدخل الفرد، وبموجب النظرية الإقتصادية، يساوي إجمالي الناتج المحلي للفرد تماما إجمالي الدخل المحلي للفرد GDI، ويتعلق إجمالي الناتج المحلي بالحسابات القومية، وهي مادة في الإقتصاد الكلي، ويجب ألا يتم الخلط بين إجمالي الناتج المحلي وإجمالي الناتج القومي (GNP) الذي يخصص الإنتاج حسب الملكية. يمكن تحديد إجمالي الناتج القومي Gross National Product بثلاث طرق، كلها يجب بشكل مبدئي، أن تعطي نفس النتيجة. وهي تتمثل في منهجية المنتج (أو المخرجات)، ومنهجية الدخل، ومنهجية المصروفات.

والطريقة الأكثر مباشرة بين تلك الطرق الثلاثة هي منهجية المنتج، والتي تجمع مخرجات كل فئة من فئات المشروعات للوصول إلى الإجمالي، وتعتمد منهجية المصروفات على المبدأ القائل بأن كل المنتجات يجب أن يتم شراؤها من قبل الأشخاص، وبالتالي، فإنه قيمة المنتج الإجمالي يجب أن تساوي إجمالي نفقات الأشخاص المتعلقة بشراء المنتجات، وتعتمد منهجية الدخل على المبدأ القائل بأن الدخول الخاصة بعوامل الإنتاج (أو ما يطلق عليهم "المنتجات" في اللغة العادية) يجب أن تساوي قيمة المنتجات الخاصة بهم، وهي تحدد إجمالي الناتج المحلي من خلال الوصول إلى مجموعة دخول المنتجين. مثال: منهجية المصروفات:

إجمالي الناتج المحلي = الاستهلاك الخاص + إجمالي الإستثمار + الإنفاق الحكومي + (الصادرات - الواردات)، أو إجمالي الناتج القومي =  $G + I + C$  اليسار  $(X - M)$  اليمين

ملاحظة: "إجمالي" تعني أن إجمالي الناتج القومي يقيس الإنتاج بغض النظر عن الاستخدامات المتنوعة التي يمكن أن يتم وضع هذا الإستخدام بها، ويمكن استخدام الإنتاج من أجل الإستهلاك المباشر، أو من أجل الإستثمار في أصول أو مخزونات ثابتة جديدة، أو من أجل استبدال الأصول الثابتة التي يتم إستهلاكها.

<sup>(1)</sup> world travel and tourism council, "travel and tourism leaders forecast continued growth for 2008".

وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي تفسره حجم الإيرادات التي تم تسجيلها على مستوى هذا القطاع، تم قياسها بالنسبة المئوية وهي تعد جد ضعيفة، كما يتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

### الجدول رقم 03: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر 1990-2008

الوحدة: مليار دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الناتج المحلي الإجمالي	62.04	41.8	54.8	101.8	116.8	135.3	162.9
مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي (%)	0.17	0.08	0.19	0.18	0.18	0.16	0.20

Source: FMI 2009, "indicateurs économiques et financier de l'Algérie, p1.

يوضح هذا الجدول أن مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 1990-2008 ضعيفة نسبياً، حيث لم تتجاوز 0.20% كحد أقصى خلال هذه الفترة، كما كانت مساهمتها في أدنى مستوى لها سنة 1995 بنسبة 0.08% نتيجة تراجع القطاع السياحي في الجزائر منذ بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي، وهكذا تعتبر مساهمة إيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر متدنية ولا تمثل في المتوسط سوى 0.16%.

### ثالثاً: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات في الجزائر

يعتبر ميزان المدفوعات سجل منظم يتكون من جانبين، جانب دائن تدرج به كافة العمليات التي تحصل منها الدولة على النقد الأجنبي مقابل ما تصدره من سلع وخدمات إلى العالم الخارجي، وجانب مدين تدرج به كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مقابل ما تستورده من العالم الخارجي<sup>(1)</sup>.

ويعد ميزان المدفوعات من أهم المؤشرات الإقتصادية لمعرفة حركة التبادل الدولي للسلع والخدمات وحركة رأس المال في المدى القصير<sup>(2)</sup>، وتمثل السياحة إحدى المعاملات غير المنظورة في ميزان المدفوعات شأنها في ذلك شأن الملاحاة والتأمين والمعاملات المصرفية وغيرها، أما ميزان السياحة

(1) نبيل الروبي، إقتصاديات السياحة، مجموعة الدراسات السياحية، الإسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، 1985، ص 93.

(2) مخلد خالد الفراج، السياحة في المملكة العربية السعودية في عصر العولمة، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2005، ص 139.

والسفر فهو الفرق بين ما يمر عبر الجهاز المصرفي من متحصلات خاصة بالسياحة القادمة مطروحا منه مدفوعات السياحة العكسية إلى الخارج، والجدول التالي يوضح وضعية ميزان السياحة للجزائر خلال الفترة من 1990 إلى 2008.

#### الجدول رقم 04: ميزان السياحة في الجزائر 1990-2008

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	105	33	102	184.3	215.3	219	325
النفقات السياحية	149	187.8	192.5	370	349.2	376.7	394
الرصيد	-44	-154.8	-90.5	-186	-134	-157.7	-69

**Source:** office national des statistiques et munster du tourisme et de l'artisanat, tourisme (1985-2004), (1999-2008), évolution de la Balance des paiements poste voyage.

يوضح الجدول أعلاه بأن ميزان السياحة شهد عجزا دائما خلال الفترة من 1990-2008 نظرا لضعف إيرادات السياحة مقارنة بمدفوعاتها، إذ سجل أكبر عجز بـ 186 مليون دولار أمريكي في سنة 2005، حيث كان تطور المدفوعات السياحية بوتيرة أكبر كمن إيراداتها خلال نفس الفترة.

إن ارتفاع حجم المدفوعات السياحية في الجزائر ما بين 1990-2008 يرجع إلى عدة أسباب

نذكر منها:

- ارتفاع قيمة الواردات السياحية عن الصادرات في الجزائر.
- ارتفاع السياحة العكسية (سياحة الجزائريين إلى الخارج).
- سوء تسيير المرافق السياحية وندرة الخدمات التي يحتاجها السياح.
- ضعف المنتج السياحي الجزائري.
- عدم قدرة المنتج على جذب السياح المحليين والأجانب على حد سواء.
- عدم الإستقرار السياسي والأمني الذي عاشته البلاد في تسعينيات القرن الماضي.

- غياب استراتيجية لتسويق المنتج السياحي الجزائري داخل وخارج البلد ضمن ما يسمى بالسياحة الإلكترونية.

كل هذه العوامل وغيرها ساهمت في تنامي وتعاظم مدفوعات السياحة عن إيراداتها، وبالتالي تعميق الفارق بينهما لغير صالح ميزان المدفوعات للسياحة والسفر في الجزائر الأمر الذي أثر تأثيرا مباشرا وسلبيا على حالة ميزان المدفوعات وأوصله إلى حالة العجز.

### الجدول رقم 05: ميزان المدفوعات-عمليات الأسفار والخدمات 2010-2016

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات								
2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	إيرادات	خدمات
3515.9	3457.4	3532.3	3986.0	3765.6	3909.8	3613.0	إيرادات	
10811.6	10966.0	11702.7	10668.6	10802.9	11972.2	11856.1	نفقات	
-7295.7	7508.6-	-8170.4	-6682.6	7073.3-	-8062.4	8243.1-	رصيد	
208.6	303.7	258.3	230.3	196.4	208.3	219.1	إيرادات	منه
474.6	676.7	612.1	410.2	427.8	501.7	574.3	نفقات	أسفار
-266.0	-373.0	-353.8	-179.4	231.4-	-293.4	-355.2	رصيد	

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، رقم 46-47، نشرة 2016-2017.

### المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للسياحة في المغرب

يعتبر المغرب\* من الدول التي تحظى بثراء طبيعي غني ومآثر تاريخية عريقة، وبنية أساسية بالغة الأهمية، مما جعلها تندمج في سوق السياحة العربية والعالمية.

\* المغرب (بالأمازيغية ⵍⴰⵎⴳⵔⵉⵔ: وتنطق: لمغرب) رسميا: المَمْلَكَةُ المَغْرِبِيَّة هي دولة عربية تقع في أقصى غرب شمال أفريقيا عاصمتها الرباط وأكبر مدنها الدار البيضاء التي تعتبر العاصمة الاقتصادية، ومن أهم المدن: سلا، فاس، مراكش، مكناس، طنجة، أكادير، آسفي، تطوان، وزان، وجدة، سطات، تازة، العيون (مدينة) والحسيمة. يطل المغرب على البحر الأبيض المتوسط شمالاً والمحيط الأطلسي غرباً، يتوسطهما مضيق جبل طارق؛ تحده شرقاً الجزائر (خلاف حول الحدود المغربية مع الجزائر) وجنوباً موريتانيا. وفي الشريط البحري الضيق الفاصل بين المغرب وإسبانيا ثلاث مكتنفات إسبانية هي سبتة ومليلية وصخرة قميرة، المغرب عضو في الأمم المتحدة منذ 1956 وجامعة الدول العربية منذ 1958، واللجنة الدولية الأولمبية منذ 1959 ومنظمة التعاون الإسلامي منذ 1969 والمنظمة الدولية الفرانكوفونية منذ 1981، وهو عضو مؤسس في اتحاد المغرب العربي منذ 1989 ومجموعة الحوار المتوسطي منذ 1995 ومجموعة سبعة وسبعون منذ 2003 ومنظمة حلف شمال الأطلسي كحليف رئيس خارجه منذ 2004، ثم الإتحاد من أجل المتوسط سنة 2008، كما تم انتخاب المغرب مؤخرا عضوا جديدا غير دائم بمجلس الأمن التابع للأمم المتحدة=

وهذه الميزات التي يعرف بها هذا البلد العريق جعلت منه بلدا سياحيا بامتياز، ومحل استقطاب للسائحين، وبالتالي فالسياحة المغربية ساهمت بشكل كبير في تحقيق التنمية المحلية الإقتصادية والإجتماعية، لهذا البلد.

تكمن أهمية مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد المغربي من خلال النتائج المسجلة على مستوى هذا القطاع، من حيث حجم الطاقة الإيوائية التي يحتويها المغرب، والسياحة الدولية الوافدة إليه، وعدد الليالي السياحية في مؤسساته الفندقية.

سيتم الوقوف على النتائج الإقتصادية التي حققها القطاع السياحي فيما يأتي:

### أولاً: إيرادات السياحة في المغرب

يهدف المغرب من خلال استراتيجياته التنموية إلى تطوير قطاعه السياحي كغيره من البلدان السياحية، وجعله أكثر مردودية من خلال الإستغلال الجيد لمقوماته السياحية، وتوسيع مناطق الجذب السياحي، وتهيئة مدن جديدة ومواقع متنوعة لرفع حصته من السياحة الدولية، مما يؤدي إلى رفع عائدات هذا القطاع من النقد الأجنبي، وتسجيل أكبر نسبة من الإيرادات، والجدول الآتي يوضح تطور إيرادات السياحة في المغرب ما بين 1990-2008:

طولة تمتد لسنتين، إبتداء من فاتح يناير 2012 إلى غاية ديسمبر 2013، وعضو في الإتحاد الأفريقي الذي حل محل منظمة الوحدة الأفريقية والتي كان قد سبق وانسحب منها المغرب عام 1984 بسبب رفضها الإعتراف بسيادته على الصحراء المغربية، بيد أن لها مكانا خاصا في الـتحاد: بالإستفادة من الخدمات التي تتيحها دول الإتحاد، كمجموعة البنك الإفريقي للتنمية، سنة 2008 منح الإتحاد الأوروبي للمغرب الوضع المتقدم في اتفاقيات الشراكة والجوار والذي يمكن المغرب من المشاركة في بعض الوكالات الأوروبية، كما وافق المغرب على الإنضمام تدريجيا إلى مجلس التعاون الخليجي بعد دعوة تلقاها للإنضمام سنة 2011. المغرب دولة ذات نظام ملكي برلماني دستوري بيرلمان يتم انتخابه. الإنتخابات البرلمانية لعام 2011 تم رصدها من طرف مراقبين دوليين لثاني مرة في المغرب، وعلى الرغم من ذلك فإن نسبة المشاركة بلغت 45,44% من إجمالي الناخبين، الرابع في الإنتخابات الأخيرة هو حزب العدالة والتنمية بعد حصوله على 125 مقعد في البرلمان، شغل سعد الدين العثماني من حزب العدالة والتنمية منصب رئيس الحكومة للمملكة المغربية بعد إعفاء عبد الإله بنكيران.

## الجدول رقم 06: تطور الإيرادات السياحية للمغرب خلال الفترة 1990-2008

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	1259	1296	2039	4621	5984	7162	7168
معدل التغير (%)	-	2.94	57.33	126.63	29.49	19.68	0.08

**Source:** world tourism organization, tourism highlights 2010 edition, Madrid, WTO, (2010), p9.

يوضح الجدول أعلاه أن عائدات القطاع السياحي للمغرب تميزت بتحسن مستمر، حيث تطورت قيمتها خلال هذه الفترة (1990-2008) من 1259 مليون دولار أمريكي سنة 1990 ليصل إلى 1296 مليون دولار أمريكي سنة 1995، تعتبر هذه الزيادة قليلة مقارنة بالزيادات التي شهدتها بالفترات التي تليها، حيث بلغت أقصاها سنة 2008 بـ 7168 مليون دولار أمريكي، وذلك لأن المغرب لم يتمكن خلال هذا الفاصل الزمني من استغلال الطلب السياحي عليه كما ينبغي.

وبالنسبة للفترة الممتدة ما بين سنتي 1995 و2002، كان تطور هذه العائدات بـ 1.350 مليار دولار أمريكي؛ أي ما يقارب 193 مليون دولار سنويا، ومنه فإن المتوسط السنوي لتطور الإيرادات السياحية المغربية خلال هذه الفترة المدروسة هو 33.58 بالمائة، وتعتبر هذه الزيادة في عائدات السياحة لهذا البلد جيدة ومهمة أيضا تفوق ما حققته الجزائر في نفس الفترة (20.51%).

إن التطور الذي شهدته مداخل السياحة المغربية هو نتيجة حتمية لمجهودات هذا البلد الجبارة من أجل رفع مردودية القطاع السياحي، من خلال سعيه إلى جذب المزيد من السياح الأجانب، بانتهاجه طرق أكثر احترافية في هذا المجال من طرف المهتمين بالنشاط السياحي، كالشركات والوكالات السياحية، وكذلك الإهتمام بالتسويق السياحي لمنتوج السياحة بطريقة فعالة، وتوفير جميع الخدمات السياحية الممتازة والمريحة للسائح، وتنظيم تظاهرات ومهرجانات ثقافية لإبراز المقومات السياحية للمغرب، والعمل على توسيع المناطق السياحية وتهيئة مناطق جديدة لأجل هذا الغرض، إضافة إلى أن المغرب يسعى جاهدا لإبراز المنتوج الثقافي وكذا الجبلي والصحراوي والبحري للبلد بغية تحقيق أهدافه في جعل القطاع السياحي قطاعا أساسيا في النهوض باقتصاد المغرب وتحقيق التنمية المحلية.

## ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب

إنطلاقا من النتائج الإيجابية التي حققها المغرب على مستوى حجم السياحة الدولية الوافدة إليه، وما تم تسجيله من عائدات في هذا القطاع خلال الفترة ما بين 1990-2008، نستنتج بأن مساهمة هذه الإيرادات في الناتج المحلي الإجمالي ذات قيمة مهمة، وذلك من خلال الجدول الآتي الذي يوضح مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب.

## الجدول رقم 07: مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب

الوحدة: مليار دولار أمريكي بأسعار السوق الجارية

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الناتج المحلي الإجمالي	25.8	32.9	37.06	58.96	65.4	75.1	86.4
مساهمة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	4.88	3.94	5.50	7.84	9.15	9.54	8.30

**Source:** Morocco, "recent economic indicators, "fact sheets are updated biannually, (may and September 2009), p1.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن متوسط مساهمة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب ما بين 1990 و 2008 يقدر بـ 7.03 بالمائة؛ أي أنه قريب من المتوسط العالمي.

ومنه فإن مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي أكبر منها مقارنة بالجزائر خلال نفس الفترة، وتبقى أهمية إيرادات السياحة المغربية مرشحة إلى التطور أكثر فأكثر، وبشكل إيجابي في المستقبل من خلال واقع مؤشرات هذا القطاع، وإنطلاقا من الخطة الطموحة التي وضعها المغرب ضمن رؤية 2010، يتوقع أن تصل إيرادات المغرب من السياحة إلى 48 مليار أورو من العملة الصعبة، وأن ينمو الناتج المحلي الإجمالي في المتوسط بنسبة 8.5 بالمائة سنويا، وأن تصل مساهمة السياحة في نمو هذا الناتج إلى 20 بالمائة مع نهاية هذه الفترة.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Royaume du Maroc, administration du tourisme, "vision 2010 et avenir: vision 2010 en bref".  
[www.tourisme.gov.ma](http://www.tourisme.gov.ma)



## ثالثا: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات في المغرب

كثيرة هي الدول التي أصبحت تهتم بميزان السياحة والسفر لمعرفة الفرق بين إيراداتها السياحية ومدفوعاتها وطبيعته، ومدى تأثيره على ميزان السياحة، ومنه على ميزان مدفوعات الدولة ككل. المغرب كغيره من الدول التي تجعل السياحة في المقام الأول، وكمصدر أساسي لتمويل اقتصاده من خلال الإيرادات السياحية بالنقد الأجنبي، والجدول التالي يوضح طبيعة ميزان السياحة والسفر للمغرب:

## الجدول رقم 08: ميزان السياحة في المغرب خلال الفترة 1990-2008

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	1259	1296	2039	4621	5984	7162	7168
النفقات السياحية	184	302	425	612	692.5	880.4	1092.71
الرصيد	1075	994	1614	4007	5291.5	6281.6	6075.3

**Source:** organisation mondiale du tourisme, tendance des marchés touristiques, Edition 2004, Afrique, annexe, 11, Madrid, OMT, (2004), p65.

يكشف الإتجاه العام لمعطيات هذا الجدول عن نمو ملحوظ في فائض ميزان السياحة والسفر في المغرب خلال الفترة ما بين 1990-2008، نتيجة تفوق الإيرادات السياحية لهذا القطاع عن مدفوعاته، مما يعني أن الإيرادات من السياحة؛ أي تصدير الخدمات السياحية أكبر من مدفوعات السياحة العكسية؛ أي استيراد الخدمات السياحية.

إن هذا التزايد في حجم إيرادات السياحة المغربية يرجع بالأساس إلى تطور السياحة الدولية وارتفاع عدد الليالي السياحية في نفس الفترة، كان ذلك نتيجة حتمية للجهود التي بذلتها المغرب للنهوض بقطاع السياحة، وجعله أكثر تطورا وتألقا في المنطقة العربية والمتوسطة، وفي المقابل كان حجم مدفوعات السياحة ضئيلا لم يتعد في المتوسط 15.71% من إيراداتها أثناء هذه الفترة، الأمر الذي ساعد في تحقيق فائض في ميزان السياحة في المغرب خلال السنوات السابق ذكرها.

رغم هذه النتائج المهمة التي تم تسجيلها على مستوى القطاع السياحي المغربي، إلا أنها لازالت تسعى لتحقيق طموحات وآمال من أجل نتائج أفضل، عن طريق الإستغلال الجيد للمنتوجات السياحية التي يتوفر عليها المغرب، وتوظيفها بما يناسب القطاع ومتطلباته حاليا ومستقبلا، لتحقيق نهضة سياحية تتماشى مع المقومات التي تملكها المغرب.

## المبحث الخامس: تقييم أداء القطاع السياحي الجزائري في تحقيق التنمية المحلية مقارنة بالقطاع السياحي المغربي

### المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الجزائر

على الرغم من أن الجزائر من الدول المغاربية التي تتمتع بغناها الطبيعي، التاريخي والحضاري، إلا أن المحاولات لاستغلال هذه الكنوز للنهوض بقطاعها السياحي متواضعة جدا، وهذا ما سيتم التركيز عليه بالإعتماد على أهم المؤشرات السياحية من خلال العناصر التالية:

#### أولا: الطاقة الفندقية بمعيار عدد الأسرة

لم يتجاوز عدد الأسرة التي ورثتها الجزائر غداة الإستقلال 5922 سريرا، كانت تخدم المستوطنين الأوروبيين<sup>(1)</sup>، وهي مركز في المدن الكبرى كالجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، وعنابة حيث تتواجد الجاليات الأوربية سيما الأقدام السوداء، وكانت هذه الأسرة موزعة حسب نوع المنتج السياحي بالنسب التالية 50% المنتج الشاطئي، 40% المنتج الحضري، والباقي موزع بين المنتجين الصحراوي والمناخي (الجبلي) بنسبة 8% و2% على الترتيب.

بعد استقلالها سنة 1962، إتمدت الجزائر في توجيه سياستها الإقتصادية على المخططات التتموية إبتداء من المخطط التمهيدي 1967-1969 الذي يتضمن محاولات للنهوض بالسياحة في الجزائر، سيما من خلال الإهتمام بالمنتوجين الساحلي والصحراوي والتخطيط لإنجاز 13081 سرير مع نهاية 1969، ولكن يبدو هذا الرقم مبالغ فيه لاعتبارات عديدة منها: أن الإمكانيات المادية والفنية المتاحة لدى الجزائر في تلك الفترة جد متواضعة، وما تم إنجازه مع نهاية هذه الفترة لم يتجاوز 2646 سرير، أغلبها في المنتج الساحلي؛ أي أن نسبة الإنجاز الإجمالية لم تتجاوز 22.5% معظمها في القطاع العمومي.

مع بداية السبعينيات شرعت الجزائر في تنفيذ المخطط الرباعي الأول 1970-1973، والمخطط الرباعي الثاني 1974-1977، وبعد هذه المرحلة وخلال عقد الثمانينات عمدت الدولة إلى المخططات

<sup>(1)</sup>Belkacem Heddar, rôle socio- économique du tourisme en Algérie, (Alger: Edition ENAP/ ENAL/ OPU, 1988) , p48

الخماسية، حيث عرفت مخططين خماسيين من سنة 1980 إلى 1989، وفي فترة نهاية العشرية وصلت الطاقة الإيوائية للفنادق في الجزائر إلى 48302 سرير (منها 25482 سرير للقطاع العام)<sup>(1)</sup>.

ويعتبر عقد التسعينات، مرحلة تحول سياسي واقتصادي شهدته الجزائر شمل كل المجالات أهمها التخلي عن النهج الإشتراكي ودخول البلاد اقتصاد السوق، تماشيا مع التحولات السياسية والإقتصادية التي يشهدها العالم، وما يميز الفترة هو تقلص دور القطاع العام في النشاط الإقتصادي، وتخلي الدولة عن احتكار التجارة الخارجية وفسح المجال للقطاع الوطني والأجنبي للإستثمار بشكل واسع في كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي<sup>(2)</sup>.

وفي الفترة الممتدة ما بين 1990-2008 كان تطور الطاقة الفندقية في الجزائر بمعيار عدد الأسرة كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم 09: تطور عدد الأسرة في فنادق الجزائر خلال الفترة 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
إجمالي عدد الأسرة	53812	62000	77424	83895	84869	85000	85876
معدل التغير (%)	-	15.21	24.88	7.20	1.16	0.15	1.03

**Source:** office national des statistiques (Algérie) et ministère du tourisme et de l'artisanat, tourisme (1985-2008), répartition des hôtels et établissement assimilées par catégorie des établissement.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ إمكانيات البلاد من الهياكل الفندقية بمعيار عدد الأسرة للفترة ما بين 1990-2008 شهدت نموا ملحوظا إلا أنه بطيء، حيث تطور عدد الأسرة خلال هذه الفترة من 53812 سرير سنة 1990 إلى 85876 سرير سنة 2008؛ أي بمعدل نمو متوسط سنوي بـ 7.96 بالمائة في هذه الفترة، ولاشك أن الأحداث التي مرت بها الجزائر من عدم استقرار سياسي وأمني، جعل السلطات تركز على معالجة هذه الأزمات التي مست الجزائر في أعماقها، والذي نتج عنه توقف وتيرة التنمية في مختلف القطاعات من بينها القطاع السياحي.

<sup>(1)</sup> Ministère du tourisme, "statistiques touristiques", Algérie, 1987.

<sup>(2)</sup> صليحة عشي، مرجع سابق، ص ص 133-136.

الجدول رقم 10: توزيع عدد الأسرة بحسب تصنيف الوحدات الفندقية في الجزائر خلال الفترة

2008-1990

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
5 نجوم	2758	4943	6200	4590	5455	5455	5455
4 نجوم	3535	4792	5100	3383	3743	3743	3743
3 نجوم	21715	25914	30330	14807	11225	11225	11225
نجمتين	6151	6081	5190	5800	5843	5843	5843
نجمة واحدة	2534	2657	3322	2315	2378	2378	2378
الإجمالي المصنف من الأسرة	36693	44387	50142	30895	28644	28644	28644
إجمالي عدد الأسرة	53812	62000	77242	83895	84869	85000	85876

**Source:** office national des statistiques (Algérie) et ministre du tourisme et de l'artisanat, "tourisme: répartition des hôtels et établissement assimilés par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008)".

إن تصنيف الفنادق حسب فئاتها يظهر بعدا آخر، إذ يختلف توزيع الطاقة الفندقية في الدول حسب فئاتها وفقا للوضع الإقتصادي للدولة وطبيعة السياح الوافدين إليها، ففي السعودية مثلا فنادقها من فئة نجمتين وثلاثة نجوم تشكل نسبة 73 بالمائة من طاقتها الفندقية، وهو ما يتناسب مع طبيعة السياح القادمين إليها، كون معظمهم لأغراض السياحة الدينية وخلال فترات محددة، إذ تحرص المملكة العربية السعودية على تخفيض تكلفة الإقامة قدر المستطاع<sup>(1)</sup>.

ومع أن الجزائر تملك طاقة فندقية تقدر بـ 1147 فندقا إلا أن 80 بالمائة منها يصنف في فئة أخرى (دون تصنيف)، وهي تتضمن المنتجات والشاليهات وبيوت الشباب، وهذا ما يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين للجزائر هم من المغتربين الجزائريين في أوروبا، أو الذين يقصدونها لزيارة اليوم الواحد أو قضاء العطلات على السواحل.

حيث أنه يتضح من بيانات الجدول أعلاه بأن متوسط السعة الإيوائية في الفنادق المصنفة في الجزائر تمثل 48.96 بالمائة من إجمالي هذه الطاقة خلال هذه الفترة، بينما يمثل متوسط نصيب سعة الوحدات غير المصنفة من العدد الإجمالي للأسرة بـ 51.04 بالمائة.

<sup>(1)</sup> جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007، ص 406.

ويظهر متوسط حصة الفنادق المصنفة على مختلف فئاتها بمعيار عدد الأسرة إلى إجمالي هذه الطاقة في الفترة 1990-2008 حسب النسب التالية<sup>(1)</sup>:

14.68 بالمائة للوحدات الفندقية من فئة خمس نجوم.

11.51 بالمائة للوحدات الفندقية من فئة أربع نجوم.

49.19 بالمائة للوحدات الفندقية من فئة ثلاث نجوم.

17.21 بالمائة للوحدات الفندقية من فئة نجمتين.

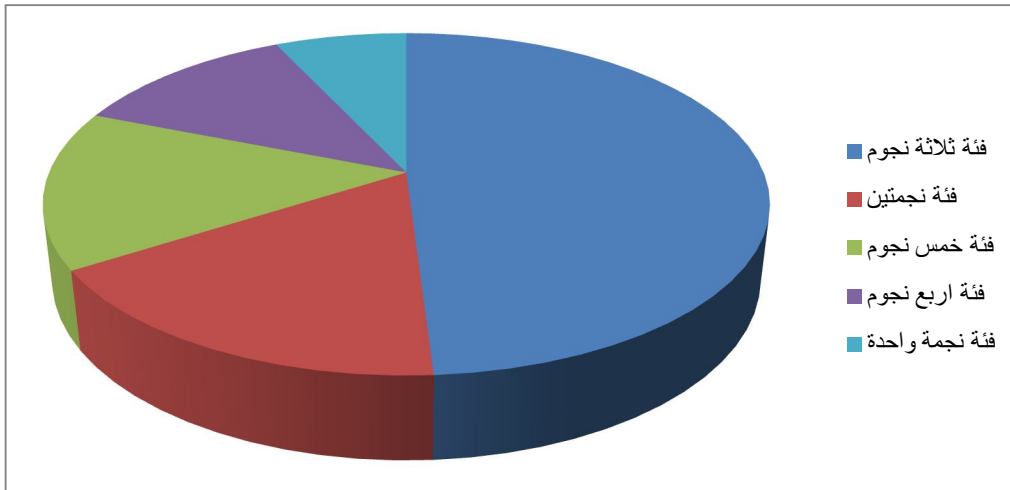
7.40 بالمائة للوحدات الفندقية من فئة نجمة واحدة.

**الجدول رقم 11: عدد المؤسسات والأسرة من 2013-2016**

السنوات	2013	2014	2015	2016
الفنادق والمؤسسات المماثلة لها	1176	1185	1195	1231
عدد الأسرة	98804	99605	102244	107420
نسبة استعمال الأسرة	.....	.....	.....	.....

المصدر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية.

<sup>(1)</sup> office national des statistiques (Algérie) et ministère du tourisme et de l'artisanat "tourisme; répartition des hôtels et établissement assimilées par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008).



تم إعداد الرسم البياني المتمثل في دائرة نسبية توضح تيبولوجيا تصنيف الفنادق في الجزائر من طرف الباحث بالإعتماد على المصادر الرسمية التالية:

**Source:** office national des statistiques (Algérie) et ministre du tourisme et de l'artisanat, "tourisme: répartition des hôtels et établissement simili" es par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008).

ما يمكن ملاحظته هو أن نصيب الفنادق من صنف خمس نجوم وأربع نجوم ضئيل مقارنة بنصيبها من صنف ثلاث نجوم، ويعود ذلك إلى مجموعة من العوامل أبرزها:

- تخوف شركات الفندق العالمية مثل الهيلتون\* والشيراتون\* من الإستثمار في هذا النوع من الفنادق بشكل واسع، لعدم توفر مناخ الإستثمار الملائم وقلة مردودية هذا القطاع في الجزائر.

\* فنادق هيلتون (بالإنجليزية): (Hilton Hôtels & Resorts) هي مجموعة كبيرة من الفنادق منتشرة عالمياً، تم تأسيسها على يد كونارد هيلتون سنة 1919. في سنة 1919 كان كونارد هيلتون وهو عضو هيئة تشريع في ولاية كاليفورنيا يحلم بإنشاء مشروعه التجاري الخاص وقرر في البداية الإتجاه نحو مجال البنوك. وفي زيارة له إلى أحد الفنادق في تكساس أصيب بخيبة أمل من المعاملة الغير لبقة والأجور المرتفعة. سرعان ما قرر كونارد البداية في مجال الفنادق، وقام بشراء فندق في سيسكو تكساس، وذلك عبر قرض من البنك بلغ 20000 دولار و15000 دولار إقترضه من بعض الأصدقاء. وقام بالتوسع في تكساس طيلة 10 سنوات ليقوم بالإستحواذ على سبعة فنادق في نفس الولاية. بعد أول فندق حمل اسمه في دالاس، توسعت فنادق هيلتون بشكل مستمرة غير متأثرة بالحرب العالمية الأولى وقام هيلتون سنة 1943 بشراء فندق بلازا وفندق روزفلت في نيويورك وفي سنة 1945 أضاف فندق مارهاوس أحد أكبر الفنادق في شيكاغو. تعد فنادق هيلتون أحد أشهر الفنادق اليوم في العالم وانتشارها في أكثر من 76 بلداً حول العالم شملت حوالي 530 فندقاً تحمل أكثر من 180 حق امتياز وتشمل أكثر من 102000 جناح وغرفة. تعتبر فنادق هيلتون الأولى دخولاً إلى البورصة وسوق الأسهم في نيويورك وكذلك الأولى دخولاً إلى السوق الأوروبية، وتقدر قيمتها السوقية بعشرين مليار دولار. قامت مجموعة بلاكستون بشراء هيلتون بنفس المبلغ سنة 2007، تطورت المجموعة لتشمل العديد من المجالات التي لها علاقة بالفنادق، شملت المطاعم وخدمات تأجير السيارات وتطورت لتشمل قسماً خاصاً لتزويد الفنادق بكل ما يلزم حتى عمليات التصميم والهندسة وتأثيث الفنادق كما تملك شركة كومباس لخدمات الكمبيوتر والتي تزود الفنادق ببرامج كمبيوتر متخصصة في إدارة وحجوزات الفنادق، كما تنتشر فنادقها في مختلف الدول العربية بما فيها مصر والسعودية ولبنان والإمارات والمغرب.=

- إمتناع الدولة عن الإستثمار في هذا الصنف من الفنادق لضخامة استثماراتها وقلة عائداتها.

وفي المقابل كان نصيب الفنادق من صنف نجمتين ونجمة واحدة قليل إلى إجمالي الطاقة المصنفة، حيث أنه من الطبيعي أن يكون عكس ذلك، لأن هذه الفنادق منجزة من قبل القطاع الخاص وتكاليفها أقل بكثير عن الأولى وإقبال السائحين عليها يكون أكبر من الأصناف الأولى.

الجدول رقم 12: توزيع طاقات الإيواء بحسب نوع المنتج السياحي في الجزائر ما بين 1991-2008

السنوات	1991	1995	2000	2005	2006	2007	2008
حضري	26286	29689	33000	50311	44561	44592	44700
بحري	18972	19410	25442	22000	23148	23248	23500
صحراوي	5026	7615	9000	4431	11639	11639	11639
حموي	3696	3934	8500	5742	4608	4608	4918
جبلي	1006	1352	1300	1411	913	913	1119
إجمالي عدد الأسرة	54986	62000	77242	83895	84869	85000	85876

Source: office national des statistiques (Algérie) et ministre du tourisme et de l'artisanat, "tourisme: répartition des hoteles et établissement simili" es par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008).

يبين هذا الجدول السعة الإيوائية للمؤسسات الفندقية في الجزائر حسب توزيعها على مختلف المنتجات السياحية ما بين 1991-2008، حيث يمثل المنتج الحضري أعلى نسبة 52.05 بالمائة من إجمالي الطاقة الإستيعابية لهذه الفنادق، لأن أغلبها يتواجد بالمدن الرئيسية للبلاد مثل: الجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة وقسنطينة، يليها المنتج البحري بنسبة إيواء تقدر بـ 27.36 بالمائة، من ثم المنتج الصحراوي بنسبة 13.55%.

\*\*\* يعود تاريخ فنادق شيراتون إلى عام 1937 عندما حصل إرنست هندرسون وروبرت مور على فندق ستونهافن في سبرينج فيلد، ماساشوستس. حصلت سلسلة شيراتون على اسمها من فندق آخر قديم، عندما حصل عليه كان هناك لافتة مضيئة على السقف مكتوب عليها "شيراتون" وكانت كبيرة وثقيلة، وبالتالي كان تغييرها مكلفا للغاية. وبدلا من إزالتها، قرروا تسمية كل فنادقهم بهذا الاسم، وفي الأربعينات، اشترت شيراتون فندق كيمبول الشهير في سبرينج فيلد، ماساشوستس، وتحول من فندق 4 نجوم إلى فندق شيراتون-كيمبول، والذي جذب زواراً مثل جون كينيدي، وفي عام 1945، أصبحت شيراتون هي أول سلسلة فنادق يتم إدراجها في بورصة نيويورك، في عام 1949 توسعت شيراتون دولياً بشراء اثنين من سلاسل الفنادق الكندية. شهدت الستينات أول فندق شيراتون خارج أميركا الشمالية مع افتتاح فندق ماكوتو-شيراتون، كراكاس، فنزويلا في عام 1963. وبحلول عام 1965 فتح فندق شيراتون رقم 100 أبوابه. ويعد شيراتون عنابة هو آخر شيراتون تم افتتاحه.



وعلى الرغم من أن هذا النمط السياحي يحظى باهتمام من طرف السياح الأجانب المقبلين إلى الجزائر، إلا أنه يعاني من عجز في قدرات الإستقبال ولا يتماشى مع مستوى الطلب عليه، سيما بعد انتعاش السياحة الأجنبية مع بداية القرن الحالي نتيجة تحسن الظروف الأمنية للبلاد واستقرار أوضاعها، بعدها يأتي المنتج الحموي بنسبة تقدر بـ 5.73 بالمئة، وفي المرتبة الأخيرة يصنف المنتج الجبلي بطاقة إيواء نسبتها 1.3 بالمائة من إجمالي الطاقة الإستيعابية، ومن خلال هذه الأرقام نلاحظ ضعف طاقات الإيواء لمختلف المنتوجات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، حيث لا يحظى المنتج الصحراوي والجبلي والحموي بالهيكل الكافية التي تتناسب مع هذه الإمكانيات لاستقبال أكبر عدد من السياح المحليين والأجانب، وتلبية حاجيات طالبي هذه المنتوجات، لعدم استغلال المقومات السياحية في هذا المجال لاستقطاب هواة هذه النمط السياحية.

**الجدول رقم 13: توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب النوع**

2016		2015		2014		السنوات
عدد الأسرة	عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها	عدد الأسرة	عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها	عدد الأسرة	عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها	
66155	903	62479	870	61012	872	حضري
30500	231	30380	230	27962	209	حمامي
4780	56	3636	55	4547	60	صحراوي
4102	22	3866	21	4259	26	حمام معدني
1883	19	1883	19	1825	18	مناخي
107420	1231	102244	1195	99605	1185	المجموع

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، رقم 46-47، نشرة 2016-2017.

**ثانيا: الطاقة الفندقية بحسب عدد الفنادق**

ومن حيث توزيع الطاقة الإيوائية بحسب عدد الفنادق وفق تصنيفها في الجزائر يمكن ملاحظته

من خلال الجدول التالي:

## الجدول رقم 14: توزيع الفنادق حسب تصنيفها في الجزائر خلال الفترة 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
عدد الفنادق حسب تصنيفها	5	8	11	13	13	13	13
5 نجوم	17	31	34	23	54	54	53
4 نجوم	87	91	110	76	145	145	142
3 نجوم	63	83	93	69	155	157	160
نجمتين	55	70	72	57	97	97	99
نجمة واحدة	227	283	320	238	464	466	467
الإجمالي المصنف	380	653	827	1105	1134	1140	1147
الإجمالي العام للفنادق							

Source : office nationale des statistiques (Algérie) et ministre du tourisme et de l'artisanat, tourisme 1985-2008) répartition des hôtels et établissements par catégorie d'établissement.

نلاحظ من خلال الجدول، أن الفنادق قدر عددها سنة 2008 بـ 467 وحدة من إجمالي الفنادق والمؤسسات المعدة لاستقبال السياح في الجزائر، والتي بلغ عددها 1147 وحدة في نفس السنة؛ أي ما يعادل 40.71% فقط هي حصة الفنادق المصنفة في الجزائر، وبمعدل نمو متوسط سنوي بـ 12.6% وغير المصنفة 20.39% ويتبين من خلال تتبع السلسلة الزمنية لتطور عدد الفنادق عن عددها سنة 2000 بمعدل نمو سالب بـ 36.56% ولعل أهم سبب في هذا التناقض هو تخفيض درجات هذه الفنادق إلى الدرجات الدنيا، إذ شهدت الوحدات والمؤسسات الفندقية غير المصنفة في نفس السنة إرتقاءً مذهلاً عما كانت عليه سنة 2000 بمعدل تغير 42.8%، ويظهر متوسط نصيب عدد الفنادق المصنفة حسب مختلف فئاتها من إجمالي هذه الطاقة في الجزائر للفترة 1990-2008 كما يلي:

3.18% حصة الفنادق من صنف 5 نجوم.

10.47% حصة الفنادق من صنف 4 نجوم.

32.79% حصة الفنادق من صنف 3 نجوم.

30.92% حصة الفنادق من صنف نجمتين.

22.62% حصة الفنادق من صنف نجمة واحدة.

إن تناقض الفنادق المصنفة بهذا القدر أمر ملفت للإنتباه، مما يجب التأكيد عليه على توفير الشروط المعتمدة دولياً في مجال الفنادق وتحسين مستوى الخدمات فيها، وتوفير الظروف الصحية والأمنية للسياح داخل هاته المؤسسات، وقد جاءت الجزائر في الترتيب العام ضمن تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي لعام 2009 في المرتبة 115 من إجمالي الدول المشاركة البالغ عددها 133 دولة، وعلى 13 مؤشراً، في حين كان تصنيفها سنة 2008 في المرتبة 102 من مجموع 130 دولة، وصنفت في مؤشر البنى التحتية للسياحة في الدرجة 94، نظراً لضعف القدرة التنافسية لهياكلها الفندقية من حيث الأسعار، وجودة خدماتها.\*

وقد أشار كذلك تقرير تنافسية السياحة والسفر للدول العربية الصادر عن المنظمة العربية للسياحة،\*\* بأن تنافسية السياحة والسفر من المؤشرات التي تبين القوة الإقتصادية التي يمثلها قطاع

\* شمل تقرير تنافسية السياحة والسفر العالمي سنة 2009 على 13 مؤشر قسم إلى ثلاثة مجموعات رئيسية هي: المجموعة الأولى: مؤشرات الإطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة وتضمنت هذه المجموعة خمس مؤشرات هي: السياسات والأنظمة الناظمة للقطاع، بيئة قطاع السياحة والسفر، الأمن والأمان، الصحة العامة، الأولويات المتبعة في القطاع. المجموعة الثانية: مؤشرات البنى التحتية وبيئة الأعمال في القطاع شملت أيضاً خمس مؤشرات وهي: النقل الجوي، النقل البري، البيئة السياحية، بيئة تكنولوجيا المعلومات في القطاع، تنافسية الأسعار في قطاع السياحة. المجموعة الثالثة: الموارد البشرية والثقافية والطبيعية في القطاع شملت ثلاث مؤشرات وهي: الموارد البشرية، فهم السياحة الوطنية، الموارد الطبيعية والثقافية. للمزيد أنظر المرجع أدناه:

World economic forum, "the global competitiveness report 2009, "Geneva, Switzerland, (2009), p118.

\*\* المنظمة العربية للسياحة (Arab Tourism Organization) هي منظمة منبثقة من المجلس الوزاري العربي للسياحة، تهتم بشؤون الدول العربية من الناحية السياحية، باعتبارها المنظمة المتخصصة في مختلف مجالات السياحة العربية. تقوم بالتنسيق والتعاون مع الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة في متابعة وتنفيذ قرارات المجلس ومكتبه التنفيذي ولجانته الفنية. تلعب منظمة السياحة العربية دوراً هاماً في التأثير على مستوى وتنمية السياحة في العالم العربي، وتعمل المنظمة في مواضيع أساسية تشمل البحوث البيئية والمواضيع الإجتماعية والإقتصادية والثقافية وبناء المقدرات من أجل كفالة التنمية المستدامة وذلك بتنظيم ورشات عمل ومؤتمرات وتقديم التدريب اللازم والشراكة الاستراتيجية مع القطاعين العام والخاص للمساعدة في إدماج مفهوم التنمية المستدامة في السياحة، تتخذ المنظمة العربية للسياحة من المملكة العربية السعودية مدينة جدة مقراً رئيسياً لها بموجب الأمر الملكي الكريم واتفاقية المقر مع حكومة المملكة العربية السعودية، وهي الجهة المعنية بالقطاع السياحي العربي والتي تقوم بترجمة قرارات مجلس وزراء السياحة العرب ورئيسها الدكتور بندر بن فهد الفهيد سعودي الجنسية، أنشئت المنظمة بناءً على مقترح من المملكة العربية السعودية من خلال الأمير سلطان بن سلمان بن عبد العزيز آل سعود الرئيس الفخري للمنظمة ورئيس الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني السعودية، وتم اعتمادها بموجب قرارات المجلس الوزاري العربي للسياحة في دورته الثامنة المنعقدة في مقر جامعة الدول العربية بحضور الأمين العام لجامعة الدول العربية والتي نصت على إنشاء منظمة تسمى المنظمة العربية للسياحة تعمل في إطار المجلس الوزاري العربي للسياحة التابع لجامعة الدول العربية بهدف تفعيل وتنمية السياحة فيما بين الدول العربية. في يوم الإثنين 06-04-2015 رأس خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود الجلسة التي عقدها مجلس الوزراء في المملكة العربية السعودية بمدينة الرياض حيث قرر المجلس برئاسة الملك سلمان الموافقة على اتفاقية مقر بين حكومة المملكة العربية السعودية والمنظمة العربية للسياحة، الموقع عليها في مدينة الطائف بتاريخ 1435/7/14 هـ. وتمنح هذه الاتفاقية رئيس المنظمة العربية للسياحة وموظفيها الرسميين الموفدين من حكوماتهم العاملين في مقر المنظمة الحصانة القضائية فيما يتعلق بالأعمال التي يؤديونها بحكم وظائفهم وذلك بعد موافقة وزارة الخارجية عليهم.

السياحة في الوقت الحاضر، حيث أصبح صناعة قائمة بذاتها واعتمدت عليها إقتصاديات الكثير من دول العالم، حيث تمثل مصدرا رئيسيا لدخلها.

فتعتمد قوة أي بلد في قطاع أو صناعة السياحة من قوة وقدرة السياحة على التأثير على إقتصاده وقدرته على المنافسة إقليميا وعلميا، مما يحتم على الدول الإهتمام بموضوع التنافسية في صناعة السياحة والسفر والإستفادة من مفهومها حتى تتمكن من تحقيق التطور والنمو والإستفادة من هذه الصناعة لما لها من آثار على النواحي الإقتصادية والإجتماعية، والثقافية والبيئية للمجتمعات والدول، والقدرة على التحفيز الإيجابي لقطاعات أخرى لتحقيق أغراض التنمية المستدامة، وقد إستحوذ موضوع القدرة التنافسية في القطاع السياحي على نقاش واسع في الدول وخاصة في أوساط الإقتصاديين ورجال الأعمال<sup>(1)</sup>.

وانطلاقا من أهمية تنافسية السياحة والسفر، فإن المجلس الوزاري العربي للسياحة قد قام بتكليف المنظمة العربية للسياحة بتحليل تقرير تنافسية السياحة والسفر الذي يصدر عن المنتدى الإقتصادي العالمي ويقدم تقرير كل عامين يبين فيه درجة الدول العربية عالميا وعربيا ويحلل نقاط الضعف والقوة ويوضح مصادر المعلومات ونسبتها وتوزيع المؤشرات حسب كل قطاع ونسبه من مجموع المؤشرات.

ويبين تحليل تقرير عام 2015 بأن المنتدى الإقتصادي قد قام بتغيير بعض المسميات للمؤشرات التي كانت في الأعوام الماضية وقد ضم هذا التقرير 141 دولة من جميع أنحاء العالم منها 14 دولة عربية، حيث صدر أول تقرير من المنتدى الإقتصادي العالمي عام 2007 وشاركت به 10 دول عربية، ثم في عام 2008 و2009 شاركت به 14 دولة عربية، وشاركت 15 دولة في تقرير 2011، و13 دولة في تقرير عام 2013<sup>(2)</sup>.

وأصدر المنتدى الإقتصادي العالمي (دافوس) تقريره هذا في مايو 2015 وأطلق عليه مسمى "النمو من خلال الصدمات" والاسم مستوحى من تعرض قطاع السياحة لعدة صدمات صحية وكوارث جوية بالإضافة للأزمات المتلاحقة في العالم من عدم توفر الأمن والإرهاب في بعض الدول ورغم كل هذا ما زال هذا القطاع ينمو فقد بلغ عدد السواح في عام 2014 عالميا 1.14 مليار زيادة عن عام 2013 بـ 51 مليون سائح وهذا ما أكدته المنظمة العالمية للسياحة بالأمم المتحدة UNWTO إضافة إلى تأكيد المجلس العالمي للسياحة WTTC بأن قطاع السياحة والسفر يمثل 9.5% من الناتج المحلي بالعالم؛ أي 7 تريليون دولار أمريكي ويشكل 5.4% من الصادرات العالمية وما زال هذا القطاع يلعب

(1) <http://www.arab-tourismorg.org/index.php/research/competitive-tourism-and-travel>

(2) Ibid.

دورا بارزا ومحركا رئيسيا لخلق فرص العمل التي تزايدت بنسبة 4% في عام 2014 من خلال توفير 266 مليون فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة.

وتوضح الجداول التحليلية التي أعدتها المنظمة العربية للسياحة مدى تقدم أو تراجع مرتبة الدول العربية في تنافسية السياحة والسفر والمؤشرات التي أدت إلى التقدم أو التراجع من خلال تحليل للمؤشرات في الأعمدة الرئيسية للتقرير، والمؤشرات والمتغيرات التي انبثقت منها فالإمارات العربية المتحدة ودولة قطر ومملكة البحرين ما زالت متصدرة الثلاثة الأوائل عربيا مع العلم بأن الإمارات العربية المتحدة فقط هي التي تقدمت عالميا، ثم تقدمت المملكة المغربية عالميا وعربيا وأصبحت في المرتبة الرابعة عربيا تليها المملكة العربية السعودية التي تقدمت إلى المرتبة الخامسة عربيا ثم، تلتها سلطنة عمان بالمرتبة السادسة عربيا، ثم المملكة الأردنية الهاشمية سابعا، عربيا يليها تونس ثامنا، ثم جمهورية مصر العربية تاسعا، ثم لبنان عاشرا، بعدها أتت الكويت بالمرتبة الحادي عشر، ثم الجزائر في المركز الثاني عشر، ثم موريتانيا الثالثة عشر، ثم اليمن الرابعة عشر.

وتهدف المنظمة العربية للسياحة من تحليل هذا التقرير بعد أن كان يأخذ جدلاً كبيراً كما ذكرنا سابقا في أوساط هذا القطاع فكان موضوعا مهما نسلط الضوء عليه ونعرف مكنوناته ثم نقوم بدراسة المؤشرات المستخدمة وأهميتها لتطوير هذا القطاع المهم الذي أصبح في الدول العربية من القطاعات التنافسية للقطاعات الأخرى، ويبين التحليل التوصيات المقترحة من المنظمة العربية للسياحة.

### ثالثا: الليالي السياحية في الجزائر

الليالي السياحية هي مدة الإقامة التي يقضيها السياح في فنادق البلد السياحي المضيف طيلة رحلاتهم السياحية، والملاحظ أن معدل تغير الليالي السياحية يتناسب طرذا مع معدل تغير عدد السائحين الوافدين إلى المناطق السياحية المعنية، إلا أن هذه القاعدة ليست عامة، لأن هناك مجموعة من العوامل تساعد في تحديد مدة إقامة السائحين والتي قد تؤثر سلبا على تزايد عدد الليالي السياحية وهذه العوامل قد تكون محلية أو عالمية، وفي حالة الجزائر، تتسم الليالي السياحية التي يقضيها السياح الوافدين بمحدوديتها، وذلك تماشيا مع حجم الطلبات السياحية على هذا البلد، والجدول الآتي يوضح تطور الليالي السياحية في الهياكل الفندقية للجزائر خلال الفترة ما بين 1990-2008.

## الجدول رقم 15: تطور الليالي السياحية في الفنادق في الجزائر للفترة 1990-2008

الوحدة: ألف ليلة سياحية

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
إجمالي الليالي السياحية	3701.13	3648.63	3748.13	4705.63	4905.216	5119.94	5346.54
الليالي السياحية لغير المقيمين	658.14	75.80	202.905	483.332	528.591	573.855	595.747
الليالي السياحية لغير المقيمي (%)	17.8	2.1	5.41	10.27	10.78	11.21	11.14

**Source:** office national des statistiques (Algérie) et ministre du tourisme et du l'artisanat, "tourisme repartitions des nuitées hôtelières par nationalité et par catégories pour les années 1990-2008".

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه بأن تطور عدد الليالي السياحية لإجمالي السياح المقبلين على الجزائر أثناء الفترة ما بين 1990-2008 بطيء نوعا ما، إذ لم يتجاوز معدل متوسط النمو السنوي لها 6.19% خلال هذه الفترة، وبالنسبة لعدد الليالي السياحية لغير المقيمين لم يتجاوز نصيبها في المتوسط 9.6 بالمائة من إجمالي الليالي السياحية لهذه الفترة.

محدودية الليالي السياحية لغير المقيمين بشكل خاص تتوافق مع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر لنفس الفترة كما سنوضحه لاحقا (من خلال السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر)، وهذه نتيجة حتمية لعجز المنتج السياحي الجزائري على المنافسة في السوق السياحية العربية والدولية ككل، جراء الأوضاع الأمنية والأزمة السياسية التي ضربت الجزائر خلال العقد الأخير من القرن العشرين، والتي ساهمت في تدمير القطاع السياحي إلى جانب تهميشه ضمن الإستراتيجيات التنموية، وكان نتيجة ذلك نفور السياح الأجانب من السياحة الجزائرية، والتوجه إلى البلدان الأخرى خوفا من الظروف والمشاكل التي عاشتها البلاد آنذاك.

## الجدول رقم 16: عدد الليالي السياحية في الفنادق والمؤسسات المماثلة لها

السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016
مقيمين	5484105	5703550	5926960	6215932	6307411	6283910
غير مقيمين	845367	936931	994274	837812	839161	992611
المجموع	6329472	6640181	6921234	7053744	7146572	7276521

ملاحظة: الجزائريين المقيمين بالخارج معدودين مع غير المقيمين.

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، رقم 46-47، نشرة 2016-2017.

## رابعاً: السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر

ترتكز الصناعة السياحية على عنصر رئيسي، وهو جذب السائحين، حيث أصبح هذا العامل فنا وعلما يرتبط بجميع مرافق الدولة والخدمات التي تقدمها.

تنوعت أساليب الجذب السياحي لكل دولة، ولم تبق حكرا على أغراض ترفيهية وتسلية وزيارة متاحف وأماكن أثرية ما يعرف بالسياحة الثقافية، لذلك اختلفت المقاصد السياحية وتعددت أغراضها فمنها السياحة الدينية، السياحة العلاجية، الرياضية، وسياحة المؤتمرات والاعمال.

وبالنسبة للجزائر فقد بلغ عدد السياح الوافدين إليها ما يزيد عن 150000 سائح سنة 1950، ثم تراجع هذا العدد مع اندلاع الثورة التحريرية ضد الإحتلال الفرنسي سنة 1954<sup>(1)</sup>، وبعد الإستقلال لم تعد الحركة السياحية الدولية الوافدة إليها تمثل مكانة مهمة، وذلك للإعتبارات الإيديولوجية السائدة خلال العقود الثلاثة الأولى من الإستقلال، وقد ازدادت الأمور تعقيدا منذ أوائل التسعينات نتيجة تراجع الأوضاع السياسية والأمنية للجزائر، والتي أثرت سلبا على السياحة في الجزائر، وبشكل ملحوظ على جذب السياح الأجانب إلى الجزائر كما سبق التوضيح، والجدول الآتي يوضح تتبع حركة السياح الوافدين إلى الجزائر في الفترة 1990-2008:

(1) صليحة عشي، مرجع سابق، ص 129.

الجدول رقم 17: تطور عدد السائحين غير المقيمين الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة 1990-2008

الوحدة: ألف سائح

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
عدد السياح الأجانب	686	97.65	175.5	421.2	478	510	556.7
إجمالي عدد السياح	1137	520	866	1443	1638	1743	1772
معدل التغير (%)	-	-54.26	66.54	66.63	13.51	6.41	1.66

**Source:** Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, 'Tourisme: Les Entrées aux frontières des touristes par nationalités Pour les années 1990- 2008'

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن هناك تراجع لعدد السياح الوافدين إلى الجزائر بسبب الظروف التي عاشتها البلاد في فترة التسعينيات من القرن الماضي (عدم الإستقرار السياسي والأمني) وهو ما تؤكد الأرقام، حيث تم تسجيل تراجع كبير من 1137000 سائح عام 1990 إلى 520000 سائح عام 1995 بمعدل نمو سالب يقدر بـ 23.83%، وبعد الألفية وبالتحديد منذ العام 2005 بدأ القطاع ينتعش نوعا ما بزيادة بسيطة ليصل في عام 2008 إلى 1772000 سائح، بمعدل نمو سنوي قدره 7.7% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بما تم تحقيقه في المغرب، حيث حقق هذا الأخير بالنسبة لإجمالي السياح الأجانب نمو سنوي في المتوسط الذي قدر بـ 57.5%، وسياتي بيان ذلك لما يتم التطرق للسياحة الدولية الوافدة للمغرب.

### المطلب الثاني: مؤشرات السياحة في المغرب

يعتبر المغرب من الدول التي تتوفر على مقومات جذب سياحي طبيعية وحضارية بالغة الأهمية، خاصة الموقع الجغرافي الذي يعتبر همزة وصل بين القارتين الإفريقية والأوروبية، وطبيعتها الجبلية المتميزة، وامتداد شواطئها على البحر المتوسط والمحيط الأطلسي، وضخامة ثقافية وتراثية بمختلف الحضارات التي مرت بالمغرب، مما أضفى على هذا البلد رونقا خاصا، وجاذبية متميزة من قبل السياح الوافدين عليه من مختلف الجنسيات، وقد حازت السياحة في المغرب منذ سنة 1965 على الأولوية ضمن مخططاتها التنموية، وذلك من أجل تحسين الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية للبلد، وجلب العملة



الصعبة عن طريق المنتج السياحي، وكان سعي المغرب واضح في تطوير البنى التحتية اللازمة من أجل قطاع السياحة كغيره من القطاعات، وتوسيع الطاقة الإستيعابية للمؤسسات الفندقية، وتحسين مستوى الخدمات في هذه الهياكل السياحية لتلبية الطلب على هذا المنتج، واستقطاب المزيد من السياحة الدولية<sup>(1)</sup>.

كانت الطاقة الفندقية للمغرب سنة 1955 تقدر بـ 265 فندقا يشمل على 7677 غرفة، بطاقة إيواء 5000 سرير، وبعدها ركز المغرب جهوده على النهوض بقطاعه السياحي وتطوير قدراته، وتجعله في مستوى المنافسة العربية والدولية على حد سواء، إذ أدرج هذا القطاع في مخططاته التنموية ضمن أولوياته الاقتصادية والاجتماعية، على أنه مصدر رئيسي لجلب النقد الأجنبي، ومعالجة عجزه في ميزان المدفوعات، وتمويل الأنشطة الاقتصادية وإيجاد مناصب شغل لرفع المستوى المعيشي لسكانه.

لم تكن السياحة من أولوية السلطات العمومية خلال 1956-1964 على الرغم من أنها حظيت ببعض الإهتمام تمثل في القيام ببعض الإستثمارات في مجال الفنادق، ودعم المكتب الوطني المغربي للسياحة ومؤسسات شبه عمومية أخرى في مجالات النقل والتمويل، إضافة إلى تشجيع استثمارات القطاع الخاص عن طريق مزايا قانون الإستثمارات الصناعية سنة 1960<sup>(2)</sup>.

وانطلاقا من الفترة 1965-1977 والمخططات الموالية لها، أعطيت الأولوية للسياحة إلى جانب قطاع الفلاحة والتعليم، وتضمنت برامجها مشاريع طموحة تهدف إلى النهوض بالسياحة ضمن المخططات التنموية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد.

وكان على القطاع العام إستنادا لهذه الأولوية أن يقوم بدوره في تنشيط عمليات النهوض بالسياحة، وتوفير أراض واعدادها وانجاز الأشغال الكبرى للتهيئة، وتوفير البنى التحتية الرئيسية كالمطارات والموانئ والطرق، وبناء الفنادق ومختلف المؤسسات الإيوائية ومؤسسات التسلية والترفيه، ودعم استثمارات القطاع الخاص.

بالإضافة إلى التركيز على تأمين التمويل اللازم للمشاريع المتعلقة بتهيئة مناطق التوسع السياحي حسب أولوياتها في تلك الفترة، والتي حددت بستة مناطق سياحية: أغادير، طنجة، تطوان، الحسيمة، الجنوب الكبير وعدد من المدن التي تحتوي على المآثر التاريخية، وما يميز هذا المخطط أن معظم

(1) صليحة عشي، مرجع سابق، ص ص 144-145.

(2) إسماعيل عمران، التنمية السياحية بالمغرب واقع وأبعاد ورهانات، (الرباط: دار الأمان للنشر والتوزيع، 2004)، ص ص 22-23.

الإستثمارات المخصصة للقطاع السياحي تم توجيهها إلى المناطق الساحلية المتواجدة على الواجهة المتوسطية بشكل أساسي، زيادة على بعض المناطق الأخرى من المغرب، الأمر الذي ساعد على تطوير السعة الإيوائية بفنادقه إلى 20000 سرير سنة 1967، وفي الفترة الممتدة ما بين 1968-1972 و 1973-1977 تم تنفيذ مخططين رباعيين امتازا بتطبيق اللامركزية الجهوية في قطاع السياحة، لإعطائه مرونة من أجل تطوير مناطق الجذب السياحي، وتثمين المقومات السياحية لهذه المناطق، بلغ حجم الإستثمارات السياحية خلال هذين المخططين من الميزانية العامة بـ 6.8% و 6.5% على الترتيب<sup>(1)</sup>.

بعدها تأتي مرحلة المخطط الثلاثي 1978-1980 والمخطط الخماسي 1981-1985 الذي تميز بنقل دور الدولة في الإستثمارات السياحية، وفسح المجال أمام القطاع الخاص المحلي والأجنبي للإستثمار في هذا القطاع، حيث أصبح نصيبه خلال هذين المخططين من برنامج الإستثمارات السياحية للفترة 1960-1985 على التوالي 90.6% و 90%، مما ساهم في إعطاء دفع لتوسيع الطاقة الفندقية بوتيرة أسرع من ذي قبل.

وجاءت بعدها مخططات تنموية أخرى إهتمت فيها المغرب بانتهاج سياسة سياحية جديدة، وذلك بمقتضى القرار الملكي الصادر في 1988/04/08، والقانون رقم 89/39، تضمننا تحويل ملكية الفنادق التي تملكها الدولة للقطاع الخاص من أجل معالجة مسألة نوعية الخدمات السياحية بهذه الفنادق وتقوية مردودها، إضافة إلى سعي المغرب إلى ترقية منتوجه السياحي بتطوير تسويقه على مستوى الأسواق الدولية.

وجدير بالذكر أن المملكة المغربية في سعيها لتطوير الصناعة السياحية وجلب السائح الدولي، جعلت من الحكامة أولوية قصوى ضمن مخططاتها السياحية سواء كانت في رؤية 2010، أو في رؤية 2020، وحتى في المخطط الأزرق وسيأتي بيان ذلك في الفصل الثالث.

#### أولاً: الطاقة الفندقية بمعيار عدد الأسرة

الجدول الآتي يظهر الطاقة الإستيعابية للفنادق المصنفة بمعيار عدد الأسرة في المغرب خلال الفترة ما بين 1990-2008:

<sup>(1)</sup>Jean Stafford, développement et tourisme au Maroc, Montréal: l'Harmattan, 1996, pp 64-69.  
<http://www.editions-harmattan.fr/index.asp?navig=catalogue&obj=livre&no=4009>

## الجدول رقم 18: تطور عدد الأسرة في فنادق المغرب 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
عدد الأسرة في الفنادق	88578	90511	95180	124270	133230	143269	152936
معدل التغير (%)	-	2.18	5.16	30.56	7.21	7.53	6.75

**Source:** forum marocain du tourisme, "évolution de la capacité d'hébergement dans les hôtels classées durant la période 2000-2008".

من معطيات الجدول أعلاه، نلاحظ أن عدد الأسرة في الفنادق المصنفة في المغرب خلال الفترة 1990-2008 تطور بمعدل نمو متوسط سنوي يقدر بـ 9.31 %، وبزيادة تقدر بـ 1.73 مرة ما يعادل 64358 سرير في هذه الفترة، وإذا ما تم مقارنة متوسط الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة في المغرب إلى إجمالي هذه الطاقة يتبين بأنها تمثل 73.84%<sup>(1)</sup>.

وتدل هذه النسبة على الإهتمام بالفنادق المصنفة إذا ما قورنت بنظيرتها غير المصنفة والتي لم تتجاوز 26.16 بالمائة أثناء هذه الفترة من إجمالي الطاقة الإستيعابية لكل الفنادق، ولتوضيح السعة الإيوائية للفنادق المصنفة في المغرب بمختلف درجاتها للفترة 1990-2008، يعطى الجدول التالي:

<sup>(1)</sup> forum marocain du tourisme, "évolution de la capacité d'hébergement dans les hôtels classées durant la période 2000-2004, 2004-2008".

## الجدول رقم 19: تطور عدد الأسرة في الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
5 نجوم	13055	13571	15006	18454	19848	22159	24498
4 نجوم	30500	27036	26935	33907	36568	36981	39149
3 نجوم	10157	17157	17925	22781	23175	23204	24526
نجمتين	6629	8269	9768	11492	12586	13391	13199
نجمة واحدة	4061	4648	5246	5894	6277	7972	9003
الإجمالي المصنف	64402	70681	69634	92528	98454	103707	110375
الإجمالي العام للأسرة	88578	90511	95180	124270	133230	143269	152936

**Source:** forum marocain du tourisme, "évolution de la capacité d'hébergement dans les hôtels classées durant la période 1986-2004,2000-2008".

يظهر متوسط حصة الفنادق المصنفة بمختلف فئاتها من إجمالي عدد الأسرة في المغرب 1990-2008 حسب النسب التالية:

20.52 بالمائة حصة الفنادق المصنفة من فئة خمس نجوم.

38.46 بالمائة حصة الفنادق المصنفة من فئة أربع نجوم.

22.65 بالمائة حصة الفنادق المصنفة من فئة ثلاث نجوم.

12.3 بالمائة حصة الفنادق المصنفة من فئة نجمتين.

7 بالمائة حصة الفنادق المصنفة من فئة نجمة واحدة.

يسعى المغرب في إطار تطوير السعة الإيوائية اللازمة لاستقبال السياح الوافدين إليها خلال الفترة الممتدة بين 2000-2010 لتوفير 230000 سرير مع نهاية 10؛ أي بزيادة تقارب 160000 سرير من خلال تجهيز خمس محطات سياحية جديدة لمختلف المناطق الساحلية للمغرب وهي: السعيدية، رأس الماء، خميس الساحل، الحوزية وموغلادور.<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup> Royaume du Maroc, administration du tourisme, "vision 2010 et avenir: vision 2010 en bref".

[www.tourisme.gov.ma](http://www.tourisme.gov.ma)

## ثانيا: الطاقة الفندقية بحسب عدد الفنادق

تطور الطاقة الفندقية للمغرب بمعيار عدد الفنادق للفترة 1990-2008 يصنف في الجدول الآتي:

## الجدول رقم 20: تطور عدد الفنادق في المغرب 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
عدد الفنادق	511	526	576	1149	1354	1543	1720
معدل التغير (%)	-	2.93	9.50	99.30	17.94	13.96	11.47

Source: revue d'information BMCE, "industrie touristique", (septembre – octobre 2001, p17.

يلاحظ من معطيات الجدول بأن عدد الفنادق بالمغرب خلال الفترة ما بين 1990-2008 تطور بمعدل نمو متوسط سنوي يقدر بـ 22.34 بالمائة، وازيادة تقدر بـ 3.36 مرة، ليصبح عدد الفنادق 1720 فندق سنة 2008، والجدول التالي يظهر توزيع عدد الفنادق المصنفة بمختلف فئاتها في المغرب من إجمالي هذه الطاقة للفترة 1990-2008:

## الجدول رقم 21: تطور عدد الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
5 نجوم	33	32	36	41	46	50	56
4 نجوم	115	101	104	129	136	139	145
3 نجوم	100	121	131	161	164	163	170
نجمتين	107	125	147	150	165	170	174
نجمة واحدة	89	87	101	105	113	132	149
الإجمالي المصنف	444	466	519	586	624	654	694
الإجمالي العام للفنادق	511	526	576	1148	1354	1543	1720

Source: Direction de la statistique, annuaire, 1980 à 2004, DPCP, département du tourisme marocain.

تعتبر الطاقة الفندقية المصنفة في المغرب بمعيار عدد الفنادق متماشية مع الطاقة الفندقية غير المصنفة، إذ تقدر حصتها بـ 40.35 بالمائة من إجمالي عدد الفنادق والوحدات التي يمتلكها هذا البلد

(1720 وحدة) سنة 2008، وتقدر سعتها الإيوائية بـ 73.84 بالمائة من مجموع هذه الطاقة، ما يعادل بتقريب ثلاث مرات عدد الأسرة في المؤسسات والفنادق غير المصنفة.<sup>(1)</sup>

متوسط نصيب الفنادق المصنفة بمختلف فئاتها من إجمالي عددها في المغرب خلال الفترة 1990-2008 حسب النسب الآتية:

7.33 بالمائة حصة الفنادق من صنف خمس نجوم.

21.93 بالمائة حصة الفنادق من صنف أربع نجوم.

25.27 بالمائة حصة الفنادق من صنف ثلاث نجوم.

26.05 بالمائة حصة الفنادق من صنف نجمتين.

19.41 بالمائة حصة الفنادق من صنف نجمة واحدة.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن متوسط عدد الفنادق من فئة خمس نجوم هي أقل حصة في توزيع الفنادق المصنفة في المغرب خلال 1990-2008 (7.33 بالمائة)، ما يعني قلة الإستثمارات الموجهة لهذا النوع من الفنادق، نتيجة ضخامة تكاليفها وارتفاع أسعار خدماتها وقلة عائداتها.

فيما يتقارب نصيب كل من الفنادق من صنف ثلاث نجوم ونجمتين (25.27 بالمائة و26.05 بالمائة على الترتيب)، وتليها الفنادق المصنفة بأربع نجوم ونجمة واحدة بـ 21.93 بالمائة و19.41 بالمائة على التوالي.

على الرغم من هذا التطور الذي شهدته السعة الإيوائية في الفنادق المغربية بمعيار عدد الأسرة أو بمعيار عدد الوحدات، فمازالت لا تستجيب لطلبات السائحين، ومن أهم أسباب ذلك عدم توجه الإستثمار الخاص المحلي والأجنبي إلى هذا القطاع بشكل واسع، لوجود بعض العراقيل التي تحول دون ذلك، منها صعوبة الحصول على العقار وارتفاع الضرائب، إضافة إلى وجود منافسة حادة لهذا القطاع من بعض الدول في جنوب أوروبا والمنطقة العربية، وكذا عدم استغلال تنوع المنتج السياحي للمغرب بما يتناسب مع مستوى إمكانياته التاريخية والثقافية والطبيعية التي يحتويها.

<sup>(1)</sup> forum marocain du tourisme, "évolution des principaux indicateurs touristiques durant la période 1986-2004, 2000-2008".

وقد تم تسجيل المغرب ضمن تقرير التنافسية لمجلس السياحة والسفر العالمي سنة 2009 في الرتبة 75، وفي حين كان ترتيبه في الدرجة 67 عام 2008<sup>(1)</sup>، وصنف في مؤشر البنية التحتية للسياحة في المرتبة 80<sup>(2)</sup>.

### ثالثا: الليالي السياحية في المغرب

يسعى المغرب لرفع حصته من عدد السياح الوافدين إليه، وبالتالي زيادة عدد الليالي السياحية المقضاة في مختلف الفنادق المتواجدة بهذا البلد، ولتحقيق ذلك يعمل المغرب على رفع طاقاته من أجل استقبال أكبر عدد ممكن من السياح، وفي نفس الوقت تحسين مستوى الخدمات السياحية التي تساعد على إطالة مدة الإقامة في هذه الفنادق، والجدول التالي يوضح تطور الليالي السياحية في المغرب في الفترة الممتدة من 1990 إلى 2008.

### الجدول رقم 22: تطور عدد الليالي السياحية في الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
إجمالي الليالي السياحية	10197675	9941390	13539567	15215589	16326885	16893803	16461517
الليالي السياحية لغير المقيمين	8366905	7780284	11267753	12259489	13345867	13703350	13067592
الليالي السياحية لغير المقيمين %	82.05	78.26	83.22	80.57	81.74	81.11	79.38

**Source:** Ministre du tourisme, forum marocain du tourisme, "rapport d'évaluation du tourisme marocain durant la période 2000-2008", évolution des nuitées du tourisme réalisé dans les établissement d'hébergement classées, pp 10-11.

وتبعا لمعطيات الجدول أعلاه، يتضح أن الليالي السياحية لغير المقيمين في الفنادق المصنفة في المغرب للفترة 1990-2008 تمثل في المتوسط 80.90% من إجمالي الليالي السياحية في هذه الفنادق، في حين لم يتجاوز عدد الليالي للسياح المقيمين بالمغرب 19.1% خلال الفترة نفس الفترة مما يدل على

(1) world economic Forum. OP.Cit, p280.

(2) Ibid, p281.

إقبال السائح الأجنبي على الفنادق المصنفة أكثر من غيرها، نتيجة تنوع الخدمات بهذه الهياكل السياحية مقارنة بالوحدات غير المصنفة.

وفي المقابل انخفض نصيب الليالي السياحية في الفنادق المصنفة للسياح المقيمين في هذا البلد نظرا لارتفاع مستوى أسعار خدماتها وبالتالي توجههم إلى الأصناف الدنيا منها.

#### رابعاً: السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب

يعتبر المغرب من الدول التي حققت نتائج كبيرة على خريطة السياحة العربية والعالمية، نتيجة لجهودها الرامية إلى جذب السياح الأجانب، وذلك من خلال سعيها إلى تحديث أساليب الترويج لمنتجاتها السياحي والعمل على تنويعه ليشمل السياحة الجبلية والبيئية والثقافية، وكذا منتوجه الساحلي الذي يتسم باهتمام السياحة الداخلية والأجنبية.

بلغ عدد السائحين الذين زاروا المغرب 33104 سائحا سنة 1980، بعد أن كان ضئيلا في السنوات التي قبلها، وبعد الإهتمام التي حظى به قطاع السياحة في هذا البلد وكل الجهود التي بذلها من أجل تطور هذا القطاع أكثر مما هو فيه، تم تحقيق نتائج إيجابية من جانب تطور عدد السياح الوافدين إليه ليصل عددهم إلى 7879000 سنة 2008، والجدول الآتي يوضح ذلك:

#### الجدول رقم 23: تطور عدد السياح غير المقيمين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة 1990-2008

الوحدة: ألف سائح

السنوات	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
العدد الإجمالي للسياح	4024	2602	4240	5843	6558	7408	7879
معدل التغير (%)	-	-35.34	62.95	2.40	51.04	0.13	6.36
عدد السياح الاجانب	2988	1524	2325	3055	3572	4031	4212
معدل السياح الاجانب من الاجمالي (%)	74.25	58.72	54.83	52.28	54.47	54.41	53.46

Source: Revue d'information BMCE, "industrie touristique", (septembre – octobre 2001, p8).

بالنظر إلى الجدول أعلاه يتبين أن الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى المغرب للفترة 1990-2008 شهدت تقدما بمعدل نمو سنوي متوسط بـ 11.8%، إذ تطور عدد السياح من 4024000 سائح سنة 1990 إلى 7879000 سائح سنة 2008.



وتقدر حصة السياح الأجانب في المتوسط بـ 57.5 بالمائة من إجمالي السياح غير المقيمين القادمين إلى المغرب أثناء هذه الفترة، إن هذه الزيادة في حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى المغرب تعكس اهتمامات السلطات المغربية على استقطاب أكبر عدد من السياح وجذب المزيد منهم، في إطار تنشيط السوق السياحية المغربية، والتأكيد على دور هذا البلد كواجهة سياحية أساسية في منطقة شمال إفريقيا والعالم العربي.

كما يسعى المغرب إلى تفعيل السياحة البيئية العربية، لزيادة حصته من عدد السياح العرب، سيما من منطقة الخليج العربي باعتبار أن السياحة البيئية العربية هي البديل للحفاظ على الإستمرارية وتطور هذا القطاع من تأثيرات الأحداث الدولية والمحلية.

وما من شك أن أحداث العنف الدموي الداخلية وفي الدول المتوسطة وفي المنطقة العربية، مثل الحرب على العراق وآثارها على المنطقة العربية، وتفجيرات الدار البيضاء\* في 16/06/2003 التي

\* تفجيرات الدار البيضاء كانت سلسلة من الهجمات المتزامنة بالأحزمة الناسفة وقعت في 16 مايو 2003. في مدينة الدار البيضاء كبرى مدن المغرب والعاصمة الاقتصادية للبلاد، وكانت الهجمات أسوأ هجوم وأكثره دموية في تاريخ البلاد. تزامنت الهجمات بعد 4 أيام من هجمات مجمع الرياض السكني التي استهدفت مجمعا يسكنه غربيون في الرياض، السعودية. منفذو هجمات الدار البيضاء أتوا من منطقة سيدي مومن وهي ضاحية فقيرة في الدار البيضاء، وقد أشارت أصابع الإتهام بضلوع جماعة من تسمى بـ "السلفية الجهادية" وراء الحادث، حيث اعتقل أكثر من 2000 مشتبه فيه ولم تتبين أي جهة تلك التفجيرات ولم تعلن إلى حد الآن الجهة الحقيقية المسؤولة عن الحادث، منفذو التفجيرات أربعة عشر (14) شخصا ومعظمهم بين سن (20) و(24) سنة، إستهدفوا عدة أماكن في تلك الليلة، وفي أسوأ هجوم قتلوا حارسا في مطعم يملكه إسباني وهو مطعم إسبانيا "Casa de España" بالسكن، ثم اندفعوا داخل المبنى وفجروا أنفسهم في الزبائن قاتلين (20) شخصا داخل المطعم، الهدف التالي كان فندق فرح وهو فندق 5 نجوم حيث وقع به انفجار قتل البواب وحامل الأمتعة.

تفجير آخر قتل فيه 3 أشخاص في محاولة من المنفذين لتفجير مقبرة يهودية، حيث قام من نفذ التفجير بفعلة بواسطة جهاز تحكم عن بعد، واستهدف مهاجمان آخرا المركز الاجتماعي اليهودي في المدينة لكن لم يصب أحد لأن المركز كان مغلقا وقتئذ. مُفجر آخر هاجم مطعماً إيطالياً وآخر فجر قرب القنصلية البلجيكية التي تبعد بضعة أمتار عن المطعم قاتلا رجلي شرطة مغربيين. في جميع تلك الهجمات قتل منفذو التفجيرات الإثني عشر (12) وأيضا توفي 31 مدنيا ورجلي شرطة معظمهم مغاربة من بينهم 8 أوروبيين (بينهم 3 اسبان)، في حين أُعتقل 2 من المهاجمين قبل أن يقوموا بهجماتهم، كما جرح ما يزيد عن 100 شخص. في أبريل 2008 هرب 9 متهمين بضلوعهم في هجمات الدار البيضاء التي أدت لمقتل 45 شخصا وجرحت أعداد كبيرة أخرى، فروا من سجن القنيطرة الذي يقضون فيه عقوبتهم وذلك بحفرهم نفقا إلى خارج السجن بعد صلاة الفجر، أحدهم حكم عليه بالإعدام و6 منهم حكم عليهم بالسجن المؤبد و2 بعقوبة عشرين عاما.

الملك محمد السادس ملك المغرب زار مواقع التفجيرات، وفي مايو 2004 أُعتقل ما يربو عن 2000 شخص مشتبه بهم لعلاقتهم بصورة أو بأخرى بالهجمات على الدار البيضاء وبدأت محاكمتهم، زعماء العالم أدانوا تفجيرات الدار البيضاء فيما رفعت وزارة الأمن الداخلي للولايات المتحدة مستوى الإنذار الأمني إلى اللون الأسود، الجماعة السلفية الجهادية المنبثقة من الجماعة الإسلامية المقاتلة في المغرب والتي يُعتقد أن لديها صلات بتنظيم القاعدة هي المشتبه به الرئيس، كما يُعتقد أن زعيما سابقا لتنظيم القاعدة في العراق وهو الأردني أبو مصعب الزرقاوي لعب دورا في الهجمات العنيفة، وقامت الشرطة البلجيكية باعتقال مشتبه به لعلاقته بالهجمات=

إستهدفت المطاعم والفنادق التي اعتادها السياح الأجانب<sup>(1)</sup>، وتفجير القطارات بمدريد في مارس 2004 تلقي بظلالها على الحركة السياحية الدولية، باعتبار أن القطاع السياحي أكثر حساسية من القطاعات الإقتصادية الأخرى لهذا النوع من الأحداث.

وعلى الرغم من هذه الأحداث المؤلمة فإن المغرب يسعى إلى تحسين صورته وكذا زيادة حصته من عدد السياح القادمين إليه، ليصل عددهم إلى 10 ملايين سائح سنة 2010، منهم 7 ملايين سائح أجنبي بالفنادق المصنفة<sup>(2)</sup>.

وفي سنة 2008، حقق المغرب في مؤشر عدد السياح إلى عدد السكان معدل 24.18%، وبذلك يفوق المتوسط العالمي بنحو مرتين، مما يوحي باهتمام السلطات المركزية للمغرب بالقطاع السياحي والنهوض به ضمن استراتيجياته التنموية، وتفعيل دوره في الإقتصاد المغربي.

وتصدر جنسيات السائحين الوافدين إلى المغرب بالدرجة الأولى السوق الأوروبية، حيث تعتبر أهم سوق سياحية مصدرة للسياح نحو المغرب، وتمثلها أساسا فرنسا، إسبانيا، وتليها إنجلترا ثم ألمانيا وإيطاليا وغيرها من الدول الأوروبية<sup>(3)</sup>.

ولا تقل السوق المغاربية (تونس، الجزائر، ليبيا) أهمية من حيث عدد السياح الوافدين منها نحو المغرب، ففي سنة 2008 تم تسجيل 136000 سائح من هذه الدول؛ أي بمعدل 3.22 بالمائة من إجمالي السياح الأجانب الوافدين إلى المغرب والمقدر عددهم بـ 4212000 سائح في نفس السنة<sup>(4)</sup>.

وقد بدأت السوق الخليجية تبرز على مستوى القطاع السياحي للمغرب، سواء من حيث عدد السياح القادمين منها، أو من حيث الإستثمار السياحي بهذا البلد، منها السعودية، الإمارات العربية المتحدة والكويت.

=كان مطلوبا من قبل الحكومة المغربية، وفي ديسمبر 2004 إستجوب شخص يدعي حسن الحنكليس متهم في تفجيرات مدريد، حيث يعتقد أنه لعب دورا في التخطيط لتفجيرات الدار البيضاء. كما طالبت الحكومة المغربية من نظيرتها السويدية تسليمها المدعو أبو قسورة المغربي بصفته المشتبه به الأول في هذه التفجيرات.

<https://ar.wikipedia.org>

<sup>(1)</sup> ريمة صالحة، صناعة الموت، تفجيرات الدار البيضاء 2003، قناة العربية، 16 ماي 2008.

<sup>(2)</sup> Royaume du Maroc, administration du tourisme « vision 2010 et avenir: vision 2010 et bref ».

www.tourisme.gov.ma.

<sup>(3)</sup> (UNWTO) World tourisme organization, "tourisme Highlight", 2009 edition, Op.Cit, p9.

<sup>(4)</sup> Royaume du Maroc, administration du tourisme, «tourisme en chiffres: évolution annuelles des arrivées des touristes par nationalité»

ومما سبق يلاحظ بأن المغرب تميز بتحقيقه لنتائج إيجابية على مستوى القطاع السياحي سيما في منطقة المغرب العربي، وتبين المؤشرات المعتمدة في هذه الدراسة قدرة هذا البلد ورغبته في تحقيق نتائج أفضل مستقبلا من حيث استغلاله لإمكانياته السياحية، كالمنتوج الشاطئي والثقافي والجبلي، وسعيه إلى توسيع حجم الإيرادات والإستثمارات في مجال الفنادق والبنى التحتية ومرافق الترفيه، ومنح الإمتيازات للمستثمرين الخواص المحليين والأجانب في هذا المجال.

## المبحث السادس: أسباب فشل التنمية السياحية في الجزائر مقارنة بالمغرب

إن الإمكانيات الهائلة التي تملكها الجزائر سواء الطبيعية، الثقافية، الأثرية والسياسات التي طبقت عادة الإستقلال لم تساعد على النهوض بالقطاع السياحي وهذا راجع بالدرجة الأولى لتركيز الدور على القطاعات الأخرى التي كانت تراها أهم كالقطاع الصناعي والزراعي، هذا بالإضافة إلى أسباب أخرى كان لها دور في عرقلة نمو القطاع السياحي المتمثلة في:<sup>(1)</sup>

## المطلب الأول: الأسباب السياسية والأمنية

تسببت العمليات الإرهابية والتي قوبلت بحملة إعلامية ميزها التضخم والمبالغة في الكثير من الأحيان في تقليص عدد السواح في الجزائر، كما ساعد هذا الوضع غياب ممثلات، وكذا أعضاء يمثلون السياحة الجزائرية بالخارج، أدى إلى تغلغل صورة الجزائر السياحية عبر وسائل الإعلام بطريقة خاطئة، مما أدى بالسواح بالعزوف عن المجيء، وكذا المستثمرين إلى عدم دخول الشراكة مع الجزائر خوفا على أرواحهم وأموالهم نتيجة عدم وجود ضمانات قانونية.

## المطلب الثاني: الأسباب الهيكلية

تتمثل أساسا في عدم استقرار القطاع السياحي، حيث ورثت الجزائر بعد الاستقلال حوالي 900 سرير أعطيت إلى اللجان التي تدير الفنادق والمطاعم، فأُسست الديوان الوطني للسياحة في أوت 1962 تحت تسيير وزارة الشباب والرياضة والسياحة، والتي كانت تهتم بتسيير وترويج المنتج السياحي في الخارج، كما تم إنجاز الوكالة السياحية، والتي كانت مختصة بالتنظيم في القطاع السياحي عبر كامل التراب الوطني سنة 1970، حيث كانت تمثل إنطلاق أول مخطط للتنمية في تعديل أهم التنظيمات مثل: إنجاز الشركة الوطنية للسياحة، الشركة الوطنية للمياه المعدنية، النادي السياحي الجزائري.

ويمكن حصر هذه الأسباب فيما يلي:

- ضعف القوانين وتدهور المؤسسات السياحية، حيث بعد الإستقلال مباشرة كانت الجزائر تفتقر لقوانين تنظيم السياسة العامة السياحية بسبب وجود عراقيل في ديناميكية الإستثمار، سيما في صعوبة الوصول إلى الملكية العقارية، والتي تعتبر أساس الإستثمار في القطاع السياحي عموما والفندقة خصوصا، أما فيما يخص التمويل، فإن أغلبية المستثمرين يعانون من صعوبة الحصول على قرض لإنجاز مشاريعهم

(1) عبد القادر قليل، فضيل الصديقي، مرجع سابق، ص ص 52-53.

نتيجة كلفة المشروع، وكذا عدم كفاية القرض المحصل عليه من طرف البنك نتيجة إنخفاض قيمة الدينار، كما نجد الكثير من المشاريع لم يكمل بعد، وبداية التسديد حان وقتها، لهذا يطالب المختصون الدولة بالتكفل بجزء من فوائد البنوك القارضة نظرا للظروف خاصة في القطاع السياحي.

- سوء التسيير، ذلك أن الحديث عن السياسات السياحية في الجزائر، يبرز إحدى أوجه سوء التسيير والتخطيط الذي تعاني منه البلاد منذ الإستقلال إلى يومنا هذا، إن الجزائر التي تمثل كما سبق وان تمت الإشارة إليه 1200 كيلومتر مربع من الساحل ومطلّة على البحر الأبيض المتوسط، إلا أنها لم تتوصل إلى تحويل هذه المنطقة إلى قبلة سياحية بامتياز، بالرغم من أنها تحتوي على أحسن الشواطئ على المستوى العالمي وبدل ذلك تعرضت هاته الشواطئ ومازالت تتعرض للتشويه بفعل عدم الإهتمام بالمحيط، ولهذا فإن السواح الأجانب وحتى المحليين يفضلون ويختارون تونس والمغرب بأقل سعر وأحسن ترحيب.

إن التسيير في هذا القطاع يخضع إلى يومنا هذا لقواعد السوق السوداء، مثل زيادة أسعار الخدمات السياحية بأضعاف في فصل الصيف ورفعها لا يتم وفق قواعد تجارية منطقية، وكذا نقص المترجمين والأدلاء السياحيين ذوي الخبرة والثقافة لتسهيل عملية اكتشاف معالم الجزائر المتميزة، فكل هذا يكسر عزيمة السياح<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثالث: الأسباب السوسيوثقافية (ضعف الثقافة السياحية)

تمتلك الجزائر قدرات هائلة للسياحة إلا أنها في حالة جمود، حيث ركزت الجزائر بعد الإستقلال على القطاعات الصناعية والزراعية، على غرار رؤيتها للقطاع السياحي كقطاع ثانوي لا يساهم في التنمية الوطنية كما سبق وأن تمت الإشارة إليه، إذا لم تبدأ الدولة بالإهتمام بها سنة 1966 في ميثاق السياحة، ولوحظ في هذا الميثاق عدة نقائص، كعدم تخصيص الدولة ميزانية كبيرة لهذا القطاع، وبالتالي بقي في جمود بحيث لو كانت هناك زيادات في التمويل بالنسبة للسياحة فتكون في القطاعات، لهذا لم تشهد السياحة أي تطور من الإستقلال إلى اليوم.

فإذا رأينا عائدات القطاع في السنوات الأخيرة لوجدناها قليلة جدا بل منعدمة مقارنة بالإمكانات التي تزخر بها الجزائر والثروات التي لم تستغل إلا جزئيا، حيث تبقى قدرات هائلة في حالة ركود رغم طابعها السياحي والثقافي، إلا أن عودة الإستقلال السياحي في بلدنا والمؤشرات الإيجابية يشكّلان عنصرا

(1) عبد القادر قليل، فضيل الصديقي، مرجع سابق، ص ص 53-54.

حاسما من شأنه الإسهام في إعادة الإعتبار للصورة الحقيقية للجزائر والتبادلات الدولية، وتشجيع الشراكة الأجنبية قصد مواجهة التحديات الثلاثة وهي: تحدي التنمية الخاص بإنجاز هياكل سليمة وحرفية وتجديد الهياكل الموجودة، وكذا تحدي النوعيات لتحسين الخدمات السياحية والنواتج الحرفي، وأخيرا تحدي لتحسين الصورة لتدعيم استقرار الدولة من خلال جهود خارجية تبقى الجزائر كمقصد سياحي دولي وتروج لمنتجاتها في الأسواق الأجنبية، ومن جهة أخرى مسألة الرفع للإستغلال التي تعد قاعدة أساسية لتوسيع القطاع وهناك أسباب إجتماعية تتمثل في:

غياب ثقافة سياحية حيث منذ الإستقلال سادت في الجزائر أفكار ولدتها الظروف الإجتماعية المختلفة، حيث أن استقبال السواح كان دون مبالاة، وعليه السياحة تضم مجموعة من الخدمات المتصلة بجوانب عديدة من النشاط الإقتصادي والإجتماعي وبالتالي بشاشة الوجه التي تتلخص في الإبتسامة التي لا تباع ولا تشتري والتي تغني عن ألف كلمة، وهذا السلوك يبدأ من الطائرة التي تنقل من الخارج إلى الجزائر فهذا السلوك يكاد يكون منعدما تماما، هذا من جهة ومن جهة أخرى، تطفل بعض الوكالات السياحية الخاصة ساهم في ركود السياحة، إذ أن الدعاية تجعل الشباب يزورون الدول ليس بدافع الإطلاع على ثقافة ما، وإنما باحتكاك بسماسرة الدولار، حيث تتم صفقات مشبوهة تهدر كرامة المواطن، نتيجة الحصول على نوع من الإمتيازات غالبا ما تعود بالخسارة على السائح والإقتصاد الوطني.<sup>(1)</sup>

وكذلك الأساليب الملتوية التي تميز بعض الوكالات السياحية الخاصة التي تعقد صفقات لتبادل أفواج السواح بينه وبين الوكالات العالمية بغية التبادل المفيد في إطار المصلحة المشتركة، وأيضا من أسباب ركود السياحة أسباب مرتبطة بالمنتمين بهذا القطاع الحيوي، باعتبار أن كل واحد يبحث عن مصالحه الآتية بعيدا عن الروح الوطنية التي تجعل من هذا القطاع محل احترام في نظر السائح على الأقل.

#### المطلب الرابع: الأسباب التكنولوجية (ضعف دور تكنولوجيا الإعلام والإتصال TIC)

إن الإشهار الإعلامي للمنتج السياحي الجزائري في وسائل الإعلام، وخاصة في التلفزة عبر القنوات الأجنبية تكلفته باهظة جدا وبالعملة الصعبة، فالدولة الجزائرية كانت ترى أنه من غير اللائق صرف أموال كبيرة لقطاع كانت تراه ترفيهي، تكميلي وحتى ثانوي، هذا ما جعل الدول تغض النظر عن الإشهار وعن حماية صورة الجزائر، وهذا يعد سببا من الأسباب التي جعلت سكان العالم يجهلون

(1) عبد القادر قليل، فضيل الصديقي، مرجع سابق، ص 54-55.

إمكانيات السياحة الجزائرية، وفي العشرية الأخيرة سادت في الجزائر ظروف سياسية وأمنية صعبة مما أدى إلى تشويه صورة الجزائر وخاصة الأخبار الخاطئة التي سادت في الأوساط الدولية.<sup>(1)</sup>

من أسباب فشل قطاع السياحة أيضا ما يلي:

- غياب النظرة لمنتجات السياحة الجزائرية.
- مواقع دون صيانة، وغير مثممة بصورة كافية.
- غياب مواد مثيرة للجاذبية، وقادرة على التمييز.
- غياب التشاور والتنسيق حول الأمور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة.
- ضعف نوعية الخدمات السياحية.
- تدني النظافة، والصيانة في الفضاءات العمومية.
- خدمات مرتفعة السعر وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار.
- غياب خدمات جذابة.
- غياب أعمال لإبراز المنتجات المحلية.
- طاقة إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة.
- عجز في طاقات الإستقبال.
- هياكل إيواء متآكلة وبأسعار مرتفعة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين أو مقارنة بمستوى جودتها.
- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.
- ضعف نوعية وعدم القدرة على توفير خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، مع تسعير مبالغ فيه مقارنة مع شركات النقل الجوي لدول الجوار.
- سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب (نحو المقاصد السياحية، الأهقار وحظيرة الطاسيلي...).

(1) عبد القادر قليل، فضيل الصديقي، مرجع سابق، ص 55.

- ضعف أداء وكالات السياحة والأسفار ونقص في تكوين، وتأهيل المستخدمين وهذا الضعف يتجسد من خلال ما يلي:<sup>(1)</sup>

- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.
- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الإلكتروني من حجز وخدمات.
- خضوع استقبال السياح بالجنوب لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.
- نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين.
- نقص في تأهيل ومهنية واحترافية المستخدمين والعاملين في المؤسسات السياحية.
- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي.
- تغلغل هش لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في السياحة في ظل ما تشهده دول الجوار من تطور بلغ مداه عبر التسويق السياحي الإلكتروني.
- عدم ملائمة وضعف وسائل التمويل والدفع من طرف البنوك والمؤسسات المستقبلية للسواح وتعارض في طريقة تمويل الإستثمار السياحي مع طبيعة النشاط.
- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات.
- غياب أدوات التقييم والرقابة ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي.

<sup>(1)</sup> عامر عيساني، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر" (أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010، ص ص 124-125).



## خلاصة الفصل:

حاول الفصل الثاني إبراز المقومات السياحية، الطبيعية، التاريخية والحضارية لكلا البلدين، وإبراز المؤشرات الاقتصادية المتحركة في قطاع السياحة في كل منهما من خلال ميزان المدفوعات والنتائج المحلي الإجمالي وما يتمتعان به البلدين من بنية تحتية، مع استعراض لأسباب تراجع القطاع السياحي الجزائري مقارنة بنظيره المغربي وفقا للمؤشرات والأرقام الإحصائية.

# الفصل الثالث

مقارنة بين السنن الأربعة (التسمية العباسية في الجزائر والمغرب) (SDT2025 ورؤية 2020)

## الفصل الثالث: مقارنة بين استراتيجيتي التنمية السياحية في الجزائر والمغرب (SDT 2025 ورؤية 2020)

### مقدمة الفصل:

يحاول هذا الفصل تسليط الضوء على مفارقات القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب، حيث يبحث في مكنم الخلل ومدى تفوق القطاع السياحي الجزائري على المغربي أو العكس، من خلال استخدام مؤشرات ومعايير للمقارنة تبرز أوجه التشابه والإختلاف.

كما يركز الفصل الثالث والأخير في البحث في حقيقة المخططات السياحية في كلا البلدين ومدى تطبيقها ميدانيا، عبر معرفة أهدافها وبرامجها وكيفية عملها وتتبع مسارها.

## المبحث الأول: عرض للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 (الجزائر)

### المطلب الأول: مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT

بما أن القطاع السياحي اليوم يعتبر بمثابة محرك للتنمية المستدامة، على غرار القطاعات الأخرى (الزراعة، الخدمات، النقل، الأشغال العمومية، الثقافة...)، فهو يشكل دعما للنمو الإقتصادي ومصدر لخلق الثروات ومناصب الشغل والمداخيل المستدامة، لاسيما على المستوى المحلي، فإن الجزائر أولت أهمية كبيرة لهذا القطاع اعتمادا على ما بنته أو ورثته من القدرات التراثية والحضارية والبشرية ومن المكتسبات الطبيعية الموروثة والمشيدة، وذلك عن طريق التأطير الملموس للإنطلاقة القوية للسياحة الوطنية وتحويل الجزائر من بلد مصدر إلى بلد مستقبل للسواح، وهذا المسعى يترجمه المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2030، الذي يعد إطارا مرجعيا لرؤية بعيدة المدى لتسييح الجزائر كما يعد مفهوما جديدا لتنمية السياحة الوطنية.

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر ويعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق مشروعها السياحي لآفاق 2025، وهو دالة تترجم إرادة الدولة في تلمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق الأهداف المسطرة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات.

### أولا: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر للعشرين سنة المقبلة<sup>(1)</sup>، وهو مخطط تعلن الدولة من خلاله عن نظرتها المستقبلية للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، المدى الطويل 2025، في إطار التنمية المستدامة، وهذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT) الذي يبرز الكيفية التي تعتمز الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي، العدالة

<sup>(1)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, audit du tourisme algérien, livre01, p 05.

الإجتماعية، الفعالية الاقتصادية، والدعم الإيكولوجي أو الإستدامة البيئية، في إطار التنمية المستدامة على المستوى الوطني.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يمثل الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين، جميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق 2025، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، إذ لم تعد تنمية القطاع السياحي خيارا أمام الدولة الجزائرية بل أصبح ضرورة إقتصادية يجب العمل بها، حيث يمكن أن يكون القطاع السياحي من بين أحد البدائل الإستراتيجية للمحروقات من أجل التنمية المستدامة. يعتبر SDAT التتويج الناضج لمسار طويل من الأبحاث والتحقيقات والدراسات والخبرات والتشاور الواسع مع الفاعلين الوطنيين العموميين والخواص، من أجل إنعاش القطاع السياحي والنهوض به.

#### ثانيا: مضمون المخطط الوطني للتهيئة السياحية

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SDAT) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الإجماعي والإقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة<sup>(1)</sup>.

حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي:

- 1- ترقية إقتصاد بديل للمحروقات.
- 2- تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز.
- 3- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى.
- 4- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني.
- 5- التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

<sup>(1)</sup> <http://www.andt-dz>

يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات:

- الديناميكية الأولى: مخطط الجزائر كوجهة سياحية.
- الديناميكية الثانية: الأقطاب السياحية ذات الامتياز.
- الديناميكية الثالثة: مخطط الجودة السياحية.
- الديناميكية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- الديناميكية الخامسة: مخطط تمويل السياحة.

#### المطلب الثاني: المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية

يحظى مجال التهيئة الإقليمية باهتمام متزايد لدى الدول، ففي الولايات المتحدة الأمريكية ظهرت والمناطق الجنوبية الشرقية للولايات Tennessee أول محاولة لتهيئة الإقليم، من خلال تهيئة منطقة للرئيس الأمريكي فرانكلين روزفلت، التي بادر بها New Deal المتحدة الأمريكية، وذلك في إطار سياسة من أجل مواجهة مخلفات الأزمة الاقتصادية سنة 1929، وفي خطوة مماثلة قامت بريطانيا بتحديد سياسة تحفيزية للتهيئة الجهوية سنة 1934، حيث قررت حكومة ماكدونالد مساعدة الأحواض المنجمية للبلاد التي كانت تعاني أزمة، بتسهيل استقرار نشاطات جديدة فيها، وبناء هياكل قاعدية، ثم إنتشر مفهوم تهيئة الإقليم واتسع بعد الحرب العالمية الثانية، ولا يخلو بلد في العالم اليوم من تبني سياسة تهيئة الإقليم، وإن اختلفت التوجهات والإيديولوجيات.

تعرف التهيئة الإقليمية أنها سياسة تدخلية واردة من جانب الدولة، قائمة على فكرة عدم ترك الإقليم عرضة للإهمال والمصادفة، فحتى تاريخ 1929؛ لم تكن فكرة التدخل أو التأثير على مواطن النشاطات الاقتصادية والاجتماعية واردا في الأذهان، لأن الإعتقاد الذي كان سائداً آنذاك يتمثل في كون التوزيع الجغرافي لتلك الأنشطة، كان قائماً في الأساس على الظروف الطبيعية.

يُقصد بالتهيئة الإقليمية فن أو تقنية توزيع السكان ونشاطاتهم، والتجهيزات المختلفة، بنظام وترتيب على مجال أو إقليم بلد ما، مع الأخذ بعين الاعتبار مؤهلات كل منطقة وخصائصها، وهي تهدف إلى تحسين ظروف العيش لدى المواطن، وتثمين الإقليم والإستغلال الجيد له على المدى القصير والمتوسط والطويل، وذلك باستخدام أسلوب التخطيط الإقليمي.

أما المشرع الجزائري فقد عرف التهيئة الإقليمية تعريفاً غائياً في القانون رقم 87 27 جانفي 1987، المتعلق بالتهيئة العمرانية (2)، حيث تنص المادة الثانية منه على أن: "التهيئة العمرانية تهدف إلى الإستعمال الأمثل للمجال الوطني من خلال الهيكلية والتوزيع المحكم للأنشطة الإقتصادية والموارد البشرية، والإستغلال العقلاني للموارد الطبيعية ولاسيما منها الموارد النادرة".

حاولت الجزائر منذ إستقلالها القضاء على مخلفات الإستعمار الفرنسي، وعرفت أربعة مراحل أساسية في مجال التهيئة الإقليمية، حيث إنتهجت في المرحلة الأولى الممتدة بين 1967 و 1978 سياسة توازن جهوي، أكثر منها سياسة تهيئة إقليم، حيث كان هدفها مواجهة الإختلالات الجهوية التي عرفتها البلاد، وتحقيق العدالة الإجتماعية، دون الأخذ بعين الإعتبار مميزات وخصوصيات كل منطقة مثلما هو الحال في سياسة تهيئة الإقليم (3)، هذه الأخيرة ظهرت أكثر جلاءً في المرحلة الثانية.

03 المتعلق بالتهيئة العمرانية، غير أن الأزمة المالية- إبتداءً من سنة 1979، بصور القانون رقم 87 التي عرفت الجزائر في 1988، الناتجة عن إنهيار أسعار النفط، والأزمة الأمنية في سنوات التسعينات، أدت بشكل سلبي على سياسة التهيئة الإقليمية، وعُرفت هذه الفترة بمرحلة ضعف وانحطاط سياسة تهيئة الإقليم (4). واستمر الوضع إلى غاية 2001، حيث صدر القانون رقم 20-01، المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، الذي نص على وضع مخطط وطني لتهيئة الذي شرع في تطبيقه منذ 2011 بعد أن تمت المصادقة عليه أمام البرلمان، (.S.N.A.T) الإقليم (5)، كما اتخذت الدولة سلسلة من الإجراءات 02 المؤرخ في 29 يونيو 2010 - بموجب القانون رقم 10 لتدعيم السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم تشريعياً، مالياً ومؤسسياً، حيث استحدثت وزارة تهيئة الإقليم والبيئة في سنة 2001، كما تم إنشاء المجلس الوطني لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة سنة 2005.

#### أولاً: تعريف المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية

يعدّ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، وثيقة توجيهية للتخطيط الإقليمي، ومخططاً بيئياً وفقاً للمعيار الموضوعي للتخطيط البيئي، ويعتبره المشرع الجزائري الأداة الأساسية والمرجعية لتهيئة الإقليم، وآلية للتسيير المجالي والحضري، يُوّاهم أنه لم يُورد له تعريفاً محدداً، بل إكتفى بذكر أهدافه في القانون رقم 20-01 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة، بحيث يترجم بالفئة لكافة التراب الوطني، لتوجيهات والترتيبات الإستراتيجية الأساسية، للسياسة التي تعترزم الدولة انتهاجها لتهيئة وتنمية مجموع الإقليم الوطني بصفة منسجمة، في إطار نظرة شمولية إستشرافية طويلة المدى (1)،

كما يبين مساعي الدولة في إرساء التوازن بين الأقاليم، والمناطق المختلفة بالتوظيف العقلاني للفضاء الوطني، ويهدف أيضاً إلى تحقيق العدالة الاجتماعية والفعالية الاقتصادية، مع إدماج البعد البيئي في مسار التنمية حفاظاً على حق الأجيال القادمة.

### ثانياً: خصائص المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

يندرج المخطط الوطني لتهيئة الإقليم ضمن تصور شمولي ومركزي، حيث يشكل إطاراً عاماً للسياسة الوطنية التي تضعها الدولة في مجال التهيئة الإقليمية (أولاً)، وضماناً لنجاحته تم إضفاء الطابع الإلزامي عليه (ثانياً)، وتسعى الدولة من خلاله إلى الوقاية من إستمرارية تدهور حالة الإقليم الوطني والأنظمة البيئية المختلفة (ثالثاً)، ومعالجة -في حدود الممكن- بعض الآثار السلبية التي خلفتها الممارسات القديمة، خاصة في مجال التنمية (رابعاً).

#### 1- الطابع المركزي والشمولي للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم:

أقرّ المشرع الجزائري التخطيط المركزي، كآلية لتجسيد التوجيهات الأساسية للسياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتمميته المستدامة، حيث تتولى الدولة إعداد مخطط وطني لتهيئة الإقليم (2)، باعتبارها صاحبة الاختصاص الأصيل في المبادرة بوضع السياسة الوطنية في مجال التهيئة الإقليمية وإدارتها.

كما وظّف القانون أيضاً التخطيط الشمولي على المستوى المركزي، كإطار توجيهي يرمي إلى تصوّر الحلول الكفيلة، بالمواجهة الشمولية للتحديات الراهنة لتهيئة الإقليم المنتشرة على المستوى الوطني، حيث تعتبر توجيهات المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، شاملة لكل القطاعات كما يغطي كل الأقاليم، وبالتالي يُعدّ هذا المخطط مشروع لمجتمع متكامل ومتعدد الأبعاد، يشمل جلّ القطاعات المطالبة بتنسيق جهودها لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية، وإرساء دعائم الوحدة الوطنية، وبهذا يكون مخططاً مركزياً شمولياً؛ إذ لا يقتصر على قطاع أو مجال واحد إنما غلب عليه صفة الموحد لمختلف السياسات العمومية.

#### 2- الطابع الإلزامي للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم:

إعتبر المشرع الجزائري المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، أداة لترجمة التوجيهات الأساسية لتهيئة الإقليم وتمميته المستدامة، وإطاراً مرجعياً لعمل السلطات العمومية، دون أن يضفي عليه طابعاً 20 المتعلق -إلزاماً، مما جعل الإلتزام به مجرد إلتزام أدبي وأخلاقي، وهذا بإستقراء أحكام القانون رقم



01-20 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة خاصة المادة الثامنة منه 2 نظارا لأهمية المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، إستدرك المشرع الجزائري الوضعية بإضفاء الطابع الإلزامي عليه، بمناسبة عرضه على البرلمان من أجل المصادقة عليه، أين ساهم النواب ببلورة فكرة الطابع الإلزامي لهذا المخطط على إثر تدخلاتهم (β)، توج في الأخير بوضع مادة ثانية في قانون المصادقة على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، لتُكرس هذا الإتجاه حيث تنص على ما يلي: "تلتزم كل القطاعات الوزارية وكذلك الجماعات الإقليمية، والمؤسسات الوطنية والمحلية، باحترام ضوابط وقواعد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، والعمل بها في إعداد كل مشاريعها ومخططاتها".

### 3- الطابع الوقائي للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم:

تسعى السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم إلى تحقيق أهداف مختلفة منها: حماية الفضاءات والمجموعات الهشة إيكولوجياً واقتصادياً، حماية الأقاليم والسكان من الأخطار المرتبطة بالتقلبات الطبيعية، التثمين والتوظيف العقلاني للموارد الطبيعية، التراثية والثقافية، وحفظها للأجيال القادمة... إلخ، ومن خلال هذا يظهر أن الأسلوب الوقائي أكثر ملائمة من نظيره العلاجي، لتحقيق هذه الأهداف، وتعد أدوات التهيئة الإقليمية خاصة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، إحدى وسائل تفعيل الجانب الوقائي لهذه السياسة، كما أن آلية التخطيط تعد بشكل عام أسلوب وقائي، حيث تتمتع بأهمية بالغة خاصة في تحقيق أهداف حماية البيئة، نظرا لصعوبة إعادة الوضع إلى حالته الطبيعية بعد حدوث الضرر البيئي، إن لم يكن متعذرا في بعض الحالات.

### 4- الطابع العلاجي للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم:

يتمثل الطابع العلاجي للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم، في الإستجابة لرهان إعادة التوازن بين الأقاليم والمناطق المختلفة، بالإستغلال العقلاني للفضاء الوطني، خاصة توزيع السكان والأنشطة الإقتصادية على كافة الأقاليم، وكذا التوزيع الفضائي الملائم للمدن والمستوطنات البشرية. أظهر الإحصاء العام للسكان والسكن لسنة 2008 أن الإقليم الجزائري إقليم متباين، حيث يتمركز 63% من السكان في الشمال على مساحة تقدر بـ 4%، و 28% يتموقعون في مناطق الهضاب العليا التي تمثل 09% من المساحة الإجمالية للإقليم، في حين لا تستقطب مناطق الجنوب التي تمثل 87% سوى 09% من السكان، كما تعرف المدن نمواً ديموغرافياً إستثنائياً، سببه زيادة النمو الطبيعي فيها، وظاهرة النزوح الريفي، حيث تضم حالياً 70% من السكان 2 ألت هذه الوضعية إلى عدة إنعكاسات سلبية منها: ظهور

أزمة سكن حادة، أزمة العقار الحضري والفلاحي على حد سواء، أزمة البناء الفوضوي... إلخ، كما تشكل هذه الإختلالات مصدر توتر بالنسبة للموارد الطبيعية، وفي هذا السياق سيتم إعادة نشر مليونين ونصف ساكن (تحويل طوعي) من الشمال نحو الهضاب العليا والجنوب في آفاق 2030، وتلعب مدن إعادة التوازن دور هام في إستقبال العدد الزائد للسكان (3)، ولإستعاب أزمة السكن سيتم إنشاء مليونين وحدة سكنية ضمن 4 كما يُرتقب إعادة توزيع بعض الأنشطة الاقتصادية 2014- البرنامج الخماسي 20 والإدارية، من أجل دعم الأقاليم الأقل تجهيزاً، وكذا ضمان استقرار السكّان وتثبيتهم فيها.

### ثالثاً: مبادئ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

يرتكز المخطط الوطني لتهيئة الإقليم على مبدئين أساسيين هما: مبدأ التنمية المستدامة، ومبدأ الحكم الراشد.

#### 1- مبدأ التنمية المستدامة:

يعتبر مفهوم التنمية المستدامة أهم تطوّر في الفكر التنموي الحديث، حيث لقي القبول بأوسع معانيه وتمّ إقراره بعد عام 1987، وقد تعددت تعاريفه واختلفت باختلاف الحقب الزمنية والإنتماءات الفكرية، حيث عرّفها لجنة برونتلاند أنّها: "التنمية التي تلبي حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجاتهم" (2). أما المشرّع الجزائري فقد عرّفها في المادة الرابعة من القانون رقم 10-03 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة أنّها: "مفهوم يعني التوفيق بين تنمية إجتماعية واقتصادية قابلة للإستمرار وحماية البيئة، أي إدراج البعد البيئي في إطار تنمية تضمن تلبية حاجات الأجيال الحاضرة والأجيال المستقبلية"، كيف المشرّع الجزائري سياسة التهيئة الإقليمية، على ضوء متطلبات التنمية المستدامة حيث 20 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة على: "تحدّد أحكام تنص المادة الأولى من قانون رقم 01 هذا القانون التوجيهات والأدوات المتعلقة بتهيئة الإقليم، التي من طبيعتها ضمان تنمية الفضاء الوطني تنمية منسجمة ومستدامة".

وتسمح إستراتيجية المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، بتحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة المتمثلة في البعد الإقتصادي، والذي يتمحور حول الإنعكاسات الراهنة والمستقبلية للإقتصاد على البيئة؛ إذ يطرح مسألة إختيار وتمويل وتحسين التقنيات الصناعية، في مجال توظيف الموارد البيئية (1)، والبعد الإجتماعي الذي يركز على الإنسان باعتباره جوهر التنمية، ويتجسد هذا البعد بالسعي من أجل تحقيق العدالة، والإنصاف بين الأجيال الحاضرة والمستقبلية، وكذا بين أفراد الجيل الواحد، وقد أقر المشرّع

الجزائري مسؤولية الدولة في تصحيح التفاوتات في الظروف المعيشية، من خلال نشر الخدمات العمومية، ومحاربة كل أسباب التهميش وإقصاء الإجماعيين، في الأرياف والمدن على حد سواء، وذلك في إطار تهيئة الإقليم وتنميته المستدامة(2)، وأخيرا البعد البيئي، حيث تركز فلسفة التنمية المستدامة على حقيقة هامة، مفادها أن الإهتمام بالبيئة هو الأساس الصلب للتنمية الاقتصادية(3)، لذا يجب وضع حدود أمام الإستهلاك والنمو السكاني، والتلوث وأنماط الإنتاج السيئة، واستنزاف الموارد الطبيعية...إلخ.

## 2- مبدأ الحكم الرشيد:

في عام 1989 في كتابات البنك (la bonne gouvernance) ظهر مفهوم الحكم الرشيد الدولي، نظرا للتغيير الذي حدث في طبيعة دور الحكومة، حيث لم يعد الفاعل الوحيد في صنع وتنفيذ السياسات العامة، بل أصبح هناك فاعلون آخرون كالقطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني، إضافة إلى تطوّر علم الإدارة ومحاولة الإستفادة من أساليب إدارة الأعمال، والإدارة العامة الحكم الرشيد أنه: "الحكم الذي يتعلّق بشكل جديد من التسيير Francois Xavier عرف الفعل، بحيث أن الأعوان من كل طبيعة كانت وكذلك المؤسسات العمومية، تشارك بعضها البعض، وتجعل مواردها وبصفة مشتركة وكل خبراتها وقدراتها وكذلك مشاريعها، تخلق تحالفاً جديداً للفعل القائم على تقاسم المسؤوليات".

فيما أورد المشرع الجزائري تعريفاً له في المادة الثانية من القانون 06 المتعلق بالقانون التوجيهي للمدينة على النحو التالي: "الحكم الرشيد الذي بموجبه تكون الإدارة مهتمة بانشغالات المواطن وتعمل للمصلحة العامة في إطار الشفافية"، والملاحظ أن هذا التعريف، يقتصر على ذكر دور الدولة في الإستجابة لانشغالات المواطنين وتكريس الشفافية دون ذكر المبادئ الأخرى التي تمثل مقومات الحكم الرشيد.

ومن أجل ملائمة أفضل للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم، تمّ الإعتماد على أهم مبدأ للحكم الرشيد، والمتمثّل في مبدأ المشاركة، الذي مفاده إفساح المجال لمشاركة مختلف الأطراف في تسيير أو إدارة المسؤولية، وقد أكدّ المشرع الجزائري على ضرورة إعمال هذا المبدأ أثناء وضع السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم، وقد تمّ إعداد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، وفق مقاربة تشاركية ومسعى تساهمي واسع، يتجلى في وضع لجنة وزارية مشتركة بين القطاعات المختلفة، والتي عقدت اجتماعات بصفة منتظمة، وبالتشاور مع الفاعلين الإقليميين (اللجنة الولائية)، إضافة إلى اجتماعات عمل منعقدة بين مكاتب الدراسات المعنية

ومختلف الوزارات (1)، كما يظهر مبدأ المشاركة في مرحلة التنفيذ، وذلك بإعمال قواعد الشراكة بين القطاعين العام والخاص، ومشاركة المجتمع المدني وتفعيل دور الجماعات الإقليمية.

#### رابعاً: مضمون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية

يتميز الإقليم الجزائري بمؤهلات عديدة، ومع ذلك فهو يعاني من إختلالات وفوارق خطيرة على جميع المستويات، مما استدعى التفكير في وضع سياسة جدية، لإعادة التوازن للإقليم، والحد والقضاء على المشاكل التي تواجهه، وفي هذا السياق عبرت الدولة عن نيتها في مواجهة هذه الإختلالات بوضع المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، الذي يتميز بخصائص متنوعة، وقد تم تكيفه مع مبادئ مفاهيم العصر الحديث، لمواكبة التحولات الحاصلة في المجتمع الدولي، وتسعى الجزائر إلى إعطاء قطاع السياحة أبعاداً بالنظر إلى قدراته ومميزاته، ويتعلق الأمر بتطوير السياحة الوطنية كأحد محركات التنمية المستدامة والداعمة للنمو الإقتصادي.

يسجل هذا الهدف في إطار السياسة العامة لتهيئة الإقليم والتي ترجمت بتبني استراتيجية مرجعية ورؤية لآفاق 2030، من خلال وضع مخطط وطني لتهيئة الإقليم، والمقرر بالقانون رقم 01-20 الموافق لـ 29 يونيو 2010 المتعلق بالموافقة على مخطط وطني لتهيئة الإقليم<sup>(1)</sup>، ويهدف هذا المخطط إلى خلق توازن لتموقع السكان والأنشطة عبر التراب الوطني وكذا تطوير جاذبية الأقاليم.

ويرتكز خصوصاً على تنظيم فضاءات للبرمجة الإقليمية، وإنشاء أقطاب جاذبة وأخرى للتنمية الصناعية وكذا مدن جديدة يتم من خلالها تنفيذ آليات تسمح بتعميم النمو عبر جميع الأقاليم.

#### خامساً: مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزءاً من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 2030 SNAT وهو الإطار الاستراتيجي المرجعي لسياسة السياحة الجزائرية، والذي تتمثل أهدافه الرئيسية فيما يلي:

- تثمين الوجهة السياحية للجزائر.
- وضع خطة نوعية للسياحة.
- تطوير وتأهيل العرض عن طريق الإستثمار في الأقطاب والقرى السياحية المتميزة.

(1) <http://www.andi.dz>

- مخطط الشراكة ما بين القطاع العام والخاص لتعزيز السلسلة السياحية.

- توفير التمويلات.

الفروع السياحية المطلوب تطويرها:

- الفنادق/ المطاعم/ المنتجعات.

- الحمامات المعدنية.

- السياحة الساحلية.

- السياحة الجبلية.

- السياحة الصحراوية.

- تطوير وتنويع المنتجات السياحية.

- تطوير الجودة/ العلامة التجارية/ منح العلامات.

**المطلب الثالث: أهداف ومراحل إعداد SDAT 2025**

**أولاً: الأهداف العامة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية**

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار المرجعي لسياسة جديدة تبنتها الدولة الجزائرية، والذي يترجم إرادتها في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، إذ يمثل هذا المخطط جزء من مخطط تهيئة الإقليم في آفاق 2030، والذي يبرز الكيفية التي تعتمز الدولة من خلالها القيام بضمان التوازن الثلاثي: العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية والدعم الإيكولوجي. فهو المرآة العاكسة لمبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة، والذي تعلن الدولة من خلاله لجميع الفاعلين والقطاعات عن مشروعها السياحي، محاولة منها استقبال 11 مليون سائح في آفاق 2030، والتي بدورها ترسم برنامج لتطوير السياحة الجزائرية وترقيتها، من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية.

كما أن هذا المخطط يضع تفاصيل مشروع سياحي شامل يشرك أكبر عدد من الفاعلين، ومنهم على وجه الخصوص المجتمع المحلي المعني بالنشاط السياحي، وتوضيح الطريقة التي تريد الدولة من خلالها ضمان التوازن في إطار التنمية المستدامة، وتضمينها بجملة من الإجراءات الجديدة، منها ما نص

عليه قانون المالية التكميلي لسنة 2015، والخاصة بتحديد مواقع إنجاز المشاريع الإستثمارية إذ المساعدة على التنشئة الإجتماعية والإنفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.

تتمين التراث الثقافي والتاريخي، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب مهمة، لذلك فإن استراتيجية السياحة المستدامة أو المتواصلة، عليها إحترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية تحدد المادة 48 من هذا القانون<sup>(1)</sup> شروط وكيفيات منح الإمتياز على الأراضي التابعة للأماكن الخاصة بالدولة، والموجهة لإنجاز مشاريع إستثمارية، تسعى الدولة الجزائرية من خلال المخطط إلى تحقيق الأهداف العامة التالية:

- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى كالنقل، الخدمات، التشغيل، الصناعة التقليدية.
- ترقية إقتصاد بديل للمحروقات.
- تحسين التوازنات الكلية من ذلك النمو، الإستثمار، التشغيل، الميزان المالي والتجاري.
- تثمين صورة الجزائر، وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز.
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الأخرى.
- التوفيق الدائم بين الترقية السياحية والبيئية.
- تثمين التراث الثقافي والتاريخي مع مراعات خصوصية كل إقليم من التراب الوطني.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون إتجاه السوق الجزائرية.
- المساعدة على التنشئة الإجتماعية والإنفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.

#### ثانيا: مراحل إعداد SDAT 2025

يعتمد التخطيط الإقليمي للسياحة في إعداد الخطة الإقليمية لتنمية السياحة على قواعد علمية، تتمثل في العديد من الدراسات المعمقة الشاملة التي تسهم في إلقاء الضوء على ملامح الإقليم، التي يمكن

<sup>(1)</sup> قانون المالية التكميلي لسنة 2015 (ج ر رقم 276 مؤرخة في 23-01-2015).

استثمارها سياحيا، والتغلب على المعوقات التي تعترض هذا الهدف، وتحديد حجم ومستوى ونوعية الخدمات الأساسية والثانوية المطلوبة، مع وضع إطار متكامل لخطة التنمية الإقليمية.

يمكن تصنيف هذه الدراسات إلى مرحلتين أساسيتين هما:

- مرحلة إعداد الدراسات اللازمة لخطة التنمية الإقليمية السياحية.

- مرحلة وضع خطة التنمية الإقليمية السياحية.

• **مرحلة إعداد الدراسات اللازمة:** تتعدد الدراسات التي تمثل قواعد وأسس لإعداد الخطة، وتتباين جوانبها، بعضها ذو طابع جغرافي، والبعض الآخر إقتصادي، وآخر سياحي، إلى جانب البعد الثقافي والاجتماعي، لذلك تحتاج مثل هذه الدراسات إلى تعاون عدة مؤسسات وهيئات علمية ذات تخصصات مختلفة، ومن هنا كانت أهمية التخطيط بفروعه المتنوعة، بالإضافة إلى علوم السياحة والإقتصاد وإدارة الأعمال والتسويق والإحصاء والصناعة والهندسة المعمارية والنقل والديموغرافيا والعمران.

وتشمل مرحلة إعداد الدراسات حصر ودراسة ملامح الإقليم الطبيعية وخصائصه البشرية وكذا كافة المشاكل المتعلقة بالإستثمار والسكان، والتي تحدد بدورها أنماط أنشطة السياحة المقترحة، ومدى توافر أساسياتها وأبعاد المتغيرات المؤثرة فيها، وثقلها في الإقليم على كافة المستويات الإقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ويدخل في إطار هذه المرحلة عمليات تحليل السوق (الطلب السياحي)<sup>(1)</sup>، والتي تساهم في تحديد مستوى تدفق السياح والزوار على الإقليم، وبالتالي تحديد طاقته الإستيعابية وقدرته التنافسية بين الأقاليم المضيفة على المستوى الداخلي والخارجي، لذلك لا بد أن تتضمن تحليل السوق دراسات تتعلق بشبكات النقل، وخاصة النقل الجوي والبري ومختلف الهياكل التي يجب رصدها بدقة، وتحديد قدراتها ومدى كفايتها لاستيعاب التدفق السياحي المخطط له.

• **مرحلة وضع خطة التنمية الإقليمية للسياحة:** وتتضمن المقترحات الخاصة بخطة المنشآت السياحية والفندقية ومراكز الخدمات المرتبطة بها، من حيث التوزيع المكاني والحجم والنمط والمستوى وأشكال الإستخدام، بالإضافة إلى هيكل تخطيطي يعالج كيفية أحداث محيط ملائم ومحفز من أجل:

(1) نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للعلوم الإقتصادية والقانونية، مجلد 28، عدد 3، 2006، ص، 18

- ترقية الإستثمار وتطوير الشراكة في السياحة.
- إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية.
- إعادة الإعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية بغية رفع قدرات الإيواء والإستقبال.
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية.
- تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والإستجمام والتسلية.
- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة.
- تنمية القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- ترقية الشغل في الميدان السياحي وتنميته.
- توازن النشاطات السياحية والتطوير المنسجم.
- تنمية التراث السياحي الوطني.

ولتبدأ بعدها الجهات المسؤولة في وضع جدول زمني من أجل تنفيذ ما جاء في المخطط من مشاريع، ويتباين البعد الزمني اللازم لتنفيذ الخطة السياحية تبعا لعاملي مستوى طموحات المشروعات والذي يحدد حجمها وطبيعتها واعدادها، إضافة إلى إمكانيات الدولة سواء من الإعتمادات المالية أو من الخبرات والكوادر الوطنية<sup>(1)</sup>، ومثال ذلك البرنامج الطموح الذي وضعته الدولة الجزائرية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، وبعد الانتهاء من إعداد المخطط الإقليمي للسياحة، ووضع خطة التنمية الإقليمية للسياحة، تكرر هذه العملية بتحديد الخطوط العريضة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وذلك برسم الأهداف العامة والخاصة للمخطط، وهي المرحلة العملية والدراسة التكميلية التي تعتمد على توجيهات الدراسات التخطيطية والإحصائية المرصودة في المخطط الإقليمي السياحي.

#### المطلب الرابع: الحركيات الخمسة المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

تشكل هذه الحركيات الطريق لإنعاش سرير ومستدام للنشاط السياحي، والتي تدعم عودة الجزائر إلى الساحة الدولية السياحية وحجز موقعها الإستراتيجي، يدعو هذا المسعى وبقوة إلى إعادة الإعتبار

(1) أحمد الجلاّد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2002، ص، 60.



للمكان والدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، وقد بدأ في العمل على تنفيذ هذه الآليات ابتداء من سنة 2008 من أجل تفعيل التحول السياحي في الجزائر، عن طريق مضاعفة جاذبية الجزائر وشهرة وجهتها، بواسطة إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للإمتياز أو القرى الأولى للإمتياز المدرجة كمشاريع ذات أولوية، وكروافع للإنتلاق السياحي من عام 2008 مدعمة بمخطط تسويق واتصال، ونشر مخطط النوعية السياحية، مع الشراكة العمومية والخاصة؛ أي ترقية التواصل وتنسيق العمل عن طريق الشراكة والمرافقة المالية؛ أي تنفيذ مخطط عملائي للتمويل، يكون ذو طابع عملي بهدف دعم الأنشطة السياحية التي يقوم بها المرقون والمطورون، والعمل على جذب المستثمرين المحليين والدوليين للمساهمة في ترقية القطاع السياحي، وهذه الحركات هي<sup>(1)</sup>:

الحركية رقم 01: خطط وجهة الجزائر.

الحركية رقم 02: الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز.

الحركية رقم 03: مخطط نوعية السياحة.

الحركية رقم 04: الشراكة العمومية-الخاصة.

الحركية رقم 05: مخطط التمويل.

أولاً: الحركية رقم 01 -مخطط وجهة الجزائر -

على غرار الدول السياحية الكبرى في العالم، يتوجب على السياحة الجزائرية أن تكون ممثلة في المواقع الرئيسية الموفدة للسائحين من جهة، وإحداث تعاون بين كل الطاقات الإجتماعية والمهنية على أساس إستراتيجية تسويق خطة عمل من جهة أخرى.

حيث ترمي هذه السياسة إلى تنمية السياحة، ووضع بنية سياحية لوجهة سياحية تكون:

- منافسة على المستوى الدولي.

- منتجة إقتصاديا واجتماعيا.

- القدرة على تلبية الإحتياجات الوطنية في التسلية والراحة.

<sup>(1)</sup> SDAT 2025, le plan stratégie: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristique prioritaires, livre 02, p 26,27.

كما تحتاج الجزائر اليوم إلى تقويم صورتها لمضاعفة الجاذبية والتنافسية، حيث لازالت الجزائر تعاني من بعض الذهنيات السلبية، كصورة الفوضى وانعدام الأمن والإنغلاق، وأيضا غياب الترويج السياحي لها، ولذلك على الجزائر اختيار أوراقها الراجعة قصد تقويم صورتها المتمثلة في:

- مناخ معتدل ولطيف.
- تنوع الأقاليم والطبيعة.
- التنوع الثقافي والتراثي.
- أصالة المواقع المحمية.
- الإنعزال والفرار داخل الجنوب الكبير.
- مرافقة الترقية والإتصال بالمخطط.

تبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية، لتصيح وجهة سياحية كاملة، قصد زيادة شهرة الجزائر واعطائها صورة شاملة وجذابة، تلحق بها ذكريات بعض المناطق أو المنتوجات السياحية خاصة الواعدة منها، وتثبيتها كوجهة كاملة يمر عبر وضع استراتيجية ترقية واتصال، فالسياحة هي أولوية إقتصادية واجتماعية، ومطلوب منها أن تلعب دورا رائدا في التنمية المحلية، فهي قطعة أساسية في برنامج الحكومة، وتتجلى هذه الإرادة السياسية في إستراتيجية تنمية السياحة في الجزائر 2030، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار، والنوعية، مع الأخذ بعين الإعتبار:

- تقويم وجهة الجزائر.
- نشر مخطط السياحة النوعية.
- تحديد وتنفيذ خطة التمويل.
- ترقية التواصلية والتناسق في العمل.
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية للإمتياز عن طريق عقلنة الإستثمار.

يتعلق الأمر ببناء صورة سهلة القراءة وظاهرة لوجهة الجزائر، صورة لوجهة حقيقية وأصيلة، بعيدة عن الصور المقولبة للأسواق أحادية القياس، وتدعو السياح لاقتسام تجارب جديدة وغنية<sup>(1)</sup> من جهة، ومن جهة أخرى ابتكار علامة تكون من صنع المنتج السياحي، ذو علامة ومهرة.

بناء مخطط وجهة الجزائر يرتكز على ثلاث ركائز وهي<sup>(2)</sup>:

• أن ترتكز إستراتيجية التسويق على:

- دراسة سوق العرض والطلب.

- التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.

- التعرف على ثنائية المنتج والسوق.

- تحديد الإستراتيجيات التجارية.

- توجيهات أهداف التسويق لكل سوق.

• تنفيذ مخطط ميداني للأعمال يرتكز على:

- إعداد أدوات الإتصال والترقية ووسائل التنفيذ.

- بناء صورة جديدة وتوسيع شهرة وجهة الجزائر.

- التحديد والترتيب التدريجي للأهداف التي يهدف إليها مخطط الإتصال والترقية.

• وضع جهاز رصد ودراسة.

يهدف مخطط وجهة الجزائر إلى تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الإقتصاد الوطني، وكذا

تحقيق العديد من الأهداف من أبرزها<sup>(3)</sup>:

- جعل الجزائر وجهة منارة في المغرب والمنطقة المتوسطة، من أجل جعلها وجهة متميزة وفريدة، يتعلق

الأمر بـ:

<sup>(1)</sup> تقرير صادر عن مديرية السياحة لولاية قسنطينة.

<sup>(2)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 24.

<sup>(3)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 33.

\*تقويم الخاصيات التنافسية: الصحراء، الموروث والمواقع.

\*تنشيط الجاذبية العامة للبلاد.

\*إستعادة الثقة.

- التمرکز في الفروع الواعدة والأسواق الجذابة، وذلك من خلال<sup>(1)</sup>:

\*العمل في الفروع الواعدة والتكيف الدائم للعرض حسب الطلب.

\*تشجيع بروز الأقطاب السياحية للامتياز.

\*تعزيز الصورة الإيجابية وقيمة الجزائر لكل الزبائن المحليين والأجانب.

\*إجراء تنظيم لأهداف الزبائن من أجل معرفة أقسام السوق وتحليل تطور دوافع المستهلكين طبقا

لتوقعاتهم وقدراتهم.

- تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الإقتصاد الوطني على أساس:

\*التنافسية والأداء.

\*العدالة الإجتماعية.

\*تثمين الهوية والموروث.

\*شراكات وطنية ودولية بمنطق كاسب-كاسب.

يجب أن يركز المسعى الجديد لمخطط تسويق وجهة الجزائر، على سبعة قواعد أساسية ضرورية،

والجدول الآتي يوضح ذلك:

<sup>(1)</sup>وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 32.

الجدول رقم 24: الشروط السبعة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر

ثقافة وذهنية	- إختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات، واعداد الصورة والسوق من أجل الإتصال الواسع.
الإلتزام	- تنشيط وتنسيق متناسب ودائم لكل مخطط التسويق، وتجنيد وسائل الإتصال الحديثة المالية، البشرية، وتقنية مطلب للإحترافية والنوعية.
الأدوات	- اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد، أفلام، أقراص، صفقات أنترنت، شاشات فيديو وفضاءات مرئية.
فضاءات الإتصال	- تبني وضعية مراقبة ورصد إستراتيجية على المستوى الوطني، جناح بكل قطب امتياز يوفر خمس وظائف: الإستقبال، الإعلام، فضاء المحادثات، المعارض، فضاءات الصور. - على المستوى الدولي: إستخدام بيت الجزائر كفضاء لرصد الأسواق الدولية.
المسعى	- شراكة فعالة على المستوى الدولي والوطني، إمتلاك مرجع مشترك للتجانس، التنسيق والتعاون. - توحيد العمل في كافة الهيئات، الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة، دار الجزائر، وتشجيع ربط السياسات القطاعية والمحافظة على الشركاء. - جعل الرصد أداة إرشاد وقياس، للمقارنة والإستباق والتفاعل.

المصدر: من إعداد الطالب بمساعدة معلومات الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي الحركيات الخمس وبرامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 25.

سعت الجزائر على غرار الدول السياحية الرائدة إلى وضع مخطط لوجهتها السياحية، تكون منافسة على المستوى الدولي وقادرة على تلبية الإحتياجات الوطنية، يمكن تلخيص الأسواق المستهدفة والفروع المختارة وأهم أهداف مخطط الوجهة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 25: مخطط الوجهة حسب الأهداف والفروع والأسواق

أهداف التسويق في المخطط	الفروع المختارة	الأسواق المستهدفة
<p>*تحديد التدفقات والخروج في العطل</p> <p>*تشجيع استهلاك السياحة العلاجية، الصحية والرفاهية.</p> <p>*تنمية المنتج المتمحور حول الفروع المؤثرة في الصورة الإيجابية.</p> <p>*تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة عالية، وزيادة النقطة السياحية.</p>	<p>*المواد واسعة الإستهلاك في الحمامات البحرية، الأسواق، العلاج، الصحة، التعب، التجوال، الرياضة.</p> <p>*منتوج الفروع الجديدة: السياحة الصحية، أعمال ومؤتمرات، اتجاهات الجنوب، السياحة الزراعية، الصيد البحري، أنشطة الثلج.</p>	<p>السوق الداخلية: الجزائريون المقيمون وغير المقيمون.</p>
<p>*الحفاظ على إقامة الجزائريين غير المقيمين.</p> <p>*تطوير ومضاعفة الإقامات.</p> <p>*زيادة القيمة المضافة في كل إقامة.</p> <p>*إغراء الإقامة بعرض جذاب ومتعدد العناصر.</p>	<p>الإستجمام البحري، تسوق المتعة، التسلية في المدن، سياحة الذاكرة، إكتشاف الحرف والمهارة، المواقع الأثرية والتعبدية.</p>	

**Source:** Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 02.

من خلال معطيات الجدول أعلاه، يتبين أن مخطط وجهة الجزائر حدد الأسواق المستهدفة في السوق الداخلية، والذي يتكون من الجزائريين المقيمين وغير المقيمين، وحدد أيضا الفروع السياحية المختارة لهذه الفئة من السياح، قصد الوصول إلى عدة أهداف مسطرة من طرف هذا المخطط، من أجل ترقية بعض أنواع السياحة والنهوض بها، وزيادة معدل الطلب عليها، كالسياحة العلاجية والصحية، وكذلك محاولة تثبيت إقامة السكان المحليين والجزائريين غير المقيمين.

ويمكن تنظيم وتقسيم الأسواق الخارجية إلى أسواق ذات أولوية للحفاظ عليها وأسواق واعدة وأخرى

بعيدة لكن ذات مستقبل، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 26: تنظيم الأسواق الخارجية

أهداف مخطط التسويق	الفروع المختارة	الأسواق المطلوب الحفاظ عليها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- إعادة الثقة، تجديد صورة الجزائر، التركيز على القيم القوية: سحر الصحراء.</li> <li>- إظهار، وتأمين طريقة استهلاك سياحة محترمة ودائمة.</li> <li>- التطوير، والمحافظة على التدفقات وتشجيع الإستهلاك.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- إتجاهات الجنوب، ثقافة السياحة العلاجية، والصحية ذات الطراز الرفيع.</li> <li>- أعمال ومؤتمرات.</li> <li>- فروع تكميلية.</li> <li>- ثقافة تعبديّة والمنتوج النوعي (الصيد؟، الغطس وفن استكشاف المغارات).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*الأسواق ذات الأولوية.</li> <li>*الأسواق الواعدة.</li> <li>*الأسواق البعيدة.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- التركيز على الشركات لجعل زبائننا مستهلكون للمنتوج السياحي.</li> <li>- التركيز على المواقع والمناسبات الدينية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- إتجاهات الجنوب.</li> <li>- الحمامات البحرية.</li> <li>- أعمال المؤتمرات.</li> <li>- صيد بحري، ثقافي، علاجي وصحي.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*دول الخليج.</li> </ul>

**Source:** Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 28.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن هذا المخطط حدد عدة أسواق على عدة أصناف، النوع الأول: الأسواق ذات الأولوية، وهي أسواق تقليدية مرسلّة للسياح نحو الجزائر، وهي أسواق فرنسا، إسبانيا، إيطاليا وألمانيا، كما حدد الفروع السياحية المختارة لمثل هذه الأسواق. أما النوع الثاني: فهو الأسواق الواعدة، وهي عبارة عن أسواق إفريقيا، هولندا، النمسا، والدول الإسكندنافية، والنوع الثالث: هو الأسواق البعيدة غير أنها أسواق طموحة وذات مستقبل للسياحة الجزائرية، تشمل الأسواق الآسيوية، كالصين واليابان والسوق الروسية وأسواق أمريكا اللاتينية ككندا والولايات المتحدة الأمريكية، أما النوع الأخير من الأسواق هي أسواق الخليج، والذي حدد لها المخطط فروع سياحية مختارة خاصة بهذا النوع من الأسواق، ويهدف المخطط من وراء هذا إلى بعث الثقة من جديد وتحسين صورة الجزائر، إضافة إلى الرفع من معدل الإستهلاك السياحي، إذ يعتبر هذا المخطط طموح إذا تم تنفيذه وفقا لما هو مسطر له، ويمكن توضيح مخطط تسويق وجهة الجزائر من خلال الجدول التالي:

## الجدول رقم 27: مخطط تسويق وجهة الجزائر

الأسواق	الأهداف	أدوات التسويق
كل الأسواق	*كل الأهداف.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ابتكار توقيع جديد ميثاق، تخطيطي ومواقع الأنترنت بثلاثة فضاءات متعدد اللغات (ترقية، صحافة، جمهور كبير).</li> <li>- البحث التجاري، تكوين فرق البيع، التدريب السياحي، رسالة إخبارية، المعارض، شبكة تسويق.</li> <li>- شبكة تسويق: فضاء إعلامي ميل فرنسي وإسباني وإيطالي.</li> <li>- بلاغات، ملفات صحفية، رسائل إخبارية، رحلات إعلامية.</li> <li>- أحداث.</li> <li>- محطات تمثيل، دار الجزائر في العواصم (باريس، مدريد، روما، برلين).</li> <li>- شبكة تسويق: فضاءات.</li> <li>- مخطط الإعلام، صورة التلفزيون، إصاق الإعلانات في العواصم، دعم شركات الطيران، مخطط الإعلام بالمنتج، السياحة البيئية، الأنترنت.</li> </ul>
السوق المحلي	*دواوين السياحة ووكالات السفر. *الصحافة.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- واقع التسويق، تكوين فرق البيع، التدريب السياحي، تنظيم الورشات، الرسالة الإخبارية.</li> <li>- التسويق عبر الأنترنت، الفضاء الصحفي، البلاغات، الملفات الصحفية، الرسائل الإخبارية، الرحلات الصحفية، أحداث.</li> <li>- مخطط اعلامي منتج واسع الإستهلاك، التلفزيون، الصحف، اليوميات الكبيرة، الراديو.</li> <li>- العلاقات العامة، التكتلات (اللوبيغ).</li> <li>- التسويق المباشر: البريد والبريد الإلكتروني، السفراء، بطاقة الصيف، مخطط الإعلام.</li> </ul>
الجزائريين غير المقيمين	*الجمهور الكبير. *المقررين: المنتج أعمال، مؤتمرات. *القنوات العربية (التلفزيون الجزائري).	

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئية والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 28.



يسعى مخطط تسويق وجهة الجزائر إلى تسويق السياحة الجزائرية إلى كل الأسواق (الأسواق ذات الأولوية، الأسواق الموفدة بشكل تقليدي للسواح إتجاه الجزائر، فرنسا، ألمانيا، إسبانيا وإيطاليا)، وكذلك الأسواق المحلية والجزائريين غير المقيمين، وقد وضع المخطط العديد من الأدوات للوصول إلى الأهداف المسطرة، حيث أن معظم هذه الأدوات غائبة عن السوق السياحية الجزائرية حاليا، وبالتالي إدخالها في الإستراتيجية التسويقية يمثل مكسبا للسياحة في الجزائر، مما يؤدي إلى بعثها في الأسواق الخارجية. كما يسعى هذا المخطط إلى تحديد أربع فئات سكانية مستهدفة وهي<sup>(1)</sup>:

- السياح المحليين.

- الجزائريين المقيمين بالخارج.

- متوسط السن بالأسواق المطلوب المحافظة عليها.

- السياح في مدن البلدان المطلوب المحافظة عليها.

تعدد مهام الأرضية المقدمة لمخطط وجهة الجزائر-دار الجزائر- سواء على المستوى المحلي أو الدولي لأجل تشجيع السياحة في الجزائر، وتحسين السياحة الجزائرية بالخارج.

#### • مهام دار الجزائر على المستوى المحلي:

تساعد دار الجزائر على تشجيع السياحة في البلاد، عن طريق:

- نشر المعلومة عن بعد عبر الأنترنت في المواقع الرئيسية الموفدة، بفضل المكاتب والتمثيل السياحي، شركات النقل الجوي والبحري.

- ضمان مهمة علاقة الصحافة والعلاقات العمومية في البلاد المعنية عن طريق تطوير علاقات مميزة مع مجموع الموجهين للإقامة في الجزائر.

- تنظيم ومراقبة تطور الأسواق، في مجال الإستثمار السياحي والدوافع.

- دعم الأنشطة الترويجية المؤطرة من طرف شركاء مختلف القطاعات والمنظمات التي تدخل في سياسة تشجيع وترويج السياحة<sup>(2)</sup>.

(1) عيساني عامر، مرجع سابق، ص 136.

(2) عباس عقيلة، ترويج الوجهة والنهوض بالمنتج السياحي الجزائري- إستراتيجية الديوان الوطني للسياحة، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية دراسة حالة تجارب بعض الدول، مرجع سابق، ص 12.

- تنظيم مشاركة مستهدفة لمحترفي السياحة الجزائرية في الصالونات الرئيسية والتظاهرات السياحية المقامة بالخارج.

• مهام دار الجزائر على المستوى الدولي:

تعمل الجزائر لتحقيق الأهداف التالية على المستوى الدولي<sup>(1)</sup>:

- ضمان تجديد صورة الجزائر بالخارج.
- ضبط وتناسب ومطابقة وتكييف العرض في السوق الدولي كقياس لتقييم إرشاد المنتج.
- تحديد الأسواق الواعدة لوجهة الجزائر، مع إلقاء الضوء على الشرائح التي معها في العرض السياحي<sup>(2)</sup>.
- الإعتماد على المقيمين الجزائريين بالخارج، إذ يبلغ عددهم 4 ملايين سفير جزائري محتمل.

• نظام الرصد السياحي:

المبادئ المؤسسة لنظام الرصد السياحي هي<sup>(3)</sup>:

- بنك المعلومات.
- نظام إعلامي جغرافي.
- شبكة أنترنت للسياحة.
- شبكة أنترنت للإدارة المركزية ومديريات السياحة...
- أرضية السياحة الجزائرية: عبارة عن جهاز إقتصادي وأدوات إرشاد للسياسة السياحية في الرصد والمتابعة والتقييم.

تتمثل أهداف نظام الرصد السياحي في:

- تحسين المتعاملين الفاعلين والشركاء.

<sup>(1)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئية والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 29.

<sup>(2)</sup> عباس عقيلة، مرجع سابق، ص 10.

<sup>(3)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئية والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 30.

- معرفة العرض بالفرع حسب كل منطقة.
  - معرفة خصائص ودوافع تدفقات السياح الأجانب عند الحدود.
  - معرفة الأسواق التنافسية الرئيسية.
  - معرفة وتمييز التدفقات الداخلية.
  - معرفة الإرتياد الجزائري كما ونوعا.
  - قياس الإنعكاسات البيئية.
  - معرفة رضا الزبائن.
  - معرفة الإستثمارات السياحية العامة والخاصة.
- فيما يتعلق بالمهام هناك مهمتان رئيسيتان لنظام الرصد وهما:
- رصد: بمعنى تحليل ومعرفة تدفقات إرتياد الأسواق وتدفقات الإستثمار.
  - سير أشغال المراقبة ومتابعة الأوضاع السياحية الوطنية والدولية.
- إضافة إلى مجموعة من المهام نذكر منها<sup>(1)</sup>:
- إعلام الفاعلين والشركاء بترتيبات ومناهج التنفيذ والأهداف.
  - إنشاء تصنيفية للمواضيع المرصودة.
  - إجراء تحقيقات دورية لدى مدراء السياحة بالولايات.
  - شراكة مع خلايا التحقيق عند الحدود في مرحلة التصميم والتحقيق وعند استقلالها.
  - الشراكة مع المتعاملين في النقل البري والجوي.
  - إقامة شراكة مع المصالح المعنية والإدارة العامة للشرطة، إدارة المؤسسات الفندقية، شراكة مع الديوان الوطني للإحصاء في مرحلة تصميم التحقيقات وعند استقلالها.

<sup>(1)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 35.

## ثانيا: الحركية رقم 02 - الأقطاب السياحية للإمتياز -

لا يمكن للقطاع السياحي أن يتطور بشكل نمطي على كافة التراب الوطني، يجب تنظيمه حول الأقطاب ذات الأولوية، حيث تشكل مراكز إشعاع ورافعات تعمل على الإنعاش السياحي التدريجي لكافة التراب الوطني.

ترمي هذه الحركية إلى إبراز الأقطاب السياحية المهمة المعترف بها من طرف السوق السياحي الدولي، يتوجب عليها المساهمة بطريقة فعالة في صناعة السياحة الجزائرية، حيث أصبحت تعتمد على التنمية ثلاثية الأبعاد مرتكزة على الجمع بين المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، من أجل الجذب السياحي واستمرارية الموارد.

القطب السياحي: هو تركيبة من القرى السياحية للإمتياز، في رقعة جغرافية محددة، مزود بتجهيزات الإقامة والتسلية والأنشطة السياحية، في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية، يستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي (1).

يجب أن تركز تنمية هذه الأقطاب السياحية على القدرات السياحية للجزائر المتنوعة، إذ يتعلق الأمر بتنمية المنتج والفروع الأكثر تمثيلية والأفضل مع الطلب وفقا للمفهوم الجديد للسياحة والذي يتمركز حول:

- سياحة الإستجمام والألعاب المائية.
- سياحة الأعمال والمؤتمرات.
- سياحة الصحراء والسفاري.
- السياحة العلاجية والحموية.
- السياحة الثقافية والسياحة الدينية.
- وأشكال أخرى للسياحة كالسياحة الرياضية والإسترخائية...

(1) بلقاسم تويزة، مراد زايد، الترويج وأهميته في تنشيط القطاع السياحي بالجزائر، مجلة مخبر التغيير في المؤسسة الجزائرية، العدد 2، جامعة الجزائر، 2013، ص 169.

إذ يجب على كل قطب منح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة، هناك ستة فروع لها الأولوية والأفضلية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عما سواها وهي: الإستجمام البحري، الصحراوية، الثقافية، العلاجية، الصحية والرفاهية.

على كل فرع تشجيع الإختلاط، كما يجب الإبتعاد عن التركيز على النوعية الفاخرة في الأقطاب، حتى يتسنى المزج الإجتماعي في مجال التسلية، حيث يجب أن يكون لكل قطب ذاتيته، ليكون تجاور الأقاليم مع الصور الخاصة التي تمنح للبلاد صورتها المميزة كوجهة سياحية أصيلة ومتعددة، فتنظيم التبادلات السياحية بين الأقطاب يسمح بتشابك أفضل لموارد البلد وترتيبها، والدمج الإقليمي لكامل الأقطاب.

وهذه الأقطاب هي:

- القطب السياحي للإمتياز شمال شرق: يشمل عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تيسة.
  - القطب السياحي للإمتياز شمال وسط: يضم الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدينة، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
  - القطب السياحي للإمتياز شمال غرب: يشمل مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.
  - القطب السياحي للإمتياز جنوب شرق (الواحات): غرداية، بسكرة، الواد، منيعة.
  - القطب السياحي للإمتياز جنوب غرب: القارة، تميمون، أدرار.
  - القطب السياحي للإمتياز الجنوب الكبير: الطاسيلي، إليزي، جانت.
  - القطب السياحي للإمتياز الجنوب الكبير: أدرار، تمنراست.
- (سنتناول كل قطب بالتفصيل في المطلب الموالي).

ثالثا: الحركة رقم 03- مخطط نوعية السياحة-

يهدف هذا المخطط إلى تحسين الجودة وتطوير العرض السياحي، وذلك بالتركيز على التعليم والتكوين باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ما يستدعي تعاون مشترك بين مختلف الفاعلين، وكذلك

القطاعين العمومي والخاص، قصد تلبية الطلب السياحي من خلال تقاسم الأدوار، حيث أنه لكل قطاع دور بارز في هذا المخطط على الفاعل المعني أو يلعبه.

يعرف "وليام ادوارد ديمينغ" الجودة على أنها تحقيق احتياجات وتوقعات المستفيد حاضرا ومستقبلا<sup>(1)</sup>.

ويعرفها "جوزيف جوران" على أنها الملائمة في الإستخدام، وبالتالي كلما كان المنتج ملائم لاستخدام المستفيد كلما كانت ممتازة.

تتطلب الجودة السياحية التحسين المستمر لمستوى الخدمات والنهوض بها إلى درجة عالية من الإمتياز، حيث تلبي رغبات الزبائن.

بالنسبة للمنظمة العالمية للسياحة فترى أن الجودة السياحية نتيجة تلبية جميع احتياجات المستهلك، ومتطلباته وتوقعاته المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر معقول، كما تكون متطابقة مع الشروط التقاعدية المتفق عليها، ومحددات الجودة الشاملة<sup>(2)</sup>.

يؤدي تطبيق الجودة إلى تحقيق عدة مزايا<sup>(3)</sup>:

- تحسين نوعية العرض السياحي وجودته.
- إعطاء نظرة جديدة لجودة السياحة لمهني القطاع وحثهم على تبني مسعى جودة السياحة.

للجودة السياحية معايير يمكن إجمالها في الآتي<sup>(4)</sup>:

- **الشفافية:** تعتبر من العناصر المهمة لتوفير المشروعية لتوقعات المستهلك وحماية حقوقه، يتوفر من خلال صحة المعلومات المقدمة حول مواصفات المنتج، وما يشتمل عليه وتكاليفه الإجمالية، إضافة إلى إيصال تلك المعلومات بشكل منظم وفعال للمستهلك.

(1) الغامدي محمد بن علي، مفاهيم الجودة أساس لتوحيد الجهود، دون سنة النشر، ص 02.

(2) سعد بن عبد الرحمان القاضي، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ملتقى حول الجودة في صناعة السياحة، يوم 2004/04/29، ص 04.

(3) إلهام يحيوي وساعد بوداوي، دور مخطط جودة السياحة الجزائري في تفعيل السياحة، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية دراسة حالة تجارب بعض الدول، مرجع سابق، ص 12.

(4) سعد بن عبد الرحمان القاضي، مرجع سابق، ص 02.

- التجانس: يركز على ضرورة التوافق والإنسجام بين المحيط الطبيعي والإنساني، الذي يحافظ على السياحة المستدامة، ويستدعي إدارة فعالة للمؤتمرات البيئية والإقتصادية والإجتماعية قصد تأسيس مؤشرات لجودة المنتجات السياحية<sup>(1)</sup>.

- الأصالة: هي تعبير عن حضارة أو تراث معين تجعل أي منتج يختلف ويتميز عن غيره في أماكن أخرى، حيث أنها يجب أن تستجيب لمتطلبات المستهلك.

- الأمن والسلامة: حيث يتوفر عندما لا تشكل الخدمة السياحية خطرا على الحياة، أو تهدد صحة المستهلك، أو تسبب أضرار في مختلف الأنشطة السياحية، وعادة ما تنظم وتحدد معايير الأمن والسلامة بنصوص تشريعية وقوانين كالحماية من الحرائق، وهذه النصوص القانونية تعتمد كمعايير للجودة بحد ذاتها<sup>(2)</sup>.

- الصحة العامة: يرى معيار الصحة العامة على ضرورة المحافظة في جميع أماكن الإيواء والإطعام والشراب على شرط النظافة والسلامة، ينطبق على كل المؤسسات السياحية الكبرى وجميع نقاط بيع المنتجات الغذائية من محلات ومطاعم.

- سهولة الوصول: يقضي هذا المعيار على إزالة جميع العوائق والحواجز الطبيعية والإتصالية والخدماتية، دون تحيز وإتاحة استخدام تلك المنتجات والخدمات من طرف الجميع.

تحكم الجودة السياحية مجموعة من القواعد نذكر منها<sup>(3)</sup>:

- التطوير والمحافظة على إمكانية المؤسسات السياحية والفندقية، من أجل تحسين جودة الخدمة المقدمة للسائح بشكل مستمر ودائم.

- الوفاء بمتطلبات السائح.

- تطبيق مبدأ البحث عن الجودة في الموقع السياحي.

- التطوير المستمر لجودة السياحة والإنتاجية والكفاءة.

<sup>(1)</sup> مراد الرايس، مرجع سابق، ص 09.

<sup>(2)</sup> عبادي فاطمة الزهراء وآخرون، التدريب في ظل إستراتيجية السياحة العربية، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية دراسة حالة تجارب بعض الدول، مرجع سابق، ص 10.

<sup>(3)</sup> إلهام بظاظو، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق دراسة ميدانية على عينة من فنادق خمس نجوم في الأردن، مجلة العلوم الإنسانية، السنة السابعة، العدد 45، 2010، ص 11.

- دمج الجودة بعملية التخطيط الإستراتيجي للإدارة.
- تحسين السياحة إنطلاقا من المؤسسات السياحية والفندقية إلى السائحين.
- مرت الجودة السياحية بالعديد من المراحل وهي<sup>(1)</sup>:
- **مرحلة الفحص والتفتيش:** الهدف من هذه المرحلة فحص المنتج المعيب لتقادي وصوله إلى المستهلك.
- **مرحلة مراقبة الجودة السياحي:** تتضمن أساليب فحص واختيار وتحديد درجة المنتج، واتخاذ إجراءات تصحيحية.
- **مرحلة تأكيد الجودة:** من خلال تطبيق الإجراءات اللازمة قصد توفير الثقة للزبون.
- **مرحلة إدارة الجودة الشاملة:** تطورت نظم الجودة لتشمل مناخ العمل والإدارة للعمل سويا بغية تحسين وتطوير الجودة السياحية.
- تحتل الجودة السياحية مكانة مهمة في الدول السياحية الرائدة، هذا ما جعل السلطات الجزائرية تسعى إلى تطوير نوعية العرض الذي يعاني من النقائص، وهذا ما أكده المنتدى الإقتصادي العالمي -الأسفار والسياحة تقرير التنافسية 2009-، حيث احتلت الجزائر المرتبة 115 فيها من بين 133 دولة<sup>(2)</sup>.
- لقد أصبحت النوعية السياحية مطلبا أساسيا في الدول السياحية الكبرى، حيث أنها تعتبر الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يهدف إلى تطوير نوعية السياحة الوطنية وعرضها، فهو يركز على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيا الإعلام والإتصال في تناسق مع المنتج السياحي في العالم، وتهدف هذه الآلية إلى<sup>(3)</sup>:
- إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الإنضمام إلى ماركة موحدة -النوعية السياحية- وهي هدف كل مسعى نوعي.
- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي.

<sup>(1)</sup> مراد الرايس، مرجع سابق، ص 07.

<sup>(2)</sup> المؤسسة العربية لضمان الإستقرار، مناخ الإستثمار في الدول العربية 2009، الكويت، ص 178.

<sup>(3)</sup> SDAT 2025, livre 02, op.cit, p 47.



- التمويع ضمن منظور تحسين النوعية في العرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر والخارج.
- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في كافة المشاريع التنموية في مجال السياحة نحو الأفضل.
- تشجيع وترقية العرض السياحي في الجزائر والخارج.
- بعث ديناميكية تقويم وترقية الوجهة السياحية الجزائرية.
- منح رؤية جديدة للمحترفين.
- توفير مزيد من الترويج للشركات المشاركة في إدارة الجودة من خلال دمجها في شبكة من المؤسسات ووضع علامة الجودة السياحية للجزائر.
- حث المتعاملين في السياحة بالتعامل بإجراءات النوعية.
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.
- إعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.
- تثمين المواقع السياحية وخلق إستدامة للعرض السياحي الجزائري من خلال وضوح الرؤية وتحسين النوعية السياحية.
- ضمان ترويج مميز للمتعاملين المشاركين في المقاربة الخاصة بالنوعية.
- يعتمد مخطط النوعية السياحية في المرحلة الأولى بالإرتكاز على أربعة عناصر رئيسية:
  - البحصنة الكبرى من الحظيرة الفندقية (200 فندق مصنف أو يعاد تصنيفه).
  - محلات الإطعام الفاخم.
  - وكالات السفر والسياحة.
  - الغرف السياحية المحلية.
- أما إجراءات التنفيذ للمخطط فهي تأتي من خلال الإعلان عن الأهداف ومسعى مخطط نوعية السياحة وتحديد إلتزاماته، حيث يتم تقييم هذه الإلتزامات على مستوى:
  - الإعلام والإتصال.

- الإستقبال الشخصي.
  - كفاءة العمال.
  - النظافة والصيانة.
  - إبرام عقود الرخص النوعية السياحية مع المؤسسات التي تتخبط في مسعى النوعية.
  - تقويم المحترفين بإيجاد دمغة عليها السياحة النوعية الجزائرية، توضح على مدخل مؤسساتهم.
  - تثمين المورد المحلي ومراقبة الأماكن والمواقع السياحية.
- وقصد الإستجابة للهدف المادي والنقدي في SDAT 2025، أصبح تكوين المورد البشري ضروري، وقد حددت ثلاث أهداف إستراتيجية للتكوين، قصد تحضير الجزائر سياحيا في أفق 2025:
- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات، إحترافية القيادات والمؤطرين في المدارس والمعاهد السياحية.
  - ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة.
  - إعداد مقاييس الإمتياز للتربية والتكوين السياحي، إعتما التصديق والتسجيل الرسمي.
- وفي هذه النقطة تم إطلاق خريطة جديدة للمدارس السياحية، منها:
- **المدارس الموجودة والواجب تحديثها:**
    - المدرسة الوطنية العليا للسياحة الجزائر العاصمة ENST.
    - المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة تيزي وزو INTHT.
    - المعهد الوطني للفندقة والسياحة بوسعادة INTHT.
  - **المدارس المصممة للتجهيز:**
    - المدرسة السياحية بتيازة.
    - المدرسة السياحية بعين تيموشنت.
  - **مدارس وزارة التكوين والتعليم المهني:**
    - سبع مدارس تكوين مهني تابعة لوزارة التكوين المهني الطارف، تلمسان، عين البنيان، بومرداس، تيزي وزو، تمنراست وغرداية.

كما تم تنصيب لجنة متابعة تطبيق المخطط السياحي للجودة من قبل الوزارة الوصية على القطاع، التي من مهامها نجد:

- تقييم العديد من المنشآت والفنادق والمطاعم: تتشكل هذه اللجنة من ممثلين عن قطاع السياحة وجمعيات مهنية وخبراء ومختصين، حيث تعمل على التعريف بمحتوى مخطط الجودة والإمتياز في السياحة وتحديد مناهج وطرق تحقيق النوعية ومتابعة المؤسسات السياحية التي تسعى إلى الحصول على شهادة الجودة والنوعية السياحية وتطوير العرض السياحي<sup>(1)</sup>.

- الإبتكار واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال: إن الإبتكار واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية من خلال التسويق عبر شبكات الأنترنت، كونها تسمح بالعرض المباشر للمنتج والخدمات السياحية لعدد كبير من مستخدمي الأنترنت، من خلال السمعة الجيدة للماركة وسهولة الحجز عبر الأنترنت، فالتسويق عبر الأنترنت مستمر في الإستحواذ السريع لحصص السوق على حساب شبكات التوزيع الأخرى، فتأثير الأنترنت يتجاوز بشكل كبير إطار الحجز فقط، وتبقى نوعية الخدمات والمحتويات للأنترنت تحدث الفارق السريع، السمعة الجيدة وإدخال نظام التسيير الإلكتروني من خلال إدارة الرحلات عبر شبكة الأنترنت<sup>(2)</sup>.

يتم اكتساب العلامة الوطنية -جودة السياحة للجزائر- لجميع المؤسسات السياحية المعنية التي تحترم الشروط الآتية<sup>(3)</sup>:

- مطابقة معايير الجودة.
- إنشاء خلية دائمة مسؤولة عن المحاسبة الداخلية.
- متابعة مقارنة جودة تستند إلى مراقبة خارجية تضمن التحسين لجودة الخدمات.
- ضرورة الخضوع لشروط الإستغلال وممارسة النشاط.
- الإمتثال لقواعد النظافة والأمن.
- الإندماج في محيط البيئة.

<sup>(1)</sup> الجزائر تريد حصتها في السوق المتوسطية، المجلة الاقتصادية، العدد 14، 2009، ص 45.

<sup>(2)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02، المخطط الإستراتيجي الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 50.

<sup>(3)</sup> [www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz)

ومن أجل التسجيل والانضمام إلى المخطط الوطني للجودة لابد من اتباع:

- التعرف على الإلتزامات الوطنية للجودة.
  - الإتصال بالهيئة السياحية لإنشاء السجل في المخطط الوطني للجودة.
  - الإتصال بشبكة مهنية متخصصة في الجودة من أجل التنفيذ والتشخيص والرصد لنهج الجودة.
  - تودع ملفات الترشيح لدى اللجنة الوطنية المكلفة بالمخطط، وهي مكلفة بمتابعة المؤسسات السياحية التي تريد الحصول على علامة الجودة، وعلى المستوى الوطني توجد حوالي 2200 مؤسسة، مرشحة للانضمام إلى مخطط الجودة السياحية، منها 220 أمضت العقود المبدئية للانضمام<sup>(1)</sup>، أما الحصول على علامة الجودة السياحية الجزائرية يتم تسييرها من قبل اللجنة الوطنية التي تم تعيينها من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية، والتي من مهامها:
  - البث في طلبات العضوية ومتابعة عملية منح العلامة.
  - تلقي وتقييم سجلات الإلتزام.
  - التقييم الدوري لتطبيق أحكام مخطط الجودة.
  - إستعراض المبادرات النوعية التي تطلع عليها الشركات المرشحة.
  - تلقي واستعراض عمليات التدقيق التي تقوم بها مكاتب الخبرة المعيّنين لهذا الهدف.
- وقبل الانضمام إلى الجودة السياحية لابد من العمل على بذل كل الجهود لإرضاء الزبائن خاصة في مجالات:

- المعلومات والإتصالات والترويج.
- الترحيب بالسياح وحسن استقبالهم.
- إختصاص وسلوك الموظفين من خلال الفهم السريع وتوفر اللغات الأجنبية لديهم.
- ظروف الإستقبال الجيدة.
- النظافة والصيانة لضمان الراحة للزبون .

(1) إلهام يحيياوي وساعد بوداوي، مرجع سابق، ص 13.

- إحترام البيئة من خلال توسيع المساحات الخضراء.

- توفير الأمن والإستقرار.

يؤدي تطبيق الجودة إلى تطوير السياحة الجزائرية على المدى الطويل، عن طريق التحسين

المستمر، كما يعمل على<sup>(1)</sup>:

- إيجاد فرص عمل جديدة.

- توفير خدمات البنية التحتية.

- توفير تسهيلات الترفيه والراحة للسكان المحليين.

- المحافظة على البيئة وحمايتها.

- نشر الثقافات والتواصل بين الشعوب.

- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

رابعاً: الحركة رقم 04 -مخطط الشراكة العمومية -الخاصة-

تعد الشراكة بين القطاعين العمومي والخاص من أساسيات النهوض بالقطاع السياحي، ولهذا لا بد من تفعيل هذه الشراكة وتحديد أهدافها ومسعاها، والسعي إلى تنظيمها محليا ووطنيا، لأجل ضمان نجاح السياسة الإستراتيجية للسياحة الجزائرية.

لا يمكن تصور تنمية سياحية دائمة دون التعاون الفعال بين القطاع العمومي والخاص<sup>(2)</sup>، يمكن التحدث عن الشراكة العمومية والخاصة عندما يعمل المتعاملون العموميون والخواص معا للإستجابة بأكثر فعالية للطلب السياحي الكلي، عن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح، حيث يلعب كل واحد دوره في عملية التنمية بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة.

وإذا كانت الدولة تمارس دورا أساسيا في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر والمساحات العامة، ووضع المنشآت القاعدية كالمطارات والطرق في خدمة السياح، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، وتصور الصورة الرفيعة للبلاد والمواقع بواسطة سياساتها وعمليات

<sup>(1)</sup> إلهام يحيوي وساعد بوداوي، مرجع سابق، ص 13.

<sup>(2)</sup> SDAT 2025, livre 02, op.cit, p 50.

الإتصال، وتدير المتاحف والصروح التاريخية، فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات الإستثمارات والإستغلال السياحي، تتمين وتسويق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه.

لذلك يحتاج القطاع الخاص إلى حرية أكبر لمباشرة الإستثمار وتسويق الخدمات السياحية، حيث يلزمه إطار تنظيمي محفز، ونظام تشريعي مستقر ومرن يتماشى مع التحولات الإقتصادية والعالمية، لذلك يسعى مخطط الشراكة العمومية -الخاصة إلى إيجاد آليات وأدوات قانونية تكون قادرة على إزالة العقبات أمام المستثمرين الخواص وتشجيعهم على إنجاز مشاريع ضخمة تنافس الهياكل الموجودة في البلدان المجاورة، وذلك للحفاظ على السياحة الداخلية والزبون المحلي واستقطاب السائح الأجنبي، كل ذلك في إطار احترام المصلحة العامة الإقليمية -الإستثمار الخاص- والحفاظ على الطبيعة.

إن المنتج السياحي هو محصلة تداخل العديد من العوامل للوصول إلى منتج نوعي (النقل، الإستقبال، المناخ، المصارف، المسارح...)، أما المعنيون بتطوير وتسيير هذه العوامل فهم عدد كبير من المتعاملين العموميين والخواص.

تتدرج السياحة ضمن المقاربة التوافقية بين القطاعات، من خلال الشراكة العمومية الخاصة التي توصل الشبكة السياحية من طرف إلى آخر، قصد الوصول إلى جعل الجزائر وجهة أكثر جاذبية وتنافسية، يجب على الأطراف المنخرطة في العمل السياحي (القطاعات الإقتصادية، الدولة، القطاع الخاص) العمل على توفير أسباب النجاح ومن أجل تحقيق ذلك لابد من<sup>(1)</sup>:

- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية (النظافة، المياه، الطاقة...).
- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية ( سفارات، قنصليات، مطارات، موانئ، محطات، مراكز حدودية...).
- تعميم السياحة لتشجيع الخدمات النوعية السريعة.
- تحسين النوعية بالتكوين المستمر والمتواصل.

<sup>(1)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 53.

- تحفيز جميع الشركاء العموميين والخواص من أجل تنمية القطاع السياحي نظرا لما تحتاجه التنمية السياحية من تنسيق بين الكثير من القطاعات الاقتصادية<sup>(1)</sup>.
  - تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية للإمتياز.
  - تحسين النوعية بالتكوين والإبتكار المستمر.
  - توفير الأمن السياحي والإستقرار.
  - صيانة الثروة الطبيعية والحفاظ عليها.
  - إحترام الطاقة الإستيعابية للمقاصد السياحية.
- حيث أن مسعى مخطط الشراكة العمومية والخاصة هو ربط الشبكة السياحية وجعلها منسجمة، وهنا يتعلق الأمر بتبني استراتيجية التجميع بربط الشركاء، ومن أجل ذلك لابد من<sup>(2)</sup>:
- دخول المنافسة بصفوف منظمة.
  - إيجاد شراكة بين مختلف الفاعلين والعاملين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتج السياحي (منظمي الرحلات، أصحاب الفنادق، المطاعم، المنشطين، المرشدين)، ربط المرقيين والمستثمرين بالصيارفة والمختصين في المالية لضمان إعداد مشاريع مربحة وقابلة للإستمرار.
  - تشجيع إنشاء مجموعات المصالح العمومية، الناقلين، أصحاب الفنادق ومنظمي الرحلات من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية.
- يلعب القطاع الخاص دورا محوريا في عملية التنمية السياحية الجزائرية، وذلك لما يتمتع به من كفاءة في الإدارة وخبرة إستثمارية، وقدرة على التنافس تؤدي إلى توفير السلع والخدمات السياحية بأسعار منافسة، إضافة إلى ما يملكه القطاع الخاص من رأس مال، وبالتالي فإن دور القطاع الخاص في تطوير السياحة وتنويع مصادر الدخل يعد مكملا للدور الحكومي.

<sup>(1)</sup> شارف نور الدين وبوعمامة نصر الدين، ترقية القطاع السياحي كبديل لاستغلال الثروة النفطية الناضبة من أجل تحقيق تنمية مستدامة في الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، مرجع سابق، ص 13.

<sup>(2)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02، المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 52.

وعليه فإن دور القطاع الخاص في تنفيذ خطة التنمية المستدامة للقطاع السياحي يتطلب إدراك مفهوم التنمية من كافة وحدات القطاع الخاص ذات العلاقة بصناعة السياحة، والمساهمة الفعالة في تنفيذ خطة التنمية السياحية في الجزائر من خلال<sup>(1)</sup>:

- تضمين مفاهيم التنمية المستدامة للقطاع السياحي.
- التفاوض مع الشركات الأجنبية في مجال السياحة.
- العمل على استخدام الموارد السياحية بطريقة مثلى، وزيادة نوعية الإنتاج وتقليل الهدر في استخدامها.
- العمل على تطوير منتجات سياحية منافسة، تكون ملائمة للتنمية السياحية المستدامة.
- الإعتدال على العملة الوطنية في تطوير قطاع السياحة لضمان مشاركة المواطنين بشكل أوسع في التنمية السياحية.
- توزيع الإستثمارات السياحية بشكل مهم يساهم في تنمية المناطق المختلفة والإستفادة من الإمكانيات والمقومات السياحية.
- التركيز على تنويع المستويات في مشروعات السياحة وجعلها تتناسب مع جميع فئات المواطنين<sup>(2)</sup>.
- كما يلعب الإستثمار الحكومي دورا أساسيا في تنمية القطاع السياحي من خلال<sup>(3)</sup>:
- الإنفاق على مشاريع البنية التحتية.
- الإنفاق المباشر على المشاريع السياحية التي تعتبر سلعا عامة قد لا يجد القطاع الخاص الحافز في تنفيذها كإصلاح الأراضي والشواطئ والمنترهات العامة.
- الإنفاق على البحث العلمي والدراسات المرتبطة بالقطاع السياحي.
- العمل على وضع السياسات الخاصة بالسياحة (مجموعة من الأنظمة والقوانين والتشريعات).
- العمل على جذب وتشجيع الإستثمارات في السياحة، من خلال تقديم الحوافز والتسهيلات للمستثمرين المحليين والأجانب<sup>(4)</sup>.

(1) أحمد قايد نور الدين، مرجع سابق، ص 20.

(2) ناجي التوني، مرجع سابق، ص 123.

(3) أحمد قايد نور الدين، مرجع سابق، ص 21.

(4) ناجي التوني، مرجع سابق، ص 46.



كما أن الإستثمار الخاص لا يقل أهمية عن الإستثمار الحكومي، لذا وجب تشجيع هذا الإستثمار، من خلال منحه العديد من الضمانات والتسهيلات كما يلي<sup>(1)</sup>:

- خلق صناديق دعم الإستثمار السياحي.
  - التنازل عن 900 هكتار بالتراضي على الأراضي الموجودة داخل مناطق التوسع السياحي، والمواقع السياحية من أجل تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين.
  - تزويد صندوق دعم الإستثمار السياحي بمبلغ 6.4 مليار دولار.
  - إعداد منتج مالي خاص يتمثل في القرض البنكي، وهذا وفقا للخصوصيات التي تميز الإستثمار السياحي.
  - التخفيض من نسب الفائدة لتشجيع الإستثمارات.
  - الإعفاء من الضرائب على الدخل والضرائب العقارية على المدى المتوسط، مع تقرير إعفاءات جزئية على المدى الطويل.
  - إعفاء المعدات والأدوات اللازمة لإقامة المشروعات السياحية من الرسوم الجمركية.
- يتم تنظيم مخطط الشراكة على مستويين، المستوى المحلي من خلال مديريات السياحة، والمستوى الوطني تحت إشراف وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة.

#### 1- تنظيم مخطط الشراكة العمومية الخاصة على المستوى المحلي:

يتم تنظيمها من خلال مديريات السياحة، التي تبقى الوسيط الرئيسي بين المستوى الوطني، وعليه يستوجب تعزيز كل مديرية لتمكينها من الإستجابة للمهنتين الأساسيتين<sup>(2)</sup>:

- تنفيذ مخطط النوعية.
- ترقية الإستثمار السياحي.

<sup>(1)</sup> الديوان الوطني للسياحة، تصور التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر لآفاق 2013، مجلة الجزائر سياحة، العدد 26، الجزائر، ص 21.

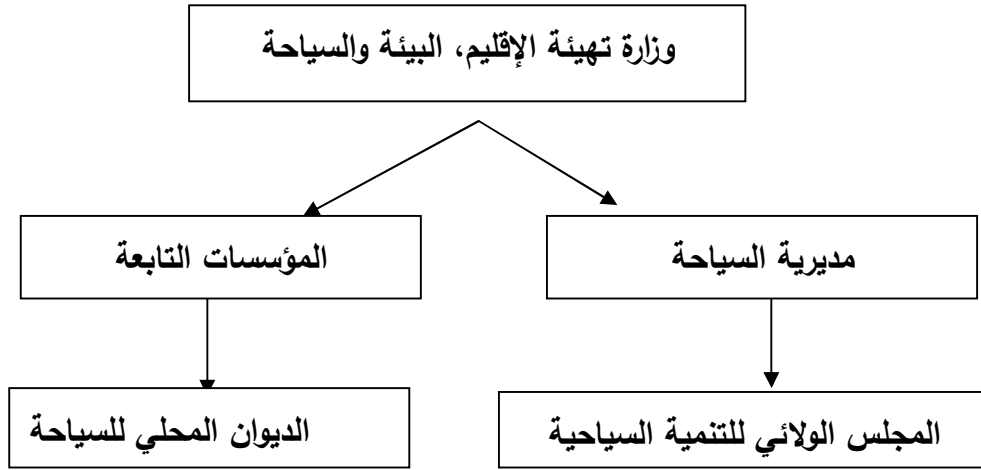
<sup>(2)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 53.

من أجل تحقيق الربط بين الشبكة السياحية والدفع بالشراكة يتعين ما يلي: فتح فضاء النقاش والتفكير من خلال مجلس التنمية السياحية وعلى المستوى المحلي في إقليم كل ولاية لاشتراك المتعاملين الموجودين فيها، وهناك أيضا الدواوين السياحية المحلية، وهي عبارة عن محطات استقبال مصغرة، إذ يجب تعزيز دور هذه الدواوين في تقديم مختلف الخدمات السياحية كالنصائح والإستقبال والإعلام حول العرض السياحي.

## 2- تنظيم مخطط الشراكة العمومية الخاصة على المستوى الوطني:

تتم الترتيبات التنظيمية على المستوى الوطني وفق المخطط التالي:

### الشكل رقم 18: الترتيبات التنظيمية على المستوى الوطني



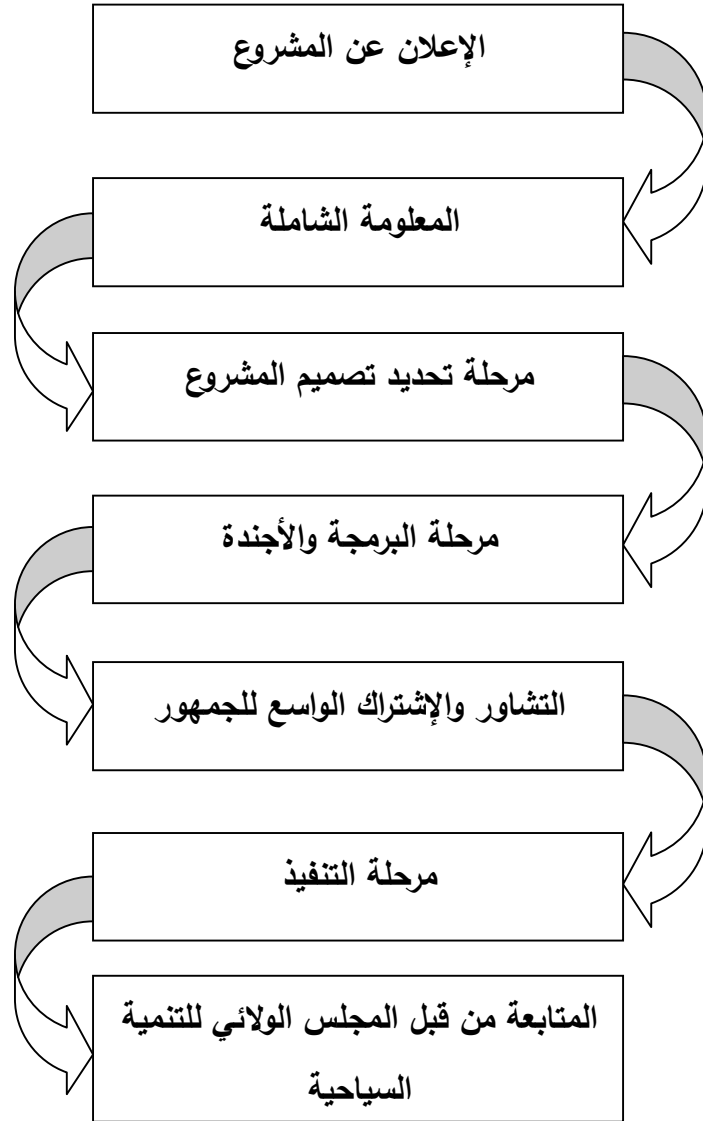
**Source:** Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 54.

تتمثل مهام هذا المجلس من خلال:

- التأهيل في مجال الإعلام.
- ترقية سياحة الولاية.
- قبول أكبر قدر ممكن من المشاريع للتنمية السياحية.
- تنسيق أعمال مختلف المتعاملين ومهمة التجميع والربط.
- إدارة مصالح المنافسة بإجراء جماعي.

يتم الإطار الرسمي للتشاور من خلال إيجاد اجتماعات للإعلام العمومي عند المبادرة بإقامة مشروع من قبل الدولة، البلدية، الولاية، متعامل خاص، أو من خلال إنشاء ورشات فكرية، إضافة إلى عقد اجتماعات مجلس التنمية السياحية على فترات منتظمة وتطبيق المشاريع مبدأ الإنطلاق دائما من المحلي إلى الوطني، للحفاظ على المتعاملين المحليين والتنسيق، وكذا ربط الشبكة السياحية والشراكة العمومية- الخاصة، كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم 19: مخطط عقد إجتماعات مجلس التنمية السياحية



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئية والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 56.

خامسا: الحركة رقم 05 -مخطط تمويل السياحة-(1)

نظرا لخصوصيات الإستثمار السياحي التي تتطلب أموال كبيرة، من جهة في حين تكون عوائده بطيئة من جهة أخرى فإن مخطط تمويل السياحة كان يحظى بأهمية جمة ضمن مخطط التهيئة السياحية، حيث كان يهدف إلى تشجيع الإستثمار في القطاع السياحي من خلال الحوافز الضريبية والمالية، تسهيل وتكليف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

إنطلاقا من أن السياحة صناعة ذات عائد إستثماري بطيء، فهي ثمرة معقدة لا يتحكم المتعاملون في كل معالمها، وهي تتطور بشكل خاص حسب:

- أمن الأفراد والممتلكات.

- العدد الكافي في هياكل الإيواء.

- المناخ المشجع وشروط التمويل.

عملية تحسين الربح الداخلي كهدف للشريك، المرقي، والمطور، يستوجب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة في العمليات الخمس، وهو دور مخطط التمويل والمتمثل في(2):

- حماية ومراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة.

- السهر على تجنب المشاريع السياحية من التوقف عن العمل.

- جذب المستثمرين الوطنيين والأجانب وتوفير الحماية لهم.

- تشجيع الإستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية.

- تسهيل وتكليف التمويل البنكي للنشاطات السياحية .

- مراقبة المتعاملين المستثمرين من خلال إجراءات مناسبة لدعم الإستثمار في القطاع السياحي تأخذ بعين الإعتبار طبيعة الإستثمار في هذا الميدان(3).

(1) SDAT 2025, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit , p 26,27.

(2) سعدي يحيى والعرابي سليم، مرجع سابق، ص 13.

(3) شارف نور الدين وبوعامة نصر الدين، مرجع سابق، ص 13.

يحتوي مخطط تمويل السياحة على الإجراءات والتسهيلات التالية<sup>(1)</sup>:

- مراقبة المستثمرين المرقين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار في تقدير المخاطر وتمويل عتاد الإستغلال.

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية.

- التمديد في مدة استحقاق و سداد القرض.

- الدعم ومراقبة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع.

- تحقيق إجراءات منح القروض البنكية ومنح الحسم.

ومن خلال مخطط تمويل السياحة الذي جاء به SDAT 2025، تتمثل احتياجات المقاولين

العموميين والخواص بصفة عامة في:

- تمويل مخطط النوعية لأشغال إعادة التأهيل والتوسع واقتناء عتاد الإستغلال.

- ضرورة التكوين ضمن المناهج والتقنيات الحديثة.

- تمويل التزويد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التسوية والترقية.

عملية المساعدة لهذه المؤسسات تأخذ أربع أنواع من الإجراءات للإستجابة لطلباتها وتتمثل في:

- نظام مراقبة مالي.

- مساعدة للتكوين والإحتراف.

- تشجيع شامل للنوعية.

بنك الإستثمار السياحي هو أداة جديدة لتمويل الإستثمارات السياحية، وهو جزء من خطة التمويل

الذي يعمل على:

• تدابير الدعم مع الإلتزام والإشتراك في خطة النوعية السياحية (الجودة): دعم الإستثمار السياحي

وتطوير الأنشطة السياحية سوف يتم عن طريق بنك الإستثمار السياحي، يكون هذا الدعم في شكل<sup>(2)</sup>:

<sup>(1)</sup>Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires, op.cit, p 59.

<sup>(2)</sup>وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، البرامج الخمس، مرجع سابق، ص 59.

- دعم المعروض من الأسهم.
- تمويل متكيف مع خصائص السياحة.
- مساهمة صناديق خاصة.
- تحضيرات نوعية باتجاه الإستثمار السياحي في الهضاب العليا.
- تقديم حوافز مباشرة للإستثمار السياحي في المرتفعات والجنوب.
- إلترام الإكتتاب في مخطط النوعية السياحية.
- عمليات التأهيل عن طريق تخصيص مبلغ من صناديق التأهيل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- **تقديم حوافز لأنماط سياحية معينة:** النشاط السياحي الصحراوي والأنشطة السياحية المرتبطة بالرعاية الصحية-السياحة العلاجية-، يتم تشجيعها عن طريق:
  - تكيف شروط الإلتزام الممنوحة في سياق رفع مستوى الفنادق من جهة وتحقيق مشاريع جديدة من جهة أخرى.
  - حوافز ضريبية للأنشطة السياحية بما فيها الإعفاء الضريبي على القيمة المضافة خاصة بالنسبة للسياحة العلاجية.
  - مساعدات أخرى من بنك الإستثمار.
  - ينشأ بالتوازي صندوق تعاوني للضمان المالي المفروض على وكالات السياحة والسفر.
- **دعم إتخاذ القرارات:** الهدف منه إزالة الخوف وتشجيع الإستثمار السياحي من خلال إمكانية تقليل المخاطر وبالتالي تجديد فائدة المشروع.
- **المساعدة على تقييم المخاطر:** الهدف منها تشجيع الإستثمار بالسماح للمتعامل المبدع بتقليل المخاطر؛ أي تحديد شروط الإستمرارية، ويقدم بنك الإستثمار الهندسة الأولية لانطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو جزء من الدراسات في الدرجة العليا، إضافة إلى المساعدة على التصميم وتركيب المشاريع ودراسة الجدوى والدعم المالي حيث: التمويل بـ 80 بالمائة لدراسة سققها 500 ألف دينار، و 50 بالمائة لدراسة ثقيلة سققها 5 مليون دينار.

• المساعدة لتمويل عتاد الإستغلال: ذلك بهدف تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والسماح لهم بالتكيف، وتهدف الإستراتيجية السياحية الجديدة إلى دعم الإستثمار الخاص بمشاريع تقدر بـ 75 مليار دينار<sup>(1)</sup>.

كما سطرت برامج لتمويل المشاريع السياحية الجديدة المدرجة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وذلك من خلال<sup>(2)</sup>:

- تزويد ميزانية الإستثمار والتسيير المتماشية مع الأعمال التكميلية عن طريق الموارد الجبائية اللوائية.
- إنشاء صندوق مكلف بتدعيم الإستثمار السياحي.
- خلق صندوق ضمان القروض يكلف المسار المالي للمشاريع المسندة لأهم المستثمرين، مدعم من الرأسمالي التأسيسي للدولة.
- خلق صندوق الضمان والكفالة التعاضدية من طرف الممولين المحليين.
- ترقية أجهزة التمويل المتضامنة وكفالة التأمين.
- إعانات مالية إضافية للقطاع عن طريق الميزانيات التكميلية.
- توسيع نظام الإعفاءات الجبائية ومنح نقاط إمتياز للإستثمار في الجنوب والهضاب العليا والمشاريع السياحية المتعلقة ببعض المناطق الفقيرة.

<sup>(1)</sup> محجوب يدة وآخرون، الجودة والإحترافية، مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية، مجلة الأبحاث الإقتصادية، العدد 13، دار الأبحاث الجزائر، 2009، ص 45.

<sup>(2)</sup> عبد الوهاب سويسي وآخرون، السياحة في الجزائر واقع وآفاق، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية-دراسة حالة تجارب بعض الدول، مرجع سابق، ص 12.

## المبحث الثاني: مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية

### المطلب الأول: آفاق تطوير الصناعة السياحية في الجزائر في إطار المخططات التوجيهية

قصد إزالة العقبات التي تقف أمام التنمية وترويج المنتجات السياحية من جهة، ووضع أدوات تنفيذية قادرة على ضمان أحسن تأطير وتنظيم للقطاع من جهة أخرى، هناك جملة من الإجراءات تضمنها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نوردتها فيما يلي:<sup>(1)</sup>

\* دعم مختلف الإستثمارات السياحية، وتتمثل جوانب هذا الدعم في:

- التهيئة والتحكم في العقار السياحي، حيث إن التدابير الموصى بها، في هذا الشأن هي إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية، الذي يشكل الأساس في تنفيذ الإستراتيجية القطاعية عن طريق:

- الشروع في دراسة لتحديد والتصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع السياحي.

- مواصلة دراسات التهيئة لمائة منطقة توسع ومواقع سياحية.

- التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600 هكتار في السنة، من القطع الأراضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي.

- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لـ 70 منطقة توسع سياحي.

- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الإستثمار السياحي تقدر بـ 640 مليون دينار جزائري سنويا

- تأطير وتمويل المشاريع السياحية ويتعلق الأمر هنا بتكييف طريقة التمويل وفقا للخصوصيات التي يتميز بها الإستثمار السياحي وعلى هذا الأساس لابد من:

- إبتكار منتجات مالية ذات خصوصية (قروض فندقية مثلا) وتشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الإستثمار السياحي دعم تمويل المشاريع السياحية وتحفيز الإستثمارات عن طريق تخفيض نسب الفائدة على القروض الموجهة للإستثمارات السياحية.

\* دعم التدريب والتكوين، حيث يعد تكوين وتدريب الموارد البشرية عنصرا محوريا في العملية السياحية، ويتم هذا من خلال:

(1) عبد القادر لحسن، "إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر" أداء المؤسسات الجزائرية، 2013، ص 192.



- إعادة النظر في البرامج التكوينية بغرض تكيفها مع تطور الإحتياجات والتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمة السياحية، باقتناء دعائم بيداغوجية عصرية وإعادة تأهيل سلك الأساتذة.
- تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين متخصصين ومسيرين في ميدان السياحة.
- فتح فرع الإقتصاد السياحي بالجامعة مع توسيعه إلى ما بعد التدرج.
- الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع.
- \* دعم النوعية، حيث إن تدهور نوعية الخدمات السياحية المقدمة، تشكل اليوم إحدى جوانب الضعف الكبيرة للقطاع السياحي في الجزائر، لهذا وجب الإهتمام به ومنحه عناية خاصة من طرف السلطات العمومية، ثم إن أهم الأعمال المقترحة لتحسين النوعية في هذا الجانب تتمحور حول:
  - مواصلة عملية تنظيم ومراقبة النشاطات والمهن في قطاع السياحة.
  - توعية المتعاملين باللجوء إلى نظام منح شهادات النوعية المعتمدة في العالم والمعمول بها في ميدان السياحة المستدامة.
  - فتح مكاتب صرف دائمة على مستوى الموانئ، المطارات، مراكز الحدود، والفنادق المصنفة والشوارع الرئيسية للمدن السياحية وذلك طيلة أيام الأسبوع.
  - فتح خطوط جوية مباشرة باتجاه الأقطاب السياحية والمدن السياحية خاصة تلك المتواجدة بالجنوب.
- \* دعم الترويج السياحي، حيث هذه الوظيفة الإستراتيجية يجب أن تسخر لها كل الجهود المبذولة على جميع مستويات الإنتاج السياحي كما يجب أن تتدعم وتتواصل من خلال المبادرة بالأعمال التالية:<sup>(1)</sup>
  - إعادة تنظيم وتقوية أداء الترويج السياحي من خلال تدعيم الديوان الوطني للسياحة بما يسمح له بالقيام بصفة فعالة بالمهام الموكلة له.

(1) المرجع نفسه، ص ص 192-193.

- إعداد مخططات متعددة السنوات للإتصال المؤسسي، إذ أن مخططات الإتصال التي ينبغي أن تكون في المستقبل قوية وحتى هجومية ترمي إلى سد العجز في مجال الترويج للمنتوج السياحي في الجزائر، عن طريق:
- إعتماذ تقنيات الإعلام والإتصال الحديثة.
- إعداد دعائم مكتوبة سمعية وبصرية.
- إنجاز ونشر تحقيقات في المنشورات وقنوات التلفزيون المتخصصة.
- تنظيم رحلات إستكشافية وإعلامية على مستوى الأقطاب السياحية لفائدة الصحافة المتخصصة.
- تنظيم مواسم ثقافية ذات طابع دولي مثل مهرجان تيمقاد، جميلة... الخ.
- إعداد دراسات السوق، حيث أن هذه المهمة يجب أن تأخذ مكانتها المهمة الطبيعية في البرامج المقبلة للترويج والتسويق السياحي، وينبغي أن تمتد أيضا لتشمل ترقية الإستثمار والشراكة، لتدقيق توقعات التدفقات والإيرادات، ومناصب العمل بالقطاع السياحي.
- إشراك الحركة الجمعوية ومنظمات المجتمع المدني في العملية الترويجية للمنتوج السياحي الجزائري، وتوعية السكان بالفعل السياحي وانعكاساته الإيجابية قصد تنمية ثقافة سياحية حقيقية لدى السكان، أما المنظمات المهنية فيتعين عليها أن تشكل قوة اقتراح فعلية ومشاركة السلطات العمومية من أجل الإرتقاء بالسياحة الجزائرية إلى المكانة التي تستحقها.
- تكثيف مشاركة القطاع الخاص في المعارض المتخصصة في الخارج وتدعيم التظاهرات الترويجية المنظمة بالداخل والخارج.

جدول رقم 28: نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2000-2009)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
المساهمة	1.4	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7	1.2	1.7	1.5	2.3

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

يوضح الجدول السابق بأن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي متدنية جدا، حيث لم تتجاوز 2.3% كحد أقصى خلال الفترة، وقد كانت هذه المساهمة في أدنى مستوى لها سنة 2006 بنسبة 1.2% ويعود هذا لانخفاض إيرادات قطاع السياحة فقط.

إن ضعف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي تعود أساسا إلى عدم تنمية هذا القطاع إقتصاديا منذ الإستقلال، ومرد ذلك يعود إلى عدم اهتمام الدولة بالسياحة لاعتمادها على المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الإقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، وذلك عكس الكثير من الدول العربية غير النفطية كالمغرب البلد محل المقارنة، مصر، البحرين، والأردن مثلا، التي نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لها يقارب المتوسط العالمي أو يفوق 7%، وهي تعكس الأهمية التي أولتها كل دولة منها للقطاع السياحي منذ زمن، على عكس الجزائر، حيث لم تهتم الدولة بهذا القطاع الحيوي الإهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر، مما انعكس سلبا على النتائج المحققة.<sup>(1)</sup>

ورغم الملايير التي أنفقت على المعارض خارج البلاد تبقى مدن الجزائر غائبة عن تصنيفات السياحة في العالم، حيث اختار موقع "تريب ادفايزر" 25 مدينة ووجهة سياحية من أصل 2389 في العالم كأروع المدن السياحية على مستوى العالم، وجاءت مدينتا مراكش المغربية ودبي الإماراتية ضمن أفضل 25 وجهة في العالم، في حفل جوائز خيارات المسافرين لعام 2014، واختيرت أبرز وجهات السفر في العالم وفقا لرأي وتقييم الملايين من المسافرين الذين يستعينون بالموقع.<sup>(2)</sup>

تم اختيار هذه المدن بناء على مجموعة من المعايير تراعي عدد ونوع الآراء والتقييمات المتعلقة بالفنادق والمعالم السياحية والمطاعم في مختلف الوجهات حول العالم، والتي جمعت على مدى سنة.

(1) يحي سعدي، سليم العمراوي، "مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الإقتصادية حالة الجزائر"، كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، 2013، ص 104.

(2) جلال بوعاتي، "مدن الجزائر غائبة عن تصنيفات السياحة العالمي"، الخبر، 16 أبريل 2014، ص 19.

ويعكس غياب الجزائر أو إحدى مدنها عن التصنيفات السياحية واقعا يفضحه ضعف الخدمات الفندقية وسوء الإستقبال، يراه مسؤولوا وزارة السياحة ولا يقدرّون على تغييره رغم الأغلفة المالية السميكة التي أنفقت عليه، ومن دلائل الحقيقة المرة أنه لا وجود لترويج سياحي ولا لخدمة تليق بالسائح الوطني، فما بالك بالسائح الأجنبي الذي تبدأ رحلة معاناته من ملف طلب التأشيرة

ليبقى إذن واقع السياحة في الجزائر بعيدا كل البعد عن الطلب، ما يتسبب في عجز ينفر الجميع إلى تونس، والمغرب وتركيا حيث لا يعرف الأجانب إلا النزر القليل عن بلادنا، فبعد أن كان اسمها مرادفا لأخبار الموت لأكثر من عشرية، توالى ركبوا أكبر قوارب الموت الحالمون ببلوغ الضفة الأخرى خير دليل على تصدير صورة سوداء عن بلدنا، فلم يعد لصورة شواطئنا السا حرة مكان في مخيلة هؤلاء وما يزيد تعقيد المعقد أن من يفترض أن دورهم يقوم على تجميل هذه الصورة القاتمة البالية والترويج للسياحة في البلاد، استقالوا من مهمتهم ولم يتعلموا ولو القليل من تجارب دول الجوار مثل: تونس، والمغرب على الأقل، حيث يتنافس القائمون على السياحة فيها كل موسم لإطلاق حملات ترويجية خارج الحدود، لاستقطاب السياح وتنظيم رحلات للإعلاميين للتعريف بمقومات بلادهم السياحية مع تخفيض أسعار الرحلات الجوية فيما تبقى هذه الإستراتيجية بعيدة كل البعد عن تفكير القائمين على القطاع في بلادنا، ناهيك عن غياب الثقافة السياحية لدى الجزائريين، فحن بالتأكيد لا نجد الترحيب بضيوفنا مع مرتبة الشرف، فوحدها نعم الله جل في علاه من مناظر ساحرة تفتح ذراعيها للسياح، فالعاصمة ليست الوحيدة التي تعاني من هذه المظاهر السلبية، إذ لا يختلف الأمر كثيرا عن باقي المدن، فرغم سحر طبيعتها، إلا أن ألف عائق وعائق يحول دون أن تكون مقصدا للسياح الجزائريون قبل الأجانب.

أما عن الموارد البشرية، فإن الجزائر مصنفة في الرتبة 107 بالنسبة لتكوين وتخصص العمال، والرتبة 114 بالنسبة للنظرة إلى السياحة، وباستثناء الأسعار وخاصة الطاقة التي تتمتع بها، فإنها لا تزال تصنف في ذيل القوائم كما أشرنا آنفا بالنسبة لإجراءات التأشيرات، إذ نجدها في المرتبة 113 وفي الرتبة 91 بالنسبة للقوانين المسيرة للإستثمار الأجنبي و66 بالنسبة لحقوق الملكية الفكرية.<sup>(1)</sup>

وقد أوضحت الوزيرة المنتدبة لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية مكلفة بالصناعة التقليدية عائشة طاغابو، المعينة في الحكومة الجديدة بعد الإنتخابات الرئاسية للعام 2014 في زيارتها لولاية تيزي وزو أنه لا بد من حث المتعاملين الناشطين في المجال السياحي على الإنخراط في مخطط جودة

(1) زيد منير سليمان، الإقتصاد السياحي. عمان: دار الراجية للنشر والتوزيع، 2008، ص 245.

السياحة بالجزائر، الذي يهدف إلى جمع المهنيين في مجال السياحة والملتزمين بشكل طوعي بمسعى الجودة المراعية لمتطلبات الزبائن، حول علامة وطنية للجودة، وسيسمح ذلك بالإستفادة من عديد المزايا الجمركية والعقارية والمالية، علاوة على تكوين وتأهيل الموظفين العاملين في القطاع على جميع المستويات، وذلك في إطار مسعى تحسين النوعية<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثاني: الأهداف المادية للمرحلة 2008-2013

إن هدف الجزائر في آفاق 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، وبالتالي تحتاج إلى 75000 سرير من النوعية الجيدة.

هدف الأقطاب ذات الأولوية هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الإستقبال المتوقع، أي 40000 سرير بمقياس دولي منها 30000 سرير من الطراز الرفيع في المدى القصير، و 10000 سرير إضافي في المدى المتوسط.

توفير 400000 منصب شغل بشكل مباشر أو غير مباشر.

يمكن تلخيص الأهداف المادية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عن طريق معطيات الجدول الآتي:

### الجدول رقم 29: خطة الأعمال السياحية لآفاق 2015

السنة	2008	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 %	3 %
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200.000	400.000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، ص 18.

من خلال الجدول نلاحظ، أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1.7 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة، فإن مستوى التطور المستهدف حدد

<sup>(1)</sup> ح سمير، "تيزي وزو ستكون قطبا ممتازا في مجال سياحة الأعمال"، النهار، 27 ماي 2014، ص 4

ب 1.8 ضعف ما هو محدد حاليا، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكان بمعدل تطور قدر ب 1.3 مرة مع نهاية الفترة 2015.<sup>(1)</sup>

في حين قدرت الزيادة في عدد الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة ب 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبقى المناصب البيداغوجية المتاحة 142.8200 مقعدا بيداغوجيا، وتتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية فيما يلي:

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29.286 سريرا.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي.
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

وتشكل الأدوات والآليات الآتي ذكرها طرق إنعاش سريع ومستدام للسوق السياحية، تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة العالمية، ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، ولقد شرع في الجزائر العمل على برنامج السياحة ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008، قصد تفعيل التحول السياحي للجزائر، وذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للإمتياز أو القرى السياحية الأولى للإمتياز المدرجة كمشاريع ذات أولوية وكدافع للإنتقال السياحي ابتداء من عام 2008، مدعومة بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي، وفيما يلي عرض إجمالي لهذه المخططات الخمسة بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025:

#### أ- مخطط وجهة الجزائر:

تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية، وأيضا من غياب الصورة والإستثمار السياحي، لذا عليها إختبار أوراقها القوية بغية تقوية صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة وتبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة وتنافسية، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الإبتكار والنوعية، وعليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على

<sup>(1)</sup> وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها أو الفئات السكانية المستهدفة، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتجات الواجب تطويره، كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق.

#### ب- الأقطاب السياحية للإمتياز:

القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للإمتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، الترفيهية، الأنشطة السياحية، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية، وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في هذا الإطار سبعة أقطاب سياحية للإمتياز هي:<sup>(1)</sup>

- القطب السياحي للإمتياز شمال شرق: ويشمل كل من عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس.

- القطب السياحي للإمتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو.

- القطب السياحي للإمتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

- القطب السياحي للإمتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه.

- القطب السياحي للإمتياز جنوب غرب: القرارة، طرق القصور، أدرار، تميمون، بشار.

- القطب السياحي للإمتياز الجنوب الكبير: أدرار، تمنراست.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتجات سياحية متعددة ومتنوعة (سياحة صحراوية، سياحة الإستجمام، ساحة علاجية صحية)، وستسمح هذه الأقطاب السياحية للإمتياز ب بروز تنوع سياحي على كافة الإقليم وتستخدم كنقطة ارتكاز للتطور السياحي، إن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الإنتشار السياحي في كافة التراب الوطني، عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للإمتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

<sup>(1)</sup> وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

وقصد الإستجابة للهدف المالي والنقدي في مخطط الأعمال 2025، أصبح تكوين العنصر البشري أمرا ضروريا، وعلى هذا الأساس حدد المخطط ثلاثة إستراتيجيات للتكوين، قصد تحفيز الجزائر سياحيا في آفاق 2025:

- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، تأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة واعداد مقاييس الإمتياز للتربية والتكوين السياحي.

وأخذا بعين الإعتبار خصوصية السياحة كونها صناعة ثقيلة تتطلب إستثمارات ضخمة من جهة، وكونها ذات عائدات بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال دعم ومرافقة الشريك المطور، أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة، فالأمر يتعلق ب:

- مرافقة المستثمرين المطورين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في إتخاذ القرار، في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الإستغلال.

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية.

- التمديد في مدة القرض.

- الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع، من خلال نظام مرافقة ما ومساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الإستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الإستثمار السياحي.<sup>(1)</sup>

### المطلب الثالث: الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015

من خلال خطة الأعمال لجعل الجزائر بلد سياحي فإن الإستثمار العمومي والخاص الضروري للمرحلة 2008-2015 يقدر بـ 2.5 مليار دولار أمريكي، حيث يمكن تقدير الإستثمار الإجمالي العمومي والخاص المادي وغير المادي بـ 60000 دولار لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55000 دولار في الإستثمارات المادية، و5000 دولار في الإستثمارات غير المادية.

<sup>(1)</sup> وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.



ومن أجل طاقة إيواء تقدر بـ 40000 سرير، والتي يعزم إنجازها من خلال الأقطاب السياحية للإمتياز، يتوقع زيادة المبلغ المخصص لهذا الإستثمار عن 2.5 مليار دولار على مدى 7 سنوات إلى غاية 2015؛ أي 350 مليون دولار سنويا.

وبالنسبة للأقطاب السياحية للإمتياز يمكننا تصور جهد إضافي بمبلغ 1 مليار دولار لكل باقي مناطق الوطن، يمكن توظيفه لإزالة العجز البنوي الحالي.

أما حصة الإستثمارات العمومية في هذه الأقطاب، وإذا أخذنا بالنسبة الإعتبارية المقدرة بـ 15 بالمائة، يتوجب على السلطات العمومية التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى 7 سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية للإمتياز، أي 54 مليون دولار أمريكي سنويا، والجدول الآتي يوضح هذه الخطة بالأرقام:

الجدول رقم 30: خطة الأعمال بالأرقام لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 بالمائة	3 بالمائة
الإيرادات (مليون دولار)	215	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200000 منصب	400000 منصب
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

Source: SDAT 2025, le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristique prioritaires, livre 02, p 26.

من خلال معطيات الجدول أعلاه، نلاحظ أن الجزائر تطمح إلى بلوغ 2.5 مليون سائح في آفاق 2015؛ أي بمعدل زيادة يقدر بـ 1.47 بالمائة مقارنة مع 2007، مع العلم أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر سنة 2009 هو 1911506 سائح<sup>(1)</sup>.

كما يتوقع أن يصل عدد الأسرة الإجمالي سنة 2015 إلى 159869 سرير أي بمعدل زيادة مقدر بـ 1.8 بالمائة، كما تساهم الإيرادات السياحية بـ 3 بالمائة في الناتج المحلي الإجمالي حيث يقدر

أن تتراوح بين 1500 إلى 2000 مليون دولار أمريكي، أما بالنسبة لمناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة التي يمكن للقطاع السياحي توفيرها هي 400000 منصب شغل، ضعف العدد المسجل سنة 2007 (200000 منصب)، كما تضمنت الخطة توفير 91600 مقعد بيداغوجي سنة 2015.

#### المطلب الرابع: المشاريع ذات الأولوية للمرحلة 2008-2015

- في إطار المخطط الوطني للتهيئة السياحية تم تحديد المشاريع ذات الأولوية، بعض المشاريع هي في طور الإنجاز، ومنها ما هو محل الدراسة وعرض متقدم، حيث هناك:
- فنادق السلسلة Hotels de chains عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير.
  - عشرون قرية سياحية متميزة، وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي ومصممة لتتناسب مع الطلب الوطني والدولي.
  - إنطلاق 80 مشروع في سبعة أقطاب سياحية ممتازة.

أولاً: القرى السياحية للإمتياز 2008-2015

الجدول رقم 31: القرى السياحية للإمتياز

عدد الأسرة	المستثمر	إسم القرية السياحية	الأقطاب السياحية
2440	- الشركة الإماراتية EIIC.	- القرية السياحية مسيدة.	القطب السياحي
4938	- الشركة السعودية سيدار.	- القرية السياحية سيدي سالم.	شمال شرق
1000	- الشركة الإماراتية LIIC.	- الحضيصة البيئية دونيا بارك - عنابة.	
1282	- سيفيتال.	- اقربون بجاية.	القطب السياحي
2697	- الشركة الإماراتية EIIC.	- صيران بومرداس.	شمال وسط
17510	- الأمريكية التونسية الجزائرية.	- MEDISEA بومرداس.	
5985	- الشركة الإماراتية والمجموعة الكويتية.	- عين طاية الجزائر.	
2004	- المجموعة الإماراتية EMIRAL.	- موريتي الجزائر.	
460	- شركة التأمين الفندقية الجزائر.	- الساحل الجزائر.	
360	- الشركة الإماراتية القدرة.	- سيدي فرج الجزائر.	
6885	- الشركة السعودية سيدار.	- زرالدة.	
1240	- الشركة الإماراتية اعمار.	- العقيد عباس الجزائر.	
1426	- مجموعة سيفيتال.	- بلاح سيزاري تيبازة.	
1000	- المجموعة الإماراتية ELLC.	- حديقة ديتا الجزائر.	
5900	مراغ وهران.	الحلم السياحي وهران.	القطب السياحي
220	إقامة هيليو فرنسا.	هيليوسكرستيل وهران.	شمال غرب
732	الشركة الإماراتية EIIC.	موسكاردا تلمسان.	
92	مجموعة الجنوب SID.	قصر ماسين تيميمون أدرار.	القطب السياحي جنوب غرب
<b>55166</b>			<b>المجموع</b>

المصدر: الإعتقاد على SDAT 2025 الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، الكتاب 03.

من خلال الجدول أعلاه ومعطياته نلاحظ أن الجزائر قد أدرجت في المخطط الوطني للتهيئة السياحية الذي يهدف إلى النهوض بالسياحة الجزائرية 17 قرية سياحية ممتازة وموزعة على أربعة أقطاب سياحية ذات إمتياز، كما يلي:

- القطب السياحي شمال شرق: برمجت فيه قرينتين سياحيتين في كل من عنابة والطارف بطاقة إيوائية مقدرة بـ 7378 في كلا المشروعين.

- القطب السياحي شمال وسط: يضم 11 قرية سياحية بطاقة إيواء مقدرة بـ 40849 سرير.

- القطب السياحي شمال غرب: يضم 3 قرى سياحية بطاقة إيواء مقدرة بـ 6852 سرير.

- القطب السياحي جنوب غرب: يضم قرية واحدة ويوفر 92 سرير.

الجدول رقم 32: المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للإمتياز

عدد المشاريع قيد الإنجاز	الأقطاب السياحية للإمتياز
23	- شمال شرق.
32	- شمال وسط.
18	- شمال غرب.
04	- الجنوب الشرقي الواحات.
02	- الجنوب الغربي توات قورارة.
01	- الجنوب الكبير الأهقار.
00	- الجنوب الكبير الطاسيلي.
<b>80</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: المخطط التوجيهي للتنمية السياحية (الآليات الخمسة وبرنامج الأعمال ذات الأولوية)، الكتاب 02، ص 19.

بالنظر إلى معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أنه في بداية المرحلة الأولى من مخطط SDAT

2025 تم رصد 80 مشروع قيد الإنجاز، والتي تمكن من توفير 5986 سرير، وتقريبا 8000

منصب شغل.

## ثانيا: الأقطاب السياحية للإمتياز<sup>(1)</sup> للفترة 2008-2015

تعتبر هذه الأقطاب السياحية من الآليات الخمسة التي جاءت في مخطط SDAT 2025، وسوف يتم التطرق إلى محتوى كل قطب على حده من حيث الإمكانيات الطبيعية والمادية التي يتوفر عليها، والمشاريع المبرمجة في كل قطب.

### ❖ القطب السياحي شمال شرق (nord-est):

يضم هذا القطب ستة ولايات، والتي تقع في الشمال الشرقي للجزائر وهي: سكيكدة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، قالمة وتبسة، والذي يتربع على مساحة جغرافية مقدرة بـ 30647 كيلومتر مربع، وعدد سكان يقدر بـ 3612000 نسمة، يمتد على شريط ساحلي طوله 300 كلم، وأكثر من 874000 هكتار من الغابات، كل هذه المعطيات تشكل فرصة للجزائر لتنمية أنماط سياحية متنوعة في هذه المنطقة مثل: السياحة الشاطئية والجبلية والصحية، حيث يحتوي أيضا على 30 منبع حموي، وكذا توفره على هياكل قاعدية أساسية من مطارات وطرق وسكك حديدية، كما يشمل 18 منطقة توسع سياحي على مساحة 10000 هكتار.

للقطب عدة مشاريع وهياكل كبرى قائمة من بينها<sup>(2)</sup>:

- المطار الدولي رابح بطاط عنابة.
- المطار الدولي العربي التبسي تبسة.
- ميناء عنابة ومينائي سكيكدة وعنابة، وشبكة سكك حديدية تغطي كامل القطب.
- أما المشاريع المبرمجة في إطار الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية تمثل في:
  - كهربة طرق السكك الحديدية الموجودة بالقطب.
  - إنشاء الطريق السيار الذي يمر عبر ثلاثة ولايات من هذا القطب (سكيكدة، عنابة، الطارف).
  - إنشاء طرق سريعة تربط ولايات القطب بالطريق السيار شرق غرب.
  - إنشاء حظيرة بيئية سياحية بالقالة.

<sup>(1)</sup> SDAT 2025, les sept pôles touristiques d'excellente, livre 03, p 06.

<sup>(2)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, SCHEMA Directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, livre 03 les sept pôles touristiques d'excellente, janvier 2008, p18.

- إنشاء مشاريع فندقية، حيث من المبرمج إنشاء خمس فنادق تابعة لسلاسل فندقية، فندقين راقيين، و79 فندق غير مصنف بطاقة إيواء قدرها 5965 سرير.

- إنشاء قرنتين سياحيتين للإمتياز وحظيرة دونيا بارك بعنابة.

كما يتضمن القطب أيضا سلسلة من الفنادق الجديدة، والجدول الآتي يمثل مجمل الفنادق الخاصة بقطب الإمتياز شمال شرق:

الجدول رقم 33: مجمل الفنادق الخاصة بقطب الإمتياز شمال شرق

عدد الاسرة	نوع الفندق
640	- فنادق أكور مهري قسنطينة.
320	- فنادق أكور مهري سكيكدة.
320	- فنادق أكور مهري سطيف.
320	- فنادق أكور مهري عنابة.
	الفنادق الفخمة:
406	- فندق سمارة قسنطينة.
304	- فندق عناني قسنطينة.
3566	79 فندق خاص في كل من سكيكدة وعنابة، قسنطينة والطارف.

المصدر: الإعتقاد على معلومات الكتاب رقم 03، الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، مرجع سبق ذكره، ص 20.

يتضح من الجدول السابق أن هذا القطب إستفاد من مجموعة فنادق موزعة على مختلف الولايات المكونة لهذا القطب، وقد بلغ عددها 85 فندق منها 79 فندق يرجع للقطاع الخاص موزعة على كل من سكيكدة، عنابة، قسنطينة والطارف، وتوفر هذه الهياكل الفندقية 5876 سرير تدعم طاقة الإيواء بالقطب، وهناك جيل جديد من الفنادق، وذلك من خلال القرى السياحية للإمتياز كما يوضحه الجدول:

الجدول رقم 34: عدد الأسرة المتوفرة من خلال القرى السياحية للإمتياز

عدد الأسرة	المستثمر	المشروع
2440	الشركة الإماراتية للإستثمار الدولي	القرية السياحية مسيدة الطارف
4938	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية سيدي سالم عنابة

المصدر: الإعتماد على معطيات الكتاب 03 الأقطاب السياحية للإمتياز، مرجع سبق ذكره، ص ص، 21-23.

توفر القرى السياحية للإمتياز 7378 سرير، لتبلغ عدد الاسرة التي تدعم بها هذا القطب من سلسلة الفنادق المنجزة، أو هي في طريق الإنجاز والقرى السياحية للإمتياز بـ 13254 سرير، وهو عدد قليل مقارنة مع مكانة القطب والحركة السياحية التي يشهدها، نظرا لتركز القطب في الناحية الشمالية للبلاد التي تعرف حركة كبيرة للسياح في فصل الصيف أين تنتعش السياحة الشاطئية فيها.

#### ❖ القطب السياحي شمال وسط (Nord-centre):

يضم هذا القطب الجزائر العاصمة وتسع ولايات أخرى هي: بومرداس، الشلف، عين الدفلى، البويرة، تيزي وزو، بجاية، تيبازة، البليدة، المدينة، يطل هذا القطب على البحر الأبيض المتوسط على مسافة 615 كلم؛ أي ما يعادل 51 بالمائة من الشريط الساحلي للجزائر، يتربع على مساحة قدرها 33877 كيلومتر مربع بتعداد سكاني قدره 11131000 نسمة، بأعلى كثافة سكانية على مستوى كل الأقطاب، وبما أن هذا القطب يضم الجزائر العاصمة وهي العاصمة الإقتصادية والسياسية للبلاد، فإنه يتوفر على هياكل قاعدية متطورة وهياكل سياحية كبيرة من فنادق مصنفة وغير مصنفة، وكذا شبكة طرق واسعة ومطار العاصمة الدولي بمستوى عالي من التنظيم، وطرق السكك الحديدية، مناطق طبيعية ومواقع أثرية إضافة إلى 39 منبع حموي.

وفي إطار مخطط SDAT 2025 فقد تم برمجة العديد من المشاريع الفندقية بطاقة إيواء 9225

سرير موزعة كالتالي:

- 06 فنادق ذات السلسلة بطاقة إيواء 1777 سرير.

- 41 فندق.

- فندقين راقبين بطاقة إيواء 514 سرير.

- إنشاء 10 قرى سياحية ممتازة.

وفيما يخص المشاريع القائمة والجارية فهي<sup>(1)</sup>:

- المطار الدولي هواري بومدين، مطار بجاية والشلف، المحطات البرية للجزائر، بجاية والشلف.
  - المحطة البرية خروبة، طريق الجنوب، والطريق السيار للشرق، عدة موانئ ومخابئ للصيد.
- كما يشهد القطب عدة أقطاب تنافسية والإمتياز، وهي موضحة في الجدول الآتي:

### الجدول رقم 35: أقطاب التنافسية والإمتياز للقطب

البرامج والوظائف	المدن
200000 ساكن، إنشاء 50000 منصب عمل، 50000 مسكن، قطب جامعي، قطب للوسائط الإعلامية المتعددة، قطب إداري، قطب للصحة، حظيرة أنترنت.	المدينة الجديدة سيدي عبد الله
15000 ساكن، 60000 منصب شغل، 35000 مسكن، مركز وطني للبيئة والتنمية المستدامة، مخبر جهوي للبيئة، مركز أعمال، مركز تجاري كبير، فنادق فخمة من صنف 4 و 5 نجوم، قصر للمؤتمرات، قصر للمعارض، وزارة الشباب والرياضة، أكاديمية للرياضات، مدينة أولمبية، مقر للفيدراليات الرياضية.	المدينة الجديدة لبوينان
350000 ساكن، 130000 منصب شغل، منطقة حظيرة 2150 هكتار، مركز إستشفائي وصحي، مركز تجاري كبير، مصالح مالية وخدمات إدارية، مدارس عالية كبرى وثانويات، مسبح أولمبي... من وظائفها: - تنشيط مركز الهضاب العليا. - ربط الوظائف الميتروبوليتانية العاصمة وإيجاد مخرج لتوسعها الحضري. - تطوير خدمات رفيعة المستوى. - توفير إطار حياة عالية النوعية البيئية. - إنشاء مدن نموذجية في ميدان التنمية المستدامة.	المدينة الجديدة بوقزول

**Source:** Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre3 les sept pôles touristiques d' excellente, op.cit, pp 36-39.

من خلال الجدول يتبين أن القطب إستقاد من عدة أقطاب سياحية للإمتياز مهمة، تستفيد منها السياحة في الوسط، وتعمل على تنشيطها في هذه المنطقة، حيث سيشهد القطب إنجاز ثلاث مدن سياحية جديدة في كل من سيدي عبد الله بالجزائر، لبوينان بالبلدية، وبوقزول بالمدينة، وهي في قيد

<sup>(1)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l' environnement et du tourisme, livre 03 les sept pôles touristiques d'excellente (POT), Op.Cit , p18.



الإنجاز، حيث ستعمل على توفير حوالي 240000 منصب عمل، مما يؤدي إلى تقليص البطالة في هذه المناطق، كما تعمل على توفير 85000 مسكن، بالإضافة إلى أنها ستوفر مجموعة من المشاريع في عدة مجالات (التعليم والتعليم العالي، الصحة، الثقافة والرياضة).

كما يحظى القطب بمجموعة من المشاريع ذات أولوية للإستثمار، كما يوضحه الجدول التالي:

**الجدول رقم 36: الفنادق الجديدة للقطب السياحي شمال وسط**

عدد الأسرة	فنادق تم الشروع فيها أو هي بصدد الإنطلاق
	*فنادق الشبكة:
394	- فنادق ماريوت بقصر الصنوبر.
231	- فنادق إيبيس مهري باب الزوار.
322	- فنادق هيلتون المحمدية.
230	- فنادق أكور مهري باب الزوار.
240	- نزل إيبيس مهري الجزائر اغا.
360	- فنادق نوفوتل مهري الجزائر اغا.
	*الفنادق الفخمة:
274	- فندق لافيدير بئر خادم.
250	- فندق تروست باب الزوار.
	*فنادق معمارية:
865	41 فندق خاص (الجزائر، بومرداس، البلدية، تيبازة).

المصدر: الإعتماد على معلومات الكتاب 03، الأقطاب السياحية للإمتياز، مرجع سابق، ص 44.

يشهد القطب إنشاء عدة فنادق مختلفة ما بين فنادق الشبكة والفنادق الفخمة المتمركزة في العاصمة وأخرى معيارية تتوزع في أربع ولايات هي (الجزائر العاصمة، بومرداس، البلدية وتيبازة) وعددها 41 فندقا خاصا، وتوفر مجموع هذه الفنادق 3166 سرير، 2301 سرير سيتم إنجازها على مستوى العاصمة وحدها والباقي 865 سرير موزعة على باقي الولايات الأربع المذكورة آنفا بما فيهم العاصمة الجزائر.

بالإضافة إلى الفنادق الموضحة في الجدول السابق، هناك أيضا جيل جديد من الفنادق من خلال

القرى السياحية للإمتياز والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 37: القرى السياحية للإمتياز

عدد الأسرة	المستثمر	المشروع
2004	الشركة الإماراتية أميرال	القرية السياحية فوروم الجزائر موريتي 1 الجزائر
460	مؤسسة التنمية الفندقية، ماريوت	القرية السياحية الساحل الجزائر
360	الشركة الإماراتية القدرة	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر
6885	الشركة السعودية (سيدر)	القرية السياحية زرالدة غرب الجزائر
6985	المجموعة الكويتية للاستثمار	القرية السياحية عين الشرب، عين طاية الجزائر
1240	الشركة الإماراتية اعمار	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة
1426	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية واد ملاح سيرازي - تيبازة
2697	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية الصغيرات بومرداس
17.510	المؤسسة الأمريكية، التونسية، الجزائرية	مشروع MEDISEA بودواو البحري بومرداس
1282	مجمع سيفيتال	القرية السياحية اقيون بجاية
1282	مجموعة سيفيتال	تهيئة منطقة التوسع السياحي اقيون

source: Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, Schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, livre 03 les sept pôles touristiques d'excellente, janvier 2008, pp 21-28.

يشهد القطب السياحي شمال وسط العديد من القرى السياحية للإمتياز وعددها 11 قرية موزعة على أربع ولايات وهي الجزائر العاصمة، بومرداس، تيبازة وبجاية مع العلم أن حوالي نصف هذه القرى خصصت للعاصمة، حيث توفر 40705 سرير، تعتبر هذه المشاريع ذات أهمية كبيرة بالنسبة للقطب لما لها من آثار إيجابية متعددة، وذلك من خلال زيادة الطاقة الإيوائية للقطب ما يعمل على تلبية حاجات السياح من خدمات الإيواء، بالإضافة إلى توفير مناصب شغل عديدة، ما يوفر حوالي 122115 فرصة عمل وهذا حسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة.

❖ القطب السياحي شمال غرب Nord-Ouest:

يشمل هذا القطب السياحي سبعة ولايات وهي: وهران، عين تموشنت، تلمسان، مستغانم، معسكر، سيدي بلعباس وغلزيان، يتربع على مساحة قدرها 35000 كيلومتر مربع، وشريط ساحلي طوله 400 كيلومتر بتعداد سكاني 06 مليون نسمة، يعد من أقرب المناطق الجزائرية إلى السوق السياحية الرئيسية للجزائر (أوروبا) كما يتوفر على:

- 37 منطقة توسع سياحي على مساحة قدرها 5000 هكتار.
  - حظيرة فندقية تقدر بـ 269 فندق بطاقة إيواء 22000 سرير ما يمثل 26% من الحظيرة الوطنية منها 5000 سرير ذات جودة عالية.
  - 112 وكالة سياحية منها 54 بمدينة وهران.
  - 13 ديوان محلي للسياحة تهتم بترقية السياحة بالقطب.
- كما تم برمجة إنجاز ثلاثة قرى سياحية ممتازة بالإضافة إلى الحظيرة البيئية دنيا بارك بولاية وهران.
- ويمكن إبراز مميزات وخصائص هذا القطب في الجدول التالي:

#### الجدول رقم 38: القوى الحقيقية للقطب السياحي شمال-غرب

القوى الحقيقية	مميزاتها
القدرات السياحية الطبيعية	توفر ساحل خلاب، التضاريس والمسطحات المائية، السهول والغابات.
الصناعة التقليدية	اللباس التقليدي، الجلود، الفخار، صناعة السروج، النسيج، الزرابي.

المصدر: الإعتماد على الكتاب رقم 03، الأقطاب السياحية للإمتياز، مرجع سابق، ص ص 61-62.

ومن بين المشاريع ذات الأولوية التي حظي بها القطب هي إنجاز فنادق الشبكة والفنادق الفخمة وفنادق معيارية بعدد الأسرة قدرها 10146 سرير<sup>(1)</sup>.

#### الجدول رقم 39: القرى السياحية للإمتياز

عدد الاسرة	المستثمر	المشروع
92	مجموعة الجنوب لتنمية الإستثمار	قرية قصر ماسين تيميمون أدرار
5900	مجموعة جيلالي مهري	الحلم السياحي مداغ وهران
220	إقامة هيلتون فرنسا	قرية هيلوس كريستال وهران
732	الشركة الإماراتية للإستثمار الدولي	القرية السياحية موسكاردا تلمسان

المصدر: الإعتماد على معطيات وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتب 5 المشاريع ذات الأولوية السياحية، جانفي 2008، ص ص 29-32.

<sup>(1)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, SCHEMA Directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, livre 05 les projetés prioritaires touristiques, Op-Cit, p10.

يضم القطب أربع قرى سياحية للإمتياز واحدة بأدرار واثان بوهران والرابعة بتلمسان، حيث ستوفر مجموع هذه القرى السياحية 6444 سرير، الآن عدد الأسرة بأدرار قليل جدا مقارنة مع أهمية السياحة الصحراوية (92 سرير).

#### ❖ القطب السياحي جنوب شرق (الواحات) Sud-est:

يشمل هذا القطب كل من ولاية غرداية، بسكرة، والوادي، يترع على مساحة قدرها 160000 كيلومتر مربع، عدد سكانه 1.5 مليون نسمة<sup>(1)</sup>، يتميز بمناخ صحراوي حار، يحتوي على أربع مناطق للتوسع السياحي، حيث يحتوي على 26 فندق بطاقة إيواء مقدرة بـ 2092 سرير في الولايات الثلاث، فضلا عن كونه صحراء واسعة تحوي العديد من واحات النخيل، ومن أهم المواقع السياحية فيها: وادي ميزاب، وادي سوف، منطقة الزيبان، ومسجد عقبة ابن نافع الذي يعتبر معلم سياحي إسلامي.

يعرف القطب حركية حضرية نتيجة مختلف أعمال التهيئة، وأهم ما تم إنجازه أو هو في طريق الإنجاز، نجد التجهيزات الكبرى الموجودة: مطاران دوليان ببسكرة وغرداية، مطار الوادي ومن ناحية المشاريع الكبرى يشهد القطب مشروع الطريق العابر للصحراء، وإنشاء أقطاب (قصور ميزاب)، بالإضافة إلى إعادة الإعتبار والترميم للتراث السياحي، من خلال ترميم القصبات والقصور، ترميم أماكن العبادة، الأضرحة والمساجد، الزوايا ووجد أماكن العبادة<sup>(2)</sup>.

كما أن للقطب مجموعة مشاريع ذات أولوية محددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، من خلال إنجاز فنادق الشبكة، كما هو موضح في الجدول التالي:

#### الجدول رقم 40: عدد الأسرة الخاصة بالقطب السياحي جنوب شرق

عدد الأسرة	الفندق
2092	26 فندق خاص (غرداية، بسكرة، الوادي)

Source: Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 05: les projets prioritaires touristiques, op.cit, p 11

يتضح من خلال الجدول أن القطب استفاد من 26 فندقا خاصا، موزعة على ثلاث ولايات غرداية، بسكرة والوادي، بطاقة إيوائية تقدر بـ 2092 سرير، وما يلاحظ على عدد الأسرة المقرر إنجازها في الاقطاب

<sup>(1)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 03: الأقطاب السياحية للإمتياز، مرجع سابق، ص 76.

<sup>(2)</sup> Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 03, les sept pôles touristiques d'excellente, op.cit, p 82.

الجنوبية قليلة جدا مقارنة مع الأقطاب الشمالية، وبالتالي لا يزال التركيز على الناحية الشمالية في توزيع المشاريع السياحية، رغم أهمية السياحة الصحراوية الكبيرة ومكانتها العظيمة.

#### ❖ القطب السياحي جنوب غرب (توات قورارة) Sud – Ouest:

يقع هذا القطب في الجنوب الغربي للجزائر، يضم ولايتي بشار وأدرار، يحده من الشمال النعامة والبيض، ومن الشرق تمنراست وغرداية، ومن الغرب المغرب وتتدوف، ومن الجنوب النيجر وموريتانيا، يتربع على مساحة قدرها 603000 كيلومتر مربع، عدد سكانه 900000 نسمة، وبالتالي للقطب إرث ذو بعد عالمي وفضاء جديد ونشط يستدعي الدعم، وهو قطب جديد ناشئ، يتميز بمناخ بارد في الشتاء وحار في الصيف مع تماطر ضعيف، بها رياح تحدث زوابع رملية، يحتوي على آثار تعود إلى 2000 سنة قبل الميلاد، يحتوي على:

- ثلاث مطارات هي: مطار تيميمون، شيخ سيدي محمد بن لكبير أدرار و برج باجي مختار.

- فنادق توات بطاقة إيواء 120 سرير بأدرار، وقورارة يحتوي 192 سرير بتيميمون، ومركب السنان (مرفان) الذي يحتوي على 60 غرفة على بعد 15 كلم على أدرار، ومجموعة من الفنادق غير المصنفة منها فندق الجامعة الإفريقية، فندق مولاي حسين، ومن خلال المخطط التوجيهي للتنمية السياحية تم برمجة إنشاء 196 سرير راقى في ولاية أدرار، و 41 فندق عادي توفر 1317 سرير، بالإضافة إلى إقامة قرى سياحية ممتازة مصممة وفقا للطلب الوطني والدولي-قصر ماسين بتيميمون- بطاقة إيواء 92 سرير، ويتميز القطب بمجموعة من الخصائص كما موضح في الجدول التالي:

#### الجدول رقم 41: القوى الحقيقية للقطب السياحي جنوب غرب

مميزاتها	القوى الحقيقية
جبلان كبيران من الكتبان يضمنان 2/3 من الإقليم، ومنطقتان رطبتان مصنفتان (تامنتيت، أولاد سعيد) نقوش صخرية (2000 سنة قبل الميلاد) قلعة حماد ملوكة.	المميزات الطبيعية
بشار (قنادسة، جرف الترية، بني ونيف، تاغيت، عبادلة، بني عباس). قصور الشمال (بوقاس، موغول، لحرمر) تابلبلة وتعرف بالسر الخفي لأضرحتها العملاقة، حقول وورود الرمال.	المواقع ذات الأهمية السياحية

المصدر: الإعتماد على معطيات الكتاب 03، الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، مرجع سابق.

أما فيما يخص المشاريع الجارية نجد:

- طريق القصور مشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية، دعم للتنمية المحلية المتكاملة، ويندرج المشروع في إطار برنامج لليونيسكو.
- إعادة الإعتبار: الترميم والتحول السياحي للتراث الثقافي، من خلال ترميم القصبات والقصور وأماكن العبادة.

وفيما يلي أهم إنجازات القطب:

#### الجدول رقم 42: فنادق تم إنجازها أو في طريق الإنجاز

عدد الأسرة	نوع الفندق
100	الفنادق الفخمة: - فندق رياض ماسين أدرار.
96	- فندق قصر ماسين أدرار.
1317	فنادق معيارية: 21 فندق خاص (أدرار، بشار، النعامة، البيض)

Source: Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 05: les projets prioritaires touristiques, op.cit, p 12.

بالإضافة إلى القرى السياحية الخاصة بالقطب السياحي جنوب غرب:

#### الجدول رقم 43: القرى السياحية للإمتياز الخاصة بالقطب السياحي جنوب غرب

عدد الاسرة	المستثمر	المشروع
912	مجموعة الجنوب لتنمية الإستثمار	قرية ماسين، تميمون، ادرار

المصدر: الإعتماد على معطيات الكتاب 03، الأقطاب السياحية السبع للإمتياز، مرجع سابق، ص 95.

إستفادت ولاية بشار من منطقتين للتوسع السياحي بمساحة تقدر بـ 149 هكتار، ببلدية بشار وبنى عباس، وبالرغم من وجود دراسة التهيئة السياحية للمنطقتين المنجزة من طرف المؤسسة الوطنية

للدراستات السياحية، إلا أن المنطقتين بقيتا على حالهما ولم تنطلق الأشغال بهما، وكذلك ولاية بشار إستفادت من خمس مناطق للتوسع السياحي، وكذلك لم تنطلق الأشغال فيها<sup>(1)</sup>.

#### ❖ القطب السياحي الجنوب الكبير (الأهقار):

يشمل هذا القطب ولاية تمنراست، تبلغ مساحته 456200 كيلومتر مربع، عدد سكانه 137175 نسمة، يتميز الإقليم ب<sup>(2)</sup>:

- مواقع ذات أهمية سياحية منها: عين إيكر، أدريان، أمسل، طاسيلي، أهقار، عين مقل.
- المناطق الكبرى للمسار السياحي: جبل الهقار، تفيدست أدرار، اهنت، طاسيلي الهقار، الطاسيلي تبن رحروح، تمنرست، جانت والرحلات نحو مالي والنيجر.
- الصناعة التقليدية: نجد النسيج، صناعة الجلود، اللباس والحلي التقليدي.

شهد هذا القطب الإنجازات التالية:

الجدول رقم 44: الفنادق التي تم إنجازها أو في طريق الإنجاز للقطب السياحي الجنوب الكبير الأهقار

عدد الأسرة	الفندق
225	فنادق خاصة تامنراست
225	المجموع

Source: Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 05: les projets prioritaires touristiques, op.cit, p 14.

الجدول رقم 45: تطور عدد السياح بالقطب السياحي الجنوب الكبير الأهقار

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
عدد السياح	4039	7582	8044	5538	8051	18884	21080	23362	27121

المصدر: مديرية السياحة لولاية تمنراست.

من خلال الجدول نلاحظ أن القطب السياحي الجنوب الكبير-أهقار- شهد تطورا نوعيا لعدد السياح، أثناء الفترة الممتدة من 2000-2008، فمن 4039 سائح سنة 2000 إلى 27121 سائح سنة

<sup>(1)</sup> بن لخطر محمد العربي، السياحة البيئية بمنطقة الجنوب الغربي، واقع وآفاق، الملتقى الدولي حول إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، مرجع سابق، ص 10.

<sup>(2)</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 03: الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، مرجع سابق، ص 109.

2008، حيث تعتبر زيادة مهمة في عدد سياح هذا القطب، ما يستوجب إعطاء أولوية للسياحة الصحراوية وجعلها قطب سياحي قادر على المنافسة وجلب المزيد من السياح.

إلا أنه في سنة 2003 تراجع عدد السياح إلى 5538 سائح بعد أن كان 8044 سائح سنة 2002، يمكن إرجاع ذلك إلى تدهور الأوضاع الأمنية بالصحراء الجزائرية بمنطقة حاسي حنفوشة الواقعة على حدود منطقة تمنراست سنة 2003، وهو ما يفسر تراجع السياح الأجانب عن السياحة الصحراوية.<sup>(1)</sup>

كما يتميز القطب بتوزيع عدد السياح على طول السنة، كما هو مبين في الجدول التالي:

**الجدول رقم 46: توزيع التدفق السياحي بالقطب حسب الشهور سنة 2008**

السنوات	2006	2007	2008	المجموع الجزئي	المجموع الكلي
جانفي	975	818	627	2420	
فيفري	1482	1606	544	3632	9765
مارس	1072	1559	1082	3713	
أفريل	1412	1073	383	2868	
ماي	43	66	76	188	3117
جوان	09	34	18	61	
جويلية	52	57	53	162	
أوت	74	63	91	228	611
سبتمبر	111	67	43	221	
أكتوبر	1034	1044	663	2741	
نوفمبر	1622	1867	1539	5028	11720
ديسمبر	1255	1612	1084	3951	

المصدر: مديرية السياحة لولاية تمنراست.

نظرا لمعطيات الجدول أعلاه يتبين أن عدد السياح يتركز في فترات دون أخرى، يكون في فصل الشتاء والخريف والربيع عدد السياح كبير مقارنة بعددهم في فصل الصيف، لأن السياح في فصل

<sup>(1)</sup> طواهر محمد التهامي وبعيدة أحمد، أهمية ترقية السياحة الصحراوية في تنمية النشاط السياحي الجزائري، دراسة لواقع القطب السياحي للإماتيز للجنوب الكبير أهقار، الملتقى العلمي الثامن تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وفي البلدان العربية والإسلامية، مرجع سابق، ص 10.



الصيف يفضلون السياحة الشاطئية، حيث يزداد عدد السياح في الأشهر التالية (أكتوبر، نوفمبر وديسمبر)، حيث بلغ عددهم 11720 سائح في الفترة 2006-2008، ثم الأشهر (جانفي، فيفري ومارس) بـ 9765 سائح، وتليه الأشهر (أفريل، ماي وجوان) بـ 3117 سائح، والمرتبة الأخيرة، الأشهر (جويلية، أوت، سبتمبر) بـ 611 سائح، الشيء الذي يدل على أن السياحة الصحراوية تستهوي السياح في معظم أشهر السنة، ولذا وجب ترقية هذا النوع من السياحة والإهتمام به، وجعله قطبا سياحيا ينافس الأقطاب الأخرى ويساهم في التنمية المحلية.

#### ❖ القطب السياحي الكبير (الطاسيلي):

يمثل هذا القطب ولاية إيليزي، يتربع على مساحة قدرها 284618 كيلومتر مربع، بتعداد سكاني قدره 40000 نسمة، يتميز ببراء طبيعي وبيكولوجي ما جعله يكون أحد أهم الأقطاب السياحية الواجب ترقيتها لتحل المكانة اللازمة في النشاط السياحي، يحتوي على حظيرة الطاسيلي المصنفة من طرف اليونيسكو كتراث عالمي يجب العناية به، ومن الهياكل القاعدية التي يحويها هذا القطب: مطار جانت، مطار عين أمناس، توفره على العقار السياحي، وكذلك ستة منابع حموية.

قد برمج في هذا القطب من خلال SDAT 2025 إنشاء منطقة توسع سياحي من شأنها أن ترفع طاقات الإيواء، حيث توفر 1600 سرير، وإنشاء ثلاث موديلات بطاقة إيواء 300 سرير، وخمسة مخيمات بطاقة إيواء 250 سرير، وفندق آخر يوفر 150 سرير.

### المبحث الثالث: عرض رؤية 2020 (المغرب)

#### المطلب الأول: تعريف رؤية 2020

تقوم رؤية 2020 على الإستمرار في جعل السياحة أحد المحركات الرئيسية للتنمية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية بالمغرب، ويتمثل طموحها في أن تكون البلاد من بين أكبر عشرين وجهة عالمية بحلول عام 2020، وفرض نفسها كمرجع في مجال التنمية المستدامة في منطقة البحر الأبيض المتوسط، فيما يتصل بالتنمية المستدامة بفضل نموذج تنمية سياحية مسؤول.

هدف رؤية 2020 هو مضاعفة حجم القطاع وطاقته الإستيعابية، مع إنشاء 200.000 أسرة جديدة، ومن المتوقع أن تساعد هذه الطاقة الإستيعابية الجديدة في مضاعفة عدد السياح الوافدين (من أوروبا والبلدان الناشئة)، وسيتم خلق 470.000 وظيفة مباشرة جديدة في جميع أنحاء البلاد (1 مليون بحلول عام 2020)، ومن المتوقع أن تصل عائدات السياحة إلى 140 مليار درهم في عام 2020؛ (أي بمبلغ إجمالي قدره 1.000 مليار)، وتعتزم رؤية 2020، أيضا ديمقراطية السياحة في البلاد ومضاعفة رحلات السكان المحليين ثلاث مرات<sup>(1)</sup>.

وتشغيل حوالي مليون مغربي في قطاع السياحة خلال العشرية، وتوفير 1000 مليار درهم كمجموع مدخول الأنشطة السياحية في غضون هذه العشرية، مع مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام بزيادة نقطتين.

وكذا مقارنة مجددة مبنية على ثلاثة محاور وهي<sup>(2)</sup>:

- سياسة هادفة للتهيئة الترابية للعرض السياحي.
- تصميم مؤسساتي جديد للقيادة الديناميكية.
- مقارنة مجددة وجهاز مندمج لسياحة مستدامة.

وتطوير ثمانية مناطق سياحية مختلفة ومتكاملة، حيث تلعب رؤية 2020 دورا رئيسيا في مسلسل الجهوية التي انخرط فيها المغرب، وقد سمحت السياسة الجديدة لتهيئة المناطق والجهات من الإستفادة من جميع مؤهلاتها.

(1) <https://www.finances.gov.ma>

(2) <https://smit.gov.ma>

حاليا، تتركز السياحة في المغرب إلى حد كبير على وجهتين رئيسيتين اثنتين: مراكش وأكادير، والتي تمثل أكثر من نصف ليالي المبيت الدولية، ولا يسمح هذا التركيز الجغرافي بإبراز كافة إمكانات المغرب، لذلك تم إطلاق سياسة جديدة للتهيئة والتنمية، حيث تم إنشاء ثمانية مناطق منسجمة، ويتمثل الهدف من ذلك في جعلها تنبؤاً مكانة دولية مرموقة ومساعدتها في أن تكون وجهة سياحية قائمة بذاتها.

وقد تم تحديد منطقتين على المحيط الأطلسي، وسواحل البحر الأبيض المتوسط:

- "سوس الصحراء الأطلسية": ويضم مواقع أكادير (بما في ذلك البلاد الخلفي) والعيون وكلميم.
- "المغرب المتوسطي": ويتضمن مواقع السعيدية ومارشيك وكالا إپريس.

كما أدرجت أربع مناطق أخرى ضمن عرض مختلط، ثقافي وساحلي في آن واحد:

- "مراكش الأطلسي": ويشمل مواقع مراكش وتوبقال والصويرة.
- "المغرب الوسط": رحلة نحو مصادر الثقافة، والتاريخ، والرفاه، وذلك بفضل تكامل قوي بين مواقع فاس ومكناس وإفران.
- "الكاب الشمالي": يجمع مواقع طنجة وتطوان وشفشاون وأصيلة والعرائش.
- "وسط الأطلسي": ويشمل الدار البيضاء والرباط والجديدة.
- وأخيرا، منطقتان ستصبحان واجهتين للتنمية المستدامة في المغرب:
- "جنوب المحيط الأطلسي الكبير": يتركز حول الموقع الإستثنائي للداخلية.
- "الأطلسي والوديان": ويشمل ورزازات والوديان والواحات، والأطلس الكبير.

وقد تم إنشاء العديد من البنيات لضمان الإشراف المنسجم على الإقتصاد السياحي الجديد، الهيئة العليا للسياحة هي هيئة وطنية مكلفة بالإشراف على القطاع، تجمع في إطار شراكة، الدولة والجهات والقطاع الخاص، وتتمثل مهمتها في ضمان تنفيذ رؤية 2020، وتعزيز الشرعية المؤسسية للسياحة، كما تم إنشاء وكالات التنمية السياحية، بدورها، تدريجيا في 8 مناطق سياحية لضمان نجاح الإستراتيجيات المحلية والسياسة السياحية الجهوية، كما تم تحديد ستة برامج مهيكلية تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة.

وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية.

• المخطط الأزرق 2020 الذي يركز على مفهوم خلق محطات شاطئية مندمجة وذكية، كما يطمح إلى إعادة التوازن للسياحة الشاطئية بهدف إنشاء عرض شاطئي مغربي تنافسي على الصعيد الدولي<sup>(1)</sup>، كما يهدف أيضا إلى استكمال مختلف مشاريع المحطات الشاطئية وإعادة تموقعها لتعزيز عرض الترفيه والإستجمام، للمزيد من التكامل لجميع الجوانب البيئية وتمديد بعض المشاريع المهيكلة المطلاع بها خلال العقد العشرين<sup>(2)</sup>.

• البيئة/ التنمية المستدامة، ويهدف إلى تعزيز الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها.

• التراث والموروث التاريخي الذي يهدف إلى تعزيز الهوية الثقافية للمغرب.

• التنشيط والرياضة والترفيه، والذي يطمح إلى خلق عرض ترفيهي متنوع يكمل البنية التحتية السياحية.

• مواقع تجارية صغيرة ذات قيمة مضافة عالية ذات صلة بـسياحة الأعمال، والرفاه والصحة.

• برنامج السياحة الداخلية "بلادي" الذي من شأنه أن يساعد على تلبية تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتج مناسب.

وتتضمن أيضا رؤية 2020 برنامجا وطنيا للإبتكار والتنافسية السياحية يتمحور حول ثلاثة

مجالات رئيسية:

• دعم محدد للمقاولات السياحية الصغرى والمتوسطة.

• دعم شبكات الإحالة على امتداد سلسلة القيمة السياحية.

وعلى الصعيد المحلي يتم إنشاء وكالات سياحية من أجل ضمان نجاح جهودية السياسة السياحية،

وكذا ضمان تنفيذ الإستراتيجيات الجهوية، تدريجيا في الجهات السياحية الثمانية.

تقوم هذه الوكالات بالمهام التالية<sup>(3)</sup>:

- تطوير جاذبية الجهات قصد استقطاب المستثمرين والفاعلين الرئيسيين في قطاع السياحة.

- تتبع وتوجيه المشاريع الإستراتيجية على الصعيد الجهوي.

(1) <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/243>

(2) Ibid

(3) <http://www.tourisme.gov.ma>

- تنمية التنافسية بين الجهات من خلال التنسيق ومراقبة الجودة على جميع مستويات القطاع السياحي.
- توجيه المهنيين المحليين العاملين في القطاع السياحي بما يتماشى مع اتجاهات السوق العالمية فضلا عن نشر أفضل الممارسات وآخر التقنيات.
- ضمان التنفيذ السليم لخرائط الطريق الجهوية بهدف التشجيع على التنمية المنسجمة والسريعة والدائمة والمريحة لكل وجهة من خلال:
  - القيادة المنسجمة لجميع الضوابط الرئيسية السياحية، وتحقيق التوازن بين الطاقة الإيوائية للسياحة والخدمات الجوية، توفير اليد العاملة المؤهلة، تعبئة ميزانيات التسويق اللازمة للجهات لسد الخصاص في الطاقات الإيوائية، وأيضا ضمان تموقع جيد يتناسب مع المؤهلات الجهوية ومنتجاتها الفندقية، وشرائح الزبائن المستهدفة، وشبكات التسويق المستخدمة ونوع الخدمات الجوية المطلوبة.
  - تنظيم ديناميكي للطاقات الفندقية من خلال التتبع المستمر لضوابط الفندقية قصد تجديد الأهداف الإستراتيجية لمؤهلات وقدرات الجهة، والحرص على السير السليم لمؤشرات المردودية للقطاع.
- ولتسهيل الحصول على الموارد المالية، أنشأت الدولة الصندوق المغربي للتنمية السياحية (FMDT)، ومن خلال نهج مقارنة مندمجة، سيساعد هذا الصندوق في بناء ثقة المستثمرين وإعطاء دفعة قوية للمشروعات الكبرى التي تدرج في إطار رؤية 2020، وبموازاة ذلك، سيتم وضع تحفيزات لدعم الإستثمار والسياحة، حيث سيتم توجيهها نحو المناطق الأقل نموا، وكذا نحو فرص جديدة للتنمية.
- وفيما يتعلق بالنقل، سيضع المكتب الوطني المغربي للسياحة (ONMT) ووكالات التنمية السياحية (ADT) إستراتيجيات محددة لدعم الخدمات الجوية وزيادة جاذبية المناطق السياحية.
- وسيتم إنشاء مراكز للتميز في التكوين في كل منطقة لضمان ملائمة التكوين مع متطلبات سوق العمل، وستتمخض هذه المراكز عن شراكة بين القطاعين العام والخاص.

#### المبحث الرابع: التحليل المقارن للإستراتيجية الجزائرية والمغربية في التنمية السياحية

المقارنة بين الإستراتيجية الجزائرية والمغربية في التنمية السياحية خلال فترة الدراسة 2010-2017، هي ليست فقط مقارنة تحوي أوجه التشابه والاختلاف بين البلدين من حيث المقومات الطبيعية، التاريخية، والحضارية من جهة، ولا مقارنة من حيث البنى التحتية للبلدين من جهة أخرى فقط، وإنما هي مقارنة تبحث فيما سبق بشكل عادي وتؤكد وتدقق فيما هو أعمق من ذلك والمتمثل في البحث والتقصي الكرونولوجي للسياسة السياحية لكل بلد منذ الإستقلال واسترجاع السيادة الوطنية.

فالمتتبع للسياسات السياحية لكلا البلدين يجد اختلافا شاسعا وميولا واسعا في تبني أو عدم تبني السياحة كمحرك للتنمية المحلية والإقتصادية، ولتتبع مسار السياسات السياحية في كلا البلدين يمكن التركيز على أربع أسس رئيسية كمؤشرات ومعايير علمية ومنطقية للمقارنة بها بين البلدين:

• الإرادة السياسية.

• الثقافة المجتمعية.

• البنى التحتية.

• الإستقرار الأمني.

#### أولا: أوجه التشابه بين الإستراتيجية الجزائرية-المغربية في التنمية السياحية

تعد إفريقيا مقصدا سياحيا عالميا بامتياز، إذ تعد القارة السمراء وما تحويه من تنوع مناخي وتضاريسي، وثروات هامة جعلها منذ الأزل تشكل قطبا سياحيا عالميا منافسا في السياحة العالمية، وبحكم الإنتماء الإفريقي للبلدين فإن الموقع الجغرافي الحيوي الهام للجزائر في منطقة البحر الأبيض المتوسط، والموقع الجغرافي الحيوي الهام أيضا للمغرب في منطقة البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي جعل منهما مناطق جذب سياحي هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتمتع كلا البلدين بإرث طبيعي ساحر من حيث التنوع المناخي والتضاريسي والبيئي، فالجزائر كما سبق وإن تمت الإشارة له تتمتع بمقومات سياحية طبيعية جد معتبرة من جبال وسهول وسهوب وهضاب عليا وصحراء شاسعة مترامية الأطراف، وكذلك المغرب هو الآخر يتمتع بمقومات سياحية طبيعية شأنه شأن الجزائر من حيث التنوع المناخي والتضاريسي وتمتعه هو الآخر بسلاسل جبلية والسهول والهضاب والصحراء.

كذلك يتمتع كلا البلدين بمقومات سياحية تاريخية وحضارية، فالجزائر عرفت تعاقب العديد من الحضارات في تاريخها الثقافي والسياسي من ذلك على سبيل المثال لا الحصر الزيانيين في تلمسان والحمايين مثلا في بجاية، كما يشكل إرثها الثقافي والحضاري حضورا وتصنيفا عالميا في التراث الثقافي العالمي في منظمة اليونسكو (القصة مثلا)، أما بالنسبة للمغرب هو الآخر عرف تعاقب العديد من الحضارات والدول في تاريخه كالدولة السعدية مثلا وقد سبق وأن تمت الإشارة لها، إضافة إلى ثرائه الثقافي المادي وغير المادي، كما يمكن الإشارة إلى أن البلدين يشكلان تقريبا مرجعية هوياتية واحدة من حيث الإنتماء الأمازيغي البربري مع تحفظ في بعض الجوانب الأتنية والعرقية التي تتجسد أساسا في اللغة، إضافة إلى أنماط العادات والتقاليد والأعراف الإجتماعية.

### ثانيا: أوجه الاختلاف بين الإستراتيجية الجزائرية-المغربية في التنمية السياحية

الحديث عن أوجه الاختلاف بين البلدين في التنمية السياحية هو ربط تاريخي لمدى الإهتمام بالسياحة كمحرك للتنمية المحلية والإقتصادية أيضا، فالجزائر منذ الإستقلال عرفت تعاقب العديد من الحكومات وعرفت العديد من الرؤساء والعديد من العهدة الرئاسية، كل الحكومات المتعاقبة في الأجنحة الحكومية وفي سياساتها العامة وبرامجها، وخطتها، سيما تلك المخططات التي تبنتها الحكومات الأولى منذ 1962 إلى غاية نهاية الثمانينات تقريبا والتي تبنت النهج الإشتراكي والملكية العامة لوسائل الإنتاج والتي كانت تشكل ما يسمى بالإستثمارات العمومية الضخمة لم تعط أي أهمية للقطاع السياحي، وإنما راهنت الجزائر في مسيرتها التنموية على الزراعة والصناعة سيما في فترة الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، التي أثبتت فشلها فيما بعد على إعتبار أن التركيبة الإجتماعية للشعب الجزائري بعد الإستقلال مباشرة ليست قادرة على التحكم على ما تم تسميته بالثورة الزراعية والصناعية بحكم أن الكفاءات كلها كانت أجنبية، ونسبة الجزائريين المتعلمين قليلة جدا بحكم رحيل المعمرين الذين كانوا يشكلون النسبة الأكبر من الطبقة المتعلمة والمتقفة، وهذا التحليل لا ينتهي فقط في نهاية الثمانينات وإنما يمتد إلى حد الآن، ما يعني أن القطاع السياحي لم يحظ بأي أهمية من طرف صانعي القرار في النظام السياسي الجزائري، والسبب ببساطة أن الجزائر بلد غازي نفطي وليست هناك حاجة للسياحة، وعليه هذا التحليل يؤكد صحة المعيار الأول المتمثل في غياب الإرادة السياسية.

ومن جهة أخرى الحكومات المتعاقبة منذ الإستقلال إلى اليوم لم تتبن لا مشروع دولة ولا مشروع مجتمع، والدليل على ذلك أنه لم يتم تبين مشروع لبناء الإنسان على إعتبار أن الإنسان هو صانع التنمية وغايتها، فالفرد الجزائري لا يمتلك حتى أدبيات الحوار للتعامل مع أبسط الديناميات المجتمعية (الأسرة)، فكيف له أن يستقبل سائحا يختلف عنه في منظومة العادات والتقاليد والأعراف، وهو فاقد للقيم الإنسانية والحضارية، وهذا التحليل هو الآخر يؤكد صحة المعيار الثاني للمقارنة بين البلدين، ألا وهو غياب الثقافة المجتمعية.

تصنف البنية التحتية للجزائر من أضعف البنى التحتية في العالم ليس تصنيفا إعتباطيا زجاء من فراغ وإنما هي حقيقة ميدانية في الواقع المعاش، وهو ما يؤكد الخبراء في مجال الجغرافيا وتهيئة الإقليم عن الوضع الكارثي للبنية التحتية للبلد والتغيرات المناخية التي عرفها البلد خلال الفترة من شهر سبتمبر إلى غاية أوائل أكتوبر من العام الجاري (2018) تؤكد الحقيقة اليقينية للبنية التحتية للجزائر، والحديث عن البنية التحتية ليس فقط حديث عن وجود طرق وجسور ومطارات وموانئ، نعم ما سبق ذكره موجود، لكن الرهان هو في مدى جودة هاته البنى التحتية وفقا للمقاييس العالمية، وهذا التحليل أيضا يؤكد على صحة المعيار الثالث المتمثل في غياب بنية تحتية وفقا للمقاييس العالمية.

أما المعيار الرابع المتمثل في الإستقرار الأمني الذي يعد هو الآخر عاملا حاسما ومهما من أجل إرساء أي مشروع إستثماري سياحي، وفي حالة الجزائر يتمثل في تعرضها في فترة التسعينيات من القرن الماضي لحرب أهلية طاحنة جعلت اسمها مرادفا لأخبار الموت والقتل والخراب والدمار، وهو ما أثر وانعكس سلبا وبشكل كبير على القطاع السياحي، وجعل صورتها السياحية في الخارج تشوبها الكثير من علامات الإستفهام حول استقرار هذا البلد وتمتعه بالأمن، ولازالت الجزائر تدفعه فاتورته إلى اليوم.

#### بالنسبة للمغرب:

على غرار الجزائر قطع المغرب أشواطا كبيرة في مجال تنمية القطاع السياحي، فكانت سنة 1965 أول بداية حقيقة للمملكة المغربية لتنمية القطاع، وتجسد كذلك ذلك فعليا في المخططات البرامج الحكومية للمملكة وتم الرهان على قطاع السياحة واعتباره أولوية قصوى ضمن السياسات العامة للمملكة المغربية، وهذا ما يؤكد صحة المعيار الأول للمقارنة بين البلدين، والمتمثل في توافر الإرادة السياسية للمملكة المغربية.



كذلك راهن المغرب في مسيرته التنموية على تنمية القطاع السياحي من خلال العمل على توفير بنية تحتية تتماشى والمعايير العالمية، حيث تم إنشاء سلسلة فنادق فخمة واستخدام التسويق لبيع المنتج السياحي المغربي، إضافة إلى تهيئة العديد من المدن السياحية والتهيئة، كذلك للعديد من الطرق والموانئ والجسور، وعليه تختلف بذلك البنية التحتية للجزائر عن المغرب إختلافا جذريا، وهو ما يوضح الفرق الحاصل بين البلدين في البنية التحتية، ويجعل المغرب ضمن الدول التي تتمتع ببنية تحتية مقبولة إلى حد ما مقارنة بالجزائر.

كذلك عملت الحكومة المغربية على توعية الساكنة بأن السائح الأجنبي الذي يأتي من بلد آخر إنما هو ضيف كريم يختلف عنه اختلافا كبيرا في العادات والتقاليد والأعراف، وكان بذلك التأسيس والترسيخ لثقافة مجتمعية من طرف صانعي القرار للفرد المغربي بحسن معاملته للسائح، ورسخت في أذهان الأفراد أن السائح أيضا يأتي بعملة صعبة وهو ما يعود بالفائدة الحقيقية على الكل، وبالتالي نسبة الوعي السياحي والثقافة المجتمعية للفرد المغربي تختلف عن الفرد الجزائري وارتفعت ارتفاعا ملحوظا، فالسائح الدولي في أي مدينة مغربية يتنقل بأمان، والفرد المغربي تاجرا كان أو مواطنا بسيط يتعامل معه على أنه سلعة يلبي له مطالبه، ويأخذ منه مقابل الخدمة، وهذا ما يؤكد نضوج الثقافة السياحية في المغرب مقارنة بالجزائر، والدليل على ذلك هو الأرقام والإحصائيات، أنظر في قائمة الملاحق.

أما عامل الإستقرار الأمني فكان الورقة الرابحة بالنسبة للمغرب، بحيث لم يشهد المغرب حربا أهلية مثل التي حدثت في الجزائر، فالمتتبع للتاريخ السياسي المغربي يجد أن الفرد المغربي حضوره في الفعل السياسي محتشم، أضف إلى ذلك الممارسة الديمقراطية، فإن كان فيها هناك تيارات فكرية نحو أسلمة الدولة وغيرها، إلا أنها لم تؤد إلى النتائج السلبية التي عاشتها الجزائر، وهو ما جعل صورة المغرب السياحية في الداخل والخارج تحظى بأهمية كبيرة، وما يمكن الإشارة له في هذه النقطة بالذات هو ما يعيشه المغرب في هذه الأيام من خلال ما يسمى باستقلال الريف، أو حراك الريف في مدينة الحسيمة وتنامي الإحتجاجات حول ضعف وتيرة النمو والتنمية في الريف المغربي، وتصاعد موجة الإحتجاجات والتي طالبت أيضا بالحكم الذاتي.

وعليه يمكن القول أن كلا البلدين عرف العديد من الإشكاليات السياسية، الثقافية، والهوياتية، والتي شكلت في فترة من فترات التاريخ السياسي والثقافي للبلدين خصوصية معقدة جدا، وبعبارة أكثر دقة، وعليه أمكننا القول بأفضلية القطاع السياحي المغربي مقارنة بالقطاع السياحي الجزائري، وهذه الحقيقة

تؤكددها الأرقام والإحصائيات كما تؤكددها سلسلة تقارير المنظمة العالمية للسياحة، حيث احتل المغرب في عام 2009 الوجهة السياحية الأولى في إفريقيا وتم اعتباره البلد الوحيد الذي وصل إلى مفهوم الجودة في السياحة بسبب التطور الملحوظ في الصناعة السياحية لهذا البلد.

وفي المستوى العالمي دائماً وتبعاً لتقرير التنافسية العالمي للسفر والسياحة للعام 2008، احتل المغرب المرتبة 67 إلى جانب دول لها باع طويل في الصناعة السياحية، وهو ما يؤكد سياسة البلد في الأسعار، المنتج السياحي، التسويق والإتصال والعلاقات العامة وهذه حلقة مفقودة في الجزائر، وتكلمة لنفس التقرير الأنف الذكر للعام 2008 المرتبة 102، وهذا التصنيف للإشارة ليس تصنيفاً عشوائياً، وإنما هو تصنيف عالمي قائم على عديد المؤشرات، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: البنى التحتية، شبكة النقل البري، البحري والجوي، الإدراك الحقيقي لمفهوم الأمن ونظام الوقاية والصحة، وهو نتيجة تعكس ضعف وهشاشة القطاع السياحي الجزائري، كما أصدرت المنظمة العربية للتنمية السياحية\* تصنيفاً

\* المنظمة العربية للسياحة (Arabe Tourisme Organisation): هي منظمة منبثقة من المجلس الوزاري العربي للسياحة، تهتم بشؤون الدول العربية من الناحية السياحية، باعتبارها المنظمة المتخصصة في مختلف مجالات السياحة العربية. تقوم بالتنسيق والتعاون مع الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة في متابعة وتنفيذ قرارات المجلس ومكتبه التنفيذي ولجانته الفنية. تلعب منظمة السياحة العربية دوراً هاماً في التأثير على مستوى وتنمية السياحة في العالم العربي وتعمل المنظمة في مواضيع أساسية تشمل البحوث البيئية والمواضيع الاجتماعية والإقتصادية والثقافية، وبناء المقدرات من أجل كفاءة التنمية المستدامة، وذلك بتنظيم ورشات عمل ومؤتمرات وتقديم التدريب اللازم والشراكة الإستراتيجية مع القطاعين العام والخاص، للمساعدة في إدماج مفهوم التنمية المستدامة في السياحة، تتخذ المنظمة العربية للسياحة من المملكة العربية السعودية مدينة جدة مقراً رئيسياً لها بموجب الأمر الملكي الكريم واتفاقية المقر مع حكومة المملكة العربية السعودية، وهي الجهة المعنية بالقطاع السياحي العربي، والتي تقوم بترجمة قرارات مجلس وزراء السياحة العرب ورئيسها الدكتور بندر بن فهد الفهيد سعودي الجنسية.

أنشئت المنظمة بناءً على مقترح من المملكة العربية السعودية من خلال الأمير سلطان بن سلمان بن عبد العزيز آل سعود الرئيس الفخري للمنظمة ورئيس الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني السعودية، وتم اعتمادها بموجب قرارات المجلس الوزاري العربي للسياحة في دورته الثامنة المنعقدة في مقر جامعة الدول العربية بحضور الأمين العام لجامعة الدول العربية، والتي نصت على إنشاء منظمة تسمى المنظمة العربية للسياحة تعمل في إطار المجلس الوزاري العربي للسياحة التابع لجامعة الدول العربية بهدف تفعيل وتنمية السياحة فيما بين الدول العربية.

في يوم الإثنين 06-04-2015 رأس خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود الجلسة التي عقدها مجلس الوزراء في المملكة العربية السعودية بمدينة الرياض، حيث قرر المجلس برئاسة الملك سلمان الموافقة على اتفاقية مقر بين حكومة المملكة العربية السعودية والمنظمة العربية للسياحة، الموقع عليها في مدينة الطائف بتاريخ 14/7/1435هـ، وتمنح هذه الإتفاقية رئيس المنظمة العربية للسياحة وموظفيها الرسميين الموفدين من حكوماتهم العاملين في مقر المنظمة الحصانة القضائية فيما يتعلق بالأعمال التي يؤديونها بحكم وظائفهم وذلك بعد موافقة وزارة الخارجية عليهم.

للإنفاق الخارجي للدول العربية تحت اسم أنشطة الإنجازات للعام 2016، يوضح الفارق الحاصل بين البلدين (الجزائر-المغرب) من حيث الإنفاق يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم 47: الإنفاق السياحي الخارجي للدول العربية

الدولة	2012	2013	2014
	القيمة "مليار دولار"	القيمة "مليار دولار"	القيمة "مليار دولار"
الإمارات العربية المتحدة	20.3	20.41	
المملكة العربية السعودية	14.93	15.99	21.58
الكويت	10.7	13.54	18.84
لبنان	4.75	4.77	14.27
قطر	4.63	5.11	4.76
مصر	3	3.29	5.62
ليبيا	2.29	2.22	3.11
المغرب	1.88	1.64	2.08
سلطنة عمان	1.82	2.04	1.68
الأردن	1.32	1.78	2.25
السودان	0.82	0.59	0.57
البحرين	0.74	0.73	0.77
تونس	0.60	0.67	0.66
الجزائر	0.55	0.45	0.48

المصدر: المنظمة العربية للسياحة.

### خلاصة الفصل:

تناول الفصل الثاني بالدراسة والتحليل الوضعية السياحية في الجزائر في إطار سياسة التخطيط، حيث يعرض مقومات الجذب السياحي في الجزائر الطبيعية، التاريخية والحضارية، تيبولوجيا السياحة في الجزائر، والتطور التاريخي للسياسة السياحية، وذلك قبل وبعد الإستقلال بهدف إبراز واقع التنمية السياحية بالجزائر هذا من جهة، ومن جهة أخرى يسلط الفصل الثاني الضوء حول مشاريع الإستثمار السياحي في الجزائر، وإبراز أسباب فشل قطاع السياحة في تحقيق التنمية السياحية المطلوبة، وانتهى الفصل بالتطرق لآفاق تفعيل السياحة الجزائرية في ضوء المخططات التوجيهية للتهيئة السياحية 2025.

دخاتمة

### الخاتمة:

لقد تطورت السياحة وأصبحت ظاهرة عالمية، خاصة بعد استقرار الأوضاع الدولية السياسية والأمنية، وحظيت باهتمام الكثير من الدول باختلاف نظمها السياسية والإقتصادية وأصبحت السياحة علما قائما ذاته له أسسه وقواعده الخاصة به يدرس المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة، مما أدى إلى زيادة الوعي لدى شعوب العالم وارتفاع المستوى التعليمي وزيادة الدخل الفردي، ولذا أصبحت السياحة صناعة عرفت تطورا ملحوظا، من حيث مساهمتها في التنمية الإقتصادية وتحسين ميزان المدفوعات، وقد ازدهرت السياحة وتوزعت في مناطق جغرافية أكثر منها في مناطق أخرى، حيث استحوذت أوروبا على جزء هام من السياحة الدولية، في حين كانت حصة إفريقيا من السياحة الدولية متواضعة، خاصة الجزء الجنوبي منها، أما الجزء الشمالي منها فقد عرف انتعاشا سياحيا، فالمغرب يعتبر من التجارب السياحية العربية الناجحة، في حين لا يزال القطاع السياحي الجزائري دون المستوى المطلوب مقارنة مع الدول المجاورة، رغم ما تملكه الجزائر من إمكانيات تؤهلها لأن تصبح قطبا سياحيا بامتياز، وقادر على منافسة الدول السياحية الأولى في العالم، هذا ما يوحي بوجود عراقيل أثرت سلبا بدرجة كبيرة على القطاع السياحي الجزائري لمدة تقارب 40 سنة، انطلاقا من مرحلة ما بعد الإستقلال إلى غاية التسعينيات، وحاليا عرف القطاع السياحي إنتقاة جديدة بداية من الألفية، حيث سعت الدولة إلى وضع إستراتيجية جديدة للسياحة الجزائرية على مراحل تمتد إلى غاية 2025، وهذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الذي يعبر عن الرغبة والنية الحسنة للدولة بالنهوض وتطوير قطاعها السياحي، وجعله كبديل لقطاع المحروقات في المستقبل.

### أولا: إختبار الفرضيات

#### الفرضية الأولى:

تتفاوت مساهمة القطاع السياحي للجزائر والمغرب في تحقيق التنمية المحلية ومواكبة السياحة العالمية وصولا إلى التنمية السياحية المستدامة، بالرغم من الإختلاف في مقومات العرض السياحي بين البلدين فرضية صحيحة، لأن الأرقام والإحصائيات تشير إلى الفرق الحاصل بين البلدين في مختلف المؤشرات.

### الفرضية الثانية:

تبنّت الجزائر خطط تنموية واستراتيجيات، هدفت من خلالها زيادة حجم الإستثمارات السياحية وتحديث القطاع السياحي بشكل عام، عبر وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 فرضية صحيحة جزئياً، على اعتبار أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أتى بخطة شاملة لكافة جوانب النشاط السياحي مع ضرورة مراعاة التطبيق الفعلي للمخطط.

### الفرضية الثالثة:

تبنى المغرب خطط تنموية واستراتيجيات، هدف من خلالها إلى عصنة قطاع السياحة وزيادة حجم الإستثمارات السياحية من خلال رؤية 2020 فرضية صحيحة جزئياً، وبقيّة التطبيق الفعلي لرؤية 2020.

### الفرضية الرابعة:

رغم امتلاك الجزائر لإمكانيات سياحية معتبرة، إلا أنها لا تزال تعاني الكثير من التعقيدات التي تقف عائقاً أمام نمو الإستثمارات في القطاع السياحي فرضية صحيحة، وهي حقيقة يؤكدتها ترتيب تقارير السفر العالمية بين البلدين محل المقارنة.

### ثانياً: نتائج الدراسة

ما تم استنتاجه من هذه الدراسة موضحاً فيما يلي:

- السياحة ظاهرة عالمية تطورت وازدهرت في بداية القرن العشرين (20)، مع استقرار الوضع الدولي خاصة مع بداية الخمسينات، حيث أدى زيادة الدخل الفردي والتعليمي وارتفاع الوعي الشعبي للتنقل من أجل الراحة والاستجمام، لذا أصبحت السياحة صناعة دون مداخل حقيقة، وصناعة عالمية في الوقت نفسه.
- تساهم السياحة في التنمية الإقتصادية المحلية بنسبة كبيرة، من حيث زيادة المداخل بالعمل الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، وتوفير مناصب الشغل للكثير من الفئات السكانية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بالإضافة إلى أنها تساهم بنسب مهمة في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دول العالم.
- تتركز السياحة الدولية في مناطق وتقل في أخرى، حيث استحوذت أوربا على جزء هام من السياحة الدولية، وهذا بحكم الإستقرار الذي عرفته أوروبا، والإمكانيات المتاحة، والإهتمام الكبير بالقطاع السياحي

## الختام

لدى هذه الدول، مما انعكس إيجاباً على شتى الميادين الإقتصادية والإجتماعية والثقافية وحتى البيئية، في حين حصة إفريقيا من السياحة الدولية كانت ضعيفة، خاصة في الجزء الجنوبي منها، وهذا نظراً لعدم توفر الإستقرار الأمني خاصة الذي تعرفه هذه القارة.

• تعتبر التجربة السياحية للمغرب من أنجح التجارب السياحية في الدول العربية، نظراً للآثار الإيجابية التي تركتها في شتى الميادين الإقتصادية والإجتماعية، هذا ما جعل قطاع السياحة في هذه الدولة يساهم في الحد من المشكلات الإقتصادية لها.

• القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيفاً ودون المستوى المطلوب، ولم يرق إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، هذا رغم توفر الإمكانيات خاصة الطبيعية منها، التي يمكن أن تجعل من الجزائر بلداً مستقطباً للسياح، وقادراً على منافسة الدول الرائدة في القطاع السياحي، بالإضافة إلى الجهود المبذولة منذ الاستقلال إلى غاية اليوم، رغم أنها جهود متواضعة في غالب الأحيان.

• إعتضت قطاع السياحة في الجزائر عقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره، واختلفت هذه العراقيل وتنوعت في شتى المجالات، وأهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية بعد الإستقلال، والوضع الأمني الصعب التي مرت به الجزائر فترة التسعينات.

• تعد الفترة الحالية إنطلاقاً من بداية سنوات الألفينيات مرحلة الإلتفاتة الجدية من قبل الدولة لقطاعها السياحي، بغية النهوض به وترقيته وجعله في مصاف القطاعات السياحية على الأقل للدول المجاورة، وهذا بوضع إستراتيجية جديدة على فترات مختلفة على المدى المتوسط 2015، والمدى الطويل 2025، هذا في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يعتبر تنويجاً لمسار طويل، وبمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي.

### ثالثاً: التوصيات

بناء على النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة، يمكن طرح هذه التوصيات وذلك مبادرة منا لتوجيه القطاع السياحي الجزائري، وإرادة منا لتطوير هذا القطاع وترقيته:

• ضرورة الإستمرار في التطبيق الفعلي والحقيقي لبرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، باعتباره السياسة الجديدة للسياحة الجزائرية على المدى الطويل، وتجنب الوقوع في الأخطاء التي وقعنا فيها بعد الإستقلال، وذلك من خلال:



## الخاتمة

- إحترام مدة إنجاز البرامج المسطرة وفق الفترة المحددة لها، حتى لا يتم تأخيرها وبالتالي إنجاز مشاريع على حساب مشاريع أخرى.

- إحترام المقاييس المسطرة في تنفيذ المشاريع السياحية، وجعلها تتماشى والمقاييس العالمية.

- تذليل كل العقبات التي تقف أمام إنجاز مشاريع هذا المخطط، كمشكل العقار ومشكل التمويل.

- فرض رقابة صارمة ومتابعة مستمرة من قبل الهيئات المختصة والمسؤولة عن تنفيذ هذه المشاريع، تفاديا للإهمال والتقاعدس في التطبيق الفعلي للأهداف المسطرة في هذا المخطط.

- ضرورة السهر على إنجاز الأقطاب السياحية للإمتياز والقرى السياحية المقررة في هذا المخطط، باعتبارها الدعامة الأساسية والرهان الذي يجعل من الجزائر قطبا سياحيا ومقصدا للسياح من كل الإتجاهات والبلدان.

- ضرورة إشراك القطاع الخاص ومنحه مكانة هامة في تنفيذ المشاريع المسطرة في هذا المخطط، بالإضافة إلى تفعيل الشراكة العمومية الخاصة وجعلها ملموسة وجدية.

• الرجوع إلى تجارب البلدان السياحية والإستفادة منها، خاصة دول الجوار والتي تملك الإمكانيات نفسها المتاحة لدينا، وفي كثير من الأحيان نملك أحسن منها، إذ أثبتت هذه التجارب لكل من مصر، تونس والمغرب نجاعتها في حوض المتوسط، مما جعل منها قبلة للعديد من السياح الأجانب ومن بلدان مختلفة، وقد بينت هذه التجارب أن جودة الخدمات المقدمة وحسن الضيافة يلعب دورا مهما في زيادة استقطاب عدد السياح، وهذه النقطة من إحدى نقائص السياحة الجزائرية التي يجب تداركها.

• الإهتمام الفعلي والحقيقي بالسياحة الجزائرية الداخلية، إذ تعتمد الكثير من الدول على السياحة الداخلية كأمریکا وأستراليا، وذلك من خلال:

- جعل المجتمع الجزائري مجتمعا سياحيا، وذلك من خلال نشر ثقافة سياحية لدى أفراد المجتمع لتمكينه من إحتضان الأنشطة السياحية، بالإضافة إلى جعله يفرق بين ما هو سائح وما هو ضيف، حيث إن الفرد الجزائري اليوم ما يزال في كثير من الأحيان لا يفرق بين ما هو سائح الذي يجلب العملة الصعبة والضيف الذي يمكن التكفل بتكاليفه (المبيت والتنقل...الخ)، فعوض تحصيل إيرادات بالعملية الصعبة نحصلها بالعملية المحلية، وهذا ما يقلل نسبة الإنفاق السياحي للسياح الأجانب.

## الختام

- ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة، إذ تعرف أسعار هذه الأخيرة غلاءً فاحشاً في الجزائر، كأسعار الإيواء في الفنادق، وأسعار المطاعم، هذا ما ثقل كاهل السائح الجزائري في تحمل هذه النفقات، وبالتالي العزوف على التنقل بين أرجاء الوطن لغرض السياحة والتنزه، أو التفكير في تغيير الوجهة السياحية إلى دولة أخرى.
- توفير وسائل النقل والمواصلات المريحة، لتسهيل تنقل السياح بين المناطق السياحية المختلفة، وتنشيط الرحلات الجوية الداخلية، إذ تتمتع الجزائر بمساحة واسعة ما يجعل السائح يتحمل مشقة وعناء التنقل بين أرجائها، بالإضافة إلى مراجعة أسعار الرحلات الجوية الجزائرية التي تعتبر من بين الأعلى في العالم.
- الإهتمام الجاد بالإعلام السياحي وتنشيطه بمختلف أنواعه المرئي والمسموع والمكتوب، من أجل تعريف السائح المحلي والأجنبي بالمواقع السياحية.
- إستغلال التطور التكنولوجي الحديث في خدمة السياحة الداخلية، كاستغلال شبكة الأنترنت في عملية الإعلام والإشهار، والتعريف بالسياحة الجزائرية، بالإضافة إلى الانتقال لطريقة الحجز عن طريق هذه الشبكة، حيث لا تزال تعرف السياحة الجزائرية تأخراً كبيراً وملحوظاً في هذا المجال.
- تسهيل إجراءات دخول السياح الأجانب إلى الجزائر، من خلال تفعيل العلاقات الخارجية مع دول العالم المختلفة، خاصة الدول العربية التي تعتبر سوق سياحية واعدة، مثلما هو معمول به في السوق الأوروبية المشتركة، حيث أكثر من 80 بالمائة من تدفقات السياح تتم داخل المنطقة نفسها، بالإضافة إلى إلغاء التأشيرات ورفع الحواجز وتسهيل حركة السياح الأجانب.
- توفير الأمن الداخلي، حيث يشعر السائح سواء كان محلي أو أجنبي بأنه في أمان مع أغراضه وممتلكاته، إذ تعرف الجزائر حالياً إنتشار آفات اجتماعية خطيرة، كالسرقة والسطو على الأفراد وهذا يهدد السائح في أمنه وراحته، وبالتالي يهدد السياحة الجزائرية.
- عدم إحساس السائح بأنه مراقب أمنياً، هذا يجعله يشعر بأنه غير آمن، وبالتالي التفكير بعدم رجوعه مرة أخرى لأجل السياحة.
- ضرورة الإهتمام بكل أنواع السياحة الجزائرية، خاصة الجبلية والصحراوية منها، إذ أنها غير مستغلة على أحسن وجه، وحالياً تركز الجزائر على السياحة الشاطئية، وذلك من خلال:
  - ✓ بناء المحميات الطبيعية، الأمر الذي يشجع كثيراً السياحة الجبلية وخاصة السياحة البيئية.

## الختام

- ✓ تشييد الفنادق في المناطق الجبلية والصحراوية لاستضافة السياح، مع توفير حسن الضيافة وجودة الخدمات المقدمة.
- ✓ توفير الأمن في هذه المناطق.
- ✓ توفير أماكن الراحة والإستجمام، وأماكن لممارسة الرياضة، ما يشجع كثيرا على زيادة إقبال السياح على مثل هذه المناطق.
- ✓ تهمين الإمكانات الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تزخر بها الجزائر واستغلالها لصالح السياحة، والعمل على الحفاظ عليها، ومنع المساس بها وتهريبها من قبل السياح.
- ✓ الإهتمام بالصناعة التقليدية، حيث إن السائح الأجنبي يتوق لمعرفة عادات وتقاليد البلد المضيف، والجزائر تزخر بعادات وتقاليد كثيرة ومتنوعة، فلا بد من الإهتمام بها وتهمينها وجعلها تساهم في ترقية السياحة الجزائرية.

دعوات

# CARTE DU SITUATION GEOGRAPHIQUE DE L'ALGERIE

20°0'0"W

10°0'0"W

0°0'0"

10°0'0"E

20°0'0"E



## Légende

- Algeria
- Libya
- Mali
- Mauritania
- Morocco
- Niger
- Sahara occidental
- Tunisia



Coordinate System: UTM NORD SAHARA  
traitement arcgis 10.4.1

0 240 480 960 1440 1920 Kilometers

20°0'0"W

10°0'0"W

0°0'0"

10°0'0"E

20°0'0"E

35°0'0"N  
30°0'0"N  
25°0'0"N  
20°0'0"N  
15°0'0"N  
10°0'0"N  
5°0'0"N

35°0'0"N  
30°0'0"N  
25°0'0"N  
20°0'0"N  
15°0'0"N  
10°0'0"N  
5°0'0"N

# CARTE DU SITUATION GEOGRAPHIQUE DE MAROC

20°0'0"W

10°0'0"W

0°0'0"

10°0'0"E

35°0'0"N

35°0'0"N

## Légende



Algeria



Maroc



Sahara occidental

30°0'0"N

30°0'0"N

25°0'0"N

25°0'0"N

20°0'0"N

20°0'0"N

Sahara occidental

Maroc

Algeria



Coordinate System: UTM NORD SAHARA  
traitement arcgis 10.4.1

0 150 300 600 900 1 200 Kilometers

20°0'0"W

10°0'0"W

0°0'0"

10°0'0"E

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

وزارة السياحة والصناعة التقليدية

Direction des Systèmes D'Information  
et des Statistiques

مديرية المنظومات الإعلامية و الإحصائيات

Sous Direction des Statistiques

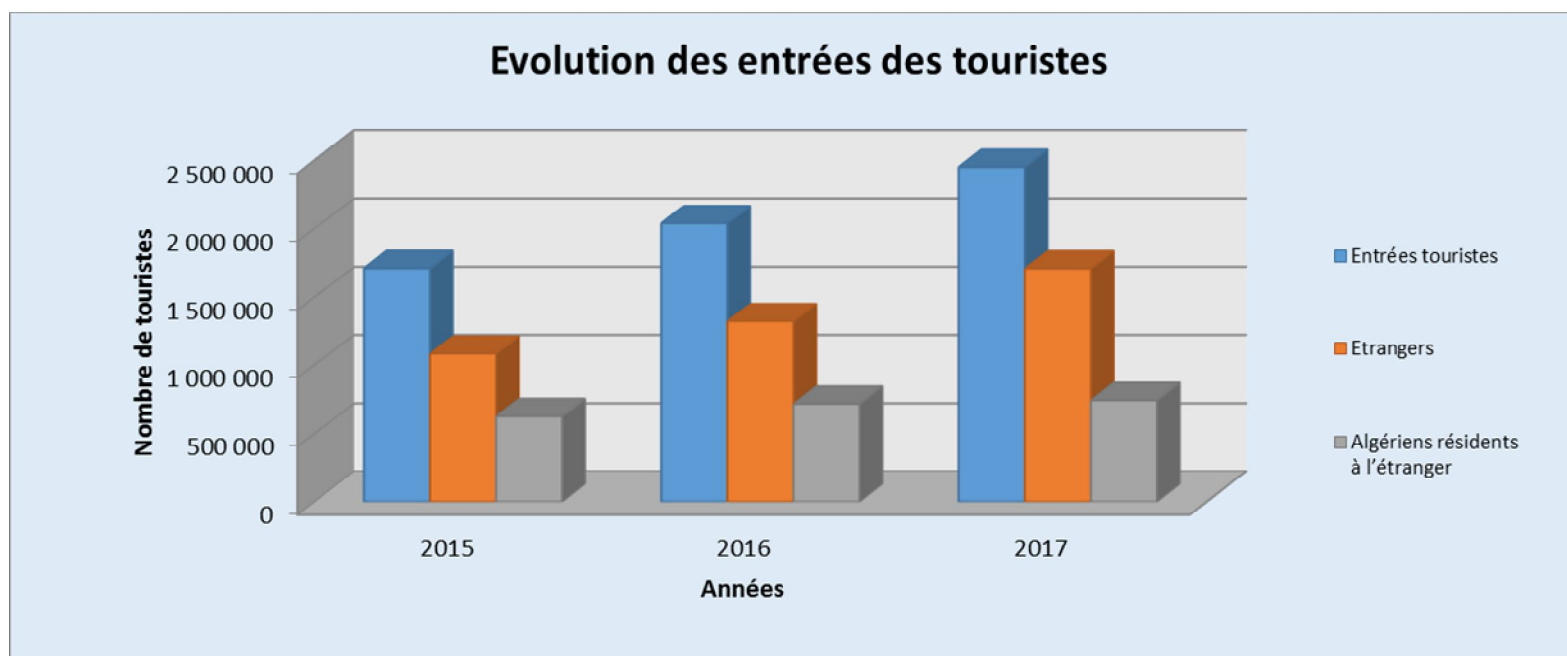
\*\*\*\*\*

*Chiffres clés du tourisme et de l'artisanat*  
*Période 2015 -2017*

## Les entrées des touristes

Années	2015	2016	2017
<b>Entrées touristes</b>	1 709 994	2 039 444	2 450 785
<b>Taux de croissance (%)</b>	-	19,27%	20,17%
<b>Etrangers</b>	1 083 121	1 322 712	1 708 375
<b>Taux de croissance (%)</b>	-	22,12%	29,16%
<b>Algériens résidents à l'étranger</b>	626 873	716 732	742 410
<b>Taux de croissance (%)</b>	-	14,33%	3,58%

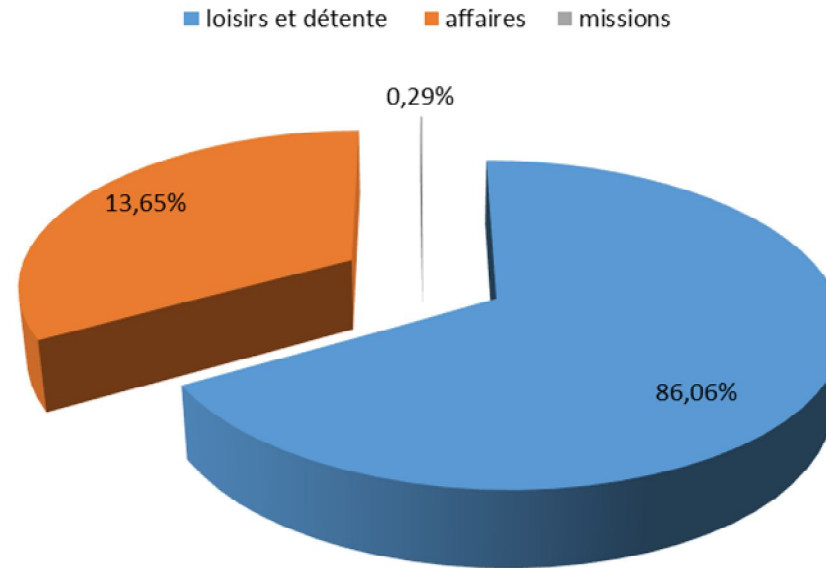
Source : Direction de la Police des Frontières





## Motifs de visite des touristes étrangers Année 2017

Entrées aux frontières des touristes par motif de visite pour l'années 2017

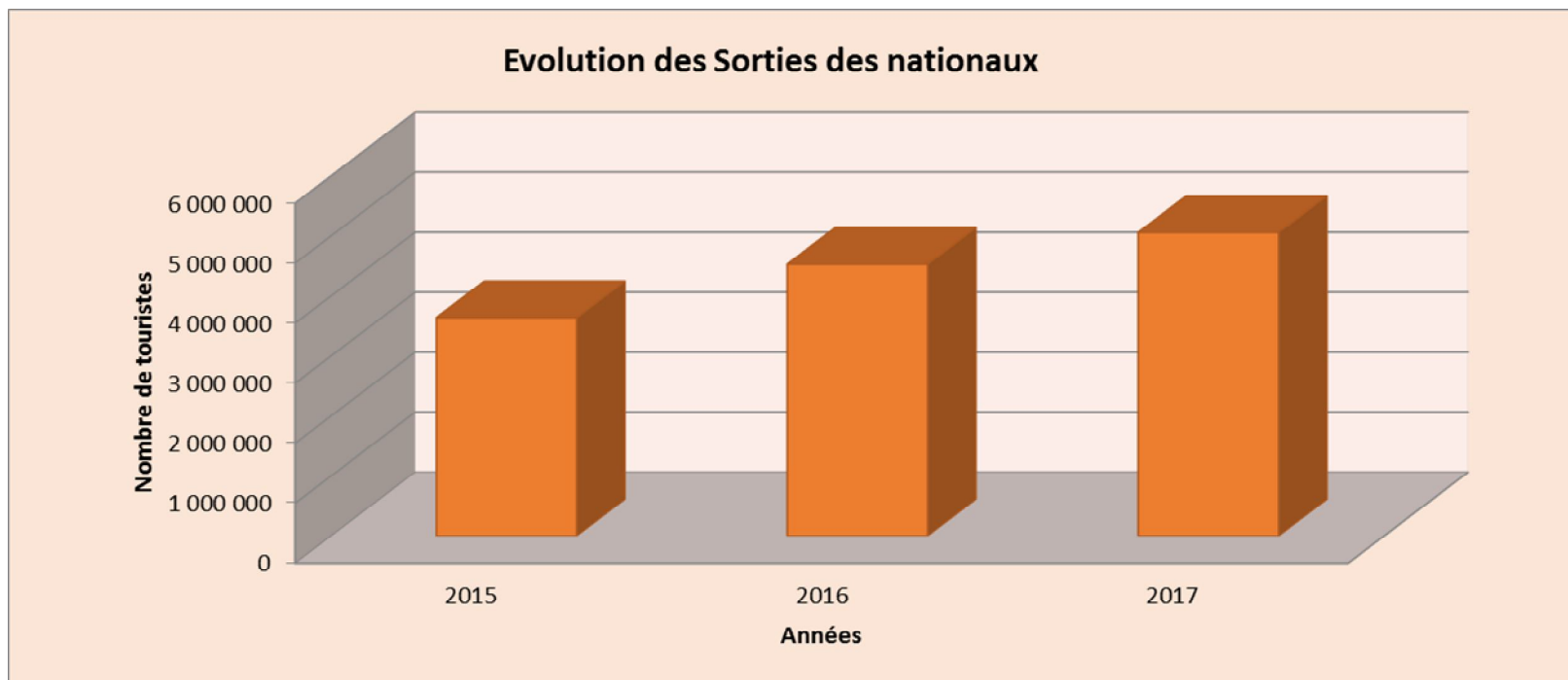


- **Loisirs et détente** : 1 470 243 touristes, soit **86,06%** du total des touristes étrangers.
- **Affaires** : 233 233 touristes, soit **13,65%** du total des touristes étrangers.
- **Missions** : 4 899 touristes, soit **0,29%** du total des touristes étrangers.

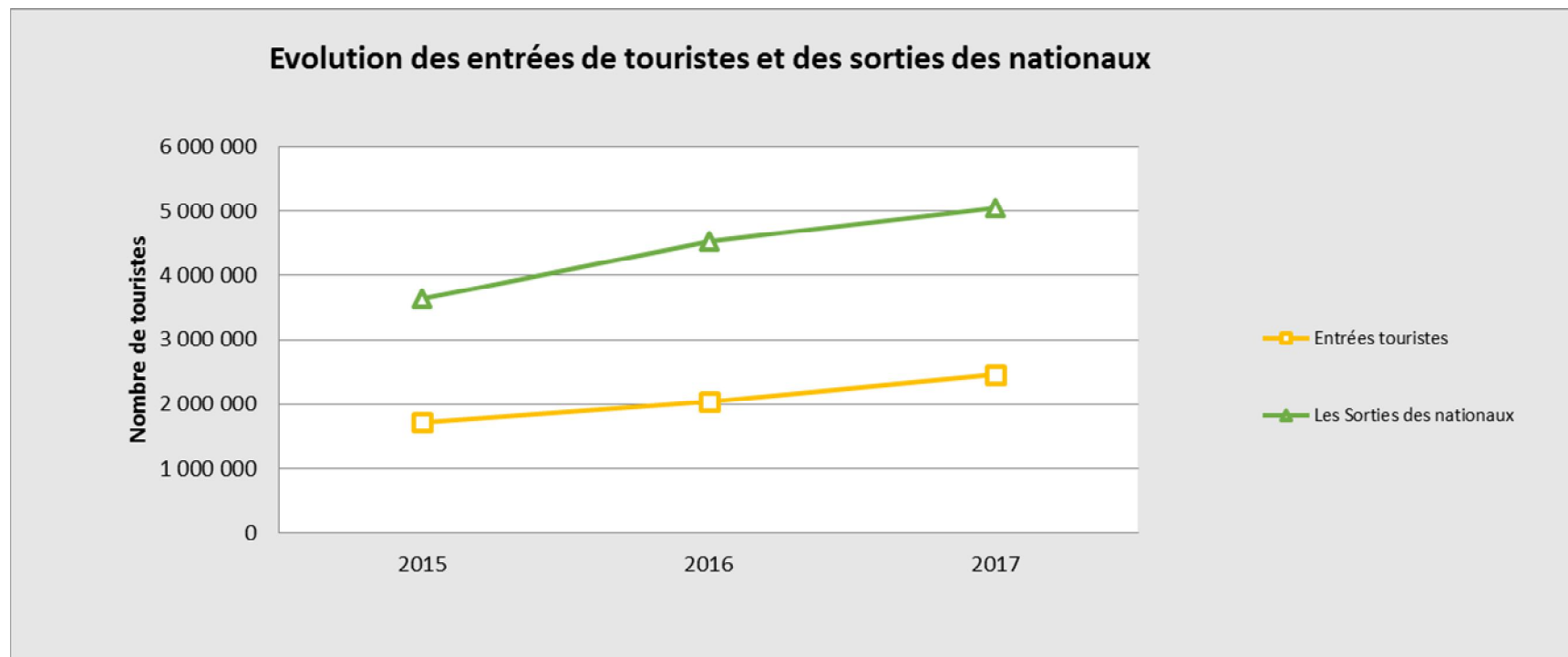
## Les sorties des algériens à l'étranger

Années	2015	2016	2017
Les Sorties des nationaux	3 638 140	4 529 524	5 058 404
Taux de croissance (%)	-	24,50%	11,68%

**Source** : Direction de la Police des Frontières



## Croisement entrées des touristes et sorties des nationaux



Le graphe ci dessus montre le croisement des flux des entrées et des sorties.

## Evolution de la balance de paiement - poste voyages -

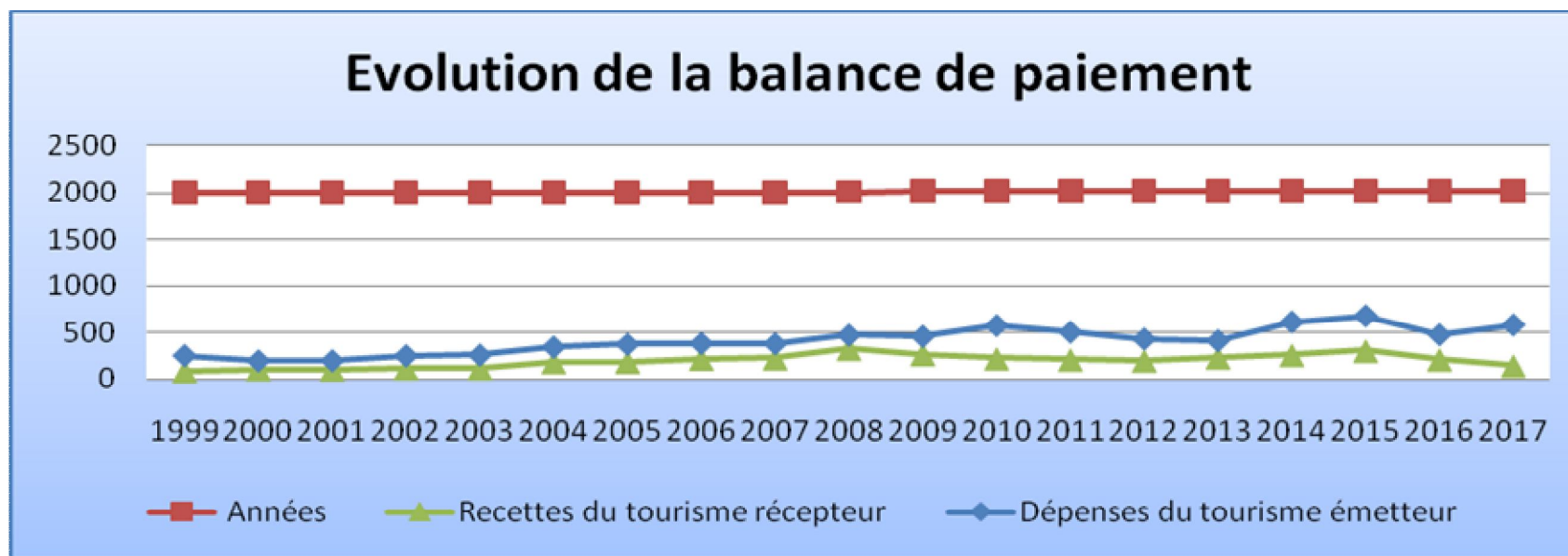
Unité : millions de dollars

Années	2015	2016	2017
Recettes du tourisme récepteur	304	209	140.5
Dépenses du tourisme émetteur	677	475	580

Source : ONS

En comparant les de dépenses touristiques, on trouve que le montant en devises dépensé par les nationaux à l'étranger reste supérieur à celui des devises générées par les flux d'entrées des non résidents.

Il est important de spécifier que les recettes touristiques à travers le poste voyage ne cernent pas la totalité des recettes générées par le tourisme, le fait qu'une bonne partie de change s'effectue au niveau du marché parallèle de devises, notamment par les algériens résidents à l'étranger.

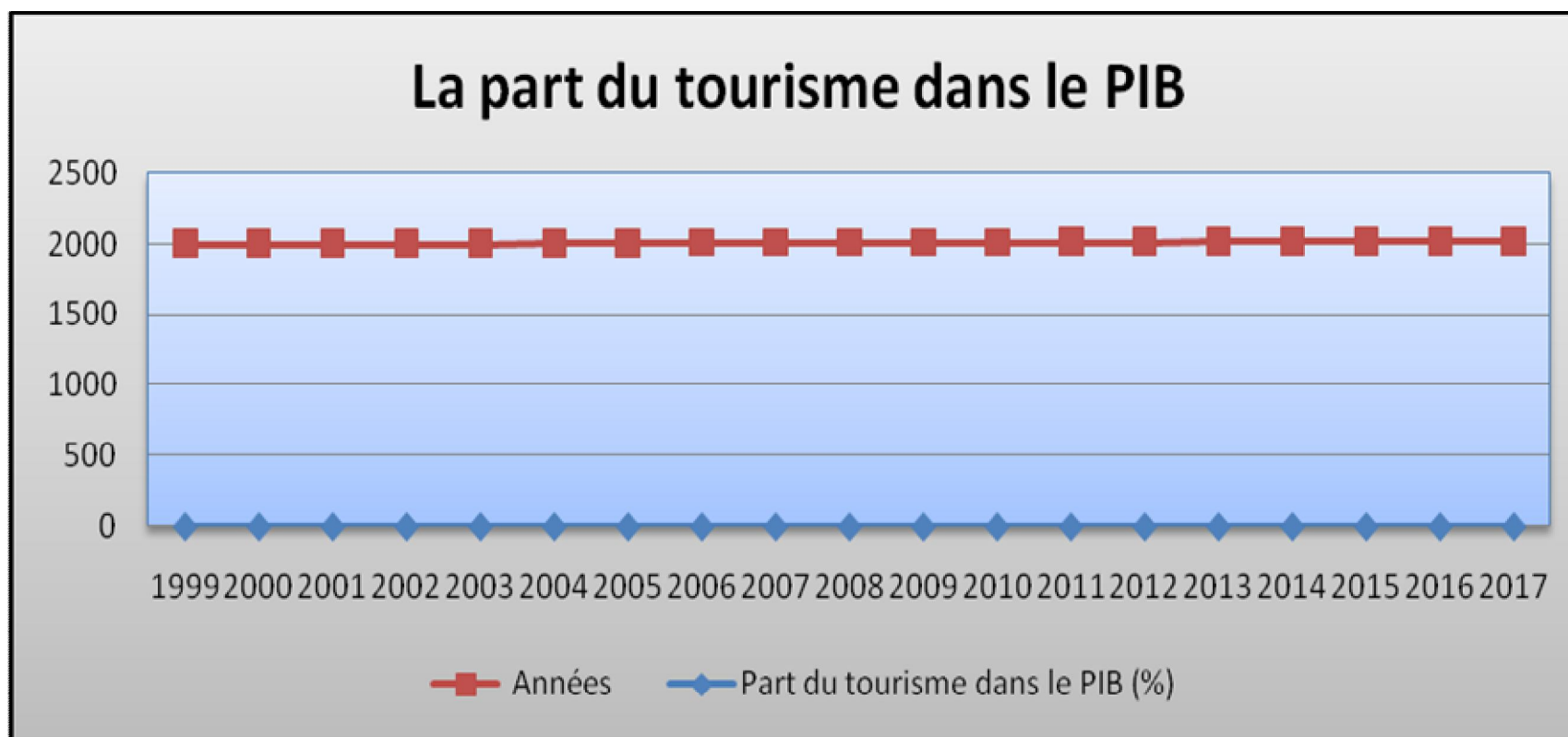


## Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB (branche hôtels, cafés et restaurants)

Années	2015	2016	2017
Part du tourisme dans le PIB (%)	1,3	1,4	1.6

Source : ONS

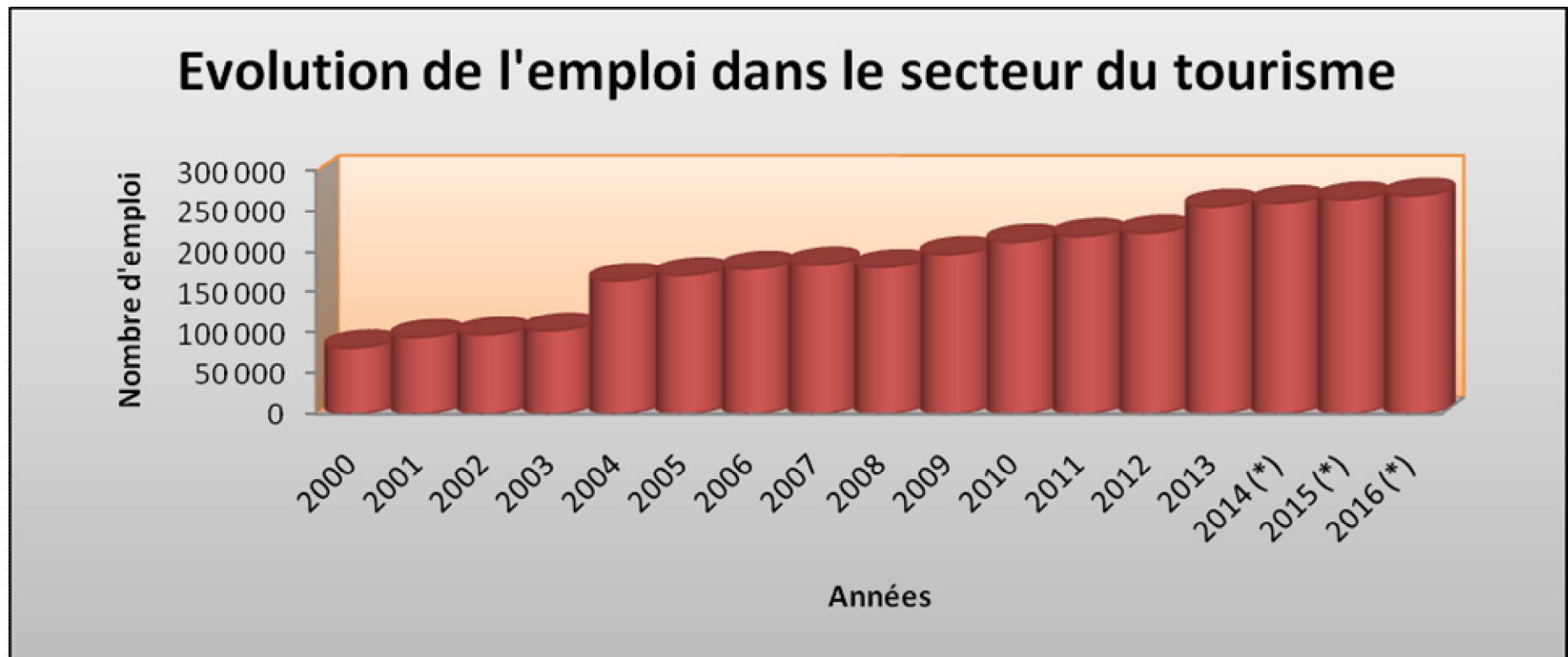
N.B : PIB hors hydrocarbures



## L'emploi dans le secteur du tourisme (branche hôtels, cafés et restaurants)

Années	2014 (*)	2015 (*)	2016 (*)
Nombre d'Emploi	261 289	265 803	270 317
Taux de croissance	1,76%	1,73%	1,70%

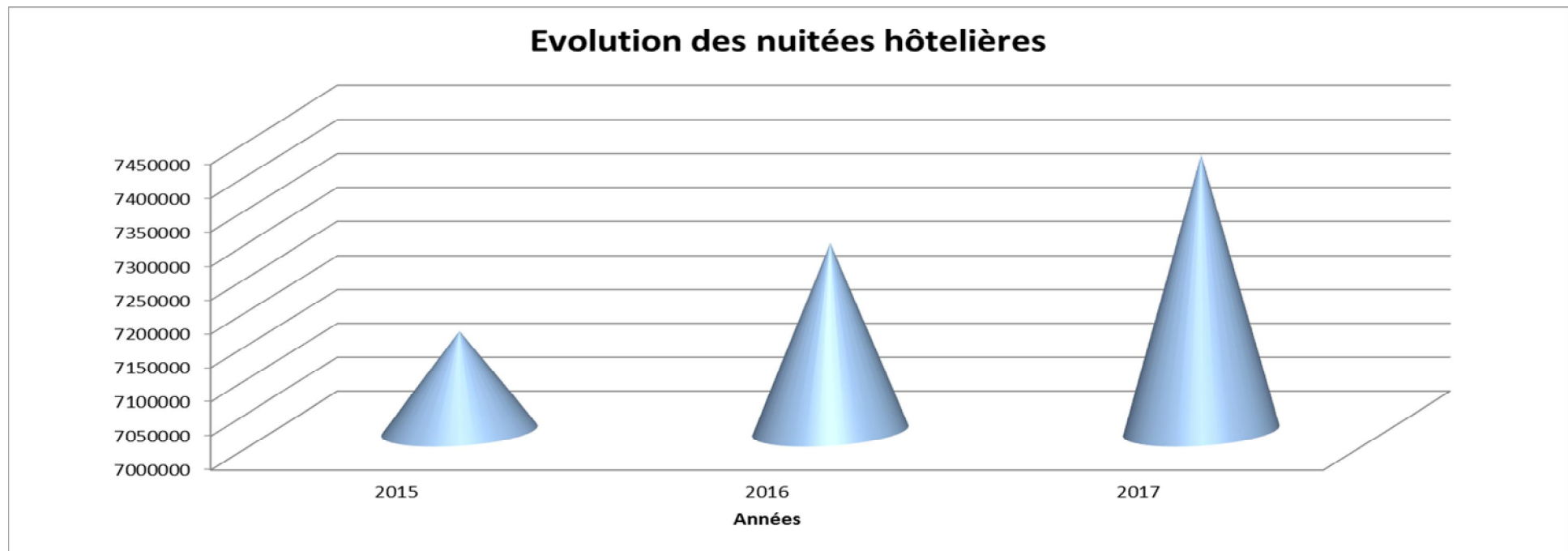
**Source :** statistiques de l'ONS ajustées au niveau du ministère chargé du tourisme  
Années 2012.2013.2014 : Etude de conjoncture tourisme effectuée par Ecotechnics  
(\*) Estimation



## Nuitées hôtelières

	2015	2016	2017
<b>Résidents</b>	6 307 411	6 283 910	6 260 409
<b>Non résidents</b>	839 161	992 611	1 146 061
<b>Total</b>	<b>7 146 572</b>	<b>7 276 521</b>	<b>7 406 470</b>

**Source :** Directions du tourisme de Wilaya



## Situation du parc hôtelier national

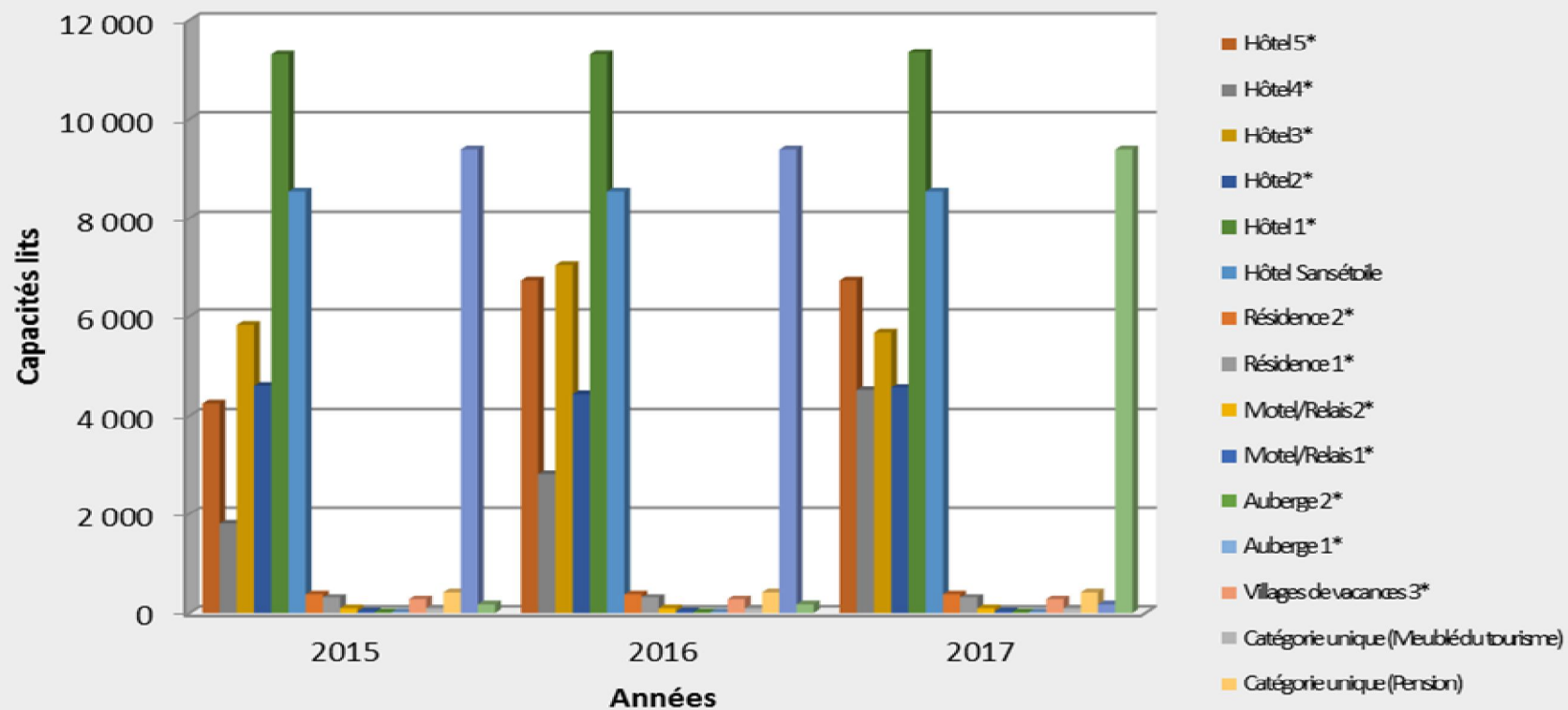
### 1/Capacité lits par catégorie (2015-2017)

Années	2015	2016	2017
<b>Hôtel 5*</b>	4 242	6 734	6 734
<b>Hôtel4*</b>	1 800	2 810	4 508
<b>Hôtel3*</b>	5 829	7 045	5 678
<b>Hôtel2*</b>	4 605	4 425	4 565
<b>Hôtel 1*</b>	11 295	11 295	11 335
<b>Hôtel Sans étoile</b>	8 533	8 533	8 533
<b>Résidence 2*</b>	384	384	384
<b>Résidence 1*</b>	313	313	313
<b>Motel/Relais 2*</b>	93	93	93
<b>Motel/Relais 1*</b>	30	30	30
<b>Auberge 2*</b>	16	16	16
<b>Auberge 1*</b>	20	20	20
<b>Villages de vacances 3*</b>	274	274	274
<b>Catégorie unique (Meublé du tourisme)</b>	91	91	91
<b>Catégorie unique (Pension)</b>	426	426	426
<b>Autres structure d'établissements hôteliers</b>	9 381	9 381	9381
<b>Catégorie unique (Gite d'étape)</b>	170	170	170
<b>Total des établissements classés</b>	47 502	<b>52 040</b>	<b>52551</b>
<b>Etablissements hôteliers en cours de classement</b>	54 742	<b>55 380</b>	<b>59713</b>
<b>Total</b>	<b>102 244</b>	<b>107 420</b>	<b>112264</b>

**Source** : Direction Plan Qualité



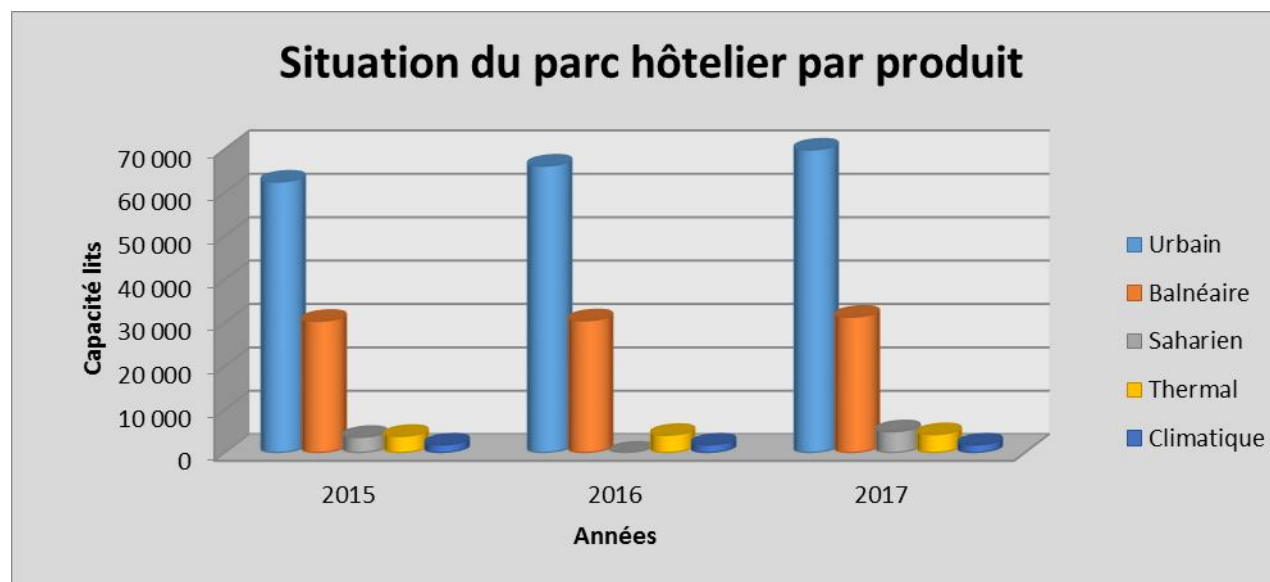
## Situation du parc hôtelier par catégorie



## 2/ Capacité lits par type de produits

Années	2015	2016	2017
Urbain	62 479	66 155	69 861
Balnéaire	30 380	30 500	31 326
Saharien	3 636	4 780	4 928
Thermal	3 866	4 102	4 266
Climatique	1 883	1 883	1 883
<b>Total</b>	<b>102 244</b>	<b>107 420</b>	<b>112 264</b>

Source : Direction Plan Qualité

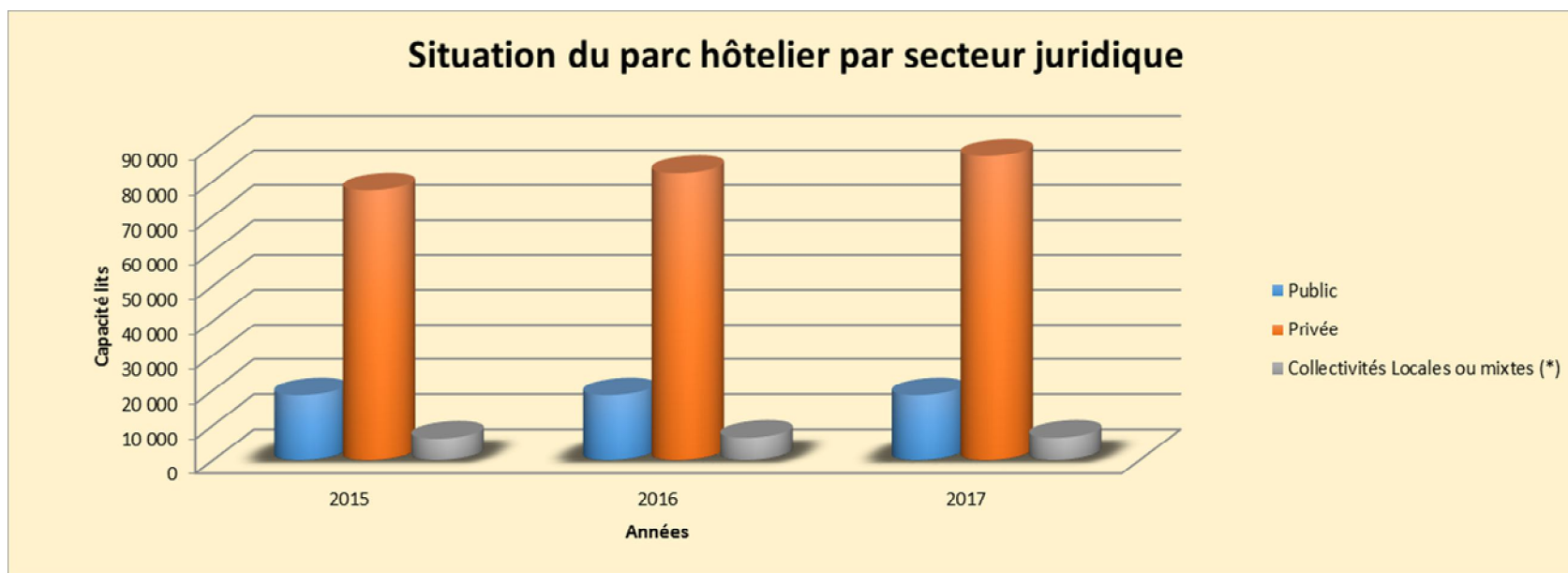


### 3/ Capacité lits par secteur juridique

Années	2015	2016	2017
Public	18 613	18 613	18 613
Privée	77 383	82 301	87 145
Collectivités Locales ou mixtes (*)	6 248	6 506	6 506
<b>Total</b>	<b>102 244</b>	<b>107 420</b>	<b>112 264</b>

Source : Direction Plan Qualité

(\*) À partir de 2008, la catégorie des collectivités locales à été remplacée par la catégorie mixte (il s'agit du partenariat) et pour le public, il s'agit des chaînes hôtelières internationales.

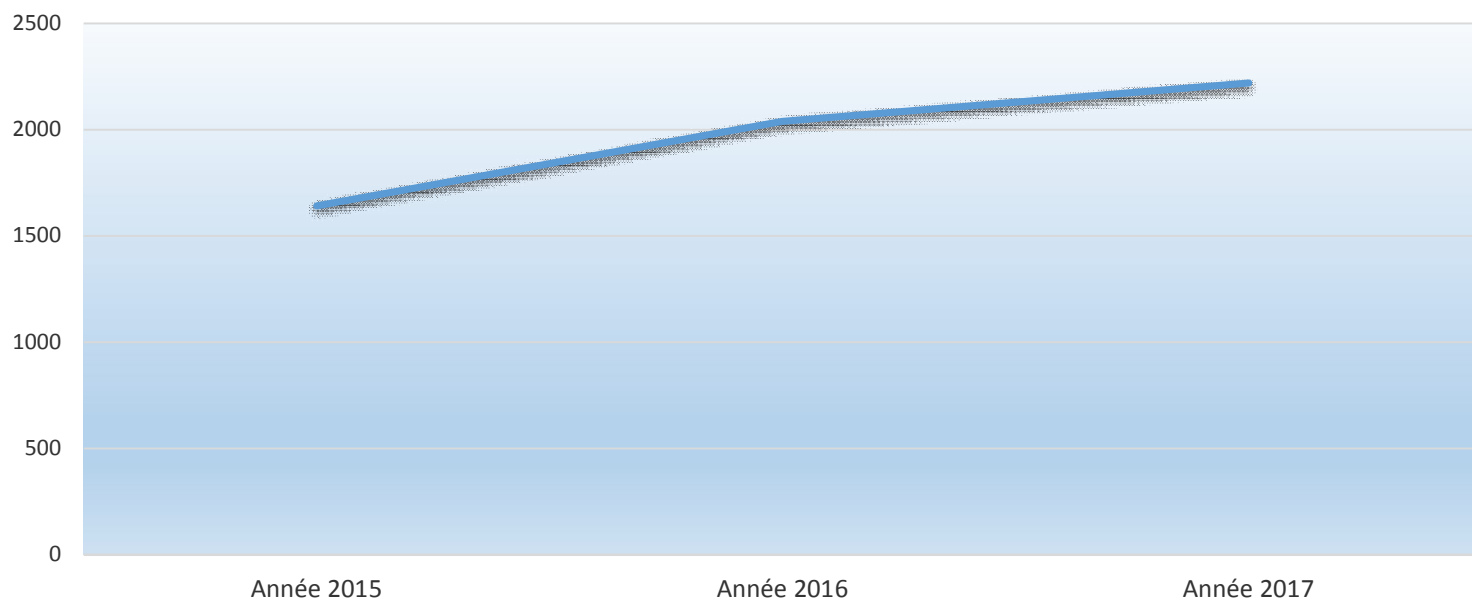


## Agences de tourisme et de voyages (ATV)

Désignation		Année 2015	Année 2016	Année 2017
<b>Nombre d'ATV en activité (chiffre cumulé)</b>		1643	<b>2 041</b>	<b>2 220</b>
<b>Nombre d'ATV catégorie « A » *</b>		488	552	1 918
<b>Nombre d'ATV catégorie « B »*</b>		913	1 202	
<b>Nombre de succursale catégorie « A »*</b>		107	129	302
<b>Nombre de succursales catégorie « B »*</b>		135	158	
<b>Nombre de sessions de la Commission Nationale d'agrément des ATV</b>		8	10	12
<b>Nombre des dossiers examinés par la commission nationale</b>	<b>Nombre de nouvelles demandes</b>	839	1 099	840
	<b>Nombre de dossiers relatif aux changements opérés au sein des ATV agréés</b>	192		780
<b>Nombre d'accords définitifs</b>		164	188	199
<b>Nombre d'accords de principe</b>		518	534	902
<b>Nombre d'ajournements</b>		96	120	89
<b>Nombre de retraits d'accord de principe</b>		35	26	67
<b>Nombre de retraits d'agrément</b>		10	14	20
<b>Retrait provisoire</b>		-	04	5
<b>Nombre de dossiers rejetés</b>		203	213	338

**Source :** Direction Plan Qualité

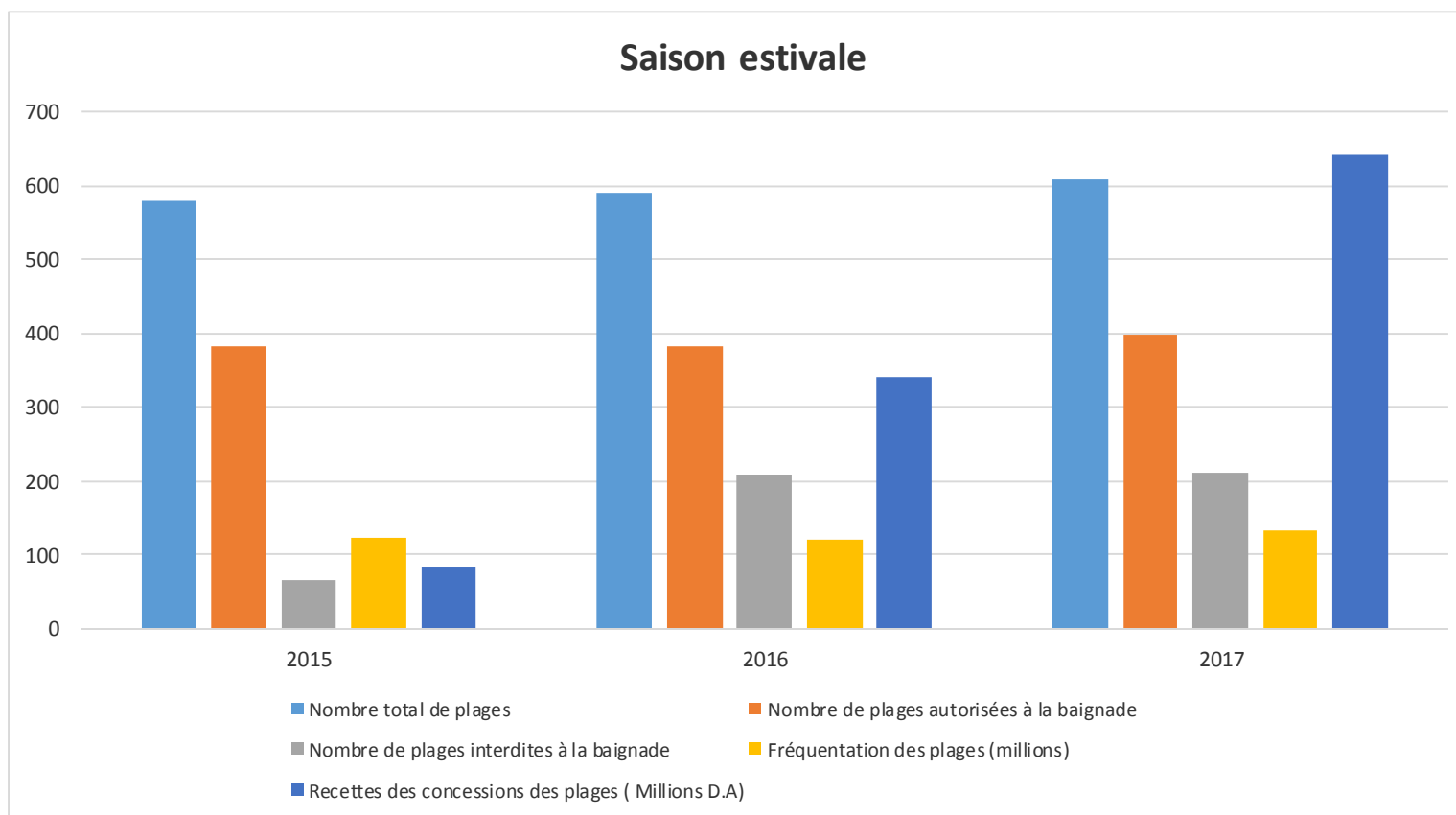
## Les agences du tourisme et des voyages



## Saison estivale

Années	2015	2016	2017
Nombre total de plages	579	590	608
Nombre de plages autorisées à la baignade	382	382	398
Nombre de plages interdites à la baignade	65	208	210
Fréquentation des plages (millions)	121.5	119.3	132
Recettes des concessions des plages ( Millions D.A)	84.9	340.7	642.8

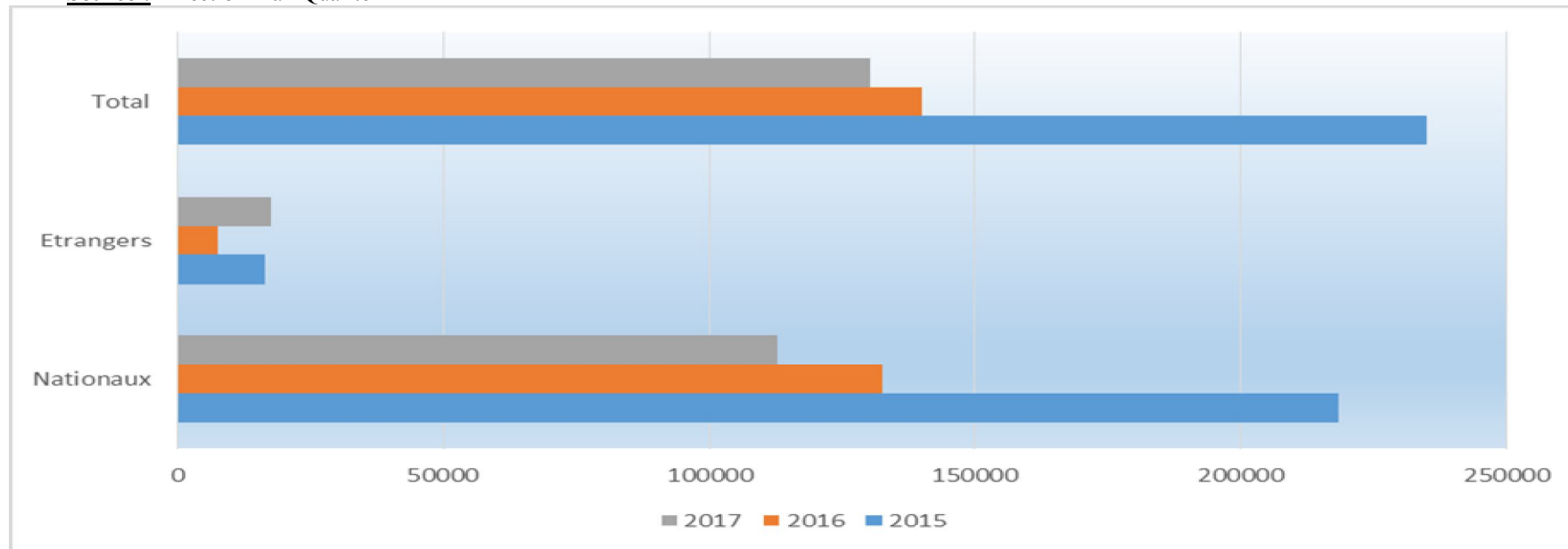
Source : Direction Plan Qualité



## Saison touristique saharienne

Années	2015	2016	2017
Nationaux	218 373	132 597	112 837
Etrangers	16 504	7 506	17 502
<b>Total</b>	<b>234 877</b>	<b>140 103</b>	<b>130 339</b>

Source : Direction Plan Qualité



## Adhésion au plan qualité tourisme

Année	2015		2016		2017	
	<b>Entreprise Touristiques en exploitation</b>	<b>Investissements Touristiques</b>	<b>Entreprise Touristiques en exploitation</b>	<b>Investissements Touristiques</b>	<b>Entreprise Touristiques en exploitation</b>	<b>Investissements Touristiques</b>
<b>Nombre d'adhésion au Plan Qualité (chiffre cumulé)</b>	<b>421</b> Entreprises Touristiques dont : 217 : Etablissements Hôteliers 179: Agences du Tourisme et des voyages 07 : Stations Thermales 18 : Restaurants	<b>55</b> Projet Etablissement Hôtelier	<b>429</b> Entreprises Touristiques dont : 217: Etablissements Hôteliers 187: Agences du Tourisme et des voyages 07 : Stations Thermales 18 : Restaurants	<b>65</b> Projet Etablissement Hôtelier	<b>446</b> Entreprises Touristiques dont : 222: Etablissements Hôteliers 199: Agences du Tourisme et des voyages 07 : Stations Thermales 18 : Restaurants	<b>81</b> Projet Etablissement Hôtelier

Source : Direction Plan Qualité



**Etat des projets d'investissement touristique**  
**Pour la période 2015-2017**  
**Projets - en cours et à l'arrêt -**

**Projets en cours de réalisation**

<b>Années</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Nombre de projets</b>	504	584	764
<b>le taux d'évolution</b>	-	15,87%	30,82%
<b>Nombre de lits</b>	69 138	76 670	101 772
<b>le taux d'évolution</b>	-	10,89%	32,74%
<b>Nombre d'emplois prévus</b>	28 835	32 592	44 840
<b>le taux d'évolution</b>	-	13,03%	37,58%

**Projets à l'arrêt**

<b>Années</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Nombre de projets</b>	101	119	147
<b>le taux d'évolution</b>	-	17,82%	23,53%
<b>Nombre de lits</b>	8 591	13 397	16 985
<b>le taux d'évolution</b>	-	55,94%	26,78%
<b>Nombre d'emplois prévus</b>	3 732	5 003	6 978
<b>le taux d'évolution</b>	-	34,06%	39,48%

**Source** : Direction de l'Investissement Touristique

**Etat des projets d'investissement touristique - Suite -**  
**Pour la période 2015-2017**  
**Projets - non lancés et achevés –**

**Projets non lancés**

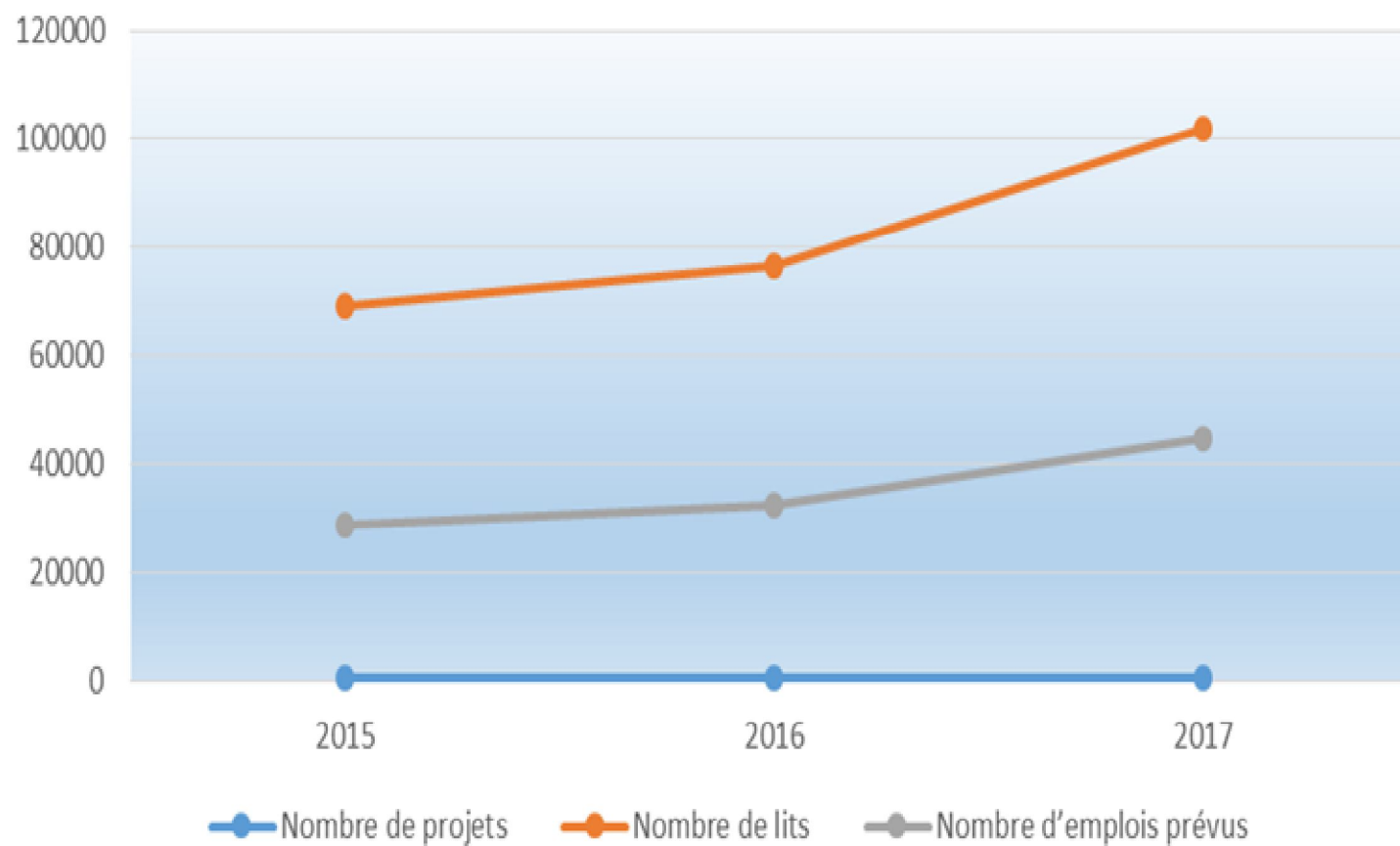
	2015	2016	2017
<b>Nombre de projets</b>	607	793	928
<b>le taux d'évolution</b>	-	30,64%	17,02%
<b>Nombre de lits</b>	78 813	104 979	129 641
<b>le taux d'évolution</b>	-	33,20%	23,49%
<b>Nombre d'emplois prévus</b>	29 074	39 502	47 812
<b>le taux d'évolution</b>	-	35,87%	21,04%

**Projets achevés**

	2015	2016	2017
<b>Nombre de projets</b>	58	106	107
<b>le taux d'évolution</b>	-	82,76%	0,94%
<b>Nombre de lits</b>	4 241	9 843	10 162
<b>le taux d'évolution</b>	-	132,09%	3,24%
<b>Nombre d'emplois prévus</b>	1 951	5 049	4 476
<b>le taux d'évolution</b>	-	158,79%	-11,35%

**Source** : Direction de l'Investissement Touristique

## projets en cours de réalisation



## Thermalisme

### Tableau récapitulatif relatif du thermalisme

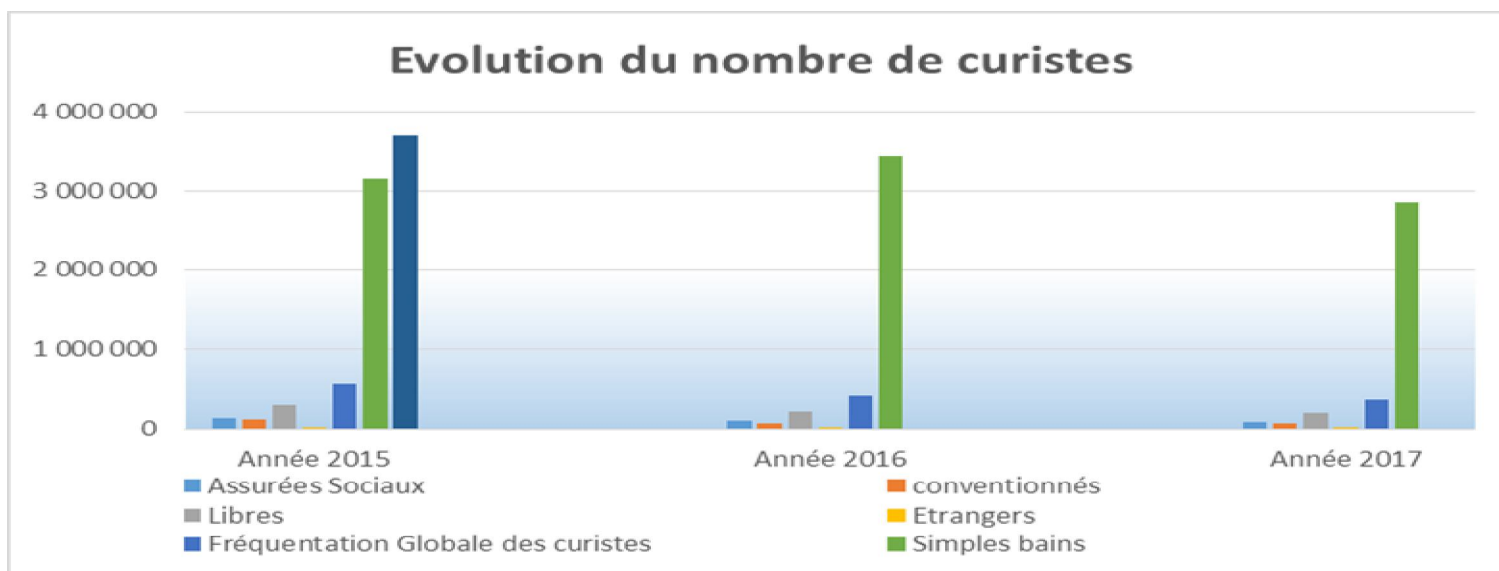
	Nombres		Etablissements opérationnels				Projets en cours de réalisation	Projets à l'arrêt
	Source thermale	Concession d'eau thermale	Station Thermale		Centre de thalassothérapie			
			Etatique	Privé	Etatique	Privé		
<b>2015</b>	282	55	8	10	1	1	25	10
<b>2016</b>	282	62	8	13	1	1	30	9
<b>2017</b>	282	74	08	13	02	01	34	16

Source : Direction du thermalisme

## Statistiques des curistes

Période	Type de curiste	Assurées Sociaux	conventionnés	Libres	Etrangers	Fréquentation Globale des curistes	Simple bains	Fréquentation thermale globale
Année 2015	Nombre	131 151	121 409	292 706	6713	551 979	3 139 872	3 691 851
	Taux de fréquentation	23,76%	22,00%	53,03%	1,22%			
Année 2016	Nombre	101 894	73 867	221 325	9005	406 091	3440305	3 846 396
	Taux de fréquentation	25,09%	18,19%	54,50%	2,22%			
Année 2017	Nombre	91 210	65 141	192 701	7 355	356 407	2 857 765	3 214 172
	Taux de fréquentation	25,60 %	18,27 %	54,06%	2,11%			

Source : Direction du thermalisme

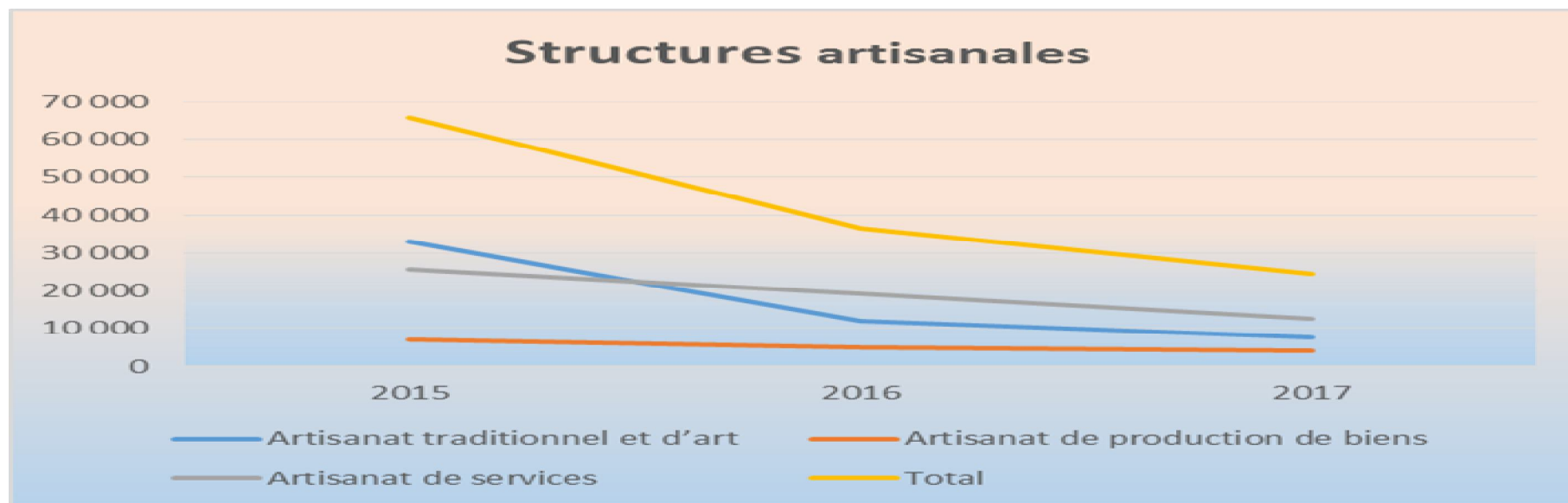


## Artisanat

### Bilan des structures artisanales

Domaine	Nombre d'activités									Total général					
	Artisans individuels			Coopératives			Entreprises			2015		2016		2017	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	Nombre	Taux (%)	Nombre	Taux (%)	Nombre	Taux (%)
Artisanat traditionnel et d'art	21 057	12 073	7 665	1	0	0	1	0	0	32 871	50	12 073	33	7 665	31
Artisanat de production de biens	5 901	5 066	4 182	1	0	0	0	0	0	7 136	11	5 066	14	4 182	17
Artisanat de services	26 461	19 296	12 587	0	0	0	0	0	0	25 667	39	19 296	53	12 587	52
<b>Total</b>	<b>53 419</b>	<b>36 435</b>	<b>24 434</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>65 674</b>	<b>100</b>	<b>36 435</b>	<b>100</b>	<b>24 434</b>	<b>100</b>

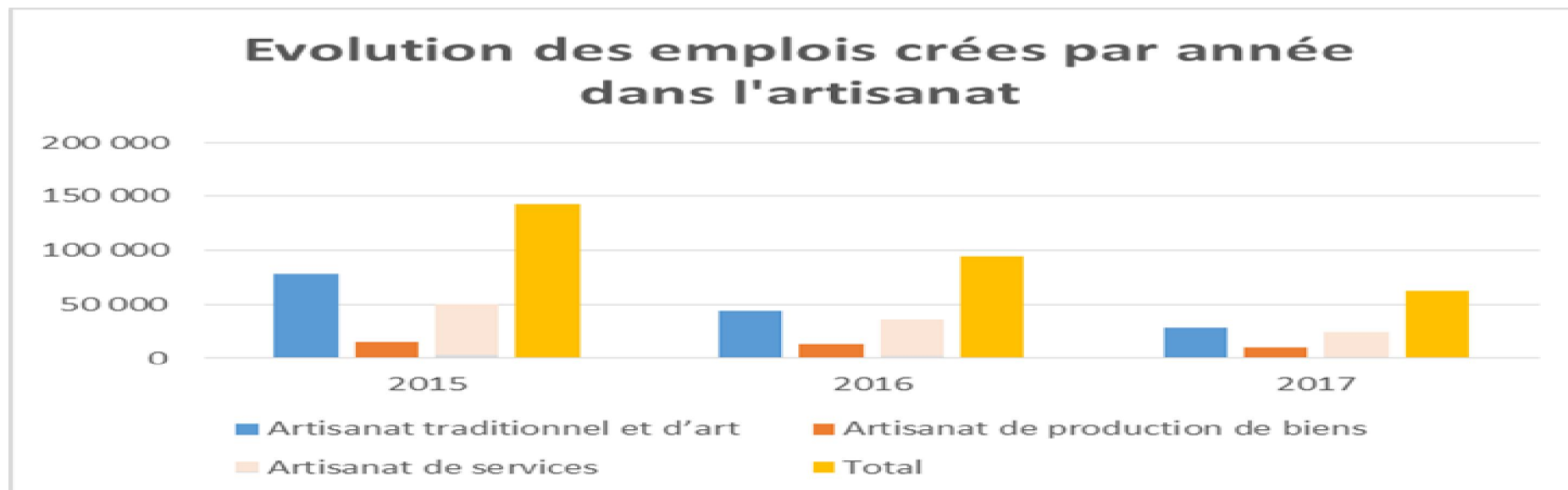
Source : Direction Générale de l'Artisanat



## Les emplois créés dans l'artisanat

Domaine	Emplois créés durant l'année 2015		Emplois créés durant l'année 2016		Emplois créés durant l'année 2017	
	Nombre	Taux (%)	Nombre	Taux (%)	Nombre	Taux (%)
<b>Artisanat traditionnel et d'art</b>	77 932	55	44 670	48	28 360	45
<b>Artisanat de production de biens</b>	14 763	10	12 665	13	10 455	17
<b>Artisanat de services</b>	50 276	35	36 662	39	23 915	38
<b>Total</b>	<b>142 971</b>	<b>100</b>	<b>93 997</b>	<b>100</b>	<b>62 730</b>	<b>100</b>

Source : Direction Générale de l'Artisanat





# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Aménagement du Territoire du Tourisme et de l'Artisanat

Direction Des Systèmes d'Information et des Statistiques

Sous Direction des Statistiques

Programme régional de renforcement des capacités en matière des statistiques du  
tourisme, de l'OMT

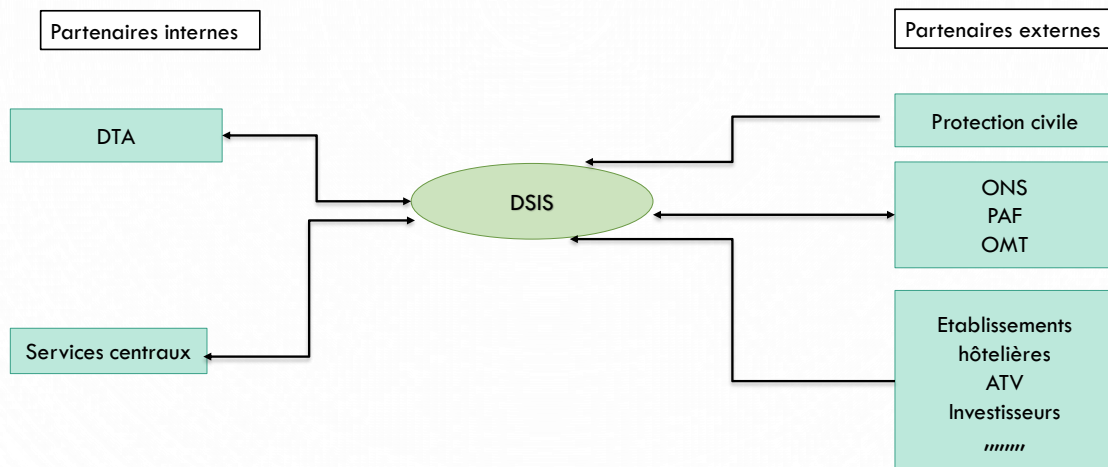
## Production des Statistiques du Tourisme en Algérie

Palais des Nations , Alger

13, 14 et 15 février 2017



### Schémas de Collecte des Données du Tourisme



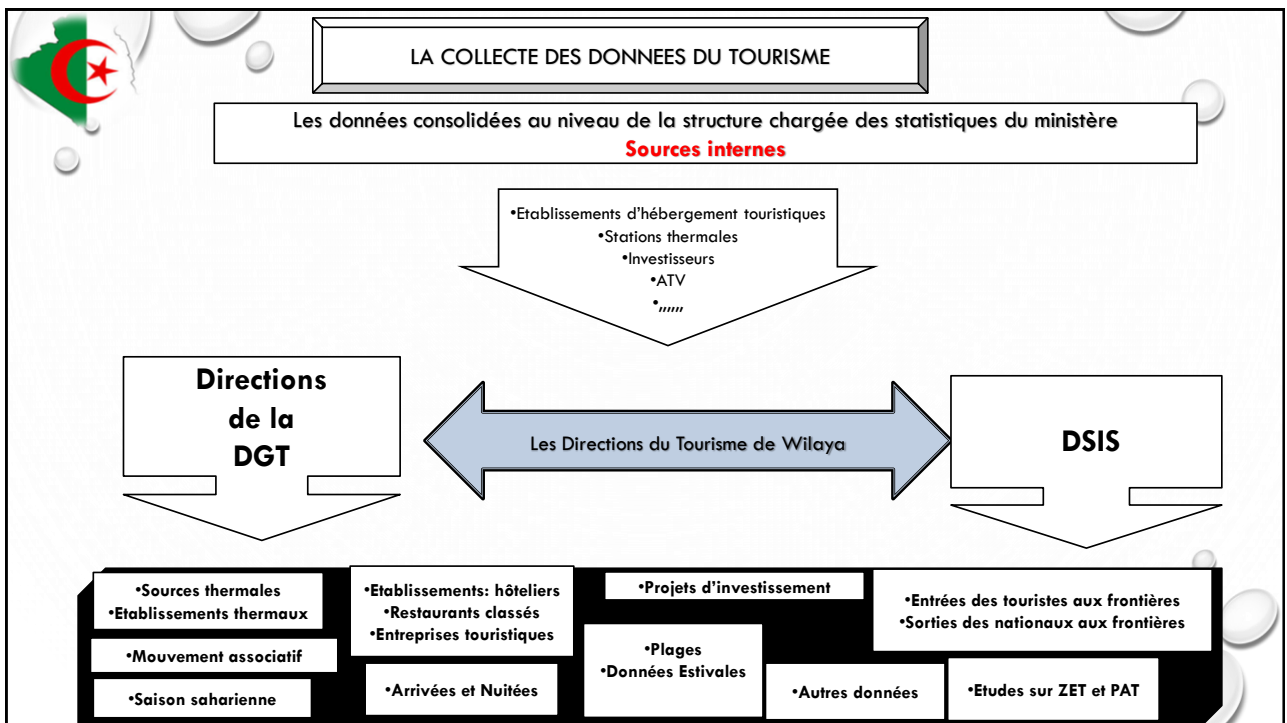
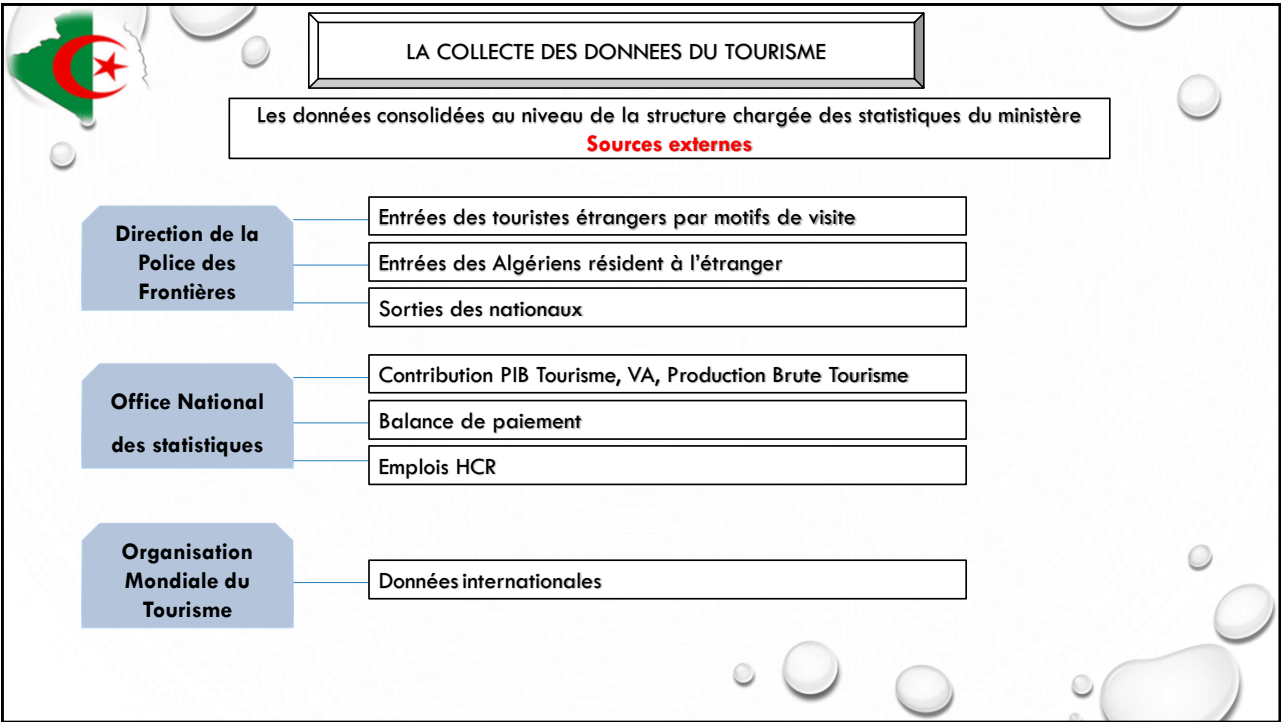
DTA: Direction Tourisme et Artisanat

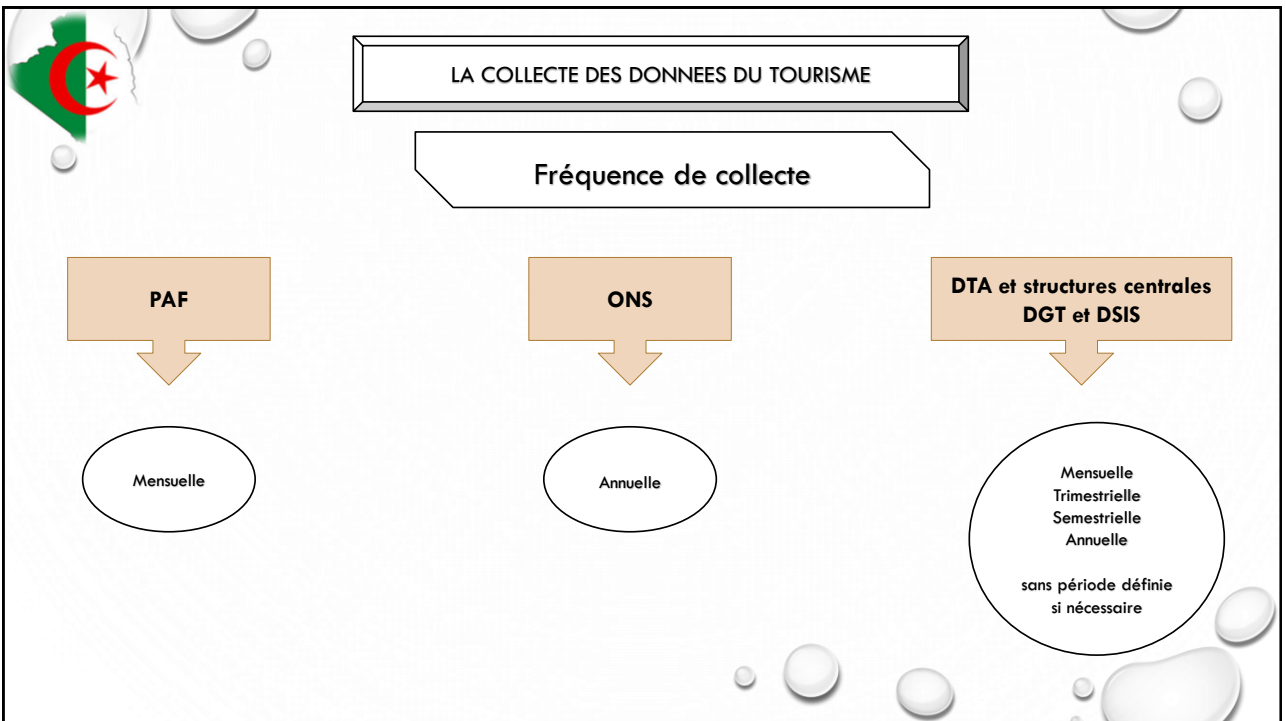
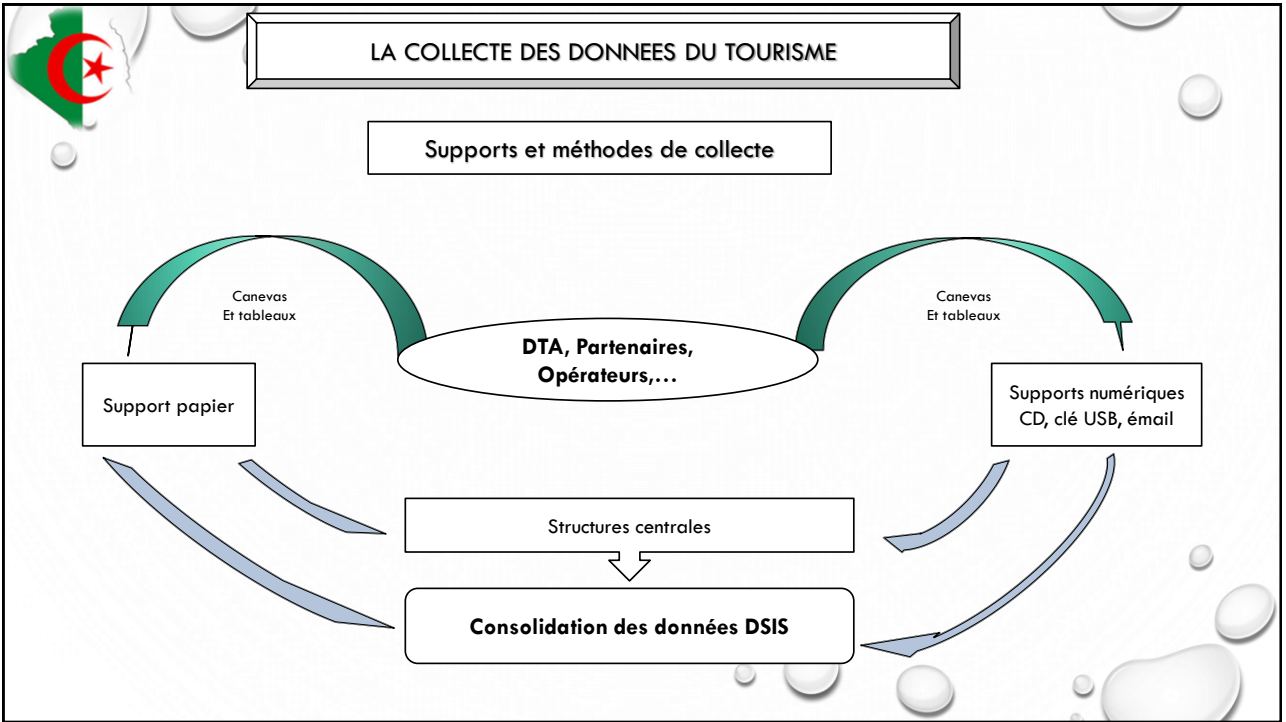
Services Centraux: Directions Centrales de la Direction Générale du Tourisme

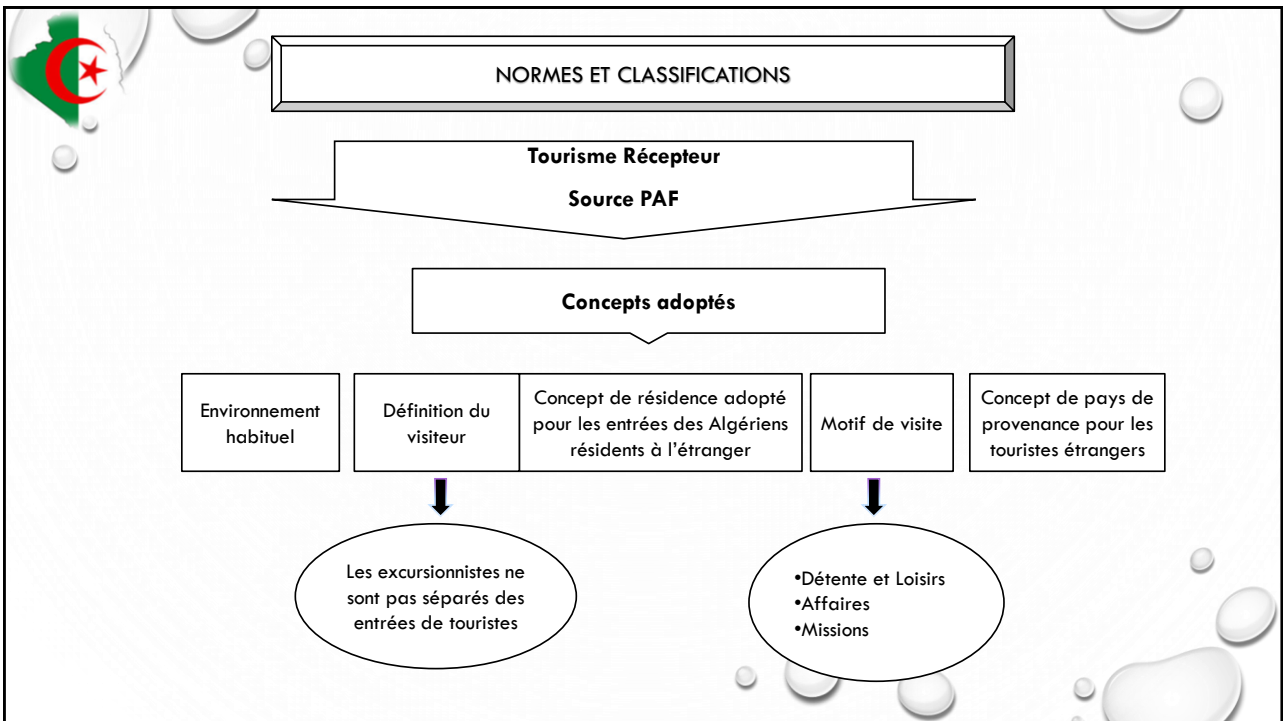
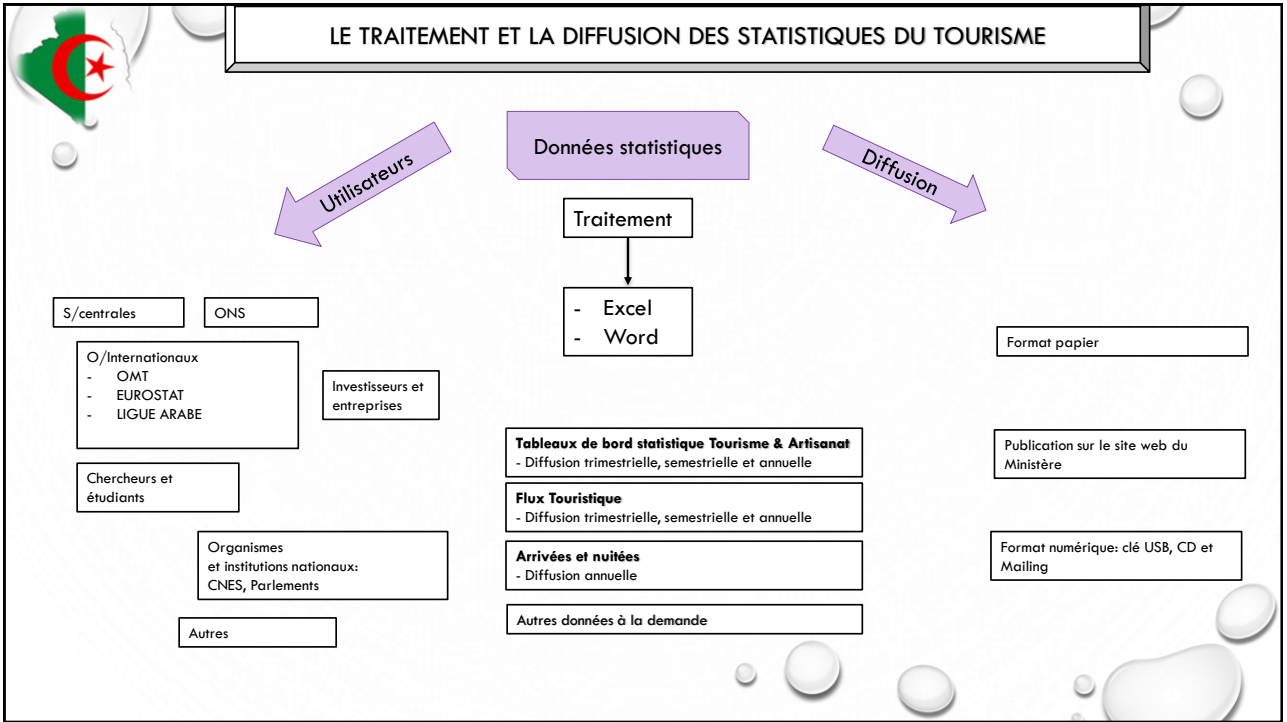
DSIS: Direction des Systèmes d'information s et des Statistiques

PAF: Police des Frontières



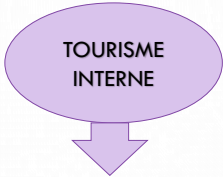






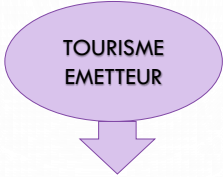


## NORMES ET CLASSIFICATIONS



Source DTA

- Arrivées et nuitées par nationalité
- Saison saharienne par nationalité



Source PAF

Données par pays de destination



Source ONS

- Balance de paiement
- Recettes et dépenses touristiques globales
- Enquêtes emploi ONS (trois fois par an)

## Les entrées des touristes internationaux en Algérie



### Evolution des entrées des touristes en Algérie 1985-2015 :

Année	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Entrées touristes	984 067	849 399	777 428	966 906	1 206 865	1 136 918	1 193 210	1 119 548	1 127 545	804 713	519 576	604 968	634 752	678 448	748 536
Taux de croissance (%)	-	-13,68%	-8,47%	24,37%	24,82%	-5,80%	4,95%	-6,17%	0,71%	-28,63%	-35,43%	16,43%	4,92%	6,88%	10,33%
Total des étrangers	407 393	347 725	272 705	446 906	661 159	685 815	722 682	624 096	571 993	336 226	97 648	93 491	94 832	107 214	140 861
Taux de croissance (%)	-	-14,65%	-21,57%	63,88%	47,94%	3,73%	5,38%	-13,64%	-8,35%	-41,22%	-70,96%	-4,26%	1,43%	13,06%	31,38%
Algériens résidents à l'étranger	576 674	501 674	504 723	520 000	545 706	451 103	470 528	495 452	555 552	468 487	421 928	511 477	539 920	571 234	607 675
Taux de croissance (%)	-	-13,01%	0,61%	3,03%	4,94%	-17,34%	4,31%	5,30%	12,13%	-15,67%	-9,94%	21,22%	5,56%	5,80%	6,38%

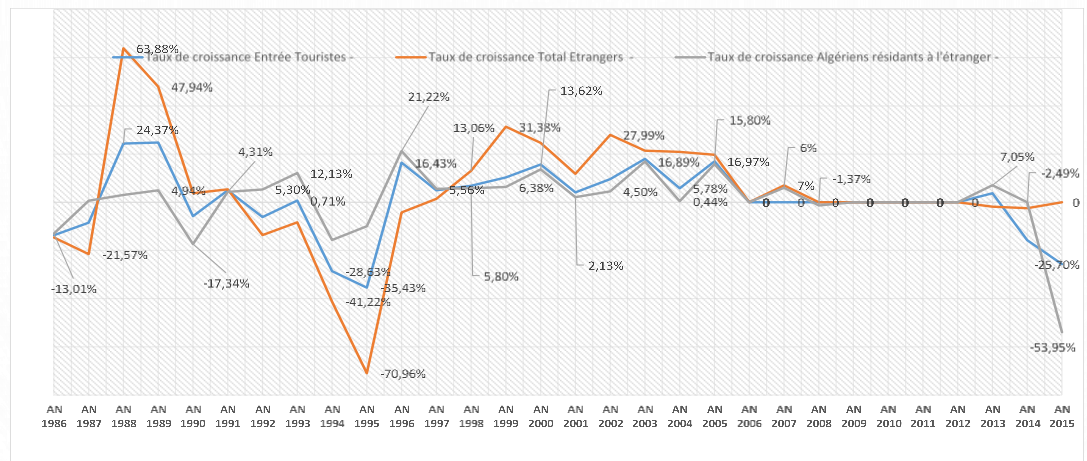
Source : Direction de la Police des Frontières

Année	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Entrées touristes	865 984	901 416	988 061	1 166 287	1 233 719	1 443 090	1 637 582	1 740 000	1 772 000	1 911 506	2 070 496	2 394 887	2 634 056	2 732 731	2 301 373	1 709 994
Taux de croissance (%)	15,69%	4,09%	9,61%	18,04%	5,78%	16,97%	13,48%	6,5%	1,64%	7,89%	8,31%	15,66%	9,98%	3,75%	-15,78%	-25,70%
Total des étrangers	175 538	196 229	251 145	304 914	368 662	441 206	478 358	511 000	557 000	655 810	654 987	901 642	981 955	964 153	940 125	1 088 121
Taux de croissance (%)	24,62%	11,79%	27,99%	21,41%	20,87%	19,71%	8,42%	7%	8,9%	17,80%	-0,12%	37,66%	8,91%	-1,81%	-2,49%	15,21%
Algériens résidents à l'étranger	690 446	705 187	736 915	861 373	865 157	1 001 884	1 159 224	1 230 000	1 215 000	1 255 696	1 415 509	1 493 245	1 652 101	1 768 578	1 361 248	626 873
Taux de croissance (%)	13,62%	2,13%	4,50%	16,89%	0,44%	15,80%	15,70%	6%	-1,37%	3,35%	12,72%	5,49%	10,64%	7,05%	-23,03%	-53,95%

Source : Direction de la Police des Frontières



### Interprétation graphique des différents taux de croissance





#### Commentaire

- Pendant les années 80, le nombre de touristes a dépassé 984 000 touristes(1985). La crise économique de 1986 a fait régresser le nombre de touristes, en Algérie, de près de 14%.
- Ce nombre a connu une hausse en 1989, pour atteindre 1,21 millions de touristes (le plus important nombre atteint pour les années 80 et 90).
- Durant les années 90, le nombre le plus important de touristes était de 1.19 millions, enregistré en 1991, en notant qu'une baisse de près de 6% a été enregistrée, en 1990.
- L'année 1995, peut être considérée comme la plus mauvaise dans l'histoire du tourisme Algérien, en raison de la baisse vertigineuse de près de 80% pour les touristes étrangers, et dépassant les 35% dans le total des touristes. Cette chute est liée à une conjoncture spécifique à la conjugaison des effets de la guerre du Golfe et la situation interne du pays.
- A partir de 1997, avec la relative accalmie sur le plan sécuritaire, on relève une amorce dans l'amélioration de l'image du pays à l'étranger et quelques prémisses d'un intérêt naissant des touristes envers l'Algérie. Le nombre de touristes est passé à 634 752 durant cette année.
- Dans le même contexte, les flux touristiques ont enregistré des croissances considérables, la plus importante a été atteinte en 2013, avec 1.7 millions de touristes.
- Cette situation positive a positionné l'Algérie, depuis plusieurs années en cinquième rang, en nombre de touristes dans le continent africain, après le Maroc, l'Egypte, l'Afrique du Sud et la Tunisie.

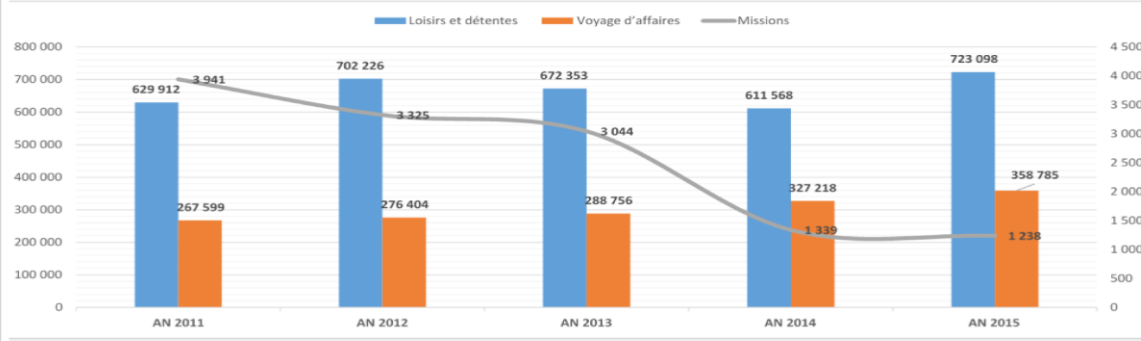


- Néanmoins, et à l'égard de la crise économique mondiale, ainsi que l'instabilité sécuritaire dans les pays limitrophes, le tourisme algérien a été influencé par cette conjoncture.
- Les chiffres enregistrés notamment pour l'année 2014, confirment ce constat. Nous avons recensé une importante baisse de près de 16%, dans le total des touristes entrés en Algérie, avec des régressions de 23% pour les algériens résidents à l'étranger et de près de 2.5% pour les touristes étrangers.
- A fin 2015, il est enregistré une baisse de 25,70%; cette régression est fortement enregistrée dans le nombre des entrées des algériens résidents à l'étranger (près de 54%). En revanche, le nombre de touristes étrangers a marqué une progression remarquable de 15,21% par rapport à l'année 2014.
- Ces baisses continuent pour l'année en cours.

**Cette situation s'explique d'une part, comme il a été mentionné ultérieurement, en raison de la crise économique mondiale, qui a limité le nombre de fois dont les algériens non-résidents visitent leurs pays, et d'autre part, par rapport à des destinations concurrentielles qui attirent ces algériens non-résidents, notamment en périodes de vacances.**

## Evolution des entrées des touristes en Algérie par motif de visite

Année	Loisirs et détente	Voyage d'affaires	Missions
	AN 2011	629 912	267 789
Taux de croissance (%)	-	-	-
AN 2012	702 226	276 404	3 325
Taux de croissance (%)	11,48%	3,22%	-15,63%
AN 2013	672 353	288 756	3 044
Taux de croissance (%)	-4,25%	4,47%	-8,45%
AN 2014	611 568	327 218	1 339
Taux de croissance (%)	-9,04%	13,32%	-56,01%
AN 2015	723 098	358 785	1 238
Taux de croissance (%)	18,24%	9,65%	-7,54%



### Commentaire

- Loisirs et détente : les entrées des touristes par motif détente et loisirs, ne cessent de représenter les pourcentages le plus importants dans le total des touristes étrangers, ils ont varié, pour la période 2011-2015, par le taux le plus important enregistré en 2012, soit 71,51% et leur densité la plus faible a été recensée en 2014 et qui est de 65,05% .

Tandis qu'en 2015, 66,76% des touristes étrangers sont entrés en Algérie pour motif détente et loisirs.

En termes de croissance, et après les baisses consécutives enregistrées en 2013 et en 2014, le nombre de touristes pour ce motif a connu une hausse de 18,24%, pendant l'année 2015.

- Voyages d'affaires :

Les voyages d'affaires se maintiennent dans leur positionnement, dans les flux touristiques en destination de notre pays, les statistiques recensées confirment cette tendance positive, notamment que pendant les cinq dernières années, les taux de croissances sont en hausse permanente.

La hausse la plus importante a été enregistrée en 2014 (13,32%), leur nombre est passé de 267.789 en 2011, pour atteindre 358.785 touristes en 2015.

- Missions :

Le motif missions reste modeste, en nombre d'entrées, en Algérie, son poids dans le nombre total des touristes étrangers n'a pas dépassé 0,44% pendant les cinq dernières années.

### conclusion

Il est constaté que pendant la période étudiée, le poids du nombre de touristes pour motif loisirs et détente connaît une tendance à la baisse au profit notamment du motif affaires.

L'année 2015 est marquée par la reprise de la croissance positive pour le motif de visite loisirs et détente, ainsi que le motif de visite affaires qui continu à afficher des hausses, cette tendance positive influence positivement la hausse des entrées des touristes étrangers en Algérie.

En revanche, les statistiques recensées pour les cinq dernières années, augurent d'un avenir prometteur pour le tourisme d'affaires en Algérie.



**Evolution des entrées des touristes par motif de visite et par principaux pays de Provence :**

Dans ce point, sont analysées les données des dix (10) principaux pays de provenance du tourisme en Algérie, et ce selon le motif de visite.

pays	2011			2012			2013			2014			2015		
	loisirs	affaires	missions	loisirs	affaires	missions	loisirs	affaires	missions	loisirs	affaires	missions	loisirs	affaires	missions
Tunisie	474618	10195	220	521083	10431	82	520127	13015	80	455454	18491	11	557397	17857	46
France	51007	59 929	1 305	59615	58743	1160	55087	63010	629	63284	57733	255	79549	69945	175
Maroc	8247	8 951	20	11395	9706	24	13601	13151	8	20025	17936	0	34768	18663	6
Chine	416	19 475	262	677	24616	90	1548	22784	112	274	27294	52	534	47468	54
Espagne	8902	19 071	78	10854	22079	116	10668	23735	52	12515	24782	17	6652	25715	14
Turquie	670	8 790	193	1146	9052	171	2285	12051	213	3746	17377	184	6535	24833	165
Italie	6722	12274	131	7854	15062	154	5836	16497	127	2997	17214	40	2319	18325	51
Allemagne	1794	7549	149	2063	7745	129	1450	8664	74	1675	9475	42	2138	7412	12
Portugal	855	4682	47	1251	5970	36	699	7672	42	793	7429	30	842	8028	2
Grande Bretagne	569	7364	59	1109	6267	36	1334	5799	50	537	7204	16	1182	6494	10
Sous total	553800	158280	2464	617047	169671	1998	612635	186378	1387	561300	204935	647	691916	244740	535
Total	629912	267789	3941	702226	276404	3325	672353	288756	3044	611568	327218	1339	723098	358785	1238



**Evolution des entrées des touristes en Algérie par motif de visite (loisirs et détente) :**

pays	2011			2012			2013			2014			2015		
	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %
Tunisie	474618	-	75,35	521083	9,79	74,20	520127	-0,18	77,36	455454	-12,43	74,47	557397	22,38	77,08
France	51007	-	8,10	59615	16,88	8,49	55087	-7,60	8,19	63284	14,88	10,35	79549	25,70	11,00
Maroc	8247	-	1,31	11395	38,17	1,62	13601	19,36	2,02	20025	47,23	3,27	34768	73,62	4,81
Chine	416	-	0,07	677	62,74	0,10	1548	128,66	0,23	274	-82,30	0,04	534	94,89	0,07
Espagne	8902	-	1,41	10854	21,93	1,55	10668	-1,71	1,59	12515	17,31	2,05	6652	-46,85	0,92
Turquie	670	-	0,11	1146	71,04	0,16	2285	99,39	0,34	3746	63,94	0,61	6535	74,45	0,90
Italie	6722	-	1,07	7854	16,84	1,12	5836	-25,69	0,87	2997	-48,65	0,49	2319	-22,62	0,32
Allemagne	1794	-	0,28	2063	14,99	0,29	1450	-29,71	0,22	1675	15,52	0,27	2138	27,64	0,30
Portugal	855	-	0,14	1251	46,32	0,18	699	-44,12	0,10	793	13,45	0,13	842	6,18	0,12
Grande Bretagne	569	-	0,09	1109	94,90	0,16	1334	20,29	0,20	537	-59,75	0,09	1182	120,11	0,16
Sous total	553800	-	87,92	617047	11,42	87,87	612635	-0,72	91,12	561300	-8,38	91,78	691916	23,27	95,69
Total	629912	-	100	702 226	11,48	100	672353	-4,25	100	611568	-9,04	100	723098	18,24	100





### Evolution des entrées des touristes en Algérie par motif de visite (Affaires)

pays	2011			2012			2013			2014			2015		
	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %
Tunisie	10195	-	3,81	10431	2,31	3,77	13015	24,77	4,51	18491	42,07	5,65	17857	-3,43	4,98
France	59929	-	22,38	58743	-1,98	21,25	63010	7,26	21,82	57733	-8,37	17,64	69945	21,15	19,49
Maroc	8951	-	3,34	9706	8,43	3,51	13151	35,49	4,55	17936	36,39	5,48	18663	4,05	5,20
Chine	19475	-	7,27	24616	26,40	8,91	22784	-7,44	7,89	27294	19,79	8,34	47468	73,91	13,23
Espagne	19071	-	7,12	22079	15,77	7,99	23735	7,50	8,22	24782	4,41	7,57	25715	3,76	7,17
Turquie	8790	-	3,28	9052	2,98	3,27	12051	33,13	4,17	17377	44,20	5,31	24833	42,91	6,92
Italie	12274	-	4,58	15062	22,71	5,45	16497	9,53	5,71	17214	4,35	5,26	18325	6,45	5,11
Allemagne	7549	-	2,82	7745	2,60	2,80	8664	11,87	3,00	9475	9,36	2,90	7412	-21,77	2,07
Portugal	4682	-	1,75	5970	27,51	2,16	7672	28,51	2,66	7429	-3,17	2,27	8028	8,06	2,24
Grande Bretagne	7364	-	2,75	6267	-14,90	2,27	5799	-7,47	2,01	7204	24,23	2,20	6494	-9,86	1,81
Sous total	158280	-	59,11	169671	7,20	61,39	186378	9,85	64,55	204935	9,96	62,63	244740	19,42	68,21
Total	267789	-	100	276404	3,22	100	288756	4,47	100	327218	13,32	100	358785	9,65	100



### Evolution des entrées des touristes en Algérie par motif de visite (mission)

pays	2011			2012			2013			2014			2015		
	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %	nombre	taux de croissance %	Pourcentage %
Tunisie	220	-	5,58	82	-62,73	2,47	80	-2,44	2,63	11	-86,25	0,82	46	318,18	3,72
France	1305	-	33,11	1160	-11,11	34,89	629	-45,78	20,66	255	-59,46	19,04	175	-31,37	14,14
Maroc	20	-	0,51	24	20,00	0,72	8	-66,67	0,26	0	-100,00	0,00	6	0	0,48
Chine	262	-	6,65	90	-65,65	2,71	112	24,44	3,68	52	-53,57	3,88	54	3,85	4,36
Espagne	78	-	1,98	116	48,72	3,49	52	-55,17	1,71	17	-67,31	1,27	14	-17,65	1,13
Turquie	193	-	4,90	171	-11,40	5,14	213	24,56	7,00	184	-13,62	13,74	165	-10,33	13,33
Italie	131	-	3,32	154	17,56	4,63	127	-17,53	4,17	40	-68,50	2,99	51	27,50	4,12
Allemagne	149	-	3,78	129	-13,42	3,88	74	-42,64	2,43	42	-43,24	3,14	12	-71,43	0,97
Portugal	47	-	1,19	36	-23,40	1,08	42	16,67	1,38	30	-28,57	2,24	2	-93,33	0,16
Grande Bretagne	59	-	1,50	36	-38,98	1,08	50	38,89	1,64	16	-68,00	1,19	10	-37,50	0,81
Sous total	2464	-	62,52	1998	-18,91	60,09	1387	-30,58	45,57	647	-53,35	48,32	535	-17,31	43,21
Total	3941	-	100	3325	-15,63	100	3044	-8,45	100	1339	-56,01	100	1238	-7,54	100



**Commentaires :**

Les dix principaux pays sélectionnés ont représenté respectivement plus de 79% et 86.5% du total des touristes étrangers, en 2011 et en 2015.

- **Loisirs et détente :**

Plus de 75% des touristes étrangers, entrés en Algérie, pour motif détente et loisirs, en 2011, sont des tunisiens, ce taux est passé à 77% en 2015. Les français viennent en second rang avec des taux respectifs de 8%, en 2011, et une hausse à 11%, en 2015, dans le total des touristes étrangers du même motif. Le nombre de touristes pour les autres provenances demeure modeste, en constatant des croissances positives pour certains pays, notamment la Turquie dont le nombre de touristes est passé de 670 en 2011, à 6535, en 2015 et la grande Bretagne, où leur nombre a atteint 1182 en 2015, et qui était de seulement 569, en 2011.

Concernant les baisses, elles sont enregistrées des provenances d'Espagne et de l'Italie.

- **Voyages d'affaires :**

Concernant les voyages d'affaires, les français sont en tête des Provenances, avec près de 19.5%, du total des touristes étrangers, ayant visité l'Algérie, pour ce motif, en 2015, ce taux était de 22.38%, en 2011.

Le nombre de français dans le motif affaire, a haussé de plus de 21%, en 2015, par rapport à 2014, après la baisse enregistrée en 2014, et qui était de 8.37%. Concernant les autres pays, et dans le même motif, les taux respectifs, en 2015, sont de 13.23% de la chine, 7.17% de l'Espagne, 6.92% de la Turquie et 5.11% de l'Italie.

En 2011, ces pourcentages étaient respectivement de 7.27%, 7.12%, 3.28% et 4.58%.

Des hausses importantes ont été enregistrées, en 2015, dans le nombre de chinois et turques, respectivement de près de 74% et de près de 43%.

- **Missions :**

Les principales provenances des missions, en Algérie, sont la France et la Turquie, leurs pourcentages sont respectivement de 14.14% et 13.33%, en 2015. Leurs poids respectifs, en 2011, étaient de 33.11% et 4.90%.

Les autres provenances varient d'un pays à un autre, sans pour autant influençant la tendance du nombre de ces entrées.

**Conclusion**

Il est constaté que les dix premiers pays de provenance des touristes, en Algérie, demeurent presque les mêmes, pour les cinq dernières années, néanmoins des fluctuations dans les tendances sont observées, notamment avec l'émergence continue de nouveaux marchés pour le tourisme d'affaires, comme la chine et la Turquie.

En ce qui concerne les loisirs et la détente, les marchés habituels, notamment en provenance de l'Europe restent fidèles, malgré certaines régressions recensées, pendant la période étudiée.



**PROJETS DE MISE A NIVEAU DES STATISTIQUES DU TOURISME EN ALGERIE**

OMT

Le renforcement du système statistique du tourisme

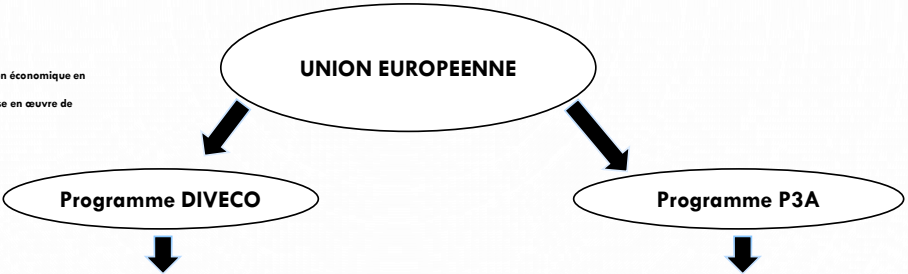
Le développement d'un compte satellite du tourisme expérimental

- Termes de références élaborées par un expert de l'OMT
- Le cout global des projets est estimé à 845 900 US Dollars (l'estimation a été faite à fin 2014)
- Le plan d'action est prévu en cinq phases continues pour une durée maximale de 36 mois
- Projets en attente de financement



## PROJETS DE MISE A NIVEAU DES STATISTIQUES DU TOURISME EN ALGERIE

DIVECO: Appui à la Diversification économique en Algérie,  
P3A: Programme d'appui à la mise en œuvre de l'accord d'association



**Système d'Information Statistique du tourisme**

- Un système décisionnel complet de plus de 750 variables, 72 indicateurs qui vont composer le tableau de bord et environ 70 axes d'analyse.
- Le montant de réalisation du SIST est près de 65 Millions DA,
- Le SIST sera opérationnel, au cours de l'année 2017

L'assistance et la contribution à la mesure et l'amélioration de la fiabilité des données statistiques liées au tourisme, ainsi que la recherche d'outils efficaces pour la veille stratégique dans le domaine statistique et économique du tourisme algérien

Programme pour la période 2017-2019

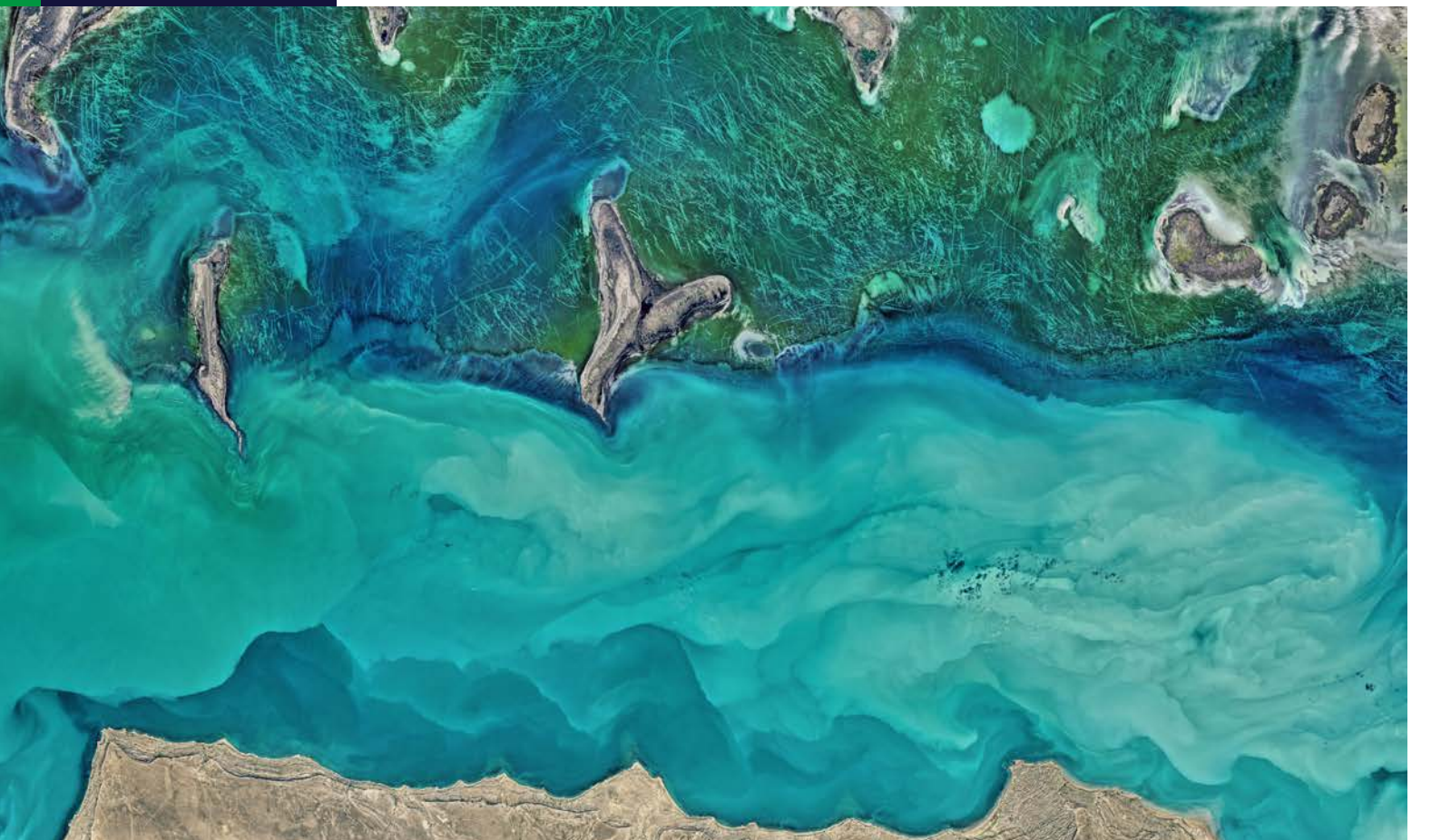
# MERCI POUR VOTRE ATTENTION






WORLD  
TRAVEL &  
TOURISM  
COUNCIL

TRAVEL & TOURISM  
ECONOMIC IMPACT 2017  
ALGERIA





For more information, please contact:

**ROCHELLE TURNER** | Research Director  
[rochelle.turner@wttc.org](mailto:rochelle.turner@wttc.org)

**EVELYNE FREIERMUTH** | Policy & Research Manager  
[evelyne.freiermuth@wttc.org](mailto:evelyne.freiermuth@wttc.org)

COVER: Ice Scours The North Caspian Sea - NASA  
INSIDE COVER: Prince Regent National Park, Australia - NASA



# FOREWORD

The United Nations has designated 2017 the *International Year of Sustainable Tourism for Development*. As one of the world's largest economic sectors, Travel & Tourism creates jobs, drives exports, and generates prosperity across the world. The International Year provides an enormous opportunity to further showcase the tremendous economic, social, cultural, environmental, and heritage value that the sector can bring.

The right policy and investment decisions are only made with empirical evidence. For over 25 years, the World Travel & Tourism Council (WTTC) has been providing this evidence, quantifying the economic and employment impact of Travel & Tourism. This year, the 2017 Annual Economic Reports cover 185 countries and 26 regions of the world, providing the necessary data on 2016 performance as well as unique 10-year forecasts on the sector's potential.

Despite the ever-increasing and unpredictable shocks from terrorist attacks and political instability, to health pandemics and natural disasters, Travel & Tourism continued to show its resilience in 2016, contributing direct GDP growth of 3.1% and supporting 6 million net additional jobs in the sector. In total, Travel & Tourism generated US\$7.6 trillion (10.2% of global GDP) and 292 million jobs in 2016, equivalent to 1 in 10 jobs in the global economy. The sector accounted for 6.6% of total global exports and almost 30% of total global service exports.

For the sixth successive year, growth in Travel & Tourism outpaced that of the global economy (2.5%). Additionally in 2016, direct Travel & Tourism GDP growth not only outperformed the economy-wide growth recorded in 116 of the 185 countries covered by the annual economic impact research (including in major Travel & Tourism economies such as Australia, Canada, China, India, Mexico and South Africa), but it also was stronger than the growth recorded in the financial and business services, manufacturing, public services, retail and distribution, and transport sectors.

The outlook for the Travel & Tourism sector in 2017 remains robust and will continue to be at the forefront of wealth and employment creation in the global economy, despite the emergence of a number of challenging headwinds. Direct Travel & Tourism GDP growth is expected to accelerate to 3.8%, up from 3.1% in 2016. As nations seem to be looking increasingly inward, putting in place barriers to trade and movement of people, the role of Travel & Tourism becomes even more significant, as an engine of economic development and as a vehicle for sharing cultures, creating peace, and building mutual understanding.

Over the longer term, growth of the Travel & Tourism sector will continue to be strong so long as the investment and development takes place in an open and sustainable manner. Enacting pro-growth travel policies that share benefits more equitably can foster a talent and business environment necessary to enable Travel & Tourism to realise its potential. In doing so, not only can we expect the sector to support over 380 million jobs by 2027, but it will continue to grow its economic contribution, providing the rationale for the further protection of nature, habitats, and biodiversity.

WTTC is proud to continue to provide the evidence base required in order to help both public and private bodies make the right decisions for the future growth of a sustainable Travel & Tourism sector.

**David Scowsill**  
President & CEO



# CONTENTS

## THE ECONOMIC IMPACT OF TRAVEL & TOURISM MARCH 2017

### FOREWORD

2017 ANNUAL RESEARCH: KEY FACTS .....	1
DEFINING THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM .....	2
TRAVEL & TOURISM'S CONTRIBUTION TO GDP .....	3
TRAVEL & TOURISM'S CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT .....	4
VISITOR EXPORTS AND INVESTMENT .....	5
DIFFERENT COMPONENTS OF TRAVEL & TOURISM .....	6
COUNTRY RANKINGS: ABSOLUTE CONTRIBUTION, 2016 .....	7
COUNTRY RANKINGS: RELATIVE CONTRIBUTION, 2016 .....	8
COUNTRY RANKINGS: REAL GROWTH, 2016 .....	9
COUNTRY RANKINGS: LONG TERM GROWTH, 2017 - 2027 .....	10
SUMMARY TABLES: ESTIMATES & FORECASTS .....	11
THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM: REAL 2016 PRICES .....	12
THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM: NOMINAL PRICES .....	13
THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM: GROWTH .....	14
GLOSSARY .....	15
METHODOLOGICAL NOTE .....	16
REGIONS, SUB-REGIONS & COUNTRIES .....	17

---



# ALGERIA

## 2017 ANNUAL RESEARCH: KEY FACTS <sup>1</sup>

### 2017 FORECAST

#### GDP: DIRECT CONTRIBUTION

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP was DZD599.7bn (USD5.5bn), 3.6% of total GDP in 2016 and is forecast to rise by 0.4% in 2017, and to rise by 1.1% pa, from 2017-2027, to DZD671.4bn (USD6.1bn), 3.2% of total GDP in 2027.



#### GDP: TOTAL CONTRIBUTION

The total contribution of Travel & Tourism to GDP was DZD1,230.7bn (USD11.2bn), 7.4% of GDP in 2016, and is forecast to fall by 0.2% in 2017, and to rise by 1.7% pa to DZD1,454.7bn (USD13.3bn), 6.8% of GDP in 2027.



#### EMPLOYMENT: DIRECT CONTRIBUTION

In 2016 Travel & Tourism directly supported 346,500 jobs (3.1% of total employment). This is expected to rise by 0.1% in 2017 and rise by 0.2% pa to 355,000 jobs (2.8% of total employment) in 2027.



#### EMPLOYMENT: TOTAL CONTRIBUTION

In 2016, the total contribution of Travel & Tourism to employment, including jobs indirectly supported by the industry was 6.5% of total employment (731,500 jobs). This is expected to fall by 0.9% in 2017 to 725,000 jobs and rise by 0.7% pa to 776,000 jobs in 2027 (6.2% of total).



#### VISITOR EXPORTS

Visitor exports generated DZD35.8bn (USD326.9mn), 1.1% of total exports in 2016. This is forecast to grow by 3.4% in 2017, and grow by 3.0% pa, from 2017-2027, to DZD49.6bn (USD453.6mn) in 2027, 1.0% of total.



#### INVESTMENT

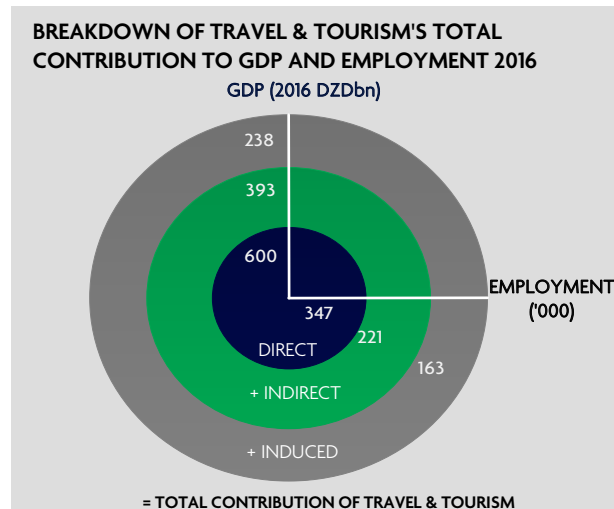
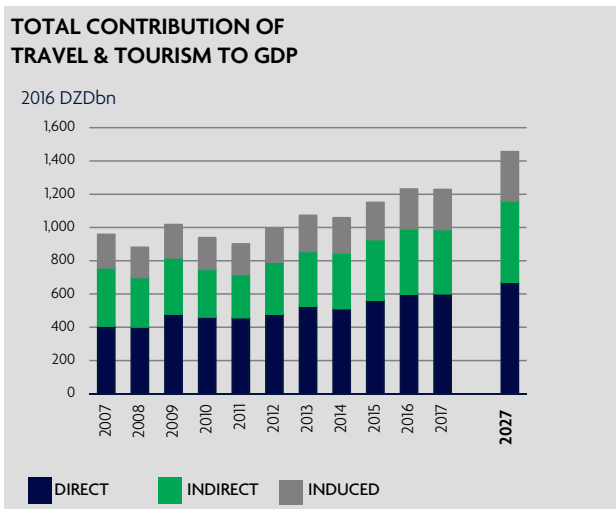
Travel & Tourism investment in 2016 was DZD196.1bn, 2.6% of total investment (USD1.8bn). It should fall by 2.9% in 2017, and rise by 4.1% pa over the next ten years to DZD283.8bn (USD2.6bn) in 2027, 2.8% of total.



<sup>1</sup>All values are in constant 2016 prices & exchange rates

### WORLD RANKING (OUT OF 185 COUNTRIES):

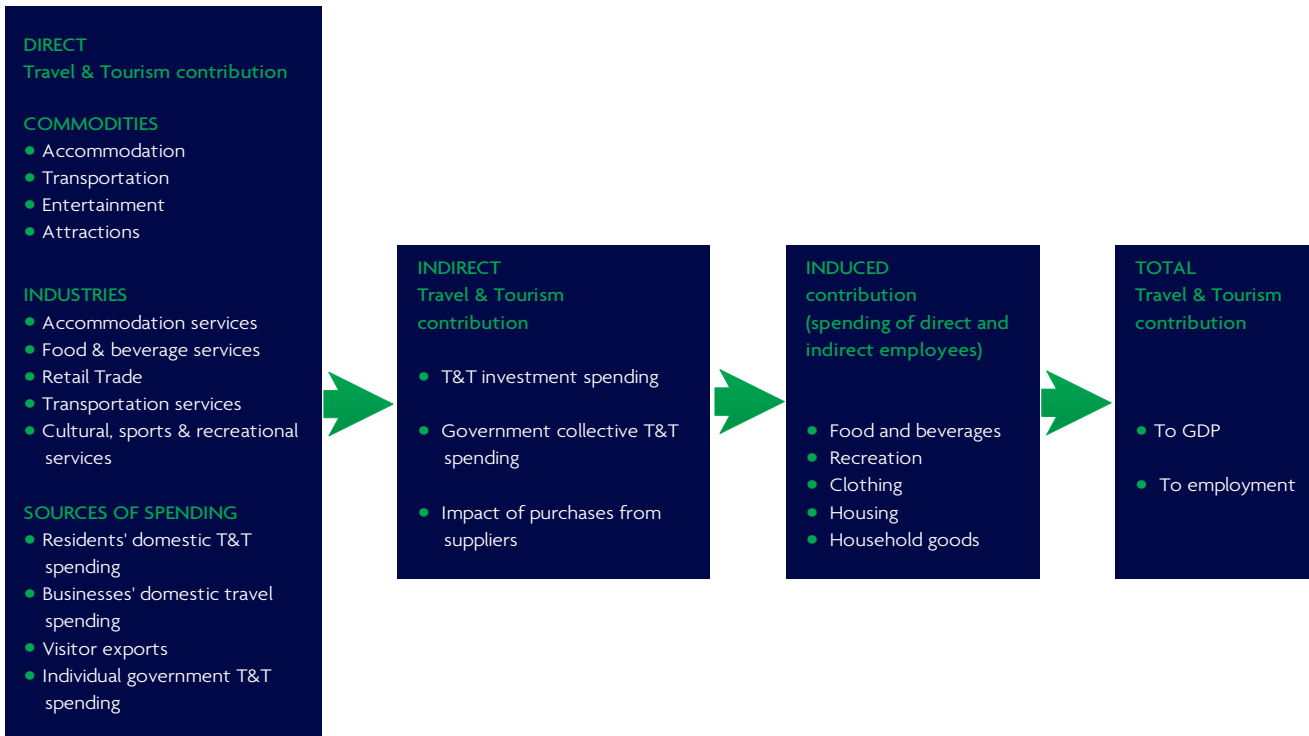
Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP





# DEFINING THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM

Travel & Tourism is an important economic activity in most countries around the world. As well as its direct economic impact, the industry has significant indirect and induced impacts. The UN Statistics Division-approved Tourism Satellite Accounting methodology (TSA:RMF 2008) quantifies only the direct contribution of Travel & Tourism. But WTTC recognises that Travel & Tourism's total contribution is much greater, and aims to capture its indirect and induced impacts through its annual research.



## DIRECT CONTRIBUTION

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP reflects the 'internal' spending on Travel & Tourism (total spending within a particular country on Travel & Tourism by residents and non-residents for business and leisure purposes) as well as government 'individual' spending - spending by government on Travel & Tourism services directly linked to visitors, such as cultural (eg museums) or recreational (eg national parks).

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP is calculated to be consistent with the output, as expressed in National Accounting, of tourism-characteristic sectors such as hotels, airlines, airports, travel agents and leisure and recreation services that deal directly with tourists. The direct contribution of Travel & Tourism to GDP is calculated from total internal spending by 'netting out' the purchases made by the different tourism sectors. This measure is consistent with the definition of Tourism GDP, specified in the 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008).

The total contribution of Travel & Tourism includes its 'wider impacts' (ie the indirect and induced impacts) on the economy. The 'indirect' contribution includes the GDP and jobs supported by:

- Travel & Tourism investment spending – an important aspect of both current and future activity that includes investment activity such as the purchase of new aircraft and construction of new hotels;
- Government 'collective' spending, which helps Travel & Tourism activity in many different ways as it is made on behalf of the 'community at large' – eg tourism marketing and promotion, aviation, administration, security services, resort area security services, resort area sanitation services, etc;
- Domestic purchases of goods and services by the sectors dealing directly with tourists – including, for example, purchases of food and cleaning services by hotels, of fuel and catering services by airlines, and IT services by travel agents.

The 'induced' contribution measures the GDP and jobs supported by the spending of those who are directly or indirectly employed by the Travel & Tourism industry.

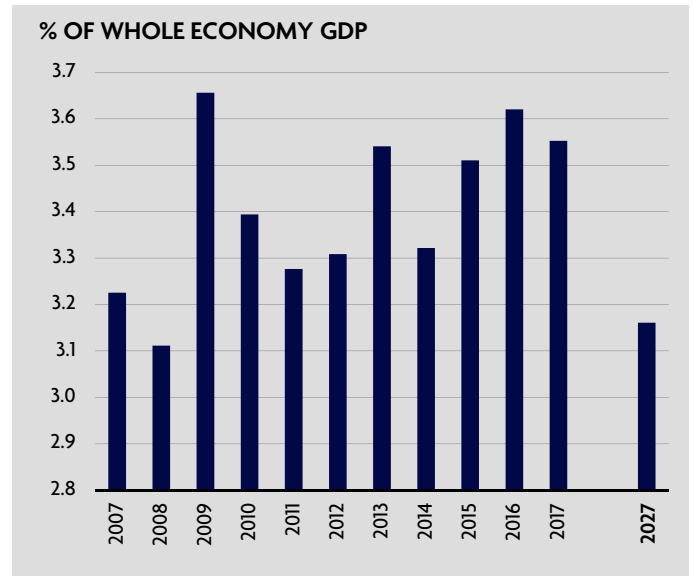
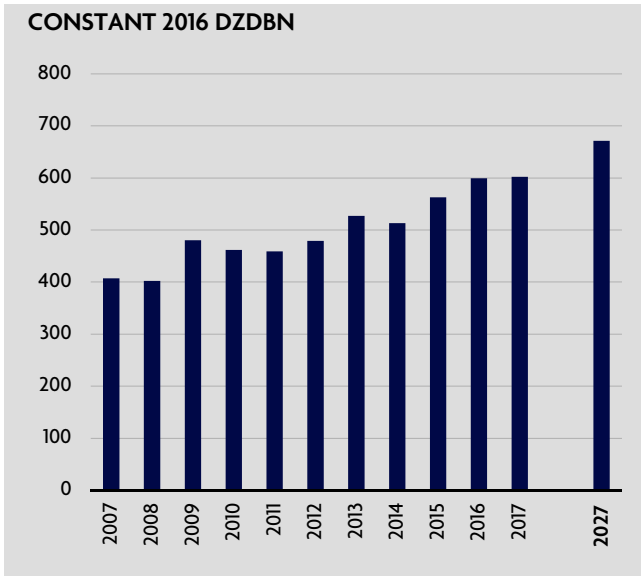
PLEASE NOTE THAT DUE TO CHANGES IN METHODOLOGY BETWEEN 2010 AND 2011, IT IS NOT POSSIBLE TO COMPARE FIGURES PUBLISHED BY WTTC FROM 2011 ONWARDS WITH THE SERIES PUBLISHED IN PREVIOUS YEARS.

# TRAVEL & TOURISM'S CONTRIBUTION TO GDP<sup>1</sup>

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP in 2016 was DZD599.7bn (3.6% of GDP). This is forecast to rise by 0.4% to DZD602.4bn in 2017. This primarily reflects the economic activity generated by industries such as hotels, travel agents, airlines and other passenger transportation services (excluding commuter services). But it also includes, for example, the activities of the restaurant and leisure industries directly supported by tourists.

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP is expected to grow by 1.1% pa to DZD671.4bn (3.2% of GDP) by 2027.

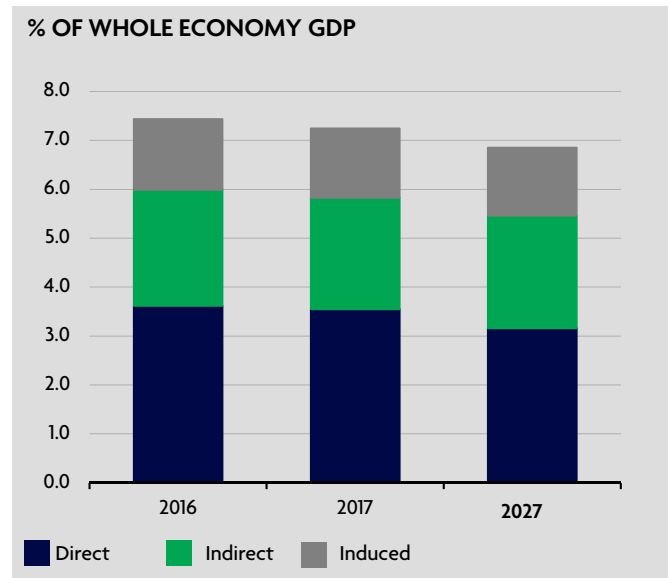
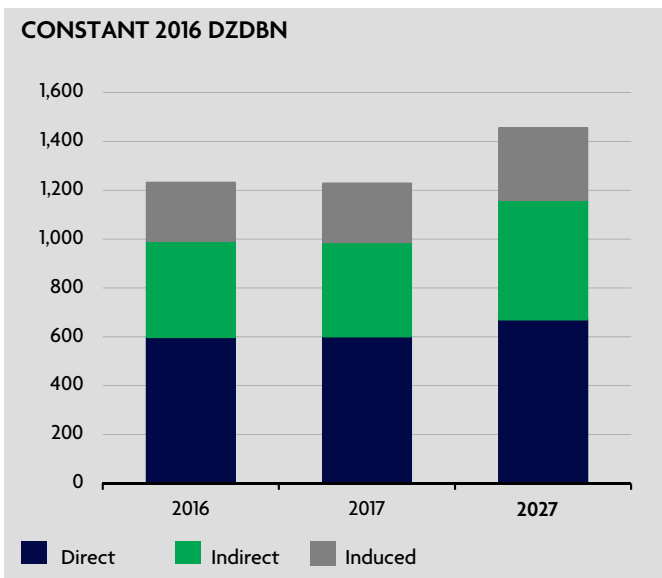
## ALGERIA: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



The total contribution of Travel & Tourism to GDP (including wider effects from investment, the supply chain and induced income impacts, see page 2) was DZD1,230.7bn in 2016 (7.4% of GDP) and is expected to grow by 0.2% to DZD1,227.8bn (7.2% of GDP) in 2017.

It is forecast to rise by 1.7% pa to DZD1,454.7bn by 2027 (6.8% of GDP).

## ALGERIA: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP



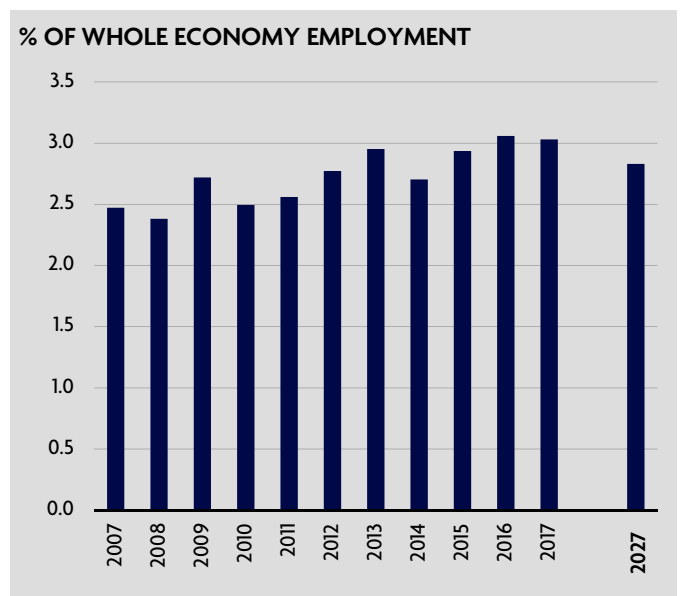
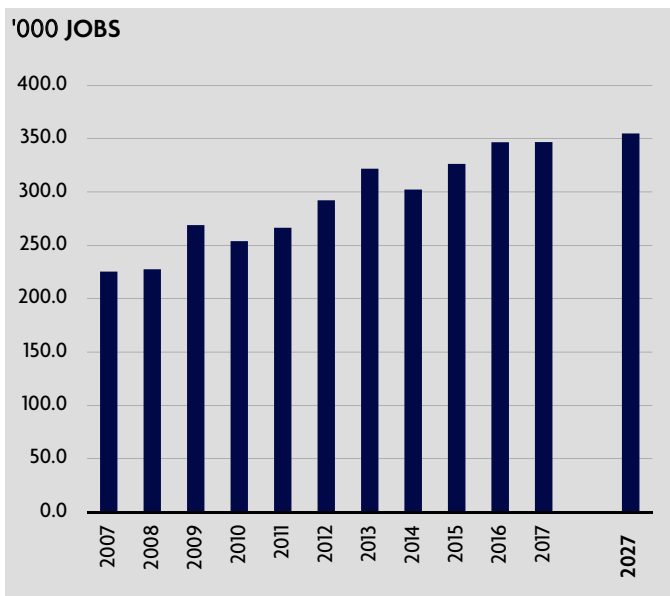
<sup>1</sup> All values are in constant 2016 prices & exchange rates

# TRAVEL & TOURISM'S CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT

Travel & Tourism generated 346,500 jobs directly in 2016 (3.1% of total employment) and this is forecast to grow by 0.1% in 2017 to 347,000 (3.0% of total employment). This includes employment by hotels, travel agents, airlines and other passenger transportation services (excluding commuter services). It also includes, for example, the activities of the restaurant and leisure industries directly supported by tourists.

By 2027, Travel & Tourism will account for 355,000 jobs directly, an increase of 0.2% pa over the next ten years.

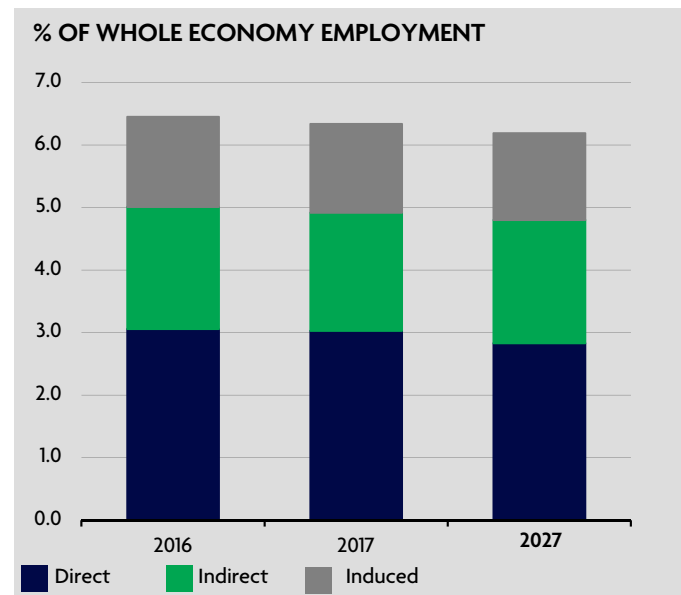
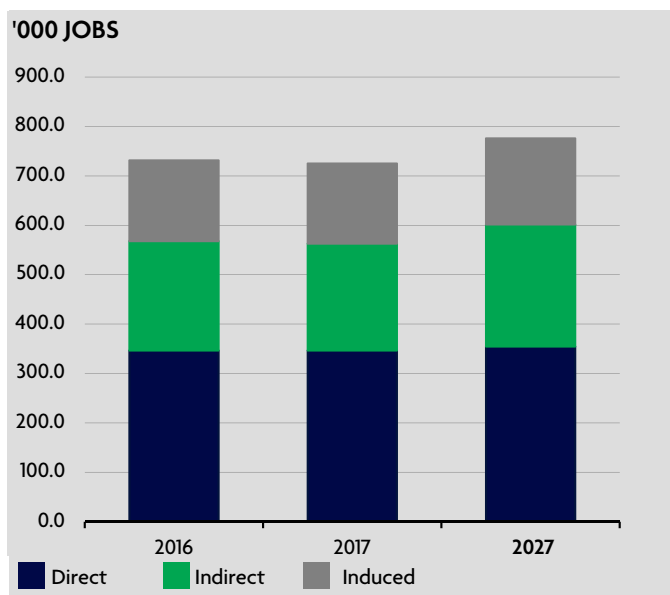
## ALGERIA: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



The total contribution of Travel & Tourism to employment (including wider effects from investment, the supply chain and induced income impacts, see page 2) was 731,500 jobs in 2016 (6.5% of total employment). This is forecast to fall by 0.9% in 2017 to 725,000 jobs (6.3% of total employment).

By 2027, Travel & Tourism is forecast to support 776,000 jobs (6.2% of total employment), an increase of 0.7% pa over the period.

## ALGERIA: TOTAL CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



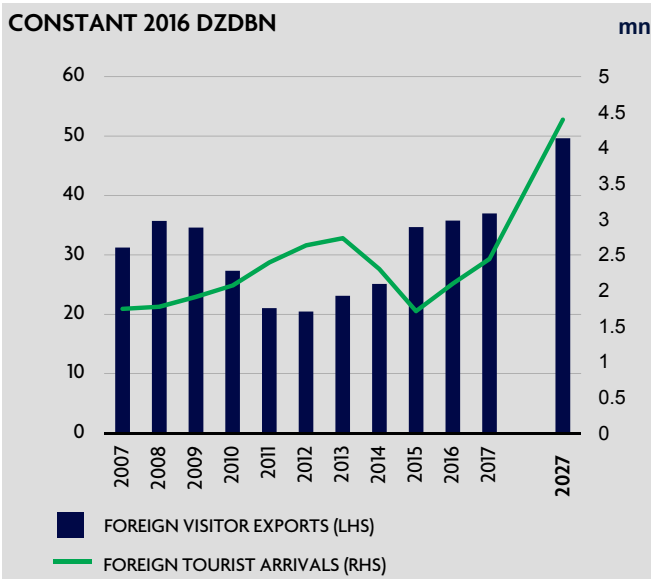
# VISITOR EXPORTS AND INVESTMENT<sup>1</sup>

## VISITOR EXPORTS

Visitor exports are a key component of the direct contribution of Travel & Tourism. In 2016, Algeria generated DZD35.8bn in visitor exports. In 2017, this is expected to grow by 3.4%, and the country is expected to attract 2,443,000 international tourist arrivals.

By 2027, international tourist arrivals are forecast to total 4,396,000, generating expenditure of DZD49.6bn, an increase of 3.0% pa.

## ALGERIA:VISITOR EXPORTS AND INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS

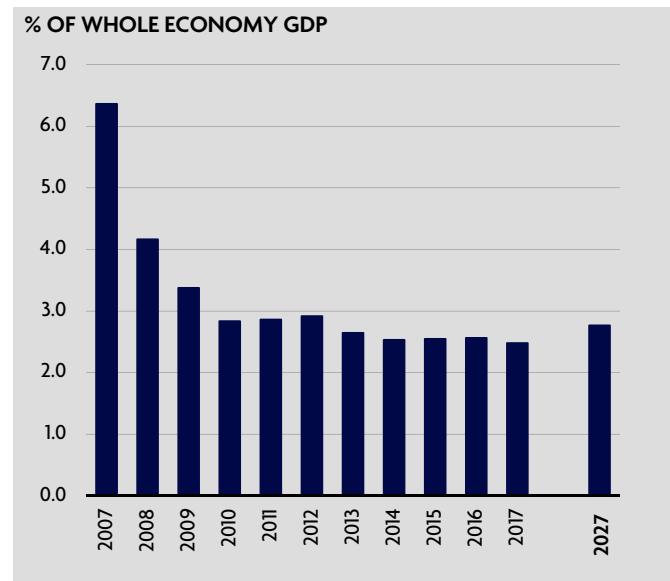
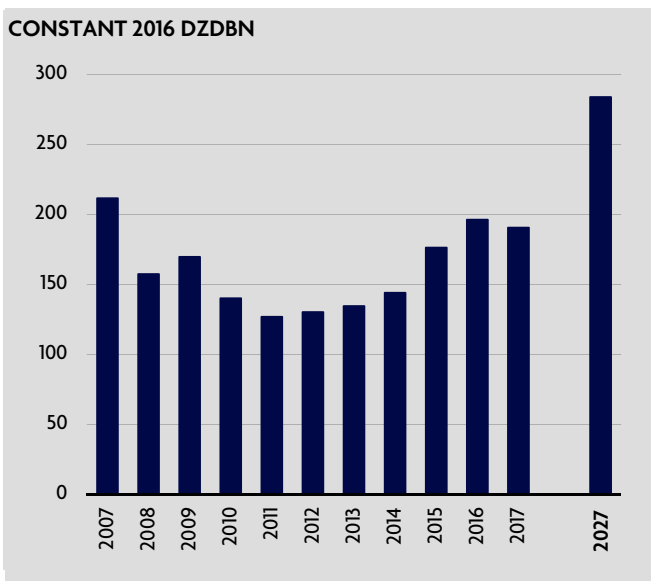


## INVESTMENT

Travel & Tourism is expected to have attracted capital investment of DZD196.1bn in 2016. This is expected to fall by 2.9% in 2017, and rise by 4.1% pa over the next ten years to DZD283.8bn in 2027.

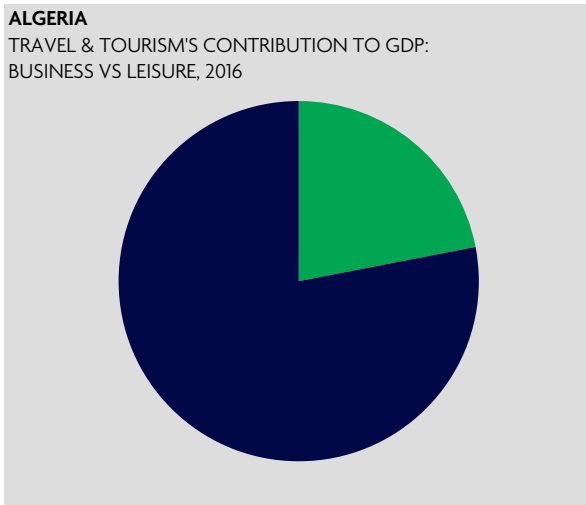
Travel & Tourism's share of total national investment will rise from 2.5% in 2017 to 2.8% in 2027.

## ALGERIA:CAPITAL INVESTMENT IN TRAVEL & TOURISM



<sup>1</sup> All values are in constant 2016 prices & exchange rates

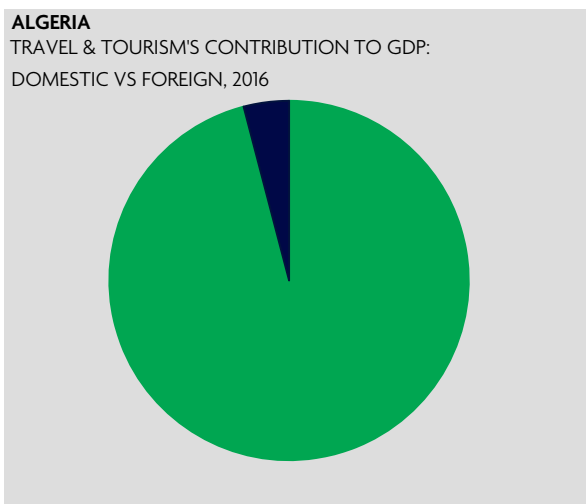
# DIFFERENT COMPONENTS OF TRAVEL & TOURISM<sup>1</sup>



Leisure travel spending (inbound and domestic) generated 78.0% of direct Travel & Tourism GDP in 2016 (DZD685.0bn) compared with 22.0% for business travel spending (DZD192.8bn).

Leisure travel spending is expected to grow by 0.4% in 2017 to DZD687.6bn, and rise by 0.8% pa to DZD747.1bn in 2027.

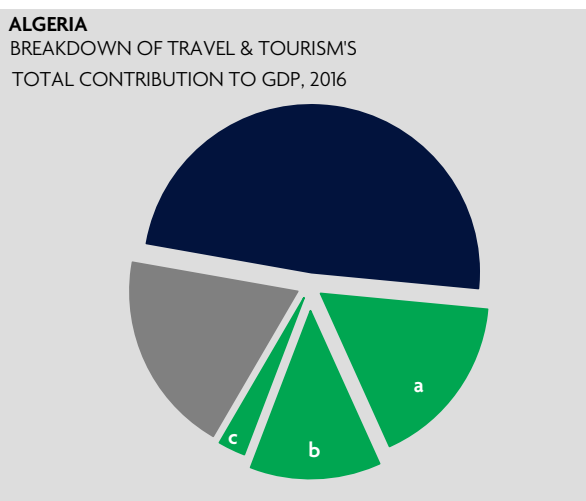
Business travel spending is expected to grow by 0.9% in 2017 to DZD194.6bn, and rise by 2.9% pa to DZD259.5bn in 2027.



Domestic travel spending generated 95.9% of direct Travel & Tourism GDP in 2016 compared with 4.1% for visitor exports (ie foreign visitor spending or international tourism receipts).

Domestic travel spending is expected to grow by 0.4% in 2017 to DZD845.2bn, and rise by 1.3% pa to DZD957.0bn in 2027.

Visitor exports are expected to grow by 3.4% in 2017 to DZD37.0bn, and rise by 3.0% pa to DZD49.6bn in 2027.



The Travel & Tourism industry contributes to GDP and employment in many ways as detailed on page 2.

**The total contribution of Travel & Tourism to GDP is twice as large as its direct contribution.**

<sup>1</sup> All values are in constant 2016 prices & exchange rates

# COUNTRY RANKINGS: ABSOLUTE CONTRIBUTION, 2016

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2016 (US\$bn)
7	Italy	86.2
10	Spain	63.7
14	Turkey	29.1
	<b>World Average</b>	<b>19.1</b>
26	Greece	14.7
39	Egypt	8.7
42	Morocco	8.3
51	Algeria	5.5
	<b>North Africa Average</b>	<b>5.3</b>
67	Tunisia	2.7
89	Cyprus	1.4
121	Senegal	0.7

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2016 (US\$bn)
8	Italy	207.6
9	Spain	177.2
14	Turkey	88.0
	<b>World Average</b>	<b>57.3</b>
29	Greece	36.6
46	Egypt	19.4
48	Morocco	19.0
	<b>North Africa Average</b>	<b>11.5</b>
60	Algeria	11.2
76	Tunisia	5.7
89	Cyprus	4.3
126	Senegal	1.6

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2016 '000 jobs
13	Italy	1246.1
19	Spain	862.2
	<b>World Average</b>	<b>843.9</b>
20	Morocco	819.0
22	Egypt	773.0
33	Turkey	495.1
	<b>North Africa Average</b>	<b>437.6</b>
38	Greece	422.9
44	Algeria	346.7
54	Senegal	246.3
61	Tunisia	206.4
137	Cyprus	26.3

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2016 '000 jobs
15	Italy	2867.0
17	Spain	2652.3
19	Turkey	2197.6
	<b>World Average</b>	<b>2152.9</b>
21	Morocco	1902.4
23	Egypt	1763.1
	<b>North Africa Average</b>	<b>986.7</b>
43	Greece	860.3
46	Algeria	731.4
59	Senegal	576.8
75	Tunisia	429.9
133	Cyprus	80.7

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2016 (US\$bn)
10	Turkey	17.5
11	Spain	17.2
16	Italy	10.6
29	Egypt	4.6
	<b>World Average</b>	<b>4.4</b>
34	Morocco	4.1
38	Greece	3.5
	<b>North Africa Average</b>	<b>2.3</b>
55	Algeria	1.8
74	Tunisia	0.8
102	Cyprus	0.3
142	Senegal	0.1

VISITOR EXPORTS		2016 (US\$bn)
3	Spain	65.7
7	Italy	41.6
13	Turkey	26.5
24	Greece	16.7
40	Morocco	7.8
	<b>World Average</b>	<b>7.6</b>
64	Egypt	3.0
66	Cyprus	2.9
	<b>North Africa Average</b>	<b>2.6</b>
86	Tunisia	1.7
131	Senegal	0.4
144	Algeria	0.3

The tables on pages 7-10 provide brief extracts from the full WTTC Country League Table Rankings, highlighting comparisons with competing destinations as well as with the world and regional average. Averages in above tables are simple cross-country averages. The competing destinations selected are those that offer a similar tourism product and compete for tourists from the same set of origin markets. These tend to be, but are not exclusively, geographical neighbours.

# COUNTRY RANKINGS: RELATIVE CONTRIBUTION, 2016

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2016 % share
33	Morocco	8.1
34	Greece	7.5
36	Cyprus	7.2
41	Tunisia	6.6
56	Spain	5.1
59	Senegal	4.8
63	Italy	4.6
	<b>North Africa</b>	4.4
73	Turkey	4.1
90	Algeria	3.6
107	Egypt	3.2
	World	3.1

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2016 % share
20	Greece	11.5
35	Cyprus	7.2
36	Morocco	7.1
48	Tunisia	6.0
53	Italy	5.5
67	Spain	4.7
77	Senegal	4.1
	<b>North Africa</b>	4.0
	World	3.6
109	Algeria	3.1
114	Egypt	2.9
162	Turkey	1.8

TRAVEL & TOURISM CONTRIBUTION TO TOTAL CAPITAL INVESTMENT		2016 % share
27	Greece	15.7
33	Morocco	12.8
35	Turkey	12.3
37	Cyprus	11.9
39	Egypt	11.9
52	Tunisia	9.9
	<b>North Africa</b>	7.3
77	Spain	6.9
	World	4.4
130	Senegal	3.6
134	Italy	3.4
159	Algeria	2.6

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2016 % share
34	Cyprus	21.4
40	Greece	18.6
41	Morocco	18.5
54	Spain	14.2
58	Tunisia	13.7
68	Turkey	12.5
73	Italy	11.1
74	Senegal	11.0
	World	10.2
	<b>North Africa</b>	9.7
125	Algeria	7.4
129	Egypt	7.2

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2016 % share
30	Greece	23.4
32	Cyprus	22.0
46	Morocco	16.6
54	Spain	14.5
63	Italy	12.6
64	Tunisia	12.6
	World	9.6
89	Senegal	9.6
	<b>North Africa</b>	9.0
112	Turkey	8.1
130	Egypt	6.6
132	Algeria	6.5

VISITOR EXPORTS CONTRIBUTION TO EXPORTS		2016 % share
40	Greece	28.0
47	Cyprus	23.8
52	Morocco	22.1
69	Spain	16.1
73	Turkey	14.2
74	Senegal	13.3
80	Egypt	11.4
	<b>North Africa</b>	10.7
84	Tunisia	10.5
105	Italy	7.5
	World	6.6
176	Algeria	1.1

# COUNTRY RANKINGS: REAL GROWTH, 2017

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 % growth
19	Senegal	7.9
29	Greece	7.5
94	Cyprus	4.6
109	Morocco	4.1
	World	3.8
127	Spain	3.5
149	Italy	2.6
	<b>North Africa</b>	2.6
154	Tunisia	2.5
156	Egypt	2.5
161	Turkey	2.0
176	Algeria	0.4

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 % growth
29	Greece	5.9
67	Senegal	4.2
98	Italy	3.1
100	Spain	2.9
	World	2.1
127	Tunisia	2.0
162	Algeria	0.05
164	Cyprus	-0.09
165	Morocco	-0.09
173	Turkey	-2.26
	<b>North Africa</b>	-2.85
185	Egypt	-8.42

TRAVEL & TOURISM INVESTMENT		2017 % growth
13	Egypt	8.4
43	Cyprus	6.6
44	Greece	6.6
54	Morocco	6.2
65	Senegal	5.5
	<b>North Africa</b>	5.4
78	Spain	5.0
	World	4.1
136	Tunisia	2.1
155	Turkey	0.8
162	Italy	0.3
181	Algeria	-2.88

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 % growth
14	Senegal	7.7
29	Greece	6.9
73	Cyprus	4.9
105	Morocco	4.1
116	Spain	3.8
	World	3.6
149	Italy	2.4
	<b>North Africa</b>	2.0
160	Tunisia	1.6
166	Egypt	1.3
171	Turkey	1.0
177	Algeria	-0.24

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 % growth
14	Greece	6.3
62	Senegal	3.9
66	Cyprus	3.7
85	Spain	3.0
106	Italy	2.6
	World	1.9
151	Tunisia	0.9
161	Morocco	0.3
167	Algeria	-0.86
	<b>North Africa</b>	-2.58
180	Turkey	-3.59
184	Egypt	-7.04

VISITOR EXPORTS		2017 % growth
20	Senegal	10.3
25	Greece	10.0
107	Italy	5.3
115	Cyprus	5.1
	World	4.5
123	Spain	4.5
130	Morocco	4.2
133	Tunisia	4.0
	<b>North Africa</b>	3.6
144	Algeria	3.4
167	Egypt	1.9
173	Turkey	0.7



# COUNTRY RANKINGS: LONG TERM GROWTH, 2017 - 2027

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO GDP		2017 - 2027 % growth pa
37	Senegal	5.7
42	Egypt	5.6
74	Turkey	4.9
86	Greece	4.5
104	Morocco	4.1
	<b>North Africa</b>	4.0
	World	4.0
120	Cyprus	3.6
122	Tunisia	3.6
175	Spain	2.0
181	Italy	1.7
185	Algeria	1.1

TRAVEL & TOURISM'S DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 - 2027 % growth pa
5	Turkey	5.1
17	Egypt	4.3
71	Greece	2.9
	<b>North Africa</b>	2.7
81	Morocco	2.6
	World	2.2
101	Italy	2.2
112	Cyprus	2.0
138	Senegal	1.4
146	Spain	1.4
163	Tunisia	1.0
179	Algeria	0.2

TRAVEL & TOURISM CONTRIBUTION TO TOTAL CAPITAL INVESTMENT		2017 - 2027 % growth pa
22	Senegal	6.4
23	Egypt	6.4
58	Greece	5.1
	<b>North Africa</b>	4.9
	World	4.5
94	Algeria	4.1
112	Morocco	3.7
131	Tunisia	3.0
140	Spain	2.7
141	Turkey	2.7
171	Cyprus	1.8
172	Italy	1.8

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO GDP		2017 - 2027 % growth pa
19	Senegal	6.3
27	Egypt	6.1
85	Greece	4.6
91	Turkey	4.4
	<b>North Africa</b>	4.3
103	Morocco	4.0
	World	3.9
124	Tunisia	3.4
125	Cyprus	3.4
178	Spain	1.8
180	Algeria	1.7
182	Italy	1.4

TRAVEL & TOURISM'S TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT		2017 - 2027 % growth pa
5	Egypt	4.6
36	Turkey	3.4
39	Greece	3.4
	<b>North Africa</b>	2.9
81	Cyprus	2.6
	World	2.5
89	Morocco	2.4
108	Senegal	2.0
122	Italy	1.6
164	Spain	0.9
171	Tunisia	0.7
172	Algeria	0.7

VISITOR EXPORTS CONTRIBUTION TO TOTAL EXPORTS		2017 - 2027 % growth pa
1	Egypt	10.0
34	Turkey	6.5
	<b>North Africa</b>	5.8
89	Greece	4.8
103	Morocco	4.4
	World	4.3
111	Tunisia	4.2
131	Cyprus	3.7
149	Senegal	3.2
155	Algeria	3.0
170	Spain	2.5
178	Italy	2.0

# SUMMARY TABLES: ESTIMATES & FORECASTS

ALGERIA	2016 USDbn <sup>1</sup>	2016 % of total	2017 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2027 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	5.5	3.6	0.4	6.1	3.2	1.1
Total contribution to GDP	11.2	7.4	-0.2	13.3	6.8	1.7
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	347	3.1	0.1	355	2.8	0.2
Total contribution to employment <sup>4</sup>	731	6.5	-0.9	776	6.2	0.7
Visitor exports	0.3	1.1	3.4	0.5	1.0	3.0
Domestic spending	7.7	5.1	0.4	8.7	4.5	1.3
Leisure spending	6.3	2.8	0.4	6.8	2.3	0.8
Business spending	1.8	0.8	0.9	2.4	0.8	2.9
Capital investment	1.8	2.6	-2.9	2.6	2.8	4.1

<sup>1</sup>2016 constant prices & exchange rates; <sup>2</sup>2017 real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>2017-2027 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>4</sup>'000 jobs

NORTH AFRICA	2016 USDbn <sup>1</sup>	2016 % of total	2017 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2027 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	26.3	4.4	2.6	39.9	4.5	4.0
Total contribution to GDP	57.7	9.7	2.0	89.7	10.0	4.3
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	2,188	4.0	-2.9	2,784	4.2	2.7
Total contribution to employment <sup>4</sup>	4,933	9.0	-2.6	6,366	9.7	2.9
Visitor exports	12.9	10.7	3.6	23.6	8.0	5.8
Domestic spending	24.9	4.2	2.2	33.5	3.7	2.8
Leisure spending	30.6	3.5	2.8	46.8	3.6	4.0
Business spending	7.2	0.8	1.9	10.4	0.8	3.5
Capital investment	11.6	7.3	5.4	19.7	7.3	4.9

<sup>1</sup>2016 constant prices & exchange rates; <sup>2</sup>2017 real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>2017-2027 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>4</sup>'000 jobs

WORLDWIDE	2016 USDbn <sup>1</sup>	2016 % of total	2017 Growth <sup>2</sup>	USDbn <sup>1</sup>	2027 % of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	2,306.0	3.1	3.8	3,537.1	3.5	4.0
Total contribution to GDP	7,613.3	10.2	3.6	11,512.9	11.4	3.9
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	108,741	3.6	2.1	138,086	4.0	2.2
Total contribution to employment <sup>4</sup>	292,220	9.6	1.9	381,700	11.1	2.5
Visitor exports	1,401.5	6.6	4.5	2,221.0	7.2	4.3
Domestic spending	3,574.6	4.8	3.7	5,414.1	5.4	3.9
Leisure spending	3,822.5	2.3	3.9	5,917.7	2.7	4.1
Business spending	1,153.6	0.7	4.0	1,719.9	0.8	3.7
Capital investment	806.5	4.4	4.1	1,307.1	5.0	4.5

<sup>1</sup>2016 constant prices & exchange rates; <sup>2</sup>2017 real growth adjusted for inflation (%); <sup>3</sup>2017-2027 annualised real growth adjusted for inflation (%); <sup>4</sup>'000 jobs

% of total refers to each indicator's share of the relevant whole economy indicator such as GDP and employment. Visitor exports is shown relative to total exports of goods and services. Domestic spending is expressed relative to whole economy GDP. For leisure and business spending, their direct contribution to Travel & Tourism GDP is calculated as a share of whole economy GDP (the sum of these shares equals the direct contribution). Investment is relative to whole economy investment.

# THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM: REAL 2016 PRICES

ALGERIA (DZDbn, real 2016 prices)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017E	2027F
1. Visitor exports	21.0	20.5	23.1	25.1	34.7	35.8	37.0	49.6
2. Domestic expenditure (includes government individual spending)	628.8	659.9	737.9	716.4	785.6	842.0	845.2	957.0
3. Internal tourism consumption (= 1 + 2)	649.9	680.3	761.0	741.5	820.3	877.7	882.1	1006.6
4. Purchases by tourism providers, including imported goods (supply chain)	-190.9	-201.2	-233.8	-228.2	-257.2	-278.1	-279.8	-335.2
<b>5. Direct contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b> (= 3 + 4)	458.9	479.2	527.1	513.3	563.1	599.7	602.4	671.4
<b>Other final impacts (indirect &amp; induced)</b>	166.4	173.7	191.1	186.1	204.1	217.4	218.4	243.4
6 Domestic supply chain								
7. Capital investment	126.8	130.0	134.4	143.8	176.2	196.1	190.4	283.8
8. Government collective spending	28.2	28.8	27.9	29.6	32.8	33.8	33.8	39.8
9. Imported goods from indirect spending	-62.2	-19.3	-23.9	-24.9	-47.9	-54.7	-57.3	-78.2
10. Induced	182.7	201.4	215.3	209.9	221.4	238.5	240.1	294.6
<b>11. Total contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b> (= 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10)	900.7	993.7	1,071.9	1,058.0	1,149.7	1,230.7	1,227.8	1,454.7
<b>Employment impacts ('000)</b>								
12. Direct contribution of Travel & Tourism to employment	266.6	292.2	321.9	302.4	326.4	346.7	346.9	354.9
<b>13. Total contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	545.6	628.1	679.0	649.4	686.7	731.4	725.1	775.9
<b>Other indicators</b>								
14. Expenditure on outbound travel	40.1	40.1	35.4	46.9	71.5	77.7	77.1	83.6

# THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM: NOMINAL PRICES

ALGERIA (DZDbn, nominal prices)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017E	2027F
1. Visitor exports	21.9	22.9	25.8	28.0	35.9	35.8	39.4	112.2
2. Domestic expenditure (includes government individual spending)	655.0	738.6	825.3	799.4	812.6	842.0	901.5	2162.6
3. Internal tourism consumption (= 1 + 2)	676.9	761.5	851.1	827.4	848.5	877.7	940.9	2274.7
4. Purchases by tourism providers, including imported goods (supply chain)	-198.9	-225.2	-261.5	-254.6	-266.1	-278.1	-298.4	-757.6
<b>5. Direct contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b> (= 3 + 4)	478.0	536.3	589.6	572.8	582.5	599.7	642.5	1,517.1
<b>Other final impacts (indirect &amp; induced)</b>	173.3	194.4	213.7	207.7	211.2	217.4	232.9	550.0
6. Domestic supply chain								
7. Capital investment	132.0	145.5	150.3	160.5	182.2	196.1	203.1	641.3
8. Government collective spending	29.4	32.2	31.2	33.1	34.0	33.8	36.1	90.0
9. Imported goods from indirect spending	-64.8	-21.6	-26.8	-27.8	-49.6	-54.7	-61.1	-176.8
10. Induced	190.3	225.4	240.8	234.3	229.0	238.5	256.1	665.7
<b>11. Total contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b> (= 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10)	938.3	1,112.2	1,198.9	1,180.5	1,189.3	1,230.7	1,309.6	3,287.3
<b>Employment impacts ('000)</b>								
12. Direct contribution of Travel & Tourism to employment	266.6	292.2	321.9	302.4	326.4	346.7	346.9	354.9
<b>13. Total contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	545.6	628.1	679.0	649.4	686.7	731.4	725.1	775.9
<b>Other indicators</b>	41.7	44.9	39.6	52.4	73.9	77.7	82.3	188.9
14. Expenditure on outbound travel								

\*Concepts shown in this table align with the standard table totals as described in the *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework* (TSA: RMF 2008) developed by the United Nations Statistical Division (UNSD), the Statistical Office of the European Communities (EUROSTAT), the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and the World Tourism Organization (UNWTO).

Historical data for concepts has been benchmarked to match reported TSA data where available.

# THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM: GROWTH

ALGERIA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017E	2027F <sup>2</sup>
Growth <sup>1</sup> (%)								
1. Visitor exports	-23.0	-2.7	12.9	8.6	38.2	3.2	3.4	3.0
2. Domestic expenditure (includes government individual spending)	-0.5	4.9	11.8	-2.9	9.7	7.2	0.4	1.3
3. Internal tourism consumption (= 1 + 2)	-1.5	4.7	11.9	-2.6	10.6	7.0	0.5	1.3
4. Purchases by tourism providers, including imported goods (supply chain)	-3.4	5.4	16.2	-2.4	12.7	8.1	0.6	1.8
<b>5. Direct contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b> (= 3 + 4)	-0.7	4.4	10.0	-2.6	9.7	6.5	0.4	1.1
<b>Other final impacts (indirect &amp; induced)</b>	-0.7	4.4	10.0	-2.6	9.7	6.5	0.4	1.1
6. Domestic supply chain								
7. Capital investment	-9.4	2.6	3.4	7.0	22.5	11.3	-2.9	4.1
8. Government collective spending	23.8	1.9	-2.9	6.2	10.8	2.8	0.2	1.6
9. Imported goods from indirect spending	46.4	-68.9	23.8	4.0	92.4	14.1	4.8	3.2
10. Induced	-2.9	10.2	6.9	-2.5	5.5	7.7	0.7	2.1
<b>11. Total contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b> (= 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10)	-4.0	10.3	7.9	-1.3	8.7	7.0	-0.2	1.7
<b>Employment impacts ('000)</b>								
12. Direct contribution of Travel & Tourism to employment	5.0	9.6	10.2	-6.1	8.0	6.2	0.1	0.2
<b>13. Total contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	0.0	15.1	8.1	-4.4	5.7	6.5	-0.9	0.7
<b>Other indicators</b>								
14. Expenditure on outbound travel	-30.8	0.1	-11.7	32.5	52.2	8.8	-0.8	0.8

<sup>1</sup>2011-2016 real annual growth adjusted for inflation (%); <sup>2</sup>2017-2027 annualised real growth adjusted for inflation (%)

# GLOSSARY

## KEY DEFINITIONS

### TRAVEL & TOURISM

Relates to the activity of travellers on trips outside their usual environment with a duration of less than one year. Economic activity related to all aspects of such trips is measured within the research.

### DIRECT CONTRIBUTION TO GDP

GDP generated by industries that deal directly with tourists, including hotels, travel agents, airlines and other passenger transport services, as well as the activities of restaurant and leisure industries that deal directly with tourists. It is equivalent to total internal Travel & Tourism spending (see below) within a country less the purchases made by those industries (including imports). In terms of the UN's Tourism Satellite Account methodology it is consistent with total GDP calculated in table 6 of the TSA: RMF 2008.

### DIRECT CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT

The number of direct jobs within Travel & Tourism. This is consistent with total employment calculated in table 7 of the TSA: RMF 2008.

### TOTAL CONTRIBUTION TO GDP

GDP generated directly by the Travel & Tourism sector plus its indirect and induced impacts (see below).

### TOTAL CONTRIBUTION TO EMPLOYMENT

The number of jobs generated directly in the Travel & Tourism sector plus the indirect and induced contributions (see below).

## DIRECT SPENDING IMPACTS

### VISITOR EXPORTS

Spending within the country by international tourists for both business and leisure trips, including spending on transport, but excluding international spending on education. This is consistent with total inbound tourism expenditure in table 1 of the TSA: RMF 2008.

### DOMESTIC TRAVEL & TOURISM SPENDING

Spending within a country by that country's residents for both business and leisure trips. Multi-use consumer durables are not included since they are not purchased solely for tourism purposes. This is consistent with total domestic tourism expenditure in table 2 of the TSA: RMF 2008. Outbound spending by residents abroad is not included here, but is separately identified according to the TSA: RMF 2008 (see below).

### GOVERNMENT INDIVIDUAL SPENDING

Spending by government on Travel & Tourism services directly linked to visitors, such as cultural services (eg museums) or recreational services (eg national parks).

### INTERNAL TOURISM CONSUMPTION

Total revenue generated within a country by industries that deal directly with tourists including visitor exports, domestic spending

and government individual spending. This does not include spending abroad by residents. This is consistent with total internal tourism expenditure in table 4 of the TSA: RMF 2008.

### BUSINESS TRAVEL & TOURISM SPENDING

Spending on business travel within a country by residents and international visitors.

### LEISURE TRAVEL & TOURISM SPENDING

Spending on leisure travel within a country by residents and international visitors.

## INDIRECT AND INDUCED IMPACTS

### INDIRECT CONTRIBUTION

The contribution to GDP and jobs of the following three factors:

- **CAPITAL INVESTMENT:** Includes capital investment spending by all industries directly involved in Travel & Tourism. This also constitutes investment spending by other industries on specific tourism assets such as new visitor accommodation and passenger transport equipment, as well as restaurants and leisure facilities for specific tourism use. This is consistent with total tourism gross fixed capital formation in table 8 of the TSA: RMF 2008.
- **GOVERNMENT COLLECTIVE SPENDING:** Government spending in support of general tourism activity. This can include national as well as regional and local government spending. For example, it includes tourism promotion, visitor information services, administrative services and other public services. This is consistent with total collective tourism consumption in table 9 of TSA: RMF 2008.
- **SUPPLY-CHAIN EFFECTS:** Purchases of domestic goods and services directly by different industries within Travel & Tourism as inputs to their final tourism output.

### INDUCED CONTRIBUTION

The broader contribution to GDP and employment of spending by those who are directly or indirectly employed by Travel & Tourism.

## OTHER INDICATORS

### OUTBOUND EXPENDITURE

Spending outside the country by residents on all trips abroad. This is fully aligned with total outbound tourism expenditure in table 3 of the TSA: RMF 2008.

### FOREIGN VISITOR ARRIVALS

The number of arrivals of foreign visitors, including same-day and overnight visitors (tourists) to the country.

# METHODOLOGICAL NOTE

WTTC has an on-going commitment to align its economic impact research with the UN Statistics Division-approved 2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF 2008). This involves the benchmarking of country reports to official, published TSAs, including for countries which are reporting data for the first time, as well as existing countries reporting an additional year's data. New country TSAs incorporated this year include Albania, Indonesia, and Mauritius bringing our total of countries in our benchmarking dataset to 54. Furthermore, we have sourced updated TSAs for 28 countries.

In 2017, we have also been able to add a new country, Tajikistan, taking our coverage to 185 countries. WTTC also produces reports on 25 other regions, sub-regions and economic and geographic groups. This year, there are 10 reports for special economic and geographic groups with GCC and the Organisation of Islamic Cooperation being included for the first time.

## ECONOMIC AND GEOGRAPHIC GROUPS

### APEC (ASIA-PACIFIC ECONOMIC COOPERATION)

Australia, Brunei, Canada, Chile, China, Hong Kong, Indonesia, Japan, South Korea, Malaysia, Mexico, New Zealand, Papua New Guinea, Peru, Philippines, Russian Federation, Singapore, Taiwan, Thailand, USA, Vietnam.

### FORMER NETHERLANDS ANTILLES

Bonaire, Curacao, Sint Maarten, Saba and Sint Eustatius.

### G20

Argentina, Australia, Brazil, Canada, China, European Union, France\*, Germany\*, India, Indonesia, Italy\*, Japan, Mexico, Russian Federation, Saudi Arabia, South Africa, South Korea, Turkey, UK\*, USA.

### GCC (GULF COOPERATION COUNCIL)

Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia, UAE

### OAS (ORGANIZATION OF AMERICAN STATES)

Argentina, Antigua and Barbuda, Bahamas, Barbados, Belize, Bolivia, Brazil, Canada, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominican Republic, Dominica, Ecuador, El Salvador, Grenada, Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaica, Mexico, St Kitts and Nevis, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, St Lucia, St Vincent and the Grenadines, Suriname, Trinidad and Tobago, USA, Uruguay.

### OECD (ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT)

Australia, Austria, Belgium, Canada, Chile, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Japan, South Korea, Luxembourg, Mexico, Netherlands, New Zealand, Norway, Poland, Portugal, Slovak Republic, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, UK, USA.

### (OIC) ORGANISATION FOR ISLAMIC COOPERATION\*\*

Albania, Algeria, Azerbaijan, Bahrain, Bangladesh, Benin, Brunei Darussalam, Burkina Faso, Cameroon, Chad, Comoros, Egypt, Gabon, Gambia, Guinea, Guyana, Indonesia, Iran, Iraq, Ivory Coast, Jordan, Kazakhstan, Kuwait, Kyrgyzstan, Lebanon, Libya, Malaysia, Maldives, Mali, Morocco, Mozambique, Niger, Nigeria, Oman, Pakistan, Qatar, Saudi Arabia, Senegal, Sierra Leone, Sudan, Suriname, Syria, Tajikistan, Togo, Tunisia, Turkey, UAE, Uganda, Uzbekistan, Yemen.

### OTHER OCEANIA

American Samoa, Cook Islands, French Polynesia, Guam, Marshall Islands, Micronesia (Federated States of), New Caledonia, Niue, Northern Mariana Islands, Palau, Samoa, Tuvalu.

### PACIFIC ALLIANCE

Chile, Colombia, Mexico, Peru.

### SADC (SOUTHERN AFRICAN DEVELOPMENT COMMUNITY)

Angola, Botswana, Democratic Republic of Congo (DRC), Lesotho, Madagascar, Malawi, Mauritius, Mozambique, Namibia, Seychelles, South Africa, Swaziland, Tanzania, Zambia, Zimbabwe.

\* included in European Union

\*\* no data for Afghanistan, Djibouti, Guinea-Bissau, Mauritania, Palestine, Somalia or Turkmenistan

# ECONOMIC IMPACT REPORTS:

## REGIONS, SUB REGIONS & COUNTRIES

WORLD								
REGION	SUB-REGION	COUNTRY	REGION	SUB-REGION	COUNTRY	REGION	SUB-REGION	COUNTRY
AFRICA	NORTH AFRICA	Algeria	AMERICAS	CARIBBEAN	Anguilla	ASIA-PACIFIC	NORTHEAST ASIA	China
		Egypt			Antigua and Barbuda			Hong Kong
		Libya			Aruba			Japan
		Morocco			Bahamas			South Korea
		Tunisia			Barbados			Macau
	SUB-SAHARAN	Angola			Bermuda		Mongolia	
		Benin			British Virgin Islands		Taiwan	
		Botswana			Cayman Islands		Kazakhstan	
		Burkina Faso			Cuba		Kyrgyzstan	
		Burundi			Dominica		Tajikistan	
		Cameroon			Dominican Republic		Uzbekistan	
		Cape Verde			Former Netherland Antillies		OCEANIA	Australia
		Central African Republic			Grenada			Fiji
		Chad			Guadeloupe			Kiribati
		Comoros			Haiti			New Zealand
		Congo			Jamaica			Papua New Guinea
		Cote d'Ivoire			Martinique		Solomon Islands	
		Democratic Republic of Congo			Puerto Rico		Tonga	
		Ethiopia			St Kitts and Nevis		Vanuatu	
		Gabon			St Lucia		Other Oceanic States	
		Gambia			St Vincent and the Grenadines		SOUTH ASIA	Bangladesh
		Ghana			Trinidad and Tobago			India
		Guinea			US Virgin Islands			Maldives
		Kenya			Argentina			Nepal
		Lesotho			Belize			Pakistan
		Madagascar			Bolivia		Sri Lanka	
		Malawi			Brazil		SOUTHEAST ASIA (ASEAN)	Brunei Darussalam
		Mali			Chile			Cambodia
		Mauritius			Colombia			Indonesia
		Mozambique			Costa Rica			Laos
		Namibia			Ecuador			Malaysia
		Niger			El Salvador		Myanmar	
		Nigeria			Guatemala		Philippines	
		Reunion		Guyana	Singapore			
		Rwanda		Honduras	Thailand			
		Sao Tome and Principe		Nicaragua	Vietnam			
		Senegal		Panama	EUROPE		EUROPEAN UNION	Austria
		Seychelles		Paraguay				Belgium
		Sierra Leone		Peru				Bulgaria
		South Africa		Suriname				Croatia
		Sudan and South Sudan		Uruguay				Cyprus
		Swaziland		Venezuela			Czech Republic	
		Tanzania		Canada			Denmark	
		Togo		Mexico			Estonia	
		Uganda		USA			Finland	
		Zambia					France	
		Zimbabwe					Germany	
					Greece			
					OTHER EUROPE		Hungary	
							Ireland	
							Italy	
							Latvia	
		Lithuania						
		Luxembourg						
		Malta						
		Netherlands						
		Poland						
		Portugal						
		Romania						
		Slovakia						
		Slovenia						
		Spain						
		Sweden						
		UK						
		Albania						
		Armenia						
		Azerbaijan						
		Belarus						
		Bosnia and Herzegovina						
		Georgia						
		Iceland						
		Macedonia						
		Moldova						
		Montenegro						
		Norway						
		Russian Federation						
		Serbia						
		Switzerland						
		Turkey						
		Ukraine						
		Bahrain						
		Iran						
		Iraq						
		Israel						
		Jordan						
		Kuwait						
		Lebanon						
		Oman						
		Qatar						
		Saudi Arabia						
		Syria						
		United Arab Emirates						
		Yemen						





## The World Travel & Tourism Council is the global authority on the economic and social contribution of Travel & Tourism.

WTTC promotes sustainable growth for the Travel & Tourism sector, working with governments and international institutions to create jobs, to drive exports and to generate prosperity. Council Members are the Chairs, Presidents and Chief Executives of the world's leading private sector Travel & Tourism businesses.

Together with Oxford Economics, WTTC produces annual research that shows Travel & Tourism to be one of the world's largest sectors, supporting over 292 million jobs and generating 10.2% of global GDP in 2016. Comprehensive reports quantify, compare and forecast the economic impact of Travel & Tourism on 185 economies around the world. In addition to the individual country reports, WTTC produces a world report highlighting the global economic impact and issues, and 24 further reports that focus on regions, sub-regions and economic and geographic groups.

To download reports or data, please visit [www.wttc.org](http://www.wttc.org)



## Assisting WTTC to Provide Tools for Analysis, Benchmarking, Forecasting and Planning.

Founded in 1981 as a commercial venture with Oxford University's business college, Oxford Economics is one of the world's foremost independent global advisory firms, providing reports, forecasts and analytical tools on 200 countries, 100 industrial sectors and over 3,000 cities. Their best-of-class global economic and industry models and analytical tools give an unparalleled ability to forecast external market trends and assess their economic, social and business impact. Headquartered in Oxford, England, with regional centres in London, New York and Singapore, Oxford Economics has offices across the globe in Belfast, Chicago, Dubai, Miami, Milan, Paris, Philadelphia, San Francisco, and Washington DC. The company employs over 250 full-time people, including 150 professional economists, industry experts and business editors – one of the largest teams of macroeconomists and thought leadership specialists – underpinning the in-house expertise is a contributor network of over 500 economists, analysts and journalists around the world.

For more information, please see [www.oxfordeconomics.com](http://www.oxfordeconomics.com), or contact Frances Nicholls, Director of Business Development, Oxford Economics Ltd, Broadwall House, 21 Broadwall, London SE1 9PL. Email: [fnicholls@oxfordeconomics.com](mailto:fnicholls@oxfordeconomics.com)



## Contributing data to the WTTC Economic Impact Model

STR is the source for premium hotel data benchmarking, analytics and marketplace insights. STR provides data that is reliable, confidential, accurate and actionable, and their comprehensive solutions empower clients to strategize and compete within their markets. The range of products includes data-driven solutions, thorough analytics and unrivalled marketplace insights, all built to fuel business growth and help clients make better operational and financial decisions. STR maintains a presence in 16 countries, and collects data for over 55,000 hotels across 180 countries.



# HOW MONEY TRAVELS

THE DIRECT, INDIRECT AND INDUCED EFFECT OF TOURISM SPENDING



© World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2017 - March 2017. All rights reserved.

The copyright laws of the United Kingdom allow certain uses of this content without our (i.e. the copyright owner's) permission. You are permitted to use limited extracts of this content, provided such use is fair and when such use is for non-commercial research, private study, review or news reporting. The following acknowledgment must also be used, whenever our content is used relying on this "fair dealing" exception:  
"Source: World Travel and Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2017 - March 2017. All rights reserved."

If your use of the content would not fall under the "fair dealing" exception described above, you are permitted to use this content in whole or in part for non-commercial or commercial use provided you comply with the Attribution, Non-Commercial 4.0 International Creative Commons Licence. In particular, the content is not amended and the following acknowledgment is used, whenever our content is used:  
"Source: World Travel and Tourism Council: Economic Impact 2017 - March 2017. All rights reserved. Licensed under the Attribution, Non-Commercial 4.0 International Creative Commons Licence."

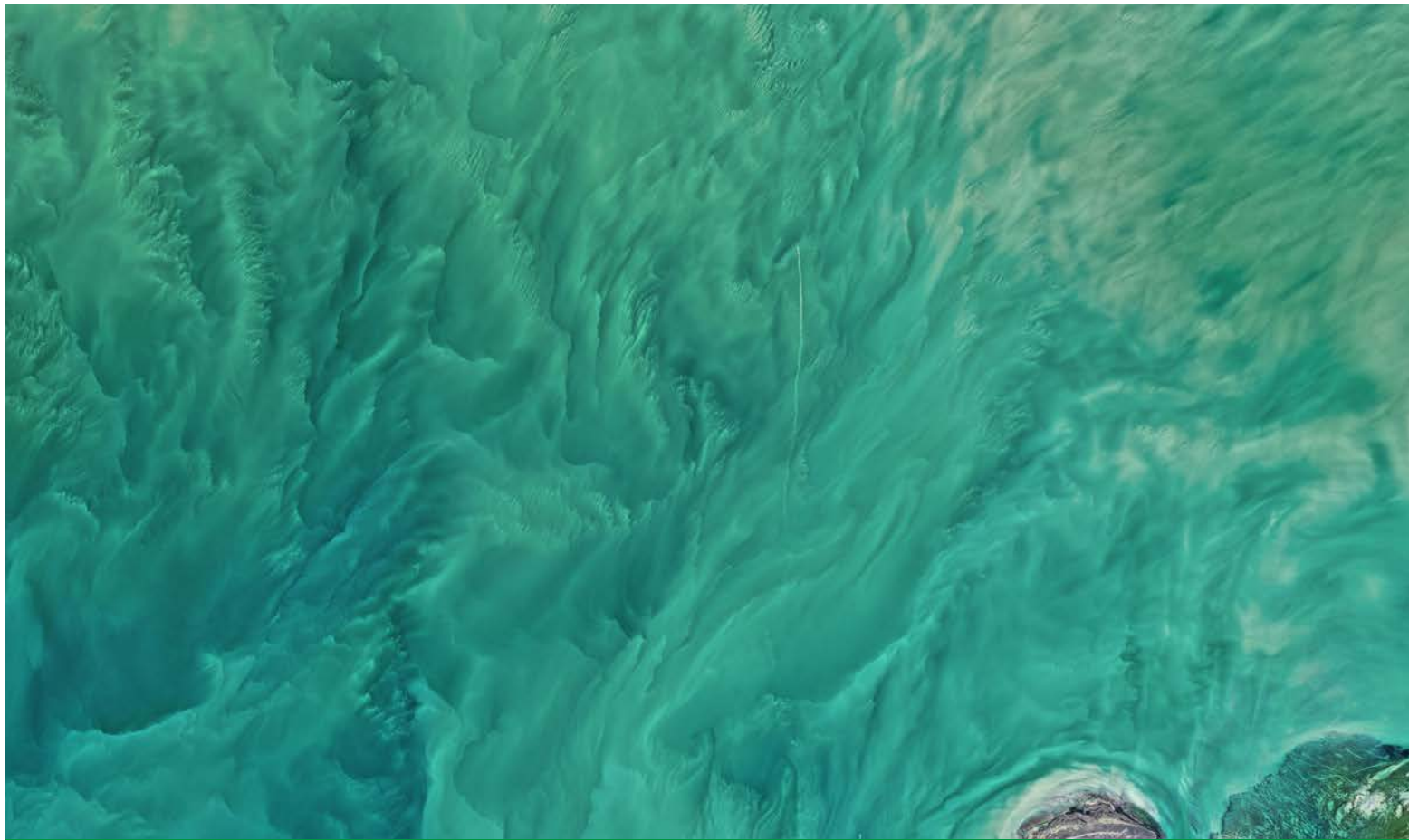


You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything this license permits.



## THE AUTHORITY ON WORLD TRAVEL & TOURISM

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTTC), The Harlequin Building, 65 Southwark Street, London SE1 0HR, United Kingdom  
Tel: +44 (0) 207 481 8007 | Email: [enquiries@wttc.org](mailto:enquiries@wttc.org) | [www.wttc.org](http://www.wttc.org)



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة السياحة والصناعة التقليدية

مصنف

النصوص التشريعية والتنظيمية  
المتعلقة بالسياحة

## أفريل 2015 الفهرس

الصفحات	العناوين
	<p style="text-align: center;"><b>1/ التنمية المستدامة للسياحة</b></p> <p>- قانون رقم 03-01 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003، يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة. (ج.ر رقم 11 - 2003)</p>
	<p style="text-align: center;"><b>2/ المخطط التوجيهي القطاعي للتهيئة السياحية</b></p> <p>- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 13 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 9 يوليو سنة 2006، يحدد تشكيلة اللجنة المركزية لإعداد مشروع المخطط التوجيهي القطاعي للتهيئة السياحية وكيفيات عملها. (ج.ر رقم 65 - 2006)</p>
	<p style="text-align: center;"><b>3/ المؤسسات تحت الوصاية</b></p> <p style="text-align: center;"><b>3-1- الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في الميدان السياحي</b></p> <p>- مرسوم رقم 80-77 مؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1400 الموافق 15 مارس سنة 1980 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في ميدان للسياحي. (ج.ر مؤرخة في 18 مارس سنة 1980)</p> <p style="text-align: right;"><b>المعدل والمتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم رقم 83-208 مؤرخ في 11 جمادى الثانية عام 1403 الموافق 26 مارس سنة 1983 يعدل ويتمم المرسوم رقم 80-77 مؤرخ في 28 ربيع الثاني عام 1400 الموافق 15 مارس سنة 1980 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام في ميدان السياحي. (ج.ر مؤرخة في 29 مارس سنة 1983)</p> <p style="text-align: center;"><b>3-2- الديوان الوطني للسياحة</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 88-214 مؤرخ في 31 أكتوبر سنة 1988 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه (ج.ر المؤرخة في 2 نوفمبر سنة 1988)</p> <p style="text-align: right;"><b>المعدل والمتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 90-409 مؤرخ في 5 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 22 ديسمبر سنة 1990 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 88-214 مؤرخ في 31 أكتوبر سنة 1988 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه. (ج.ر رقم 56 - 1990).</p>

\* مرسوم تنفيذي رقم 92-402 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1413 31 أكتوبر سنة 1992 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 88-214 مؤرخ في 31 أكتوبر سنة 1988 والمتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه (ج.ر رقم 79 - 1992).

## الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p>- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رمضان عام 1423 الموافق 25 نوفمبر سنة 2002، يتضمن التنظيم الداخلي للديوان الوطني للسياحة. (ج.ر رقم 78 - 2002)</p> <p>- قرار وزاري مؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011، يتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة. (ج.ر رقم 22 - 2011)</p> <p>- قرار مؤرخ في 2 رجب عام 1433 الموافق 23 مايو سنة 2012، يعدل القرار المؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الديوان الوطني للسياحة (ج.ر رقم 09 - 2013)</p> <p>- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 صفر 1433 الموافق 22 يناير 2012 المتضمن تصنيف الديوان الوطني للسياحة وشروط الالتحاق بالمناصب العليا التابعة له (ج.ر رقم 46 - 2012)</p> <p><b>3-3-الوكالة الوطنية لتنمية السياحة</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 98-70 مؤرخ في 24 شوال عام 1418 موافق 21 فبراير سنة 1998 يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة وتحديد قانونها الأساسي. (ج ر رقم 11 - 1998)</p> <p>- قرار مؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011، يتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة للوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج ر عدد 31 - 2011)</p> <p>- قرار مؤرخ في 22 محرم عام 1429 الموافق 31 يناير سنة 2008، يتضمن إنشاء ملحقات للوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج.ر رقم 19 - 2008)</p> <p>- قرار مؤرخ في 12 شعبان عام 1432 الموافق 14 يوليو سنة 2011، يعدل القرار المؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة. (ج.ر رقم 54 - 2011)</p> <p>- قرار مؤرخ في 2 رجب عام 1433 الموافق 23 مايو سنة 2012، يعدل القرار المؤرخ في 22 صفر عام 1432 الموافق 27 يناير سنة 2011 والمتضمن تعيين أعضاء مجلس إدارة الوكالة الوطنية لتنمية (ج.ر رقم 09 - 2013)</p>
	<p><b>4/مؤسسات التكوين:</b></p> <p><b>1-4- المدرسة الوطنية العليا للسياحة</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 94-255 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 موافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة.</p>

## الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p><b>المعدل والمتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 104-98 مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1418 الموافق 31 مارس سنة 1998 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 255-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة (ج.ر رقم 19 - 1998).</p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 13 - 376 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 255-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 57 - 2013)</p> <p>* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 21 صفر عام 1433 الموافق 15 يناير سنة 2012 يتضمن إنشاء اللجنة القطاعية لممارسة الوصاية التربوية على المدرسة الوطنية العليا للسياحة التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية وتشكيلها وتنظيمها وعملها. (ج ر رقم 7 - 2012)</p> <p>* قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 شوال عام 1432 الموافق 21 سبتمبر سنة 2011 يتضمن التنظيم الإداري للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 39 - 2012)</p> <p>* قرار وزاري مؤرخ في 21 صفر عام 1433 الموافق 15 يناير سنة 2012 يتضمن تعيين أعضاء مجلس التوجيه للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 39 - 2012)</p> <p>* قرار وزاري مؤرخ في 20 صفر 1433 الموافق 14 يناير 2012 يتضمن تعيين أعضاء المجلس التوجيهي للمدرسة الوطنية العليا للسياحة. (ج ر رقم 39 - 2012)</p> <p><b>2-4-المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 256-94 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية.</p>

	<p style="text-align: right;"><b>(ج ر رقم 54 - 1994)</b> <b>المعدل والمتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 455-02 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 94-256 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 والمتضمن إنشاء المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية <b>(ج.ر رقم 85 - 2002)</b>.</p> <p>- قرار مؤرخ في 19 محرم عام 1420 الموافق 5 مايو سنة 1999، يحدد عدد الشعب وتقسيم عدد الطلبة بينها ونظام الدراسات وكذا كفايات عمل المجلس التربوي للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية <b>(ج.ر رقم 34 - 1999)</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 23 شعبان عام 1424 الموافق 19 أكتوبر سنة 2003، يتضمن إنشاء ملحق للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية <b>(ج.ر رقم 64 - 2003)</b>.</p>
--	--

### الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p style="text-align: center;"><b>3-4-مركز الفندقية والسياحة</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 94-257 مؤرخ في 9 ربيع الأول عام 1415 الموافق 17 غشت سنة 1994 يتضمن إنشاء مركز الفندقية والسياحة <b>(ج ر رقم 54 - 1994)</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 19 محرم عام 1420 الموافق 5 مايو سنة 1999، يحدد عدد الشعب وتقسيم عدد الطلبة بينها ونظام الدراسات وكذا كفايات عمل المجلس التربوي لمركز الفندقية والسياحة <b>(ج.ر رقم 34 - 1999)</b>.</p> <p style="text-align: center;"><b>4-4-القوانين الأساسية المتعلقة لكل من المعهد والمركز</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 12-210 مؤرخ في 17 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 9 مايو سنة 2012 يحدد القانون الأساسي النموذجي للمعهد الوطني للفندقية والسياحة <b>(ج ر رقم 29 - 2012)</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 12-210 مؤرخ في 17 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 9 مايو سنة 2012 يحول المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية ومركز الفندقية والسياحة إلى معهدين وطنيين للفندقية والسياحة <b>(ج ر رقم 29 - 2012)</b></p> <p>- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 24 ذي القعدة عام 1434 الموافق أول سبتمبر سنة 2013 ، يحدد التنظيم الإداري الداخلي للمعهد الوطني الوطني والسياحة <b>(ج ر رقم 36 - 2014)</b></p> <p style="text-align: center;"><b>4-5-قرارات متعلقة بالتكوين</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 2 ذي الحجة عام 1416 الموافق 20 أبريل سنة 1996، يحدد كفايات تخصيص العائدات الناتجة عن النشاطات والأشغال والخدمات التي تقوم بها مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية زيادة عن مهامها الرئيسية <b>(ج.ر رقم 4 - 1996)</b></p>



- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد قائمة النشاطات والأشغال والخدمات التي تقوم بها مؤسسات التكوين تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، زيادة على مهمتها الرئيسية.  
(ج.ر رقم 18 - 2001).

#### 5/النشاطات الخاصة بالسياحة

##### 5-1-نشاط الفنادق

- قانون رقم 01-99 مؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة.(ج.ر رقم 2 - 1999).

##### 5-1-1-استغلال المؤسسات الفندقية

- مرسوم تنفيذي رقم 2000-46 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها.(ج ر رقم 10 - 2000)

### الفهرس(تابع)

الصفحات	العناوين
	<b>المتعم ب:</b>
	* مرسوم تنفيذي رقم 09-227 مؤرخ في 6 رجب عام 1430 الموافق 29 يونيو سنة 2009 يتم المرسوم تنفيذي رقم 2000-46 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها (ج.ر رقم 39 - 2009).
	- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد خصائص رخصة استغلال المؤسسة الفندقية وشكلها.(ج.ر رقم 18 - 2001)
	- قرار مؤرخ في 20 رمضان عام 1430 الموافق 10 سبتمبر سنة 2009، يحدد شروط و كفاءات ومقاييس استغلال الهياكل الأخرى المعدة للفندقة. (ج.ر رقم 62 - 2009)
	<b>5-1-2-تصنيف المؤسسات الفندقية</b>
	- مرسوم تنفيذي رقم 2000-130 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك. (ج ر رقم 35 - 2000)
	<b>المعدل ب:</b>
	* مرسوم تنفيذي رقم 05-457 مؤرخ في 22 شوال عام 1426 الموافق 24 نوفمبر سنة 2005 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 2000-130 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك (ج.ر رقم 77 - 2005).
	- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد الأنظمة الداخلية النموذجية للجنة الوطنية واللجان الولائية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب.(ج.ر رقم 18 - 2001)

	<p>- قرار مؤرخ في 24 محرم عام 1432 الموافق 30 ديسمبر سنة 2010، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب.</p> <p><b>(ج.ر رقم 22 - 2011)</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 24 جمادى الثانية عام 1435 الموافق 24 أبريل سنة 2014 يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب. <b>(ج.ر رقم 27 - 2014)</b></p> <p><b>3-1-5- لجنة دراسة مخططات المشاريع الفندقية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2000-131 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد تشكيلة اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية وطريقة عملها <b>(ج ر رقم 35 - 2000)</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 15 ربيع الثاني عام 1433 الموافق 8 مارس سنة 2013، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية. <b>(ج.ر رقم 9 - 2013)</b></p>
--	---

### الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p><b>4-1-5- اعتماد مسير مؤسسة فندقية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2000-132 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد كفاءات اعتماد مسير مؤسسة فندقية وشروط ذلك. <b>(ج ر رقم 35 - 2000)</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحدد خصائص اعتماد مسير المؤسسة الفندقية وشكله. <b>(ج.ر رقم 18 - 2001)</b></p> <p><b>5-1-5- المذكرة الإحصائية للمؤسسات الفندقية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2000-133 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد شروط إعداد المذكرة الإحصائية الخاصة بالمؤسسات الفندقية وكفاءات ذلك. <b>(ج ر رقم 35 - 2000)</b></p> <p><b>6-1-5- الشارة المؤسسات الفندقية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2000-134 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 يحدد الشارة المبنية لرتبة المؤسسات الفندقية. <b>(ج ر رقم 35 - 2000)</b></p> <p>- قرار مؤرخ في 15 ذي القعدة عام 1425 الموافق 27 ديسمبر سنة 2004، يحدد مواصفات شارات تصنيف المؤسسات الفندقية وكذا البيانات المسجلة عليها. <b>(ج.ر رقم 07 - 2004)</b></p> <p><b>7-1-5- قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيتها</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2006-325 مؤرخ في 25 شعبان عام 1427 الموافق 18 سبتمبر سنة 2006 يحدد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيتها. <b>(ج ر رقم 58 - 2006)</b></p> <p><b>8-1-5- تطبيق المعدل المخفض للحقوق الجمركية</b></p> <p>- قرار وزاري مشترك مؤرخ في أول جمادى الأولى عام 1435 الموافق 2 مارس سنة 2014 ، يحدد قائمة التجهيزات التائثيات غير المنتجة محليا حسب المواصفات الفندقية التي تدخل في إطار</p>

	<p>عمليات العصرية و التأهيل، تطبيقا لمخطط "جودة السياحة الجزائر " التي تستفيد من المعدل المخفض للحقوق الجمركية. (ج.ر 39 - 2014)</p> <p><b>5-2-نشاط وكالة السياحة والأسفار</b></p> <p>- قانون رقم 99-06 مؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار. (ج ر رقم 24-1999)</p> <p><b>5-2-1- اللجنة الوطنية للاعتماد</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2000-47 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 يحدد تنظيم اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار وسيرها. (ج ر رقم 10 - 2000)</p> <p><b>المعدل ب:</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 10-248 مؤرخ في 8 ذي الحجة عام 1431 الموافق 14 أكتوبر سنة 2010 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 2000-47 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد تنظيم اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار وسيرها. (ج.ر رقم 62 - 2010).</p>
--	--

### الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p>- قرار مؤرخ في 27 صفر عام 1432 الموافق أول فبراير سنة 2011، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار. (ج ر رقم 35 - 2011)</p> <p><b>5-2-2- شروط وكيفيات الإنشاء الوكالات</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 2000-48 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج ر رقم 10 - 2000)</p> <p><b>المعدل والمتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 10-186 مؤرخ في 2 شعبان عام 1431 الموافق 14 يوليو سنة 2010 يعدل ويتمم المرسوم تنفيذي رقم 2000-48 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج.ر رقم 44 - 2010)</p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 11-10 مؤرخ في 15 صفر عام 1432 الموافق 20 يناير سنة 2011 ، يتعلق بتمديد أجل امتثال وكالات السياحة والأسفار للتنظيم الجديد. (ج.ر رقم 04 - 2011)</p> <p>- قرار مؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001، يحددميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار. (ج.ر رقم 31-2001)</p> <p>- قرار مؤرخ في 26 ربيع الأول عام 1432 الموافق أول مارس سنة 2011، يحدد خصائص رخصة استغلال وكالة السياحة والأسفار. (ج.ر رقم 18-2011)</p> <p><b>5-2-3- شروط وكيفيات الإنشاء فروع الوكالات</b></p>

	<p>- مرسوم تنفيذي رقم 49-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 موافق أول مارس سنة 2000 يحدد شروط وكميات إنشاء فروع وكالات السياحة والأسفار واستغلالها. (ج ر رقم 10 - 2000)</p> <p style="text-align: center;"><b>3-5- استغلال المياه الحموية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 69-07 مؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007، يحدد شروط وكميات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية. (ج.ر رقم 13 - 2007)</p> <p style="text-align: right;"><b>المعدل ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 205-12 مؤرخ في 14 جمادى الثانية 1433 الموافق 6 مايو 2012 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 69-07 مؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007، يحدد شروط وكميات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية. (ج.ر رقم 29 - 2012)</p> <p>- قرار مؤرخ في 15 محرم عام 1430 الموافق 12 يناير سنة 2009، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة التقنية للمياه الحموية (ج ر رقم 19 - 2009).</p> <p>- قرار مؤرخ في 16 جمادى الأولى عام 1433 الموافق 18 أبريل سنة 2012، يتضمن تعيين أعضاء اللجنة التقنية للمياه الحموية (ج ر رقم 9 - 2013).</p>
--	--

### الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p style="text-align: center;"><b>4-5- استغلال أماكن التخييم</b></p> <p>- مرسوم رقم 85-14 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985، يحدد شروط تخصيص أماكن التخييم واستغلاله. (ج.ر في 27 /01/ 1985)</p> <p style="text-align: right;"><b>المعدل والمتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 01-138 مؤرخ في 3 ربيع الأول عام 1422 الموافق 26 مايو سنة 2001 يعدل ويتم المرسوم رقم 85-14 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985، الذي يحدد شروط تخصيص أماكن التخييم واستغلالها. (ج.ر رقم 30 - 2001).</p> <p>- مرسوم رقم 84-161 مؤرخ في 8 شوال عام 1404 الموافق 7 يوليو سنة 1984، يتضمن التنازل للبلديات عن أراض للمخيمات. (ج.ر مؤرخة في 10/01/ 1984)</p> <p style="text-align: center;"><b>5-5- استغلال السياحي للشواطئ</b></p> <p>- قانون رقم 03-02 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003، يحدد القواعد العامة للاستعمال والاستغلال السياحيين للشواطئ. (ج ر رقم 11 - 2003)</p> <p style="text-align: center;"><b>1-5-5- فتح ومنع الشواطئ للسياحة</b></p>

- مرسوم تنفيذي رقم 04-111 مؤرخ في 23 صفر عام 1425 الموافق 13 أبريل سنة 2004 يحدد شروط فتح ومنع الشواطئ للسباحة. (ج ر رقم 24 - 2004)

#### 2-5-5- اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح ومنع الشواطئ للسباحة

- مرسوم تنفيذي رقم 04-112 مؤرخ في 23 صفر عام 1425 الموافق 13 أبريل سنة 2004 يحدد مهام اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح ومنع الشواطئ للسباحة وتنظيمها وكيفيات سيرها. (ج ر رقم 24 - 2004)

#### 3-5-5- الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة

- مرسوم تنفيذي رقم 04-274 مؤرخ في 20 رجب عام 1425 الموافق 5 سبتمبر سنة 2004 يحدد شروط الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة وكيفيات ذلك. (ج ر رقم 56 - 2004)

- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 ربيع الثاني عام 1427 الموافق 18 مايو سنة 2006، يحدد نماذج الاتفاقية ودقتر الشروط المتعلقة بامتياز الاستغلال السياحي للشواطئ المفتوحة للسباحة. (ج ر رقم 70 - 2006)

### الفهرس (تابع)

العناوين	الصفحات
<b>5-6- نشاط الدليل السياحي</b>	
- مرسوم تنفيذي رقم 06-224 مؤرخ في 25 جمادى الأولى عام 1427 الموافق 21 يونيو سنة 2006 يحدد شروط ممارسة نشاط الدليل في السياحة وكيفيات ذلك. (ج ر رقم 42 المؤرخة في 25 يونيو 2006)	
- قرار مؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1429 الموافق 18 مارس سنة 2008، يحدد الاعتمادين النموذجيين للدليل في السياحة وكذا بطاقة الدليل في السياحة. (ج ر رقم 27 - 2008).	
<b>5-7- نشاط السياحي (أحكام خاصة بالمطاعم)</b>	
- مرسوم رقم 85-12 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها. (ج ر المؤرخة في 27 يناير 1985)	
المعدل و المتمم ب:	
* مرسوم تنفيذي رقم 92-101 مؤرخ في 28 شعبان عام 1412 الموافق 3 مارس سنة 1992 يعدل المرسوم رقم 85-12 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها. (ج.ر رقم 18 - 1992).	

## 6/مناطق التوسع والمواقع السياحية

- قانون رقم 03-03 مؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003، يتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج ر رقم 11 - 2003)

### 6-1- الإستشارة المسبقة في مجال منح رخصة البناء

- مرسوم تنفيذي رقم 04-421 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1425 الموافق 20 ديسمبر سنة 2004 يحدد كفايات الإستشارة المسبقة للإدارات المكلفة بالسياحة والثقافة في مجال منح رخصة البناء داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج ر رقم 83 - 2004)

### 6-2- ممارسة حق الشفعة

- مرسوم تنفيذي رقم 06-385 مؤرخ في 5 شوال عام 1427 الموافق 28 أكتوبر سنة 2006 يحدد كفايات ممارسة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة حق الشفعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج ر رقم 70 - 2006)

- قرار مؤرخ في 10 ربيع الأول عام 1429 الموافق 18 مارس سنة 2008، يحدد نموذج التصريح المسبق لبيع ملك واقع داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج.ر رقم 25 - 2008).

## الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<b>6-3- إعادة بيع الأراضي أو منح حق الإمتياز</b>
	- مرسوم تنفيذي رقم 07-23 مؤرخ في 9 محرم عام 1428 الموافق 28 يناير سنة 2007 يحدد كفايات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الإمتياز عليها. (ج ر رقم 08 - 2007)
	- قرار مؤرخ في 14 ربيع الثاني عام 1428 الموافق 2 مايو سنة 2007، يحدد القائمة الإسمية لأعضاء اللجنة الخاصة المكلفة بالبت في المشاريع المقدمة من طالبي اقتناء الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية أو منح حق الإمتياز عليها. (ج.ر رقم 57 - 2007)
	<b>6-4- كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية</b>
	- مرسوم تنفيذي رقم 07-86 مؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق 11 مارس سنة 2007 يحدد كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية. (ج ر رقم 17 - 2007)
	- مرسوم تنفيذي رقم 15-78 مؤرخ في 2 1 مارس سنة 2015 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 07-86 لمؤرخ في 21 صفر عام 1428 الموافق 11 مارس سنة 2007 الذي يحدد كفايات إعداد مخطط التهيئة السياحية للمناطق التوسع و المواقع السياحية. (ج ر رقم 12 - 2015).
	<b>6-5- التحديد والتصريح والتصنيف</b>

- مرسوم رقم 88-232 مؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي.  
(ج.ر المؤرخة في 14 ديسمبر 1988)

**المعدل ب:**

- مرسوم تنفيذي رقم 04-398 مؤرخ في 23 شوال عام 1425 الموافق 6 ديسمبر سنة 2004، يلغي بعض أحكام الملحق بالمرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي.(ج ر رقم 79 - 2004)

- مرسوم تنفيذي رقم 06-477 مؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1427 الموافق 14 ديسمبر سنة 2006، يعدل ملحق المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي.(ج ر رقم 82 - 2006)

- مرسوم تنفيذي رقم 09-66 مؤرخ في 11 صفر عام 1430 الموافق 7 فبراير سنة 2009، يعدل ملحق المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي.  
(ج ر رقم 10 - 2009)

- مرسوم تنفيذي رقم 09-338 مؤرخ في 3 ذي القعدة عام 1430 الموافق 22 أكتوبر سنة 2009، يعدل ملحق المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي.(ج ر رقم 61 - 2009).

## الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p>- مرسوم تنفيذي رقم 11-77 مؤرخ في 13 ربيع الأول عام 1432 موافق 16 فبراير سنة 2011، يعدل ملحق المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي. (ج ر رقم 11 - 2011)</p> <p>نصوص تطبيقية للقانون رقم 03-03.</p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 09-226 مؤرخ في 6 رجب عام 1430 موافق 29 يونيو سنة 2009 يتضمن تحديد منطقتي التوسع والموقعين السياحيين لزفانة 2 (ولاية غرداية) ولحمام بوججر (ولاية تيموشنت) والتصريح بهما وتصنيفهما (ج ر 39 - 2009)</p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 10-131 مؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1431 موافق 29 أبريل سنة 2010 يتضمن تحديد مناطق التوسع والمواقع السياحية والتصريح بها وتصنيفها. (ج ر رقم 30 - 2010)</p> <p>6-6- المصادقة على مخططات التهيئة السياحية.</p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 13-127 المؤرخ في 6 أبريل 2013 المتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية لـ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ " سيدي خليفة" بلديتا آيت شافع و أزفون، ولاية تيزي وزو،</li> <li>▪ " أزفون " بلدية أزفون ، ولاية تيزي وزو،</li> <li>▪ "العوانة" بلدية العوانة، ولاية جيجل. (ج ر رقم 19 - 2013)</li> </ul> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 13-128 المؤرخ في 6 أبريل 2013 المتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية لـ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ " واد البقرات" بلدية سرايدي ولاية عنابة ،</li> <li>▪ "خليج غرب شطايبى" بلدية شطايبى ولاية عنابة ،</li> <li>▪ "رمضان شاطى" بلدية بن عبد المالك رمضان ولاية مستغانم ،</li> <li>▪ "جاننت" بلدية جاننت ولاية البيزي،</li> <li>▪ "بوزجار " بلدية بوزجار ولاية عين تموشنت،</li> <li>▪ " راس إيفي " بلدية بن عبد المالك رمضان، ولاية مستغانم،</li> <li>▪ " مسيدة " بلديتا القالة و السوارخ، ولاية الطارف. (ج ر رقم 20 - 2013)</li> </ul> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 14-78 مؤرخ في 17 ربيع الثاني 1435 الموافق 17 فبراير 2014 يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية بولاية الشلف. (ج ر رقم 11 - 2014)</p>



\* مرسوم تنفيذي رقم 15-82 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والمواقع السياحية بولاية أدرار. (ج ر رقم 13 - 2014).

\* مرسوم تنفيذي رقم 15-83 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية بولاية بسكرة (ج ر رقم 13 - 2014).

\* مرسوم تنفيذي رقم 15-84 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1436 الموافق 8 مارس سنة 2015 يتضمن المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والمواقع السياحية بولاية الوادي. (ج ر رقم 13 - 2014).

- قرار مؤرخ في 28 جمادى الأولى عام 1434 الموافق 10 أبريل سنة 2013 يتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من عين حمادي وادي دسباس، مينيس و وادي تيغزة ( ولاية الشلف) (ج ر رقم 47 - 2013)

- قرار مؤرخ في 28 جمادى الأولى عام 1434 الموافق 10 أبريل سنة 2013 يتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من طولقة وفم الغرزة وعين بالنوي وشقة ( ولاية بسكرة ) (ج ر رقم 47 - 2013).

- عشر (10) قرارات وزارية مؤرخة في 20 ماي 2014 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية (30) لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من ولايات : المسيلة ، الجلفة، النعام، سعيدة، الوادي، سكيكدة، جيجل، مستغانم، تيزي وزو، تيبازة. (ج ر رقم 58 - 2014).

- تسعة (9) قرارات وزارية مؤرخة في 9 أكتوبر 2014 تتضمن تقرير إعداد مخططات التهيئة السياحية (32) لمناطق التوسع والمواقع السياحية لكل من ولايات : وهران ، الشلف، سكيكدة، عين الدفلى، بومرداس، عين تيموشنت، تلمسان، تيبازة و غرداية. (ج ر رقم 64 - 2014).

- قرار وزاري مؤرخ في 9 أكتوبر 2014 يتضمن تقرير مراجعة مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع والمواقع السياحي بوزجار ولاية عين تيموشنت (ج ر رقم 64 - 2014).

## الفهرس (تابع)

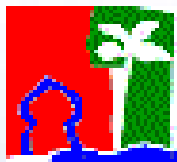
الصفحات	العناوين
	<p><b>7/بنك معطيات للسياحة</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 04-81 مؤرخ في 22 محرم عام 1425 الموافق 14 مارس سنة 2004، يحدد كفيات وضع بنك معطيات للسياحة.(ج.ر رقم 15 - 2004)</p> <p>- قرار مؤرخ في أول شوال عام 1427 الموافق 23 أكتوبر سنة 2006 ، يحدد كفيات إرسال المعطيات المجمعمة من قبل المديريات الولائية للسياحة والديوان الوطني للسياحة و الوكالة الوطنية للتنمية السياحية وكذا الجمعيات التي تنشط في المجال السياحي.(ج.ر رقم 14- 2007)</p> <p>- قرار مؤرخ في أول شوال عام 1427 الموافق 23 أكتوبر سنة 2006 ، يحدد نموذج الرزنامة المتعلقة بالمعلومات والبيانات والمؤشرات التي تحوزها المؤسسات الوطنية والإدارات العمومية والهيئات العمومية المتخصصة، لتزويد بنك المعطيات السياحي.(ج.ر رقم 14 - 2007)</p>
	<p><b>8/صندوق الترقية السياحية</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 90-112 مؤرخ في 22 رمضان عام 1410 الموافق 17 ابريل سنة 1990 يحدد كفيات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخرينة رقم 302-57 صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية.(ج ر رقم 16 - 1990)</p> <p><b>المعدل و المتمم ب:</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 97-86 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1417 الموافق 16 مارس سنة 1997 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 90-112 مؤرخ في 17 ابريل سنة 1990 الذي يحدد كفيات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخرينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة في الترقية السياحية".</p> <p><b>(ج.ر رقم 15 - 1997).</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 08-408 مؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1429 الموافق 24 ديسمبر سنة 2008 يعدل و يتم المرسوم تنفيذي رقم 90-112 مؤرخ في 17 ابريل سنة 1990 الذي يحدد كفيات تسيير حساب التخصيص الخاص بالخرينة رقم 57-302 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية".</p> <p><b>(ج.ر رقم 73 - 2008).</b></p> <p>* مرسوم تنفيذي رقم 14 - 19 مؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1435 الموافق 21 يناير سنة 2014 ، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 90-112 المؤرخ في 22 رمضان عام 1410 الموافق 17 أبريل سنة 1990 الذي يحدد كفيات تسيير حساب التخصيص الخاص رقم 302-057 الذي عنوانه "صندوق دعم الاستثمار وترقية ونوعية الأنشطة السياحية" (ج.ر رقم 04 - 2014).</p> <p>- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 12 يونيو سنة 2005، يحدد مدونة إيرادات ونفقات صندوق التخصيص الخاص بالخرينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية".</p> <p><b>(ج.ر رقم 84 - 2005).</b></p>

## الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 12 يونيو سنة 2005، يحدد كفيات متابعة وتقييم حساب التخصيص الخاص بالخرينة رقم 302-57 الذي عنوانه "صندوق تخصيص المساهمة للترقية السياحية". (ج.ر رقم 84 - 2005)
	<b>9/ تنظيم مكاتب السياحة والاتحاديات الولائية والاتحادية الوطنية لمكاتب السياحة وعملها</b>
	- مرسوم رقم 85-15 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 يتضمن تنظيم مكاتب السياحة والاتحاديات الولائية والاتحادية الوطنية لمكاتب السياحة وعملها. (ج ر المؤرخة في 27 يناير 1985)
	<b>10/ المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية</b>
	- مرسوم تنفيذي رقم 08-224 مؤرخ في 11 رجب عام 1429 الموافق 14 يوليو سنة 2008 يتضمن تأسيس المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية. (ج ر رقم 40 - 2008)
	<b>11/ المهرجان الدولي للسياحة والأسفار</b>
	- مرسوم تنفيذي رقم 08-384 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1429 الموافق 26 نوفمبر سنة 2008 يتضمن تأسيس المهرجان الدولي للسياحة والأسفار. (ج ر رقم 68 - 2008)
	<b>12/ اليوم الوطني للسياحة</b>
	- قرار مؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1432 الموافق 29 مايو سنة 2011، يتضمن إحداث اليوم الوطني للسياحة. (ج ر رقم 35 - 2011)
	<b>13/ القانون الأساسي الخاص بمفتشي السياحة</b>
	- مرسوم تنفيذي رقم 08-302 مؤرخ في 24 رمضان عام 1429 الموافق 24 سبتمبر سنة 2008 يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لسلك مفتشي السياحة. (ج ر رقم 56 - 2008)
	- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 23 شوال 1432 الموافق 21 سبتمبر 2011، يحدد إطار تنظيم المسابقات على أساس الاختبارات و الامتحانات المهنية للالتحاق بالرتب التابعة لسلك مفتشي السياحة. (ج ر رقم 39 - 2012)
	- القرار المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 6 مايو سنة 2012 يحدد كفيات تنظيم التكوين التحضيري أثناء فترة التربص لشغل بعض الرتب المنتمية لسلك مفتشي السياحة ومدته وكذا محتوى برامجه. (ج ر رقم 18 - 2013).

## الفهرس (تابع)

الصفحات	العناوين
	<p><b>14/ النظام التعويضي الخاص بمفتشي السياحة</b></p> <p>- مرسوم تنفيذي رقم 11-228 مؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين لسلك مفتشي السياحة (ج رقم 35 - 2011).</p> <p>*مرسوم تنفيذي رقم 13 - 234 مؤرخ في 17 شعبان عام 1434 الموافق 26 يونيو سنة 2013 يعدل المرسوم التنفيذي رقم 11-228 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 الذي يؤسس النظام التعويضي للموظفين المنتمين لسلك مفتشي السياحة. (ج رقم 34 - 2013)</p>



## STATISTIQUES SUR LE TOURISME AU MAROC POUR LE MOIS DE DECEMBRE 2010

[www.tourisme.gov.ma](http://www.tourisme.gov.ma)  
[www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



## Evolution des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique classés : +6% en décembre 2010

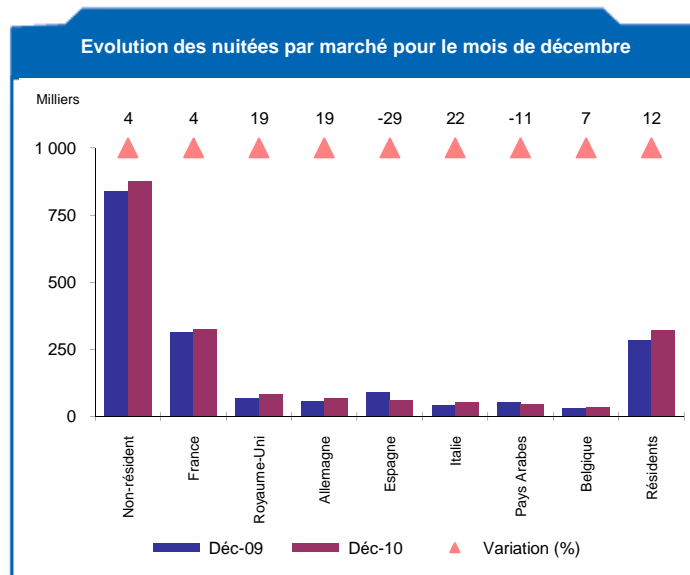
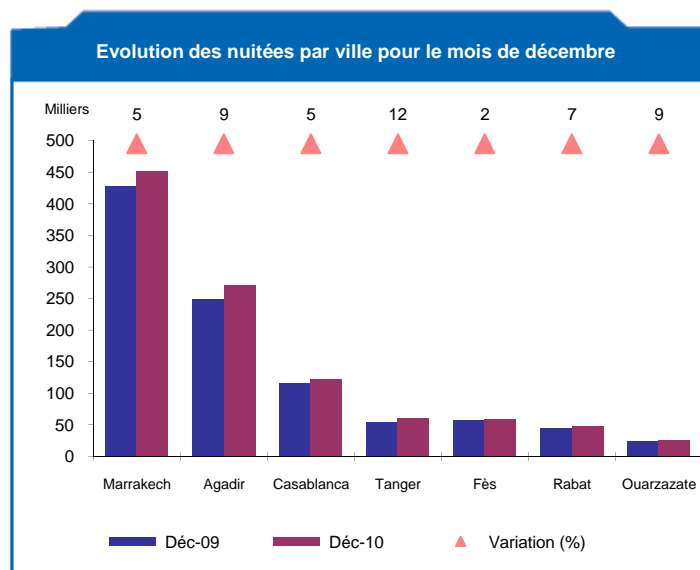
Le nombre des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique classés, au cours du mois de décembre, a enregistré une progression de +6% par rapport à la même période de 2009.

Cette dynamique positive est soutenue principalement par les nuitées des touristes résidents qui ont augmenté de +12%, soit 49% des nuitées additionnelles. Les nuitées des non-résidents ont également augmenté (+4%).

Parallèlement à la hausse des nuitées, le nombre d'arrivées de touristes aux postes frontières a cru de +10% en décembre 2010.

La majorité des villes touristiques ont connu une progression de leurs nuitées. Ainsi, Marrakech et Agadir, les deux principaux pôles touristiques du Royaume, ont réalisé une bonne performance en décembre 2010, avec des augmentations respectives de +5% et +9% (soit 62% des nuitées additionnelles). Casablanca, Tanger, Rabat, Fès, et Ouarzazate, ont elles aussi affiché des hausses de leurs nuitées (+5%, +12%, +7%, +2% et +9% respectivement).

La progression des nuitées du tourisme récepteur (+4%) s'explique principalement par les bonnes performances enregistrées par les marchés français (+4%), britannique (+19%), allemand (+19%), belge (+7%) et italien (+22%).





## Evolution des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique classés : +11% en janvier-décembre 2010

En 2010, les nuitées totales enregistrées dans les établissements d'hébergement touristique classés ont affiché une hausse de +11%.

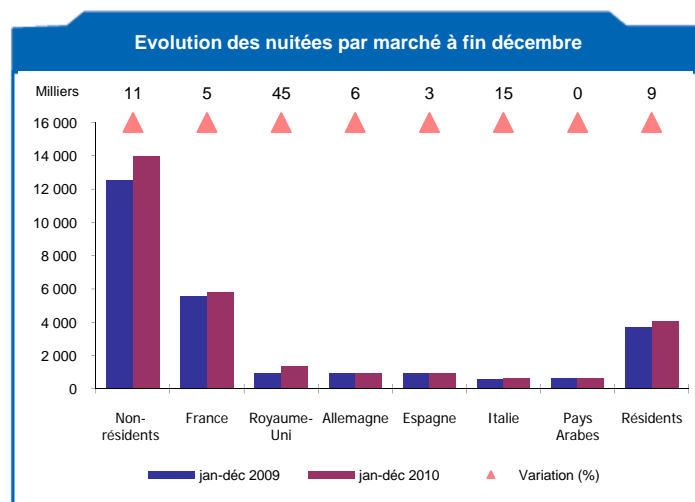
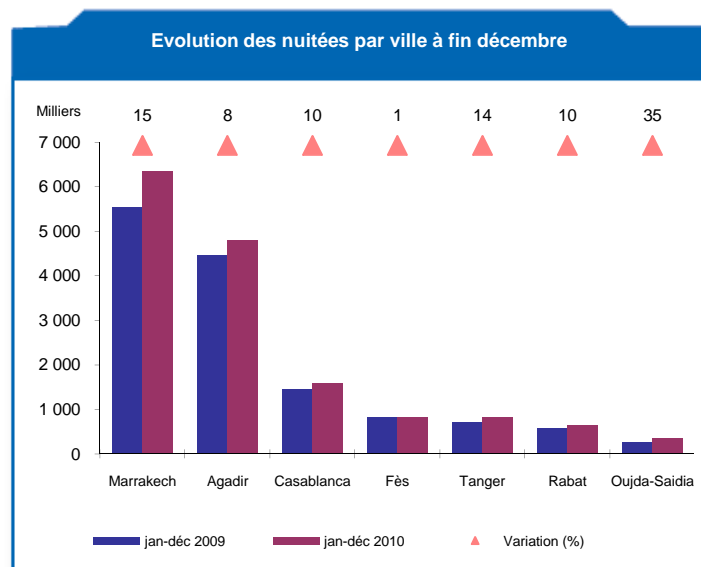
De même, l'année 2010 s'est clôturée avec une croissance de +11% du volume des arrivées aux postes frontières, comparativement avec l'année 2009. Ainsi, le Maroc a enregistré au terme de cette année, près de 9,3 millions de touristes contre 8,3 millions une année auparavant.

Au terme de l'année 2010, les principales villes touristiques ont connu une progression de leurs nuitées. En effet, Marrakech, Agadir et Casablanca qui ont généré à elles seules 73% des nuitées totales ont affiché des hausses respectives de +15%, +8% et +10%.

Les destinations de Tanger, de Fès, de Rabat et d'Oujda-Saidia ont contribué également à cette croissance avec des hausses respectives de +14%, +1%, +10% et +35%.

En 2010, tous les principaux marchés émetteurs du tourisme marocain ont affiché des évolutions positives de leurs nuitées : +5% pour la France, +3% pour l'Espagne, +6% pour l'Allemagne et +15% pour l'Italie. Le marché britannique avec une hausse très forte de +45% a réalisé la meilleure performance en termes de nuitées. Il a généré à lui seul 29% du total des nuitées additionnelles des touristes non-résidents enregistrées en 2010.

Enfin, le taux d'occupation moyen des chambres réalisé en 2010 a progressé de trois points par rapport à l'année 2009. Il s'établit ainsi à 44%.





**Evolution des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement  
touristique classés : +6% en décembre 2010**

Marché	Nuitées dans les établissements d'hébergement classés				Part (%)		
	Déc-01	Déc-09	Déc-10	Var 10/09 (%)	Déc-01	Déc-09	Déc-10
<b>Non-résident</b>	<b>402 321</b>	<b>839 074</b>	<b>875 802</b>	<b>4</b>	<b>76</b>	<b>75</b>	<b>73</b>
France	171 158	312 757	326 787	4	32	28	27
Royaume-Uni	24 497	69 390	82 476	19	5	6	7
Allemagne	64 624	58 108	68 994	19	12	5	6
Espagne	18 286	89 106	63 321	-29	3	8	5
Italie	21 579	44 128	53 848	22	4	4	5
Pays Arabes	18 324	54 172	48 175	-11	3	5	4
Belgique	15 293	32 154	34 276	7	3	3	3
U.S.A	7 503	18 491	22 123	20	1	2	2
<b>Résidents</b>	<b>126 871</b>	<b>284 740</b>	<b>319 913</b>	<b>12</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>27</b>
<b>Total</b>	<b>529 192</b>	<b>1 123 814</b>	<b>1 195 715</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Evolution des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement  
touristique classés : +11% en janvier-décembre 2010**

Marché	Nuitées dans les établissements d'hébergement classés				Part (%)		
	jan-déc 2001	jan-déc 2009	jan-déc 2010	Var 10/09 (%)	jan-déc 2001	jan-déc 2009	jan-déc 2010
<b>Non-résidents</b>	<b>10 293 123</b>	<b>12 520 803</b>	<b>13 955 375</b>	<b>11</b>	<b>81</b>	<b>77</b>	<b>77</b>
France	4 436 713	5 550 236	5 815 242	5	35	34	32
Royaume-Uni	606 881	929 970	1 345 631	45	5	6	7
Allemagne	1 563 578	895 617	946 415	6	12	6	5
Espagne	468 163	921 990	945 474	3	4	6	5
Italie	663 287	571 376	657 250	15	5	4	4
Pays Arabes	383 669	638 647	637 957	0	3	4	4
Belgique	435 533	582 277	589 421	1	3	4	3
Hollande	129 668	292 937	340 768	16	1	2	2
<b>Résidents</b>	<b>2 402 104</b>	<b>3 717 778</b>	<b>4 065 497</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>23</b>
<b>Total</b>	<b>12 695 227</b>	<b>16 238 581</b>	<b>18 020 872</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>





## Taux d'occupation enregistré dans les EHTC : 36% en décembre 2010

Ville	Nuitées dans les établissements d'hébergement classés				Taux d'occupation (%)		
	Déc-01	Déc-09	Déc-10	Var 10/09 (%)	Déc-01	Déc-09	Déc-10
Marrakech	160 222	428 334	451 291	5	33	44	44
Agadir	154 098	249 551	270 865	9	31	39	43
Casablanca	51 755	116 518	122 157	5	34	45	48
Tanger	28 462	54 027	60 766	12	20	44	48
Fès	23 463	58 369	59 702	2	21	32	33
Rabat	23 345	45 303	48 472	7	26	50	50
Ouarzazate	19 350	24 335	26 607	9	16	14	15
Essaouira	6 177	15 195	21 516	42	17	20	24
Meknès	9 690	17 846	19 197	8	16	27	29
Tétouan	7 428	14 767	11 048	-25	10	22	18
Oujda-Saidia	2 879	8 765	8 247	-6	8	29	19
EL jadida-Mazagan	1 390	12 326	18 359	49	20	18	31
<b>Total</b>	<b>529 192</b>	<b>1 123 814</b>	<b>1 195 715</b>	<b>6</b>	<b>25</b>	<b>34</b>	<b>36</b>

## Taux d'occupation enregistré dans les EHTC : 44% en janvier-décembre 2010

Ville	Nuitées dans les établissements d'hébergement classés				Taux d'occupation (%)		
	jan-déc 2001	jan-déc 2009	jan-déc 2010	Var 10/09 (%)	jan-déc 2001	jan-déc 2009	jan-déc 2010
Marrakech	3 576 638	5 533 834	6 357 891	15	64	47	50
Agadir	3 960 337	4 468 286	4 806 694	8	61	55	58
Casablanca	1 002 554	1 455 467	1 600 873	10	55	50	53
Fès	632 643	812 474	820 725	1	48	40	38
Tanger	573 692	720 628	818 379	14	38	53	53
Rabat	552 463	577 794	635 233	10	49	55	55
Ouarzazate	540 232	446 289	420 577	-6	39	23	22
Essaouira	144 939	250 060	310 414	24	36	29	33
Tétouan	348 700	307 647	293 434	-5	34	32	30
Meknès	192 348	232 250	249 020	7	30	29	31
Oujda-Saidia	50 819	264 524	356 108	35	12	29	33
EL jadida-Mazagan	47 150	113 532	267 252	135	31	27	37
<b>Total</b>	<b>12 695 227</b>	<b>16 238 581</b>	<b>18 020 872</b>	<b>11</b>	<b>48</b>	<b>41</b>	<b>44</b>



## Evolution des arrivées de touristes aux postes frontières : +10% en décembre 2010

Pays de résidence	Arrivés de touristes aux frontières (en milliers)				Part (%)		
	Déc-01	Déc-09	Déc-10	Var 10/09 (%)	Déc-01	Déc-09	Déc-10
France	90	227	246	9	37	35	35
Espagne	49	144	146	1	20	23	21
Allemagne	18	33	37	12	7	5	5
Royaume-Uni	10	32	34	7	4	5	5
Italie	10	29	39	34	4	5	6
Belgique	13	32	37	16	5	5	5
Hollande	13	31	38	23	5	5	5
Etats Unis	5	14	16	19	2	2	2
Autres	38	98	109	12	15	15	16
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>640</b>	<b>703</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Dont MRE	117	283	311	10	47	44	44
TES	129	357	392	10	53	56	56

## Evolution des arrivées de touristes aux postes frontières : +11% en janvier-décembre 2010

Pays de résidence	Arrivés de touristes aux frontières (en milliers)				Part (%)		
	jan-déc 2001	jan-déc 2009	jan-déc 2010	Var 10/09 (%)	jan-déc 2001	jan-déc 2009	jan-déc 2010
France	1 593	3 116	3 354	8	36	37	36
Espagne	838	1 857	2 050	10	19	22	22
Allemagne	331	438	487	11	8	5	5
Royaume-Uni	194	378	475	26	4	5	5
Italie	196	314	383	22	4	4	4
Belgique	227	460	516	12	5	6	6
Hollande	210	434	497	14	5	5	5
Etats Unis	124	172	191	11	3	2	2
Autres	667	1 171	1 336	14	15	14	14
<b>Total</b>	<b>4 380</b>	<b>8 341</b>	<b>9 288</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Dont MRE	2 130	4 048	4 378	8	49	49	47
TES	2 250	4 293	4 910	14	51	51	53

Source : DGSN

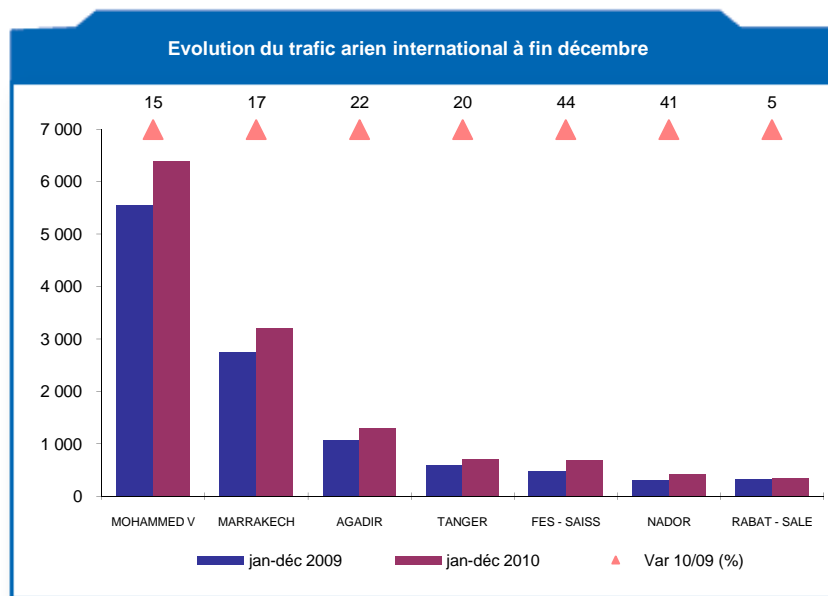


## Evolution du trafic aérien international par aéroport

**Hausse du nombre de passagers internationaux de +18% au cours de l'année 2010 par rapport à la l'année 2009**

Au terme de l'année 2010, le nombre de passagers internationaux ayant transité par les aéroports internationaux du Royaume a atteint 13,5 millions, contre 11,5 millions comparativement à la même période de l'année dernière, soit une progression de +18%.

A l'exception de l'aéroport de Ouarzazate tous les autres principaux aéroports ont affiché des résultats très positifs par rapport à 2009 : +15% pour l'aéroport Mohammed V, +17% pour Marrakech Ménara, +22% pour Agadir Al Massira, +20% pour Tanger Ibn Battouta et +44% pour Fès Saïss.



Aéroport	Nombre de passagers internationaux (en milliers)						
	Déc-09	Déc-10	Var 10/09 (%)	jan-déc 2009	jan-déc 2010	Var 10/09 (%)	Part (%)
MOHAMMED V	511	548	7	5 551	6 386	15	47
MARRAKECH	225	256	14	2 749	3 213	17	24
AGADIR	80	83	3	1 064	1 294	22	10
TANGER	53	54	1	585	703	20	5
FES - SAISS	51	67	30	476	684	44	5
NADOR	26	38	44	305	430	41	3
RABAT - SALE	32	32	-2	338	354	5	3
OUDJA	23	30	30	308	357	16	3
OUARZAZATE	1,7	2,1	22	24	22	-8	0
<b>TOTAL</b>	<b>1 010</b>	<b>1 113</b>	<b>10</b>	<b>11 494</b>	<b>13 531</b>	<b>18</b>	<b>100</b>

Source : ONDA

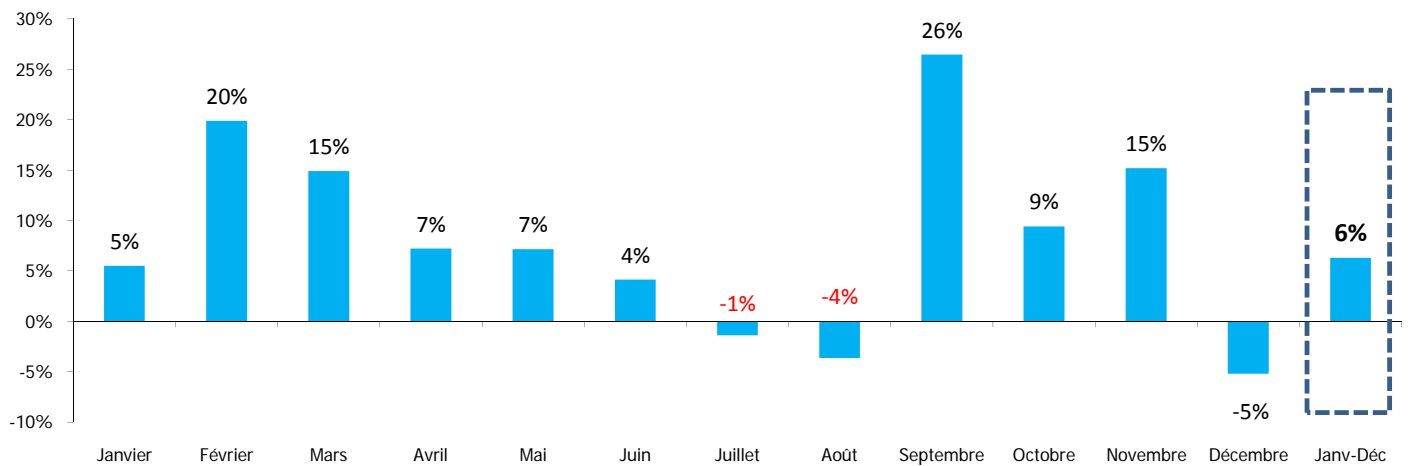


## Evolution des recettes voyages

**Les recettes en devises générées par le tourisme au cours de l'année 2010 ont progressé de +6% par rapport à la même période de 2009**

Depuis le début de l'année 2010, le tourisme au Maroc a généré près de **56,1 milliards de dirhams**, soit une hausse de **+6%** par rapport à la même période de l'année dernière.

Evolution mensuelle de la variation des recettes voyages (2010/2009)



	Recettes voyages* (en millions de DH)							
	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janv-Déc
<b>2010</b>	4 127	7 856	7 245	4 973	4 590	4 728	4 221	56 149,0
<b>2009</b>	3 963	7 967	7 519	3 933	4 196	4 105	4 453	52 833,8
<b>Variation 10/09</b>	4%	-1%	-4%	26%	9%	15%	-5%	6%
<b>Ecart (en millions de DH)</b>	164	-111	-274	1 040	394	623	-232	3 315

Source : Office des Changes

(\*) Chiffres provisoires

23, Bd Mohamed Abdou - Quartier Palmiers - Casablanca - Maroc

**Tél.** : +212 5 22 42 74 82

**Fax** : +212 5 22 90 76 08

**Email** : [contact@observatoiredu tourisme.ma](mailto:contact@observatoiredu tourisme.ma)

**Site** : [www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

ANNUAIRE STATISTIQUE 2011

PIRELCATS



# ANNUAIRE STATISTIQUE 2011



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

ANNUAIRE STATISTIQUE  
**2011**



# SOMMAIRE

<b>1. LE CONTEXTE GÉNÉRAL</b>	<b>6</b>
1.1 L'économie mondiale	6
1.2 Le tourisme mondial	8
1.3 Le Maroc	12
1.4 Les pays concurrents	16
<b>2. L'OFFRE D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE AU MAROC</b>	<b>21</b>
2.1 Analyse d'ensemble de la capacité d'hébergement touristique classé	21
2.2 La capacité d'hébergement touristique par type d'établissement	22
2.3 La Capacité d'hébergement touristique par région et par ville	23
2.4 La formation	26
2.5 Les agences de voyages	28
2.6 Les guides	29
<b>3. LA DEMANDE TOURISTIQUE</b>	<b>31</b>
3.1 Vue d'ensemble	31
3.2 La demande touristique par type d'établissement et par ville	34
3.3 La demande d'hébergement hôtelier par type de touriste et par ville	39
3.4 Les marchés émetteurs	50
<b>4. LES ARRIVÉES TOURISTIQUES AUX POSTES FRONTIÈRES</b>	<b>44</b>
4.1 Les arrivées touristiques par type de touriste, par voie d'accès et par poste frontière	44
4.2 Les recettes Voyages de la Balance des Paiements	51

# 1. LE CONTEXTE GÉNÉRAL

## 1.1. L'ÉCONOMIE MONDIALE

L'économie mondiale a connu en 2011 un ralentissement de sa croissance qui s'est établie à 3,9% contre 5,3% en 2010. Les grandes puissances mondiales ont vu ainsi leurs rythmes de croissance décroître. En effet, l'économie chinoise a ralenti de 1,2 point, soit 9,2% en 2011 contre 10,4% en 2010, et ce en raison du durcissement de la politique monétaire et de l'affaiblissement de la demande mondiale. L'économie japonaise s'est également détériorée de 5,2 points, s'établissant à -0,7% contre 4,4% en 2010, à cause notamment du séisme du 11 mars 2011. L'activité économique s'est aussi contractée aux Etats-Unis et dans les pays de l'Union Européenne en affichant des taux de croissance respectifs de 1,7% et de 1,6%.

L'inflation, quant à elle, a progressé dans la grande majorité des pays du fait de la hausse des prix des matières premières. Elle est passée de 4,2% en 2010 à 4,4 en 2011 dans le monde, de 2,5% à 3,0% dans l'Union Européenne, de 1,7% à 3,0% aux Etats-Unis et de 4,6% à 4,1% en Chine. Par ailleurs, une légère baisse du taux d'inflation a été enregistrée au Japon, soit -0,2% en 2011 contre -0,4% en 2010.

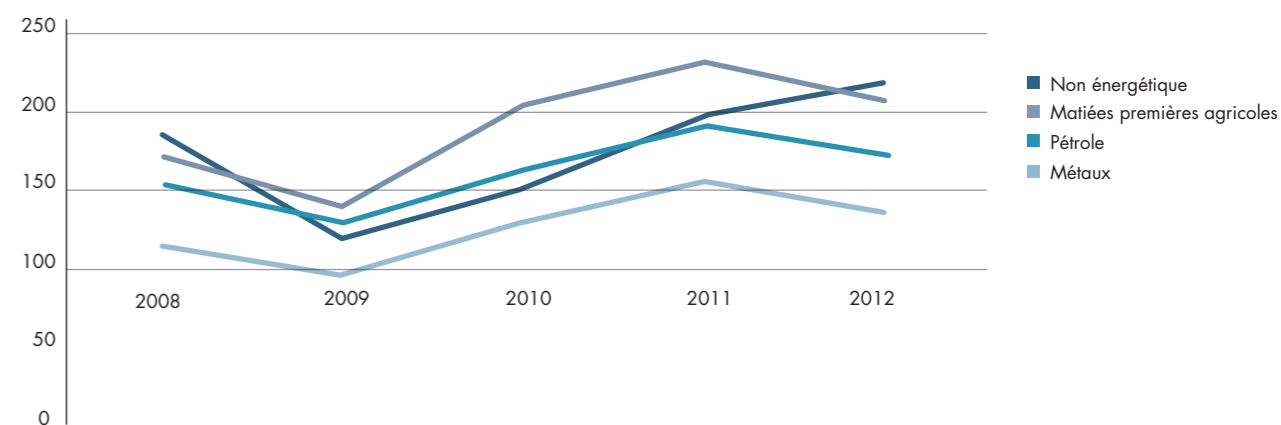
Le taux de chômage a affiché une baisse légère entre 2010 et 2011 avec 9,0% contre 9,6% au États unis, 4,5% contre 5,1% au Japon et 4,0% contre 4,1% en Chine. Dans la Zone Euro, ce taux a connu une stagnation durant l'année 2011.

**Tableau 1.1.1 : Les indicateurs économiques clés dans le monde : 2009 - 2012**

	Monde	UE	Zone Euro	USA	Japon	Chine
<b>Taux de croissance (PIB prix constants, en %)</b>						
2009	-0,6	-4,2	-4,3	-3,5	-5,5	9,2
2010 (e)	5,3	2,0	1,9	3,0	4,4	10,4
2011 (e)	3,9	1,6	1,4	1,7	-0,7	9,2
2012 (e)	3,5	0,0	-0,3	2,1	2,0	8,2
<b>Taux d'inflation (fin de période, en %)</b>						
2009	3,1	1,2	0,9	1,9	-1,7	1,9
2010 (e)	4,2	2,5	2,2	1,7	-0,4	4,6
2011 (e)	4,4	3,0	2,7	3,0	-0,2	4,1
2012 (e)	4,0	2,1	1,9	1,9	0,2	3,5
<b>Taux de chômage (en %)</b>						
2009	n,d	n,d	9,6	9,3	5,1	4,3
2010 (e)	n,d	n,d	10,1	9,6	5,1	4,1
2011 (e)	n,d	n,d	10,1	9,0	4,5	4,0
2012 (e)	n,d	n,d	10,9	8,2	4,5	4,0
<b>Solde budgétaire (% du PIB)</b>						
2009	n,d	-6,7	-6,4	-13,0	-10,4	-3,1
2010 (e)	n,d	-6,5	-6,3	-10,5	-9,4	-2,3
2011 (e)	n,d	-4,6	-4,1	-9,6	-10,1	-1,2
2012 (e)	n,d	-3,8	-3,2	-8,1	-10,0	-1,3
<b>Solde Compte Courant (% du PIB)</b>						
2009	n,d	-0,1	0,1	-2,7	2,8	5,2
2010 (e)	n,d	-0,2	0,3	-3,2	3,6	5,1
2011 (e)	n,d	0,1	0,3	-3,1	2,0	2,8
2012 (e)	n,d	0,3	0,7	-3,3	2,2	2,3

Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2012. (e): estimation.

**Graphique 1.1.1 : Evolution de l'indice des prix des matières premières (2008-2012)**  
(Janvier 2005 = 100, en dollar Américain)



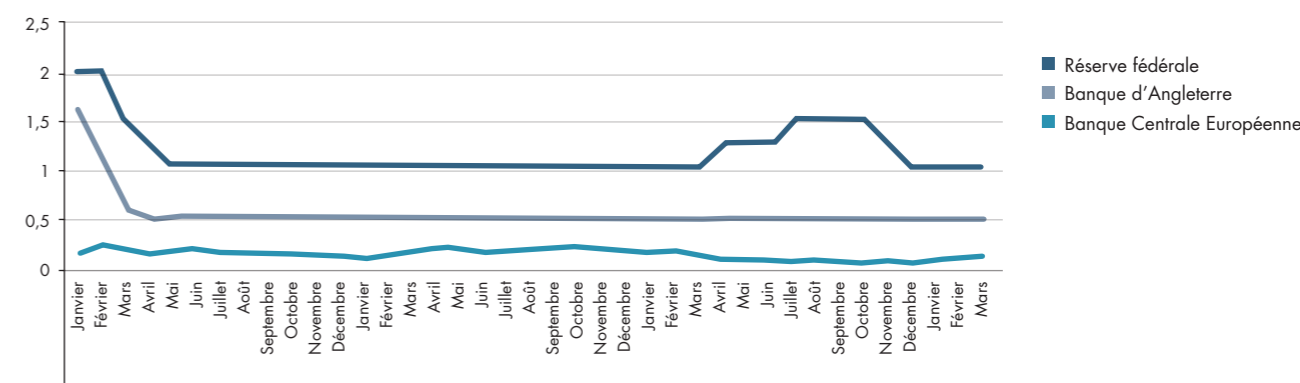
Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2012

Les prix des matières premières alimentaires et énergétiques ont continué de progresser en 2011. En effet, le prix du pétrole a enregistré l'augmentation la plus importante estimée à 32% par rapport à 2010.

S'agissant des produits non énergétiques, des matières premières agricoles et des métaux, ceux-ci ont connu également une hausse de leurs prix avec des taux d'évolution respectifs de 18%, 23% et 14%.

A noter qu'en 2012, le Fonds Monétaire International (FMI) prévoit une baisse générale des prix des matières premières.

**Graphique 1.1.2 : Evolution des taux d'intérêt des grandes banques centrales 2009-2012**



Sources des données : Eurostat et sites officiels de la Banque d'Angleterre et de la Réserve Fédérale

Le taux de refinancement de la Banque Centrale Européenne (BCE) est à 1% depuis décembre 2011, il était de 1,5% depuis juillet 2011 et a subi une baisse de 0,25 points en novembre 2011.

En ce qui concerne la Réserve Fédérale (Fed), elle a maintenu la variation de son taux directeur dans une fourchette comprise entre 0,07% et 0,17%. Il convient de mentionner que la Fed prévoyait de maintenir son taux directeur à ce niveau pendant une longue période.

De même, la Banque Centrale d'Angleterre a également suivi une politique de maintien de son taux d'intérêt près du niveau zéro, soit un taux de 0,5%, et ce, depuis le mois d'avril 2009.



## 1.2. LE TOURISME MONDIAL

### 1.2 LE TOURISME MONDIAL

Dans le but de compléter l'interprétation des données touristiques contenues dans cette section, une revue sommaire des principaux événements géopolitiques, économiques et touristiques qui ont marqué la période récente s'avère nécessaire.

L'année 2011 a été marquée par plusieurs événements : les catastrophes naturelles, la persistance de la crise économique et financière et les troubles politiques dans les pays arabes.

**Tableau 1.2.1 : Les événements clés 2011 dans le monde**

Environnement	Evènements
Géopolitique	<p><b>Catastrophe :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le séisme dévastateur et le tsunami qui ont frappé le Japon le 11 mars 2011, ont occasionné plusieurs dégâts humains : 15 000 morts et 16 000 disparus et des pertes économiques estimées à 210 milliards de dollars.</li> <li>- L'état de famine décrété par l'ONU dans la corne de l'Afrique.</li> </ul> <p><b>Politique :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Changements politiques importants parvenus au Moyen-Orient et en Afrique du Nord (Egypte, Tunisie, Lybie, Yémen, Bahreïn).</li> </ul>
Economique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrée de l'Estonie dans la Zone Euro, dont elle devient le 17<sup>e</sup> membre. Elle est le premier pays de l'Ex-Union Soviétique à adopter la monnaie unique.</li> <li>- Le taux de chômage en Espagne a atteint 21,6%, un record au sein de l'OCDE.</li> <li>- Le Portugal a demandé officiellement l'aide financière de l'Union européenne, en raison de son importante dette publique et de ses difficultés à emprunter sur les marchés financiers.</li> <li>- L'agence Standard &amp; Poor's a baissé, pour la première fois, la prestigieuse note « AAA » de la dette souveraine des Etats-Unis à « AA+ ».</li> <li>- Prêt d'environ 500 milliards d'euros de la BCE aux banques européennes.</li> <li>- Le sixième sommet du G20, qui s'est tenu les 3 et 4 novembre 2011 en France, s'est clôturé avec des engagements pour la croissance durable par des efforts coordonnés mais avec des priorités différentes.</li> </ul>
Touristique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les arrivées mondiales ont progressé de plus de 4% en 2011 pour atteindre les 980 millions.</li> <li>- La troisième conférence mondiale de l'écotourisme, qui s'est tenue au Cambodge, a permis de renforcer la coopération sur le développement de l'écotourisme dans la région Asie Pacifique d'une manière durable et responsable.</li> <li>- Le Fonds monétaire international et la Banque Mondiale ont recommandé aux pays riches et émergents du G20 de taxer les émissions de CO2 et les carburants des transports maritime et aérien.</li> <li>- L'ONU lance un Partenariat Mondial pour le Tourisme Durable, visant à promouvoir des nouvelles formes plus durables du tourisme.</li> </ul>

En ce qui concerne les performances touristiques mondiales, les arrivées touristiques ont atteint 980 millions de touristes en 2011 contre 939 millions en 2010, soit une augmentation de 4,4%. Cependant, ce rythme de croissance a ralenti puisqu'il était de 6,6% en 2010.

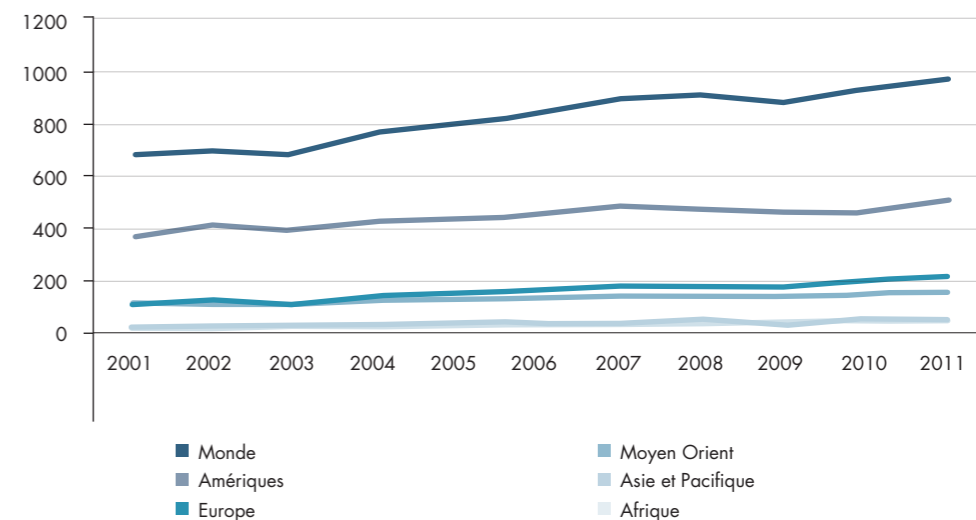
Selon, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), cette croissance devrait se poursuivre en 2012 mais à un rythme légèrement plus lent. Ainsi, les arrivées de touristes internationaux augmenteront de 3% à 4%, pour franchir le cap historique du milliard de touristes dans le courant de cette même année.

**Tableau 1.2.2 : Le tourisme mondial entre 2002- 2011**  
(En millions d'arrivées de touristes internationaux par région)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Croissance		
											Absolute	En %	En %
											10/11	09/10	10/11
Monde	702	691	762	802	847	901	913	881	939	980	41	6,6%	4,4%
Europe	407	407	424	442	459	488	480,8	461,1	474,6	502,3	27,7	2,9%	5,8%
Asie et Pacifique	125	113	144	155	167	185,4	184,1	181,1	204,5	217,1	12,6	12,9%	6,2%
Amériques	117	113	126	134	137	142,5	147,8	140,7	149,7	156,0	6,3	6,4%	4,2%
Moyen Orient	29	30	36	39	41	47,5	55,9	52,1	59,9	54,8	-5,1	15,0%	-8,5%
Afrique	30	32	35	37	40	44,9	44	46	49,9	50	0,1	8,5%	0,2%

Source des données : Baromètre OMT du Tourisme Mondial – Mars 2012

**Graphique 1.2.1 : Arrivées des touristes internationaux (en millions) par région 2001-2011**



Source des données : Baromètre OMT du Tourisme Mondial – Mars 2012

L'analyse des arrivées internationales montre que toutes les régions ont enregistré des résultats positifs sur l'ensemble de l'année 2011, sauf le Moyen Orient où le nombre d'arrivées a fortement baissé de -8,5% après une progression de +15% en 2010. Cette baisse est due notamment aux changements politiques considérables qui ont affecté la région.

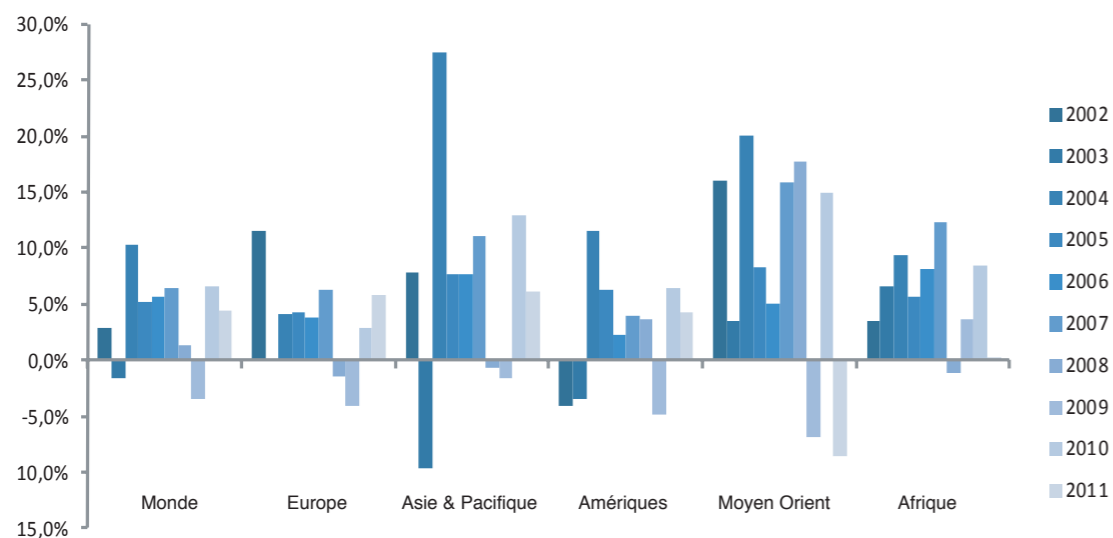
L'Europe est le continent qui a enregistré la croissance la plus forte en 2011. Les arrivées des touristes internationaux y ont atteint 502,3 millions, contre 474,6 millions en 2010, soit un accroissement de l'ordre de 5,8%.

L'Asie et le Pacifique qui ont enregistré en 2010, un taux de croissance des arrivées de 12,9% (2010/2009), ont vu ce taux baisser pour atteindre 6,2% en 2011 (2011/2010).

De même, l'Afrique a affiché un taux de croissance de 0,2% en 2011. Ce taux a été de l'ordre de 8,5% durant la période 2009-2010.

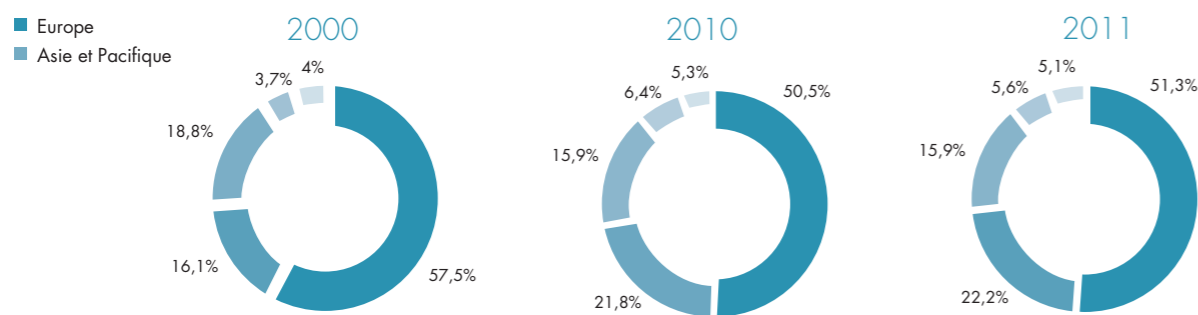
Les Amériques ont par ailleurs enregistré un taux de croissance des arrivées de l'ordre de 4,2%.

**Graphique 1.2.2 :** Evolutions des taux de croissance des arrivées (en%) par région 2002 - 2011



Source des données : Baromètre OMT du Tourisme Mondial – Mars 2012

**Graphique 1.2.3 :** Répartition des arrivées de touristes internationaux par région 2000 - 2010 - 2011



Source des données : Baromètre OMT du Tourisme Mondial – Mars 2012

En 2011, plus de la moitié des touristes internationaux s'est rendue en Europe (51,3%). L'Asie et le Pacifique représentent 22,2% du tourisme mondial contre 15,9% pour les Amériques, 5,6% pour le Moyen-Orient et 5,1% pour l'Afrique. Il convient également de noter qu'une légère variation des parts de marchés a été enregistrée par rapport à l'année 2010, notamment pour l'Europe qui a gagné 0,7 point et le Moyen Orient qui a perdu 0,8 point.

## CLASSEMENT DES DESTINATIONS TOURISTIQUES PAR NOMBRE D'ARRIVÉES ET DE RECETTES TOURISTIQUES : 2009-2010

En termes de classement selon le nombre d'arrivées, la France reste en tête des premières destinations touristiques avec 76,8 millions de touristes en 2010. Cependant, en termes de recettes par touriste, ce sont toujours les Etats-Unis qui occupent la première place avec 1733,7 dollars par touriste.

**Tableau 1.2.3 :** Les dix grandes destinations touristiques + le Maroc 2009-2010

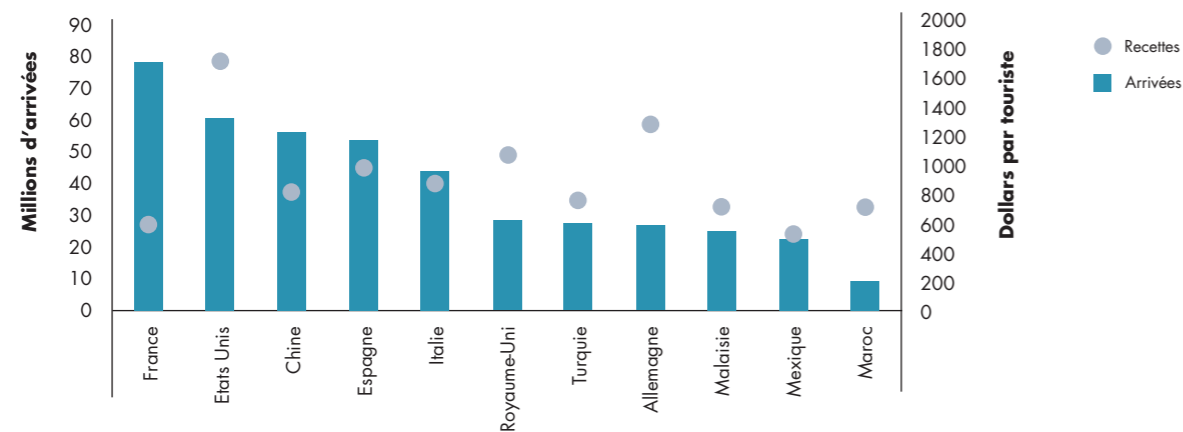
Pays	Arrivées (millions)			Recettes (milliards dollars)			Recettes par touriste (dollars)		
	2009	2010	Variation	2009	2010	Variation	2009	2010	Variation
France	76,8	76,8	0,0%	49,4	46,3	-6,2%	643,2	602,9	-6,3%
Etats-Unis	55,0	59,7	8,7%	94,2	103,5	9,9%	1712,7	1733,7	1,2%
Chine	50,9	55,7	9,4%	39,7	45,8	15,5%	780,0	822,3	5,4%
Espagne	52,2	52,7	1,0%	53,2	52,5	-1,2%	1019,2	996,2	-2,3%
Italie	43,2	43,6	0,9%	40,2	38,8	-3,6%	930,6	889,9	-4,4%
Royaume-Uni	28,2	28,1	-0,2%	30,1	30,4	0,8%	1067,4	1081,9	1,4%
Turquie	25,5	27,0	5,9%	21,3	20,8	-2,1%	835,3	770,4	-7,8%
Allemagne	24,2	26,9	10,9%	34,6	34,7	0,1%	1429,8	1290,0	-9,8%
Malaisie	23,6	24,6	3,9%	15,8	17,8	13,0%	668,3	724,3	8,4%
Mexique	21,5	22,4	4,4%	11,3	11,9	5,3%	524,4	530,0	1,1%
Maroc	8,3	9,3	11,4%	6,6	6,7	2,5%	790,0	723,5	-8,4%

Source des données : UNWTO Tourism Highlights - 2011

Entre 2009 et 2010, la majorité des grandes destinations ont connu une augmentation des arrivées, telles que la Chine (+9,4%), l'Espagne (+1%), les Etats-Unis (+8,7%), l'Italie (+0,9%), la Turquie (+5,9%), l'Allemagne (+10,9%), la Malaisie (+3,9%) et le Mexique (+4,4%). De même, le Maroc a connu une progression remarquable des arrivées de l'ordre de 11,4%.

Il est important de souligner que parmi les dix grandes destinations, le changement le plus significatif a été la montée de la Chine à la troisième place en 2010, évinçant ainsi l'Espagne, après avoir dépassé à la fois le Royaume-Uni et l'Italie au cours des dernières années. En termes de recettes, la Chine (+15%) a également progressé dans ce classement en occupant la quatrième place devant l'Italie.

**Graphique 1.2.4 :** Arrivées de touristes internationaux (en millions) et recettes par arrivées (en dollars) pour les grands pays touristiques et le Maroc en 2010



Source des données : UNWTO Tourism Highlights - 2011

## 1.3. LE MAROC

### 1.3.1 DONNÉES GÉNÉRALES

Le Maroc est un pays connu par la diversité de ses potentialités naturelles et culturelles. En effet, la succession de plusieurs dynasties à son règne n'a fait qu'enrichir son patrimoine culturel et historique. Ainsi, plusieurs villes du Royaume ont pu prendre des allures reflétant les spécificités de chacun de ces règnes telles que les villes de Fès, Meknès, Marrakech et Rabat qui se sont vues ainsi s'attribuer la vocation culturelle. De plus, la nature et le positionnement géographique du Maroc lui ont conféré un mélange de paysages naturels varié entre mer, désert et montagne pour une expérience touristique riche et diversifiée.

Le pays donne sur deux côtes, la mer Méditerranée au nord et l'océan Atlantique à l'ouest, ce qui le dote d'un littoral de 3 446 Km qui bénéficie également d'une diversité du relief géographique. Il possède quatre chaînes montagneuses : le Rif au nord et les Atlas qui s'étendent du sud jusqu'à l'est. Le Haut Atlas abrite le Toubkal, le point le plus culminant du pays (4 165m). Les plaines du pays sont en générale d'une grande étendue, le bassin de Sebou occupe 36 000 km<sup>2</sup> et s'étire du Rif jusqu'au moyen Atlas. Le Gharb, la Chaouia, la Doukkala et le Haouz constituent les principales plaines du Royaume.

**Tableau 1.3.1 :** Données de base sur le Maroc en 2011

Nom officiel	Royaume du Maroc
Capitale	Rabat
Langue officielle	Arabe
Langues locales	El Hassania – Tamazight – Tarifit - Tachalhit
Superficie	710 850 km <sup>2</sup>
Littoral	3 446 Km
Population en milliers (milieu de 2010)	32 245
Femmes	50,3%
Hommes	49,7%
Moins de 15 ans	27,0%
Plus de 15 ans et moins de 60 ans	64,3%
Plus de 60 ans	8,7%
Taux d'accroissement annuel moyen	1,0%
Densité au km <sup>2</sup>	45,4
Taux d'urbanisation	58,3 (%)
Aéroports internationaux	Mohammed V (Casablanca), Marrakech, Agadir, Tanger, Oujda, Fès-Saïs, Rabat-Salé, Nador, Ouarzazate, Laayoune, Dakhla, Al Hoceima, Essaouira, Tétouan, Er-Rachidia, Tan Tan
Ports internationaux	Nador, Tanger, Kenitra-Mehdia, Mohammedia, Casablanca, Jorf-Lasfar, Safi, Agadir, Tan-Tan, Laayoune Et Dakhla
Zones franches	Tanger
Monnaie nationale	Dirham marocain (MAD) 1EUR 11.25 MAD (en moyenne) 1USD 8,09 MAD (en moyenne)

Sources des données : Haut Commissariat au Plan, Office National des Aéroports, Ministère de l'Équipement et des Transports, Bank Al Maghrib.

### 1.3.2 LA SITUATION ÉCONOMIQUE

L'économie marocaine en 2011 a été influencée par les répercussions de la crise dans la zone euro, en particulier, et par le ralentissement des économies émergentes, ainsi que par les hausses des cours des matières premières. Cette récession économique devrait, par ailleurs, entraîner une baisse de la demande européenne adressée au Maroc, partenaire principal du pays.

L'économie nationale a enregistré une croissance de 4,8% en 2011 contre 3,7% en 2010. Cette évolution a bénéficié de la relance de certaines activités économiques d'une part, et des mesures prises par les pouvoirs publics en réponse aux évolutions contraignantes de l'environnement international, d'autre part, notamment la révision à la hausse des dépenses budgétaires de soutien des prix à la consommation et les augmentations des salaires issues de l'accord du dialogue social.

En effet, le secteur primaire a enregistré une progression de +3,5%. Il a bénéficié d'une bonne compagne agricole qui a évolué de +14,2%. Par ailleurs, les activités non agricoles (activités économiques secondaires et tertiaires) ont généré un PIB qui s'est accru de 5% en 2011 au lieu de 4,7% en 2010. Les activités du secteur secondaire ont dégagé une valeur ajoutée en progression de 4,6%. Celle du secteur tertiaire (services) a augmenté également de 5,2% en 2011 contre 3,3% en 2010.

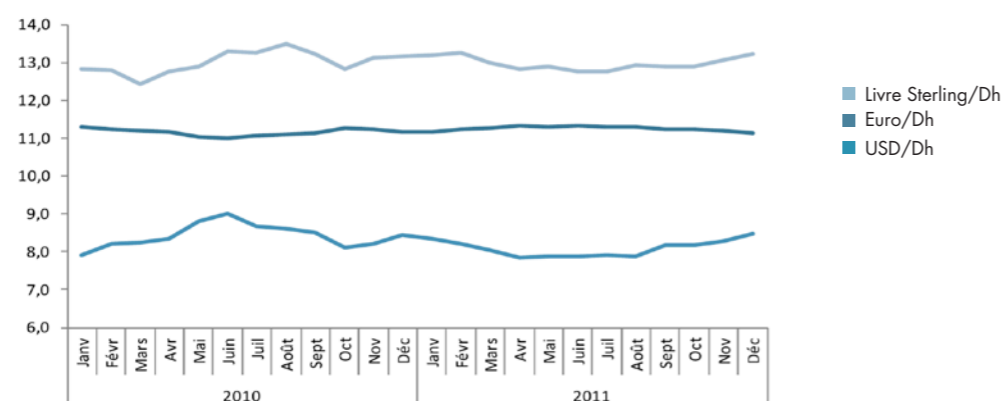
**Tableau 1.3.2 : Principaux agrégats économiques au Maroc 2010-2011**  
(aux prix courants et en millions de dirhams, sauf autrement indiqué)

	2010	2011*
PIB	764 302	811 065
Revenu National	806 897	858 067
Epargne Nationale	235 244	233 942
Importations de biens et services	328 008	379 980
Exportations de biens et services	252 223	279 064
Formation Brute de Capital Fixe	234 407	253 160
Recettes des investissements Directs Étrangers (IDE)	35 068	25 628
Recettes des IDE dans le secteur touristique	4 059	2 606
PIB/Habitant (en Dirhams)	23 964	25 153
R.N./Habitant (en Dirhams)	25 299	26 611

Chiffres provisoires\*

Sources des données : Haut Commissariat au Plan et Office des Changes

**Graphique 1.3.1 : Evolution du taux de change du MAD par rapport aux principales devises**



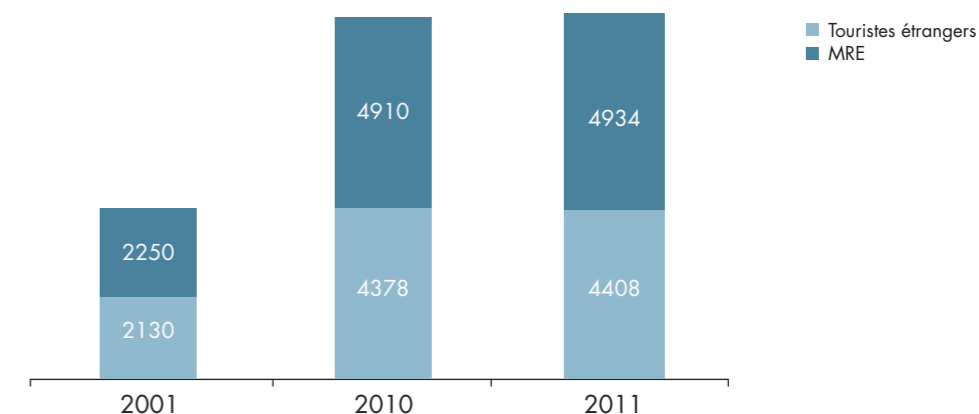
Sources des données : Bank Al Maghrib

### 1.3.3 L'ÉVOLUTION DES ENTRÉES AUX POSTES FRONTIÈRES

La situation morose de l'environnement international, avec en particulier la crise européenne, le printemps arabe et l'attentat d'Argana, n'a pas profité au tourisme national. En effet, les arrivées des touristes aux postes frontières n'ont évolué que de +1% contre +11% en 2010. Cette évolution était presque la même pour les MRE ou pour les touristes étrangers (+0,7% et +0,5% respectivement).

Depuis 2001, l'année de lancement de la «Vision 2010», le nombre des entrées touristiques a plus que doublé (+113%), avec une progression moyenne annuelle de +7,9%. Au cours de cette période, les arrivées des touristes étrangers et des MRE ont enregistré des taux d'accroissement annuel moyen de +8,2% et +7,5% respectivement.

**Graphique 1.3.2 : Evolution des arrivées touristiques aux postes frontières en milliers entre 2001 et 2011**



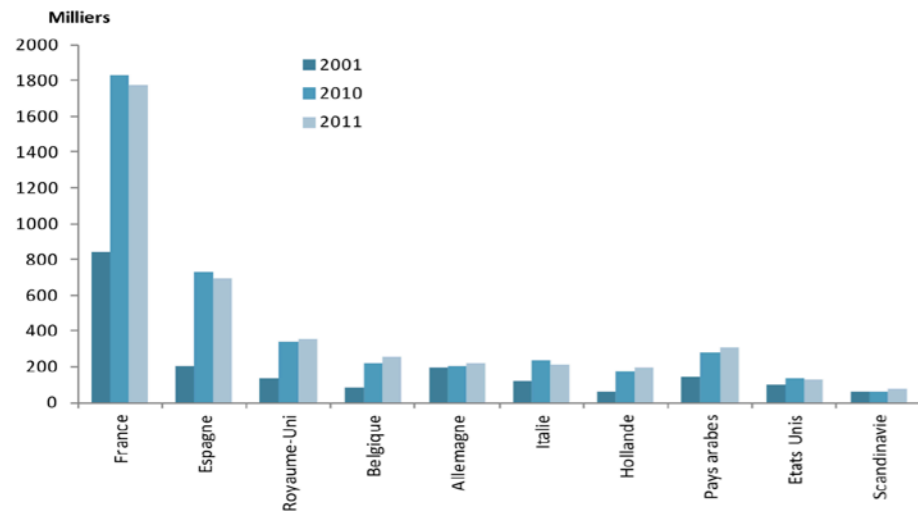
Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

Compte tenu de sa proximité de l'Europe, cette zone reste la source des principaux clients du Maroc. Ils représentent presque 80% de la clientèle étrangère dont la moitié n'est quasiment constituée que de clients français (ils représentent 46% de la totalité des touristes européens et 36% de la totalité de la clientèle étrangère).

Cependant, les deux principaux marchés émetteurs du Royaume, que sont la France et l'Espagne, ont affiché des baisses de -3% et -5% respectivement. Cette année aussi, les arrivées anglaises ont continué leur progression (+4%). Par ailleurs, les arrivées des scandinaves ont affiché une évolution considérable de +35% alors que les belges, les hollandais et les arabes ont enregistré parallèlement des hausses notables de +17%, +13% et +11%.

## VENTILATION PAR PAYS ÉMETTEUR DES ARRIVÉES TOURISTIQUES AUX POSTES FRONTIÈRES ENTRE 2001 ET 2011

**Graphique 1.3.3 :** Ventilation par pays émetteur des arrivées touristiques aux postes frontières entre 2001 et 2011.



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

## 1.4. LES PAYS CONCURRENTS

### 1.4.1 LA SITUATION ÉCONOMIQUE DES PRINCIPAUX PAYS CONCURRENTS

En 2011, les principaux pays concurrents du Maroc ont connu une baisse de leur activité économique. D'ailleurs, la baisse du taux de croissance de leur PIB en témoigne. Celui-ci a connu une régression de 3,9 points en Tunisie, 3,4 points en Egypte et 0,5 point en Turquie.

En revanche, l'Espagne et la Croatie ont enregistré une amélioration de l'ordre de 0,8 point et 1,2 point respectivement.

Le taux d'inflation a connu quant à lui une hausse considérable, notamment en Egypte et en Turquie où il a atteint respectivement 11,8% et 10,4%.

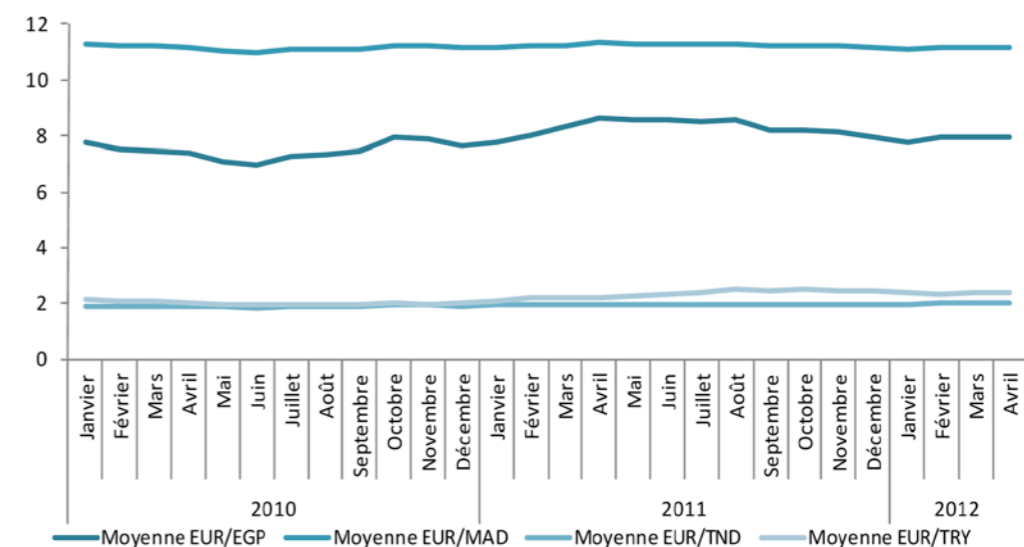
**Tableau 1.4.1 :** Indicateurs macroéconomiques des principaux pays concurrents du Maroc 2009 - 2012

	Maroc	Tunisie	Egypte	Turquie	Espagne	Croatie
Taux de croissance (PIB prix constants, en %)						
2009	4,95	3,11	4,67	-4,83	-3,74	-5,99
2010 e	3,70	3,05	5,15	9,01	-0,07	-1,19
2011 e	4,27	-0,82	1,78	8,46	0,71	-0,04
2012 e	3,70	2,18	1,54	2,29	-1,83	-0,51
Taux d'inflation (fin de période, en %)						
2009	-1,6	4,0	10,0	6,5	0,9	1,9
2010 e	2,2	4,1	10,7	6,4	2,9	1,9
2011 e	0,9	3,5	11,8	10,4	2,4	2,1
2012 e	2,0	5,0	10,8	8,6	1,7	2,5

Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2012

Concernant les taux de change nominaux des monnaies des différents pays en concurrence, le dirham marocain (MAD) et le dinar tunisien (TND) se sont légèrement dépréciés face à l'euro durant l'année 2011. La lire égyptienne (EGP) et la lire turque (TRY), se sont fortement dépréciées par rapport à l'Euro à partir du mois de février de l'année 2011.

**Graphique 1.4.1 :** Taux de change des principaux pays concurrents 2010-2012

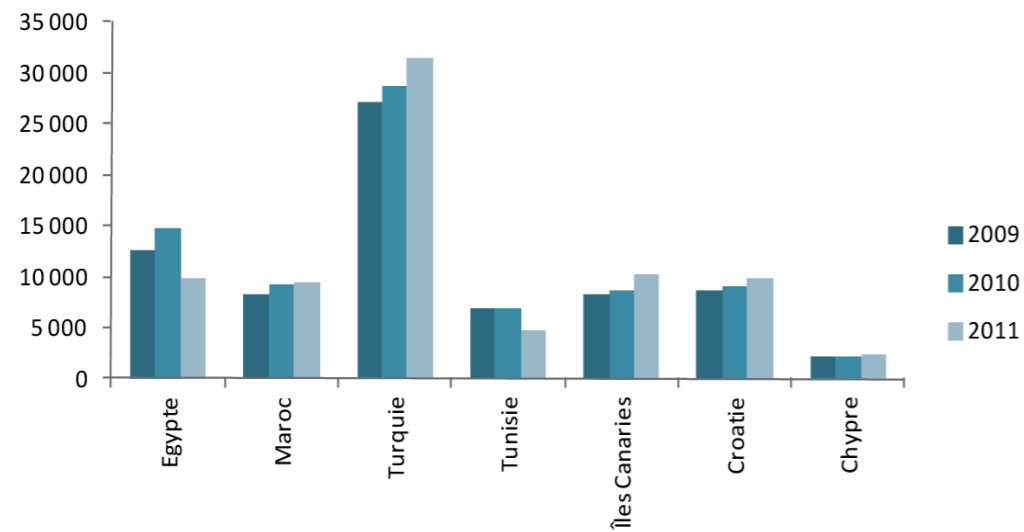


Source des données : <http://fxtop.com/fr/historates.php3>

### 1.4.2 L'ÉVOLUTION DES ARRIVÉES PAR PAYS CONCURRENT

En termes d'arrivées, la Turquie continue de se démarquer avec un total d'arrivées, enregistré en 2011, d'un peu plus de 31 millions de touristes, suivie des Îles Canaries (10 millions), de la Croatie (9,9 millions) et de l'Égypte (9,8 millions). Le Maroc vient en cinquième position avec 9,3 millions de touristes, suivi de la Tunisie et du Chypre qui ont accueilli respectivement 4,7 et 2,4 millions de touristes.

**Graphique 1.4.2 :** Arrivées des touristes dans les principaux pays concurrents (En milliers) 2009-2011



Source des données : Offices Statistiques Nationaux

En prenant en considération le poids de la population de chacun de ces pays, on remarque que le ratio de touristes par habitant a connu une progression pour la majorité des pays à l'exception de la Tunisie, l'Égypte et le Maroc. Ces derniers ont été influencés en grande partie par différents événements politiques.

La Croatie et le Chypre ont reçu en 2011 presque 2 fois plus de touristes que leur nombre d'habitants, alors que l'Égypte a reçu un peu moins d'un neuvième de sa population. (Voir tableau 1.4.2).

**Tableau 1.4.2 :** Potentiel touristique des principaux marchés concurrents (2011)

	Arrivées (milliers)	Population *	Touristes par 1 000 hab. (2009)	Touristes par 1 000 hab. (2008)
Égypte	9 845	83 688	118	179
Maroc	9 342	32 309	289	291
Turquie	31 456	79 749	394	363
Tunisie	4 728	10 733	441	649
Espagne	56 694	47 043	1205	1127
Croatie	9 927	4 480	2216	2032
Chypre	2 392	1 138	2102	1939
Chypre	2 141	1 085	1973	2216

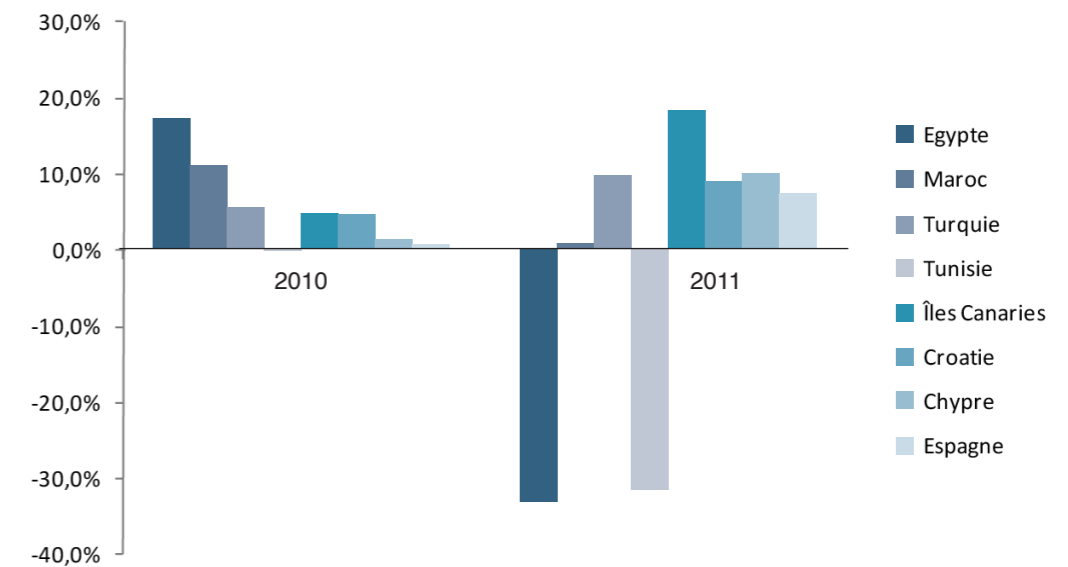
\*Source : www.cia.gov (Estimation juillet 2012)

Source des données : Offices des statistiques nationaux

En 2011, le Maroc a occupé la sixième place en termes de croissance des arrivées avec un taux de +0,6% par rapport à l'année 2010 derrière les Îles Canaries (+18,3%), le Chypre (+10,1%), la Turquie (+9,9%), la Croatie (+9,0%) et l'Espagne (+7,6%).

Par ailleurs, les autres pays concurrents ont enregistré un taux de croissance fortement négatif de ses arrivées, avec -33,2% pour l'Égypte et -31,5% pour la Tunisie.

**Graphique 1.4.3 :** Taux de croissance des arrivées entre 2010 et 2011 dans les principaux pays concurrents (%)



Source des données : Offices Statistiques nationales

## 2. L'OFFRE D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE AU MAROC

Avec plus de 2000 établissements, le Maroc offre un large éventail d'établissements touristiques, allant des petites pensions de famille aux établissements de luxe.

Ainsi on trouve plusieurs formules d'hébergement, à savoir : les hôtels (1\*-5\*), les résidences hôtelières (RH), les hôtels club (HC), les auberges et les Maisons d'Hôtes (MH).

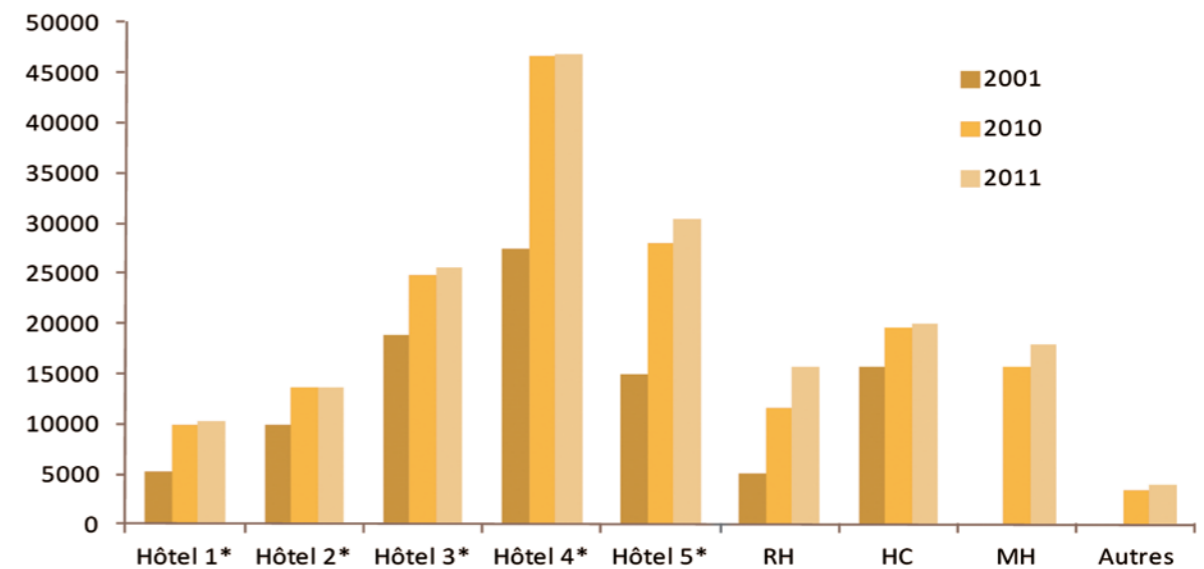
### 2.1. ANALYSE D'ENSEMBLE DE LA CAPACITÉ D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE CLASSÉ

En 2011, le nombre d'établissements d'hébergement classés a atteint 2 188 unités contre 2003 en 2010, soit une augmentation de +9%. Ces établissements comptent 1 84 125 lits, soit une hausse de +6% par rapport à 2010.

Cette augmentation de la capacité litière est due essentiellement à l'évolution considérable de la capacité litière des résidences hôtelières qui s'est chiffrée à +35%, représentant ainsi 37% de la capacité additionnelle en 2011, suivie de celle des hôtels 5\* qui a atteint +9%, contribuant ainsi à hauteur de 22% dans la capacité litière additionnelle. Les maisons d'hôtes viennent en troisième position, enregistrant une progression de +14%, soit 21% de la capacité additionnelle.

Depuis 2001, la capacité litière classée a augmenté de +90%, soit un taux d'accroissement annuel de +6,6%. Les 4\* qui représentent la grande partie de la capacité ont vu leur volume, en termes de lits, augmenter de +71% (un taux d'accroissement annuel de +5,5%), Tandis que les 5\* ont plus que doublé (+103%) au cours de la même période.

Graphique 2.1.1 : Evolution de la capacité litière 2001-2011



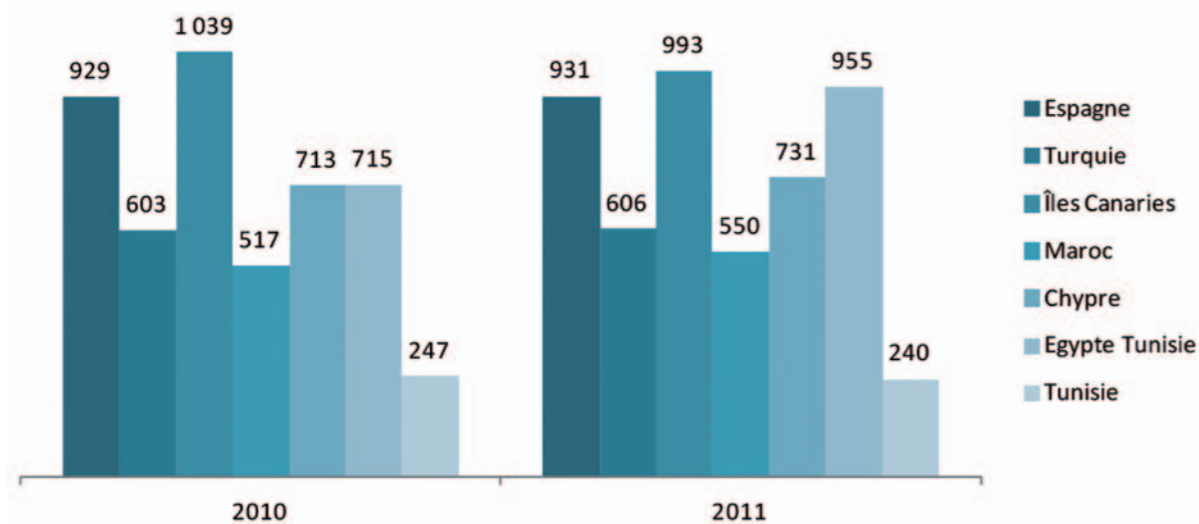
Source: Ministère du Tourisme

### 1.4.3 L'ÉVOLUTION DES RECETTES DU TOURISME PAR PAYS CONCURRENTS

En plus des arrivées et des nuitées, les recettes constituent un indicateur très important de l'activité touristique nationale. En effet, les registres des balances des paiements des différents pays y dédient une attention particulière vu qu'elles contribuent de manière décisive au financement des déficits des autres sous-balances, et notamment de celui de la balance commerciale.

En 2011, les Îles Canaries affichaient le taux de croissance le plus élevé des recettes touristiques avec +13,1%, suivi du chypre +12,9%, de la Turquie +10,5%, de l'Espagne +7,9% et du Maroc +7,0%. Par ailleurs, la Tunisie et l'Égypte ont enregistré des baisses respectives de l'ordre de -33,2% et -10,7%.

Graphique 1.4.4 : Recettes par touriste (en euros) dans les marchés concurrents 2010-2011

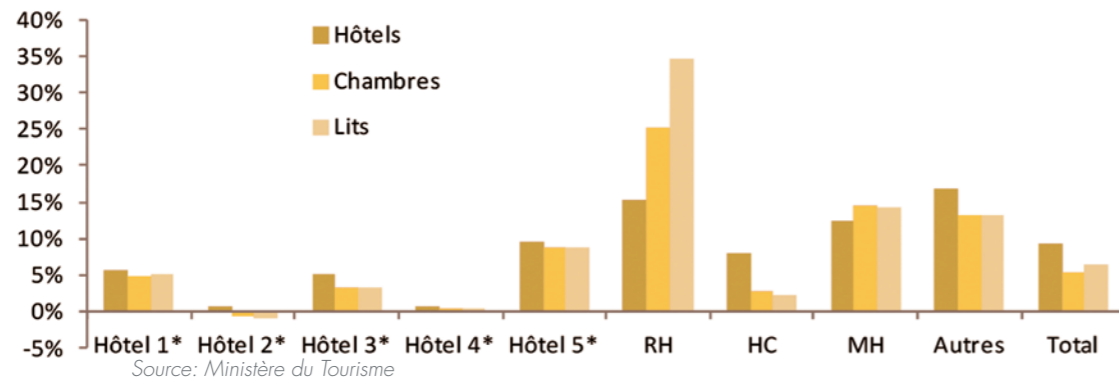


Source des données : Offices des changes et Offices nationaux des statistiques

Au niveau des recettes par touriste exprimées en euros, le Maroc a affiché une hausse estimée à + 6,4% en 2011 par rapport à 2010. Les Îles Canaries viennent en tête avec un revenu par touriste de 993 euros (soit 4,4% par rapport à 2010). La Tunisie arrive en dernière position avec un revenu moyen par touriste de 240 euros, ce qui correspond à une baisse de -2,5% par rapport à 2010.

A l'exception des hôtels 2\* qui ont affiché des baisses en termes de chambres et de lits avec respectivement -0,8% et -1% entre 2010 et 2011, toutes les autres catégories d'hébergement ont enregistré des hausses. Ainsi, les résidences hôtelières ont augmenté en termes d'unités et en termes de chambres de (+15% ; +25%), les maisons d'hôtes de (+12% ; +14%) et les hôtels 5\* de (+10% ; +9%).

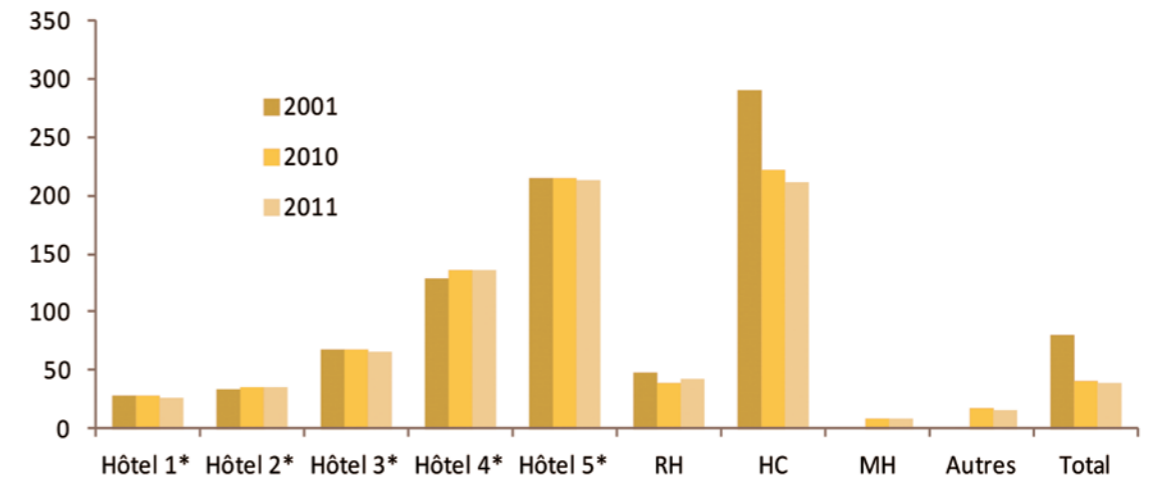
**Graphique 2.1.2 : Evolution de la capacité d'hébergement touristique (en taux de variation inter-annuelle) 2010-2011**



En ce qui concerne le nombre de chambres par établissement, on remarque que pour les hôtels (1\*-5\*), ce nombre augmente avec celui des étoiles. En 2011, les hôtels 1\* et 2\* comptent respectivement 27 et 36 chambres par établissement, cette moyenne s'élève à 66 pour les 3\*, 136 pour les 4\* et 213 chambres pour les hôtels 5\*.

Les hôtels clubs quant à eux, affichent une moyenne élevée avec 212 chambres par unité. Tandis que les maisons d'hôtes disposent de 8 chambres en moyenne par établissement.

**Graphique 2.2.2 : Nombre de chambres par établissement 2001 - 2011**



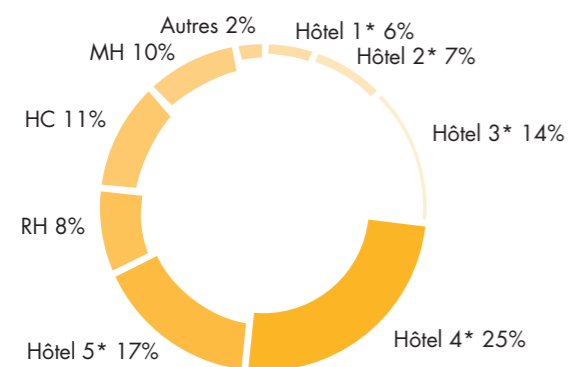
## 2.2. CAPACITÉ D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT

L'analyse par catégorie de l'offre d'hébergement touristique au Maroc montre que les maisons d'hôtes constituent plus que la moitié du nombre d'établissements, alors qu'elles ne représentent en réalité que 10% de la capacité litière totale. Ceci trouve son explication dans la structure des maisons d'hôtes, qui ne disposent en moyenne que de 16 lits par unité, contre 107 pour les autres unités d'hébergement touristiques classés.

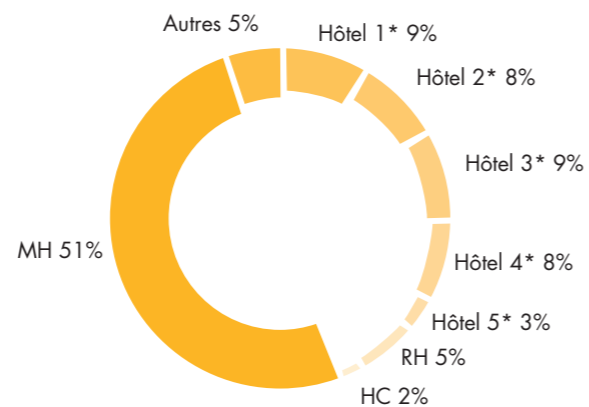
Les hôtels 4\* ne représentent que 8% des établissements touristiques du pays, mais ils concentrent plus que le quart de la capacité litière nationale. Les hôtels 5\*, quant à eux, représentent 17% de la capacité et constituent 3% du nombre des établissements.

**Graphique 2.2.1 Répartition des établissements d'hébergement touristique classés**

En termes de lits



En termes d'unités



Source: Ministère du Tourisme

## 2.3. LA CAPACITÉ D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE PAR RÉGION ET PAR VILLE

### 2.3.1 LA CAPACITÉ D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE PAR RÉGION

Sur le plan régional, la région Marrakech Tensift Al-Haouz reste toujours la première destination touristique du pays. Elle représente plus que la tiers de la capacité litière totale et la moitié du nombre d'établissements classés avec plus de 60 000 lits et 1 128 établissements.

La région de Souss Massa-Deraa arrive en deuxième position avec une capacité litière qui dépasse 42 000 lits, soit 23% de la capacité litière nationale.

La région du grand Casablanca, quant à elle, compte 15 145 lits dont la majorité est offerte par des hôtels 4\* (35%) et 5\* (22%).

Concernant l'évolution de la capacité litière classée entre 2010 et 2011, la région de Marrakech Tensift Al-Haouz a enregistré les meilleures performances avec 5591 lits additionnels. Cette progression est le résultat de l'ouverture de plusieurs unités hôtelières à Marrakech dont 3 hôtels classés 5\*. L'oriental, de sa part, a aussi enregistré une évolution au dessus de la moyenne avec plus de 1341 lits.



**Tableau 2.3.1 : Evolution de la capacité d'hébergement par région**

	2010			2011		
	Hôtels	Chambres	Lits	Hôtels	Chambres	Lits
Marrakech-Tensift-Al Haouz	1011	27 879	59 788	1128	30 508	65 379
Souss-Massa-Draâ	263	18 755	41 371	271	18 879	42 154
Tanger-Tétouan	131	7165	14 522	137	7208	14616
Grand Casablanca	85	7289	14 616	91	7534	15 145
Meknès-Tafilalet	126	4278	9093	138	4610	10 136
Fès-Boulemane	99	4133	8258	109	4524	9031
Rabat-Sale-Zemmour-Zaer	47	3211	6549	49	3257	6641
Oriental	48	3337	6802	53	3621	8143
Taza-Al Hoceima	23	578	1216	28	732	1515
Doukkala-Abda	42	1856	3784	46	1948	3974
Tadla-Azilal	45	1174	2397	46	1175	2392
Laâyoune-Boujdour-Sakia-Hamra	17	667	1328	23	742	1502
Guelmim-Es-Semara	35	673	1386	36	684	1408
Chaouia-Ouardigha	18	388	861	20	421	927
Gharb-Chrada-Beni Hssen	6	274	548	6	274	548
Oued-Dahab-Lagouira	7	270	614	7	270	614
<b>Total</b>	<b>2003</b>	<b>81 927</b>	<b>173 133</b>	<b>2188</b>	<b>86 387</b>	<b>184 125</b>

Source: Ministère du Tourisme

Depuis l'année 2001, la capacité d'hébergement des établissements classés au Maroc a progressé de +90%. En effet, les deux premières régions touristiques du Maroc ont cumulé plus de 66% de la totalité des lits additionnels créés depuis 2001. C'est ainsi que la région Marrakech Tensift Al Haouz a vu sa capacité augmenter de 45 109 lits additionnels et la région de Souss Massa Daraa de 12 797 lits.

La région du Grand Casablanca, quant à elle, a affiché une hausse de sa capacité avec +74% durant la même période et 6437 lits supplémentaires, tandis que les capacités des régions de l'Oriental et de Doukkala Abda ont augmenté respectivement de +222% et de +175% grâce à l'ouverture des deux stations du Plan Azur : Saïdia et Mazagan.

**Tableau 2.3.2 : Evolution de la capacité d'hébergement par région entre 2001 et 2011**

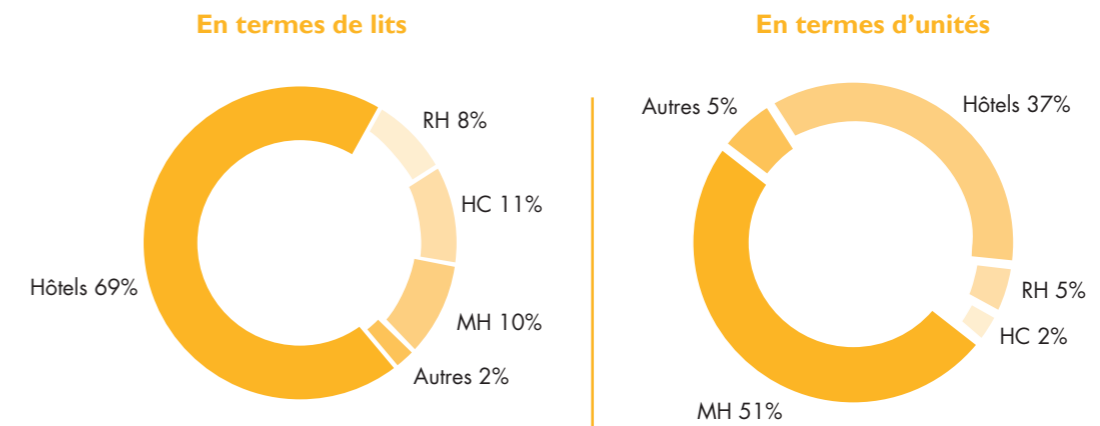
	Variation absolue			Variation relative		
	Hôtels	Chambres	Lits	Hôtels	Chambres	Lits
Marrakech-Tensift-Al Haouz	1038	20 417	45 109	1153%	202%	223%
Souss-Massa-Draâ	136	5070	12 797	101%	37%	44%
Tanger-Tétouan	63	1089	2047	85%	18%	16%
Grand Casablanca	42	3181	6437	86%	73%	74%
Meknès-Tafilalet	86	1824	4646	162%	65%	84%
Fès-Boulemane	77	2046	4163	241%	83%	86%
Rabat-Sale-Zemmour-Zaer	9	612	1454	23%	23%	28%
Oriental	13	2024	5187	33%	127%	175%
Taza-Al Hoceima	16	-438	-794	133%	-37%	-34%
Doukkala-Abda	33	1323	2740	254%	212%	222%
Tadla-Azilal	29	536	1107	200%	101%	127%
Laâyoune-Boujdour-Sakia-Hamra	12	213	438	109%	40%	41%
Guelmim-Es-Semara	24	344	789	200%	101%	127%
Chaouia-Ouardigha	15	227	519	300%	117%	127%
Gharb-Chrada-Beni Hssen	0	-61	-39	0%	-18%	-7%
Oued-Dahab-Lagouira	6	241	556	600%	831%	959%
<b>TOTAL</b>	<b>1598</b>	<b>38 632</b>	<b>87 124</b>	<b>271%</b>	<b>81%</b>	<b>90%</b>

Source: Ministère du Tourisme

## 2.3.2. LA CAPACITÉ HÔTELIÈRE PAR VILLE

L'hébergement au Maroc est caractérisé par la prédominance des hôtels. Ces derniers y représentent en effet, 69% en termes de lits et 37% en nombre d'établissement. Ceci s'explique par l'écart entre le nombre moyen de lits par établissement pour les hôtels, qui est estimé à 158, et celui des autres établissements qui est de 41 (221 pour les hôtels clubs et les résidences hôtelières et 16 maison d'hôtels).

**Graphique 2.3.1 : En termes de lits / En termes d'unités**

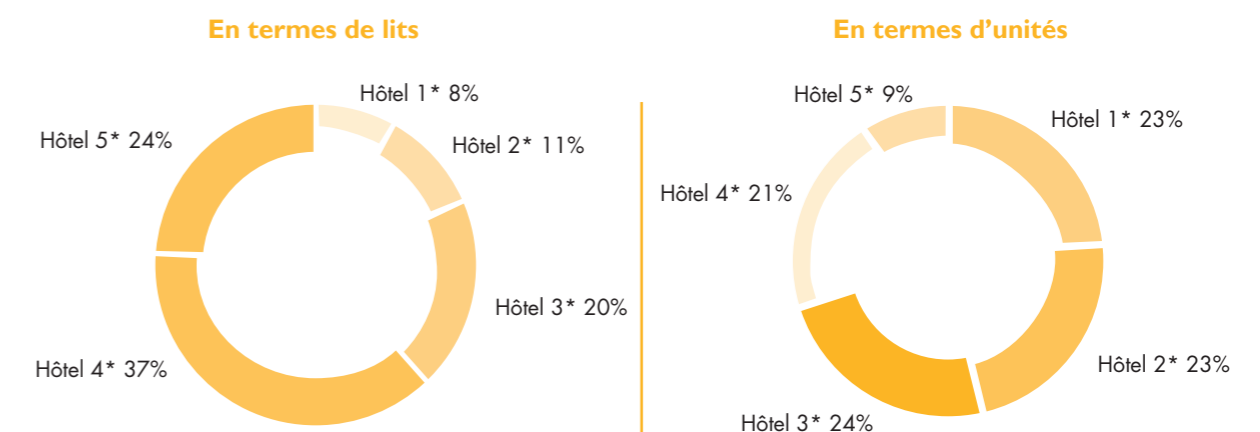


Source: Ministère du Tourisme

A l'exception des hôtels 5\* qui ne représentent que 9% du nombre total des établissements hôteliers (1\*-5\*), les autres catégories sont réparties à parts presque égales : 23% pour les hôtels 1\*, 23% pour les 2\*, 24% pour les 3\* et 21% pour les hôtels 4\*.

En termes de capacité litrière, 37% des lits sont classés en 4\* contre seulement 8% en 1\*. Les hôtels 5\* représentent, quant à eux, 24% de la totalité des lits des établissements hôteliers.

**Graphique 2.3.2 : Répartition des hôtels classés**



Source: Département du Tourisme

La répartition de l'offre hôtelière (1\*-5\*) témoigne d'une relative disparité entre les régions. En effet, les régions de Marrakech Tensift Al Haouz et Souss Massa Daraa concentrent plus de 58% de la capacité totale. La préfecture de Marrakech compte à elle seule 32,2 mille lits dont 46% classés en 5\* et 34% en 4\*, ce qui confirme le positionnement haut de gamme de la destination. Agadir vient en deuxième position avec 17,3 mille lits (56% en 4\*, 16% pour les 5\* et 17% pour les 3\*). À Casablanca, on recense 13,3 milles lits majoritairement classés en 4\* et 5\* (35% en 4\* et 25% en 5\*). Tanger vient en 4ème position avec 7,07 mille lits, tandis que Saidia a bénéficié de l'ouverture d'autres hôtels pour grimper à la 8ème position avec plus de 3300 lits dont 95% est classée en 4\* et 5\*.

**Tableau 2.3.3 : Capacité hôtelière par ville (de plus de 2000 lits) et type d'hôtels - 2011**

	Hôtels 1*		Hôtels 2*		Hôtels 3*		Hôtels 4*		Hôtels 5*		Total hôtels	Total lits
	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits	Hôtels	Lits		
Marrakech	11	1124	17	1720	27	3771	32	10924	33	14678	120	32217
Agadir	7	558	14	1371	11	2934	19	9666	4	2836	55	17365
Casablanca	13	1120	17	1436	17	3038	20	4607	7	3304	74	13505
Tanger	11	784	6	623	11	3026	7	2070	2	564	37	7067
Fès	3	205	5	372	10	1494	8	2768	5	2076	31	6915
Ouarzazate	9	585	11	715	8	1279	13	2806	1	520	42	5905
Rabat	3	255	4	404	11	1322	8	1447	4	1458	30	4886
Meknès	3	358	5	332	5	644	6	1 374	0	0	19	2 708
Tétouan	5	312	7	521	11	1002	4	676	1	238	28	2749
Errachidia	7	215	4	203	4	322	7	1764	0	0	22	2504
Essaouira	33	1155	3	190	2	386	2	424	2	546	42	2701
Sous-total	107	6735	94	7923	118	19 298	127	39 496	61	28 396	507	101 848
En % du total	57%	65%	51%	59%	62%	75%	75%	84%	88%	93%	23%	55%
Reste	80	3591	91	5614	71	6282	43	7350	8	2065	1681	82 158
TOTAL	187	10326	185	13 537	189	25 580	170	46 846	69	30 461	2188	184 006

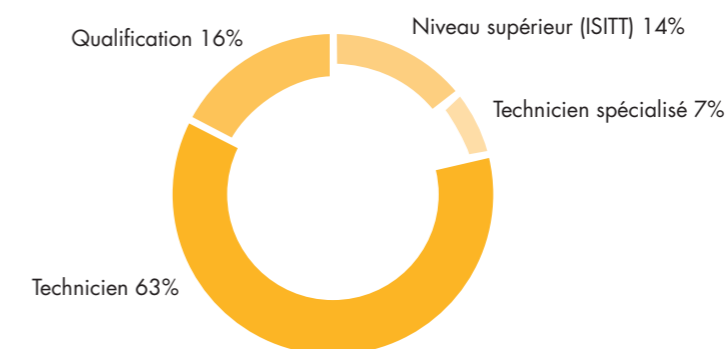
Source : Département du Tourisme

## 2.4. LA FORMATION

Le tourisme est une industrie de services dans laquelle les ressources humaines jouent un rôle fondamental. Plus que dans bien d'autres secteurs, la compétitivité et la qualité du tourisme dépendent des personnes, d'où l'importance des compétences, des connaissances et de la formation pour le succès futur de ce secteur.

En conséquence, la main-d'œuvre ne doit pas être traitée simplement comme une variable des coûts mais comme du capital humain. Dans ce sens, le contrat RH-Hôtellerie pour la période 2008-2012 entre le gouvernement et le secteur privé retrace, un cadre de travail institutionnel concerté avec les différents intervenants dans le secteur, et ce pour la formation d'environ 67 000 lauréats à l'horizon 2012.

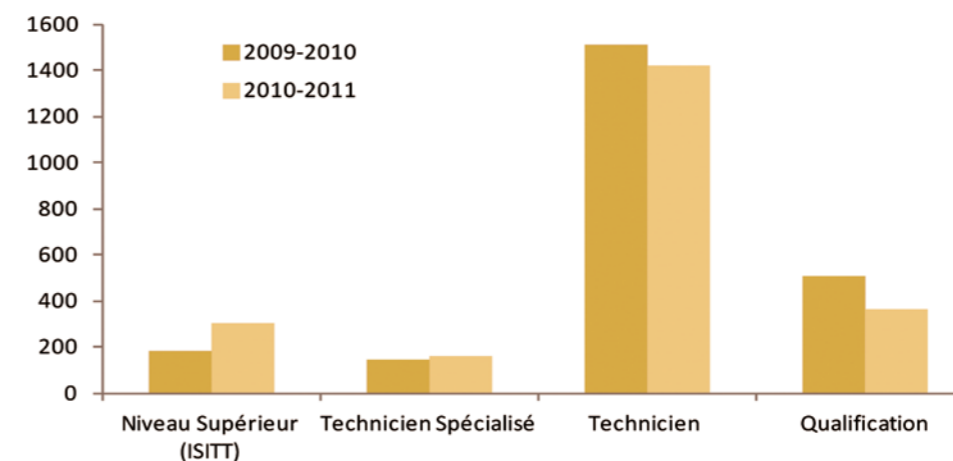
**Graphique 2.4.1 : Structure des lauréats de la formation touristique**



Source : Département du Tourisme

En 2011, le nombre des lauréats des instituts touristiques s'est élevé à 2 251 lauréats, Dont 14% sont des lauréats du niveau supérieur (ISIT), alors que (70%) sont des techniciens et des techniciens spécialisés.

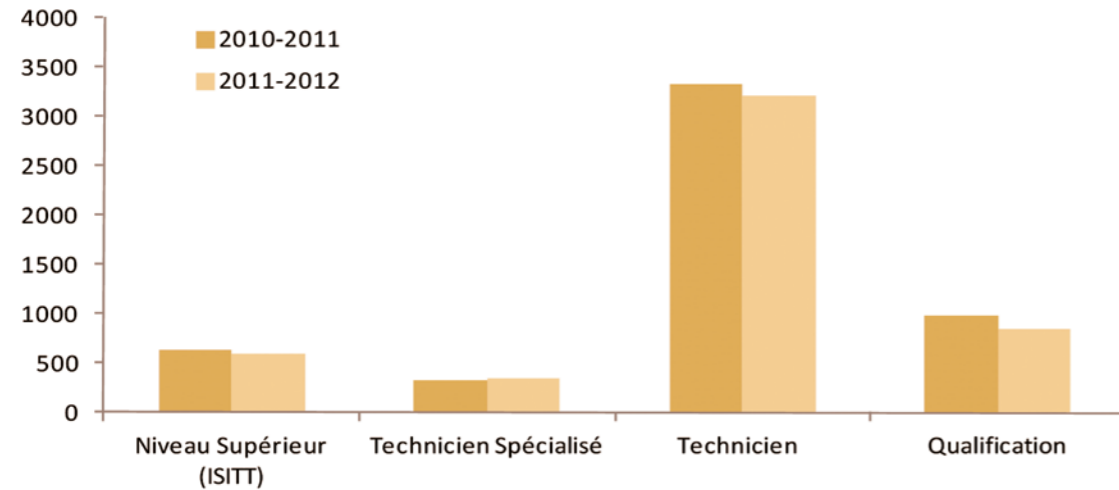
**Graphique 2.4.2 : Evolution des lauréats des établissements de formation touristique**



Source : Département du Tourisme

Globalement les lauréats des instituts touristiques ont diminué de -4% par rapport à l'année précédente. Cette diminution est due essentiellement à la baisse constatée au niveau des lauréats : technicien et qualification. Les lauréats des autres niveaux ont augmenté de +69% ISIT et de +11% Technicien spécialisé.

**Graphique 2.4.3 :** Evolution des inscrits dans les établissements de formation touristique



Source: Département du Tourisme

## 2.5. LES AGENCES DE VOYAGES

Les agences de voyages représentent un maillon important de la chaîne de valeur touristique. Elles jouent un rôle primordial dans la promotion et la commercialisation des produits touristiques.

En 2011, le tissu de distribution national est constitué de 974 agences et succursales soit une augmentation de +8% par rapport à l'année précédente, dont 26% localisée dans la région du Grand Casablanca. Marrakech Tensift Al Haouz compte pour sa part 190 agences, soit 20% du total national, suivie de Sous Massa Daraa avec 99 agences et succursales représentant ainsi une part de 10%.

**Tableau 2.5.1 :** Répartition géographique des agences de voyages en 2011

Régions	Agences de voyages	Succursales	Total
Oued Ed Dahab-Lagouira	3	2	5
Laayoune-Boujdour-Sakia-El-Hamra	8	1	9
Guelmim-Es-Semara	2		2
Souss-Massa-Drâa	66	33	99
Gharb-Chrarda-Béni-Hssen	9	1	10
Chaouia-Ouardigha	14	8	22
Marrakech-Tensift-Al-Haouz	157	33	190
l'Oriental	65	34	99
Grand-Casablanca	211	44	255
Rabat-Salé-Zemmour-Zaër	72	17	89
Doukkala-Abda	5	4	9
Tadla-Azilal	20	6	26
Meknès-Tafilalet	21	4	25
Fès-Boulmane	26	9	35
Taza-Al Hoceima-Taounate	7	4	11
Tanger-Tétouan	58	30	88
<b>Total</b>	<b>744</b>	<b>230</b>	<b>974</b>

Source: Ministère du Tourisme

## 2.6. LES GUIDES

La profession de guide touristique revêt actuellement une importance cruciale, étant donné sa contribution effective au développement du secteur touristique et le rôle qu'elle peut jouer dans la réalisation des objectifs tracés dans le cadre de la vision 2020. Dans ce sens, les guides touristiques ont pour mission non seulement de valoriser les produits du pays, mais aussi de faire découvrir aux touristes les atouts de chaque région et de chaque ville du Royaume. En 2011, le nombre des guides a atteint 2 756 répartis entre trois types : les guides de montagne qui représentent 20%, les guides de tourisme dont la part s'élève à 36% et les accompagnateurs de tourisme qui représentent 44% du total.

**Graphique 2.6.1 :** Evolution des guides touristiques



Source: Ministère du Tourisme

## 3. LA DEMANDE TOURISTIQUE

### 3.1. VUE D'ENSEMBLE

Quant à la répartition géographique des guides, elle diffère d'une province à une autre. En effet, ces derniers sont concentrés surtout dans les provinces à vocation culturelle comme Marrakech (848, soit 31% du total) et Fès (425 soit 15% du total). Par ailleurs, les régions d'Azilal et de Ouarzazate qui offrent un produit rural, disposent d'un nombre important de guides de montagnes (respectivement 218 et 130).

**Tableau 2.5.1: Répartition géographique des AT-GT-GM des années (2010-2011)**

Ville	Accompagnateurs de Tourisme	Guides de Tourisme	Guides de Montagne	Total
Agadir	261	100	20	381
Casablanca	90	36	1	127
Fès	213	201	11	425
Marrakech	336	354	158	848
Meknès	52	43	10	105
Rabat	56	39	9	104
Oujda	1	2	1	4
Azilal	0	0	218	218
Beni-Méllal	1	1	12	14
Dakhla	0	0	1	1
El Houceima	0	2	0	2
El Jadida	5	3	2	10
Errachidia	10	12	18	40
Essaouira	23	4	2	29
Guélmim	1	4	3	8
Ifrane	0	0	6	6
Laâyoune	2	2	1	5
Nador	0	0	0	0
Ouarzazate	33	30	67	130
Safi	2	3	1	6
Settat	1	1	0	2
Tanger	97	104	0	201
Tata	0	0	0	0
Tétouan	20	57	11	88
Zagora	0	1	10	11
<b>TOTAL</b>	<b>1204</b>	<b>999</b>	<b>562</b>	<b>2765</b>

Source: Ministère du Tourisme

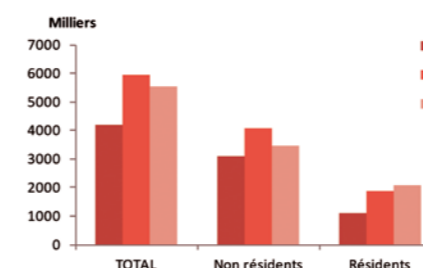
#### 3.1.1 LES ARRIVÉES ET NUITÉES DANS L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE CLASSÉ

En 2011, le nombre des arrivées touristiques dans les établissements d'hébergement classés a atteint 5,5 millions, enregistrant ainsi une baisse de -7% par rapport à l'année 2010.

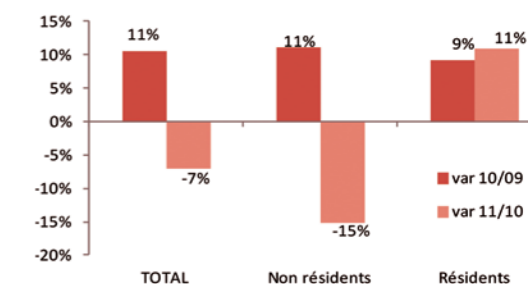
Cette baisse est due essentiellement aux résultats négatifs enregistrés par les touristes non-résidents (-15%) qui représentent 63% de la clientèle de l'hébergement classé contre 37% pour les touristes résidents. Ce taux s'est accru de six points par rapport à 2010, en raison de la bonne performance réalisée par cette catégorie de touristes au niveau des arrivées dans les établissements d'hébergement touristique classés (+11%).

**Graphique 3.1.1 : Evolution des arrivées dans les EHTC par type de touriste / Variation inter-annuelle des arrivées**

**Evolution des arrivées dans les EHTC par type de touriste**



**Variation inter-annuelle des arrivées**

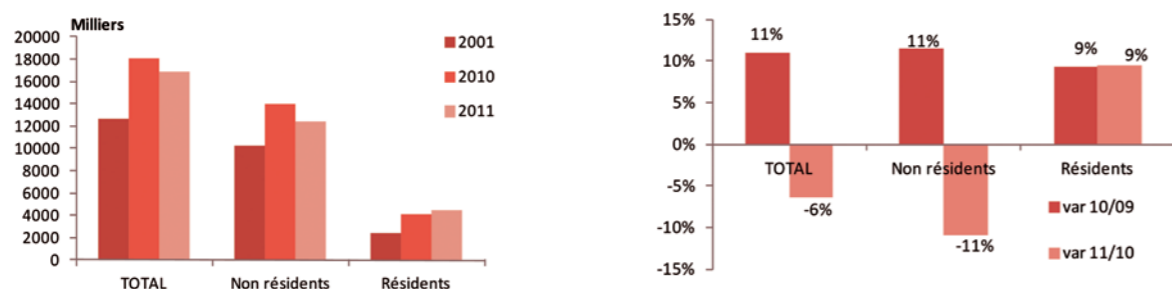


Source: Ministère du Tourisme

Malgré la progression des nuitées des touristes résidents dans les établissements d'hébergement touristique classés (+9%), le Maroc a connu en 2011 une baisse de cet indicateur de -6% par rapport à l'année 2010. Ceci s'explique par la mauvaise performance réalisée par les non résidents, dont les nuitées ont chuté de -11%. Le volume total des nuitées s'est chiffré ainsi à 16,8 millions en 2011.

En ce qui concerne la durée moyenne de séjour dans les établissements d'hébergement touristique classés, elle est restée presque stable par rapport à 2010 (3,05 nuitées/séjour en 2011 contre 3,04 en 2010). Cet indicateur s'élève à 2.15 pour les résidents, et à 3.59 pour les non-résidents.

**Graphique 3.1.2 :** Evolution des nuitées dans les EHTC par type de touriste / Variation inter-annuelle des arrivées

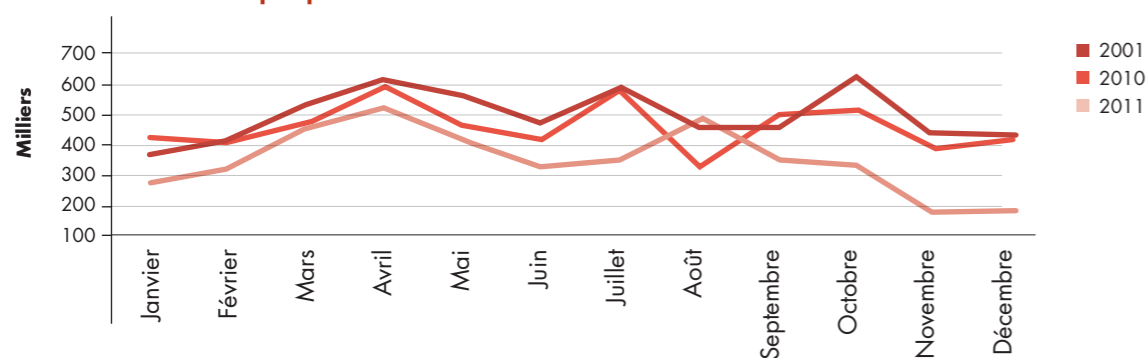


Source : Ministère du Tourisme

### 3.1.2 LA SAISONNALITÉ DE LA DEMANDE DANS LES ÉTABLISSEMENTS CLASSÉS

En 2011, les arrivées touristiques enregistrées dans les établissements classés ont atteint leur plus haut niveau en avril, juillet et octobre, et leur plus bas niveau pendant le mois d'août.

**Graphique 3.1.3 :** Evolution mensuelle des arrivées dans les EHTC

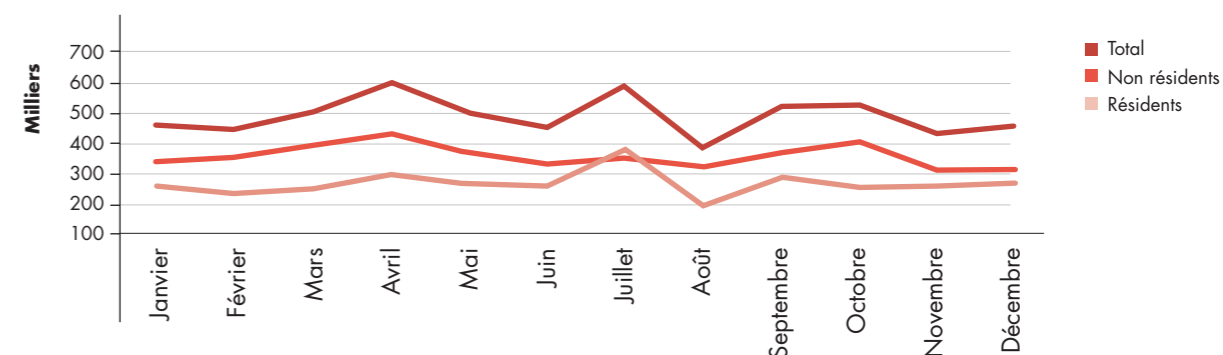


Source : Ministère du Tourisme

L'analyse de la saisonnalité par type de touriste, montre une nette différence entre le comportement des touristes non-résidents et résidents.

En effet, les arrivées des non-résidents atteignent, d'une manière générale, leur maximum en avril et en octobre, alors que les arrivées des résidents atteignent leur maximum pendant la période estivale. Cependant, le mois d'août de cette année 2011 n'a généré que 4% des séjours des résidents sachant que les autres mois ont enregistré une moyenne de 8% (y compris le mois d'août). Les marocains ont préféré voyager cette année pendant le mois de juillet (15% des séjours) vu que le mois d'août a coïncidé avec le mois sacré de Ramadan.

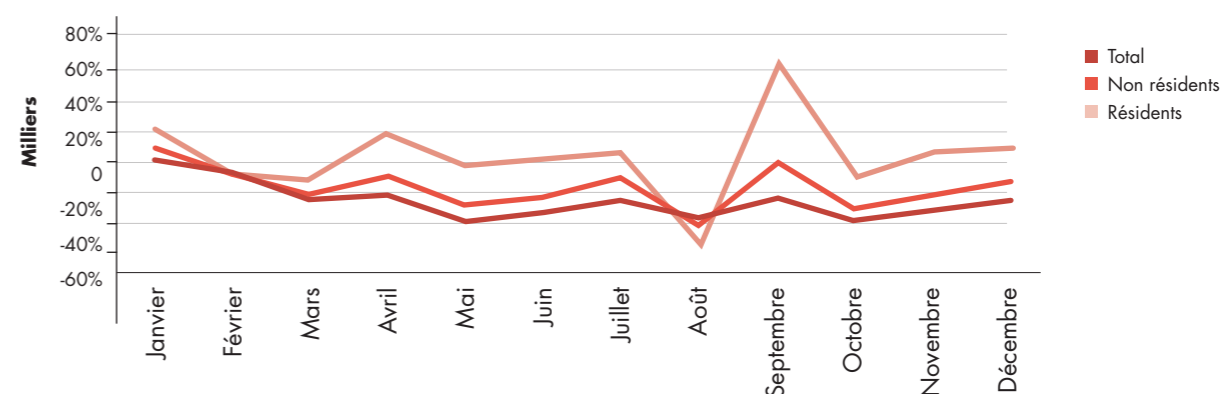
**Graphique 3.1.4 :** Saisonnalité des arrivées dans les EHTC - Année 2011



Source : Ministère du Tourisme

En termes comparatifs, les séjours des non-résidents dans les établissements d'hébergement touristique classés en 2011 ont été moins importants qu'en 2010. Ils ont baissé de -11% en avril et de -26% en octobre (périodes de la haute saison). Quant à ceux des résidents, ils ont enregistré en général de bonnes performances sauf pour le mois d'août.

**Graphique 3.1.5 :** Evolution mensuelle des arrivées dans les EHTC - Année 2011

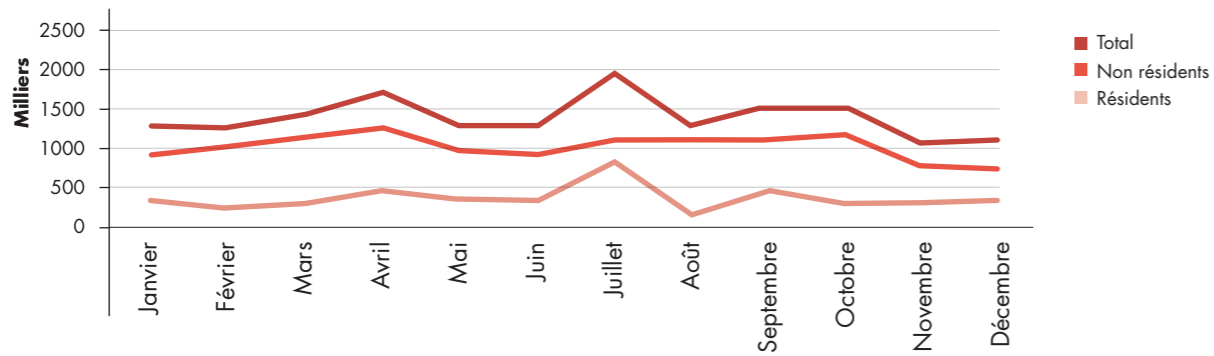


Source : Ministère du Tourisme

En ce qui concerne les nuitées enregistrées dans les établissements d'hébergement touristiques classés, on remarque que le maximum a été enregistré en juillet 2011, période où la demande devient principalement axée sur le produit balnéaire (la clientèle de ce produit est, en effet, caractérisée par une durée moyenne de séjour supérieure à la moyenne).

Ce phénomène est constaté beaucoup plus chez les résidents (15% des nuitées en juillet) que chez les non-résidents (8% des nuitées en juillet).

**Graphique 3.1.6 : Saisonnalité des nuitées dans les EHTC**



Source : Ministère du Tourisme

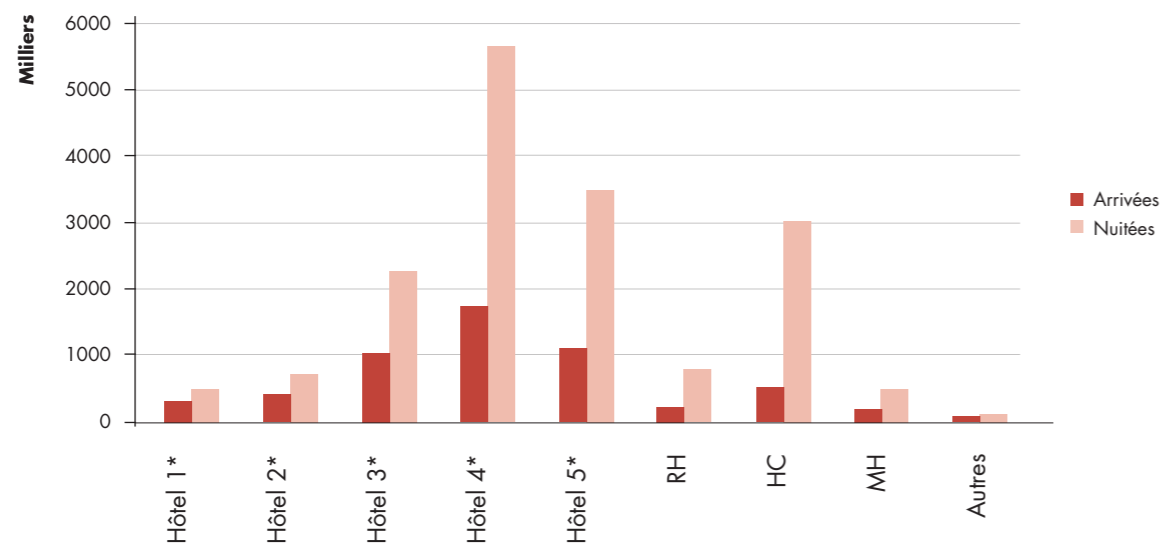
## 3.2. LA DEMANDE TOURISTIQUE PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT ET PAR VILLE

### 3.2.1 LA DEMANDE TOURISTIQUE PAR TYPE D'HÉBERGEMENT

Les hôtels classés 4\* ont été les plus fréquentés par les touristes en 2011, suivis par les hôtels 5\*, par les hôtels-clubs et puis par les hôtels 3\*.

Ces quatre types d'hébergement ont cumulé 85% des nuitées totales et 78% des arrivées.

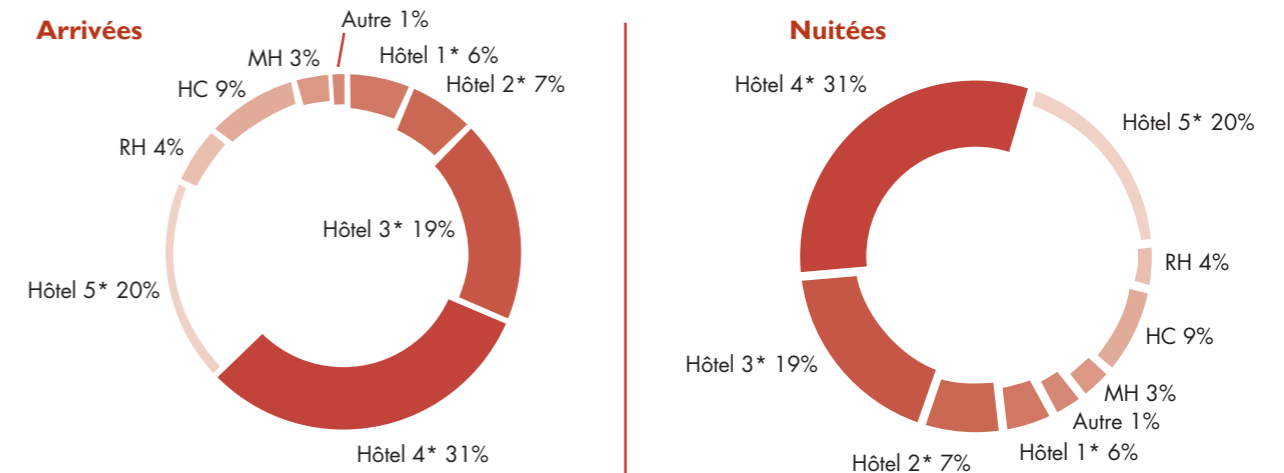
**Graphique 3.2.1 : Demande touristique par type d'établissement en 2011**



Source : Ministère du Tourisme

Concernant la durée moyenne de séjour, elle est importante au niveau des hôtels clubs et s'élève à 6 nuitées. Pour les hôtels 4\* et 5\*, la durée moyenne de séjour est de 3,3 et 3,2 respectivement.

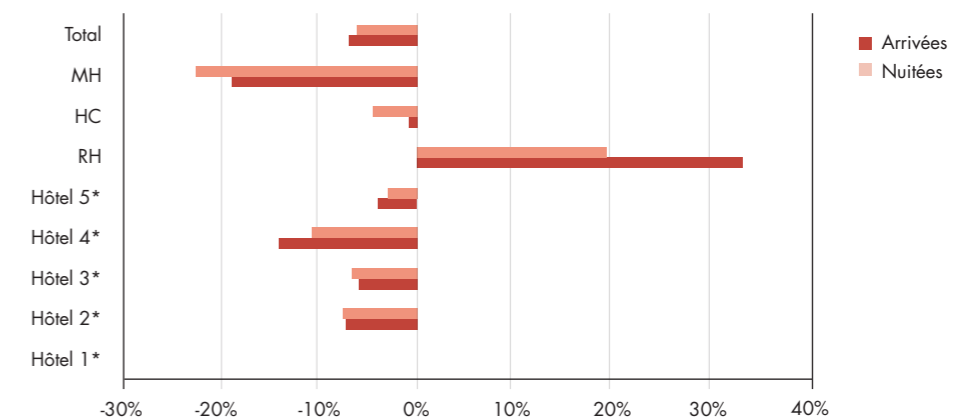
**Graphique 3.2.2 : Répartition en 2011 des arrivées et des nuitées selon la catégorie de l'établissement d'hébergement**



Source : Ministère du Tourisme

Après une forte croissance à deux chiffres (+11% des nuitées) enregistrée en 2010, le tourisme marocain a connu une année difficile en 2011 (-6% des nuitées). En effet, à l'exception des résidences hôtelières qui ont enregistré une augmentation en termes des arrivées et des nuitées (33% ; 19%) par rapport à 2010, tous les autres établissements d'hébergement touristiques classés ont enregistré des résultats négatifs : (-4% ; -3%) pour les 5\*, (-14% ; -11%) pour les 4\* et (-1% ; -5%) pour les HC.

**Graphique 3.2.3 : Evolution inter-annuelle 2011/2010 des nuitées et des arrivées par type d'établissement**



Source : Ministère du Tourisme

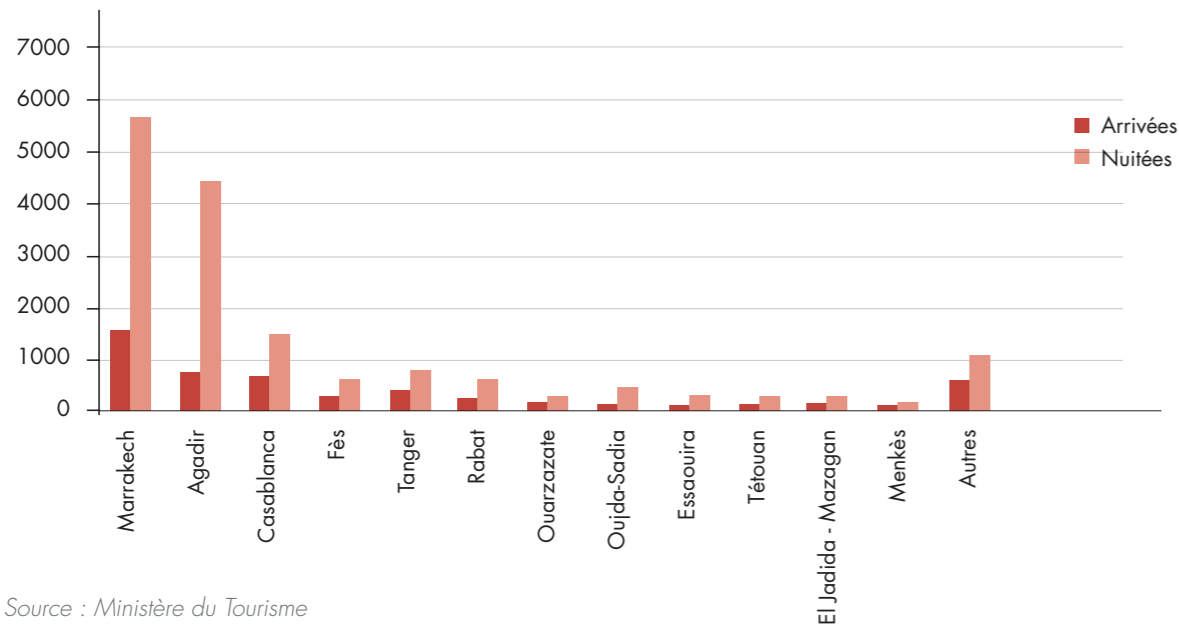
### 3.2.2 LA DEMANDE TOURISTIQUE PAR VILLE

Marrakech, Agadir et Casablanca demeurent encore les destinations marocaines les plus visitées par les touristes.

En effet, Marrakech a enregistré environ 1,6 millions d'arrivées dans les établissements touristiques classés en 2011 et presque 5,8 millions de nuitées (soit un peu plus du 1/3 du total des nuitées).

Quant à Agadir et Casablanca, elles ont généré respectivement 4,5 et 1,5 millions de nuitées.

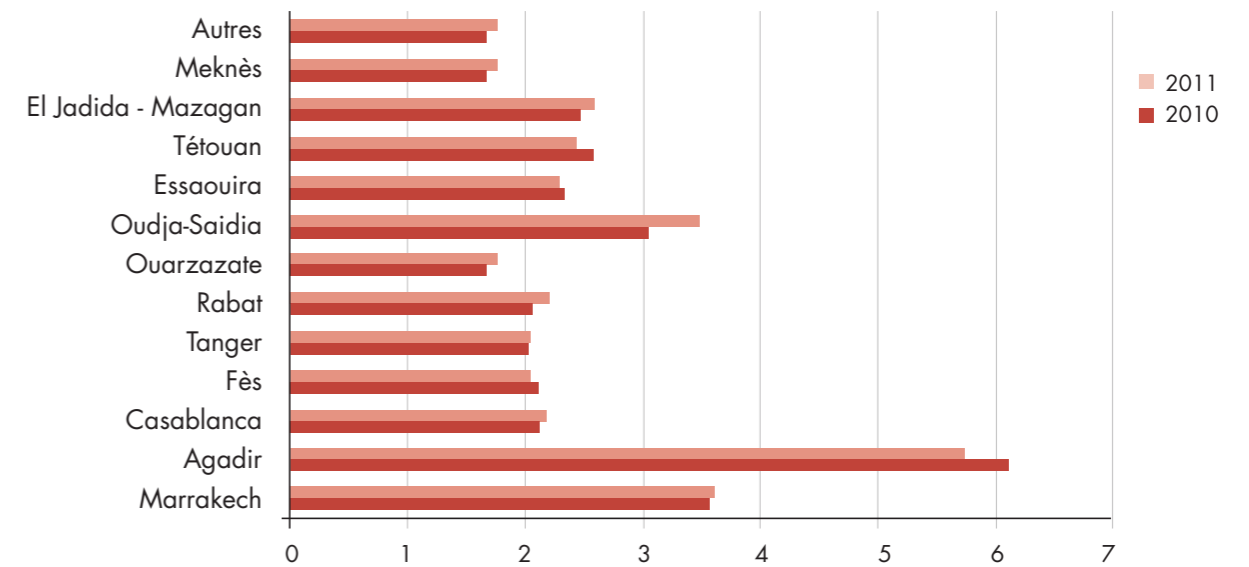
**Graphique 3.2.4 : Nombre des arrivées et des nuitées par ville en 2011**



Source : Ministère du Tourisme

Concernant la durée moyenne de séjour, elle est, naturellement importante dans les destinations qui offrent un produit balnéaire, comme Agadir (5,7 nuitées par séjour), et Oujda-Saïdia (3,5 nuitées par séjour). Sachant qu'en dépit de son offre culturelle, Marrakech arrive à attirer une clientèle qui séjourne plus longtemps que dans les autres villes impériales du Royaume.

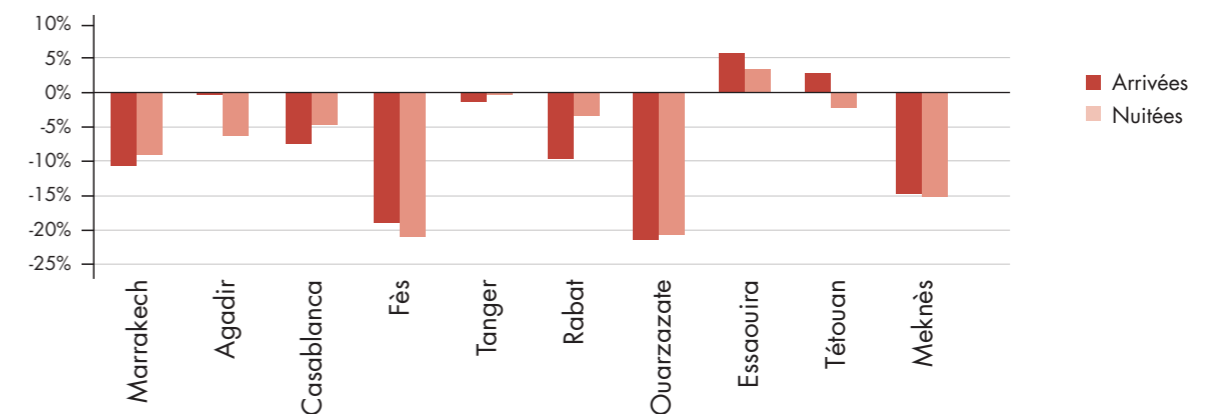
**Graphique 3.2.5 : Durée moyenne de séjour par ville**



Source : Ministère du Tourisme

Un zoom sur la tendance de la fréquentation des établissements d'hébergement touristique classés en 2011 montre que les principales destinations touristiques du Royaume ont enregistré des baisses : Marrakech (-11% en termes d'arrivées; -9% en termes de nuitées), Ouarzazate (-22% ; -21%), Casablanca (-7% ; -5%) et Fès (-19% ; -22%). En revanche, Tanger a réalisé une stabilité et Essaouira une augmentation (+6% ; +3%).

**Graphique 3.2.6 : Variation inter-annuelle des nuitées et des arrivées (2011/2010)**



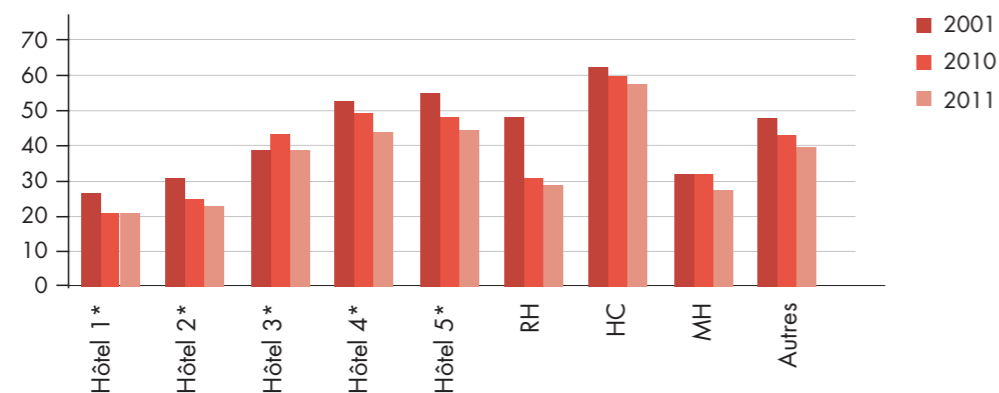
Source : Ministère du Tourisme

### 3.2.3 Le taux d'occupation dans les établissements classés

Globalement, le taux d'occupation des établissements classés au Maroc a baissé en 2011 de 3 points par rapport à 2010 où il s'est chiffré à 40%.

Par type d'hébergement classé, les hôtels-clubs ont affiché le meilleur taux avec 58%, suivis par les hôtels 5 étoiles (45%) et les hôtels 4 étoiles (44%).

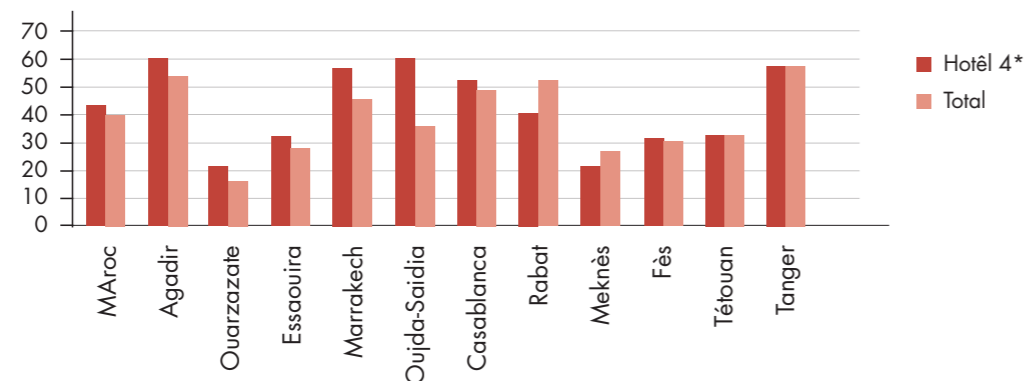
**Graphique 3.2.7 : Taux d'occupation des chambres par type d'hébergement en 2011 (%)**



Source : Ministère du Tourisme

Dans les 2 principales destinations touristiques du Royaume, les hôtels 4 étoiles, qui constituent 25% de la capacité litière des établissements classés au Maroc, ont affiché des taux d'occupation au dessus de la moyenne (61% au niveau d'Agadir et 56% au niveau de Marrakech).

**Graphique 3.2.8 : Taux d'occupation des chambres par ville en 2011 (%)**



Source : Ministère du Tourisme

Sur le plan régional, la ville d'Agadir a réalisé le taux d'occupation le plus élevé (55%), ce qui prouve encore une fois l'attractivité du tourisme balnéaire.

Les taux de Rabat, Casablanca, Tanger et Marrakech ont aussi dépassé la moyenne. Ils ont enregistré respectivement 53%, 50%, 48% et 46%.

**Tableau 3.2.1 : Taux d'occupation des EHTC par ville en 2011 (%)**

	Hôtel 1*	Hôtel 2*	Hôtel 3*	Hôtel 4*	Hôtel 5*	RT	VVT	MH	Total
Total	21	23	39	44	45	29	53	27	40
Agadir	25	33	43	61	58	34	67	42	55
Rabat	44	38	61	41	64	79	-	68	53
Tanger	30	46	50	58	83	14	-	18	48
Casablanca	32	24	53	53	57	70	-	21	50
Marrakech	21	32	45	57	41	29	53	31	46
Fès	43	21	52	31	19	-	-	22	30
Tétouan	21	24	29	33	32	11	43	28	31
Essaouira	15	11	29	32	43	12	-	34	28
Meknès	10	37	49	21	-	15	-	12	27
Oujda Saïdia	16	11	29	61	51	1	25	6	36
Ouarzazate	10	5	15	21	23	17	12	16	16

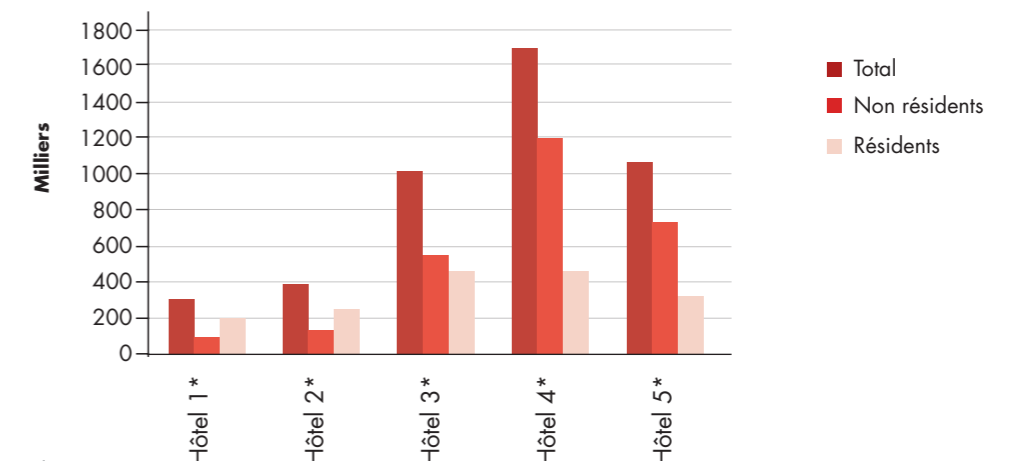
Source : Ministère du Tourisme

## 3.3. LA DEMANDE D'HÉBERGEMENT HÔTELIER (1\* - 5\*) PAR TYPE DE TOURISTE ET PAR VILLE

L'analyse par type de touriste révèle que les touristes non résidents préfèrent fréquenter les hôtels 4 et 5 étoiles. En effet, ces deux catégories représentent plus de 70% des séjours réalisés par les non résidents dans les hôtels classés (1\* - 5\*), alors que les touristes résidents optent plutôt pour les hôtels 4 et 3 étoiles respectivement, qui cumulent plus de la moitié des séjours réalisés par les résidents dans les hôtels classés (1\* - 5\*).

De ce fait, il paraît clair que les hôtels 4 étoiles sont les plus fréquentés par les touristes (38% du total des séjours réalisés dans les hôtels en 2011), suivis des hôtels 5 étoiles (24%) puis des hôtels 3 étoiles (23%).

**Graphique 3.3.1 : Arrivées aux hôtels par catégorie et par type de touriste en 2011**

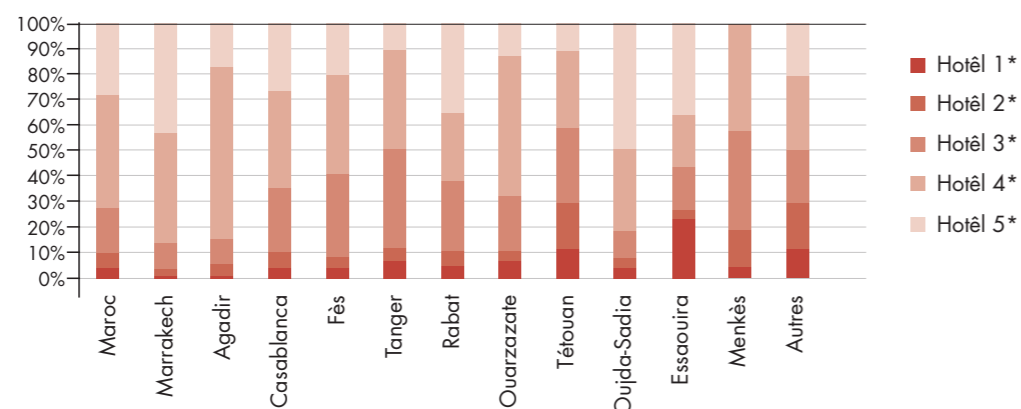


Source : Ministère du Tourisme



En termes de nuitées, les hôtels 3, 4 et 5 étoiles ont généré 90% de la totalité des nuitées des hôtels classés. Cependant, ces derniers ont enregistré des performances négatives par rapport à 2010 (-6% pour les 3 étoiles, -11% pour les 4 étoiles et -3% pour les 5 étoiles). Les deux pôles touristiques du Royaume, Marrakech et Agadir, ont affiché aussi des baisses respectives de -8% et -12% pour les 3 étoiles, -18% et -7% pour les 4 étoiles et enfin -5% et -6% pour les 5 étoiles.

**Graphique 3.3.2 : Part des nuitées hôtelières par ville et par catégorie**



Source Ministère du Tourisme

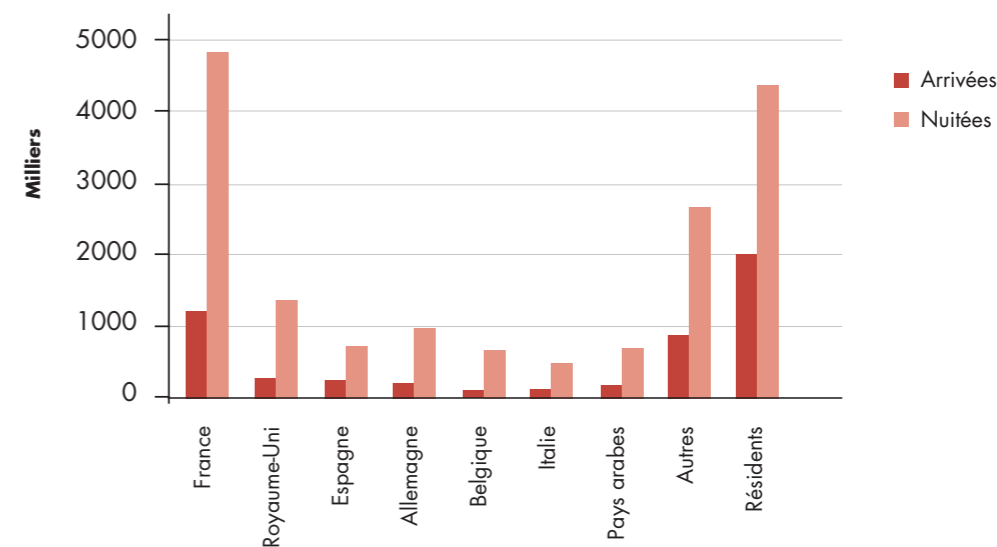
## 3.4. LES MARCHÉS ÉMETTEURS

### 3.4.1. LES ARRIVÉES ET NUITÉES DANS LES ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE CLASSÉS

L'analyse par marché émetteur montre que les arrivées dans les établissements d'hébergement touristique classés sont réalisées principalement par le marché européen avec une part de 48% du total des arrivées.

Par marché émetteur étranger, la France a occupé la première place avec 35% des arrivées en 2011. L'Espagne et le Royaume-Uni se sont positionnés en second rang avec une part de 8% chacun, suivis de l'Allemagne avec 7%, 6% pour les pays arabes et 5% pour l'Italie. Par ailleurs, la Belgique a représenté 3% du total des arrivées.

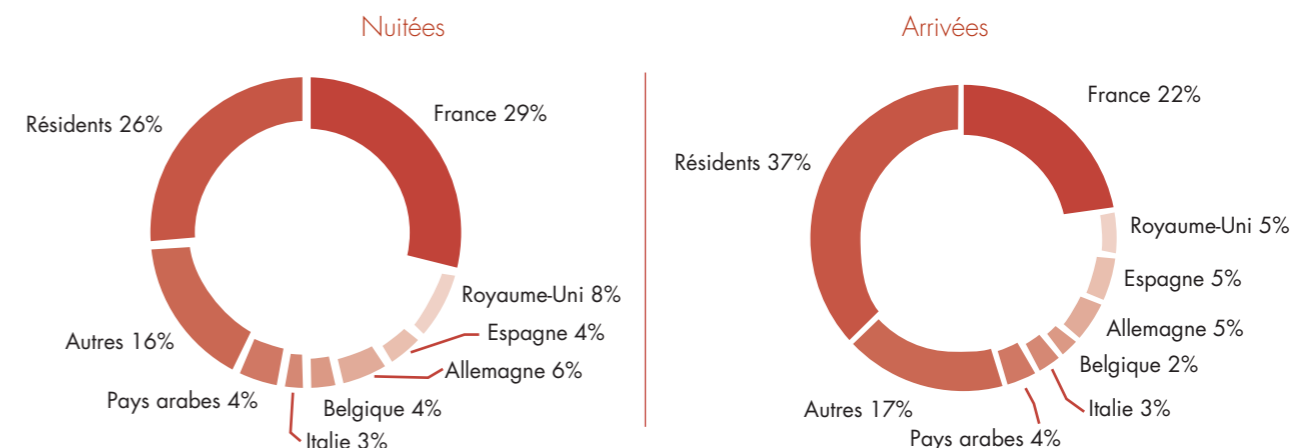
**Graphique 3.4.1 : Nuitées et arrivées dans les EHTC par marché en 2011**



Source : Ministère du Tourisme

S'agissant des nuitées, la plus grande part enregistrée dans les établissements touristiques classés est celle des français avec une valeur de 29% en 2011. Quant aux nuitées des résidents, elles constituent 26% du total des nuitées réalisées dans les établissements touristiques classés.

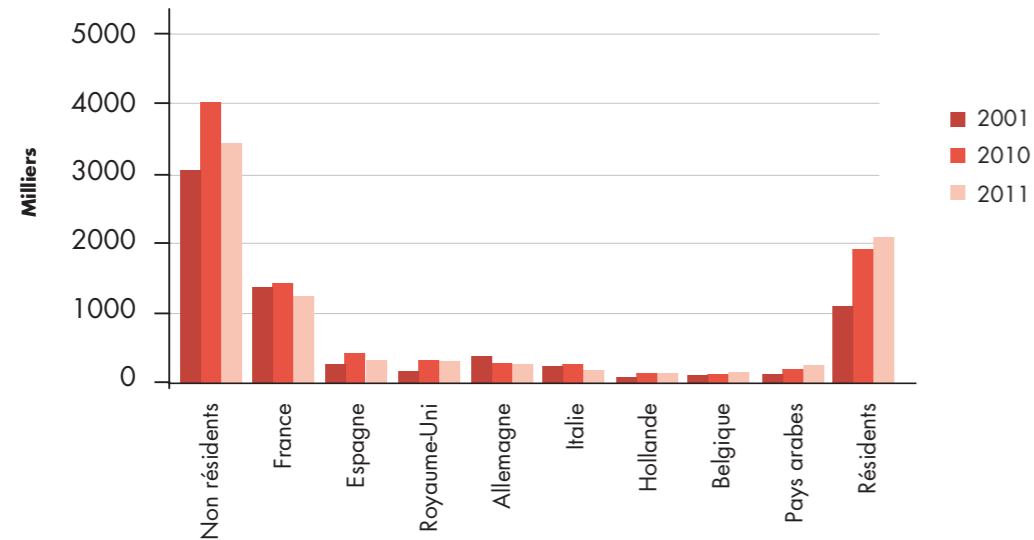
**Graphique 3.4.2 : Demande touristique (en %) par marché -2011**



Source : Ministère du Tourisme

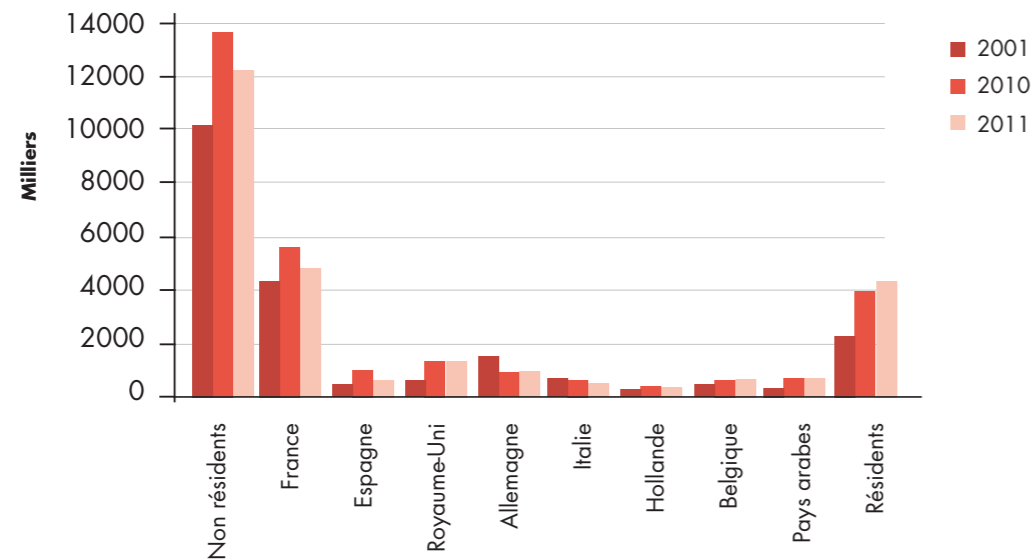
En 2011, les arrivées et les nuitées enregistrées dans les établissements d'hébergement touristique classés ont diminué avec des taux respectifs de -7% et -6% par rapport à l'année 2010.

**Graphique 3.4.3 :** Evolution des arrivées dans les EHTC par marché



Source : Ministère du Tourisme

**Graphique 3.4.4 :** Evolution des nuitées dans les EHTC par marché

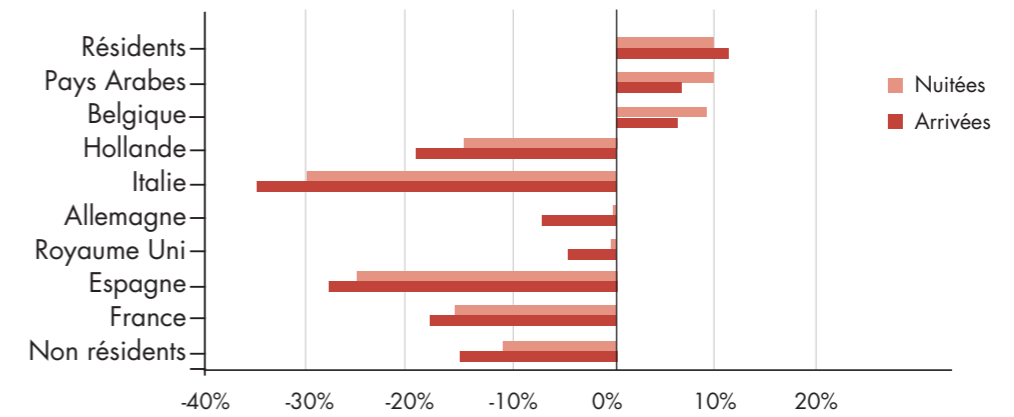


Source : Ministère du Tourisme

Par type de touriste, les non-résidents ont enregistré des baisses notables au niveau des nuitées (-11%) et des arrivées (-15%). En revanche, les résidents ont affiché une progression significative aussi bien pour les nuitées (+9%) que pour les arrivées (+11%).

La contre-performance de la fréquentation hôtelière des étrangers (-11% des nuitées) est attribuée à la baisse des nuitées réalisées par les principaux clients de l'hébergement classé. Ainsi, le volume des nuitées a régressé entre 2010 et 2011 de -16% pour les français, de -25% pour les espagnols, de -30% pour les italiens, et de -15% pour les hollandais. Par ailleurs, l'Allemagne et le Royaume-Uni ont vu leurs nuitées se stabiliser, tandis que d'autres pays comme les pays arabe et la Belgique ont affiché des augmentations (9% chacun).

**Graphique 3.4.5 :** Taux de variation inter-annuelle des nuitées et des arrivées dans les EHTC par marché



Source : Ministère du Tourisme

### 3.4.2 LE DÉTAIL DES ARRIVÉES PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT

La majorité des touristes étrangers privilégie les hôtels moyens et hauts de gamme. Ainsi, les hôtels 3, 4 et 5 étoiles recueillent respectivement 16%, 35% et 21% des arrivées des touristes internationaux, tandis que les hôtels 1 et 2 étoiles n'en comptabilisent que 7% (3% pour 1 étoile et 4 % pour les 2 étoiles).

L'analyse par marché émetteur montre que les touristes issus des Etats Unis préfèrent séjourner dans les hôtels 5 étoiles (36% des arrivées dans les EHTC), suivi du Moyen Orient (35%).

Les touristes résidents privilégient les hôtels 3 et 4 étoiles, avec une part de 24% pour chaque catégorie dans les arrivées totales des résidents dans les EHTC.

**Tableau 3.4.1 :** Arrivées dans l'hébergement touristique classé par catégorie en 2011

	Hôtel 1*	Hôtel 2*	Hôtel 3*	Hôtel 4*	Hôtel 5*	RT	VVT	MH	Total
TOTAL	310 934	400 008	1 035 735	1 704 322	1 078 713	235 662	497 903	191 317	5 518 801
Non résidents	104 291	143 284	029 555	1 216 786	743 765	90 061	381 884	1 783 336	34 564 89
France	26 347	38 417	155 329	434 234	228 703	28 866	227 915	52 953	1 206 786
Espagne	10 443	14 557	64 015	104 514	62 929	7 532	4 605	13 154	288 206
Royaume-Uni	6 178	10 439	35 166	87 673	70 292	10 320	34 319	27 318	285 182
Allemagne	6 225	6 390	31 770	132 873	39 988	4 040	12 962	14 399	251 127
Italie	5 474	7 138	22 687	51 917	33 801	3 313	17 209	12 317	156 897
Hollande	4 465	8 465	35 721	27 780	8 431	3 243	5 719	6 433	102 254
Belgique	2 516	3 332	11 645	35 641	20 025	2 406	34 610	6 613	117 707
Pays Arabes	11 267	13 387	34 300	72 836	64 672	10 027	3 514	1 302	212 387
Autres	31 376	41 159	164 396	269 318	214 924	20 314	41 031	43 847	835 943
Résidents	200 883	247 945	450 374	451 037	284 094	101 102	96 948	8 110	1 858 525

Source Ministère du Tourisme

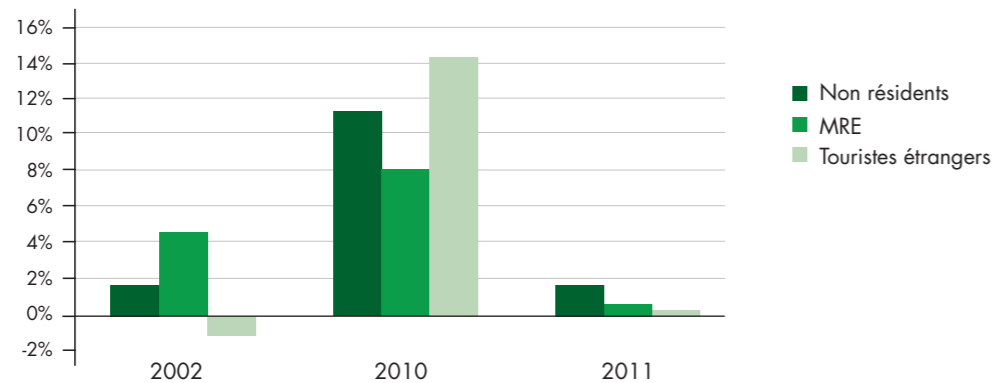
## 4. LES ARRIVÉES TOURISTIQUES AUX POSTES FRONTIÈRES

### 4.1. LES ARRIVÉES TOURISTIQUES PAR TYPE DE TOURISTE, PAR VOIE D'ACCÈS ET PAR POSTE FRONTIÈRE

#### 4.1.1 LES ARRIVÉES DE TOURISTES ÉTRANGERS ET DE MAROCAINS RÉSIDANT À L'ÉTRANGER

Le nombre d'arrivées de touristes non résidents a affiché cette année une nouvelle hausse de +1% qui est très inférieure à celle enregistrée l'année dernière (+11%). Le nombre de touristes étrangers a connu une stagnation en 2011, contre une hausse de +14% en 2010. Quant aux arrivées des MRE, celles-ci ont connu un léger accroissement de +1% contre +8% l'année précédente.

Graphique 4.1.1 : Taux de variation inter-annuelle des arrivées touristiques par type de touriste

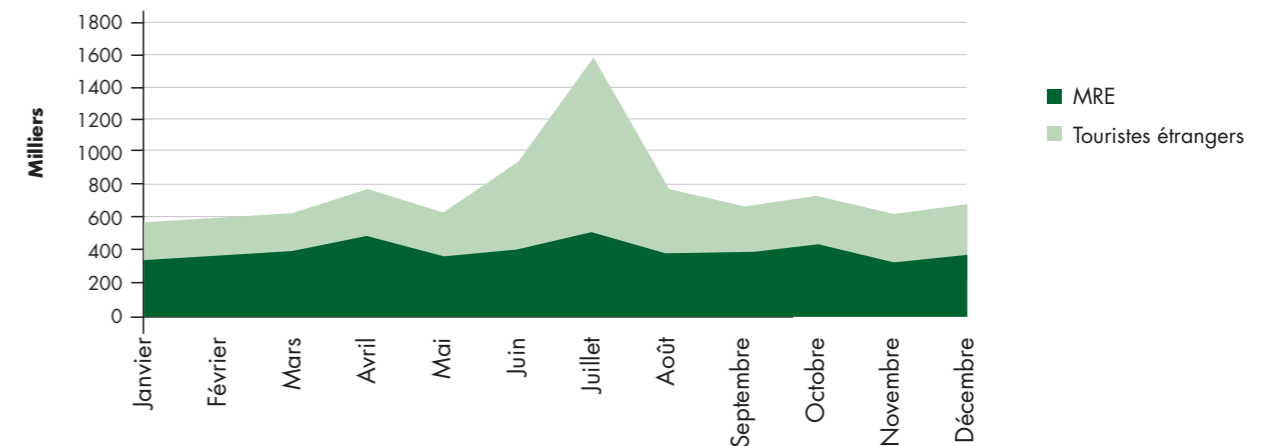


Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

L'analyse mensuelle des entrées des non résidents fait ressortir une forte saisonnalité des arrivées en particulier pendant l'été.

L'analyse par type de touristes montre un pic des entrées des MRE durant la saison estivale (de mai à août) et une évolution relativement lisse des arrivées des touristes étrangers par rapport à celle des MRE, avec trois pics faibles en avril, en juillet et en octobre.

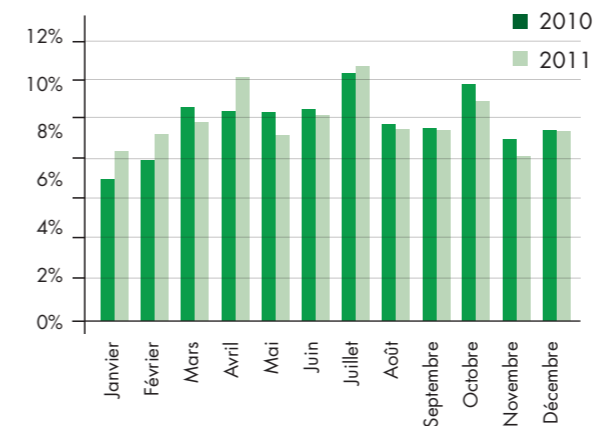
Graphique 4.1.2 : Arrivées touristiques mensuelles par type de touriste en 2011



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

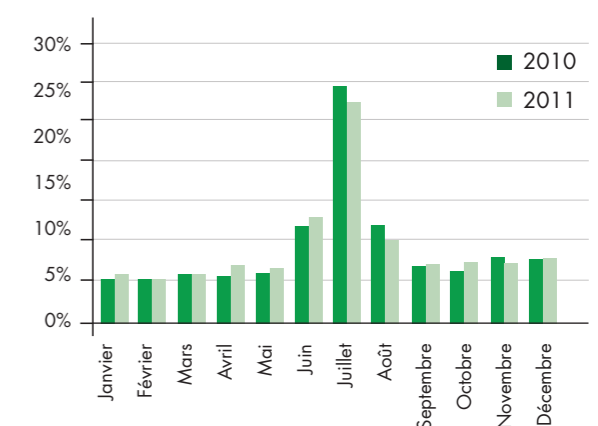
Les entrées des MRE sont caractérisées par une forte saisonnalité. En effet, les entrées des MRE en juillet représentent le quart de leurs entrées totales en 2011. Cette part s'élève à 45% pendant l'été (de juin à août). Par contre, chez les touristes étrangers, la part des arrivées mensuelles varie entre 7% et 11%, et atteint 11% en juillet.

Graphique 4.1.3 : Part mensuelle des arrivées des touristes étrangers



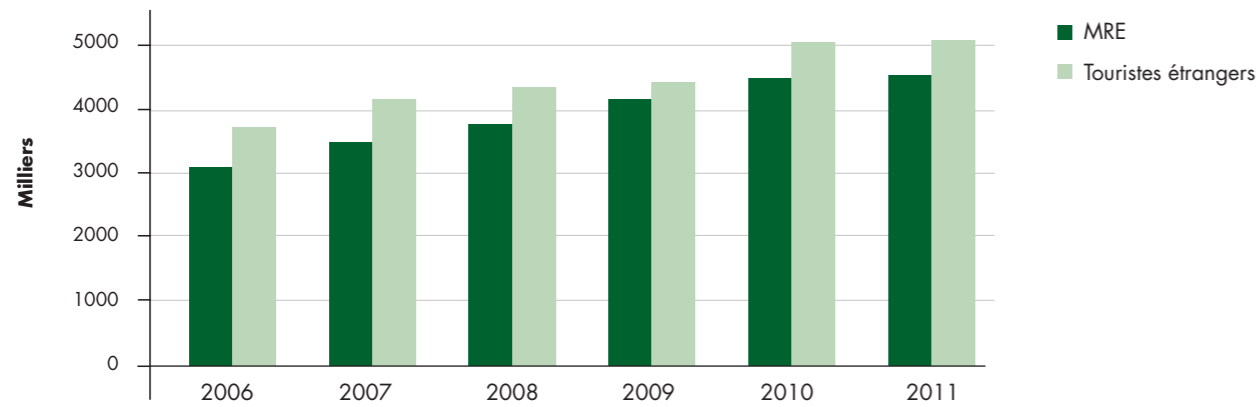
Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

Graphique 4.1.4 : Part mensuelle des arrivées des MRE



Durant ces six dernières années, le nombre total des arrivées des touristes au Maroc a maintenu une tendance haussière. En effet, ce nombre a évolué avec un taux d'accroissement annuel de +7,3%. Les touristes étrangers ont particulièrement progressé avec un rythme annuel inférieur à celui des MRE (+6,7% et +8,1% resp.). Par ailleurs, leur part est passée de 52% en 2005 à 53% en 2010 et en 2011.

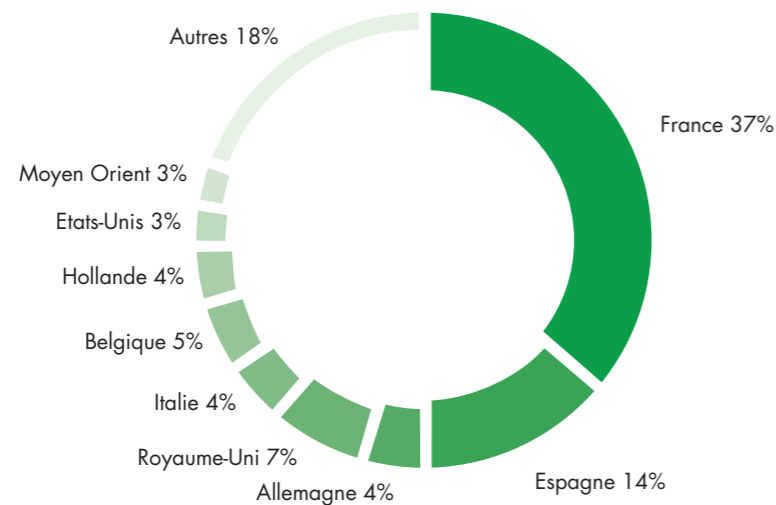
**Graphique 4.1.5 : Evolution des arrivées des touristes non résidents par type de touriste**



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

La ventilation par marché étranger émetteur met en relief la prédominance des français qui demeurent la principale clientèle du Maroc (37% des arrivées des étrangers), suivis des espagnols (14%), des britanniques (7%), des belges (5%), des italiens et des allemands (4% chacun).

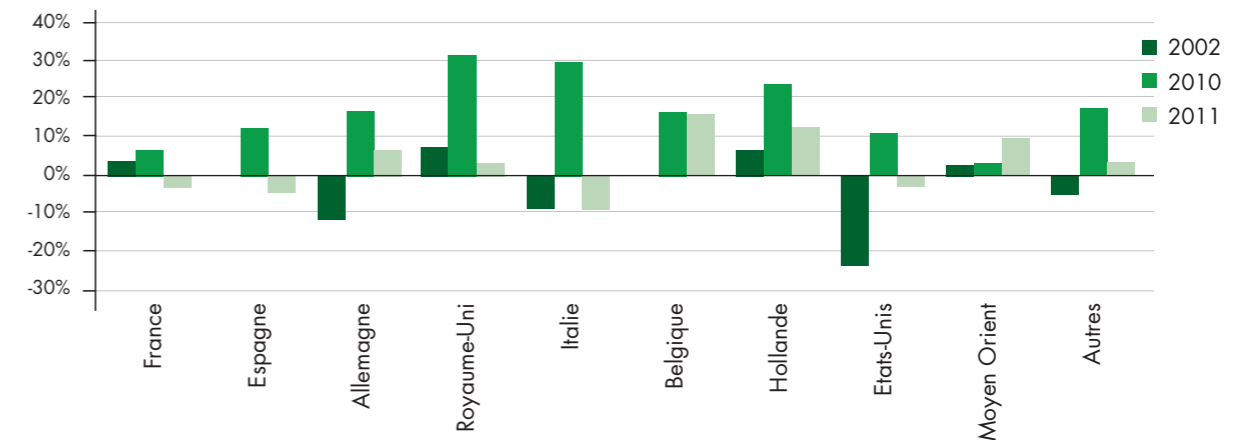
**Graphique 4.1.6 : Part des arrivées des touristes étrangers par nationalité en 2011**



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

L'année 2011 a connu une évolution négative des arrivées des principaux clients du Maroc. En effet, les entrées des français ont diminué de -3% alors qu'en 2010 elles se sont accrues de +8%. Les marchés espagnols, italiens et américains ont connu également des baisses de -5%, -9% et -4% respectivement contre des hausses de +13%, +31% et +12% en 2010. En revanche, le reste des nationalités a connu une certaine croissance entre 2010 et 2011, mais avec un rythme inférieur à celui de 2010 : la Hollande (+13% en 2011, +25% en 2010), la Belgique (+17% en 2011, 18% en 2010), l'Allemagne (+7% en 2011, +18% en 2010) et le Royaume-Uni (+4% en 2011, +34% en 2010). Le Moyen Orient, quant à lui, a affiché une hausse de +10% contre +4% en 2010.

**Graphique 4.1.7 : Variation des arrivées des touristes étrangers par marché**



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

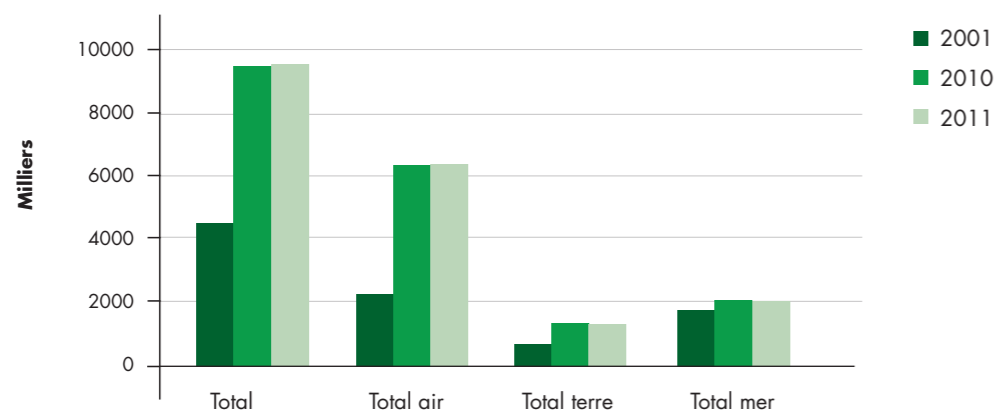
#### 4.1.2 LES ARRIVÉES PAR VOIE D'ACCÈS

Contrairement aux arrivées par les voies maritime et terrestre, qui ont enregistrées des baisses respectives de -1% et -3%, celles de la voie aérienne ont affiché une légère hausse de +2%.

En 2011, la grande partie des touristes visitant le royaume a utilisé le transport aérien pour venir au Maroc (67%), 20% d'entre elle ont opté pour la voie maritime et 13% ont préféré la voie terrestre.

Ces taux ont connu des changements importants depuis 2001. En effet, le transport aérien a gagné 18 points de part de marché entre 2001 et 2011. En revanche, le transport maritime a perdu près de 17 points de part de marché (37% en 2001 contre 20% en 2011). Quant au transport terrestre, sa part a diminué d'un point (14% en 2001 contre 13% en 2011).

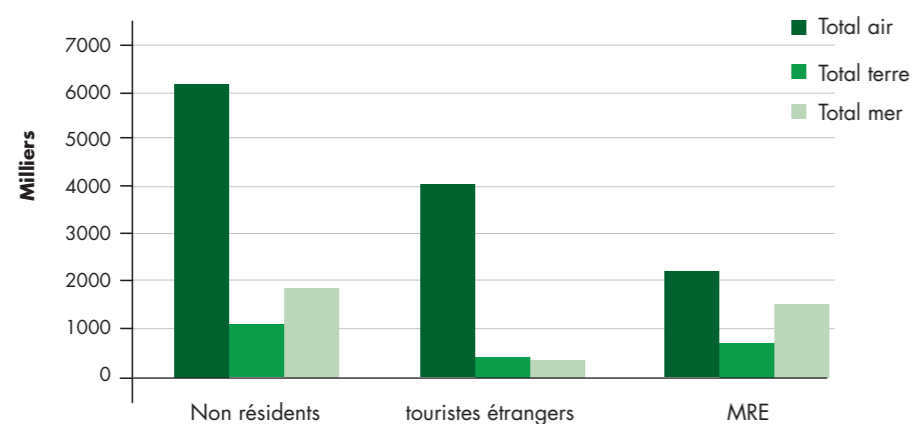
**Graphique 4.1.8 : Arrivées des non résidents par voie d'accès**



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

En revanche, la structure des entrées varie selon le type de touristes. En effet, 83% des touristes étrangers ont opté pour la voie aérienne et seulement 17% ont utilisé les deux autres voies d'accès (9,5% pour la voie terrestre et 7,5% pour la voie maritime). En ce qui concerne les MRE, presque la moitié d'entre eux a choisi la voie aérienne (49%), 35% sont rentrés par les postes maritimes et 16% ont transité par les postes terrestres.

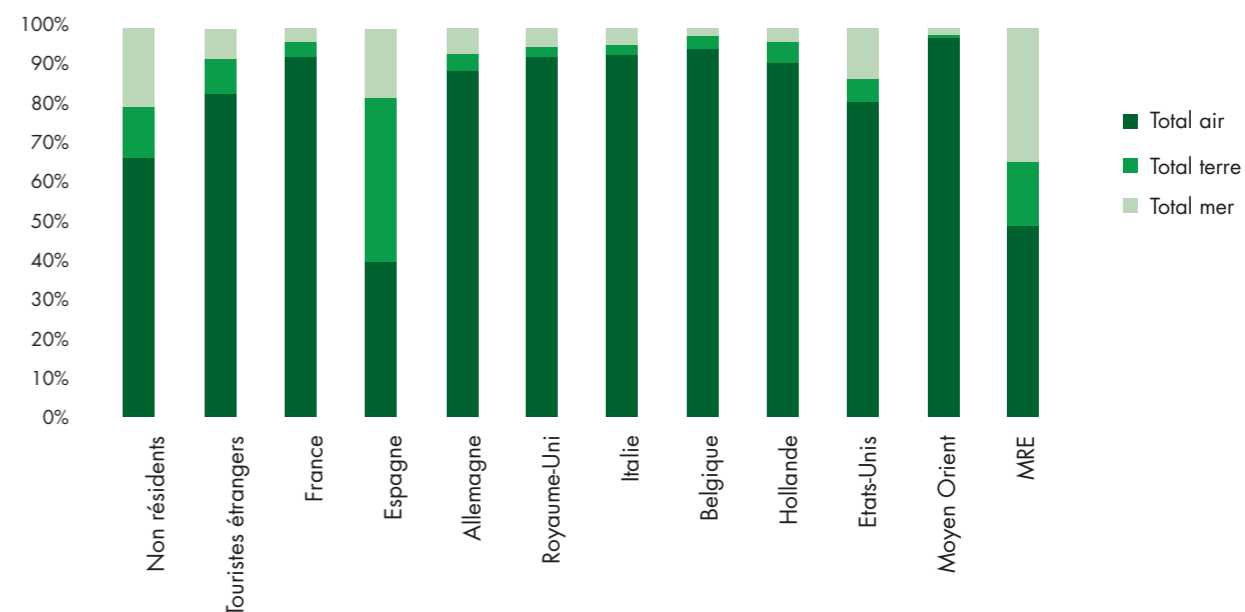
**Graphique 4.1.9 : Arrivées des touristes par type et par voie d'accès en 2011**



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

L'analyse par nationalité révèle certaines dissimilarités, puisqu'au moment où la fréquentation de la voie aérienne par les français a atteint 93%, celle des espagnols n'a été que de 40%. Ces derniers, vu leur positionnement géographique par rapport au Maroc, préfèrent la voie terrestre à hauteur de 42% et la voie maritime à hauteur de 18%. Pour les américains, la composante maritime représente 13%. Par ailleurs, les touristes venant des autres pays ont préféré la voie aérienne dont la part a atteint 98% pour les moyens orientaux.

**Graphique 4.1.10 : Part des arrivées touristiques par voie d'accès et par marché en 2011**



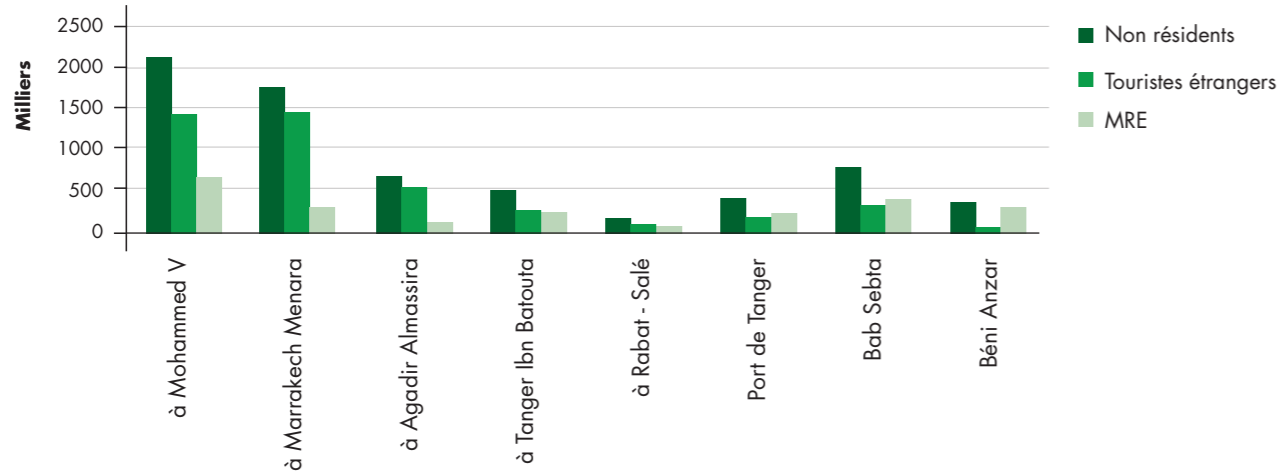
Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

### 4.1.3 LES ARRIVÉES PAR POSTE FRONTIÈRE

Les postes d'entrées au Maroc sont caractérisés par des flux très différents. En effet, seulement cinq postes ont cumulé 63% des entrées des touristes non résidents en 2011. L'aéroport Mohammed V est considéré comme le premier point d'entrée des touristes, il accueille 23% des arrivées touristiques, suivi de l'aéroport Marrakech Ménara avec 19% et de l'aéroport Agadir Almassira avec 7%.

Pour les touristes étrangers, 59% ont transité par les deux aéroports de Mohammed V et de Marrakech Ménara (29% et 30% resp.). Pour les MRE, 15% sont entrés par l'aéroport de Mohammed V, 9% via le poste de Bab Sebta alors que 7% sont rentrés par l'aéroport Marrakech Ménara et par le poste de Béni Anzar.

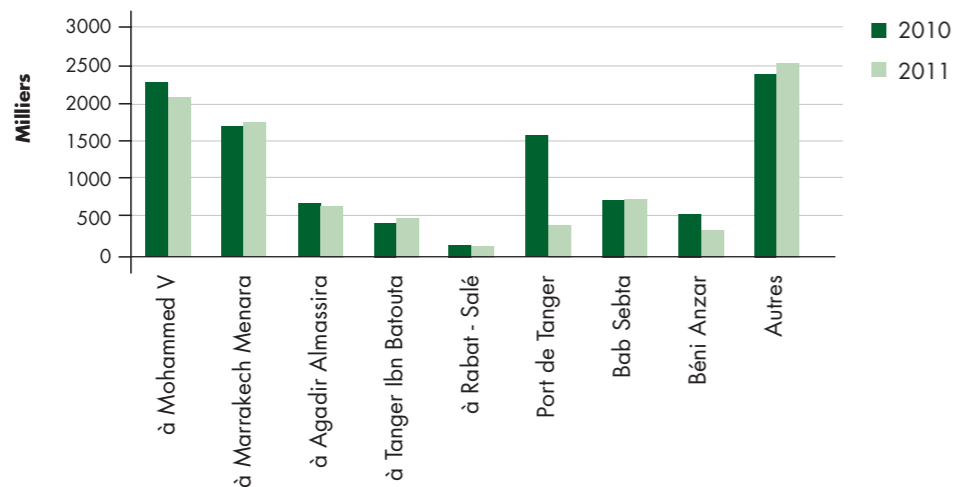
**Graphique 4.1.11** : Arrivées des non résidents par principal poste frontière en 2011



Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

Comparativement à 2010, les postes frontières ont fait preuve de comportements contradictoires en termes d'entrées de touristes non résidents. En effet, l'aéroport Mohammed V a affiché une évolution négative de -7%, l'aéroport Agadir Almassira a réalisé une diminution de -5% et le port de Tanger une baisse de -45%. Par contre, l'aéroport de Marrakech Ménara a inscrit une augmentation de +3%, Tanger Ibn Battouta a également vu ses arrivées s'accroître de +16%.

**Graphique 4.1.12** : Evolution des arrivées des touristes par poste d'entrée

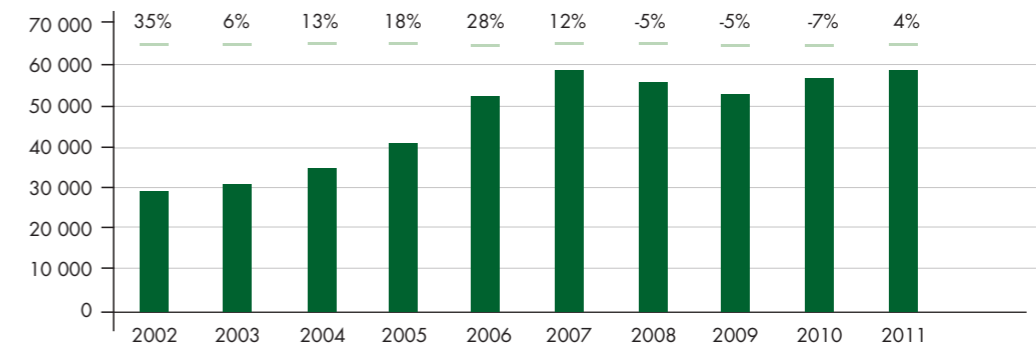


Source des données : Direction Générale de la Sûreté Nationale

## 4.2. LES RECETTES VOYAGES DE LA BALANCE DES PAIEMENTS

Les recettes voyages, qui reflètent les dépenses du tourisme international ont connu, durant l'année 2011, une hausse de +4%. A noter que depuis 2002, cet indicateur a enregistré une augmentation moyenne annuelle de +8% avec une hausse importante de +28% en 2006.

**Graphique 4.2.1** : Evolution des recettes touristiques en millions de DH



Source des données : Office des changes



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C



# إحصائيات لسياحة



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

29, rue Mohammed Abdou, Palmier, Casablanca - Maroc - Tél. : +212 5 22 42 74 82 - Fax : +212 5 22 90 76 08  
Email : [contact@observatoiredu tourisme.ma](mailto:contact@observatoiredu tourisme.ma) - Site : [www.observatoiretourisme.ma](http://www.observatoiretourisme.ma)





OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

# إحصائيات لسياحة بالمغرب لشهر 2013

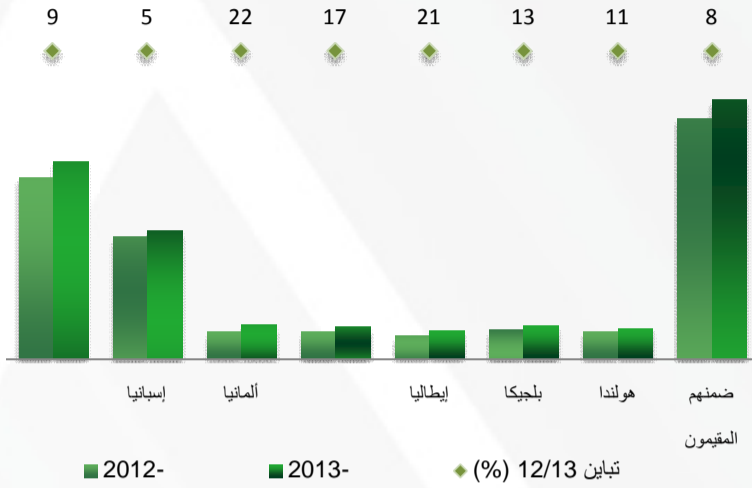
- 1- الوافدات السياحية بمراكز الحدود : المديرية العامة للأمن الوطني
- 2- المبيتات السياحية بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: مهنيي السياحة
- 3- الإيرادات السياحية:

[www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



## إحصاءات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2013

## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : +12% خلال شهر دجنبر 2013

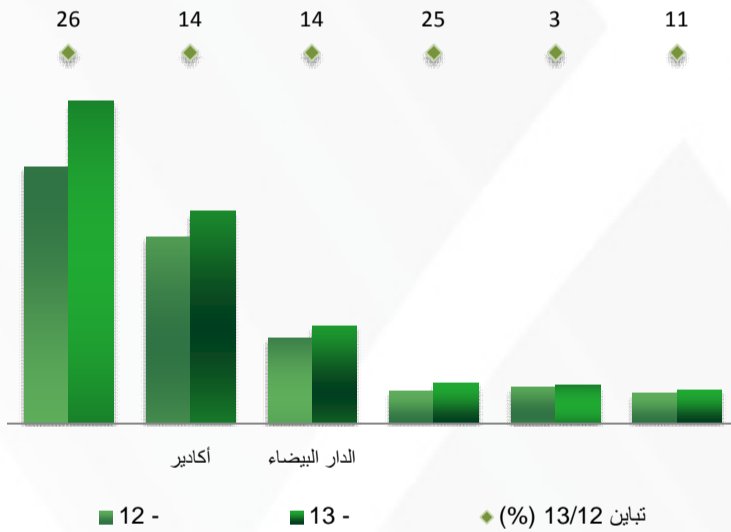


حسب معطيات المديرية العامة للأمن الوطني، ارتفع عدد وافدات السياح بمراكز الحدود خلال شهر دجنبر 2013 +12% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح الأجانب +15% والمغاربة المقيمون بالخارج +8%).

وخلال هذا الشهر الأخير من السنة عرفت وافدات الأسواق الرئيسية للمملكة ارتفاعات هامة خصوصا فرنسا (+9%)، وإسبانيا (+5%)، وألمانيا (+22%)، وإيطاليا (+17%)، وهولندا (+11%).

## المبيلات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +16% شهر دجنبر 2013

تطور المبيلات حسب المدن



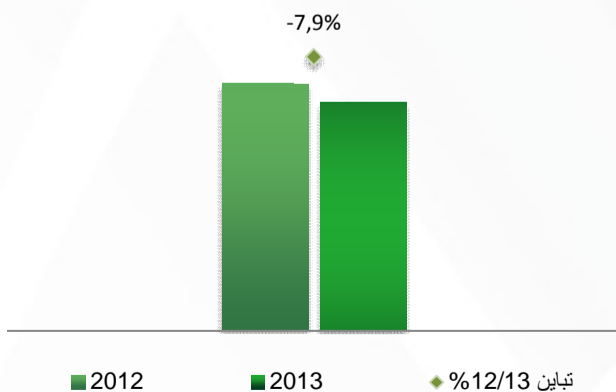
وموازاة مع ذلك، تفيد معطيات مهنيي الإيواء السياحي أن المبيلات المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة ارتفعت +16% خلال شهر دجنبر 2013 مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح غير القيمين +22% والسياح المقيمون +4%).

وعلى المستوى الجغرافي، شمل ارتفاع المبيلات معظم الجهات السياحية الرئيسية للمملكة: +26% أكادير، +14% والدار البيضاء، +25% والدار البيضاء، +14%، و+11% طنجة.

وفيما يتعلق بارتداد الغرف، تحسنت نسبة الملء بخمسة نقط 2012 حيث سجلت 39% هذا الشهر.

## تطور الإيرادات السياحية: -9 7 شهر 2013\*

تطور الإيرادات السياحية

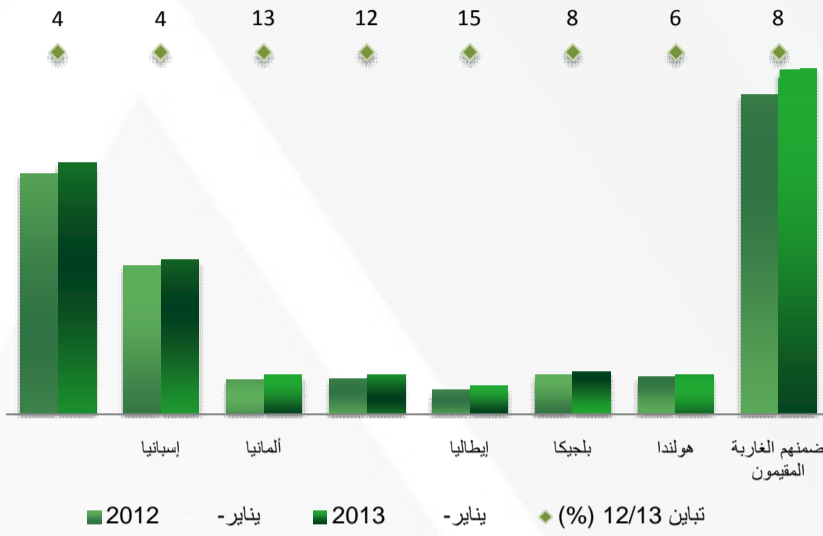


خلال شهر دجنبر 2013، بلغ عدد الإيرادات السياحية 4.1 مليار درهم مسجلا بذلك انخفاضا نسبته -9 7% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية.



## إحصاءات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2013

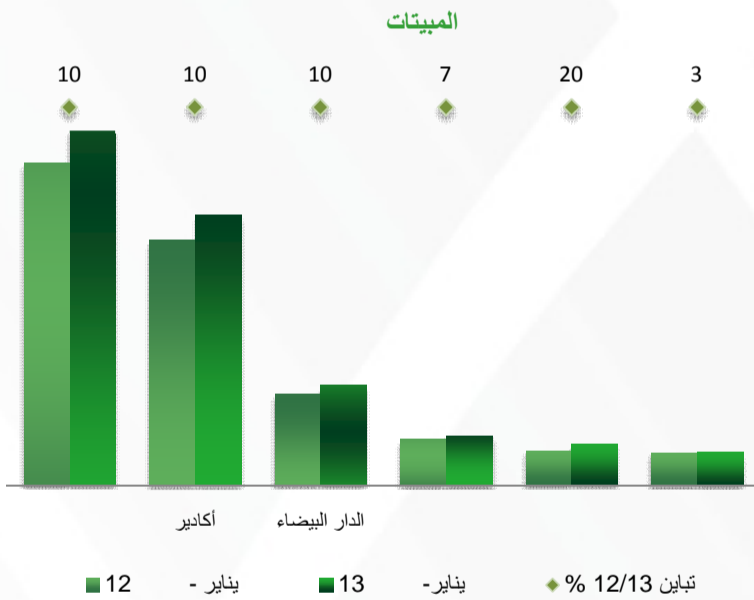
## تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود: +7% خلال فترة يناير- 2013



2013 بنتيجة إيجابية حيث تجاوز عدد الوافدات السياحية بمراكز الحدود 10 مليون سائح، أي ارتفاع نسبته +7% مقارنة مع السنة الماضية (السياح +6%، والمغاربة المقيمون بالخارج +8%).

سجلت السوقان الرئيسيتان فرنسا وإسبانيا ارتفاعا نسبته +4% لكل واحدة منهما، أما باقي الأسواق فقد كان أدائها جد إيجابي حيث وصل عدد الوافدين من ألمانيا والمملكة المتحدة وإيطاليا إلى +13% +12% +15%.

## تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +9% خلال فترة يناير- 2013



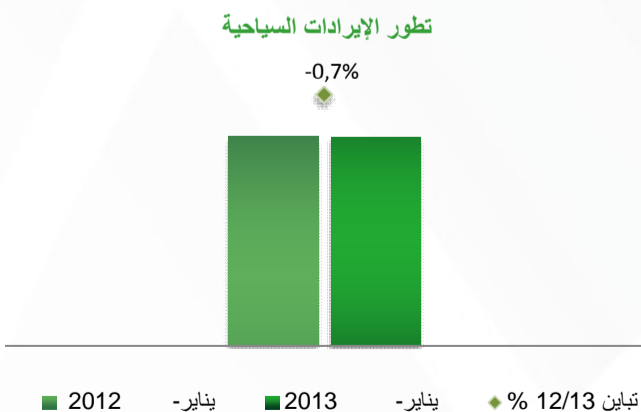
منذ بداية سنة 2013، ارتفع العدد الإجمالي للمبيتات المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة ب +9% 2012 (السياح غير المقيمين +11%، والمقيمون +5%).

وخلال هذه السنة سجل القطبان السياحيان مراكش وأكادير ارتفاعا نسبته +10% لكل واحدة منهما ممثلتان بذلك 65% مجموع المبيتات الإضافية. وسجلت أيضا باقي المدن نتائج ايجابية: الدار البيضاء +10%، +7%، +20%.

ذلك ارتفعت نسبة ملء الغرف خلال فترة يناير- 2012، حيث استقرت

2013  
43% بنهاية 2013.

## تطور الإيرادات السياحية: انخفاض طفيف -0,7% خلال فترة يناير- 2013\*



بنهاية سنة 2013 سجل مؤشر الإيرادات السياحية 57 5 مليار درهم مقابل 57 8 مليار 2012.

∴  
\*



## إحصاءات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2013

## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : +12% خلال شهر دجنبر 2013

%			السياح الوافدين ( )					
13 -	12 -	10 -	تباين 13/10 (%)	تباين 13/12 (%)	13 -	12 -	10 -	
32	33	35	2	9	254	233	249	
21	22	21	11	5	166	157	149	إسبانيا
6	5	5	20	22	44	36	37	ألمانيا
5	5	5	26	17	42	36	33	
5	4	5	-1	21	37	30	37	إيطاليا
5	5	5	20	13	43	38	36	بلجيكا
5	5	5	14	11	40	36	35	هولندا
2	2	2	7	9	17	16	16	الولايات الأمريكية
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>790</b>	<b>707</b>	<b>703</b>	
58	56	56	17	15	457	398	392	ضمنهم السياح غير المقيمين
42	44	44	7	8	334	309	311	ضمنهم المقيمون

## تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود: +7% خلال فترة يناير- 2013

%			السياح الوافدين ( )					
يناير- 2013	يناير- 2012	يناير- 2010	تباين 13/10 (%)	تباين 13/12 (%)	يناير- 2013	يناير- 2012	يناير- 2010	
34	35	36	2	4	3 435	3 297	3 374	
21	22	22	4	4	2 115	2 038	2 037	إسبانيا
5	5	5	14	13	547	485	482	ألمانيا
5	5	5	20	12	549	492	458	
4	4	4	3	15	394	343	381	إيطاليا
6	6	6	14	8	589	548	515	بلجيكا
6	6	5	15	6	554	522	483	هولندا
2	2	2	15	13	220	195	191	الولايات الأمريكية
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>10 046</b>	<b>9 375</b>	<b>9 288</b>	
53	53	53	8	6	5 323	5 012	4 910	ضمنهم السياح غير المقيمين
47	47	47	8	8	4 723	4 363	4 378	ضمنهم المقيمون



## إحصاءات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2013

## المبيات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +16% شهر دجنبر 2013

المبيات			الإيواء السياحي		المبيات			غير المقيمين
13 -			13/10		13 -			
13 -	12 -	10 -	تباين 13/10 (%)	تباين 13/12 (%)	13 -	12 -	10 -	
73	69	73	17	22	1 022 330	838 233	875 802	غير المقيمين
21	24	27	-9	3	296 860	287 358	326 787	
8	7	7	30	20	107 165	88 945	82 476	
7	6	4	105	27	98 674	77 714	48 175	العربية
5	5	6	12	28	77 206	60 087	68 994	ألمانيا
5	4	5	0	30	63 620	49 085	63 321	إسبانيا
3	3	3	30	15	44 564	38 679	34 276	بلجيكا
3	3	5	-32	16	36 500	31 573	53 848	إيطاليا
2	2	2	25	20	27 740	23 035	22 123	الولايات الأمريكية
2	1	2	30	136	26 861	11 361	20 714	اسكندنافيا
27	31	27	20	4	384 163	371 044	319 913	المقيمون
100	100	100	18	16	1 406 493	1 209 277	1 195 715	

## تطور عدد المبيات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +9% خلال فترة يناير- 2013

المبيات			الإيواء السياحي		المبيات			غير المقيمين
13 -			13/10		13 -			
يناير- 2013	يناير- 2012	يناير- 2010	تباين 13/10 (%)	تباين 13/12 (%)	يناير- 2013	يناير- 2012	يناير- 2010	
73	72	77	0	11	13 930 833	12 547 875	13 954 610	غير المقيمين
26	28	32	-13	2	5 051 959	4 931 278	5 814 996	
8	8	7	13	12	1 518 319	1 360 549	1 345 551	
6	5	4	71	19	1 092 162	921 100	637 958	العربية
5	5	5	5	9	991 475	909 016	946 323	ألمانيا
4	4	5	-24	4	714 266	684 383	945 460	إسبانيا
3	3	3	12	12	659 131	590 649	589 418	بلجيكا
2	2	4	-39	9	401 112	368 571	657 142	إيطاليا
2	2	2	-2	9	333 399	306 427	340 763	هولندا
2	2	2	10	17	314 717	269 658	286 115	الولايات الأمريكية
27	28	23	27	5	5 182 932	4 936 255	4 065 455	المقيمون
100	100	100	6	9	19 113 765	17 484 130	18 020 065	



## إحصاءات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2013

## بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 39% خلال شهر دجنبر 2013

المبيئات			الإيواء السياحي		المبيئات			المبيئات
13 -	12 -	10 -	تباين 13/10 (%)	تباين 13/12 (%)	13 -	12 -	10 -	
50	40	44	14	26	516 583	410 764	451 291	
51	44	43	25	14	339 374	298 294	270 865	أكادير
51	48	48	27	14	155 330	136 330	122 157	البيضاء
33	27	33	7	25	63 911	51 317	59 702	
37	38	48	-1	3	59 897	58 416	60 766	
55	51	50	10	11	53 262	47 796	48 472	
20	15	15	13	34	30 160	22 483	26 607	
28	23	24	35	22	29 081	23 859	21 516	الصويرة -
32	37	31	20	-9	21 998	24 249	18 359	الجديدة -
25	27	29	-14	-1	16 448	16 579	19 197	
16	16	18	14	8	12 611	11 675	11 048	
16	13	19	44	12	11 859	10 630	8 247	- السعيدية
<b>39</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>1 406 493</b>	<b>1 209 277</b>	<b>1 195 715</b>	<b>Total</b>

## بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 43% يناير- 2013

المبيئات			الإيواء السياحي		المبيئات			المبيئات
يناير- 2013	يناير- 2012	يناير- 2010	تباين 13/10 (%)	تباين 13/12 (%)	يناير- 2013	يناير- 2012	يناير- 2010	
52	46	50	2	10	6 513 577	5 917 921	6 357 891	
59	53	58	3	10	4 956 193	4 498 628	4 806 694	أكادير
53	52	53	15	10	1 841 688	1 674 782	1 600 871	البيضاء
48	46	53	12	7	920 410	862 564	818 379	
34	29	38	-6	20	770 750	644 323	820 725	
55	53	55	-2	3	621 353	602 360	635 233	
37	31	33	52	18	472 035	399 166	309 608	الصويرة -
28	32	33	30	-1	464 199	471 044	356 108	- السعيدية
43	42	37	39	17	371 196	317 974	267 252	الجديدة -
21	18	22	-15	6	358 864	337 549	420 577	
28	29	30	8	-6	318 031	340 038	293 434	
27	26	31	-13	8	216 509	200 505	249 020	
<b>43</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>19 113 765</b>	<b>17 484 130</b>	<b>18 020 065</b>	



# إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

23, rue Mohammed Abdou, Palmier, Casablanca - Maroc - Tél. : +212 5 22 42 74 82 - Fax : +212 5 22 90 76 08  
Email : [contact@observatoiredu tourisme.ma](mailto:contact@observatoiredu tourisme.ma) - Site : [www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

# إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

مصدر المعلومات

- 1- الواردات السياحية: المديرية العامة للأمن الوطني
- 2- المبيتات السياحية بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: مهنيي السياحة
- 3- الإيرادات السياحية: مكتب الصرف

[www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)

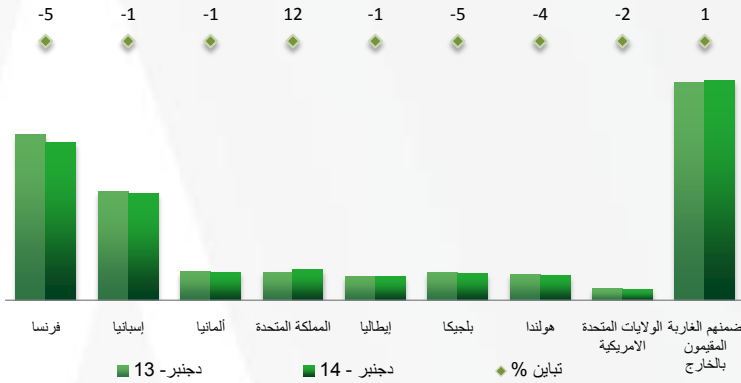




## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

### تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -3,9% خلال شهر دجنبر 2014

#### تطور الوافدات بمراكز الحدود حسب بلد الإقامة

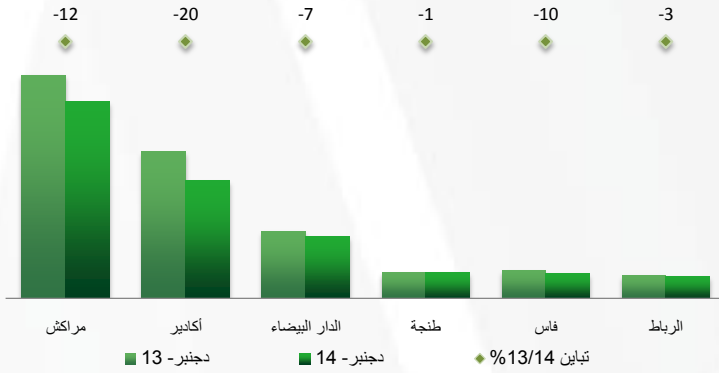


حسب المعطيات الواردة عن المديرية العامة للأمن الوطني سجل عدد الوافدات السياحية بمراكز الحدود خلال شهر دجنبر 2014 تراجعاً نسبته -3,9% مقارنة مع نفس الشهر من سنة 2013 (السياح الأجانب -2,7% والمغاربة المقيمين بالخارج +0,5%).

ترجع هذه النتيجة إلى تراجع أداء الأسواق الرئيسية خصوصاً فرنسا (-5%)، وبلجيكا (-5%)، وهولندا (-4%)، باستثناء المملكة المتحدة التي سجلت ارتفاعاً يصل إلى +12%.

### تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1,1% خلال شهر دجنبر 2014

#### تطور المبيتات حسب المدن



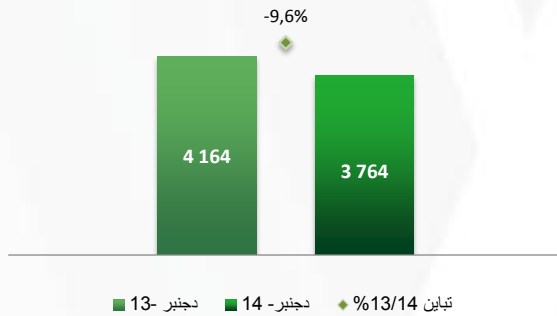
وموازاة بذلك، حسب معطيات مهنيي الإيواء السياحي، تراجع عدد ليلي المبيت المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة خلال شهر دجنبر ب -1,1% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح غير المقيمين -5,13% والمقيمين -4,7%).

وحسب الجهات سجلت مبيتات مدينة أكادير أكبر نسبة تراجع حيث بلغت -20% تليها مراكش وفاس ب -12% و -10% على التوالي، كما تراجع أداء كل من الدار البيضاء والرباط ب -7% و -3%.

و عرف مؤشر ارتياد الغرف بدوره تراجعاً في نسبته (-4 نقط) مقارنة مع دجنبر 2013 حيث سجل 35% خلال هذا الشهر.

### \*تطور الإيرادات السياحية : -9,6% خلال شهر دجنبر 2014

#### تطور الإيرادات السياحية

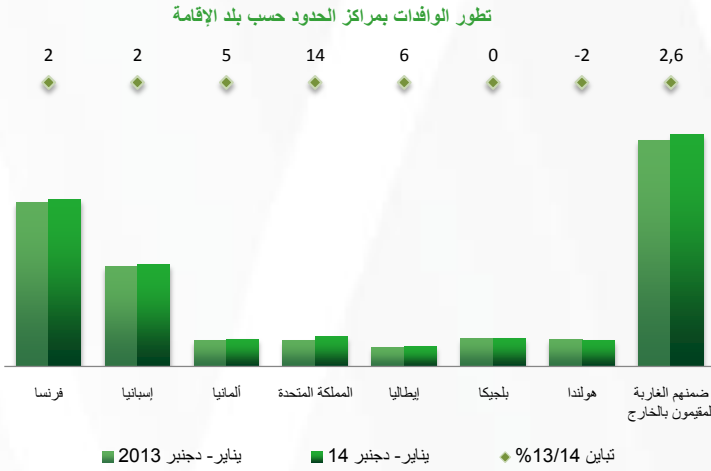


خلال شهر دجنبر 2014 سجل مؤشر الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة 3,76 مليار درهم أي انخفاض نسبته -9,6% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية.

المصدر : مكتب الصرف  
\*ارقام مؤقتة

## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

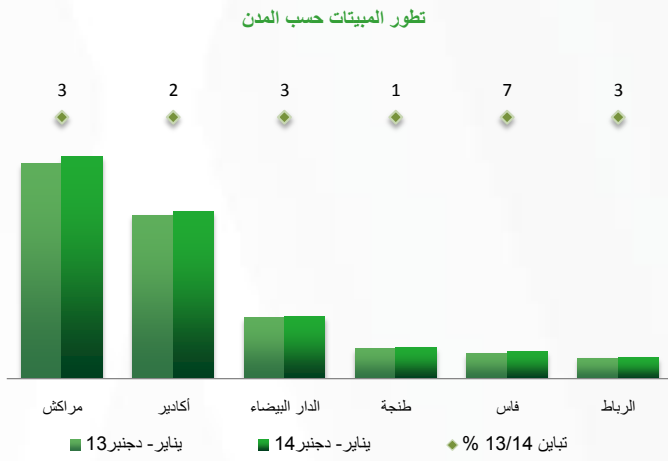
### تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : +2,4% خلال فترة يناير- دجنبر 2014



خلال سنة 2014 بلغ عدد الوافدين السياحيين بمراكز الحدود 10,28 مليون سائح أي ارتفاع نسبيته +2,4% مقارنة سنة 2013 ( السياح الأجانب +2,1% والمغاربة المقيمين بالخارج +2,6%).

سجلت المملكة المتحدة أكبر نسبة ارتفاع (+14%) تليها إيطاليا وألمانيا وفرنسا وإسبانيا ب +6% و +5% و +2% و +2% على التوالي بينما تراجع السوق الهولندية ب -2%.

### تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +2,7% خلال فترة يناير- دجنبر 2014

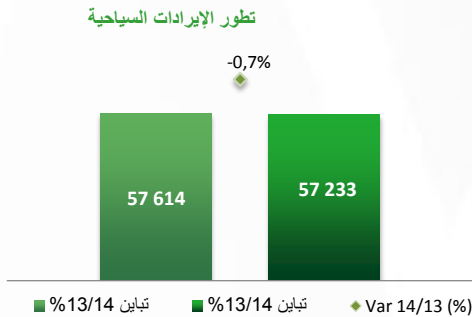


بنهاية سنة 2014 ارتفعت المبيتات الإجمالية المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة ب +2,7% مقارنة السنة الفارطة (+8,2% بالنسبة للسياح غير المقيمين و +4,2% بالنسبة للمقيمين).

سجل القطبان السياحيان مراكش وأكادير ارتفاعا نسبته +3% و +2% على التوالي ويمثلان بذلك 60% من مجموع المبيتات خلال سنة 2014. أما بالنسبة لباقي المدن فقد سجلن نتائج لا بأس بها : فاس +7%، والدار البيضاء +3%، والرباط +3%، وطنجة +1%.

وسجل مؤشر معدل نسبة الملء ارتفاعا طفيفا +1 نقطة مقارنة مع سنة 2013 حيث استقر في 44%.

### تطور الإيرادات السياحية : -0,7% خلال فترة يناير- دجنبر 2014\*



خلال سنة 2014 بلغت إيرادات النشاط السياحي بالمغرب للسياح غير المقيمين 57,2 مليار درهم مقابل 57,6 مليار درهم سنة 2013، أي تراجع طفيف نسبته -0,7%.

المصدر : مكتب الصرف  
\*أرقام مؤقتة

OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -9,3% خلال شهر دجنبر 2014

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
دجنبر - 14	دجنبر - 13	دجنبر - 01	تباين 14/10 (%)	تباين 14/13 (%)	دجنبر - 14	دجنبر - 13	دجنبر - 01	
32	32	35	-3	-5	240 745	253 809	249 057	فرنسا
22	21	21	10	-1	163 550	165 641	148 570	إسبانيا
6	6	5	18	-1	43 155	43 634	36 510	ألمانيا
6	5	5	41	12	46 953	41 983	33 218	المملكة المتحدة
5	5	5	-3	-1	35 986	36 510	37 051	إيطاليا
5	5	5	14	-5	40 706	42 785	35 713	بلجيكا
5	5	5	9	-4	38 254	39 996	35 213	هولندا
2	2	2	5	-2	16 977	17 383	16 243	الولايات المتحدة الأمريكية
18	19	16	19	-10	133 126	148 671	111 536	الأخرون
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>-3,9</b>	<b>759 452</b>	<b>790 414</b>	<b>703 111</b>	<b>المجموع</b>
44	42	44	8	0,5	335 365	333 549	311 463	ضمنهم الغاربة المقيمون بالخارج
56	58	56	8	-7,2	424 087	456 865	391 648	ضمنهم السياح الاجانب غير المقيمين

تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : +2,4% خلال فترة يناير- دجنبر 2014

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2013	يناير- دجنبر 2010	تباين 14/10 (%)	تباين 14/13 (%)	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2013	يناير- دجنبر 2010	
34	34	36	4	2	3 494 112	3 435 082	3 374 155	فرنسا
21	21	22	5	2	2 134 061	2 096 451	2 036 887	إسبانيا
6	5	5	19	5	572 604	547 302	481 791	ألمانيا
6	5	5	37	14	625 852	548 851	458 027	المملكة المتحدة
4	4	4	10	6	417 599	394 170	380 966	إيطاليا
6	6	6	15	0	592 193	589 261	514 959	بلجيكا
5	6	5	13	-2	543 586	554 373	482 898	هولندا
2	2	2	19	4	228 616	219 831	191 334	الولايات المتحدة الأمريكية
16	17	15	22	1	1 674 320	1 660 945	1 367 321	الأخرون
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>2,4</b>	<b>10 282 944</b>	<b>10 046 264</b>	<b>9 288 338</b>	<b>المجموع</b>
47	47	47	11	2,6	4 845 491	4 722 931	4 377 903	ضمنهم الغاربة المقيمون بالخارج
53	53	53	11	2,1	5 437 453	5 323 333	4 910 435	ضمنهم السياح الاجانب غير المقيمين



## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

تطور عدد الوافدين من السياح عن طريق الجو: -9,5% خلال شهر دجنبر 2014

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقط العبور
دجنبر - 14	دجنبر - 13	دجنبر - 01	تباين 14/10 (%)	تباين 14/13 (%)	دجنبر - 14	دجنبر - 13	دجنبر - 01	
<b>83</b>	<b>82</b>	<b>85</b>	6	-5,9	<b>353 526</b>	<b>375 650</b>	<b>332 116</b>	<b>مجموع الوافدين عبر الجو</b>
34	32	32	16	-1	146 074	147 490	125 743	مطار مراكش المنارة
28	31	32	-4	-15	118 585	140 085	124 158	مطار محمد الخامس
10	9	10	7	2	43 239	42 489	40 414	مطار أكادير المسيرة
4	4	5	-6	-6	16 586	17 730	17 725	مطار طنجة ابن بطوطة
3	2	2	65	22	13 590	11 136	8 231	مطار الرباط- سلا
2	2	3	-5	6	10 017	9 479	10 550	مطار فاس- سايس
<b>8</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>-13</b>	<b>34 481</b>	<b>39 424</b>	<b>29 584</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البحر</b>
4	3	4	6	-3	14 851	15 267	13 990	ميناء طنجة
4	4	-	-	-17	16 052	19 395	-	ميناء طنجة ميد
<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>-14</b>	<b>36 080</b>	<b>41 791</b>	<b>29 948</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البر</b>
7	7	6	27	-15	28 882	33 842	22 657	باب سبتة
1	1	1	-6	-7	4 854	5 205	5 145	بني أنزار
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>-7,2</b>	<b>424 087</b>	<b>456 865</b>	<b>391 648</b>	<b>المجموع</b>

تطور عدد الوافدين من السياح عن طريق الجو: +3,4% خلال فترة يناير- دجنبر 2014

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقط العبور
يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2013	يناير- دجنبر 2010	تباين 14/10 (%)	تباين 14/13 (%)	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2013	يناير- دجنبر 2010	
<b>84</b>	<b>83</b>	<b>83</b>	12	3,4	<b>4 580 416</b>	<b>4 431 355</b>	<b>4 091 258</b>	<b>مجموع الوافدين عبر الجو</b>
33	31	30	22	12	1 821 092	1 630 656	1 488 330	مطار مراكش المنارة
29	30	29	9	-2	1 572 357	1 611 504	1 439 710	مطار محمد الخامس
10	10	12	-5	1	555 710	547 630	583 900	مطار أكادير المسيرة
5	5	5	11	-8	252 237	273 213	227 365	مطار طنجة ابن بطوطة
3	2	2	53	30	164 193	126 483	107 281	مطار الرباط- سلا
2	2	2	-9	7	109 990	102 646	120 330	مطار فاس- سايس
<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>419 501</b>	<b>413 873</b>	<b>394 438</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البحر</b>
4	4	6	-25	1	210 436	208 851	280 306	ميناء طنجة
3	3	-	-	1	172 355	171 367	-	ميناء طنجة ميد
<b>8</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>-8</b>	<b>437 536</b>	<b>478 105</b>	<b>424 739</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البر</b>
6	7	7	3	-12	339 601	385 231	329 709	باب سبتة
1	1	1	-10	2	60 484	59 402	67 482	بني أنزار
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>2,1</b>	<b>5 437 453</b>	<b>5 323 333</b>	<b>4 910 435</b>	<b>المجموع</b>



## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

## تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -11,1% خلال شهر دجنبر 2014

الحصة (%)			عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					الأسواق
دجنبر - 14	دجنبر - 13	دجنبر - 01	تباين 14/10 (%)	تباين 14/13 (%)	دجنبر - 14	دجنبر - 13	دجنبر - 01	
71	73	73	1	-13,5	884 101	1 022 330	875 802	غير المقيمين
19	21	27	-29	-22	231 951	296 860	326 787	فرنسا
9	8	7	35	4	111 316	107 165	82 476	المملكة- المتحدة
7	5	6	31	17	90 677	77 206	68 994	ألمانيا
6	7	4	59	-23	76 409	98 674	48 175	الدول العربية
5	5	5	-2	-3	61 863	63 620	63 321	إسبانيا
3	3	3	-1	-24	34 027	44 564	34 276	بلجيكا
2	3	5	-43	-16	30 530	36 500	53 848	إيطاليا
2	2	2	20	-5	26 490	27 740	22 123	الولايات المتحدة الأمريكية
1	2	2	-11	-31	18 536	26 861	20 714	اسكتلندا
29	27	27	14	-4,7	366 138	384 163	319 913	المقيمين
100	100	100	5	-11,1	1 250 239	1 406 493	1 195 715	المجموع

## تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +2,7% خلال فترة يناير- دجنبر 2014

الحصة (%)			عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					الأسواق
يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2013	يناير- دجنبر 2010	تباين 10/14 %	تباين 13/14 %	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2013	يناير- دجنبر 2010	
73	73	77	3	2,8	14 326 312	13 931 125	13 956 247	غير المقيمين
24	26	32	-18	-6	4 749 129	5 052 091	5 814 917	فرنسا
9	8	7	28	13	1 719 944	1 518 319	1 345 606	المملكة- المتحدة
6	5	5	26	20	1 190 061	991 489	946 426	ألمانيا
5	6	4	52	-11	969 995	1 092 162	638 344	الدول العربية
4	4	5	-20	6	757 782	714 286	945 526	إسبانيا
3	3	3	9	-3	639 845	659 138	589 404	بلجيكا
2	2	4	-34	7	430 607	401 112	657 109	إيطاليا
2	2	2	31	19	373 718	314 717	286 216	الولايات المتحدة الأمريكية
2	1	1	78	42	349 377	246 422	195 775	اسكتلندا
27	27	23	31	2,4	5 307 163	5 183 004	4 065 732	المقيمين
100	100	100	9	2,7	19 633 475	19 114 129	18 021 979	المجموع



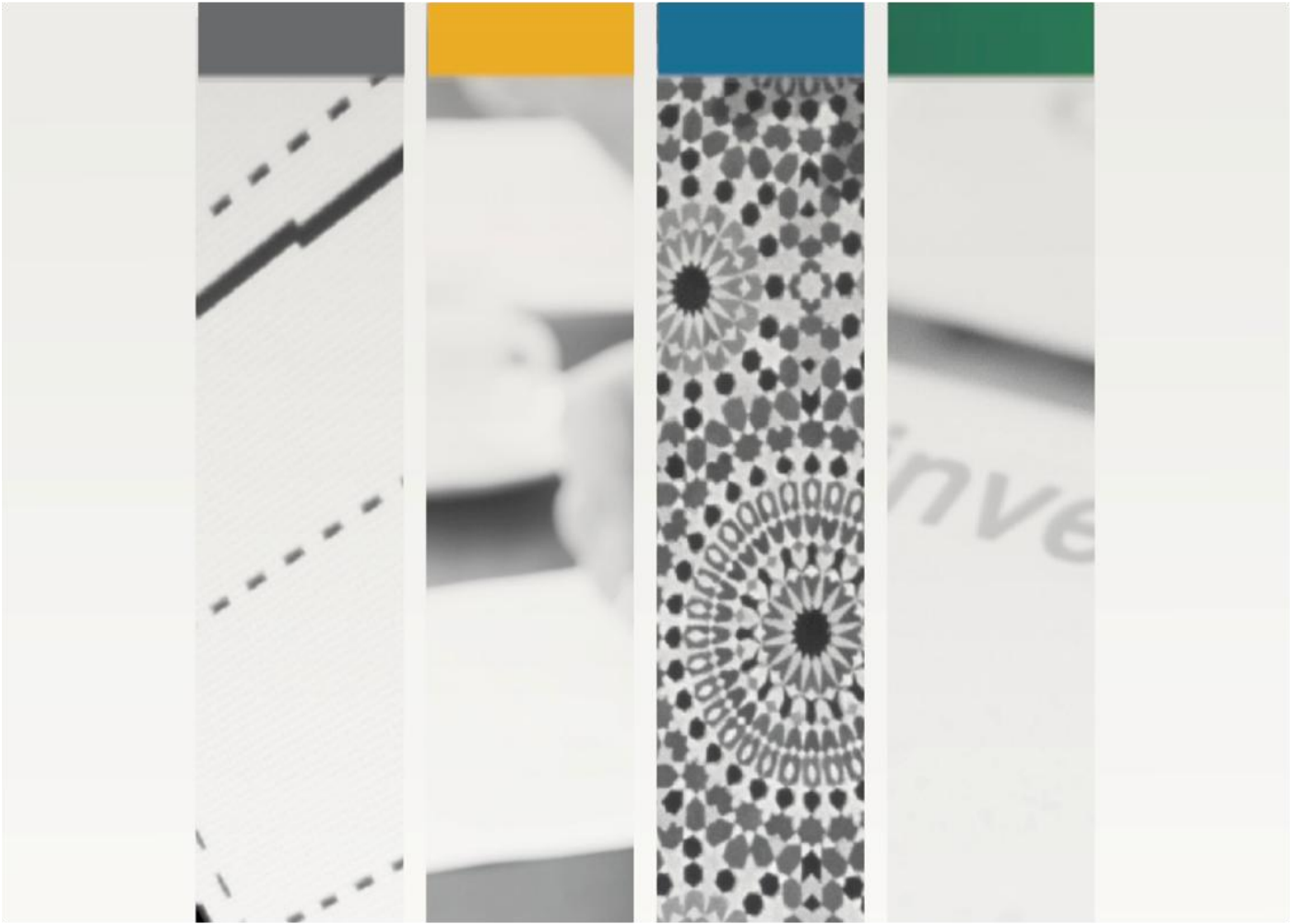
## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2014

## نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 35% خلال شهر دجنبر 2014

معدل مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد الميقتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة			المدن	
دجنبر- 14	دجنبر- 13	دجنبر- 10	دجنبر- 14	دجنبر- 13	دجنبر- 10	تباين 14/13 (%)	دجنبر- 14	دجنبر- 13		دجنبر- 10
3,6	4,1	3,5	45	50	44	-11,9	455 012	516 583	451 291	مراكش
5,2	6,4	5,1	39	51	43	-20	271 906	339 374	270 865	أكادير
2,5	2,7	2,1	49	51	48	-7	143 810	155 330	122 157	الدار البيضاء
2,0	2,1	2,1	32	37	48	-1	59 107	59 897	60 766	طنجة
2,0	2,2	2,1	26	33	33	-10	57 836	63 911	59 702	فاس
2,3	2,3	2,1	53	55	50	-3	51 791	53 262	48 472	الرباط
2,7	3,0	2,2	25	28	24	-10	26 072	29 081	21 516	الصويرة- مוגادور
1,3	1,8	1,5	19	20	15	-23	23 142	30 160	26 607	ورزازات
2,5	2,7	2,2	28	32	31	-6	20 621	21 998	18 359	الجديدة- مزغان
1,4	1,4	1,6	25	25	29	5	17 264	16 448	19 197	مكتاس
1,8	1,7	1,5	16	16	18	5	13 188	12 611	11 048	تطوان
2,5	2,6	1,8	21	16	19	-4	11 424	11 859	8 247	وجدة- السعيدية
-	-	-	35	39	36	-11,1	1 250 239	1 406 493	1 195 715	المجموع

## نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 44% خلال فترة يناير- دجنبر 2014

معدل مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد الميقتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة			المدن	
يناير- دجنبر 14	يناير- دجنبر 13	يناير- دجنبر 10	يناير- دجنبر 14	يناير- دجنبر 13	يناير- دجنبر 10	تباين 14/13 (%)	يناير- دجنبر 14	يناير- دجنبر 13		يناير- دجنبر 10
3,8	3,7	3,6	54	52	50	3	6 727 532	6 513 577	6 357 617	مراكش
6,5	6,3	6,1	58	59	58	2	5 055 424	4 956 193	4 806 506	أكادير
2,5	2,5	2,1	53	53	53	3	1 892 975	1 841 688	1 601 052	الدار البيضاء
2,3	2,3	2,0	43	48	53	1	932 777	920 410	818 436	طنجة
2,1	2,0	2,1	35	34	38	7	823 120	770 750	820 882	فاس
2,1	2,0	2,1	55	55	55	3	639 441	621 353	635 436	الرباط
3,7	3,6	2,3	37	37	33	3	484 595	472 035	309 226	الصويرة- موغادور
1,6	1,3	1,6	27	21	22	19	427 172	358 865	420 688	ورزازات
3,6	3,5	2,5	45	43	37	4	386 183	371 196	267 336	الجديدة- مزغان
3,0	4,0	3,1	30	28	33	-25	350 011	464 199	356 154	وجدة- السعيدية
2,8	2,8	2,6	28	28	30	1	321 075	318 031	293 514	تطوان
1,5	1,5	1,7	27	27	31	1,2	219 076	216 530	249 134	مكتاس
-	-	-	44	43	43	2,7	19 633 475	19 114 129	18 021 979	المجموع



# إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

23, rue Mohammed Abdou, Palmier, Casablanca - Maroc - Tél. : +212 5 22 42 74 82 - Fax : +212 5 22 90 76 08  
Email : [contact@observatoiredu tourisme.ma](mailto:contact@observatoiredu tourisme.ma) - Site : [www.observatoiretourisme.ma](http://www.observatoiretourisme.ma)



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

# إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015

مصدر المعلومات

- 1- الواردات السياحية: المديرية العامة للأمن الوطني
- 2- المبيعات السياحية بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: مهنيي السياحة
- 3- الإيرادات السياحية: مكتب الصرف

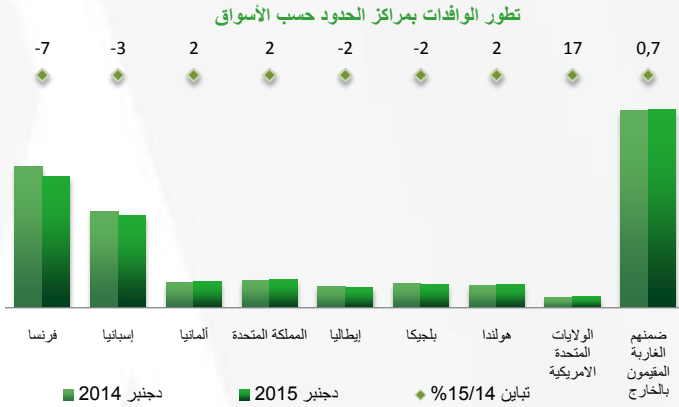
[www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)





## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015

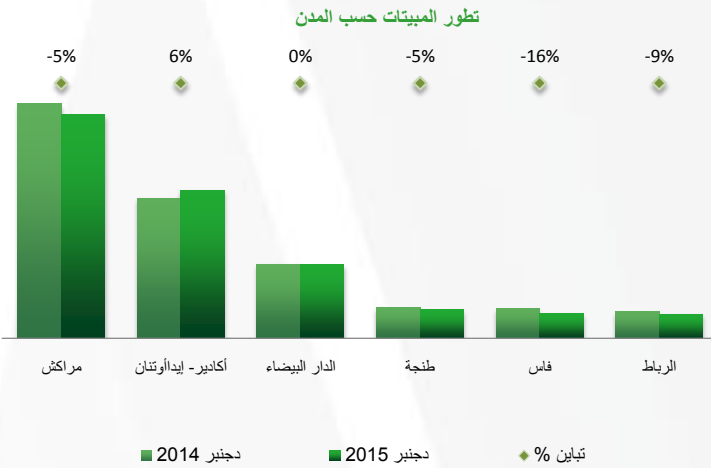
### تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -2,5% خلال شهر دجنبر 2015



حسب المعطيات الواردة عن المديرية العامة للأمن الوطني سجل عدد الوافدين السياحيين بمراكز الحدود خلال شهر دجنبر 2015 تراجعاً نسبته -2,5% مقارنة مع نفس الشهر من سنة 2014 (السياح الأجانب -5,1% والمغاربة المقيمين بالخارج +0,7%).

سجل السياح الوافدين من الولايات المتحدة الأمريكية ارتفاعاً نسبته (+17%) بينما تراجع أداء فرنسا وإسبانيا وبلجيكا بـ -7%، و-3%، و-2% على التوالي.

### تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1,6% خلال شهر دجنبر 2015

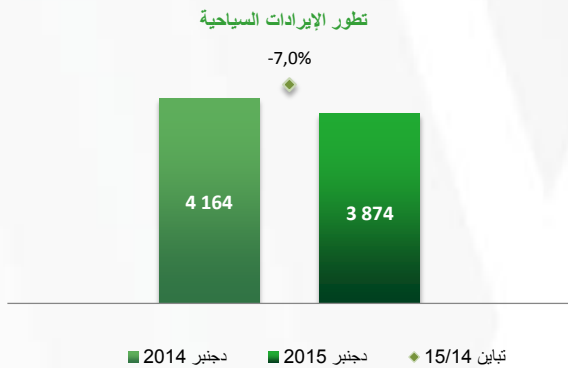


وموازة بذلك، حسب معطيات مهنيي الإيواء السياحي، تراجع عدد ليالي المبيت المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة خلال شهر دجنبر 2015 بـ -1,6% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح غير المقيمين -9,6% والمقيمين +17,7%).

وحسب الوجيهات سجلت مدينة فاس أكبر نسبة تراجع (-16%) تليها الرباط (-9%) ثم طنجة ومراكش (-5% لكل واحدة منهما)، بينما ارتفعت مبيتات أكادير بـ +6%.

وعرف مؤشر ارتياد الغرف بدوره تراجعاً في نسبته : -2 نقطة مقارنة مع دجنبر 2015 حيث سجل 33% خلال هذا الشهر.

### \*تطور الإيرادات السياحية : -7% خلال شهر دجنبر 2015



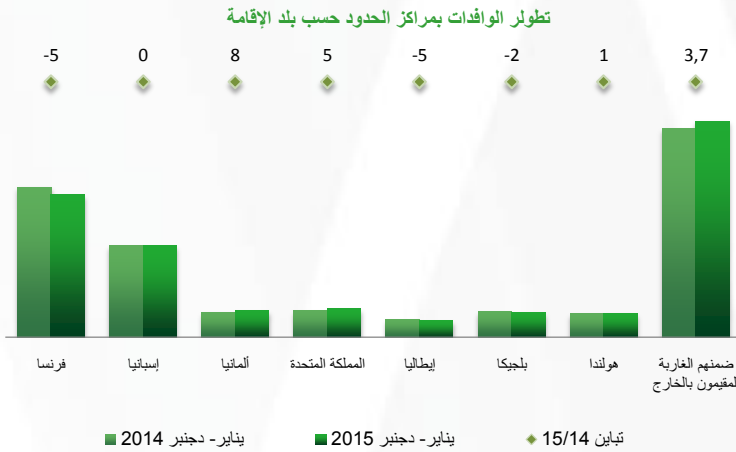
خلال شهر دجنبر 2015، سجل مؤشر إيرادات السفر بالعملة الصعبة 3,87 مليار درهم أي انخفاض نسبته -7% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية.

المصدر : مكتب الصرف  
\*ارقام مؤقتة



## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015

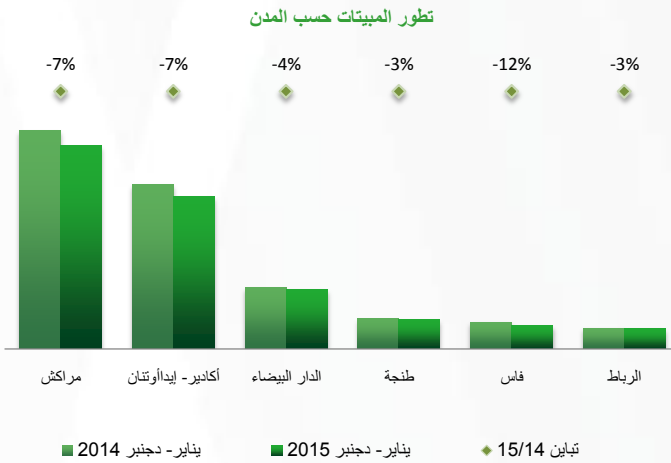
## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -1% خلال سنة 2015



بنهاية سنة 2015، بلغ عدد الوافدين السياحيين بمراكز الحدود 10,18 مليون سائح أي تراجع طفيف نسبيته -1% مقارنة مع سنة 2014 ( السياح الأجانب -5,3% والمغاربة المقيمين بالخارج +3,7% ).

أرتفع عدد السياح الوافدين من ألمانيا ب +8% والمملكة المتحدة ب +5% ، بينما تراجع توافد سياح فرنسا وبلجيكا ب-5% و-2% على التوالي.

## تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -6,3% خلال سنة 2015

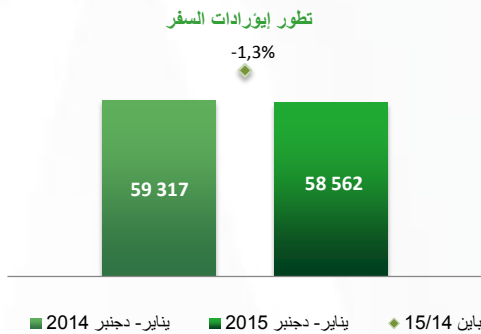


وخلال سنة 2015 انخفض العدد الإجمالي للمبيتات المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة ب-6,3% مقارنة مع نفس الفترة من سنة 2014 (السياح غير المقيمين -12,6%، والمقيمين +11%).

تراجع أداء القطبين السياحيين مراكش وأكادير ب-7% لكل واحد منهما، وتعادل هذه النسبة 67% من المبيتات الضائعة على الصعيد الوطني خلال هذه السنة ، كما سجلت باقي الوجهات نتائج سلبية خصوصا فاس (-12%)، والدار البيضاء (-4%) والرباط (-3%) .

وانخفضت بدورها نسبة ملاءم الغرف بنهاية سنة 2015 بأربع نقط مقارنة مع سنة 2014، حيث سجلت 40%.

## تطور الإيرادات السياحية : -1,3% خلال فترة يناير- دجنبر 2015\*



بنهاية سنة 2015 بلغ عدد الإيرادات المحصلة من الحركة السياحية للسياح غير المقيمين 58.6 مليار درهم مقابل 59,3 مليار درهم خلال سنة 2014 ، أي انخفاض طفيف نسبيته -1,3%.

المصدر: مكتب الصرف  
أرقام مؤقتة \*



## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015

## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -2,5% خلال شهر دجنبر 2015

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
دجنبر-15	دجنبر-14	دجنبر-10	تباين 15/10 (%)	تباين 15/14 (%)	دجنبر-15	دجنبر-14	دجنبر-10	
30	32	35	-10	-7	223 381	240 745	249 057	فرنسا
21	22	21	6	-3	157 988	163 550	148 570	إسبانيا
6	6	5	21	2	44 130	43 155	36 510	ألمانيا
6	6	5	45	2	48 105	46 953	33 218	المملكة المتحدة
5	5	5	-5	-2	35 290	35 986	37 051	إيطاليا
5	5	5	12	-2	39 890	40 706	35 713	بلجيكا
5	5	5	11	2	39 016	38 254	35 213	هولندا
3	2	2	22	17	19 894	16 977	16 243	الولايات المتحدة الأمريكية
18	18	16	19	-0,5	132 464	133 126	111 536	الأخرون
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>-2,5</b>	<b>740 158</b>	<b>759 452</b>	<b>703 111</b>	<b>المجموع</b>
46	44	44	8	0,7	337 548	335 365	311 463	ضمنهم الغاربة المقيمون بالخارج
54	56	56	3	-5,1	402 610	424 087	391648	السياح الأجانب

## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -1% خلال سنة 2015

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
يناير- دجنبر 2015	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2010	تباين 15/10 (%)	تباين 15/14 (%)	يناير- دجنبر 2015	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2010	
33	34	36	-2	-5	3 322 338	3 494 112	3 374 155	فرنسا
21	21	22	5	0	2 130 942	2 134 061	2 036 887	إسبانيا
6	6	5	28	8	615 573	572 604	481 791	ألمانيا
6	6	5	44	5	659 310	625 852	458 027	المملكة المتحدة
4	4	4	4	-5	397 406	417 599	380 966	إيطاليا
6	6	6	13	-2	580 740	592 193	514 959	بلجيكا
5	5	5	14	1	548 838	543 586	482 898	هولندا
2	2	2	28	7	245 091	228 616	191 334	الولايات المتحدة الأمريكية
16	16	15	23	0,1	1 676 523	1 674 320	1 367 321	الأخرون
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>-1,0</b>	<b>10 176 762</b>	<b>10 282 944</b>	<b>9 288 338</b>	<b>المجموع</b>
49	47	47	15	3,7	5 025 058	4 845 491	4 377 903	ضمنهم الغاربة المقيمون بالخارج
51	53	53	5	-5,3	5 151 704	5 437 453	4 910 435	السياح الأجانب



## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015

تطور عدد الوافدين من السياح عن طريق الجو: -1,9% خلال شهر دجنبر 2015

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقط العبور
دجنبر-15	دجنبر-14	دجنبر-10	تباين 15/10 (%)	تباين 15/14 (%)	دجنبر-15	دجنبر-14	دجنبر-10	
<b>80</b>	<b>83</b>	<b>85</b>	<b>-3</b>	<b>-9,1</b>	<b>321 413</b>	<b>353 526</b>	<b>332 116</b>	<b>مجموع الوافدين عبر الجو</b>
30	34	32	-4	-18	120 316	146 074	125 743	مطار مراكش- المنارة
30	28	32	-4	0	119 054	118 585	124 158	مطار محمد الخامس
8	10	10	-18	-23	33 229	43 239	40 414	مطار أكادير المسيرة
5	4	5	4	11	18 487	16 586	17 725	مطار طنجة ابن بطوطة
4	3	2	99	21	16 413	13 590	8 231	مطار الرباط- سلا
2	2	3	-18	-14	8 663	10 017	10 550	مطار فاس- سايس
<b>12</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>59</b>	<b>36</b>	<b>47 035</b>	<b>34 481</b>	<b>29 584</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البحر</b>
3	4	4	-4	-10	13 371	14 851	13 990	ميناء طنجة
3	4	-	-	-18	13 154	16 052	-	ميناء طنجة ميد
<b>8</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>-5</b>	<b>34 162</b>	<b>36 080</b>	<b>29 948</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البر</b>
6	7	6	15	-9	26 139	28 882	22 657	باب سبتة
1	1	1	14	21	5 866	4 854	5 145	بني أنزار
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>-5,1</b>	<b>402 610</b>	<b>424 087</b>	<b>391 648</b>	<b>المجموع</b>

تطور عدد الوافدين من السياح عن طريق الجو: -5,6% خلال سنة 2015

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقط العبور
يناير- دجنبر 2015	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2010	تباين 15/10 (%)	تباين 15/14 (%)	يناير- دجنبر 2015	يناير- دجنبر 2014	يناير- دجنبر 2010	
<b>84</b>	<b>84</b>	<b>83</b>	<b>6</b>	<b>-5,6</b>	<b>4 325 239</b>	<b>4 580 416</b>	<b>4 091 258</b>	<b>مجموع الوافدين عبر الجو</b>
32	33	30	10	-10	1 638 864	1 821 092	1 488 330	مطار مراكش- المنارة
30	29	29	7	-2	1 540 137	1 572 357	1 439 710	مطار محمد الخامس
10	10	12	-13	-9	507 344	555 710	583 900	مطار أكادير المسيرة
5	5	5	13	2	257 237	252 237	227 365	مطار طنجة ابن بطوطة
3	3	2	57	3	168 554	164 193	107 281	مطار الرباط- سلا
2	2	2	-9	-1	109 263	109 990	120 330	مطار فاس- سايس
<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>428 769</b>	<b>419 501</b>	<b>394 438</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البحر</b>
3	4	6	-36	-15	179 398	210 436	280 306	ميناء طنجة
3	3	-	-	-12	151 462	172 355	-	ميناء طنجة ميد
<b>8</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>-6</b>	<b>-9</b>	<b>397 696</b>	<b>437 536</b>	<b>424 739</b>	<b>مجموع الوافدين عبر البر</b>
6	6	7	-7	-10	306 923	339 601	329 709	باب سبتة
1	1	1	-11	-1	60 126	60 484	67 482	بني أنزار
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>-5,3</b>	<b>5 151 704</b>	<b>5 437 453</b>	<b>4 910 435</b>	<b>المجموع</b>



## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2015

تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1,6% خلال شهر دجنبر 2015

الحصة (%)			عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					الأسواق
دجنبر-15	دجنبر-14	دجنبر-10	تباين 15/10 (%)	تباين 15/14 (%)	دجنبر-15	دجنبر-14	دجنبر-10	
65	71	73	-9	-9,6	798 788	884 101	875 802	غير المقيمين
17	19	27	-37	-11	205 552	231 951	326 787	فرنسا
9	9	7	39	3	114 917	111 316	82 476	المملكة المتحدة
7	6	4	74	10	83 817	76 409	48 175	الدول العربية
7	7	6	20	-8	83 134	90 677	68 994	ألمانيا
4	5	5	-31	-29	43 816	61 863	63 321	إسبانيا
3	3	3	-3	-2	33 344	34 027	34 276	بلجيكا
2	2	2	15	-4	25 412	26 490	22 123	الولايات المتحدة الأمريكية
2	2	5	-62	-33	20 538	30 530	53 848	إيطاليا
2	1	2	-10	15	18 667	16 215	20 633	هولندا
35	29	27	35	17,7	430 947	366 138	319 913	المقيمين
100	100	100	3	-1,6	1 229 735	1 250 239	1 195 715	المجموع

تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -3,6% خلال سنة 2015

الحصة (%)			عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					الأسواق
يناير-دجنبر 2015	يناير-دجنبر 2014	يناير-دجنبر 2010	تباين 15/10 (%)	تباين 15/14 (%)	يناير-دجنبر 2015	يناير-دجنبر 2014	يناير-دجنبر 2010	
68	73	77	-10	-12,7	12 504 104	14 326 312	13 956 247	غير المقيمين
20	24	32	-36	-21	3 732 275	4 749 129	5 814 917	فرنسا
9	9	7	28	0	1 724 575	1 719 944	1 345 606	المملكة المتحدة
7	6	5	42	13	1 342 545	1 190 061	946 426	ألمانيا
6	5	4	60	5	1 022 310	969 995	638 344	الدول العربية
3	4	5	-33	-17	630 434	757 782	945 526	إسبانيا
3	3	3	-9	-16	535 202	639 845	589 404	بلجيكا
2	2	2	26	-3	360 921	373 718	286 216	الولايات المتحدة الأمريكية
1	2	4	-59	-37	270 980	430 607	657 109	إيطاليا
1	2	2	-23	-14	264 154	308 401	340 902	هولندا
32	27	23	45	11,0	5 892 414	5 307 163	4 065 732	المقيمين
100	100	100	2	-6,3	18 396 518	19 633 475	18 021 979	المجموع

## إحصائيات السياحة بالمغرب لشهر دجنبر 2016

نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 33% خلال شهر دجنبر 2015

معدل مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد الميكنات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة			المدن	
دجنبر - 15	دجنبر - 14	دجنبر - 10	دجنبر - 15	دجنبر - 14	دجنبر - 10	تباين 15/14 (%)	دجنبر - 15	دجنبر - 14		دجنبر - 10
3,2	3,3	3,5	39	45	44	-5	433 564	455 012	451 291	مراكش
4,9	5,1	5,1	39	39	43	6	287 364	271 906	270 865	أكادير - إيدأوتتان
2,2	2,1	2,1	46	49	48	0	143 437	143 810	122 157	الدار البيضاء
1,8	1,9	2,1	30	32	48	-5	55 949	59 107	60 766	طنجة
1,9	2,0	2,1	25	26	33	-16	48 565	57 836	59 702	فاس
2,1	2,3	2,1	50	53	50	-9	46 990	51 791	48 472	الرباط
2,4	2,5	2,2	30	28	31	6	21 821	20 621	18 359	الجديدة + مزغان
1,7	1,7	2,2	19	16	18	14	15 099	13 188	11 048	تطوان
1,4	1,4	1,6	24	25	29	3	17 708	17 264	19 197	مكناس
1,6	1,7	1,8	22	21	19	16	13 259	11 424	8 247	وجدة + السعيدية
1,4	1,6	1,5	17	19	15	-7	21 486	23 142	26 607	ورزازات
2,4	2,5	2,2	23	25	24	-6	24 552	26 072	21 516	الصويرة + مוגادور
2,7	2,7	2,8	33	35	36	-1,6	1 229 735	1 250 239	1 195 715	المجموع

نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 40% خلال فترة يناير - دجنبر 2015

معدل مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد الميكنات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة			المدن	
يناير - دجنبر 2015	يناير - دجنبر 2014	يناير - دجنبر 2010	يناير - دجنبر 2015	يناير - دجنبر 2014	يناير - دجنبر 2010	تباين 15/14 (%)	يناير - دجنبر 2015	يناير - دجنبر 2014		يناير - دجنبر 2010
3,4	3,5	3,6	49	54	50	-7	6 257 949	6 727 532	6 357 617	مراكش
5,2	5,5	6,1	50	58	58	-7	4 691 093	5 055 424	4 806 506	أكادير - إيدأوتتان
2,2	2,1	2,1	53	53	53	-4	1 825 152	1 892 975	1 601 052	الدار البيضاء
2,1	2,1	2,0	42	43	53	-3	904 377	932 777	818 436	طنجة
2,0	2,1	2,1	31	35	38	-12	723 222	823 120	820 882	فاس
2,1	2,1	2,1	53	55	55	-3	619 642	639 441	635 436	الرباط
2,5	2,6	2,3	32	37	33	-14	417 601	484 595	309 226	الصويرة + موغادور
2,4	2,7	3,1	33	30	33	18	414 755	350 011	356 154	وجدة + السعيدية
2,7	2,8	2,5	41	45	37	0	387 802	386 183	267 336	الجديدة + مزغان
2,5	2,5	2,6	29	28	30	2	328 366	321 075	293 514	تطوان
1,5	1,5	1,6	21	27	22	-27	311 439	427 172	420 688	ورزازات
1,5	1,6	1,7	25	27	31	-4	209 538	219 076	249 134	مكناس
2,9	3,0	3,0	40	44	43	-6,3	18 396 518	19 633 475	18 021 979	المجموع



## إحصاءات حول السياحة في المغرب

لشهر أبريل 2016



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

23, rue Mohammed Abdou, Palmier, Casablanca - Maroc - Tél. : +212 5 22 42 74 82 - Fax : +212 5 22 90 76 08  
Email : [contact@observatoiredu tourisme.ma](mailto:contact@observatoiredu tourisme.ma) - Site : [www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

## إحصاءات حول السياحة في المغرب

أبريل 2016

### مصدر المعلومات

1- السياح الوافدون بمراكز الحدود : المديرية العامة للأمن الوطني

2- ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: مهنيو السياحة

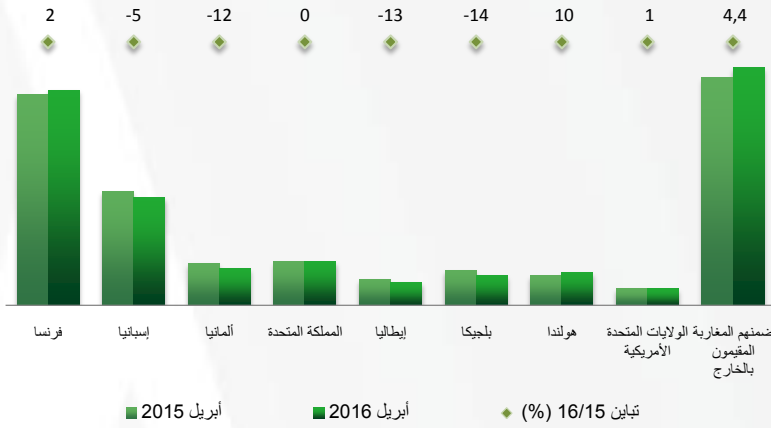
3- إيرادات السفر: مكتب الصرف





### تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : -1,4% خلال شهر أبريل 2016

تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود حسب بلد الإقامة

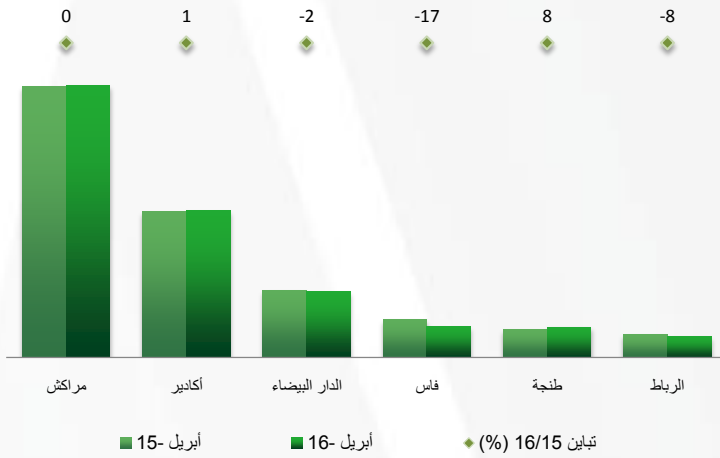


حسب معطيات المديرية العامة للأمن الوطني، سجلت الوافدات السياحية بمراكز الحدود خلال شهر أبريل 2016 انخفاضا نسبته -1,4% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح الأجانب - 4,7% والمغاربة المقيمون بالخارج +4,4%).

باستثناء الأسواق الهولندية والفرنسية والأمريكية التي سجلت نتائج إيجابية (+10% و +2% و +1% على التوالي)، عرفت الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح نتائج متباينة، حيث انخفض عدد السياح الوافدين من ألمانيا وبلجيكا وإيطاليا ب -12% و -14% و -13%.

### تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1,4% خلال شهر أبريل 2016

تطور عدد ليالي المبيت حسب الوجهة



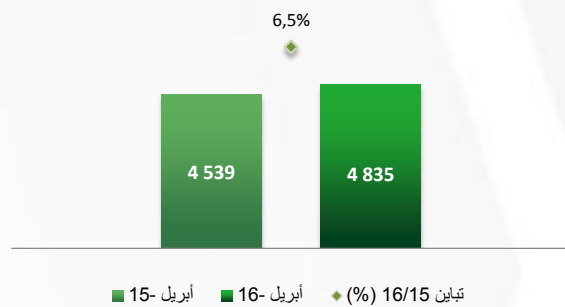
وموازا مع ذلك، حسب معطيات مهنيي الإيواء السياحي، انخفضت ليالي المبيت المسجلة بالمؤسسات المصنفة ب -1,4% خلال شهر أبريل 2016 مقارنة مع نفس الشهر من سنة 2015 (السياح غير المقيمين -8% والمقيمون +13,3%).

وسجلت كل من فاس والرباط الدار البيضاء انخفاضا بنسبة -17% و -8% و -2% على التوالي، بينما عرفت مدينتنا طنجة وأكادير ارتفاعا في ليالي المبيت بنسبتي +8% و +1% على التوالي.

وفيما يتعلق بارتداد الغرف، انخفض معدل الملاءم ب 3 نقط مقارنة مع نفس الشهر من السنة المنصرمة، حيث بلغ 44% خلال شهر أبريل 2016.

### تطور إيرادات السفر: +6,5% في المائة خلال شهر أبريل 2016

تطور إيرادات السفر

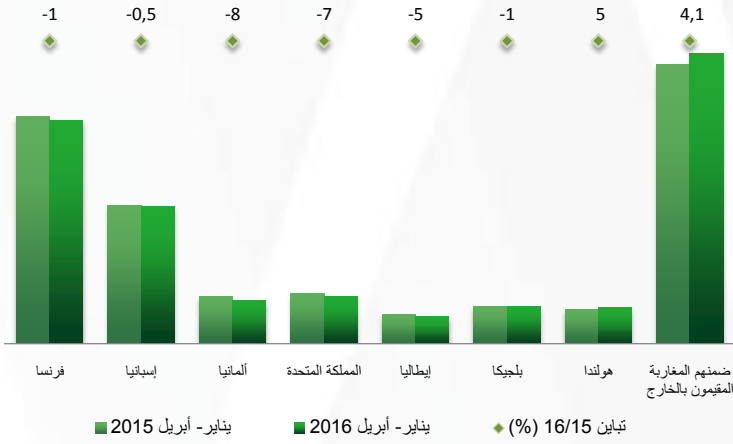


حصلت الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة خلال شهر أبريل 2016 على 4,8 مليار درهم، أي ارتفاع نسبته 6,5% في المائة مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية.



## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -0,8% خلال فترة يناير- أبريل 2016

تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود حسب بلد الإقامة

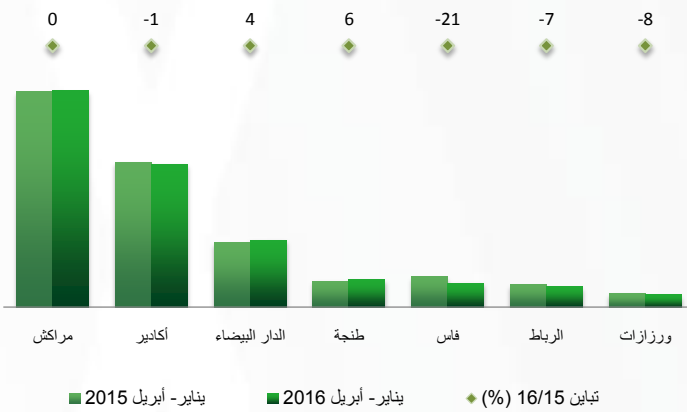


خلال الأربعة أشهر الأولى من سنة 2016، وصل عدد الوافدين إلى 2.74 مليون سائح، أي انخفاض نسبته -0.8% مقارنة مع نفس الفترة من السنة الماضية (السياح الأجانب - 4%، والمغاربة المقيمون بالخارج +4.1%).

وقد عرف عدد السياح القادمين من المملكة المتحدة وألمانيا وإيطاليا انخفاضا نسبته 7%، و-8%، و-5% على التوالي، بينما ارتفع عدد السياح الوافدين من هولندا بنسبة 5% في المائة.

## تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1% خلال فترة يناير- أبريل 2016

تطور عدد ليالي المبيت حسب الوجهة



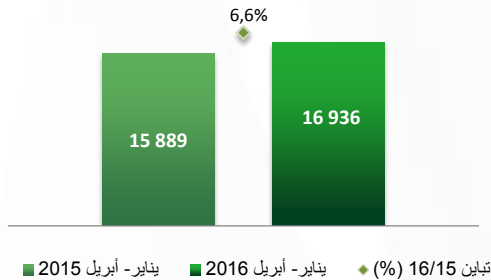
في متم شهر أبريل 2016، انخفضت ليالي المبيت المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة ب -1% مقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية (السياح غير المقيمين -5.7% والمقيمون +10.3%).

وحصل القطبان السياحيان، مراكش وأكادير، لوحدهما على 60% من مجموع ليالي المبيت الإجمالية خلال الأربعة أشهر الأولى من سنة 2016. واستقر عدد ليالي المبيت بمراكش، بينما انخفض بمدينة أكادير بنسبة -1%. وسجلت باقي الوجهات نتائج متباينة، حيث سجلت فاس والرباط انخفاضات بنسبة -21% و -7% على التوالي. بينما سجلت كل من الدار البيضاء وطنجة ارتفاعا بنسبة +4% و+6% على التوالي.

وتراجع معدل ملء الغرف في متم شهر أبريل 2016 ب ثلاث نقط مقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية حيث بلغ 37%.

## تطور الإيرادات السياحية: +6,6 في المائة خلال فترة يناير- أبريل 2016\*

تطور إيرادات السفر



خلال الأربعة أشهر الأولى من سنة 2016، بلغت إيرادات النشاط السياحي للسياح غير المقيمين بالمغرب 16.9 مليار درهم مقابل 15.9 مليار درهم سنة 2015، أي ارتفاع نسبته +6,6%.

المصدر: مكتب الصرف  
\* أرقام مؤقتة



## تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : -1,4% خلال شهر أبريل 2016

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
أبريل 2016	أبريل 2015	أبريل 2010	تباين 16/10 (%)	تباين 16/15 (%)	أبريل 2016	أبريل 2015	أبريل 2010	
35	34	40	7	2	283 058	277 510	265 150	فرنسا
17	18	20	8	-5	141 668	149 612	131 688	إسبانيا
6	7	4	60	-12	47 659	54 399	29 791	ألمانيا
7	7	5	71	0	56 884	57 025	33 207	المملكة المتحدة
4	4	4	9	-13	29 809	34 106	27 368	إيطاليا
5	5	5	9	-14	38 789	45 029	35 589	بلجيكا
5	5	4	45	10	43 178	39 271	29 743	هولندا
3	3	2	64	1	21 587	21 439	13 149	الولايات المتحدة الأمريكية
18	17	15	48	3	147 187	142 800	99 390	دول أخرى
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>22</b>	<b>-1,4</b>	<b>809 819</b>	<b>821 190</b>	<b>665 075</b>	<b>المجموع</b>
39	36	35	34	4,4	312 553	299 405	232 737	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
61	64	65	15	-4,7	497 266	521 785	432 338	السياح الأجانب

## تطور عدد الوافدين من السياح بمراكز الحدود : -0,8% خلال فترة يناير- أبريل 2016

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	تباين 16/10 (%)	تباين 16/15 (%)	يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	
32	32	38	-2	-1	877 592	890 076	895 459	فرنسا
20	20	21	6	-0,5	539 771	542 389	508 280	إسبانيا
6	7	5	44	-8	170 126	184 541	118 113	ألمانيا
7	7	5	47	-7	183 879	197 363	125 334	المملكة المتحدة
4	4	4	11	-5	106 846	112 990	96 386	إيطاليا
5	5	5	19	-1	145 221	146 983	122 424	بلجيكا
5	5	5	26	5	140 991	134 603	112 343	هولندا
3	2	2	42	6	68 761	64 642	48 464	الولايات المتحدة الأمريكية
19	18	15	42	4	512 325	493 659	360 007	دول أخرى
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>-0,8</b>	<b>2 745 512</b>	<b>2 767 246</b>	<b>2 386 809</b>	<b>المجموع</b>
42	40	38	27	4,1	1 140 049	1 094 884	898 508	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
58	60	62	8	-4,0	1 605 463	1 672 362	1 488 301	السياح الأجانب



## تطور عدد السياح الأجانب الوافدين عبر الجو: -1,1 في المائة خلال شهر أبريل 2016

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقطة الدخول
أبريل 2016	أبريل 2015	أبريل 2010	تباين 16/10 (%)	تباين 16/15 (%)	أبريل 2016	أبريل 2015	أبريل 2010	
85	82	83	17	-1,1	422 372	427 034	360 778	مجموع السياح الوافدين عبر الجو
37	35	34	25	1	183 801	182 088	146 608	مطار مراكش المنارة
27	26	28	9	-4	132 146	137 727	121 617	مطار محمد الخامس
9	9	11	-5	-9	44 709	48 877	46 874	مطار أكادير المسيرة
4	4	4	27	8	21 352	19 766	16 755	مطار طنجة ابن بطوطة
4	3	2	120	23	18 216	14 797	8 297	مطار الرباط-سلا
2	3	3	-1	-13	11 410	13 049	11 523	مطار فاس-سلايس
9	11	9	16	-22	45 793	59 070	39 309	مجموع السياح الوافدين عبر البحر
4	3	8	-52	6	17 425	16 436	36 624	ميناء طنجة
2	3	-	-	-14	11 743	13 692	-	ميناء طنجة المتوسطي
6	7	7	-10	-18	29 101	35 681	32 251	مجموع السياح الوافدين عبر البر
5	5	6	-6	-18	22 870	27 766	24 311	باب سبتة
1	1	1	-33	-32	3 912	5 722	5 835	بني أنزار
100	100	100	15	-4,7	497 266	521 785	432 338	المجموع

## تطور عدد السياح الأجانب الوافدين عبر الجو: -3,7 في المائة خلال فترة يناير- أبريل 2016

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقطة الدخول
يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	تباين 16/10 (%)	تباين 16/15 (%)	يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	
84	84	82	10	-3,7	1 347 951	1 399 162	1 222 735	مجموع السياح الوافدين عبر الجو
33	36	32	12	-10	537 796	594 993	479 665	مطار مراكش المنارة
28	28	28	9	-1	456 536	460 356	418 035	مطار محمد الخامس
10	10	12	-8	-6	157 285	167 620	171 701	مطار أكادير المسيرة
5	4	4	27	14	73 532	64 311	57 883	مطار طنجة ابن بطوطة
4	3	2	104	21	60 934	50 371	29 861	مطار الرباط-سلا
2	2	2	-1	-6	34 632	36 802	35 126	مطار فاس-سلايس
9	9	9	6	-5	137 362	145 279	129 906	مجموع السياح الوافدين عبر البحر
4	3	8	-51	12	60 175	53 660	121 652	ميناء طنجة
3	3	-	-	-19	44 896	55 407	-	ميناء طنجة المتوسطي
7	8	9	-11	-6	120 150	127 921	135 660	مجموع السياح الوافدين عبر البر
6	6	7	-13	-7	95 112	101 908	109 548	باب سبتة
1	1	1	-16	-4	16 213	16 831	19 215	بني أنزار
100	100	100	8	-4,0	1 605 463	1 672 362	1 488 301	المجموع



## تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1,4% خلال أبريل 2016

الحصة (%)			عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
أبريل 2016	أبريل 2015	أبريل 2010	تباين 16/10 (%)	تباين 16/15 (%)	أبريل 2016	أبريل 2015	أبريل 2010	
64	69	80	-16	-8,0	1 122 544	1 220 371	1 342 462	السياح غير المقيمين
22	22	36	-36	-2	386 671	396 436	605 399	فرنسا
8	8	7	33	2	145 489	142 981	109 501	المملكة المتحدة
6	9	5	21	-31	104 564	152 214	86 295	ألمانيا
5	5	3	78	13	95 746	84 678	53 670	الدول العربية
3	4	6	-44	-21	52 833	67 016	93 968	إسبانيا
2	3	4	-37	-15	43 297	50 860	68 201	بلجيكا
2	2	2	40	1	37 200	36 914	26 575	الولايات المتحدة الأمريكية
1	1	2	-19	-5	24 751	26 142	30 726	هولندا
1	2	4	-67	-36	19 602	30 506	59 279	إيطاليا
36	31	20	84	13,3	620 004	547 441	336 706	السياح المقيمون
100	100	100	4	-1,4	1 742 548	1 767 812	1 679 168	المجموع

## تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: -1% خلال فترة يناير- أبريل 2016

الحصة (%)			عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	تباين 16/10 (%)	تباين 16/15 (%)	يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	
68	71	79	-11	-5,7	3 851 092	4 082 966	4 308 597	السياح غير المقيمين
20	21	34	-38	-3	1 152 781	1 192 258	1 852 085	فرنسا
9	9	7	42	9	539 953	496 305	379 082	المملكة المتحدة
7	9	6	21	-23	416 953	539 300	346 016	ألمانيا
6	5	3	80	15	342 625	298 882	190 212	الدول العربية
3	4	5	-34	-7	192 460	205 961	292 641	إسبانيا
3	3	3	-18	-13	155 284	177 753	188 682	بلجيكا
2	2	2	38	2,9	120 750	117 368	87 701	الولايات المتحدة الأمريكية
1	1	2	-18	-4	82 635	85 820	101 233	هولندا
1	2	4	-61	-29	81 910	115 490	207 435	إيطاليا
32	29	21	64	10,3	1 847 667	1 675 003	1 127 231	السياح المقيمون
100	100	100	5	-1,0	5 698 759	5 757 969	5 435 828	المجموع



## نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 44% خلال شهر أبريل 2016

متوسط مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد ليلي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة			الوجهة	
أبريل-16	أبريل-15	أبريل-10	أبريل-16	أبريل-15	أبريل-10	تباين 14/13 (%)	أبريل-16	أبريل-15		أبريل-10
3,2	3,2	3,5	60	65	61	0	684 678	681 374	676 902	مراكش
4,4	4,4	5,4	48	49	50	1	368 895	366 335	351 782	أكادير
2,1	2,0	2,1	56	58	61	-2	164 967	169 013	154 035	الدار البيضاء
2,0	2,8	2,3	42	48	50	-17	78 422	94 453	89 539	فاس
2,0	1,5	1,7	36	52	54	8	76 348	70 565	72 180	طنجة
2,1	1,9	1,9	60	59	60	-8	53 491	58 115	54 242	الرباط
1,4	1,4	1,5	33	35	37	-18	39 443	48 386	61 268	ورزازات
2,3	2,2	2,1	34	40	40	-15	36 497	43 089	27 799	الصويرة- موجدور
2,4	2,7	3,1	42	46	38	-16	30 201	36 108	23 796	الجديدة- مازاغان
2,3	1,2	0,6	28	22	28	48	28 497	19 316	10 547	وجدة- السعيدية
1,7	2,5	5,3	34	38	43	-12	23 536	26 783	27 938	مكناس
1,8	2,0	1,6	25	26	23	-18	20 641	25 123	14 764	تطوان
-	-	-	44	47	49	-1,4	1 742 548	1 767 812	1 679 168	المجموع

## نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 37% خلال فترة يناير- أبريل 2016

متوسط مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد ليلي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة			الوجهة	
يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015	يناير- أبريل 2010	تباين 14/13 (%)	يناير- أبريل 2016	يناير- أبريل 2015		يناير- أبريل 2010
3,2	3,2	3,4	45	50	50	0	2 045 695	2 042 948	2 050 015	مراكش
5,2	5,1	6,0	46	50	49	-1	1 354 057	1 371 420	1 286 752	أكادير
2,1	2,0	2,1	54	54	54	4	634 166	610 953	525 768	الدار البيضاء
1,9	1,9	2,0	34	38	50	6	260 958	245 738	246 923	طنجة
1,9	2,0	2,1	30	37	37	-21	226 510	285 013	265 890	فاس
2,1	2,1	2,1	54	55	55	-7	195 679	210 706	202 109	الرباط
1,5	1,5	1,6	24	24	24	-8	114 197	123 981	154 028	ورزازات
2,3	2,3	2,2	26	29	28	-8	110 178	119 561	76 150	الصويرة- موجدور
2,3	2,6	2,2	36	40	31	-10	100 996	111 752	68 797	الجديدة- مازاغان
1,6	1,5	1,6	26	30	32	-14	73 725	85 354	82 903	مكناس
1,9	1,5	1,1	22	20	21	23	68 471	55 641	35 663	وجدة- السعيدية
1,7	2,1	3,6	20	21	26	-4	64 499	67 170	66 870	تطوان
2,7	2,7	2,9	37	40	41	-1,0	5 698 759	5 757 969	5 435 828	المجموع



## إحصاءات حول السياحة في المغرب

دجنبر 2017



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

320, Boulevard Zerktouni - Casablanca  
Email: [contact@observatoiredu tourisme.ma](mailto:contact@observatoiredu tourisme.ma) - Site: [www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



OBSERVATOIRE DU TOURISME  
M A R O C

## إحصاءات حول السياحة في المغرب

دجنبر 2017

### مصدر المعلومات

1- السياح الوافدون بمراكز الحدود : المديرية العامة للأمن الوطني

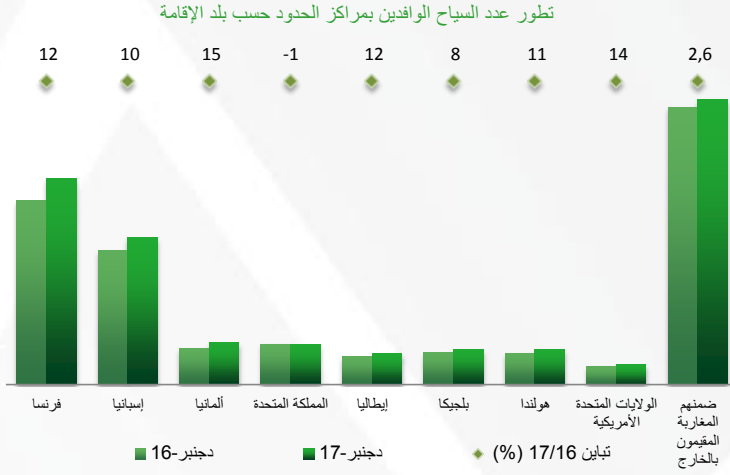
2- ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: مهنيو السياحة

3- إيرادات السفر: مكتب الصرف

[www.observatoiredu tourisme.ma](http://www.observatoiredu tourisme.ma)



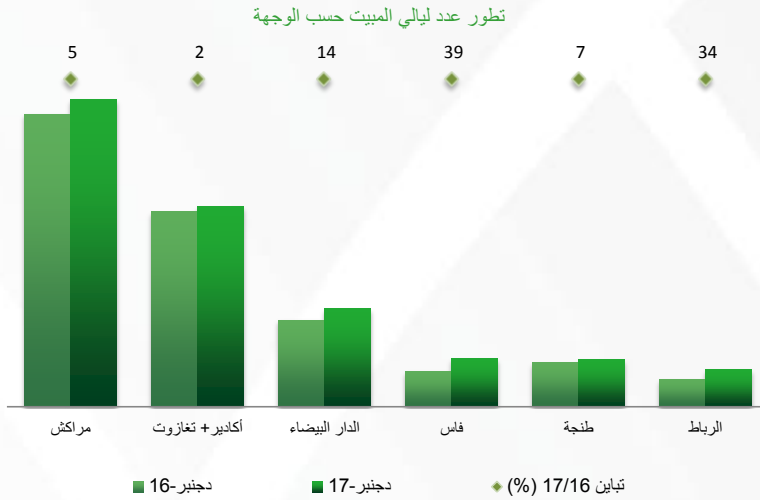
### تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : +9.6% خلال شهر دجنبر 2017



حسب معطيات المديرية العامة للأمن الوطني، ارتفع عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود خلال شهر دجنبر 2017 بنسبة 9.6% مقارنة مع نفس الشهر من السنة الماضية (السياح الأجانب + 15.2% والمغاربة المقيمون بالخارج +2.6%).

وسجلت الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح نتائج جيدة، حيث شهدت كل من الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا ارتفاعات هامة نسبتها 14% و 15% على التوالي، تليهما إيطاليا وفرنسا بمقدار 12% لكل منهما، ثم إسبانيا وهولندا بنسب 10% و 11% على التوالي.

### تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +7.5% خلال شهر دجنبر 2017

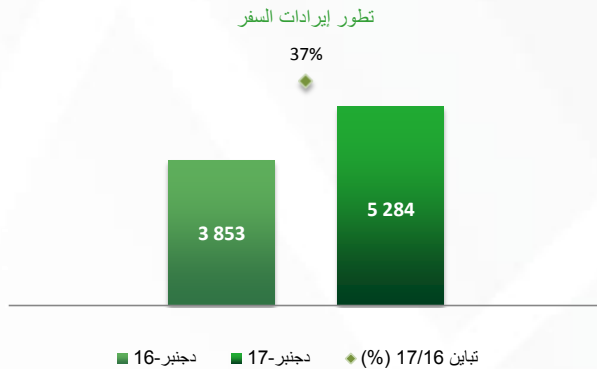


وموازاة مع ذلك، حسب معطيات مهنيي الإيواء السياحي، عرفت ليالي المبيت المسجلة بالمؤسسات المصنفة ارتفاعا نسبته 7.5% خلال شهر دجنبر 2017 مقارنة مع نفس الشهر من سنة 2016 (السياح غير المقيمين +14.9% والمقيمون -6.5%).

وعلى الصعيد الجغرافي، سجلت مدينتا فاس والرباط ارتفاعات هامة فيما يتعلق بعدد ليالي المبيت بنسب +39% و +34% على التوالي، تلتها مدينة الدار البيضاء بنسبة +14%.

وفيما يتعلق بارتياح الغرف، ارتفع معدل نسبة الملاء بثلاث نطق مقارنة مع نفس الشهر من السنة المنصرمة، حيث بلغ 39% خلال شهر دجنبر 2017.

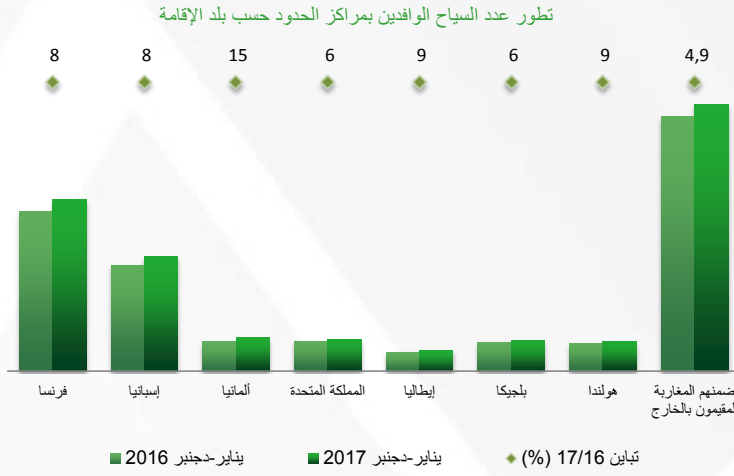
### تطور إيرادات السفر: +37% خلال شهر دجنبر 2017\*



بلغت إيرادات السفر بالعملة الصعبة خلال شهر دجنبر 2017 ما مجموعه 5.28 مليار درهم، أي ارتفاع نسبته 34 في المائة مقارنة مع نفس الشهر من السنة المنصرمة.

المصدر: مكتب الصرف  
\*أرقام مؤقتة

### تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : +10% خلال فترة يناير- دجنبر 2017

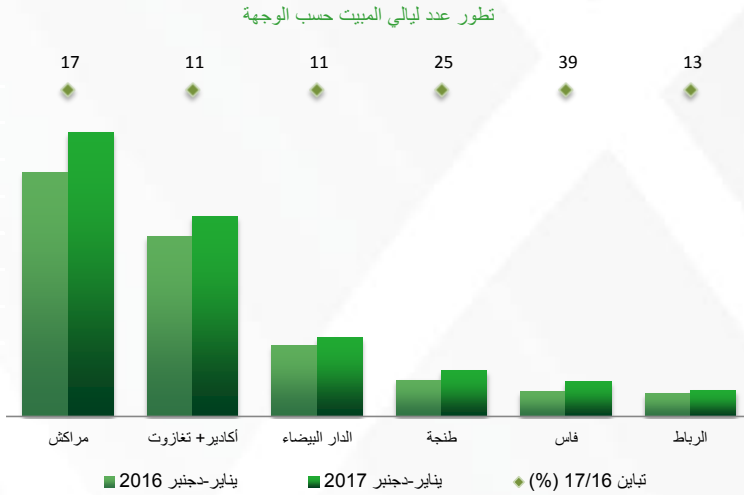


وصل عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود سنة 2017 إلى 11.35 مليون سائح، أي ارتفاع بنسبة 10 في المائة مقارنة مع نفس الفترة من سنة 2016 (السياح الأجانب +15 %، والمغاربة المقيمون بالخارج +5%).

وعرفت أهم الأسواق المصدرة للسياح ارتفاعات في عدد السياح الوافدين خلال هذه الفترة، حيث سجلت ألمانيا وهولندا وإيطاليا وإسبانيا وفرنسا ارتفاعات نسبتها +15 %، و+9 % و+9 % و+8 % و+8 % على التوالي.

كما حافظ عدد السياح الوافدين على المغرب من الأسواق الناشئة على منحاه التصاعدي، حيث سجلت الصين +151 % واليابان +39 % وكوريا الجنوبية +25 % والولايات المتحدة الأمريكية +29 % والبرازيل +38 %.

### تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +15% خلال فترة يناير- دجنبر 2017

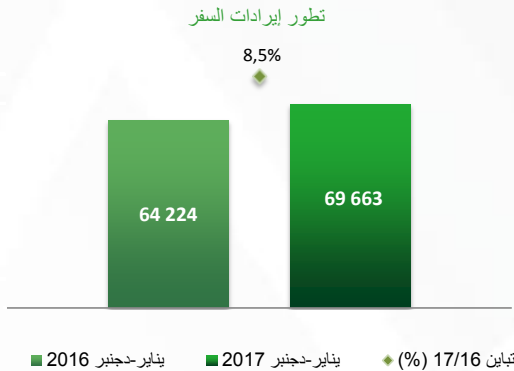


ارتفعت ليالي المبيت المسجلة بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة سنة 2017 ب +15 % مقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية (+18.3 % بالنسبة للسياح غير المقيمين و+7.4 % بالنسبة للسياح المقيمين).

وحصل القطبان السياحيان مراكش وأكادير وحدهما على 60 % من مجموع المبيتات الإجمالية سنة 2017، إذ ارتفع عدد ليالي المبيت بهما بنسبة +17 % و +11 % على التوالي. وسجلت باقي الوجهات نتائج إيجابية، لا سيما مدينتنا فاس وطنجة اللتان عرفتا ارتفاعا بنسبة +39 % و+25 % على التوالي.

وارتفع معدل ملء الغرف سنة 2017 ب 3 نقط مقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية حيث بلغ 43 %.

### تطور إيرادات السفر: +8.5% خلال فترة يناير- دجنبر 2017\*



بلغت إيرادات السفر التي حُصلت من طرف النشاط السياحي للسياح غير المقيمين سنة 2017 ما مجموعه 69.7 مليار درهم مقابل 64.2 مليار درهم التي سجلت سنة 2016، أي ارتفاع نسبته 8.5 في المائة.

المصدر: مكتب الصرف  
\*أرقام مؤقتة

تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : + 9.6% خلال شهر دجنبر 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	
30	29	35	8	12	268 891	240 048	249 057	فرنسا
21	21	21	29	10	192 343	174 961	148 570	إسبانيا
6	6	5	50	15	54 665	47 637	36 510	ألمانيا
6	6	5	58	-1	52 393	52 869	33 218	المملكة المتحدة
5	4	5	10	12	40 688	36 200	37 051	إيطاليا
5	5	5	27	8	45 411	41 899	35 713	بلجيكا
5	5	5	29	11	45 534	40 952	35 213	هولندا
3	3	2	64	14	26 569	23 386	16 243	الولايات المتحدة الأمريكية
20	20	16	58	7	176 110	165 246	111 536	دول أخرى
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>28</b>	<b>9,6</b>	<b>902 602</b>	<b>823 200</b>	<b>703 111</b>	<b>المجموع</b>
41	44	44	19	2,6	372 019	362 426	311 463	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
59	56	56	35	15,2	530 583	460 774	391 648	السياح الأجانب

تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : + 10% خلال فترة يناير- دجنبر 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					بلد الإقامة
يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	
31	32	36	5	8	3 533 560	3 279 741	3 374 155	فرنسا
21	21	22	15	8	2 352 270	2 180 666	2 036 887	إسبانيا
6	6	5	43	15	690 528	602 832	481 791	ألمانيا
6	6	5	43	6	655 251	619 665	458 027	المملكة المتحدة
4	4	4	13	9	431 248	395 640	380 966	إيطاليا
6	6	6	22	6	627 383	589 552	514 959	بلجيكا
5	5	5	27	9	612 916	562 667	482 898	هولندا
3	3	2	69	23	323 970	264 057	191 334	الولايات المتحدة الأمريكية
19	18	15	55	16	2 122 220	1 836 911	1 367 321	دول أخرى
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>11 349 347</b>	<b>10 331 731</b>	<b>9 288 338</b>	<b>المجموع</b>
48	51	47	25	5	5 484 427	5 228 527	4 377 903	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
52	49	53	19	15	5 864 920	5 103 204	4 910 435	السياح الأجانب



## تطور عدد السياح الأجانب الوافدين عبر الجو: +21% خلال شهر دجنبر 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقطة الدخول
دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	
<b>83</b>	<b>79</b>	<b>85</b>	<b>33</b>	<b>21</b>	<b>440 645</b>	<b>364 318</b>	<b>332 116</b>	<b>مجموع السياح الوافدين عبر الجو</b>
34	28	32	42	39	178 443	128 352	125 743	مطار مراكش المنارة
26	30	32	12	2	139 229	136 348	124 158	مطار محمد الخامس
11	9	10	38	36	55 719	40 867	40 414	مطار أكادير المسيرة
5	5	5	40	5	24 875	23 586	17 725	مطار طنجة ابن بطوطة
3	4	2	110	-6	17 258	18 343	8 231	مطار الرباط سلا
3	2	3	38	45	14 582	10 031	10 550	مطار فاس سايس
<b>9</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>55</b>	<b>-16</b>	<b>45 761</b>	<b>54 173</b>	<b>29 584</b>	<b>مجموع السياح الوافدين عبر البحر</b>
4	4	4	63	29	22 748	17 570	13 990	ميناء طنجة
2	3	-	-	-20	12 831	16 039	-	ميناء طنجة المتوسطي
<b>8</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>48</b>	<b>4</b>	<b>44 177</b>	<b>42 283</b>	<b>29 948</b>	<b>مجموع السياح الوافدين عبر البر</b>
7	6	6	59	25	36 053	28 890	22 657	باب سبتة
1	1	1	2	4	5 245	5 036	5 145	بني أنزار
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>15</b>	<b>530 583</b>	<b>460 774</b>	<b>391 648</b>	<b>المجموع</b>

## تطور عدد السياح الأجانب الوافدين عبر الجو: +15% خلال فترة يناير- دجنبر 2017

الحصة (%)			عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود					نقطة الدخول
يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	
<b>84</b>	<b>84</b>	<b>83</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>4 902 987</b>	<b>4 263 425</b>	<b>4 091 258</b>	<b>مجموع السياح الوافدين عبر الجو</b>
29	29	30	14	15	1 699 358	1 477 157	1 488 330	مطار مراكش المنارة
30	31	29	24	11	1 781 560	1 604 586	1 439 710	مطار محمد الخامس
10	9	12	-1	21	580 820	481 265	583 900	مطار أكادير المسيرة
6	6	5	55	24	353 241	285 989	227 365	مطار طنجة ابن بطوطة
4	4	2	103	6	217 463	205 507	107 281	مطار الرباط سلا
2	2	2	16	35	139 994	103 321	120 330	مطار فاس سايس
<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>553 603</b>	<b>447 762</b>	<b>394 438</b>	<b>مجموع السياح الوافدين عبر البحر</b>
5	4	6	6	50	296 167	197 036	280 306	ميناء طنجة
3	3	-	-	3	153 222	149 098	-	ميناء طنجة المتوسطي
<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>-4</b>	<b>4</b>	<b>408 330</b>	<b>392 017</b>	<b>424 739</b>	<b>مجموع السياح الوافدين عبر البر</b>
5	6	7	-3	4	318 755	306 499	329 709	باب سبتة
1	1	1	-18	8	55 426	51 365	67 482	بني أنزار
<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>5 864 920</b>	<b>5 103 204</b>	<b>4 910 435</b>	<b>المجموع</b>



## تطور عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +7.5% خلال شهر دجنبر 2017

الحصة (%)			عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	
70	65	73	26	15	1 108 208	964 737	876 197	السياح غير المقيمين
17	17	27	-17	6	269 517	255 100	326 504	فرنسا
9	9	7	66	8	136 758	127 171	82 466	المملكة المتحدة
8	9	6	82	0	125 626	125 961	68 978	ألمانيا
4	5	4	47	-1	70 962	71 768	48 392	الدول العربية
4	4	5	9	27	69 039	54 218	63 389	إسبانيا
3	2	2	100	34	44 251	32 903	22 148	يات المتحدة الأمريكية
2	2	3	-8	8	31 377	29 101	34 258	بلجيكا
2	1	5	-48	34	27 792	20 809	53 900	إيطاليا
30	35	27	49	-6,5	476 252	509 485	319 990	السياح المقيمون
100	100	100	32	7,5	1 584 460	1 474 222	1 196 187	المجموع

## تطور عدد المبيتات بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: +15% خلال فترة يناير- دجنبر 2017

الحصة (%)			عدد ليالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة					السوق
يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	تباين 17/10 (%)	تباين 17/16 (%)	يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	
68	66	77	8	18	15 045 751	12 721 736	13 959 619	السياح غير المقيمين
19	19	32	-28	15	4 171 568	3 627 191	5 811 307	فرنسا
9	9	7	41	7	1 896 055	1 764 245	1 345 600	المملكة المتحدة
8	7	5	84	37	1 745 127	1 271 831	946 532	ألمانيا
4	6	4	50	-12	961 867	1 089 714	640 404	الدول العربية
3	3	5	-23	19	725 348	607 845	945 947	إسبانيا
3	3	3	-6	10	555 426	503 458	589 693	بلجيكا
2	2	2	69	29	484 014	373 915	286 451	يات المتحدة الأمريكية
1	1	2	-3	31	331 257	252 738	341 418	هولندا
1	1	4	-59	25	272 753	218 587	657 615	إيطاليا
32	34	23	73	7	7 054 950	6 566 022	4 066 550	السياح المقيمون
100	100	100	23	15	22 100 701	19 287 758	18 026 169	المجموع



## نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 39% خلال شهر دجنبر 2017

متوسط مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد لياالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة				الوجهة
دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	تباين 17/16 (%)	دجنبر-17	دجنبر-16	دجنبر-10	
3,1	3,2	3,5	48	45	44	5,0	557 289	530 705	451 432	مراكش
5,0	4,9	5,2	47	44	42	2,5	363 320	354 495	270 758	أكادير+ تغازوت
2,0	2,1	2,1	52	49	48	14	178 382	157 051	122 257	الدار البيضاء
1,9	1,9	2,1	35	29	33	39	87 618	63 111	59 791	فاس
1,8	2,4	2,1	39	34	48	7	85 255	79 628	60 854	طنجة
1,9	2,0	2,1	56	49	49	34	66 881	49 792	48 576	الرباط
1,4	1,4	1,6	22	18	15	50	32 929	21 928	26 671	ورزازات
2,5	2,4	2,2	31	25	24	23	32 883	26 694	20 858	الصويرة+ مוגادور
2,0	2,2	2,2	29	29	31	-21	20 403	25 798	18 401	الجديدة+ مازاغان
1,8	2,0	1,5	18	23	18	-7	19 747	21 173	11 090	تطوان
1,4	1,6	1,6	23	24	29	-8	16 304	17 799	19 248	مكناس
1,8	1,6	1,8	23	19	19	15	15 196	13 163	8 280	وجدة+ السعيدية
-	-	-	39	36	36	7,5	1 584 460	1 474 222	1 196 187	المجموع

## نسبة الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة: 43% خلال فترة يناير- دجنبر 2017

متوسط مدة الإقامة			نسبة الملء (%)			عدد لياالي المبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة				الوجهة
يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	تباين 17/16 (%)	يناير-دجنبر 2017	يناير-دجنبر 2016	يناير-دجنبر 2010	
3,4	3,4	3,6	53	48	50	17	7 736 662	6 640 162	6 358 904	مراكش
5,3	5,2	6,1	55	50	58	11	5 451 124	4 910 496	4 805 029	أكادير+ تغازوت
2,0	2,1	2,1	55	53	53	11	2 155 627	1 943 054	1 601 999	الدار البيضاء
2,0	2,1	2,0	45	40	53	25	1 240 434	991 489	819 290	طنجة
1,9	1,9	2,1	35	30	38	39	947 749	683 052	821 676	فاس
2,0	2,1	2,1	54	53	54	13	714 905	629 904	636 343	الرباط
2,8	2,5	3,1	30	32	32	14	512 378	449 508	356 546	وجدة+ السعيدية
2,5	2,5	2,4	35	30	33	12	461 463	413 692	303 900	الصويرة+ موغادور
2,7	2,5	2,6	30	29	30	23	441 641	359 052	293 984	تطوان
1,5	1,5	1,6	24	21	21	37	393 536	287 519	421 297	ورزازات
2,4	2,5	2,5	39	40	37	-1	359 091	363 798	267 791	الجديدة+ مازاغان
1,5	1,6	1,7	25	23	31	14	227 199	199 461	249 604	مكناس
-	-	-	43	40	43	15	22 100 701	19 287 758	18 026 169	المجموع

فائفة المصاوير والمرامع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: السنة النبوية الشريفة

ثالثاً: المعاجم والقواميس

(1) المنجد في اللغة والأعلام. بيروت: دار المشرق للنشر والتوزيع، الطبعة 41، 2005.

(2) أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب. بيروت: دار صادر، الطبعة الأولى، 1374هـ-1955م.

(3) الغامدي محمد بن علي، مفاهيم الجودة أساس لتوحيد الجهود، دو- المنجد في اللغة والأعلام. بيروت: دار المشرق للنشر والتوزيع، الطبعة 41، 2005.

رابعاً: الكتب باللغة العربية

(1) أبو قحف أحمد ماهر عبد السلام، المنشآت السياحية والفندقية. الإسكندرية، المكتب العربي الحديث، 1999.

(2) الظاهر نعيم، سراب الياس، مبادئ السياحة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2007.

(3) البكري فؤاد عبد المنعم، التنمية السياحية في مصر والوطن العربي، عالم الكتب، القاهرة، 2004.

(4) الجراد أحمد، الأفاق التخطيطية لأنماط النقل السياحي. القاهرة: عالم الكتب، 2003.

(5) الدباس نزيه، إدارة القرى السياحية. الجبيلة: الحامد للنشر والتوزيع، 2007.

(6) د. عبس يسرى، السياحة والمجتمع دراسات في أنثروبولوجيا السياحة. الإسكندرية: البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، 2009.

(7) الزوكة محمد خميس، صناعة السياحة من منظور جغرافي، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الثانية، الإسكندرية، 1995.



## قائمة المصادر والمراجع

- 8) زكي داليا محمد تيمور، الوعي السياحي والتنمية السياحية. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2008.
- 9) حنفي لمياء السيد، الشرقاوي فتحي، التسويق السياحي. الإسكندرية: دار المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008.
- 10) كافي مصطفى يوسف، صناعة السياحة والأمن السياحي. دمشق: دار رسلان للنشر والتوزيع، 2009.
- 11) محمود منال طلعت، الموارد البشرية وتنمية المجتمع المحلي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2003.
- 12) مقابلة خالد، فن الدلالة السياحية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.
- 13) صفوح خير، التنمية والتخطيط الإقليمي، دمشق: وزارة الثقافة، 2000.
- 14) عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- 15) عمران اسماعيل، التنمية السياحية بالمغرب واقع وأبعاد ورهانات، (الرباط: دار الأمان للنشر والتوزيع، 2004).
- 16) ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2008.
- 17) عبد القادر مصطفى، دور الإعلان في التسويق السياحي. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2003.
- 18) عساف أحمد عارف، محمود حسين الوادي، إقتصاديات الوطن العربي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010.
- 19) فؤاد نشوى، التنمية السياحية. الإسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر، 2008.
- 20) الفراج مخلد خالد، السياحة في المملكة العربية السعودية في عصر العولمة، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2005.
- 21) سليمان زيد منير، الإقتصاد السياحي. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، 2008.

## قائمة المصادر والمراجع

- 22) سعد إسماعيل علي، الإتجاهات الحديثة في علم الإجتماع. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1993.
- 23) السرابي علاء حسين وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011.
- 24) الروبيرنيل، إقتصاديات السياحة، مجموعة الدراسات السياحية، الإسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، 1985.
- 25) شحاتة حسن أحمد، التلوث البيئي وإعاقة السياحة. القاهرة: الدار العربية للطباعة والنشر، 2006.
- 26) الخضير محسن أحمد، التسويق السياحي مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، القاهرة: 1989، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي، الرياض، 2008.
- 27) معهد التخطيط القومي، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الإقتصاد القومي، ديسمبر 1998.
- 28) المؤسسة العربية لضمان الإستقرار، مناخ الإستثمار في الدول العربية، 2009، الكويت.

### خامسا: الرسائل والأطروحات

- 1) بوعشاش سامية، "السياحة البيئية في المناطق الجبلية حالة تيكجدة بولاية البويرة" (رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012-2013).
- 2) هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها" (رسالة ماجستير في علوم التسيير، قسم العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005).
- 3) حاج الله حيزية، "الإستثمارات السياحية في الجزائر" (رسالة ماجستير، جامعة البليدة، 2006).
- 4) كواش خالد، "أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية، دراسة حالة الجزائر" (أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، قسم العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2003-2004).
- 5) كرمية إبراهيم، "العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية دراسة حالة وزارة السياحة" (رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005).

## قائمة المصادر والمراجع

- 6) معتوق أسعد، "بيانات ومؤشرات التنمية الإقليمية كمدخل لصياغة الأقاليم التنموية دراسة حالة الأقاليم السورية" (رسالة ماجستير في الهندسة المعمارية، جامعة دمشق، كلية الهندسة المعمارية، قسم التخطيط والبيئة، 2009).
- 7) مفاتيح يمينية، "تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة" (دراسة حالة إقليم الهقار (رسالة ماجستير في العلوم التجارية، قسم العلوم التجارية، جامعة ورقلة، 2012).
- 8) عيساني عامر، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر" (أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009-2010).
- 9) عيساني ربيع، "دور البنوك في تنشيط التنمية السياحية دراسة حالة ولاية سطيف" (أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة 2001-2012).
- 10) عشي صليحة، "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب" (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، قسم العلوم الاقتصادية، 2010-2011).
- 11) قليل عبد القادر، "الصادقي فضيل، دراسة إحصائية لواقع السياحة في الجزائر" (مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة تقني سامي في الإحصاء، المعهد الوطني للتخطيط والإحصاء، 2001-2002).
- 12) خشمون محمد، "مشاركة المجالس البلدية في التنمية المحلية دراسة ميدانية على مجالس بلديات ولاية قسنطينة" (رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص: علم إجماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم إجماع، 2010-2011).

### سادسا: المجالات العلمية

- 1) بوشامة أيديا، جغرافية المغرب العربي.
- 2) بظاظو إلهام، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق دراسة ميدانية على عينة من فنادق خمس نجوم في الأردن، مجلة العلوم الإنسانية، السنة السابعة، العدد 45، 2011.
- 3) هرمز نور الدين، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 28، عدد 3، 2006.

## قائمة المصادر والمراجع

- 4) لحسين عبد القادر، "إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، 2013.
- 5) الزغل رياض، الحق في التنمية الواقع والآفاق والمقاربة التونسية في مجال التنمية، مجلة أفكار، العدد 11، 2004.
- 6) بدة محجوب وآخرون، الجودة والإحترافية، مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية، مجلة الأبحاث الإقتصادية، العدد 13، دار الأبحاث الجزائر، 2009.
- 7) الحسن عبد الرحمن محمد، دور السياسات الوطنية في التنمية المحلية بالسودان، مجلة الباحث، العدد 13، 2013.
- 8) فلاق علي، "التنمية السياحية وأثرها على التنمية الإقتصادية المتكاملة في الوطن العربي"، مجلة البحوث والدراسات العلمية، 06، 2006.
- 9) سعدي يحيى، العمراوي سليم، "مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الإقتصادية حالة الجزائر"، كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، 2013.
- 10) تويزة بلقاسم، زايد مراد، الترويج وأهميته في تنشيط القطاع السياحي بالجزائر، مجلة مخبر التغيير في المؤسسة الجزائرية، العدد 2، جامعة الجزائر، 2013.
- 11) جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007.
- 12) الديوان الوطني للسياحة، الجزائر حمامات معدنية، منشورات الديوان الوطني للسياحة، 2009.
- 13) الديوان الوطني للسياحة، تصور التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر لآفاق 2013، مجلة الجزائر سياحة، العدد 26، الجزائر.
- 14) الجزائر تريد حصنها في السوق المتوسطية، المجلة الإقتصادية، العدد 14، 2009.

### سابعا: الملتقيات والندوات العلمية

- 1) بوعمامة علي، بوعمامة نصرالدين، مفهوم التنمية المحلية ومعوقات تجسيدها، مداخلة ضمن الملتقى الأول حول التنمية المحلية في الجزائر (واقع وآفاق)، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي برج بوعريريج، 14-15 أبريل 2008.

## قائمة المصادر والمراجع

- (2) بوعتروس عبد الحق، دهان محمد، متطلبات تعبئة الموارد المحلية للتنمية، مداخلة ضمن الملتقى الاول حول التنمية المحلية في الجزائر واقع وآفاق، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي برج بوعرييج، 14-15 أبريل 2008.
- (3) بن لخضر محمد العربي، السياحة البيئية بمنطقة الجنوب الغربي، واقع وآفاق، الملتقى الدولي حول إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة.
- (4) طواهر محمد التهامي وبخيدة أحمد، أهمية ترقية السياحة الصحراوية في تنمية النشاط السياحي الجزائري، دراسة لواقع القطب السياحي للإمتياز للجنوب الكبير أهقار، الملتقى العلمي الثامن تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وفي البلدان العربية والإسلامية.
- (5) يحيياوي إلهام، بوداوي ساعد، دور مخطط جودة السياحة الجزائري في تفعيل السياحة، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية دراسة حالة تجارب بعض الدول.
- (6) عبادي فاطمة الزهراء وآخرون، التدريب في ظل إستراتيجية السياحة العربية، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية دراسة حالة تجارب بعض الدول.
- (7) عباس عقيلة، ترويج الوجهة والنهوض بالمنتج السياحي الجزائري - إستراتيجية الديوان الوطني للسياحة، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية دراسة حالة تجارب بعض الدول.
- (8) عبد الوهاب سمير محمد، الحكم المحلي والتنمية المحلية، ورقة ضمن أعمال مؤتمر التنمية الريفية والمحلية وسيلة الحكومات لتحقيق التنمية الشاملة ومحاربة الفقر، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2008.
- (9) فلاح صالحي، مفهوم التنمية المحلية والإستراتيجيات البديلة، الملتقى الوطني حول تمويل التنمية المحلية، 2008.
- (10) سويبي عبد الوهاب وآخرون، السياحة في الجزائر واقع وآفاق، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول.
- (11) القاضي سعد بن عبد الرحمان، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ملتقى حول الجودة في صناعة السياحة، يوم 29/04/2004.

## قائمة المصادر والمراجع

12) شارف نور الدين وبوعمامة نصر الدين، ترقية القطاع السياحي كبديل لاستغلال الثروة النفطية الناضبة من أجل تحقيق تنمية مستدامة في الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة.

13) خبابة عبد الله، لعجي سعاد، التنمية المحلية آلية التنمية الوطنية الشاملة، مداخلة ضمن الملتقى الأول حول التنمية المحلية في الجزائر واقع وآفاق، معهد العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي برج بوعريريج، 14-15 أفريل 2008.

### ثامنا: الصحف والجرائد اليومية

- 1) بوعاتي جلال، "مدن الجزائر غائبة عن تصنيفات السياحة العالمي"، الخبر، 16 أفريل 2014.
- 2) ح. سمير، "تيزي وزو ستكون قطبا ممتازا في مجال سياحة الأعمال"، النهار، 27 ماي 2014.
- 3) صالحه ريمة، صناعة الموت، تفجيرات الدار البيضاء 2003، قناة العربية، 16 ماي 2008.

### تاسعا: الوثائق الرسمية

- 1) وثائق مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية باتنة، 2013.
- 2) قانون المالية التكميلي لسنة 2015 (ج ر رقم 276 مؤرخة في 23-01-2015).
- 3) الدليل الإقتصادي والإجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، الجزائر، 1989.
- 4) تقرير صادر عن مديرية السياحة لولاية قسنطينة.
- 5) وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية.
- 6) وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 02: المخطط الإستراتيجي، البرامج الخمس.
- 7) وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب 03: الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز.
- 8) وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

### عاشرا: المواقع الإلكترونية

1) [www.tourisme.gov.ma](http://www.tourisme.gov.ma)

## قائمة المصادر والمراجع

- 2) <http://www.arab-tourismorg.org/index.php/research/competitive-tourism-andtravel>
- 3) <http://www.aljazeera.net>
- 4) <https://ar.wikipedia.org>
- 5) وزارة تهيئة الإقليم البيئية والسياحة، الديوان الوطني للسياحة، الواحات بوابة الصحراء.  
[WWW.ont-dz.org](http://WWW.ont-dz.org)
- 6) الديوان الوطني للسياحة، الهقار والطاسيلي عالم من الطمأنينة.  
[WWW.ont-dz.org](http://WWW.ont-dz.org)
- 7) حمام الصالحين المعدني: منبع إنتعاش السياحة الحموية ببسكرة.  
<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/reportage/66555.html>  
[WWW.amci.ma](http://WWW.amci.ma)
- 8) الموسوعة العربية، الأطلس-جبال، المجلد الثاني، العلوم الإنسانية، التاريخ والجغرافيا والآثار.  
[www.arab-ency.com](http://www.arab-ency.com)
- 9) موقع المملكة المغربية الشريفة، المغرب: الجغرافيا والطبيعة
- 10) الجامعة الوطنية المغربية لجمعيات ومراكز ونوادي اليونيسكو، جغرافية المغرب.  
[www.federation-unesco.ma](http://www.federation-unesco.ma)
- 11) السلاسل الجبلية والقمم الرئيسية في المغرب.  
[www.arifonet.org.ma](http://www.arifonet.org.ma)
- 12) عناصر دولة، السمات الجغرافية لموقع المغرب.  
[www.islamicnezs.net](http://www.islamicnezs.net)
- 13) يومية الأوسط، زكورة حاضرة السياحة الصحراوية في المغرب، العدد 9360، السعودية.  
[www.aawsat.com](http://www.aawsat.com)
- 14) منتدى السياحي، حمامات مولاي يعقوب بمدينة فاس بالمغرب.

## قائمة المصادر والمراجع

15) منتديات مختار، حمامات مولاي يعقوب المغربية الإستشفائية.

16) صحراء الجزائر، متحف ضخم في الهواء الطلق على الموقع الإلكتروني.

<http://www.elwaha.com/siaha>

17) غرابيبة خليف مصطفى، السياحة الصحراوية تنمية الصحراء في الوطن العربي. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2012.

[www.ayem.dz.com/index](http://www.ayem.dz.com/index)

18) المعهد الوطني للآثار، عرض من إيكوزيوم إلى الجزائر.

[www.djazairwes.info/culture](http://www.djazairwes.info/culture)

19) وزارة الثقافة، المتحف الوطني للفنون الجميلة.

[www.m-culture.gov.dz](http://www.m-culture.gov.dz)

20) Journal en continu du GRAN, Musée national du bardo, Alger, 07/07/2005.

[www.archeonavale.org](http://www.archeonavale.org)

21) نادي السياحة الجزائرية، المتحف الوطني باردو.

[www.4algeria.net](http://www.4algeria.net)

22) وكالة الأنباء الكويتية كونا، رئيس البرلمان العربي الإنتقالي يزور متحف المجاهد والجيش بالعاصمة، الجزائر.

[www.kuna.net.kw](http://www.kuna.net.kw)

23) جوردان لاند، مجلة متخصصة في مجالات العقار والإستثمار والبناء، ثاني أكبر المدن الجزائرية... وهران.... وصفها ابن خلدون بجنة الحزين.

[www.jourdanland.net](http://www.jourdanland.net)

24) يومية الأيام، متحف شرشال يستفيد من عملية تثمين أروقته، العدد 1118، الجزائر.

[www.elayem-dz.com](http://www.elayem-dz.com)

25) الجمهورية الجزائرية، مجلس الأمة، الحلّي والصياغة.

[www.majliselouma.dz](http://www.majliselouma.dz)



## قائمة المصادر والمراجع

26) الجمهورية الجزائرية، مجلس الأمة، الطرز.

[www.majliselouma.dz](http://www.majliselouma.dz)

27) مفكر محمد، الصناعة التقليدية في الوطن العربي، وزارة السياحة والصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، المغرب.

[www.alecso.org.tn](http://www.alecso.org.tn)

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

<http://www.minculture.gov.ma>

28) وزارة السياحة، النقل البحري، الصناعة التقليدية والإقتصاد الإجتماعي، برنامج التراث والموروث، المملكة المغربية.

[www.tourisme.gov.ma](http://www.tourisme.gov.ma)

29) حكومة المملكة المغربية، المجتمع والثقافة: عادات وتقاليد.

[www.maroc.ma](http://www.maroc.ma)

<http://www.andi.dz>

30) الديوان الوطني للإحصائيات.

[WWW.ons.dz](http://WWW.ons.dz)

31) <https://www.finances.gov.ma>

32) <https://smit.gov.ma>

33) <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/243>

34) [www.ons.dz](http://www.ons.dz)

35) <http://www.arab-tourismorg.org/>

36) <http://www.editions-harmattan.fr>

حادي عشر: الكتب باللغة الأجنبية

1) (UNWTO) World tourism organisation, "tourisme Highlight", 2009).

- 2) Aydalot Philipe, "économie régional et urbain" ED, Económica, paris, 1985.
- 3) forum marocain du tourisme, "évolution de la capacité d'hébergement dans les hôtels classées durant la période 2000-2004, 2004-2008".
- 4) forum marocain du tourisme, "évolution des principaux indicateurs touristiques durant la période 1986-2004, 2000-2008 ».
- 5) Franklin Adrian, Tourism: An introduction. First published ,London: British Library Cataloguing in publication data ,2003.
- 6) Gilman Lara, le tourisme comme levier de développement local économique local dans les projets.
- 7) Gouttebe jean Yves, stratégie de développement territorial, Ed Económica, paris, 2003.
- 8) Greffe Xavier: Le développement local, Paris, L'Aube, DATAR, Bibliothèque des Territoires, 2002.
- 9) Guigou jean louis, " le développement local: espoir set freins", Ed, economica, paris, 1986.
- 10) Heddar Belkacem, rôle socio-economique du tourisme en Algérie, (Alger: Edition ENAP/ENAL/OPU, 1988.
- 11) Johanna Marie, Jérémy Bizet et autres, le tourisme, un levier pour le développement local Université de Versailles ST-quentin-En-yvelines.
- 12) Joyal Andre, le développement local, Edition de l'IQRC,2002.
- 13) Lajugie joseph, defauld pierre et lacour claud, espace régional et aménagement du territoire, Edition Dalloz, paris, 1979.
- 14) Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires.

- 15) Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, Schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, livre 03 les sept pôles touristiques d'excellente, janvier 2008.
- 16) Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 03 les sept pôles touristiques d'excellente (POT).
- 17) Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, Schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, livre 05 les projets prioritaires touristiques.
- 18) Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 03, les sept pôles touristiques d'excellente.
- 19) Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, audit du tourisme algérien, livre01.
- 20) Ministère du tourisme, "statistiques touristiques", Algérie, 1987.
- 21) Ministre du tourisme, Forum Marocain du tourisme, rapport d'évaluation Marocain durant la période 2000–2008,"évolution des arrivées des touristes étrangères de séjour aux postes frontières (février 2009).
- 22) office national des statistiques (Algérie) et ministère du tourisme et de l'artisanat "tourisme; répartition des hôtels et établissement assimilées par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008).
- 23) Office national des statistiques et ministre du tourisme et de l'artisanat. "Tourisme evolution de la balance de payment poste voyages, 1990-2004.
- 24) Royaume du Maroc, administration du tourisme" vision 2010 et avenir: vision 2010 et bref".
- 25) Royaume du Maroc, administration du tourisme, "tourisme en chiffres: évolution annuelles des arrivées des touristes par nationalité".

- 26) SDAT 2025, le plan stratégie: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristique prioritaires, livre 02.
- 27) SDAT 2025, les sept pôles touristiques d'excellente, livre 03.
- 28) SDAT 2025, livre 02 le plan stratégique: les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaires.
- 29) Sellal Mokhtar . production touristique, politique touristique. gestion touristique, Alger: société nationale d'Édition et de diffusion, 1980.
- 30) Stafford Jean, Développement et tourisme au Maroc, Montréal: l'Harmattan, 1996.
- 31) World economic forum, "the global competitiveness report 2009 "Geneva, Switzerland, (2009).
- 32) world travel and tourism council," travel and tourism leaders forecast continued growth for 2008".