



ملف صحفي



المناظرة الدولية
السابعة للسياحة
فاس 2007

فرص جديدة!

28 و 29 أبريل



السياحة

مرحبا بكم في فاس، العاصمة الروحية و الثقافية للمغرب.

بفضل موقعها الجغرافي الذي ظل ملتقى للثقافات و الحضارات (العربية-الأندلسية، البربرية، اليهودية، المسيحية، الإسلامية) و بفضل تاريخها الممتد عبر أكثر من ألف سنة، فإن فاس و التي تعد من أعرق مدن المملكة تزخر بثقافة غنية و متنوعة على جميع الأصعدة: العمران، الفلسفة، الصناعة التقليدية، الطبخ، الموسيقى، العلوم...

و قد صنفت مدينتها العتيقة و هي الأكبر في العالم العربي تراثا إنسانيا من قبل اليونسكو. وتضفي رياضاتها و قاعات الضيافة و الحمامات إرثا عمرانيا يزيد عمره عن ألف سنة، حيث يلتحم ما هو هندسي بما هو روحي، و حيث تجد لكل شكل زخرفي معنى. و تعبر الساحات و الأحواض المفتوحة و النافورات و الأقواس المسننة بالحص الأبيض و الزليج فائق الزخرفة عن روعة الفن المورسكي.

كما سنكتشفون قصورا و بلاطات تملك أشهر و أشهى فنون الطبخ.

و للتعرف أكثر على هذه المدينة العتيقة، يمكنكم المشاركة في الأحداث المختلفة (مهرجانات، حفلات موسيقية، ندوات، مواسم) أو التجوال عبر الأزقة الضيقة للمدينة العريقة.

العديد من رجال الفكر و العلم مثل ابن خدون و ابن رشد و الميموني و ابن عربي عاشوا مدة من حياتهم بمدينة فاس.

فاس مدينة مناسبة لمزاولة مختلف الرياضات الرفيعة (الفروسية، التنس بأكاديمية هنري لوكنت، ملعب الغولف من 18 حفرة ...) و الاستمتاع بالحمامات و مراكز العلاج بالمياه المعدنية، كما يمكنكم الاستفادة من حصص للعناية بالجمال على الطريقة المغربية داخل قصور شبيهة بحكايات ألف ليلة و ليلة.

نتمنى لكم إقامة ممتعة بفاس.

www.visitfes.org

رؤية 2010

نظرا لتوفره على تراث ثقافي غني و متنوع و على معطيات طبيعية هامة، فإن المغرب قد وقع اختياره على قطاع السياحة و ذلك عبر وضع استراتيجية تطوعية للتمنية السياحية قادرة على خلق تنمية مستدامة و مندمجة.

تعد 2001 سنة القطيعة مع السياسة السياحية التي ظلت متبعة في الماضي. حيث أعطى الخطاب الملكي الذي ألقاه صاحب الجلالة الملك محمد السادس في 10 يناير 2001 بمراكش خلال الملتقى الوطني للسياحة، الانطلاقة لسياسة سياحية جديدة.

تنمية سياحية مستدامة و مندمجة

لقد تبنى المغرب استراتيجية طويلة الأمد لاصلاح قطاع السياحة. و وعيا منها بأهمية هذا القطاع، فإن الحكومة عازمة على جعل السياحة فاطرة للاقتصاد الوطني منذ التوقيع على الاتفاق الإطار بين الحكومة و الكنفدرالية العامة للمقاولين المغاربة، و ذلك تحت الرئاسة الفعلية لصاحب الجلالة محمد السادس في 10 يناير 2001. و قد تلى هذه الخطوة توقيع إتفاق تفعيل الإتفاق الإطار في 29 أكتوبر 2001 من أجل دعم التزام الطرفين بتطبيق السياسة السياحية الجديدة «رؤية 2010» .

أهداف واضحة و مبينة بالأرقام

إن الأهداف المسطرة طموحة كما و حتما. و تتبنى رؤية 2010 الأهداف التالية:

- على مستوى تدفق السواح، من المتوقع بلوغ 10 ملايين سائح من بينهم 7 ملايين سائح أجنبي (قياسا مع رقم 6,5 ملايين سائح خلال 2006).
- على مستوى البنيات الفندقية سيتم توفير 160.000 سرير إضافي، 130.000 منها مخصصة للمحطات الشاطئية و 30.000 للوجهات الثقافية في المملكة، لترتفع بذلك القدرة الاستيعابية إلى 230.000.
- الاستثمارات: سيبلغ حجم الاستثمارات 8 إلى 9 ملايين أورو، تخصص لتجهيز المحطات الشاطئية الجديدة و البنيات التحتية و الفنادق و التنشيط.
- المداخل: يصل حجم المداخل المتوقعة 48 مليار أورو.
- التشغيل: سيتم توفير 600.000 منصب شغل جديد.
- مساهمة السياحة في الناتج الوطني الإجمالي: يرتقب أن ترتفع سنويا ب8.5% لتصل 20% في حدود 2010.

الأوراش الستة الكبرى

من أجل تمكين السياحة من لعب دورها الكامل كمحرك للتنمية الاجتماعية و الاقتصادية للمغرب، فقد تم اعتماد ترسانة من التدابير و الاجراءات، رفقة مخططات للتطبيق و التتبع و التقييم. و تشمل «رؤية 2010» ستة ورشات رئيسية ستخول تحقيق أهداف هذه الاستراتيجية. و تغطي هذه الورشات الانتاج و التكوين و النقل الجوي و التسويق و الاتصال و البيئة و التنظيم المؤسستي.

- الطاقة الاستيعابية: رفع الطاقة الاستيعابية إلى 230.000. سيتم توفير 160.000 سرير، منها 130.000 مخصصة للمحطات الشاطئية و 30.000 للوجهات الثقافية
- تكوين 70.000 مهني في المجالات التالية:
 - الفنادق
 - الطعامة
 - النقل السياحي
 - المرشدون السياحيون (التنشيط و الارشاد)
- النقل الجوي: الموازنة بين ارتفاع الأسرة و ارتفاع الكراسي
- التسويق: تسويق عصري و موجه، رفع الميزانية المخصصة، ولوج شبكات التوزيع، التسويق الالكتروني
- تحسين الاستقبال و جودة الخدمات و التنشيط

1. المنتج

يمكن ملاحظة التنافس الذي يشهده قطاع السياحة بين مختلف جهات المغرب. فخلال 5 سنوات، تم إنشاء أقطاب سياحية جديدة، كما توجد أخرى في طور الإنجاز. و قد قام المغرب بتطوير مخطط لإنشاء 6 محطات سياحية متكاملة في ست مواقع باسم «مخطط أزور» وهي: السعيدية (وجدة)، اللكسوس (العرائش)، مازاكان (الجديدة)، موكادور (الصويرة)، تغازوت (أكادير)، و الشاطئ الأبيض (كلميم). ويهدف مخطط أزور إلى توفير 130.000 سرير، منها 85.000 سرير فندقية في أفق 2010.

6 stations balnéaires nouvelle génération

5 stations concédées

La 5ème : Taghazout concédée en Mai 2006



السعيدية

تمنح لكم الشمس و الشاطئ، و تقع على بعد 40 دقيقة من المطار الدولي وجدة-أنكاد، وتبعد بمسافة ساعتين عن العواصم الأوربية. يمكن للسواح مزاوله العديد من الأنشطة (الترفيه و التنشيط، ملاعب الغولف، خرجات في المنطقة، التمتع بمراقبة الحيوانات و النباتات)، كما يمكنهم الاستفادة من إقامة غنية بالتجارب.

المستهدفون

- السواح الأوربيون الذين يفضلون السياحة الشاطئية و/أو السياحة النشطة: الرياضات المائية، الغولف و رياضات أخرى.
- يبحث السواح المغاربة عن الشمس و الشاطئ، و عن جو هادئ بعيد عن ضوضاء المدن الكبرى.
- السواح الأوربيون و المغاربة المهتمون بالفضاءات السياحية البيئية و بمراقبة الأنواع الحية النادرة (حيوانات و نبات).

أنشطة موازية

تجهيزات خاصة بالترفيه و التنشيط:

- 3 ملاعب غولف من 18 حفرة
- قرية خاصة بالفنون التقليدية
- جناح للمعارض
- مطاعم
- مراكز للترفيه
- قصر المؤتمرات
- مركز للعلاج بالمياه المعدنية
- عيادة
- منتزه مائي
- تجهيزات رياضية

ميناء للترفيه:

- ورش لإصلاح السفن
- مدرسة للمراكب الشراعية و مطعم
- كراء المراكب
- متحف بحري

السعيدية	
فاديسا	المقاول
713 هكتار	المساحة الاجمالية
17000 سرير	الطاقة الاستيعابية
12 مليار درهم	المبلغ الاجمالي للاستثمار
أبريل 2004	بداية الأشغال
2007	افتتاح أول وحدة فندقية
2009	انتهاء الأشغال

اللكسوس

يستمد هذا الموقع إسمه من المدينة الأثرية الفينيقية، و يشرف على المحيط الأطلسي و يبعد ب 80 كلم عن مدينة طنجة الأسطورية. و يمتد موقع اللوكسوس على مساحة تفوق 461 هكتار. و بالإضافة إلى شواطئه العذراء، فإن الموقع يتمتع بواجهة بحرية و نهريية. و يغطي الموقع غلاف غابوي و تحيط به تلال فلاحية.

إن محطة اللوكسوس القائمة على «الصحة و الطبيعة و الراحة» ستوفر مجموعة من المنتجات قادرة على إرضاء مختلف السواح: استكشاف الطبيعة، علاج بدني، أنشطة متعلقة بممارسة الغولف، الصيد، الفروسية و الزيارات للموقع الأثري لللكسوس، و المدينة العتيقة للعرائش...

المستهدفون

- السواح الأوربيون عموما و الفرنسيون و الألمانيون و الانجليز خصوصا.
- السواح المغاربة الباحثون عن الشمس و الشاطئ، و عن جو هادئ بعيد عن ضوضاء المدن الكبرى.
- الطبقة المتوسطة و المتوسطة/العليا، الأشخاص البالغون أكثر من 35 سنة و الأزواج القاطنون بالمدن الكبرى.

أنشطة موازية

اللكسوس	
المقاول	طوماس و بيرون/اتوليهيه /أوركو
المساحة الاجمالية	461 هكتار
الطاقة الاستيعابية	12000 سرير
المبلغ الاجمالي للاستثمار	6 ملايين درهم
بداية الأشغال	فبراير 2006
افتتاح أول وحدة فندقية	بداية 2009
انتهاء الأشغال	نهاية 2015

تجهيزات خاصة بالترفيه و التنشيط:

- ملعب غولف من 18 حفرة
- قرية سياحية
- فضاءات للتجارة و التنشيط و الثقافة
- فضاءات للرياضة و الترفيه
- مركز للفروسية

مازاكان

تبعد المحطة الشاطئية مازاكان ب 80 كلم عن مدينة الدار البيضاء، عاصمة المغرب الاقتصادية، قرب أكبر مطار دولي في المملكة. و يحد هذه المحطة واد أم الربيع شمالا و العزامة، و مدينة أزموور و في الجنوب بمدينة الجديدة. يحيط بالمحطة الشاطئية غابة من الاكالبتوس و تمتد على 15 كلم من الشواطئ على مساحة 500 هكتار.

المستهدفون

- السواح الأوربيون الذين يفضلون السياحة الشاطئية و/أو السياحة النشطة: الرياضات المائية، الغولف و رياضات أخرى.
 - ألمانيا، بريطانيا، فرنسا، إيطاليا.
 - الفئة العمرية: 25-44 سنة.
 - الفئة الاجتماعية: المتوسطة و العليا.
- السواح المغاربة الباحثون عن الشمس و الشاطئ، و عن جو هادئ بعيد عن ضوضاء المدن الكبرى.

مازاكان	
المقاول	ريزورت. ش.م
المقاول الموكل	كزنير\استثمار\ADMAM \DAMOS\GDC AMCM
المساحة الاجمالية	504 هكتار
الطاقة الاستيعابية	3700 سرير
المبلغ الاجمالي للاستثمار	6.3 ملايين درهم، منها 3 ملايين خلال المرحلة الأولى
بداية الأشغال	2007
افتتاح أول وحدة فندقية	2009
انتهاء الأشغال	2018

أنشطة موازية

- مركز للتكوين/ الاجتماعات/المؤتمرات
- مركز للتنشيط
- قاعة الحفلات
- نادي شاطئي
- مركز للعلاج بمياه البحر
- مقاهي
- مطاعم
- مركز رياضي عصري

موكادور

تمثل الصويرة والتي تعد تراثا إنسانيا عالميا و أرضا للتعايش، و الموسيقى والفن، إلى جانب مراكش و أكادير المثلث الذهبي في السياحة المغربية. و توجد محطة موكادور الشاطئية على بعد 4 كلم من مدينة الصويرة و 15 دقيقة عن المطار الدولي الصويرة- موكادور.

و تقع مدينة الصويرة في موقع مركزي على الساحل الأطلسي، على مسافة 170 كلم غرب الدار البيضاء، و 170 كلم شمال أكادير. موكادور عبارة عن غلاف غابوي مطل على المحيط، ممتد على مساحة 500 هكتار، و 12 كلم من الشواطئ. و يخترق المحطة واد قصب، كما أنها تشرف على المدينة العتيقة للصويرة و على محمية جزيرة موكادور الطبيعية.

المستهدفون

- السواح المستهدفون بالدرجة الأولى ينتمون إلى طبقة اجتماعية-ثقافية متوسطة و عليا، تبحث في رحلاتها عن الأصالة دون إهمال الرفاهية و جودة الخدمات. فنتهم العمرية ما بين 30 و 55 عاما، و يتميزون بالحيوية و يفضلون السياحة النشطة. و يشكلون ثلثي السياح المستهدفين.
- الفئة الأخرى من السواح ينحدرون من نفس الطبقة الاجتماعية-الثقافية، و تبحث هي الأخرى في رحلاتها عن الأصالة، غير أن فنتهم العمرية ما بين 20 و 30 عاما، لا تجعلهم يملكون نفس القدرة الشرائية كالفئة الأولى. يتميزون بالحيوية و يفضلون السياحة النشطة. نسبة منهم سيتحولون مع الوقت إلى الفئة الأولى. و تمثل هذه الفئة ثلث السياح المستهدفين.
- أغلب السواح المستهدفين هم من دول أوربية.

أنشطة موازية

موكادور	
أكور اتوماس وبيرون اكوبيير- أوركو	المقاول الموكل
580 هكتار	المساحة الاجمالية
6800 سرير	الطاقة الاستيعابية
6.8 ملايين درهم	المبلغ الاجمالي للاستثمار
2006	بداية الأشغال
2009	افتتاح أول وحدة فندقية

- ركز للتنشيط
- قاعة الحفلات
- نادي شاطئي
- مركز للعلاج بمياه البحر
- مقاهي
- مطاعم
- مركز للمؤتمرات
- ملاعب غولف
- المدينة العتيقة

تغازوت

تقع محطة تغازوت على بعد 15 كلم من أكادير والتي تعد أول وجهة شاطئية في المملكة. وتبعد تغازوت ب 300 كلم عن مدينة مراكش و ب 170 كلم عن الصويرة. أقرب مطار من هذه المحطة هو مطار المسيرة الدولي بأكادير، على بعد 400 كلم من محطة تغازوت.

و زيادة عن المعطيات الطبيعية الفريدة، فإن موقع تغازوت يتميز بمناخ شبه جاف مع تساقطات مطرية لا تتجاوز 40 يوما في السنة و أكثر من 3000 ساعة مشمسة سنويا. كما أن الجو يظل معتدلا و مشمسا ما بين شهر نونبر و مارس. وتسمى محطة تغازوت الشاطئية لجذب سياح من المستوى الرفيع.

تغازوت	
شركة تغازوت ريزورت	المقاول
كولوني كابيتال/ساتوكان/لوبيسان	المستثمرون المساهمون
620 هكتار	المساحة الاجمالية
18000 سرير	الطاقة الاستيعابية
20 مليار درهم	المبلغ الاجمالي للاستثمار
يناير 2007	بداية الأشغال
يوليوز 2009	افتتاح أول وحدة فندقية
نهاية 2016	انتهاء الأشغال

الشاطئ الأبيض

في وسط التلال الرملية المطلة على جزر الخالدات، يوجد الشاطئ الأبيض الساحر. ويبعد ب 250 كلم جنوب أكادير، بالقرب من كلميم و مطارها الدولي و منتزهها البيئي الممتد على طول 250 كلم. و يمتد الشاطئ الأبيض على مسافة 42 كلم من تلال الرمل الأبيض.

تتميز محطة الشاطئ الأبيض بمناظر طبيعية فريدة و بيئة طبيعية نقية و بجو معتدل جد مناسب للسياحة الشاطئية على طول السنة. و باعتمادها لمفهوم جديد يقوم على الواحة وسط البحر، فإن الشاطئ الأبيض سيشكل محطة من الجيل الجديد تراعي جميع الشروط البيئية.

الشاطئ الأبيض	
المقاول	المحادثات جارية مع فاديس
الطاقة الاستيعابية	19500 سرير
المبلغ الاجمالي للاستثمار	10 ملايين درهم
بداية الأشغال	2008
افتتاح أول وحدة فندقية	يوليوز 2012
انتهاء الأشغال	نهاية 2016

- وحدات فندقية (5* و 4* و قرى سياحية) بطاقة استيعابية تقدر ب 5.300 سرير،
- إقامات سياحية بطاقة استيعابية تقدر ب 7.400 سرير،
- ملعب غولف من 18 حفرة، مركز للصناعة التقليدية، مركز تجاري، مركز للعلاج بالمياه المعدنية، و مراكز للترفيه،
- وحدات سكنية بطاقة استيعابية تقدر ب 10.500 سرير، أي ما يعادل 2200 شقة و فيلا.

تامودا باي



تلك هي العلامة الإسمية الجديدة واسم التسويق للساحل المتوسطي لمنطقة لمضيق فينديق، "تامودا باي". سيكون تامودا باي من الآن فصاعدا هو الهوية الجديدة للشاطئ التطواني. هذه الهوية الجديدة سوف تجعل المدينة في مصاف باقي المصطافات البحرية المتوسطية، مع إعطائها نكهة خاصة ومختلفة، وذلك حتى تتمكن من استغلال الفرص السياحية كما ينبغي وحتى تتبوأ مكانة مميزة في المشهد السياحي المغربي والمتوسطي. وستكون منطقة تامودا التي سوف تجهز بثمانية فنادق مطلة على البحر، بقدرة استيعابية تصل إلى 5000 سرير، و بأربعة ملاعب غولف، جاهزة للتسويق ابتداء من 2009. كما أن ثمة العديد من الفضاءات التي سوف تخصص لإنشاء بنايات تحتية ترفيهية (مارينا، حدائق، مطاعم، فضاءات رياضية....)

السياحة الحضرية والثقافية

بالنسبة للمنتوج الثقافي، فقد طور المغرب خطة سياحية أطلق عليها اسم "مدائن"، والتي ترمي إلى خلق 75000 سرير إضافي، عن طريق مخططات جهوية للتنمية السياحية وتطوير الجهات السياحية الموجودة حاليا، منها طنجة، مراكش، الرباط، فاس، مكناس، الدار البيضاء، و ورزازات.

وقد حددت هذه المخططات الجهوية للتنمية السياحية أهدافا معينة لكل وجهة سياحية بحسب عدد الليالي السياحية والقادمين والطاقة الاستيعابية والزبناء المستهدفين...

وقد اعتمد المغرب من أجل تطوير هذه المخططات على ثروات وإمكانيات كل منطقة من المناطق المستهدفة على حدة. تشكل المنتوجات السياحية المميزة للمغرب (المدن العريقة، القصور والمداشر، القصبات...) وتنوع الإمكانيات (معمار، فن الطبخ، الأزياء التقليدية، الصناعة التقليدية، الفنون الشعبية...) هذه كلها عناصر تقوي مكانة المنتوج السياحي المغربي على المستوى العالمي.

2. النقل الجوي

وعيا منه أن النقل الجوي هو مكون أساسي من مكونات التكرور الاقتصادي والاجتماعي، تبنى المغرب خلال هذه الأعوام الأخيرة سياسة تحريرية لهذا القطاع على المستويات الجهوية والإقليمية والوطنية.

وقد جاءت مجهودات فتح خطوط جوية جديدة في اتجاه المغرب بناء على تطور العرض السياحي للمغرب خاصة افتتاح وحدات فندقية جديدة.

لقد وضعت "رؤية 2010" الخاصة بالمجال السياحي سلسلة من التحديات أمام مجال النقل الجوي. وقد كان من الضروري تطوير النقل الجوي الداخلي من أجل تطوير أعداد القادمين للسياحة بشكل كبير:

- يجب أن يتحول عدد المسافرين الجويين الدوليين من 5,8 مليون إلى 15,6 مليون في السنة.
- يجب أن يتطور عدد الرحلات الجوية الدولية من 600 إلى 1300 أسبوعيا،
- ينبغي أن تتطور نسبة الرحلات الجوية من نقطة إلى نقطة نحو المدن المغربية (وبدون توقف في الدار البيضاء) من 40% إلى 60%.

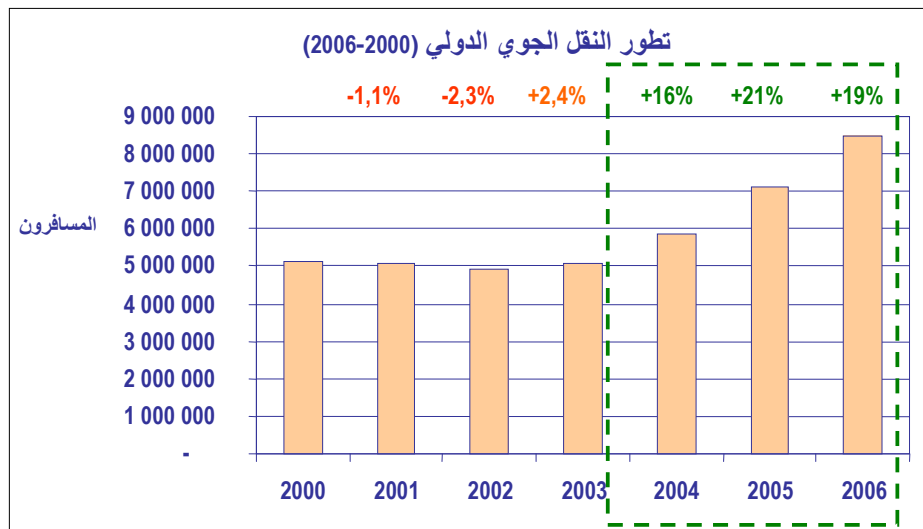
وهكذا، وبعد دراسة معمقة، وبعد الاتفاق بين قطاع السياحة والفاعلين الجويين الوطنيين، حددت وزارة التجهيز والنقل وشرعت في العمل بسياسة لتحرير قطاع النقل الجوي وفتح الأجواء المغربية.

منذ إطلاق سياسة التحرير هذه عام 2004، وتوقيع اتفاق "الأجواء المفتوحة" مع الاتحاد الأوربي عام 2006، عرف قطاع النقل الجوي في المغرب تحولا حقيقيا على مستويات عدة:

- على مستوى الفاعلين، تعزز الأسطول الجوي الوطني بشركتي جديدتين اقتصاديتين من حيث الأسعار (شركة أطلس بلو وشركة جيت فور يو) وهو ما مكن الفاعلين المحليين من احتلال مكانة مهمة في عملية تطوير القطاع رغم الطابع التنافسي الحاد المميز للأجواء المغربية. وبالنسبة للفاعلين الأجانب، فعلى مستوى 44 شركة التي تقوم برحلات منتظمة نحو المغرب خلال 2007، هناك 22 شركة لم تدخل الأجواء المغربية إلا بعد تحرير القطاع بداية 2004،
- على مستوى الطلب، مافتئ الطلب الجوي العالمي يتزايد من 5,2 مليون مسافر عام 2003 إلى 8,5 مليون عام 2006، أي بزيادة قدرها 60 بالمائة خلال ثلاث سنوات.
- على مستوى العرض، بلغ مستوى العرض الدولي 850 رحلة في الأسبوع مع نهاية 2006 مقابل 560 رحلة أسبوعيا عام 2003، مع المزيد من الرحلات التي تربط مباشرة المغرب بعدة اتجاهات أجنبية (66 مطارا عام 2006 مقابل 43 مطارا فقط عام 2003).

لائحة شركات النقل الجوي المنتظمة في المغرب منذ تحرير القطاع في فبراير 2004

البلدان	الشركات
 ألمانيا	Air Berlin, Hapag Lloyd Express, Hapagfly
 إنجلترا	Easyjet, Thomsonfly
 بلجيكا	SN Brussels Airlines, Jetairfly, Thomas Cook Airlines
 الإمارات العربية المتحدة	Etihad Airways
 اسبانيا	Air Europa, Top Fly (Iles Canaries), Binter Canarias (Iles Canaries), Naysa (Iles Canaries)
 فرنسا	Corsair, Aigle Azur
 أيرلندا	Ryanair
 إيطاليا	Neos, Air One, My Way
 ليبيا	Buraq Air
 المغرب	Atlas Blue, Jet4You
 تركيا	Turkish Airlines
 سويسرا	Helvetic Airways



3. الترويج:

منذ عام 2003، حدد المكتب الوطني المغربي للسياحة، وهو الهيئة المكلفة بالترويج للمغرب كوجهة سياحية، ستة بلدان ذات أولوية، ركز عليها إمكانيات العمل المتوفرة لديه. ويتعلق الأمر هنا بفرنسا وإسبانيا والمملكة المتحدة وألمانيا وإيطاليا واليابان والبينيولوكس. وسرعان ما آتت هذه المقاربة أكلها. وهكذا سجل المغرب، على مستوى هذه الأسواق الستة، ارتفاعا قدره 30% بوصول سبعمائة ألف سائح جديد. وهي نتيجة ذات دلالة، حيث ساهمت وحدها بنسبة 65% من الارتفاع الإجمالي للقادمين إلى المغرب.

من جهة أخرى، شرع المكتب الوطني المغربي للسياحة في تطبيق استراتيجية تلقائية تهدف إلى الرفع من نصيب المغرب من السوق في كل من البلدان الستة المستهدفة. وهكذا، تم التوقيع على العديد من اتفاقيات الشراكة مع بعض شركات السياحة الرائدة التي تتوفر على شركات طيران خاصة بها، ومن بين هذه الشركات أليبتور (نيوس)، تي يو أي البلجيكية (جيت إير فلاي)، نوفيل فرانكفورت (كورسير)، تي يو أي من المملكة المتحدة (طومسون فلاي)، غلوباليا (أير أوروبا)، طوماس كوك (طوماس كوك إيرلاين)، وهم شركاء تميزوا بتسخير ربط جوي وإطلاق عمليات تسويق مشترك وتنشيط قنوات البيع.

بالموازاة مع ذلك، أطلق المكتب الوطني المغربي للسياحة استراتيجية تسويق إلكتروني تهدف إلى تدعيم المغرب كوجهة سياحية في أكبر مواقع الأسفار. في هذا الإطار، تم توقيع اتفاق شراكة على المستوى الأوروبي مع الموقع الإلكتروني لاست مينيوت دوت كوم (Lastminute.com) وهو واحد من المواقع الرائدة في مجال بيع الأسفار على الأنترنت. ويهدف هذا الاتفاق إلى تحقيق ثلاثة أضعاف الرحلات نحو المغرب انطلاقا من المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا وإيطاليا والتي ينتظر أن تصبح 300000 سفرة مع سنة 2009. كما يهدف الاتفاق أيضا إلى تسجيل 380 فندقا مغربيا على المواقع التابعة ل Lastminute.com في أفق 2009. وهناك اتفاقات من نفس النوع جارية الآن مع كل من إكسبيديا وأوبودو.

وفي النهاية، ومن أجل إنجاح سياسته التسويقية، تبنى المكتب الوطني المغربي للسياحة طريقة علمية من أجل معرفة أفضل بالزبون وبالأجزاء ذات الأولوية من الأسواق الرئيسية. وقد تم البدء في إجراء دراسات كمية ونوعية تسمح للمكتب الوطني المغربي للسياحة بالإحاطة أكثر بعمليات الشراء، وسلوك الزبناء ومواصفاتهم، وهي الدراسات التي أفرزت خطط عمل كل واحدة منها موجهة إلى جزء معين من الأسواق.

الأكاديمية المغربية للأسفار

بهدف توفير عقد دائم وتكوين أكبر عدد من مهنيي الأسفار بالخارج، وضع المكتب الوطني المغربي للسياحة نظام تكوين على الأنترنت لتطوير المنتج السياحي المغربي، وتمكين مهنيي الأسفار من أدوات البيع الملائمة لعرض المغرب كوجهة سياحية. وبالإضافة إلى أهمية هذه الطريقة التي تهدف إلى تجاوز طرق التكوين التقليدية (فام تريب، عمليات بي إر في، الزيارات) فإن الهدف هو الوصول إلى مهنيي الأسفار المتواجدين في أسواق مختلفة مرسله، وذلك بإعطائهم برنامج تكوين عملي ومناسب عن العرض السياحي المغربي.

وفي هذا الإطار، شرع المكتب الوطني المغربي للسياحة عام 2006 في خلق الأكاديمية المغربية للأسفار، وهي موقع تكويني سهل وفريد من نوعه، موجه بالأساس إلى مهنيي الأسفار والذي يقدم كما يلي:

- 1- فصل تكويني مكون من عشر وحدات،
- 2- اختبار في شكل استمارة أسئلة مع الاختيارات في نهاية كل وحدة،
- 3- نظام تنقيط أوتوماتيكي لكل وحدة،
- 4- نظام مراسلة إلكتروني لتوزيع شواهد المرور،
- 5- تبادل دائم مع مهنيي الأسفار من أجل تصحيح أو تتبع أو توفير المعطيات اللازمة للتعريف بالمنتج السياحي المغربي.
- 6- التخفيض الأوتوماتيكي للأسعار للمهنيين الذين أنهوا بنجاح الوحدات العشر، وتوجيههم بلقب خبراء في المعرفة بالمنتج السياحي المغربي.

وقد أطلق هذا المشروع من قبل بعثات المكتب الوطني المغربي للسياحة إلى المملكة المتحدة وألمانيا، حيث عرف إلى نهاية 2006 مشاركة 3600 مهني سفر (600 مهني من المملكة المتحدة و3000 مهني من ألمانيا)، وهو الشيء الذي سيمكن لاحقا من تكوين نادي وكالات الأسفار "سفرء وجهة المغرب".

4. التكوين

من أجل مواكبة إطلاق رؤية 2010، وضع المغرب استراتيجية وطنية للتكوين السياحي (خطة التنمية المدمجة)، والتي تهدف إلى تغطية الخصائص في الموارد البشرية وضمان معادلة جيدة تجمع التكوين والعمل، أما الهدف المرجو بلوغه في أفق 2010 فهو تكوين حوالي 75000 شخص. وهكذا، تطورت بين عامي 2001 و2006 قدرة الاستقبال لدى مؤسسات التكوين:

- التكوين المهني: مكنت الجهود المبذولة من مضاعفة عدد المتدربين بشكل كبير، ليتحول عدد المسجلين في مؤسسات التكوين المهني التابعة لوزارة السياحة من 2660 خلال الموسم الدراسي 2001-2002 ليصبح 4033 عام 2005-2006، وهو ما يعني زيادة قدرها 52%.
- التكوين بالتدرج المهني: تأتي هذه الطريقة في التكوين من أجل تدعيم التكوين الأولي، وذلك بالاعتماد على الإمكانيات التكوينية للمقاولات المتوسطة والصغرى، والتي تسمح للشباب الذين انقطعوا عن الدراسة أن يكتسبوا، عبر ممارسة مهنة يختارونها، الخبرات والمؤهلات اللازمة التي تسهل إدماجهم في الحياة العملية. وهكذا، عرف التكوين بالتعلم طفرة نوعية بين سنتي 2001 و2006 حيث تضاعف عدد المسجلين خمس مرات، بمعدل سنوي قدره 38%.
- المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة: لقد مكن تحسين القدرة على الاستقبال بالمعهد من تحقيق تطور في عدد المسجلين نسبته 28% بين سنتي 2001 و2006، وكذا ارتفاع عدد الخريجين بنسب 12%.

5. رؤية 2010: من أجل سياحة مسؤولة

في إطار الدينامية الحالية والتي أحدثتها تسطير رؤية 2010، انخرط المغرب في عملية خلق سياحة مسؤولة تعتمد على مخطط عمل مدروس جيدا، الهدف منه هو وضع المغرب في مسار تنمية سياحية مستدامة وذلك بالحفاظ على ثقافته وقيمه وتقاليد هويته وبيئته. وهكذا تم في شتنبر من عام 2006 إنشاء الهيئة المغربية للسياحة المسؤولة داخل مرصد السياحة. وبفضل برنامج يدرج هذه الرؤية ضمن منطقتي التنمية المستدامة والحفاظ على القيم والثقافة والتقاليد الوطنية، تهدف هذه اللجنة إلى إعطاء بعد نوعي لرؤية 2010.

تتكون الهيئة المغربية للسياحة المسؤولة من الفاعلين الرئيسيين في السياحة ومختلف الوزارات المعنية بشكل مباشر بهذه العملية (ثقافة، تعليم، بيئة، إعداد التراب الوطني، العدل...)، أما أهدافها الأساسية فهي أن تضع خطة عمل، وأن تحدد احتمالات عدم الملاءمة بين سير عملية السياحة المسؤولة و تفعيل أورشاش رؤية 2010، ومصاحبة تطبيق العمليات وتتبعها، وتحسيس مختلف العاملين بقطاع السياحة حولها.

وانطلاقا من رؤية واضحة ومؤكدة لما تعنيه السياحة المسؤولة بالنسبة للمغرب، سوف يتم تسخير وسائل خاصة على مجموع التراب الوطني، وكذا في مختلف البلدان المصدرة للسياح وعلى مستوى المهنيين والسياح.

1- الميثاق المغربي للسياحة المسؤولة:

اعتمادا على القانون الدولي لأخلاقيات السياحة للمنظمة الدولية للسياحة، تتركز في هذا الميثاق كل الالتزامات المتخذة من قبل الفاعلين في مجال السياحة بالمغرب. حيث تثير هذه المبادئ الكبرى قضايا هامة مثل المشاركة والتفاهم والاحترام المشترك بين الأفراد وبين المجتمع. كما تجعل هذه المبادئ من السياحة عاملا للازدهار الفردي والجماعي وللتنمية المستدامة. ويشكل انضمام المهنيين المحترفين إلى هذا الميثاق مرحلة أولى هامة في التزامهم باحترام قيم السياحة المسؤولة.

2- دليل المسافر المسؤول

هذا الدليل الموجه إلى كل مسافر حل بالمغرب هو دعوة إلى تبني القواعد والسلوكيات الكفيلة بجعل رحلته تجربة غنية ومواطنة في إطار احترام القيم المحلية.

3- العلامة الإسمية للسياحة المسؤولة:

سوف تمنح العلامة الإسمية "السياحة المسؤولة" لكل مهني انضم إلى الميثاق محترما المبادئ التي يملئها هذا الأخير. هذه العلامة الإسمية سوف تشجع انضمام مختلف الفاعلين في تنفيذ برنامج "السياحة المسؤولة"، وستكون إذن الضمانة الأولى للسائح الذي يريد لرحلته في المغرب أن تكون رحلة محترمة للقيم الطبيعية والإنسانية والثقافية للمغرب.

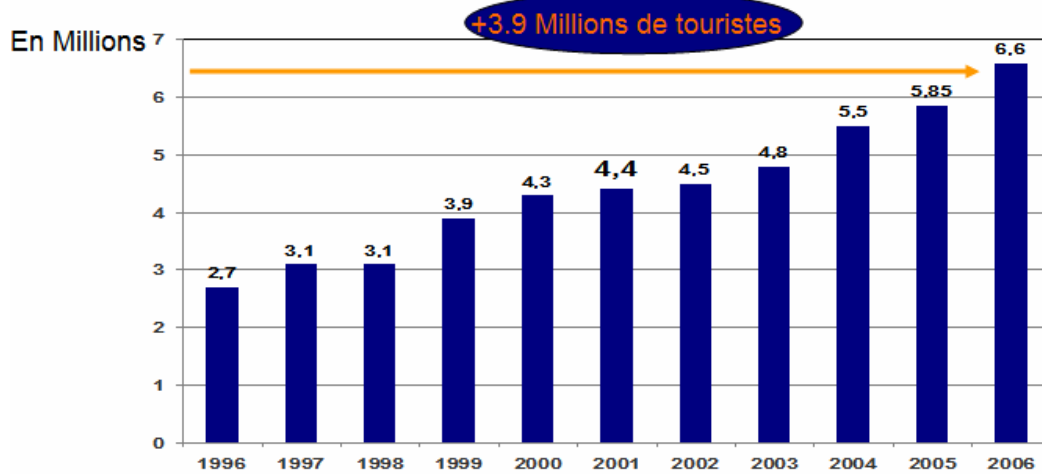
4- جائزة "السياحة المسؤولة"

انطلاقا من ضرورة مكافأة الأداء الجيد، سوف تخلق جائزة "السياحة المسؤولة" خلال سنة 2007 لتسلم في نسختها الأولى مع نهاية سنة 2007. والهدف من هذه الجائزة هو تقدير المهنيين الذين احترمو وطبقوا التزامهم في إطار السياحة المسؤولة. وسيكون هناك:

- فئتان: وطنية ودولية،
- ثلاثة مواضيع: البيئة والقيم، التقاليد والثقافة، والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- عشر جوائز: الإعلام والفنادق وTO و وكالات الأسفار وأرباب النقل السياحي، ومنظمو المناسبات، والمقاولون الشباب، والجمعيات غير الحكومية...
- منذ شتنبر 2006، اهتم المكتب الوطني المغربي للسياحة بالاتصال بمختلف أصحاب شركات السياحة والمجموعات الفندقية وشركات الملاحة الجوية الفاعلة في المغرب من أجل تحسيسهم بالطريق التي انخرط فيها المغرب ولدعوتهم إلى الانضمام إلى الميثاق المغربي للسياحة المسؤولة.

Annexes

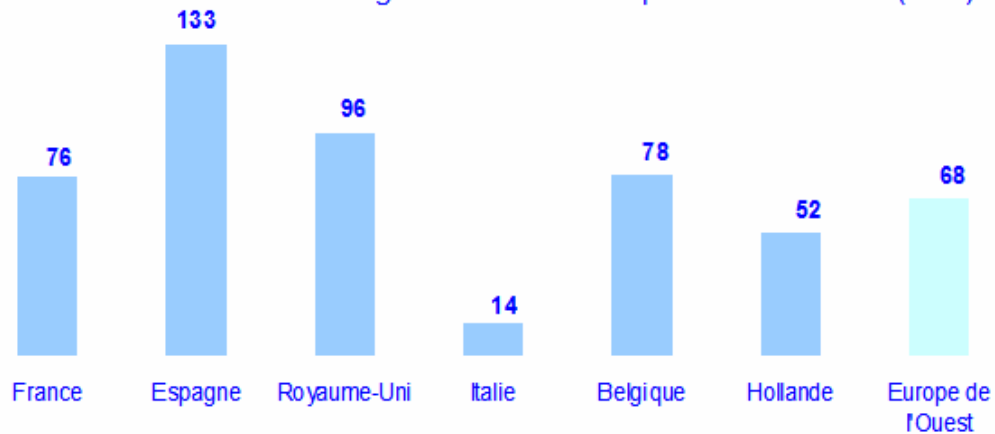
ARRIVEES TOURISTIQUES



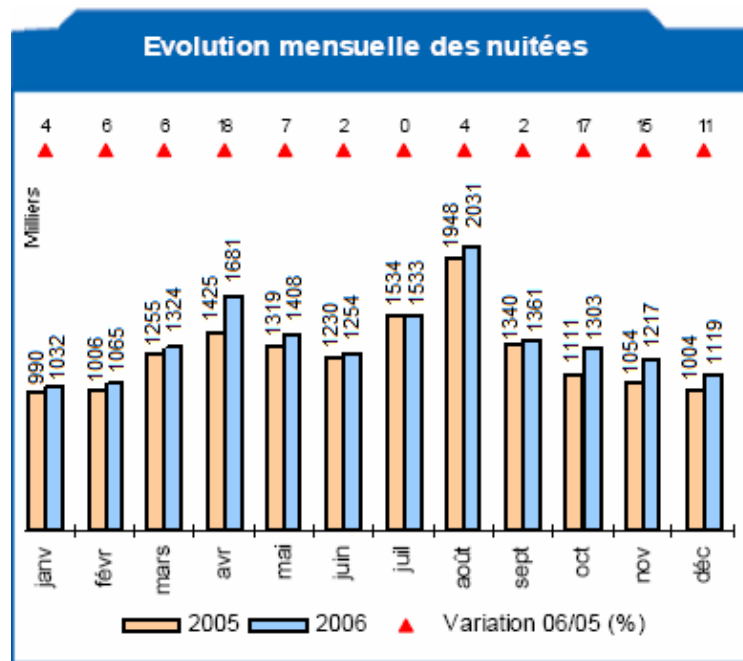
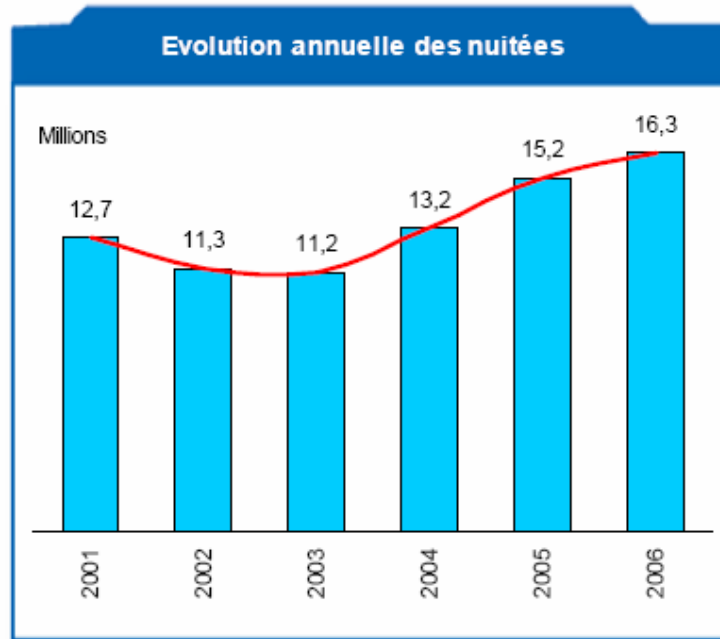
PROGRESSION DES ARRIVEES SUR LES PRINCIPAUX MARCHES DE L'EUROPE DE L'OUEST

+1 100 000 touristes sur les principaux marchés de l'Europe de l'Ouest (+68%) en 5 ans

Progression des arrivées par marché en 5 ans (en %)



EVOLUTION DES NUITÉES



RECETTES

