



المجلس الجهوي للسياحة
الدار البيضاء - سطات
conseil régional du tourisme
CASABLANCA-SETTAT



FORUM INTERACTIF DU TOURISME CASABLANCA-SETTAT



LIVRE DE RESTITUTION







كَرَّحِبْ، أَبْجَلَالَةِ الْمَلِكِ مُحَمَّدِ بْنِ مُحَمَّدٍ، إِلَهَ





SOMMAIRE

◆ Éditos	04
◆ Carte de la région Casablanca-Settat	06
◆ À Propos	
• Le Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat	08
• Casablanca Events & Animation	08
• Le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat	09
◆ Première édition – 2022	10
- Allocution d'ouverture	12
- Panel 1	22
- Panel 2	32
- Intervention du publique	38
- Mot de clôture	40
- Recommandations	41
- Conclusion	43
◆ Deuxième édition – 2023	44
- Allocution d'ouverture	47
- Panel 1	54
- Panel 2	60
- Contribution du publique	67
- Cérémonie de clôture	77
- Mot de clôture	81
- Recommandations	82
- Conclusion	86
◆ Troisième édition – 2025	88
- Allocution d'ouverture	90
- Panel 1	96
- Panel 2	108
- Recommandations	116
- Conclusion	118





M. Othman Cherif Alami

Président du Conseil Régional du Tourisme
de Casablanca-Settat

Le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat est né d'une conviction simple : le tourisme doit devenir l'un des moteurs majeurs du développement économique, social et territorial de notre région.

Depuis trois éditions, nous avons construit méthodiquement cette ambition. Nous avons d'abord dressé un état des lieux des investissements et des potentialités touristiques de Casablanca-Settat. Nous avons ensuite défini une feuille de route à l'horizon 2026 et 2030. Enfin, nous avons affirmé une vision : celle d'une métropole touristique mondiale capable de rayonner bien au-delà de ses frontières.

Aujourd'hui, nous franchissons une nouvelle étape.

La question n'est plus de savoir si Casablanca-Settat a le potentiel de devenir une grande destination touristique. Ce potentiel est une réalité. La véritable question est désormais : comment accélérer sa transformation ?

C'est l'objet de cette quatrième édition, consacrée aux leviers de croissance que représentent le city break et le tourisme d'affaires. Deux segments stratégiques, capables d'accroître l'attractivité de notre région, de générer des investissements, de créer des emplois et de mieux intégrer l'ensemble de nos territoires dans la dynamique touristique régionale.

Notre responsabilité collective est désormais de transformer les visions en projets, les projets en réalisations et les réalisations en impact durable.

À l'approche d'échéances historiques pour notre pays, notamment la Coupe du Monde 2030, nous avons l'opportunité d'accélérer le développement touristique de Casablanca-Settat et de renforcer son positionnement parmi les grandes destinations internationales.

Je suis convaincu que cette ambition ne pourra être atteinte qu'à travers une mobilisation forte des autorités, des élus, des professionnels, des investisseurs, du monde académique et de l'ensemble des forces vives de notre région.

Ensemble, faisons du tourisme un levier de prospérité, d'attractivité et de développement durable pour Casablanca-Settat.

Le temps de penser a été essentiel. Le temps d'agir est désormais incontournable.





M. Mohamed Jouahri,
Directeur Général
de Casablanca Events et Animation

L'HEURE DE L'ACTION ET DE L'ACCÉLÉRATION

Le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat s'est progressivement imposé comme un espace structurant de dialogue, de réflexion et de co-construction autour de l'avenir touristique du territoire.

Sa vocation est claire : réunir l'ensemble des acteurs publics et privés afin de partager les constats, croiser les expertises et faire émerger une vision commune du développement touristique de la région Casablanca-Settat. Il vise également à favoriser la collaboration de l'ensemble des acteurs de l'écosystème touristique au service du développement territorial de la ville et de la région.

Depuis sa création, le Forum s'inscrit dans une démarche continue visant à faire du tourisme un levier stratégique d'attractivité, de compétitivité économique et de rayonnement territorial. Il contribue à éclairer les transformations en cours, à identifier les opportunités et à renforcer la cohérence des actions engagées à l'échelle du territoire.

Dans un contexte marqué par des mutations profondes des mobilités, des usages et des attentes des visiteurs, ce cadre d'échange prend toute son importance. Il permet de mieux comprendre les dynamiques du secteur et d'orienter les choix stratégiques pour l'avenir.

Le Forum n'est pas seulement un espace de débat : il constitue un outil d'aide à la décision et un catalyseur d'initiatives au service d'une ambition partagée pour Casablanca-Settat.

C'est dans cet esprit que Casablanca Events & Animation poursuit son engagement à fédérer les acteurs et à structurer une dynamique collective à travers le programme marketing et promotion territorial **Wecasablanca**.

Je remercie l'ensemble des partenaires et participants pour leur engagement dans cette démarche collective. Je vous souhaite une excellente 4^e édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat.

CARTE DE LA RÉGION CASABLANCA-SETTAT





Bouznika

Mohammedia

Benslimane

Casablanca

Forêt de chênes

Oued Cherat

El maleh

Oued Nfifikh

Bouskoura

Forêt

Randonnées Vêlo

Berrchid

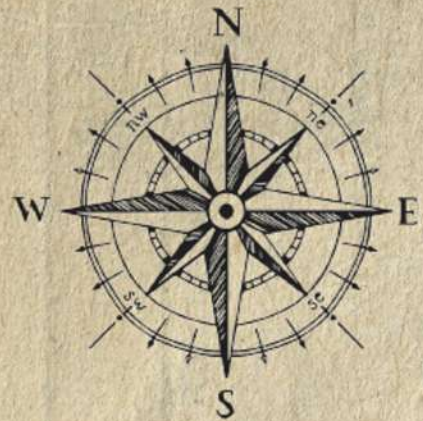
Équitation

Randonnées
Ben Ahmed

Settat

Kasba Ismaélite

Al Massira



Barrage



Oued



Forêt



Sport Nautique



Plage



Région

À PROPOS



CONSEIL RÉGIONAL DU TOURISME CASABLANCA-SETTAT

Le Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat (CRT-CS) est l'instance professionnelle de fédération, de promotion et d'animation de la destination touristique à l'échelle régionale. Il agit comme interface entre les autorités, les élus, les institutions publiques, les opérateurs privés, les investisseurs, les experts et les acteurs académiques, au service d'une ambition touristique partagée.

Par sa vocation de coordination et de mise en tourisme du territoire, le CRT-CS contribue à structurer l'offre régionale, à renforcer la lisibilité de la destination, à accompagner les dynamiques de promotion et à faire émerger des projets créateurs de valeur pour les territoires et les populations.

MISSIONS

- Fédérer l'écosystème touristique régional autour d'une vision commune.
- Promouvoir Casablanca-Settat sur les marchés nationaux et internationaux.
- Accompagner la mise en tourisme des ressources urbaines, littorales, culturelles, rurales et événementielles.
- Soutenir le dialogue entre autorités, élus, professionnels, investisseurs et monde académique.
- Produire des outils de lecture stratégique utiles à la décision publique et privée.



CASABLANCA EVENTS ET ANIMATION

La Société de Développement Local Casablanca Events & Animation, créée en 2015, a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie d'attractivité globale du territoire sur les plans national et international. Pour ce faire, Casablanca Events & Animation déploie des projets structurants, assure la gestion des infrastructures sportives et culturelles qui lui sont confiées et organise des événements d'envergure dans les domaines culturel, sportif et économique.

Casablanca Events & Animation est une société anonyme de droit privé à capitaux publics dont les actionnaires sont le Conseil de la Région de Casablanca-Settat, la Commune de Casablanca et le Conseil Préfectoral de Casablanca.

MISSIONS

- Fédérer les acteurs de l'événementiel autour d'une vision commune de l'animation métropolitaine.
- Produire et orchestrer des événements à fort impact culturel, sportif, corporate et grand public.
- Valoriser les espaces et ressources de la ville par une programmation cohérente et diversifiée.
- Faciliter le dialogue entre collectivités, institutions, marques et prestataires spécialisés.
- Développer des outils de pilotage et d'évaluation de l'impact événementiel.

FORUM INTERACTIF DU TOURISME CASABLANCA-SETTAT

Le FITCS : genèse d'un outil stratégique de gouvernance touristique régionale

Le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat (FITCS) est une initiative du Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat (CRT-CS) visant à instaurer un espace structuré de dialogue, de réflexion et de co-construction autour du développement touristique régional.

Conçu comme une plateforme multi-acteurs, le FITCS réunit décideurs publics, opérateurs privés, investisseurs, experts, universitaires et représentants institutionnels afin d'analyser les dynamiques du secteur, identifier les freins et opportunités, et proposer des orientations stratégiques adaptées aux spécificités territoriales de la région.

POSITIONNEMENT

Fédérer les forces vives pour faire ressortir le plein potentiel de la région et d'y faire émerger une transformation vers un tourisme responsable et inclusif qui profite à tous.



Trois éditions déjà réalisées,
une quatrième en préparation



ENJEUX & OBJECTIFS

- Créer le débat avec un sens du partage afin de permettre une réflexion de fond en toute intelligence collective
- Partager les opportunités & les solutions pour assurer le suivi des propositions
- Développer un parti pris stratégique pour la région grâce à l'industrie touristique en impliquant toutes les parties prenantes et en favorisant la concertation permanente
- Promouvoir les investissements touristiques dans la région de Casablanca Settat



FORUM INTERACTIF DU TOURISME

CASABLANCA-SETTAT

Le 19 juillet 2022 , Sous le thème :

« Développement touristique durable de la Région Casablanca-Settat : État des lieux des investissements et potentialités touristiques »

Contexte de la 1^{re} édition Organisée le 19 juillet 2022 autour du thème « Développement touristique durable de la Région Casablanca -Settat : État des lieux des investissements et potentialités touristiques », cette première édition s'inscrit dans un contexte particulier.

D'une part, la région Casablanca -Settat constitue le principal pôle économique du Royaume, concentrant une part significative des investissements nationaux et des infrastructures stratégiques.

Pourtant, son positionnement touristique restait encore en deçà de son potentiel réel.

D'autre part, le secteur touristique traversait une phase de recomposition profonde, marquée par les impacts de la crise sanitaire mondiale, rendant nécessaire une réflexion structurée sur la relance, la résilience et la durabilité.

Dans ce contexte, la première édition du FITCS a constitué un moment fondateur : il ne s'agissait pas uniquement d'analyser les projets existants, mais de poser les bases d'une nouvelle approche territoriale du tourisme, plus intégrée, plus durable et plus collaborative.

Cette 1^{ère} édition du FITCS a été précédée par une série d'ateliers préparatoires en vue d'apporter de la matière pertinente pour les panels de discussion du forum.

Enjeux stratégiques

Les enjeux identifiés lors de cette première édition peuvent être résumés autour de quatre axes structurants :

L'investissement touristique : comment stimuler, sécuriser et orienter les investissements vers des segments porteurs et durables ?

La gouvernance et la coordination institutionnelle : comment articuler efficacement les rôles de la Région, du CRT, de la SMIT, du CRI, du ministère du Tourisme et des opérateurs privés ?

La diversification multi-segments (MICE, culture, loisirs, rural) : comment dépasser une vision mono-segment pour construire une offre cohérente et complémentaire à l'échelle régionale ?

La durabilité territoriale : comment inscrire le développement touristique dans une logique économique, sociale et environnementale équilibrée ?

PROBLÉMATIQUE

Comment transformer la région Casablanca -Settat, première région économique du Royaume, en une destination touristique structurée, durable et compétitive, en capitalisant sur ses investissements, ses infrastructures et ses potentialités territoriales ?

Cette édition inaugurale du FITCS a ainsi posé les fondations d'un espace de gouvernance participatif, appelé à évoluer au fil des éditions suivantes pour accompagner la montée en puissance touristique de la région.



INTERVENANTS

1^{ère} ÉDITION **FORUM INTERACTIF DU TOURISME**
CASABLANCA-SETTAT





ALLOCUTION D'OUVERTURE



M. Said Ahmidouch,
Wali de la Région Casablanca-Settat



M. le Wali positionne clairement l'administration régionale comme partenaire engagé dans l'élaboration d'une feuille de route concertée et structurante pour l'avenir du secteur.



Confiance affirmée dans le potentiel touristique régional

M. Ahmidouch a ouvert son intervention en réaffirmant sa conviction profonde quant au potentiel touristique de la région Casablanca-Settat. Selon lui, la région dispose d'atouts structurants majeurs, capables d'en faire une destination à forte valeur ajoutée, à condition d'en assurer la valorisation stratégique et coordonnée.

Il a souligné que le tourisme régional ne doit pas être perçu uniquement comme un secteur économique, mais comme un levier de développement territorial global.

Au-delà du protocole, son intervention s'est voulue sincère et directe, marquant son engagement personnel dans l'accompagnement du secteur.



L'épreuve du Covid : un révélateur de solidarité public-privé

Une part importante de son intervention a été consacrée à la période de la pandémie de Covid-19, moment charnière pour le tourisme. Il a rappelé que, face à une crise inédite et à une incertitude totale sur son évolution, il avait choisi d'adopter une approche collaborative, en associant administrations, secteur privé et société civile.

Il a particulièrement salué :

- La réactivité du Conseil régional du tourisme ;
- L'engagement des hôteliers et agences de voyage ;
- La mobilisation des entreprises de transport touristique ;
- La mise à disposition d'infrastructures hôtelières malgré l'absence totale de visiteurs.

Cette coopération exemplaire, selon lui, a permis de renforcer la capacité collective à faire face à la crise.

Il a insisté sur le fait que cette solidarité constitue un capital précieux pour l'avenir du secteur.



La gestion du Covid a démontré que l'intelligence collective et la coopération public-privé constituent un socle stratégique pour l'avenir du tourisme régional.





Le FITCS : un espace de dialogue stratégique post-crise

M. le Wali a qualifié l'organisation du Forum interactif du tourisme d'initiative particulièrement opportune dans ce contexte de sortie progressive de crise. Il a souligné l'importance de créer un espace de dialogue entre professionnels, institutions et acteurs territoriaux afin de construire ensemble une vision partagée.

Selon lui, le tourisme post-2019 ne sera pas identique au tourisme d'avant-crise. Le monde a changé, les comportements et attentes des voyageurs évolueront, et il est donc indispensable de repenser collectivement les orientations futures.

Il a affirmé la disponibilité de l'administration pour accompagner les professionnels dans l'élaboration d'une feuille de route structurée pour la relance et la transformation du secteur.



Diversification et valorisation des atouts territoriaux

Le Wali a mis en lumière la diversité des ressources naturelles et territoriales de Casablanca-Settat :

- Un littoral exceptionnel s'étendant d'Oualidia à Bouznika, en passant par El Jadida, Azemmour, Casablanca et Mohammedia ;
- Des plages aux potentialités importantes ;
- Un tourisme rural à développer autour des barrages et espaces naturels.

Il a plaidé pour une meilleure valorisation de ces ressources afin d'élargir l'offre touristique régionale et d'en faire un levier de développement territorial plus équilibré et devenir de véritables pôles d'attractivité.



Le tourisme national : un enjeu stratégique

Au-delà des visiteurs internationaux, M. le Wali a insisté sur l'importance du tourisme national et local. Il a exprimé le souhait que Casablanca-Settat devienne également une destination privilégiée pour les familles marocaines, venant d'Agadir, Fès, Meknès, Oujda ou d'autres régions.

Pour lui, la région doit offrir des conditions adaptées aux attentes du client national et renforcer son attractivité en tant que destination de week-ends et de séjours familiaux.



Vers des recommandations concrètes et partagées

En conclusion, M. le Wali a exprimé sa confiance dans la capacité du Forum à produire des recommandations utiles, concrètes et consensuelles. Il a assuré que les administrations concernées, présentes ou non, travailleront aux côtés des professionnels pour accompagner le développement du secteur.

Son intervention a ainsi posé les bases d'un partenariat institutionnel solide, fondé sur la concertation et la co-construction.

Le tourisme constitue un secteur stratégique pour Casablanca-Settat, dont la relance post-Covid doit s'appuyer sur :

- L'esprit de solidarité démontré durant la crise ;
- Une réflexion collective sur le tourisme de demain ;
- Une diversification territoriale (littoral et rural) ;
- Un renforcement du tourisme national ;
- Une coopération étroite entre administration et professionnels.





Mme Asmâa Belkeziz,

Vice-présidente du Conseil de la Région Casablanca-Settat



Mme Belkeziz rappelle que la Région Casablanca-Settat affirme ainsi son rôle d'acteur structurant dans la construction d'un modèle touristique régional intégré, inclusif et durable.



Le tourisme : un pilier stratégique dans un contexte post-crise

Mme Asmâa Belkeziz a ouvert son intervention en replaçant le tourisme dans sa dimension stratégique mondiale et nationale. Elle a rappelé qu'il constitue un véritable moteur économique, tant par sa contribution au PIB que par le volume d'emplois directs et indirects qu'il génère.

Elle a souligné que le secteur a été particulièrement fragilisé par la crise du Covid-19, tout comme par d'autres facteurs structurels pouvant impacter les flux touristiques (insécurité, instabilité). Toutefois, elle a mis en avant un atout majeur du Royaume : sa stabilité institutionnelle, consolidée sous l'impulsion de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, qui confère au Maroc un positionnement privilégié parmi les destinations sûres, à l'échelle régionale et internationale.



Une relance nationale coordonnée et volontariste

Mme Belkeziz a salué les efforts engagés au niveau national pour soutenir et relancer le secteur :

- Le plan d'urgence du ministère du Tourisme, ayant permis de préserver des milliers d'emplois ;
- L'action proactive de l'ONMT pour reconquérir les marchés internationaux et sécuriser les capacités aériennes ;
- Les campagnes promotionnelles innovantes, en rupture avec les codes traditionnels ;
- Les tournées commerciales menées dans plusieurs pays (France, Royaume-Uni, Allemagne,...)
- Le lancement récent du visa électronique, facilitant l'accès au territoire marocain.

Ces actions traduisent, selon elle, une mobilisation concertée des forces publiques et privées pour repositionner le Maroc sur l'échiquier touristique international.



La Région : un acteur clé de la gouvernance touristique territoriale

Mme Belkeziz a ensuite recentré son propos sur le rôle institutionnel de la Région Casablanca-Settat. Elle a affirmé que le Conseil régional considère le tourisme comme un levier structurant du développement durable, avec des effets multiplicateurs sur les plans économique, social, culturel et environnemental.

Dans le cadre de la régionalisation avancée (loi 111-14), la Région dispose :

- D'une compétence propre en matière d'aménagement des routes et circuits touristiques ruraux ;
- D'une compétence partagée avec l'État en matière de promotion touristique.

Elle a rappelé que la Région constitue aujourd'hui un espace pertinent pour la mise en œuvre des stratégies sectorielles nationales, en articulation avec les politiques publiques territoriales.





Planification stratégique : SRAT, PDR et structuration du MICE

Mme Belkeziz a mis en avant deux instruments majeurs de planification :

- Le Schéma Régional d'Aménagement du Territoire (SRAT), qui identifie cinq espaces-projets, dont un dédié au développement touristique et à l'ouverture internationale ;
- Le Plan de Développement Régional (PDR), en cours d'élaboration, intégrant le tourisme comme axe stratégique structurant.

Dans cette perspective, elle a annoncé qu'une réflexion est engagée autour de la création d'un centre d'expositions et de conférences à la hauteur des ambitions de la région, afin de renforcer le positionnement de Casablanca-Settat sur le segment MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), déjà fortement représenté dans la métropole qui capte 60 % du tourisme d'affaires national.



Diversification territoriale : littoral, rural et barrages

Mme Belkeziz a souligné la richesse et la diversité des ressources régionales :

- Un littoral de 235 kilomètres, concentrant une part importante de l'attractivité touristique ;
- Le développement d'une offre autour de sept barrages régionaux (El Massira, Imfout, Daourat, Sidi Maacho, El Maleh, Hassar et Tamesna), dans le cadre d'un diagnostic territorial visant à structurer un tourisme rural générateur de valeur socio-économique.

L'objectif est de stimuler l'investissement public et privé dans ces zones, tout en bénéficiant aux populations rurales.



Tourisme durable, authenticité et économie sociale

Mme Belkeziz a insisté sur l'évolution des attentes des voyageurs vers des expériences plus authentiques, interactives et ancrées dans le territoire. Elle a affirmé que l'environnement et le social doivent constituer des fondements essentiels des produits touristiques régionaux.

À ce titre, la Région accompagne :

- Les TPE et coopératives rurales ;
- Les activités génératrices de revenus ;
- La promotion de l'économie sociale et solidaire.

Elle a cité l'initiative des « Meilleurs villages touristiques » de l'OMT comme modèle inspirant, appelant à positionner à terme des territoires de Casablanca-Settat dans cette dynamique internationale.



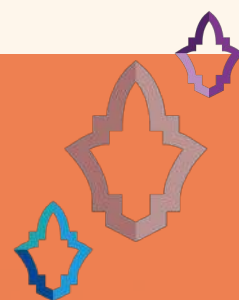
Partenariat avec le CRT et engagement institutionnel

Enfin, Mme Belkeziz a rappelé l'existence d'une convention de partenariat entre la Région et le CRT (depuis septembre 2021), couvrant plusieurs axes liés à la promotion touristique. Elle a réaffirmé la disponibilité de la Région à accompagner les initiatives du ministère du Tourisme et des opérateurs privés, dans une logique de coopération renforcée.

Le tourisme constitue un pilier stratégique du développement régional.

Sa relance et sa transformation nécessitent :

- Une coordination étroite entre l'État et la Région ;
- Une planification territoriale structurée ;
- Une diversification des produits (littoral, rural, MICE) ;
- Une intégration des principes de durabilité et d'authenticité ;
- Un soutien actif aux dynamiques économiques locales.





M. Imad BARRAKAD,
*Président du Directoire de la Société
Marocaine de l'Ingénierie touristique (SMIT)*



Sa prise de parole a ainsi introduit une lecture d'ingénierie touristique et de structuration stratégique du territoire, positionnant la SMIT comme partenaire clé dans la transformation et la montée en gamme de la destination.



Casablanca : une destination mythique à forte valeur symbolique et économique

M. Barrakad a ouvert son intervention en positionnant Casablanca comme une destination stratégique dans l'échiquier touristique national, particulièrement dans le contexte de relance post-crise. Il a insisté sur l'aura mythique et légendaire de la ville, dont la notoriété internationale dépasse largement les efforts de promotion classiques, notamment grâce à son héritage cinématographique et à son identité cosmopolite.

Selon lui, le simple nom de Casablanca renvoie à une dimension universelle, à la fois culturelle, historique et imaginaire. L'enjeu du tourisme consiste désormais à transformer cette valeur symbolique en valeur économique concrète : création de PIB, génération de devises, attraction d'investissements.



Une destination en mutation : diversification et montée en gamme

M. Barrakad a souligné que Casablanca ne se limite plus au tourisme d'affaires, historiquement dominant. La ville connaît depuis une décennie une diversification notable de son offre :

- Développement du tourisme de loisirs ;
- Affirmation comme destination shopping ;
- Montée en puissance de la gastronomie ;
- Émergence du tourisme médical ;
- Structuration du tourisme de croisière ;
- Développement d'équipements culturels majeurs.

Il a notamment mis en avant les investissements structurants réalisés ces dernières années : réhabilitation de la Médina, Grand Théâtre de Casablanca, nouveaux musées, terminal croisière, équipements culturels et urbains. Ces projets, souvent portés par des investissements publics conséquents, contribuent à renforcer le rayonnement culturel et touristique de la destination.



Transformer les ressources en produits touristiques

Un axe central de son intervention a porté sur la nécessité de passer d'une logique de ressources à une logique de produits. Selon lui, disposer de plages, de paysages ou de patrimoine ne suffit pas : ces atouts doivent être structurés, scénarisés et transformés en offres touristiques attractives.

Il a insisté sur :

- L'importance de multiplier les produits pour capter différents segments de clientèle ;
- La nécessité d'innover dans la conception des offres ;
- Le changement de paradigme visant à attirer de nouvelles générations et de nouveaux profils de visiteurs.

Cette transformation suppose une ingénierie territoriale adaptée et une coordination entre acteurs publics et privés.





Une logique régionale complémentaire autour de Casablanca

Sortant du périmètre strictement urbain, M. Barrakad a élargi la réflexion à l'échelle régionale. Il a plaidé pour une approche intégrée où Casablanca jouerait un rôle de locomotive, tandis que les provinces environnantes développaient des produits complémentaires.

Il a notamment évoqué :

- Le potentiel nature de Benslimane ;
- Les barrages et étendues d'eau de Settat ;
- Le développement balnéaire d'Oualidia ;
- L'écosystème touristique en croissance d'El Jadida ;
- Les domaines forestiers et les espaces naturels régionaux.

Selon lui, chaque territoire doit se doter d'une thématique claire pour éviter la dispersion et favoriser la complémentarité régionale. L'objectif est d'atteindre une masse critique permettant à la région de gagner rapidement des parts de marché.



Le tourisme de nature et l'écotourisme : un levier stratégique émergent

M. Barrakad a particulièrement insisté sur le développement du tourisme de nature, qu'il considère comme un créneau structurant et porteur de durabilité.

Il a mis en avant :

- Le potentiel de l'écotourisme ;
- Le développement d'activités sportives et de plein air ;
- L'engagement des communautés locales ;
- La stimulation d'un entrepreneuriat local ;
- L'intégration des principes de durabilité.

Ce tourisme complémentaire permettrait d'offrir une échappatoire au tourisme urbain et de répondre à l'évolution des attentes des visiteurs internationaux.

La SMIT, a-t-il précisé, est disposée à accompagner les autorités et les opérateurs dans la structuration d'un programme ambitieux de développement du tourisme de nature dans la région.



Valorisation du littoral : vers une nouvelle vision balnéaire

Abordant la façade maritime régionale (235 km de plages), M. Barrakad a souligné que le potentiel balnéaire reste sous-exploité.

Il a appelé à :

- Développer des équipements légers et attractifs (beach clubs, bases nautiques, espaces de loisirs) ;
- Transformer les plages en véritables produits touristiques ;
- Encourager l'investissement privé sur ces segments ;
- Éviter une logique purement résidentielle au profit d'une logique expérientielle.

Selon lui, ces aménagements ne nécessitent pas forcément des investissements capitalistiques lourds, mais plutôt une ouverture stratégique à l'initiative privée.

Une vision stratégique ambitieuse pour Casablanca-Settat :

- Capitaliser sur la notoriété mythique de Casablanca ;
- Transformer les ressources en produits touristiques structurés ;
- Diversifier l'offre au-delà du tourisme d'affaires ;
- Construire une complémentarité régionale autour d'une locomotive urbaine ;
- Développer le tourisme de nature et la durabilité ;
- Renforcer le rôle de l'investissement privé dans la transformation de l'offre.





M. Hamid Bentahar,

Président de la Confédération Nationale du Tourisme (CNT)



Sa prise de parole a ainsi renforcé la dimension socio-économique du débat, en positionnant le tourisme comme un moteur stratégique d'emploi, d'équité territoriale et de développement régional accéléré.



Changer le narratif : restaurer la confiance et l'ambition post-crise

M. Bentahar a ouvert son intervention sur une note volontariste, saluant la dynamique collective engagée à travers ce Forum. Pour lui, l'enjeu principal de cette première édition du FITCS est clair : changer le narratif du tourisme après les deux pires années que le secteur ait connues.

Il a insisté sur la nécessité de passer :

- d'un discours de crise à un discours d'opportunité,
- d'une posture défensive à une posture offensive,
- d'une gestion d'urgence à une vision structurante.

Le tourisme, a-t-il rappelé, représente l'une des premières industries mondiales, générant avant la crise 10 % des emplois mondiaux et 25 % des créations d'emplois sur les cinq dernières années pré-Covid. Le secteur demeure donc un levier stratégique majeur pour l'emploi, en particulier pour la jeunesse.



Casablanca : une marque exceptionnelle mais sous-exploitée

Un axe central de son intervention a porté sur la marque Casablanca, qu'il considère comme la plus grande pépite touristique du Maroc en termes de notoriété internationale.

Cependant, cette puissance de marque contraste avec une réalité préoccupante : un taux d'occupation hôtelier d'environ 50 %. Pour lui, cette situation n'est pas seulement un problème, mais surtout une opportunité massive de création d'emplois.

Il a illustré cette idée par une projection claire :

- +10 points de taux d'occupation = des dizaines de milliers d'emplois supplémentaires ;
- Atteindre 70 % pourrait générer un volume d'emplois considérable.

Les capacités sont déjà là : hôtels, aéroport international, infrastructures. Le défi consiste désormais à les remplir.



Court terme : vigilance, relance et connectivité aérienne

M. Bentahar a souligné que la reprise est bien engagée, grâce aux efforts conjoints publics et privés. Les arrivées progressent, la demande internationale est forte, et l'envie de découvrir le Maroc est manifeste.

Cependant, il a identifié plusieurs défis immédiats :

- Renforcer les capacités aériennes pour convertir la demande en arrivées effectives ;
- Identifier les entreprises encore fragilisées par la crise afin d'éviter des pertes évitables ;
- Maintenir une vigilance région par région, métier par métier, pour ne laisser aucun acteur de côté.

Il a salué la synchronisation régionale engagée à Casablanca, estimant que cette démarche pourrait inspirer les autres territoires.





Moyen et long terme : réinvention et accélération de la croissance

Au-delà de la relance, il a appelé à une véritable réinvention du modèle touristique.

Selon lui, le Maroc peut aller plus vite et plus loin, à condition de capitaliser sur les tendances accélérées par la crise :

- Digitalisation ;
- Recherche de nature et de grands espaces ;
- Tourisme responsable et solidaire ;
- Fragmentation des goûts et développement de niches ;
- Organisation par communautés (sport, bien-être, santé, etc.).

Casablanca-Settat, selon lui, coche toutes les cases pour répondre à ces nouvelles attentes : tourisme d'affaires, événementiel, gastronomie, culture, patrimoine Art déco, ruralité, littoral.



Activation régionale : emplois directs et indirects

Un point structurant de son intervention concerne la création d'emplois indirects. Si des plans ont été élaborés pour soutenir l'emploi direct, il estime qu'un potentiel important demeure inexploité dans les activités connexes :

- Restauration,
- Activités sportives,
- Loisirs de plage,
- Valorisation des barrages,
- Beach clubs et micro-investissements,
- Tourisme rural et expériences locales.

Selon lui, ces opportunités ne sont pas fortement capitalistiques et peuvent générer des retombées rapides pour les territoires périphériques.



Le défi des week-ends et la stratégie événementielle

M. Bentahar a introduit une nuance stratégique importante : si les hôtels affichent 60 à 70 % d'occupation en semaine (tourisme d'affaires), les week-ends tombent à 20-30 %.

Le véritable levier de croissance réside donc dans l'activation des week-ends.

Dans ce cadre, il a proposé une réflexion marketing forte autour du futur Palais des congrès :

- Repenser son positionnement,
- S'inspirer de villes comme Cannes ou New York,
- Miser sur une logique de « Palais des festivals »,
- Développer une programmation culturelle et événementielle forte.

Il s'agit de transformer Casablanca en destination attractive en continu, et non uniquement en semaine.

Une lecture économique et stratégique du développement touristique régional :

- Casablanca dispose d'une marque puissante mais sous-exploitée ;
- Le taux d'occupation actuel représente une opportunité massive d'emplois ;
- La relance doit s'appuyer sur la connectivité aérienne et la coordination régionale ;
- La croissance future passera par la diversification des produits et la réinvention du modèle ;
- L'activation des week-ends et de l'événementiel constitue un levier clé ;
- Le tourisme est un instrument de distribution immédiate de richesse au profit des citoyens.





M. Othmane Cherif Alami,
*Président du Conseil Régional du tourisme de
Casablanca-Settat*



L'intervention de Mr Othmane Cherif Alami est un appel à l'action immédiate et coordonnée.



« Surfer sur la vague » : agir immédiatement

M. Cherif Alami ouvre le panel en appelant à une approche pragmatique : plutôt que de multiplier les nouveaux plans stratégiques, il faut « surfer sur la vague » et activer immédiatement les capacités existantes pour créer de la reprise, de l'emploi et de la valeur ajoutée.

Dans un contexte post-Covid marqué par des difficultés de trésorerie et l'arrêt de plusieurs projets hôteliers, l'urgence est d'obtenir des résultats rapides et concrets.



Le MICE comme moteur stratégique

Pour lui, le tourisme d'affaires reste la colonne vertébrale de Casablanca. Le segment corporate individuel fonctionne en semaine, mais le véritable défi est le week-end et le corporate groupe.

Avec plus de 22 hôtels en construction — dont certains à l'arrêt — et un prix moyen par nuit en recul, la destination ne pourra pas absorber sa capacité uniquement par le business traditionnel. Il faut donc accélérer sur :

- Le développement d'un Palais des festivals/expositions,
- L'activation immédiate des infrastructures existantes (Palais de la Foire, Parc d'exposition d'El Jadida, Centre de conférences),
- Une stratégie événementielle capable de remplir les week-ends.



Culture et animation : créer l'attractivité loisir

Le Grand Théâtre arrive, mais la question centrale est la préparation de son animation. Casablanca a déjà prouvé sa capacité de mobilisation populaire à travers de grands festivals. Il faut structurer cette énergie pour transformer l'infrastructure en véritable levier d'attractivité.

Il appelle également à valoriser des lieux emblématiques comme les anciens abattoirs ou l'ancienne église du Sacré-Cœur, en les transformant en pôles culturels forts et innovants.



Tourisme et urgence sociale

Son intervention prend une dimension sociale forte : face au chômage et au désespoir de certains jeunes, le tourisme doit devenir un outil concret de création d'emplois et d'espoir.

Le temps politique est court, mais les attentes citoyennes sont urgentes. D'où la nécessité de « quick wins » territoriaux, notamment dans le rural et les activités complémentaires.

Casablanca dispose déjà des infrastructures et des atouts nécessaires pour devenir une capitale touristique contemporaine. Le véritable enjeu n'est plus la vision, mais la mise en œuvre rapide, notamment à travers le MICE, l'animation culturelle et l'activation des équipements existants au service de l'emploi et de la relance.



M. Mohamed Jouahri,
DG de Casablanca Events et Animation



Son propos a ainsi donné au Forum une dimension stratégique et opérationnelle, en l'inscrivant dans une logique durable de structuration de l'attractivité régionale.

Le FITCS comme outil de marketing territorial post-Covid

M. Jouahri a inscrit son intervention dans le contexte de sortie de crise sanitaire, en soulignant que la pandémie a révélé l'importance stratégique du marketing territorial.

Dans un environnement marqué par la concurrence entre territoires, les villes doivent désormais :

- retenir leurs populations actives (résidents, jeunes, investisseurs),
- attirer touristes et étudiants,
- développer de nouvelles perspectives économiques.

C'est dans cette logique que Casablanca Events et Animation s'est rapprochée du Conseil Régional du Tourisme (CRT-CS) afin de mutualiser les efforts et optimiser les moyens autour d'un programme structuré de promotion touristique.

Le FITCS s'inscrit ainsi comme l'une des premières actions concrètes de cette coopération stratégique, avec l'ambition d'en faire une initiative pérenne.



Une stratégie événementielle au service de l'attractivité

L'intervention a mis en avant la complémentarité entre promotion touristique et programmation événementielle.

Le programme commun Casablanca Events et Animation – CRT comprend notamment :

- Le Forum Interactif du Tourisme (FITCS),
- Le Congrès du Tourisme Africain (en marge d'Africa Place Marketing),
- Des Eductours MICE,
- Des campagnes de communication nationales /internationales,
- La mutualisation des agendas pour intégrer les professionnels du tourisme aux grands événements de la ville.

L'objectif est clair : utiliser l'événementiel comme levier de rayonnement et d'activation économique, notamment pour renforcer le tourisme d'affaires et stimuler les nuitées week-end.



« We Casablanca » : une marque fédératrice et structurante

Un axe central de son intervention a porté sur la marque territoriale « We Casablanca ».

Casablanca est la première ville africaine à s'être dotée d'une démarche structurée d'attractivité, matérialisée par cette marque.

Celle-ci n'est pas uniquement un outil promotionnel, mais un cadre fédérateur destiné à :

- rassembler les parties prenantes du territoire,
- créer un langage commun autour de l'attractivité,
- aligner les visions publiques et privées,
- structurer des projets concrets.

Il a rappelé que « We Casablanca » dépasse le seul champ touristique : elle englobe également l'investissement et la participation citoyenne, traduisant une approche globale du développement territorial.



Trois piliers d'action

La démarche de Casablanca Events et Animation repose sur trois axes structurants :

Un programme événementiel annuel fort

Avec des événements phares tels que :

- Smart City Africa,
- Africa Place Marketing,
- We Casablanca Festival,
- Casa Mouja,
- Marathon International de Casablanca,
- Et des partenariats avec Jazzablanca, Festival International de Théâtre, etc. L'événementiel devient ainsi un moteur de visibilité et d'animation territoriale.

Un dispositif de communication 360°

Déploiement d'une stratégie de communication complète, nationale et internationale.

Le renforcement du rayonnement international

Développement de la coopération internationale pour positionner Casablanca comme métropole africaine de référence.



Priorités stratégiques identifiées

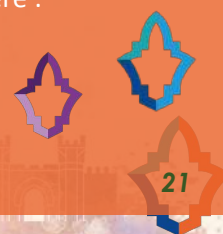
En conclusion, M. Jouahri a insisté sur trois défis majeurs :

- Booster le tourisme d'affaires tout en diversifiant l'offre
- Améliorer le taux de nuitées les week-ends, aujourd'hui insuffisant ;
- Structurer et valoriser le tourisme rural régional, dont les potentialités sont jugées importantes.

Il a exprimé une forte attente quant aux recommandations issues des panels, appelant à des propositions innovantes et structurellement constructives.

Il positionne le FITCS comme **un instrument opérationnel du marketing territorial** et met en lumière :

- La nécessité de fédérer les acteurs autour d'une marque commune ;
- L'importance de l'événementiel comme levier d'attractivité ;
- Le rôle stratégique de la coordination Casablanca Events et Animation – CRT ;
- L'urgence d'activer les capacités existantes, notamment sur les week-ends ;
- La complémentarité entre tourisme urbain, rural et événementiel.





PANEL 1

MANAGEMENT & DÉVELOPPEMENT DES INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES : POUR UN MODE OPÉRATOIRE WIN/WIN

Ce 1^{er} panel a placé au cœur des débats la question centrale de la **structuration et de la gouvernance de l'investissement touristique régional**.

Dans un contexte de relance post-Covid et de concurrence accrue entre territoires, l'enjeu est de taille :

Sécuriser, orienter et rentabiliser l'investissement, tout en garantissant un impact durable, équilibré et créateur de valeur pour l'ensemble des parties prenantes (*investisseurs, institutions, professionnels et citoyens*).

Ce panel avait ainsi pour ambition de faire émerger une méthode opérationnelle, fondée sur la concertation public-privé, la capitalisation sur les acquis, la territorialisation stratégique et la mise en cohérence des projets, afin d'inscrire le développement touristique de Casablanca-Settat dans une dynamique à la fois compétitive, inclusive et durable.







Mme Yasmine Alaoui,

Professeure chercheuse à L'ENCG de Casablanca



Son apport a ainsi donné une assise scientifique aux débats et permis de structurer les enjeux autour d'une approche à la fois pragmatique, participative et philosophique du développement touristique régional.

Une restitution scientifique des travaux préparatoires

Mme Yasmine Alaoui est intervenue dans une posture académique assumée, en proposant une restitution structurée des travaux préparatoires menés en amont du Forum. Son analyse s'est appuyée sur des workshops participatifs ainsi que sur des entretiens semi-directifs conduits auprès des principales parties prenantes du secteur touristique régional.

La thématique du panel, « Management et développement des investissements touristiques : pour un mode opératoire win-win », a permis d'orienter les échanges autour d'enjeux à la fois stratégiques et opérationnels. Les discussions ont fait émerger plusieurs notions clés : animation de la ville, gouvernance territoriale, synergie des acteurs, études d'impact, durabilité, approche « smart », et surtout partenariat public-privé pertinent. Cette grille de lecture révèle une volonté collective de dépasser les logiques sectorielles pour entrer dans une logique intégrée et collaborative.



Quatre enjeux majeurs pour la région

Les échanges ont permis d'identifier quatre grands enjeux structurants pour la région.

La mise en valeur des atouts régionaux et le développement de l'arrière-pays

Cet axe a occupé une place centrale dans les débats. Il s'agit de sortir d'une vision exclusivement métropolitaine du tourisme et d'intégrer pleinement les territoires périphériques, qui représentent plus de 70 % du territoire régional.

L'arrière-pays est perçu non pas comme un complément secondaire, mais comme un véritable levier stratégique de diversification de l'offre et de rééquilibrage territorial.

La concertation et la gouvernance multi-acteurs

La question de la concertation a été identifiée comme un facteur clé de réussite. Le FITCS lui-même a été présenté comme une opportunité rare d'exercice concret de cette gouvernance collaborative. Le concept des « 4P » (Partenariat Public-Privé Pertinent) résume bien l'orientation proposée : il ne s'agit pas seulement d'associer les acteurs, mais de structurer une coopération efficace, opérationnelle et orientée résultats.

La durabilité dans toutes ses dimensions

La durabilité a été abordée dans une perspective élargie : environnementale, sociale, sociétale et territoriale.

Le tourisme ne peut être pensé uniquement comme un moteur économique. Il doit également contribuer à l'équilibre des territoires, au respect des capacités sociales locales et à l'amélioration du cadre de vie des populations.

Le développement des investissements publics et privés

Le quatrième enjeu concerne la nécessité de structurer des investissements cohérents, à la fois directs (infrastructures touristiques) et indirects (infrastructures transversales bénéficiant aux résidents et aux visiteurs).

Cette approche souligne que le développement touristique ne peut être dissocié du développement territorial global.



Axe 1- Management de l'industrie touristique régionale

Concernant le management du secteur, les réflexions se sont inscrites dans une logique temporelle articulée autour du passé, du présent et du futur. Il ne s'agit pas de « réinventer la roue », mais de valoriser les acquis et les réalisations antérieures, tout en consolidant le positionnement actuel de Casablanca comme capitale contemporaine du tourisme d'affaires en Afrique.

L'enjeu majeur est désormais de dépasser la saisonnalité et les déséquilibres hebdomadaires (notamment la faiblesse des week-ends) pour construire une attractivité continue sur 365 jours. Cette réflexion implique d'articuler héritage, réalité actuelle et anticipation stratégique des investissements futurs.





Axe 2 - Le développement des investissements

Les discussions ont permis de distinguer deux catégories d'investissements.

Les investissements directement liés au tourisme

Parmi les projets structurants évoqués :

- Le Palais des Congrès / Palais des Festivals,
- Le développement de l'arrière-pays,
- Les hôtels en construction,
- Les parcs de loisirs,
- Le Grand Théâtre et les musées,
- Les infrastructures portuaires et de croisière.

Ces investissements constituent les piliers de l'offre touristique future.

Les investissements transversaux liés à la qualité de vie

- L'aéroport low-cost de Ben Slimane,
- La LGV Casablanca-Marrakech,
- Les infrastructures de base,
- L'amélioration globale du cadre urbain.

Ces projets, bien qu'indirects, renforcent l'attractivité en améliorant simultanément la qualité de vie des résidents et l'expérience des visiteurs.



Recommandations issues des travaux

Les recommandations formulées s'inscrivent dans une logique d'opérationnalisation :

- Renforcer concrètement les mécanismes de coordination entre acteurs ;
- Développer des études d'impact et des indicateurs touristiques (densité, capacité d'accueil, performance territoriale) ;
- Valoriser davantage le poids réel de l'industrie touristique dans l'économie régionale ;
- Impliquer la population locale dans les projets durables ;
- Articuler développement urbain et rural ;
- Veiller à l'adéquation entre ambitions touristiques et capacités sociales des territoires ;
- Faire du tourisme un vecteur d'apprentissage, de transmission et de partage.



Une vision éthique et philosophique du développement touristique

En conclusion, Mme Alaoui a proposé une lecture plus conceptuelle du développement touristique, en s'inspirant des idéaux philosophiques antiques : **le bon, le beau, le juste et le vrai.**

- Le bon : agir au bon moment pour le territoire ;
- Le beau : construire un récit territorial attractif ;
- Le juste : promouvoir un tourisme durable, éthique et inclusif ;
- Le vrai : ancrer la stratégie dans l'authenticité et la sincérité territoriale.

Elle a ainsi repositionné le marketing territorial non pas comme un simple outil promotionnel, mais comme une démarche de construction collective d'une histoire cohérente et fédératrice.



Élément moteur pour activer le tourisme : le facteur humain

En réponse à la question du modérateur, Mme Yasmine Alaoui a clairement identifié **l'élément humain** comme moteur central de l'attractivité touristique régionale. Elle a proposé d'ériger le citoyen en « **quatrième collègue** » de la gouvernance touristique, aux côtés des acteurs publics et privés. Selon elle, le citoyen joue un rôle multiple et stratégique :

- Ambassadeur du territoire,
- Garant de la qualité de vie,
- Facteur de sécurité et de confiance pour l'investisseur et le touriste,
- Co-constructeur de la démarche de marketing territorial.

Elle a rappelé que le marketing territorial consiste avant tout à « raconter une belle histoire » : une histoire qui commence par ceux qui vivent le territoire, avant de séduire touristes et investisseurs. Son message final est sans équivoque : **sans adhésion et implication active de la population locale, aucune stratégie d'attractivité ne peut être pleinement efficace et durable.**

Elle a rappelé que le développement touristique ne peut reposer uniquement sur des infrastructures ou des annonces d'investissements, mais doit s'inscrire dans :

- Une gouvernance structurée,
- Une évaluation mesurable,
- Une intégration territoriale équilibrée,
- Et une vision durable, inclusive et cohérente.

Elle a également souligné que le véritable moteur de l'attractivité touristique réside dans le facteur humain, en érigeant le citoyen en « quatrième collègue » de la gouvernance territoriale : ambassadeur du territoire, garant de la qualité de vie, acteur de sécurité et co-constructeur du marketing territorial.





Me. Fatima Bouabd,

Déléguée Régionale du Tourisme de Casablanca-Settat



Son intervention a ainsi permis de replacer le débat dans une logique de cohérence territoriale, de responsabilité environnementale et d'efficacité administrative au service d'un tourisme inclusif et durable. L'enjeu n'est pas seulement d'attirer davantage de touristes, mais de mieux valoriser ceux qui viennent déjà, de prolonger leur séjour, et de transformer la croissance touristique en bénéfice durable pour le territoire et ses habitants



Capitaliser sur l'existant :

consolider le positionnement MICE et les segments à forte valeur ajoutée

Mme Bouabd a d'abord recentré le débat sur deux priorités clairement exprimées tout au long du Forum : capitaliser sur les acquis et enrichir l'offre via l'arrière-pays.

Concernant l'existant, Casablanca doit consolider son positionnement naturel de destination d'affaires (MICE), tout en valorisant ses segments complémentaires déjà performants.

Elle a insisté sur la nécessité de renforcer :

- Les infrastructures MICE (Palais des congrès/expositions)
- La qualité de service et la formation
- Le tourisme médical
- Le tourisme de shopping
- Le port de croisière, dont Casablanca est leader national

Cependant, elle a souligné un indicateur préoccupant :

- Durée moyenne de séjour : 2 jours
- Taux d'occupation : 50 %

Pour elle, l'enjeu n'est pas uniquement de faire venir les visiteurs, mais de les retenir plus longtemps et d'augmenter la valeur générée par leur séjour.



Enrichir l'offre : connecter la ville et l'arrière-pays

L'enrichissement de l'offre passe par une véritable intégration de l'arrière-pays (70 % du territoire régional). L'objectif est double :

- Proposer des expériences complémentaires (nature, ruralité, plages, barrages, écotourisme)
- Créer davantage de retombées locales et d'inclusion sociale

Elle insiste sur un point clé : la connexion entre l'offre urbaine existante et les nouvelles expériences rurales. Cette connexion doit être :

- Physique (infrastructures)
- Organisationnelle (coordination)
- Commerciale (packages intégrés par les professionnels)

Le rôle des opérateurs privés est central pour structurer et vendre cette destination régionale élargie.



La durabilité : un engagement structurant et encadré

Mme Bouabd a replacé la durabilité dans son cadre national : le Maroc a fait du développement durable une priorité stratégique.

Elle distingue trois niveaux d'action :

En amont : les études d'impact

Avant tout projet d'investissement, les études d'impact évaluent :

- L'impact environnemental
- L'impact social
- L'impact économique

Ces études permettent :

- Des corrections
- Des compensations
- Des ajustements avant validation

Elles sont individuelles et liées à chaque projet spécifique.

Pendant l'exécution : accompagnement et incitations

Durant la phase de construction, les administrations accompagnent les investisseurs pour intégrer :

- L'efficacité énergétique
- L'isolation thermique
- Le recyclage de l'eau
- Les matériaux économes en énergie

Des dispositifs incitatifs existent :

- Avantages fiscaux
- Avantages douaniers
- Programmes énergie/environnement

Elle a rappelé que la loi 80-14 introduit un noyau dur de normes de durabilité, pouvant influencer le classement des établissements.



Après ouverture : audits et suivi

La durabilité ne s'arrête pas à la construction.

Elle a cité l'exemple :

- D'audits énergétiques initiés depuis la COP22
- D'établissements accompagnés à Casablanca

Objectif :

- Réduire la facture énergétique
- Optimiser l'éclairage, la buanderie, la consommation d'eau
- Sensibiliser les hôteliers



Indicateurs et lecture différenciée du tourisme casablancais

Mme Bouabd a apporté un éclairage important sur la lecture des indicateurs.

Si le taux d'occupation est de **50 %**, la rentabilité de Casablanca reste élevée, car :

- Une part importante du chiffre d'affaires provient de la restauration
- Les banquets et événements génèrent des revenus significatifs
- Le modèle économique diffère des destinations balnéaires classiques

Elle a ainsi souligné la nécessité de **ne pas analyser Casablanca uniquement par le prisme du taux d'occupation hôtelier**.



Attractivité : le citoyen au cœur du modèle

L'un des messages forts de son intervention :

Pour rendre Casablanca attractive pour le touriste, il faut d'abord la rendre attractive pour le citoyen.

Elle distingue deux dimensions :

Attractivité touristique

- Animation
- Culture
- Infrastructures
- Qualité de service
- Capital humain

Attractivité pour l'investisseur

Elle a évoqué une problématique réglementaire

:

- Contraintes juridiques en zone rurale
- Limitation du nombre de chambres
- Problématique de rentabilité

Elle appelle à un équilibre entre :

- Préservation du territoire
- Logique économique de l'investisseur



Rôle opérationnel de la Délégation Régionale

Mme Bouabd a conclu sur des engagements concrets :

- Contrôle de l'utilisation des subventions publiques
- Vérification de la rénovation effective des établissements
- Suivi de la qualité des services

L'objectif :

Garantir que l'investissement public bénéficie réellement

- Au citoyen
- Au touriste

Elle a insisté sur la mobilisation collective :

Travailler main dans la main pour un avenir meilleur, touristiquement, économiquement et socialement.

Une lecture institutionnelle, technique et opérationnelle du développement touristique régional.

Elle a démontré que :

- Casablanca dispose d'atouts solides à capitaliser
- L'arrière-pays constitue une réserve stratégique de croissance
- La durabilité est encadrée, structurée et suivie
- Les indicateurs doivent être interprétés intelligemment
- L'attractivité commence par le bien-être du citoyen





Mme Selma Bennis,
*Directrice Impulsion économique et territoriale
au Centre Régional d'Investissement (CRI)*



Son apport a replacé le débat dans une logique de compétitivité régionale, d'efficacité administrative et de territorialisation stratégique du développement touristique.



Une réforme structurante au service de l'investissement

Mme Bennis a d'abord posé le cadre institutionnel en expliquant l'impact majeur de la loi 47-18 réformant les Centres Régionaux d'Investissement.

Cette réforme a profondément transformé l'écosystème d'investissement régional à travers :

- La simplification des procédures
- La digitalisation via la plateforme « CRI-Invest »
- La création de la Commission Régionale Unifiée de l'Investissement (CRUI)
- Le passage du vote à l'unanimité au vote à la majorité

L'un des résultats les plus significatifs concerne les délais d'instruction :

- Passage de plusieurs mois à 5,5 jours en moyenne
- Délai légal fixé à 60 jours

Elle a insisté sur le fait que cette évolution constitue une avancée majeure en matière d'attractivité et de climat des affaires.



État des lieux chiffré de l'investissement touristique

Depuis l'entrée en vigueur de la réforme (2020), les chiffres illustrent une dynamique réelle :

- 155 projets touristiques approuvés
- 32 % des projets validés par la CRUI
- 11 milliards de dirhams d'investissement
- 12 000 emplois directs projetés

Répartition territoriale:

- 62 % des projets à Casablanca
- 19 % à El Jadida
- Concentration forte sur la métropole

Nature des projets :

- 90 % concernent l'hébergement et la restauration
- 45 % génèrent entre 10 et 50 emplois directs
- Peu de projets spécifiquement orientés tourisme durable

Son constat est clair : la dynamique existe, mais elle demeure concentrée sur l'hébergement et principalement sur Casablanca.



Une vision territoriale différenciée et complémentaire

Mme Bennis a rappelé un point essentiel :

La région ne se limite pas à Casablanca.

Dans le cadre du SRAT et du PDR, une réflexion territoriale a déjà permis d'identifier les vocations spécifiques de chaque province :

- El Jadida : tourisme balnéaire et sport
- Grand Casablanca : affaires, santé, sport, pêche sportive
- Benslimane : tourisme vert et écologique
- Berrechid & Settat : rural, culturel, lacs, sport

Elle insiste sur la nécessité de :

- Consolider Casablanca comme métropole d'affaires
- Développer un Palais des Festivals (dimension week-end et événementielle)
- Assurer la connectivité stratégique avec l'aéroport et Casablanca Finance City
- Déployer des projets adaptés aux spécificités territoriales

Elle souligne également que de nombreux projets sont « dans le pipe » : tourisme de santé, académies sportives, outlets, etc.



Passer des études à l'action

Un message central ressort de son intervention :

Les études existent déjà. Il faut capitaliser sur le SRAT et le PDR.

Elle appelle à éviter :

- La multiplication d'études redondantes
- La dispersion stratégique

Et à privilégier :

- L'exécution
- La mise en œuvre
- La coordination opérationnelle

Elle soutient la proposition du modérateur de créer une commission « one team » réunissant élus, autorités et professionnels de manière trimestrielle pour assurer un suivi concret.



Concertation et intelligence collective comme méthode

Pour les mois à venir, le rôle du CRI sera de :

- Continuer la concertation
- Faciliter l'investissement
- Encourager l'intelligence collective

Elle rappelle que les données et études du CRI sont accessibles publiquement sur le site institutionnel, appelant ainsi à plus de transparence et d'appropriation par les acteurs.



L'expérience et le storytelling : une dimension qualitative à renforcer

En quittant sa posture institutionnelle pour celle de « Casablancais », Mme Bennis a apporté une dimension plus expérientielle au débat.

Elle a insisté sur :

- L'importance de l'expérience client
- La nécessité de raconter une histoire
- Le développement d'outils immersifs (exemple du bus touristique type Istanbul/Barcelone)

Elle a rappelé que le tourisme ne se résume pas aux infrastructures :

- Il doit produire une expérience
- Il doit permettre de « vivre Casablanca »

Elle a même évoqué la possibilité d'un partenariat public-privé pour mettre en œuvre ce type de projet.

Une lecture économique, institutionnelle et opérationnelle du tourisme régional.

Elle a mis en évidence :

- réforme structurelle facilitant l'investissement
- Une dynamique réelle mais concentrée sur l'hébergement
- Un potentiel territorial déjà structuré dans les plans régionaux
- La nécessité urgente de passer à l'exécution
- L'importance d'une gouvernance collective et coordonnée
- Le besoin d'intégrer davantage l'expérience et le storytelling





M. Reda Faceh,
Vice-président en charge du développement
Afrique Nord et Nord-Ouest au groupe ACCOR



Casablanca dispose d'une marque forte et d'infrastructures solides. Le prochain défi n'est plus de construire, mais d'activer, d'expérimenter, de vendre et de rentabiliser.



Le tourisme : moteur économique... mais potentiel sous-exploité

Mr Faceh confirme d'emblée un consensus :
Le tourisme est un moteur de croissance majeur.
Mais il adopte une posture lucide et critique. Après vingt ans à Casablanca, il constate des avancées remarquables en matière d'infrastructures et de modernisation, mais aussi une frustration persistante liée à la performance économique.

Le chiffre qui interpelle : 50 % de taux d'occupation annuel !

Ce taux révèle :

- Un fort potentiel inexploité
- Une saisonnalité marquée
- Une concentration de la demande sur les jours ouvrés

En effet :

- Lundi à jeudi : quasi complet
- Week-ends : forte sous-utilisation

Casablanca excelle sur un segment clé :

- L'individuel affaires

Mais le véritable défi est ailleurs :

Comblers les creux et élargir les segments.



Structurer les trois segments clés du développement

Consolider le segment affaires

Casablanca performe déjà sur :

- L'individuel affaires
- Le business international

Ce segment constitue la « pépite » actuelle.

Développer le segment groupes & événements

Pour élargir l'occupation :

- Création d'un Palais des Festivals
- Développement d'un écosystème autour (restauration, animation, logistique)

Il insiste sur un point stratégique : **Un centre de congrès seul ne suffit pas.**

Il faut pouvoir :

- Restaurer 3 000 à 5 000 personnes
- Offrir des activités hors convention
- Créer de la vie autour de l'événement

Activer le segment loisir individuel (le plus stratégique... et le plus complexe)

Selon Mr Faceh, c'est le véritable levier de décollage.

Mais c'est aussi :

- Le plus difficile à développer
- Le plus exigeant en matière d'expérience client

Il pose un principe fort : **On ne vend pas une destination, on vend une expérience.**

L'expérience client repose sur :

- La cohérence de l'ensemble des maillons
- La qualité du plus faible maillon

Image forte utilisée : « **La force d'une chaîne se mesure à son maillon le plus faible.** »



Créer de l'activité : le rôle clé de l'investissement privé

Pour augmenter le taux d'occupation, il faut :

- Créer de l'activité
- Générer du contenu expérientiel
- Encourager l'investissement privé

Il propose des exemples concrets :

- Beach Lounges
- Beach Clubs
- Chiringuitos nouvelle génération

Mais avec une exigence :

- Concepts innovants
- Différenciation forte
- Intégration durable
- Benchmark international

Il évoque notamment :

- Structures légères
- Matériaux locaux
- Énergie photovoltaïque
- Gestion durable de l'eau et des déchets

L'objectif : **Créer des cas d'école qui deviennent des références internationales.**





Promotion et storytelling : un chantier majeur

Autre frustration exprimée : **Casablanca ne sait pas se vendre !**

- Les habitants sont les premiers ambassadeurs
- Pourtant, ils orientent souvent les visiteurs vers d'autres villes

Il insiste sur :

- L'importance du digital
- Le rôle des clients comme premiers vecteurs de communication
- Le besoin de valoriser ce qui existe déjà

Un constat clair :

- Le travail d'infrastructure a été colossal
- La mise en valeur reste insuffisante



Investissement : la réalité économique

Il apporte une lecture pragmatique du comportement des investisseurs.

Un investisseur regarde uniquement :

- Le TRI (Taux de Retour sur Investissement)
- La rentabilité
- La profondeur de marché

Comparaison internationale :

- Barcelone : 80 % d'occupation
- Paris : 78 %
- Casablanca : 50 %

Problème :

- Faible attractivité relative
- IDE (Investissements Directs Étrangers) limités
- Perception d'un marché « week-end faible »

Son message : **L'affectif ne suffit pas. Seule la rentabilité attire l'investisseur international.**



Deux leviers prioritaires pour augmenter l'occupation

À la question du modérateur sur les actions concrètes : Il identifie deux priorités :

Créer de l'activité (événementielle et loisir)

- Développer des concepts privés différenciants
- Activer la corniche
- Structurer des expériences week-end

Faciliter et accompagner l'investissement privé

- Simplifier
- Identifier des opportunités
- Aider à concevoir des projets benchmark

Son ambition : **Que Casablanca devienne une source d'inspiration, et non un suiveur.**



Engagement du Groupe ACCOR

Il annonce :

- Signature prochaine d'un nouveau projet hôtelier innovant
- Segment encore absent du marché
- Ouverture prévue dans environ deux ans

Cela traduit :

- Confiance dans le potentiel
- Volonté d'accompagner le développement régional

Une lecture stratégique et business du développement touristique régional.

Elle met en lumière :

- Un potentiel considérable mais sous-exploité
- Une dépendance excessive au segment affaires en semaine
- L'urgence de développer l'expérience loisir
- Le rôle déterminant de l'investissement privé
- L'importance de la rentabilité comme moteur d'attractivité
- Le besoin de différenciation et d'innovation





PANEL 2

MICE, CULTURE, LOISIRS & RURAL :

POUR UNE APPROCHE MULTI-SEGMENTS TOURISTIQUES DE LA RÉGION CASABLANCA-SETTAT

Ce 2ème panel, consacré aux **segments et leviers opérationnels du développement touristique régional**, a déplacé le débat de la stratégie vers l'activation concrète des filières porteuses.

Dans un contexte de relance post-pandémie, l'enjeu n'est plus seulement d'attirer, mais de **structurer, connecter et activer les segments à fort potentiel (MICE, Rural, Culture et Loisirs)**, afin d'allonger la durée de séjour, d'améliorer l'occupation week-end et de créer davantage de valeur territoriale.

Ce panel avait ainsi pour ambition d'identifier les **priorités immédiates, les freins à lever et les investissements structurants nécessaires** pour faire de Casablanca-Settat une destination **multi-segments** cohérente, inclusive et compétitive, portée par une gouvernance régionale renforcée et des infrastructures adaptées.







Mme Bouchra Taibi,
Consultante tourisme et en charge du développement
au Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat



L'intervention de Mme Bouchra Taibi apporte une vision structurée et opérationnelle d'un tourisme multi-segments pour Casablanca-Settat.

Le FITCS comme démarche de co-construction durable

Mme Bouchra Taibi rappelle d'emblée que ce forum constitue la première pierre d'un processus de co-construction d'un tourisme durable et inclusif pour la région Casablanca-Settat.

Le FITCS n'est pas un événement isolé : il est le résultat de workshops préparatoires réunissant professionnels, élus et autorités. Cette méthodologie participative sera reconduite afin d'inscrire la réflexion dans la continuité et l'action.

Le deuxième panel s'inscrit dans une approche multi-segments, centrée sur quatre axes prioritaires :

- Le MICE (Meetings, Incentives, Congress, Exhibitions),
- Le tourisme rural,
- La culture (patrimoine matériel et immatériel),
- Le loisir (balnéaire, gastronomie, night life, expériences).



Le MICE : un levier stratégique à structurer

Potentialités identifiées

La région dispose d'atouts majeurs :

- Sécurité et stabilité,
- Infrastructures et mobilité,
- Casablanca comme hub économique et financier africain,
- Connectivité aérienne et terrestre,
- Capacité hôtelière croissante,
- Expertise des DMC locales.

Enjeux

- Création d'emplois directs et indirects,
- Augmentation des recettes fiscales,
- Entrées de devises,
- Renforcement de la notoriété internationale.

Frein majeur

- L'absence d'un Palais des Congrès adapté.

Recommandations

- Doter Casablanca d'un Palais des Congrès,
- Activer des solutions intermédiaires (OFEC, Office des Changes, El Jadida),
- Créer un guichet unique régional MICE,
- Construire un véritable branding MICE pour la région.



Le rural : inclusion et développement territorial

Potentialités

- Barrages, forêts (Benslimane, Bouskoura),
- Souks hebdomadaires,
- Cascades,
- Fermes et agrotourisme.

Enjeux

- Auto-emploi rural,
- Diversification des revenus,
- Inclusion socio-économique,
- Développement durable.

Freins

- Informel,
- Complexité administrative,
- Manque de promotion et de visibilité.

Recommandations

- Accompagner et former les populations rurales,
- Faciliter l'entrepreneuriat pour contrer l'informel,
- Investir dans les infrastructures de base (mobilité, viabilisation),
- Sensibiliser les autorités locales aux enjeux du tourisme rural.



Culture & Loisirs : renforcer l'expérience destination

Potentialités culturelles

- Patrimoine architectural,
- Événements artistiques,
- Patrimoine immatériel (Aïta, moussems, fantasia).

Potentialités loisirs

- 235 km de plages,
- 6 golfs,
- Sports nautiques,
- 28 000 lits existants + projets en cours,
- Centres commerciaux, gastronomie et night life.

Enjeux communs

- Création d'emplois,
- Augmentation des revenus,
- Construction d'une image multi-segments.

Freins

- Manque d'information sur les circuits,
- Insuffisance de guides qualifiés,
- Difficulté d'investissement,
- Fiscalité et problématique RH.



Partenariat pour de la Recherche – Action

Mme Bouchra Taibi a annoncé qu'une collaboration est déjà engagée entre le CRT et la faculté des Lettres et Sciences Humaines de Mohammed VI, avec l'objectif d'élargir ce partenariat à d'autres facultés de l'Université Hassan II. Elle a insisté sur l'importance stratégique de la recherche-action comme levier structurant pour le développement touristique régional.

Elle montre que la région possède déjà les fondamentaux nécessaires, mais que le véritable défi réside dans la structuration, la coordination et la levée des freins administratifs et promotionnels.

Le développement touristique régional doit s'appuyer simultanément sur le MICE, le rural, la culture et les loisirs pour bâtir une destination équilibrée, inclusive et créatrice de valeur durable.

Elle souligne également l'importance d'ancrer cette dynamique dans une démarche de recherche-action, à travers un partenariat engagé entre le CRT et l'Université Hassan II, afin de fonder les stratégies touristiques sur une expertise académique et une production de connaissances adaptées aux réalités du territoire.



M. Mehdi Rouissi,
Co-Gérant Groupe Transatour



Le MICE est le pilier fondamental du développement touristique de Casablanca-Settat, à condition qu'il soit inclusif et connecté aux autres segments.



Le MICE : segment fondamental et structurant

M. Mehdi Rouissi affirme d'emblée que le MICE est non seulement impératif, mais déjà central dans l'écosystème touristique de Casablanca-Settat. Le véritable enjeu n'est pas tant son développement quantitatif que sa capacité à devenir le **levier structurant des autres segments**.

- Maintenir la position dominante du MICE dans la région
- Faire du MICE un catalyseur du culturel, du rural et du loisir
- Utiliser le MICE comme pont entre tourisme d'affaires et territoires périphériques

Il insiste sur la complémentarité : le MICE peut rapprocher les visiteurs internationaux des populations locales et créer un impact économique et humain plus large.



Une opportunité post-Covid : allier travail et bien-être

L'intervention met en lumière une transformation majeure du tourisme d'affaires après la pandémie. La question du bien-être des collaborateurs est devenue centrale dans les décisions des entreprises.

- 80 % des travel managers intègrent désormais le bien-être dans leurs choix
- Opportunité d'allier business et loisirs (sport, golf, surf, spa...)
- Possibilité d'augmenter la durée moyenne de séjour
- Aujourd'hui :
 - 1,5 nuitée en loisir
 - 2 nuitées en MICE

L'objectif serait d'atteindre **3 nuitées**, afin de capter les week-ends et irriguer les autres segments (rural, culturel, loisirs).



Un impact économique majeur

À travers l'exemple de la France (étude EY 2019), il démontre le poids économique du MICE :

- 55 millions de touristes d'affaires
- 55 000 événements
- 32 milliards d'euros de retombées

Ces retombées bénéficient à l'ensemble de l'écosystème :

- 55 % aux métiers événementiels (traiteurs, prestataires...)
- 45 % aux professionnels du tourisme (hôteliers, transporteurs, commerces, guides...)

Le message est clair : le MICE est un puissant générateur de richesse territoriale.



L'urgence des infrastructures

Sans infrastructures adaptées, aucune ambition n'est crédible.

- Besoin d'un Palais des Congrès / Palais des Festivals de grande capacité
- Insuffisance actuelle pour accueillir des événements de +1000 personnes
- Nécessité d'un écosystème complet (restauration, transport, animation...)

Il compare avec Istanbul où les capacités dépassent 5000 places, soulignant le retard structurel de Casablanca.



Identité et storytelling territorial

Enfin, Mr Rouissi invite à revenir à l'identité profonde de Casablanca :

- Ville résiliente, historiquement rebelle et régénérée
- Énergie, dynamisme, capacité de transformation

Pour lui, le développement multi-segments passera par une **appropriation de cette identité forte**, qui constitue un socle narratif puissant pour structurer une destination attractive.

En capitalisant sur le bien-être post-Covid, en prolongeant la durée de séjour et en investissant dans des infrastructures majeures, la région peut transformer le tourisme d'affaires en véritable moteur économique multi-segments, porté par une identité territoriale forte et assumée.





Mme Asmae Bouaouinate

Professeur de Géographie du Tourisme
Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Mohammedia
Université Hassan II Casablanca



Mme. Bouaouinate démontre que l'arrière-pays de Casablanca-Settat regorge de potentialités rurales encore insuffisamment valorisées.



Définition et positionnement du tourisme rural

Mme Bouaouinate commence par poser un cadre scientifique : le tourisme rural regroupe l'ensemble des activités touristiques déployées dans les espaces ruraux (hébergement, restauration, loisirs, animation), mais avec une identité territoriale propre, distincte du modèle urbain. Elle insiste sur la nécessité d'éviter une simple transposition du modèle urbain vers le rural et de préserver l'authenticité des territoires.



Expériences de recherche-action : Mohammedia – Benslimane

À travers les travaux de ses étudiants en géographie, deux communes ont été étudiées à l'échelle communale (approche fine et territorialisée) :

Sidi Moussa Majdoub

- Proximité de pôles émetteurs (Casablanca, Mohammedia, Bouznika)
- Relief vallonné et randonnées accessibles
- Oued El Maleh et paysages dépayés
- Moussem estival reconnu
- Présence d'unités d'hébergement classées (ex : Dream Village)
- Offre locale spontanée mais informelle

Aïn Tizgha (Benslimane)

- Paysages aquatiques (sources, daya, grottes)
- Forte couverture forestière (suberaie – chêne-liège)
- Potentiel écotourisme et tourisme scientifique
- Moussem et patrimoine musical (« Aabidat Rma »)
- Clientèle essentiellement nationale

Ces deux territoires démontrent un fort potentiel naturel et culturel, mais souffrent de contraintes structurelles.



Contraintes identifiées

Malgré les richesses territoriales, plusieurs freins persistent :

- Manque d'accessibilité et de signalétique
- Faible valorisation et promotion
- Absence de cartographie opérationnelle pour les professionnels
- Informalité des initiatives locales
- Difficulté d'accès aux études universitaires

Mme Bouaouinate souligne l'importance de la **cartographie** comme outil de diagnostic et de commercialisation touristique.



Appel à la recherche-action et au partenariat

Son message central repose sur la nécessité d'un rapprochement entre université et professionnels :

- Mettre en place une convention cadre entre l'Université Hassan II et le CRT
- Orienter les recherches vers les besoins du terrain
- Traduire les travaux (français / anglais) pour une diffusion plus large
- Rendre les études accessibles et exploitables

Elle insiste sur une approche à **petite échelle (communale)** pour révéler les véritables potentialités, plutôt qu'une vision trop généraliste.

Elle plaide pour une alliance structurée entre université et professionnels afin de transformer la recherche académique en levier opérationnel de développement touristique, fondé sur la cartographie, la proximité territoriale et l'authenticité rurale.





M. Zoubir Bouhoute, *Expert en Tourisme*



L'intervention de Mr Zoubir Bouhoute replace le débat sur un terrain économique rigoureux et chiffré.

Le Forum : une réussite stratégique à pérenniser

Mr Bouhoute ouvre son intervention en saluant l'initiative du FITCS.

Pour lui, réunir professionnels, administration et élus constitue déjà un succès en soi.

Cette convergence des trois collèges est le point de départ indispensable d'un développement touristique structuré et doit être institutionnalisée dans le temps.

Il rappelle que le tourisme représente **78 milliards de dirhams de recettes en devises**, contribuant significativement à l'équilibre de la balance des paiements et aux recettes fiscales (TVA, IS, taxes locales, ...).



Le constat chiffré : Casablanca face au défi des capacités

En économiste, il insiste sur une lecture factuelle et comparative :

- Casablanca : ≈ 21 000 lits (2021)
- Marrakech : 74 000 lits
- COP22 : 40 000 participants mobilisés
- Marrakech : 8,3 millions de nuitées
- Agadir : 6 millions

Pour lui, la question n'est pas théorique : Sans capacité d'hébergement suffisante, Casablanca ne peut prétendre accueillir de grands événements internationaux.

Il réfute l'idée que l'augmentation de l'offre ferait mécaniquement baisser les taux d'occupation.

L'exemple de Marrakech montre qu'une **augmentation massive de l'investissement a entraîné une hausse simultanée des nuitées et du taux d'occupation.**



L'investissement : fondement du développement touristique

Son message est clair et assumé :

Le développement passe d'abord par **l'investissement structurant.**

Cela inclut :

- Hôtellerie
- Infrastructures MICE
- Zones touristiques structurées
- Écosystème complet (agences, restauration, transport, guides...)

Il cite l'exemple d'Agadir et du plan de développement de la région Souss-Massa (**30 nouvelles zones touristiques, 33 000 hectares**) pour illustrer une politique **volontariste**.

Pour lui, l'investissement doit être :

- Massif
- Régionalisé
- Intelligent
- Inscrit dans une logique de rentabilité



Approche régionale et gouvernance territoriale

S'appuyant sur un discours royal de 2001, il rappelle que le développement touristique harmonieux dépend d'une **approche régionale structurée**.

Avec la régionalisation avancée (PDR, PDP, PAC), le moment est opportun pour :

- Intégrer pleinement le tourisme dans les plans territoriaux
- Travailler étroitement avec les CRI et les élus
- Défendre le tourisme comme moteur d'employabilité et de fiscalité locale

Son anecdote des « peignes vendus aux moines bouddhistes » illustre la nécessité de **convaincre les décideurs par des arguments économiques concrets (retombées financières, fiscales, économique, sociales, ...)**, et non seulement par des discours sectoriels.



Positionnement international et urgence stratégique

Il compare le Maroc à ses concurrents :

- Égypte : 300 000 chambres existantes, 56 000 en construction
- Turquie : forte progression post-Covid
- Maroc : reprise lente et recettes en baisse !

Pour lui, le Maroc a perdu une partie de son avance historique et doit réagir rapidement par une politique d'investissement ambitieuse.

Pour lui, le marketing, la créativité et le capital humain sont essentiels, mais ils ne peuvent produire d'effets durables sans une base solide d'infrastructures et d'investissements massifs.

Le développement touristique de Casablanca-Settat doit s'appuyer sur une stratégie régionale ambitieuse, structurée autour d'un investissement intelligent, condition première pour rivaliser avec les grandes destinations nationales et internationales.



INTERVENTIONS DU PUBLIC



M. Azeddine Skalli, *Président du Moroccan Travel Management Club-MTMC et Président de S'Tours*

M. Skalli a recentré le débat sur l'**élément humain**, regrettant que la population et le citoyen aient été peu évoqués au profit des chiffres, des investissements et de la rentabilité.

Il a posé une question fondamentale : **le tourisme doit-il se limiter à une logique marchande (chambres, nuitées, sièges d'avion) ou intégrer pleinement la dimension humaine et sociale ?**

Pour lui, la population casablancaise constitue un atout central du développement touristique et doit être pleinement associée à la démarche.

Il a appelé à un véritable rapprochement avec les citoyens, soulignant que la durabilité ne peut être réelle sans **qualité, engagement humain et implication locale**.



M. Adnane Afquir, *Directeur Pédagogique de l'Institut Supérieur International du Tourisme de Tanger*

M. Afquir a rappelé que le tourisme est avant tout une activité sociale avant d'être économique, et que le facteur humain constitue aujourd'hui la principale faiblesse du secteur.

Il a souligné la perte de confiance des jeunes après la crise Covid, les départs vers l'international ou vers d'autres secteurs, ainsi que l'insuffisance de formations spécialisées, notamment dans le MICE.

Face à un secteur en pleine mutation, où 50 % des emplois actuels pourraient disparaître dans dix ans selon le Bureau International du Travail, il a insisté sur l'urgence d'un investissement concerté dans le capital humain impliquant établissements de formation, institutions et professionnels.



M. El Mehdi El Fakir, *Expert-Comptable et homme de media*

M. El Fakir a d'abord mis en avant la dynamique très encourageante du secteur touristique au niveau national. S'appuyant sur les chiffres récents du ministère des Finances, il a souligné un taux de récupération des recettes proche des niveaux de 2019 (plus de 90 % sur certains mois), laissant présager un retour rapide, voire un dépassement, des performances pré-Covid. Pour lui, le tourisme demeure un secteur extrêmement prometteur, à forte capacité de création de valeur.

Revenant sur Casablanca, il a posé une question stratégique : comment inscrire le développement touristique régional dans la dynamique nationale actuelle, notamment à travers le Nouveau Modèle de Développement et la future Charte de l'Investissement ? Selon lui, le véritable enjeu est d'articuler l'ambition régionale avec ce cadre national structurant.

Concernant la nouvelle Charte de l'Investissement, il a expliqué qu'elle repose sur deux dimensions majeures :

- Une dimension quantitative, visant à mieux répartir l'investissement sur l'ensemble du territoire en valorisant les atouts spécifiques de chaque région ;
- Une dimension qualitative, orientée vers le soutien aux secteurs à forte valeur ajoutée et à impact social.

Il a insisté sur la volonté affichée d'encourager une croissance inclusive, combinant performance économique et meilleure répartition des richesses, en cohérence avec les objectifs du développement durable. Toutefois, il a précisé que le texte définitif de la nouvelle charte d'investissement est encore attendu et que les professionnels restent dans l'attente de sa publication officielle.





M. Hamid Bentahar, Président de la Confédération Nationale du Tourisme

Revenant sur la question du capital humain, M. Bentahar a partagé un témoignage personnel en tant qu'employeur du secteur hôtelier au Maroc. Il a reconnu que la crise du Covid a entraîné une perte importante de collaborateurs, beaucoup ayant quitté le secteur par nécessité. Toutefois, il a choisi d'en faire une lecture positive : les professionnels du tourisme possèdent des **soft skills** rares et recherchées (*maîtrise des langues, sens du service, capacité relationnelle*), ce qui explique leur forte employabilité dans d'autres secteurs comme la banque ou le luxe international.

Plutôt que de subir cette situation, il appelle à en tirer des leçons :

- Renforcer la **formation**,
- Valoriser davantage les **compétences humaines** développées dans le tourisme
- Considérer ce secteur comme une véritable **école d'excellence** ouvrant des opportunités au Maroc comme à l'international.

Pour lui, le capital humain doit devenir un sujet de fierté et un levier stratégique pour l'avenir du tourisme.



M. Hicham Boukhni, Directeur Général du cabinet AIGLE BLEU

M. Boukhni a salué les efforts réalisés ces dernières années par les autorités, le CRT et les différents acteurs du secteur, tout en pointant une faiblesse majeure : *la difficulté à attirer des investisseurs, notamment locaux, et la faiblesse des IDE à Casablanca*.

Selon lui, l'erreur est de penser que seuls des investisseurs touristiques peuvent développer le tourisme. Il propose au contraire de mobiliser d'autres acteurs économiques puissants, *industriels, banquiers, assurances*, capables d'investir via des mécanismes de sponsoring ou des montages financiers dédiés, notamment au service d'un **projet social et urbain structurant**. Il insiste également sur la nécessité de renforcer la **qualité de vie** et la « **culture de la cité** » pour rassurer les investisseurs.

Enfin, il suggère de créer un **fonds d'investissement** dédié au développement de la restauration et d'une "night life familiale", en s'appuyant notamment sur les promoteurs immobiliers et les OPCI (*Organismes de Placement Collectif Immobilier*), afin de combler un manque identifié dans l'offre de loisirs à Casablanca.



Mme Imane Naciri de Casapatrimoine

Mme Naciri a replacé le patrimoine au cœur du développement touristique de Casablanca, en rappelant qu'il ne constitue plus une charge, mais un **véritable levier économique et identitaire**.

Elle a souligné la richesse du patrimoine matériel et immatériel de la ville, *architecture, histoire, gastronomie, artisanat, arts du spectacle*, ...et a présenté plusieurs projets structurants portés par Casapatrimoine :

- Réhabilitation de l'église du Sacré-Cœur,
- Inventaire et valorisation de plus de 1900 biens patrimoniaux du centre-ville,
- Rénovation des façades et réorganisation des devantures,
- Projet de circuit touristique « Bus rouge » pour mieux valoriser l'architecture casablancaise qui était un véritable laboratoire des années 1950.

Elle a également mis en avant des initiatives tournées vers l'avenir, comme :

- Le projet « **Athar** » mobilisant les jeunes créatifs autour du patrimoine,
- La mise en valeur des parcs préhistoriques de Sidi Abderrahmane
- La création du musée du sport.

Selon elle, le patrimoine constitue une clé stratégique du marketing territorial, à la fois facteur d'attractivité touristique et source de fierté pour les Casablancais.



MOT DE CLÔTURE



M. Samir Kheldouni Sahraoui,
CEO Chorus Consulting Hospitality & Leisure,
Ex-Directeur Général de l'Office National Marocain du tourisme (ONMT)



Son apport a permis de transformer la richesse des débats en cadre stratégique cohérent et opérationnel.

Dans son intervention de clôture, M. Samir Sahraoui a salué la richesse des échanges tout en appelant à dépasser le stade des idées pour entrer dans une logique de structuration stratégique. Son message central est clair : Casablanca doit passer d'un potentiel touristique diffus à une véritable « mise en tourisme » structurée, fondée sur un positionnement dominant (MICE), une **clarification des investissements, une amélioration de la mobilité et une gouvernance régionale forte**. Pour lui, la priorité n'est pas d'accumuler des projets, mais de définir un cap réaliste, cohérent et économiquement viable.



Résilience, vision et responsabilité régionale

M. Sahraoui commence par rappeler la **résilience remarquable des professionnels**, tout en soulignant les séquelles financières et humaines laissées par la pandémie.

Il insiste sur la nécessité :

- D'une vision nationale post-Covid claire, D'une vision régionale cohérente pour Casa-Settat, D'un rôle central de la Région, en coordination avec le CRT.

La Région, légitime et proche du terrain, doit devenir un acteur structurant du développement touristique.



Investir... mais avec discernement

Contrairement à certaines interventions axées exclusivement sur l'augmentation de la capacité, il introduit une **lecture plus nuancée de l'investissement**.

Constats chiffrés :

- TCAM capacité hôtelière : 6 %
- TCAM nuitées : 3 %
- Taux d'occupation fragilisé
- Durée moyenne de séjour : 1,9 nuit

Problème : croissance plus rapide de la capacité que de la demande.

Il pose donc une question stratégique majeure :

Faut-il continuer à investir massivement ou d'abord remettre en phase capacité et demande ?

Son approche est pragmatique :

L'investissement est nécessaire, mais il doit être **intelligent, aligné sur un positionnement clair et sur la rentabilité réelle**.

La « mise en tourisme » : concept clé de son intervention

C'est le cœur de son message. Selon lui, « **La mise en tourisme est au tourisme ce que la mise en scène est au cinéma** »

Autrement dit, une destination ne suffit pas. Il faut :

- De l'activité, Une narration, Une scénarisation, Une organisation cohérente des expériences.

Il donne l'exemple des croisières : **Un port n'est pas une destination. C'est la ville qui doit être mise en tourisme.**

Casablanca doit devenir une ville où « il se passe des choses ».

Objectif stratégique majeur : Passer de 2 nuits à 4 nuits de durée moyenne de séjour.



Les prérequis incontournables : mobilité et civisme

Il insiste fortement sur un point peu abordé :

- Chaos urbain – Incivisme - Mobilité difficile - Sécurité de circulation

Pour Mr Sahraoui, Ce qui est bon pour le citoyen est bon pour le tourisme. La mise en tourisme passe d'abord par une ville **fonctionnelle, fluide et sécurisée**.



Clarifier le positionnement : éviter la dispersion

Il met en garde contre la dispersion multi-segments.

Proposition stratégique :

Positionnement dominant :

- Ville de congrès et d'incentives (MICE)
- Palais des Congrès de 3 000 à 5 000 places minimum
- Écosystème festif et night life structuré

Positionnements complémentaires :

- Culture - Patrimoine Art Déco
- Balnéaire - Archéologie
- Bien-être & santé

Mais ces axes doivent être organisés en **clusters d'intérêt touristique**, et non disséminés.



S'appuyer sur des destinations annexes (quick wins)

Il recommande d'adosser Casablanca à deux territoires immédiatement exploitables :

- El Jadida → patrimoine portugais + littoral
- Benslimane → écosystème vert + tourisme santé/bien-être

Stratégie régionale intégrée plutôt que strictement urbaine.



Gouvernance : simplifier et concentrer

Son dernier point est institutionnel. Il appelle à :

- Limiter le nombre de décideurs,
- Clarifier les responsabilités,
- Renforcer l'axe Région – CRT – Ministère du Tourisme,
- Donner à la Région un rôle central dans la mise en tourisme.

Une lecture stratégique et économique mature du développement touristique de Casablanca.

Il ne s'agit pas simplement :

- D'investir,
- De multiplier les segments,,
- Ou d'accumuler les projets

Mais de :

- Structurer une vision claire,
- Choisir un positionnement dominant (MICE),
- Mettre réellement Casablanca en tourisme,
- Augmenter la durée de séjour,
- Améliorer la mobilité et la qualité urbaine,
- Et consolider une gouvernance régionale efficace.





RECOMMANDATIONS

Constat stratégique

Le FITCS a fait émerger un consensus clair :

- Casablanca-Settat dispose d'atouts majeurs (hub économique africain, connectivité, marque forte).
- Les infrastructures de base existent.
- Les études et plans stratégiques sont disponibles.
- Les acteurs publics et privés sont mobilisés.

Le défi n'est plus la vision. Le défi est l'exécution coordonnée et accélérée.

Les 5 priorités stratégiques régionales

PRIORITÉ 1 : Faire du MICE le pilier structurant

Le tourisme d'affaires est la colonne vertébrale de Casablanca.

Actions structurantes :

- Construire un Palais des Congrès (3 000–5 000 places).
- Mettre en place un guichet unique régional MICE.
- Développer un branding international MICE.
- Transformer les événements en générateurs de séjours prolongés (objectif : 4 nuits).

Enjeu : Augmenter le taux d'occupation (50 % aujourd'hui) et capter les week-ends.

PRIORITÉ 2 : Activer l'offre week-end & l'expérience destination

Problème identifié : Casablanca fonctionne du lundi au jeudi. Le week-end est sous-exploité.

Actions immédiates :

- Structurer une programmation culturelle annuelle.
- Activer la corniche (beach concepts innovants : Chiringuitos, Beach clubs, ...).
- Développer night life familiale & expérientielle.
- Lancer un bus touristique immersif.
- Mettre en tourisme des zones ciblées (clusters).

Objectif : Allonger la durée moyenne de séjour. (1,9 nuit → 3-4 nuits).

PRIORITÉ 3 : Intégrer pleinement l'arrière-pays

70 % du territoire régional reste sous-exploité. Axes :

- Structurer le tourisme rural (cartographie, signalétique, formalisation).
- Former et accompagner les populations locales.
- Connecter MICE + rural (packages intégrés).
- Positionner : Benslimane → éco & bien-être - El Jadida → patrimoine & balnéaire

Enjeu : Inclusion territoriale et création d'emplois locaux.

PRIORITÉ 4 : Stimuler l'investissement intelligent

Constat : - Casablanca ≈ 21 000 lits -
Marrakech ≈ 74 000 lits

Actions :

- Sécuriser le cadre d'investissement.
- Identifier des opportunités foncières claires.
- Encourager concepts innovants (loisirs, restauration, expériences).
- Faciliter l'accès via CRI et coordination Région–CRT.

Principe : L'investisseur décide sur la base du TRI et de la rentabilité.

PRIORITÉ 5 : Structurer une gouvernance régionale unifiée

Recommandation forte issue du Forum :

- Instaurer une instance permanente Région–CRT–CRI–Professionnels.
- Réunions trimestrielles de pilotage.
- Limiter la dispersion décisionnelle.
- Institutionnaliser le FITCS comme plateforme annuelle.

Objectif : Passer de la concertation ponctuelle à la gouvernance opérationnelle.



Facteurs transversaux indispensables

Capital humain

- Développer les formations spécialisées (MICE, expérience client).
- Restaurer l'attractivité des métiers.
- Positionner le citoyen comme ambassadeur.

Durabilité

- Généraliser les études d'impact.
- Encourager efficacité énergétique.
- Améliorer mobilité & qualité urbaine.

Marketing territorial

- Activer pleinement la marque « We Casablanca ».
- Déployer une stratégie digitale offensive.
- Raconter une histoire forte et différenciante.

Quick Wins (12–24 mois)

1. Activation renforcée des infrastructures existantes (OFEC, Palais Foire).
2. Lancement d'une stratégie week-end structurée.
3. Mise en place du guichet unique MICE.
4. Création de l'instance régionale de coordination.
5. Pack MICE + rural + culture pour prolonger les séjours.

Vision : Si ces priorités sont mises en œuvre :

- Augmentation du taux d'occupation
- Augmentation de la durée moyenne de séjour
- MICE positionné comme référence africaine
- Arrière-pays intégré dans la chaîne de valeur
- Investissements privés relancés
- Casablanca reconnue comme capitale événementielle continentale

Objectif : Allonger la durée moyenne de séjour (1,9 nuit → 3-4 nuits).

Conclusion

- Casablanca-Settat a les infrastructures.
- Elle a la marque.
- Elle a le capital humain.
- Elle a la position géostratégique.

Ce qu'il faut maintenant : coordination, investissement ciblé et exécution rapide.

Le FITCS a ouvert le débat. Il appartient désormais aux décideurs d'en faire un plan d'actions.





CONCLUSION GÉNÉRALE

La première édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat (FITCS) aura marqué un moment fondateur pour la gouvernance touristique régionale. Au-delà des interventions institutionnelles et professionnelles, ce forum a permis d'installer un espace structuré de dialogue, de confrontation d'idées et surtout de co-construction d'une vision partagée.

Un premier enseignement fort s'impose : **Casablanca-Settat dispose d'atouts considérables**, souvent déjà investis, mais encore **insuffisamment activés et structurés**. Capitale économique du Royaume, hub africain, dotée d'un littoral exceptionnel, d'un patrimoine architectural singulier, d'un arrière-pays riche en ressources naturelles et culturelles, la région possède les fondamentaux d'une grande destination internationale. Le défi n'est plus celui de l'identification du potentiel, mais celui de sa transformation opérationnelle en produits, en expériences et en valeur durable.

Les échanges ont mis en évidence plusieurs priorités structurantes. D'abord, la consolidation du positionnement **MICE** comme pilier stratégique, à condition de lui adjoindre les infrastructures adaptées, notamment un Palais des Congrès/Festivals de dimension internationale, ainsi qu'un écosystème événementiel capable d'activer les week-ends et d'allonger la durée moyenne de séjour.

Ensuite, la nécessité d'une approche multi-segments articulant affaires, culture, loisirs et rural, afin d'éviter toute dépendance excessive à un seul moteur économique et de mieux répartir les retombées territoriales. Un autre message majeur ressort avec force : le développement touristique ne peut se limiter à une logique d'investissement matériel. La **mise en tourisme** passe par la structuration, la scénarisation et le storytelling territorial. Elle suppose également une **gouvernance** coordonnée, évitant la dispersion des études et privilégiant l'exécution des plans déjà élaborés (SRAT, PDR). Elle exige enfin un environnement attractif pour l'investisseur, fondé sur la rentabilité, la simplification administrative et la lisibilité stratégique.

Mais le fil conducteur le plus transversal du Forum demeure le **facteur humain**. Plusieurs intervenants l'ont rappelé avec conviction : **le tourisme est d'abord une activité sociale**. Le citoyen, le professionnel, l'étudiant en formation, l'entrepreneur local constituent les véritables moteurs de l'attractivité. Rendre Casablanca attractive pour le touriste suppose d'abord de la rendre attractive pour ses habitants. Investir dans le capital humain, restaurer la confiance post-Covid, valoriser les compétences et associer la population aux dynamiques territoriales apparaissent comme des conditions indispensables à toute réussite durable.

Cette première édition du FITCS aura ainsi posé les bases d'un « **livre blanc** » régional implicite : **investir intelligemment, structurer les segments, renforcer la gouvernance, activer l'événementiel, intégrer l'arrière-pays, améliorer l'expérience client et placer l'humain au centre**.

L'avenir du tourisme de Casablanca-Settat dépendra désormais de la capacité collective à passer du diagnostic à l'action. Les outils existent, les études sont disponibles, les acteurs sont mobilisés. L'enjeu est d'inscrire cette dynamique dans la continuité, en institutionnalisant le dialogue, en fixant des objectifs mesurables et en assumant un positionnement clair et ambitieux.

Casablanca-Settat a les moyens de devenir une destination africaine de référence, moderne, inclusive et durable. Le FITCS en a été le point de départ. La prochaine étape appartient à l'action concertée.

FORUM INTERACTIF DU TOURISME

CASABLANCA-SETTAT

Le 05 juillet 2023 , Sous le thème :
**« Quelle feuille de route touristique pour Casablanca-Settat :
Cap 2026 – Cap 2030 ? »**

Cette deuxième édition intervient à un moment charnière pour le secteur. Au niveau national, le Maroc s'est doté d'une nouvelle feuille de route touristique à l'horizon 2026, fixant des objectifs ambitieux en matière de fréquentation touristique, de création d'emplois et de recettes. Parallèlement, la région Casablanca-Settat a adopté son Plan de Développement Régional (PDR) et la ville de Casablanca son Plan d'Action Communal (PAC), deux instruments structurants appelés à jouer un rôle déterminant dans la transformation de l'écosystème touristique territorial.

Dans ce contexte, la question centrale posée par le forum est celle **de l'articulation entre les stratégies nationales, régionales et locales**, afin de construire une vision touristique cohérente et adaptée aux spécificités du territoire.

La région Casablanca-Settat dispose en effet d'un potentiel considérable :

- Une position dominante sur le tourisme d'affaires (MICE),
- Un patrimoine architectural et culturel unique,
- Un littoral atlantique de plus de 235 kilomètres,
- Une capacité hôtelière importante,
- Un hub aérien majeur pour le continent africain,
- Ainsi qu'un arrière-pays riche en ressources naturelles et culturelles encore largement sous-exploitées.

Cependant, malgré ces atouts, plusieurs défis structurels demeurent :

- Une offre touristique encore insuffisamment diversifiée,
- Un potentiel rural et naturel sous-valorisé,
- Une gouvernance touristique nécessitant une meilleure coordination entre acteurs publics et privés,
- Et une attractivité territoriale qui doit encore se traduire par des projets structurants capables d'augmenter la durée de séjour et la valeur ajoutée touristique.

Face à ces enjeux, le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat ambitionne de contribuer à l'élaboration d'une vision touristique régionale partagée, fondée sur la convergence des stratégies publiques, des initiatives territoriales et de l'expertise du secteur.

Cette édition 2023 poursuit ainsi plusieurs objectifs structurants :

- Créer un espace de débat stratégique autour de l'avenir du tourisme dans la région ;
- Mobiliser l'ensemble des parties prenantes, autour d'une vision commune ;
- Identifier les leviers prioritaires de développement touristique, en particulier dans les domaines du tourisme d'affaires, du tourisme rural, du tourisme culturel et des loisirs ;
- Faire du tourisme un catalyseur de développement socio-économique durable, créateur d'emplois et de valeur pour l'ensemble du territoire.



Les travaux du forum ont été structurés autour de deux axes majeurs. Le premier a porté sur la co-construction de la feuille de route touristique régionale, en mettant l'accent sur la gouvernance territoriale et la coordination entre autorités publiques, élus et professionnels. Le second a exploré les opportunités offertes par le tourisme rural, considéré comme un levier stratégique pour dynamiser les territoires périphériques et renforcer l'inclusion territoriale.

Au-delà des échanges et des analyses, cette deuxième édition du FITCS vise également à produire une base de réflexion structurée pour l'action publique et les stratégies des acteurs du secteur.

Les contributions et recommandations issues de ce forum constituent ainsi les fondements du présent document, conçu comme un Livre Blanc stratégique destiné à éclairer les décideurs publics, les professionnels et les investisseurs sur les orientations prioritaires du développement touristique de la région Casablanca-Settat à l'horizon 2026-2030.

Analyse SWOT de la région Casablanca-Settat

FORCES	FAIBLESSES
• Capitale économique et hub d'affaires du Maroc. • Connectivité nationale et internationale structurante (aéroport, rail, autoroutes). • Position dominante sur le tourisme d'affaires (MICE). • Capacité hôtelière et infrastructures urbaines importantes. • Potentiel patrimonial, culturel et littoral significatif.	• Destination encore peu structurée touristiquement. • Forte dépendance au tourisme d'affaires. • Durée moyenne de séjour faible. • Manque d'infrastructures majeures pour les grands congrès. • Potentiel rural et culturel insuffisamment valorisé.
OPPORTUNITÉS	DÉFIS STRUCTURELS / MENACES
• Reprise mondiale du tourisme et nouvelle feuille de route nationale 2026. • Développement d'un tourisme multisegment (MICE, rural, culture, loisirs). • Valorisation du patrimoine et de l'identité territoriale. • Investissements publics et privés dans les infrastructures et la culture.	• Concurrence des destinations touristiques nationales et internationales. • Gouvernance touristique encore fragmentée. • Pressions urbaines et environnementales croissantes. • Nécessité d'aligner développement touristique et attentes des populations locales.



INTERVENANTS

2^{ème} ÉDITION **FORUM INTERACTIF DU TOURISME**

CASABLANCA-SETTAT





ALLOCUTION D'OUVERTURE

La séance inaugurale de la deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat a rassemblé les représentants des principales institutions publiques et des acteurs clés de l'écosystème touristique régional. À travers leurs prises de parole, ces intervenants ont posé les premiers jalons stratégiques du débat en rappelant les enjeux, les ambitions et les priorités du développement touristique de la région à l'horizon 2026-2030.

Ces interventions inaugurales ont ainsi joué un rôle de cadrage, en mettant en perspective les grands leviers d'action : gouvernance territoriale, attractivité de la métropole, développement du tourisme d'affaires, valorisation du patrimoine et diversification de l'offre touristique régionale. Elles ont également souligné la nécessité d'une **mobilisation collective des acteurs publics et privés** pour faire du tourisme un moteur de développement économique et de création d'emplois.

En fixant ces orientations stratégiques, la séance inaugurale a donné le ton des échanges qui se poursuivront dans les panels, où experts, professionnels et décideurs seront appelés à approfondir ces thématiques, confronter leurs analyses et formuler des recommandations pour la construction d'une feuille de route touristique régionale ambitieuse et partagée.



M. Mohamed Cherkaoui

Directeur des Affaires Économiques – Wilaya de Casablanca-Settat, représentant M. le Wali de la Région



Intervenant au nom de Monsieur le Wali de la région Casablanca-Settat, M. Mohamed Cherkaoui a salué l'organisation de la deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat, soulignant l'importance de ce type de rencontres pour encourager la réflexion collective autour du développement touristique régional.

Il a rappelé que la région dispose d'atouts significatifs pour renforcer son attractivité touristique, notamment à travers plusieurs segments complémentaires tels que **le tourisme d'affaires, les circuits culturels et le tourisme balnéaire**, qui constituent des leviers importants de développement pour le territoire.

M. Cherkaoui a également insisté sur l'importance d'une **mobilisation collective de l'ensemble des parties prenantes** pour assurer la réussite des politiques et programmes destinés à dynamiser le secteur touristique. À cet égard, il a souligné le rôle essentiel de la **coopération** entre élus, organisations professionnelles, autorités locales et forces vives de la région afin de renforcer l'impact des initiatives engagées.

En conclusion, il a exprimé ses vœux de succès pour les travaux du forum, réaffirmant l'engagement des institutions régionales à accompagner les efforts visant à promouvoir le tourisme comme **levier de développement économique et territorial** au service de la région Casablanca-Settat et du Maroc.





M. Abdellatif Maazouz

Président du Conseil de la Région Casablanca-Settat



Son intervention a mis en lumière plusieurs orientations stratégiques pour le développement du secteur touristique dans la région Casablanca-Settat.

Dans son intervention, M. Abdellatif Maazouz a salué l'initiative du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat, qu'il considère comme un espace de dialogue essentiel pour structurer la réflexion collective autour du développement touristique régional.

Il a également rendu hommage au rôle moteur du Conseil Régional du Tourisme, et en particulier à l'engagement de son président, M. Othmane Cherif Alami dans la promotion du tourisme à l'échelle de la région.



Diversifier l'offre touristique en valorisant l'arrière-pays

Le Président de la Région a souligné que l'image touristique de Casablanca-Settat reste souvent associée à la métropole casablancaise et à quelques destinations balnéaires connues. Pourtant, la région dispose d'un **potentiel important dans son arrière-pays rural et naturel**, qui peut répondre à une demande croissante pour des expériences touristiques de proximité, liées à la nature et aux espaces forestiers.

Dans cette perspective, des initiatives sont engagées, en partenariat avec le Conseil Régional du Tourisme, afin de structurer une offre de tourisme rural accessible aussi bien aux résidents de la région qu'aux touristes nationaux et internationaux.



Articuler développement touristique et politiques territoriales

M. Maazouz a rappelé que le développement touristique repose également sur **les politiques territoriales structurantes**, notamment en matière d'infrastructures et de mobilité. Les investissements régionaux dans les transports routiers, ferroviaires ou aériens contribuent directement à renforcer l'attractivité touristique du territoire.

Il a notamment évoqué un **programme ambitieux de développement de la mobilité ferroviaire**, appelé à soutenir la dynamique économique et touristique de la région.



Faire de la culture un levier stratégique d'attractivité

Le Président de la Région a également annoncé la mise en place prochaine d'un **programme régional d'envergure dédié au développement culturel**, doté d'un budget d'environ 680 millions de dirhams. Ce programme vise à renforcer l'animation culturelle, valoriser le patrimoine régional et soutenir la formation dans les métiers culturels, afin de faire de la culture une **véritable industrie créatrice de valeur et d'emplois**, étroitement liée au développement touristique.



Le tourisme comme levier de développement socio-économique

En conclusion, M. Maazouz a souligné que l'ensemble de ces initiatives – développement du tourisme rural, investissements culturels et amélioration des infrastructures – s'inscrit dans une vision globale visant à renforcer l'attractivité de la région tout en améliorant le cadre de vie des citoyens.

Le tourisme est ainsi appelé à jouer un rôle central dans la **création d'emplois et la dynamisation de l'économie régionale**, notamment au bénéfice des jeunes.

- Diversifier le tourisme régional en valorisant l'arrière-pays et les espaces naturels.
- Soutenir l'attractivité touristique par les investissements en mobilité et en infrastructures.
- Faire de la culture un moteur stratégique de développement territorial.
- Positionner le tourisme comme levier de création d'emplois et d'amélioration du cadre de vie.





Mme Nabila Rmili

*Présidente du Conseil de la Ville de Casablanca
(Discours lu par M. Mohamed Jouahri, Directeur Général de
Casablanca Events & Animation)*



Dans son message adressé aux participants du Forum Interactif du Tourisme, Mme Nabila Rmili a rappelé que le tourisme constitue aujourd'hui un levier stratégique de développement territorial, contribuant à la notoriété internationale des villes, à la compétitivité économique, à la création d'emplois et à l'attractivité des investissements.

Dans cette perspective, la région Casablanca-Settat dispose, selon elle, d'un potentiel important fondé sur la diversité de ses segments touristiques et la complémentarité de ses infrastructures. Son intervention a mis en évidence plusieurs orientations structurantes pour le développement touristique de la métropole et de la région.



Une destination touristique multi-segments

Mme Rmili a souligné la richesse et la diversité de l'offre touristique de Casablanca, qui s'articule autour de plusieurs segments complémentaires. La métropole se distingue notamment par le **tourisme d'affaires**, qui constitue un pilier historique de son attractivité.

À cela s'ajoutent d'autres segments en développement, tels que le **tourisme culturel**, le **tourisme médical** ou encore le **tourisme sportif**, dont la visibilité internationale a été renforcée par l'exploit des Lions de l'Atlas lors de la Coupe du Monde 2022. Ces différentes composantes offrent des opportunités pour structurer une offre touristique plus diversifiée et compétitive.



Le Plan d'Action Communal comme levier d'attractivité touristique

L'intervention a également mis en avant le rôle structurant du Plan d'Action Communal (PAC) de Casablanca, qui constitue un cadre stratégique majeur pour le développement de la métropole.

Articulé autour de **6 axes stratégiques, 24 programmes et 99 projets**, ce plan vise à améliorer l'attractivité et la qualité de vie urbaine, notamment à travers des investissements dans les infrastructures de transport, la mobilité durable et les équipements urbains. Parmi les projets structurants figurent le déploiement des bus à haut niveau de service, l'extension du réseau de tramway, ainsi que la création de circuits touristiques urbains destinés à valoriser les principaux sites de la ville.



Renforcer le positionnement international de Casablanca

Mme Rmili a également insisté sur les nombreux atouts dont dispose Casablanca pour renforcer son positionnement parmi les grandes métropoles internationales.

La ville bénéficie d'infrastructures majeures, notamment son port, son aéroport, ses réseaux logistiques et son statut de **première plateforme multimodale du pays**.

Elle a également évoqué plusieurs projets structurants appelés à renforcer l'attractivité touristique de la métropole, parmi lesquels le développement d'un pôle MICE d'envergure internationale, la valorisation des sites emblématiques tels que l'ancienne médina ou la mosquée Hassan II, ainsi que la mise en service future du Grand Théâtre de Casablanca, du Palais des Congrès et du Parc d'expositions.



Une mobilisation collective au service du développement touristique

En conclusion, Mme Rmili a réaffirmé l'engagement du Conseil de la Ville de Casablanca à accompagner les initiatives visant à renforcer l'attractivité touristique de la métropole et de la région. Elle a souligné l'importance d'une mobilisation collective de l'ensemble des acteurs publics et privés, afin de concrétiser les orientations stratégiques et les recommandations issues du forum.

- Positionner Casablanca comme une destination touristique multi-segments, combinant tourisme d'affaires, culturel, médical et sportif.
- S'appuyer sur le Plan d'Action Communal pour renforcer l'attractivité urbaine et touristique de la métropole.
- Valoriser les grands projets d'infrastructures et les équipements culturels pour soutenir le développement du tourisme.
- Mobiliser l'ensemble des acteurs institutionnels et économiques pour faire de Casablanca une métropole touristique de référence.





Mme Asmaa Belkiz

Vice-Présidente du Conseil de la Région Casablanca-Settat



Dans son intervention, Mme Asmaa Belkiz a salué l'organisation de la deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat, qu'elle considère désormais comme un rendez-vous important de réflexion stratégique pour le développement touristique régional.

Elle a souligné que ce forum constitue un espace privilégié de débat et de concertation entre acteurs publics et privés afin de construire une feuille de route touristique ambitieuse pour la région Casablanca-Settat. Son intervention a mis en lumière plusieurs orientations structurantes pour le développement du secteur touristique régional.

Une gouvernance territoriale intégrée du tourisme



Mme Belkiz a rappelé que, conformément à la loi organique 111-14 relative aux régions, la promotion du tourisme constitue une compétence partagée entre l'État et les régions. Dans ce cadre, elle a insisté sur la nécessité de mettre en place une gouvernance territoriale intégrée, fondée sur la coordination et la mutualisation des efforts entre institutions publiques, collectivités territoriales et acteurs privés. Selon elle, cette approche doit permettre de renforcer l'efficacité des politiques publiques touristiques à travers une planification stratégique intégrée couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur.



Valoriser le potentiel touristique diversifié de la région

La Vice-Présidente de la Région a également mis en avant les nombreux atouts touristiques dont dispose Casablanca-Settat. Troisième destination touristique nationale, la région accueille chaque année plus de 1,5 million de visiteurs et bénéficie d'une offre touristique diversifiée combinant patrimoine historique et architectural, sites balnéaires, produits du terroir et positionnement avancé sur le tourisme d'affaires (MICE). Elle a souligné l'importance d'adopter de nouvelles approches pour valoriser ce patrimoine multiséculaire et multiculturel, afin de renforcer l'attractivité touristique de la région à l'échelle nationale et internationale.



Tirer les enseignements de la crise sanitaire pour repenser le secteur

Mme Belkiz a également rappelé que la crise du Covid-19 a mis en évidence la nécessité de repenser les stratégies de développement touristique, tant au niveau national que régional. Elle a ainsi appelé à renforcer les mécanismes de suivi et d'évaluation du secteur, à travers la mise en place d'indicateurs territoriaux permettant de mesurer l'impact des politiques publiques touristiques et d'améliorer la résilience de l'économie régionale.



Une vision touristique intégrée dans les documents stratégiques régionaux

Enfin, elle a souligné que la vision touristique de la région Casablanca-Settat est pleinement intégrée dans les principaux documents de planification territoriale, notamment le Schéma Régional d'Aménagement du Territoire (SRAT) et le Plan de Développement Régional (PDR).

Ces documents identifient plusieurs espaces à vocation touristique, parmi lesquels :

- **El Jadida**, positionnée sur le tourisme balnéaire et sportif ;
- **Le Grand Casablanca**, orienté vers le tourisme d'affaires, balnéaire et de santé ;
- **Benslimane**, dédié au tourisme vert et écologique ;
- **Berrechid**, à vocation de tourisme rural et sportif.

Elle a également annoncé l'adoption récente d'une nouvelle convention de partenariat entre la Région et le Conseil Régional du Tourisme, visant à renforcer le développement et l'amélioration du produit touristique régional.

En conclusion, Mme Belkiz a souligné que le développement du tourisme constitue un enjeu stratégique majeur pour l'avenir économique et territorial de la région, appelant l'ensemble des acteurs à unir leurs efforts pour relever ce défi collectif.

- Mettre en place une gouvernance territoriale intégrée du tourisme, associant institutions publiques et acteurs privés.
- Valoriser la diversité du potentiel touristique régional, entre tourisme d'affaires, patrimoine, littoral et arrière-pays.
- Renforcer les outils de pilotage et d'évaluation du secteur touristique à l'échelle territoriale.
- S'appuyer sur les documents stratégiques régionaux (SRAT, PDR) pour structurer une vision touristique durable.



M. Othman Cherif Alami

Président du Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat



Dans son intervention de clôture de la séance inaugurale, M. Othman Cherif Alami a souhaité la bienvenue aux participants de la deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme Casablanca-Settat, rappelant l'importance de cette plateforme de dialogue pour construire une vision touristique ambitieuse et partagée pour la région à l'horizon 2026–2030.

Il a souligné que le développement du tourisme s'inscrit pleinement dans la dynamique nationale de régionalisation avancée et de création d'emplois durables, portée par les orientations de Sa Majesté le Roi Mohammed VI. Dans ce contexte, l'industrie touristique représente un levier stratégique pour accompagner le développement économique et territorial de la région.



Une ambition touristique forte pour la région Casablanca-Settat

Le Président du CRT a affirmé l'ambition de faire de Casablanca-Settat l'une des principales destinations touristiques du Royaume, avec un objectif de plus de 6 millions de visiteurs à l'horizon 2026-2030. Pour atteindre cet objectif, il a rappelé l'importance d'aligner les initiatives régionales avec les cadres stratégiques existants, notamment la feuille de route nationale du tourisme, le Plan de Développement Régional et le Plan d'Action Communal, ainsi que les actions de promotion menées en collaboration avec l'Office National Marocain du Tourisme.



Renforcer les infrastructures et le positionnement MICE de Casablanca

M. Alami a réaffirmé le rôle central de Casablanca en tant que hub économique et destination majeure du tourisme d'affaires et du MICE (Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions).

Dans cette perspective, plusieurs projets structurants sont en cours ou en préparation, notamment la transformation du Palais de la Foire en centre de congrès et d'expositions, ainsi que le renforcement de la capacité d'accueil de la ville en matière d'hôtellerie et d'événements internationaux.



Diversifier l'offre touristique régionale

Le Président du CRT a également insisté sur la nécessité de diversifier les segments touristiques afin de valoriser pleinement les richesses de la région.

Outre le tourisme d'affaires, il a évoqué le potentiel du tourisme balnéaire, grâce aux 235 km de littoral atlantique, ainsi que celui du tourisme culturel, à travers des sites emblématiques tels que la cité portugaise d'El Jadida, la médina d'Azemmour ou les kasbahs historiques de la région.

Il a également mis en avant les opportunités offertes par l'écotourisme et le tourisme rural, qui permettent de valoriser les paysages naturels et les territoires de l'arrière-pays tout en contribuant au développement économique local.



Innovation, marketing territorial et nouveaux marchés

Enfin, M. Alami a souligné l'importance de mieux comprendre les attentes des marchés internationaux et d'adapter les stratégies de communication et de promotion pour attirer de nouveaux visiteurs, notamment en provenance d'Europe, d'Amérique du Nord, d'Asie et d'Afrique.

Il a également appelé à tirer parti des nouvelles technologies, telles que les applications mobiles, l'intelligence artificielle ou le big data, pour améliorer l'expérience touristique et renforcer la compétitivité de la destination. En conclusion, il a exprimé sa conviction que, grâce à une mobilisation collective des acteurs publics et privés, la région Casablanca-Settat dispose de tous les atouts nécessaires pour s'imposer comme une destination touristique majeure, durable et innovante.



- Ambition d'accueillir plus de 6 millions de visiteurs à l'horizon 2026–2030.
- Consolider le positionnement de Casablanca comme hub du tourisme d'affaires et du MICE.
- Diversifier l'offre touristique régionale : balnéaire, culturel, rural et écotourisme.
- Renforcer l'attractivité internationale grâce au marketing territorial et à l'innovation technologique.





M. Mohamed Jouahri

Directeur Général de Casablanca Events & Animation



Dans son intervention, M. Mohamed Jouahri a rappelé l'importance de la deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat, organisé conjointement par Casablanca Events & Animation et le Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat, comme un espace de réflexion stratégique dédié à la construction d'une feuille de route touristique régionale à l'horizon 2026-2030.

Il a souligné que, dans un contexte de compétition accrue entre territoires, les villes et les régions doivent aujourd'hui développer de nouvelles approches pour renforcer leur attractivité et soutenir leur dynamique économique, en mobilisant l'ensemble des acteurs publics et privés autour de projets structurants.



Une coopération territoriale au service de l'attractivité touristique

M. Jouahri a mis en avant le partenariat établi depuis 2021 entre Casablanca Events & Animation et le Conseil Régional du Tourisme, visant à mutualiser les efforts et à développer des initiatives communes pour promouvoir la destination Casablanca.

Cette collaboration a donné lieu à plusieurs actions structurantes, parmi lesquelles l'organisation du Forum Interactif du Tourisme, du Congrès du tourisme africain, de l'événement MICE Meeting Casablanca, ou encore de la Semaine culturelle des Habous. Ces initiatives s'inscrivent dans une logique de renforcement de l'attractivité touristique et culturelle de la métropole et de sa région.



Le développement des infrastructures MICE : un levier stratégique

L'un des points majeurs de son intervention a été l'annonce du projet de transformation de la Foire Internationale de Casablanca (OFEC) en un centre de congrès et d'expositions, appelé à devenir un équipement structurant pour le développement du tourisme d'affaires dans la métropole.

Ce projet, porté par un partenariat entre plusieurs institutions publiques et territoriales, vise à répondre à la demande croissante en infrastructures dédiées aux congrès et aux expositions, dans l'attente de la réalisation du Grand Palais des Congrès et des Expositions, prévu dans le cadre du Plan de Développement Régional 2022-2027.

Selon les premières études, ce futur centre comprendra 12 000 m² d'espaces d'exposition, un espace congrès de plus de 6 000 m² et une salle plénière de plus de 2 000 places, avec des travaux prévus sur une durée d'environ douze mois.



La marque territoriale « We Casablanca » comme outil d'attractivité

M. Jouahri a également rappelé le rôle de la marque territoriale « We Casablanca », lancée il y a six ans, qui constitue un outil central de la stratégie d'attractivité de la métropole.

Cette marque vise à fédérer les acteurs du territoire autour d'une vision commune et à renforcer l'image de Casablanca à l'international, en articulant plusieurs dimensions : tourisme, investissement et participation citoyenne. Le Forum Interactif du Tourisme s'inscrit pleinement dans cette démarche de marketing territorial.



Le tourisme rural : un potentiel à valoriser

En conclusion, M. Jouahri a exprimé son attente quant aux contributions des intervenants du forum, dont les réflexions et propositions devraient permettre de dégager des pistes concrètes pour renforcer le développement touristique de la région, en particulier dans le domaine du tourisme rural, dont les potentialités sont encore largement à valoriser.

- Renforcer la coopération entre acteurs territoriaux pour développer l'attractivité touristique de Casablanca.
- Structurer le tourisme d'affaires à travers de nouvelles infrastructures MICE, notamment la transformation de l'OFEC en centre de congrès et d'expositions.
- Mobiliser la marque territoriale « We Casablanca » comme outil de marketing et de fédération des acteurs du territoire.
- Valoriser le potentiel du tourisme rural comme axe complémentaire de développement touristique régional.







PANEL 1

Quelle vision de la Feuille de Route Stratégique Régionale et quel mode de sa co-construction et coréalisation en symbiose public-privé des 3 collèges de la région :

Autorités – Élus – Professionnels ?

Après les interventions inaugurales qui ont permis de rappeler les ambitions et les orientations stratégiques du développement touristique de la région Casablanca-Settat, le premier panel du Forum Interactif du Tourisme ouvre la réflexion sur une question centrale : **Comment construire et mettre en œuvre une feuille de route touristique régionale cohérente, partagée et opérationnelle ?**

Dans un contexte marqué par la relance du tourisme mondial et par l'adoption de nouvelles stratégies publiques à l'échelle nationale et territoriale, la région Casablanca-Settat se trouve aujourd'hui à un moment charnière de son développement touristique.

Capitale économique du Royaume et principal hub d'affaires du Maroc, elle dispose d'atouts importants pour renforcer son attractivité et consolider son positionnement parmi les grandes destinations urbaines et économiques de la région méditerranéenne et africaine.



Cependant, la transformation de ce potentiel en une véritable destination touristique compétitive suppose de relever plusieurs défis :

- **Renforcer la coordination** entre les différents niveaux de gouvernance territoriale,
- **Diversifier l'offre touristique** au-delà du tourisme d'affaires,
- **Valoriser les ressources** culturelles et patrimoniales du territoire,
- **Développer des infrastructures et des services** capables d'améliorer l'expérience des visiteurs.

C'est précisément autour de ces enjeux que s'articule ce premier panel, consacré à **la vision stratégique de la feuille de route touristique régionale et aux modalités de sa co-construction entre les différents acteurs du territoire : autorités publiques, élus et professionnels du secteur.**

Pour éclairer cette réflexion, le panel réunit des intervenants issus d'horizons complémentaires, dont l'expertise institutionnelle, opérationnelle et académique permet d'apporter un regard croisé sur les leviers de transformation du tourisme régional.

La discussion est introduite et modérée par **Mme Bouchra Taibi**, consultante en tourisme et responsable du développement au sein du Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat. Par son expérience dans l'accompagnement des stratégies territoriales et sa connaissance fine de l'écosystème touristique régional, elle pose les bases du débat en rappelant les grands cadres stratégiques qui structurent aujourd'hui l'action publique en matière de tourisme, notamment la feuille de route nationale, le Plan de Développement Régional et le Plan d'Action Communal.

Le panel bénéficie également de la contribution de **Mme Asmaa Belkziz**, Vice-Présidente du Conseil de la Région Casablanca-Settat, qui apporte le point de vue de l'institution régionale sur la place du tourisme dans la stratégie de développement territorial. À travers les orientations du Plan de Développement Régional, elle met en perspective les projets structurants susceptibles de renforcer l'attractivité économique et touristique du territoire et de diversifier les filières du secteur.

À ses côtés, **M. Mohamed Jouahri**, Directeur Général de Casablanca Events & Animation, partage l'expérience de la Ville de Casablanca en matière de développement touristique et d'animation territoriale. Son intervention met en lumière les initiatives engagées pour renforcer l'attractivité de la métropole, notamment à travers les grands projets urbains, culturels et événementiels ainsi que le développement des infrastructures dédiées au tourisme d'affaires et au MICE.

La réflexion du panel est également enrichie par une perspective internationale grâce à l'intervention vidéo de **Mme Lorena Villar**, spécialiste de l'intelligence des marchés touristiques et de la compétitivité des destinations à l'Organisation Mondiale du Tourisme. Son analyse permet de replacer les enjeux du développement touristique régional dans les grandes tendances mondiales du secteur et d'éclairer les transformations nécessaires pour passer d'une logique de promotion touristique à une véritable gestion stratégique de destination.

Les échanges bénéficient par ailleurs de contributions académiques et d'expertises complémentaires, notamment celle du **Pr Abdelhak Mouhtaj**, spécialiste des dynamiques touristiques et de la formation aux métiers du tourisme, qui apporte un éclairage sur le rôle du capital humain dans la réussite des stratégies touristiques territoriales.

Enfin, les interventions et questions du public, composées d'experts, de professionnels et d'acteurs associatifs du secteur, viennent enrichir le débat en soulevant plusieurs enjeux opérationnels liés à la gouvernance touristique, à la structuration des projets territoriaux ou encore à l'implication des acteurs économiques locaux.

À travers ces différentes contributions, ce premier panel propose ainsi d'explorer les conditions nécessaires pour **construire une vision touristique régionale partagée et transformer les ambitions stratégiques en actions concrètes au service de l'attractivité et du développement durable de la région Casablanca-Settat.**



Mme Bouchra Taibi

Consultante tourisme

Directeur du développement, CRT Casablanca-Settat



En introduction du premier panel, Mme Bouchra Taibi, modératrice du panel, a posé les bases de la réflexion autour de la construction d'une feuille de route touristique régionale pour Casablanca-Settat, en insistant sur la nécessité d'une démarche fondée sur la co-construction et la collaboration entre les différents acteurs du territoire.

Elle a rappelé que le développement touristique régional ne peut être porté par un seul acteur, mais doit reposer sur une gouvernance collaborative associant les trois collèges de la région : élus, autorités publiques et professionnels du tourisme.

L'objectif est de construire une vision partagée et opérationnelle permettant de positionner Casablanca-Settat comme une destination touristique majeure à l'échelle nationale et internationale.

Dans cette perspective, Mme Taibi a présenté les **trois piliers structurants** qui doivent constituer la base de la feuille de route touristique régionale :

- **La feuille de route nationale du tourisme**, qui fixe notamment l'objectif d'accueillir **6 millions de touristes à l'horizon 2030** pour la région Casablanca-Settat et identifie quatre filières prioritaires : *le tourisme d'affaires* (MICE), *le tourisme interne* axé sur la nature et le littoral, *les city-breaks* et *les circuits culturels*.
- **Le Plan de Développement Régional (PDR)**, qui définit les projets structurants et les investissements territoriaux susceptibles de soutenir le développement du tourisme régional.
- **Le Plan d'Action Communal (PAC)**, qui regroupe les projets urbains et les aménagements susceptibles d'améliorer l'attractivité de la métropole et l'expérience des visiteurs.

Selon elle, la réussite de cette feuille de route dépendra de la capacité des acteurs à articuler ces trois niveaux de planification et à assurer une mise en œuvre concertée des initiatives publiques et privées.

Cette introduction a ainsi permis de poser le cadre stratégique du panel, en invitant les intervenants à explorer les modalités concrètes de mise en œuvre de cette vision touristique régionale.

- Construire la feuille de route touristique régionale sur une logique de co-construction public-privé.
- Aligner les stratégies régionales sur les cadres nationaux et territoriaux (feuille de route nationale, PDR, PAC).
- Structurer le développement touristique autour de quatre filières prioritaires : MICE, nature & littoral, city-breaks et circuits culturels.
- Renforcer la coordination entre élus, autorités et professionnels pour faire de Casablanca-Settat une destination touristique majeure.





Mme Asmaa Belkiz

Vice-Présidente du Conseil de la Région Casablanca-Settat



Le Plan de Développement Régional comme cadre stratégique du tourisme régional

Intervenant à plusieurs reprises lors du premier panel, Mme Asmaa Belkiz a présenté la vision portée par le Conseil de la Région Casablanca-Settat dans le cadre du Plan de Développement Régional (PDR), adopté en 2022 conformément à la loi organique 111-14 relative aux régions. Elle a rappelé que ce document constitue l'outil central de planification stratégique et opérationnelle de la région, intégrant plusieurs projets structurants visant à renforcer l'attractivité économique et touristique du territoire.



Le développement de filières touristiques prioritaires

Dans cette perspective, elle a mis en avant plusieurs projets directement liés au tourisme. Parmi eux figure notamment le développement de l'écotourisme et du tourisme rural autour de plusieurs **barrages** de la région, destiné à valoriser les territoires ruraux, diversifier l'offre touristique et créer de nouvelles opportunités d'emploi local.

Un second axe stratégique concerne le **développement du tourisme d'affaires (MICE)**, considéré comme un levier majeur pour renforcer le positionnement international de Casablanca. À cet égard, le PDR prévoit notamment la **réhabilitation du site de l'OFEC en centre d'expositions et de congrès**, ainsi que la création à terme d'un **Palais des Congrès**, infrastructures jugées indispensables pour consolider la vocation de Casablanca comme hub économique et événementiel.

Mme Belkiz a également souligné l'importance du **positionnement de Casablanca comme première place financière d'Afrique**, à travers Casablanca Finance City, dont la promotion internationale peut contribuer à attirer événements, investisseurs et visiteurs professionnels.



Des politiques publiques transversales au service de l'attractivité territoriale

Au-delà des projets strictement touristiques, la vice-présidente de la Région a insisté sur plusieurs politiques publiques structurantes contribuant à renforcer l'attractivité touristique du territoire. Elle a notamment évoqué :

- La valorisation de l'artisanat et des produits du terroir, secteurs fortement créateurs d'emplois et vecteurs d'identité territoriale ;
- Le développement de la mobilité régionale, à travers le renforcement de la desserte ferroviaire et routière ainsi que la mise en place d'une centrale digitale de mobilité destinée à faciliter l'organisation des déplacements des visiteurs ;
- Le renforcement de l'offre culturelle et patrimoniale, incluant la réhabilitation de plusieurs sites historiques et archéologiques ainsi que la création de nouveaux festivals régionaux.
- Elle a par ailleurs souligné la nécessité d'une programmation culturelle mieux coordonnée et anticipée, permettant aux professionnels du tourisme d'organiser leur offre et d'optimiser l'impact économique des événements.



Capital humain et gouvernance collaborative

Enfin, en réaction aux défis évoqués par l'Organisation mondiale du tourisme, Mme Belkiz a identifié le **capital humain** comme un enjeu prioritaire pour le développement touristique régional. Elle a appelé à renforcer les dispositifs de formation, de recrutement et de professionnalisation des métiers du secteur afin d'améliorer la qualité de service et l'expérience des visiteurs.

Elle a conclu en soulignant que la réussite de la feuille de route touristique régionale repose sur une approche **transversale et collaborative**, mobilisant l'ensemble des politiques publiques concernées — tourisme, culture, mobilité, emploi et formation — ainsi que les acteurs publics et privés du territoire.

- Le Plan de Développement Régional (PDR) comme cadre structurant de la stratégie touristique régionale
- Le développement de filières touristiques prioritaires : écotourisme et tourisme d'affaires (MICE)
- Des politiques publiques transversales au service de l'attractivité touristique du territoire
- Le capital humain et la gouvernance collaborative comme conditions de réussite de la feuille de route





M. Mohamed Jouahri

Directeur Général de Casablanca Events & Animation



Le Plan d'Action Communal comme cadre structurant du développement touristique

M. Mohamed Jouahri a présenté la contribution de la Ville de Casablanca au développement touristique de la région à travers le **Plan d'Action Communal (PAC)**, qui constitue un cadre stratégique structuré autour de **6 axes, 24 programmes et 99 projets**.

Plusieurs de ces projets visent directement à renforcer l'attractivité touristique de la métropole en améliorant ses infrastructures, son patrimoine et son animation culturelle.

Une stratégie articulant infrastructures touristiques et animation territoriale

Il a souligné que la stratégie touristique municipale repose sur une approche complémentaire associant **projets d'infrastructures structurants ("hard")** et **programmes d'animation culturelle et événementielle ("soft")**.

Parmi les initiatives majeures figurent la création du **Grand Musée de la Culture de Casablanca**, la transformation du **Marché Central en espace gastronomique cosmopolite**, ainsi que la réhabilitation de plusieurs sites patrimoniaux tels que l'ancienne médina, la Kasbah Ben Driss ou la villa Carl Ficke.

Plusieurs projets développés dans le cadre de **partenariats public-privé** visent également à enrichir l'offre touristique de la ville, notamment la création d'un aquarium, d'un musée archéologique à Ahl Loughlam, la restructuration des anciens abattoirs en fabrique culturelle et la création d'un complexe régional de football, illustrant l'importance croissante du tourisme culturel et sportif.



Le développement du tourisme d'affaires comme levier stratégique

Parmi les projets structurants du PAC, la **transformation du site de la Foire internationale de Casablanca (OFEC) en centre de congrès et d'expositions** constitue un élément clé pour renforcer la position de Casablanca sur le marché du **tourisme d'affaires et du MICE**.

Ce projet vise à combler le déficit d'infrastructures dédiées aux grands événements professionnels et à renforcer l'attractivité internationale de la métropole.



Une gouvernance territoriale collaborative pour transformer Casablanca en destination touristique choisie

Au-delà des projets d'investissement, M. Jouahri a insisté sur la nécessité d'une **mobilisation collective de l'ensemble des acteurs du territoire**. Selon lui, le tourisme ne doit pas être considéré uniquement comme l'affaire des opérateurs du secteur, mais comme une responsabilité partagée impliquant collectivités territoriales, institutions publiques, professionnels et partenaires économiques.

Évoquant la comparaison avec Barcelone, il a souligné que Casablanca dispose d'atouts naturels et géographiques comparables, mais que son positionnement touristique dépendra de la **mise en œuvre effective des projets du PAC et du PDR**, ainsi que de l'amélioration de la qualité de service et de l'expérience offerte aux visiteurs.

L'enjeu est ainsi de transformer un **tourisme d'affaires aujourd'hui largement subi** en une **destination touristique pleinement choisie et structurée**.

- Le Plan d'Action Communal (PAC) comme cadre structurant du développement touristique de Casablanca.
- Une stratégie articulant infrastructures touristiques ("hard") et animation culturelle et événementielle ("soft").
- Le développement du tourisme d'affaires et des infrastructures MICE comme levier de positionnement international.
- Une gouvernance territoriale collaborative pour transformer Casablanca en destination touristique choisie.





Mme Lorena Villar
(Intervention vidéo)

Senior Project Specialist of Tourism Market Intelligence and Competitiveness à l'Organisation Mondiale du Tourisme



La reprise du tourisme mondial et la performance du Maroc

Mme Lorena Villar a d'abord rappelé la résilience du secteur touristique mondial après la pandémie.

Au premier trimestre 2023, les arrivées internationales ont atteint **80 %** des niveaux pré-pandémiques.

L'Afrique affiche également une **reprise dynamique** avec **88 %** de récupération, tandis que le **Maroc se distingue** parmi les destinations les plus performantes avec une **progression de 17 %** des arrivées par rapport à la période pré-Covid.



Le rôle stratégique du tourisme urbain dans la relance économique

Dans ce contexte de relance, les **villes jouent un rôle central dans la transformation du secteur touristique**.

Le **tourisme urbain** constitue un levier important de croissance économique, de création d'emplois et d'inclusion sociale.

Il contribue également à la mise en œuvre des **Objectifs de Développement Durable**, notamment l'**ODD 11** consacré aux villes durables et résilientes.



Le passage du marketing de destination au management de destination

Mme Villar a souligné que les destinations touristiques doivent aujourd'hui dépasser la simple logique de promotion pour adopter une approche de **gestion stratégique de destination**.

Cela implique la mise en place d'une **vision intégrée** permettant de coordonner les politiques publiques, les investissements et les initiatives privées afin d'optimiser l'impact du tourisme sur le territoire.



Le rôle central des Organisations de Gestion de Destination (DMO)

Dans cette perspective, les **Organisations de Gestion de Destination** jouent un rôle déterminant. Leur mission dépasse désormais la promotion touristique pour inclure :

- La planification stratégique
- L'analyse des données,
- Le développement de produits touristiques,
- La digitalisation,
- La formation des acteurs du secteur,
- La mobilisation des investissements.

Les exemples des villes de **Barcelone** et **Prague** illustrent comment une gouvernance coordonnée peut favoriser une gestion durable et équilibrée des flux touristiques.

- La reprise du tourisme mondial et la performance du Maroc
- Le rôle stratégique du tourisme urbain dans la relance économique
- Le passage du marketing de destination au management de destination
- Le rôle central des Organisations de Gestion de Destination (DMO)





PANEL 2

FOCUS SUR LES ZONES RURALES DE LA RÉGION :

- QUELS LEVIERS ACTIONNER POUR UN DÉVELOPPEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE GRÂCE AU TOURISME ?
- QUEL ACCOMPAGNEMENT NÉCESSAIRE ?
- ET POUR QUEL IMPACT ?

Après un premier panel consacré aux grandes dynamiques d'attractivité touristique de la métropole et aux projets structurants qui transforment Casablanca et sa région, la deuxième séquence du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat (FITCS) a proposé d'élargir la réflexion vers un autre pilier du développement territorial : le potentiel touristique des zones rurales de la région.

En effet, la région Casablanca-Settat ne se limite pas à sa capitale économique. Elle couvre un territoire vaste et diversifié, composé en grande majorité de communes rurales disposant de ressources naturelles, culturelles et patrimoniales considérables. Forêts, barrages, espaces agricoles, traditions locales et produits du terroir constituent autant d'atouts susceptibles de contribuer à l'émergence d'une offre de tourisme rural créatrice de valeur économique, d'emplois et d'opportunités pour les populations locales.



Dans ce contexte, le Panel 2 s'est donné pour ambition d'explorer les conditions nécessaires au développement d'un tourisme rural durable, en s'interrogeant sur plusieurs questions structurantes :

- Quels leviers peuvent être mobilisés pour transformer les territoires ruraux en véritables destinations touristiques ?
- Quels dispositifs d'accompagnement, de formation et d'investissement sont nécessaires pour structurer ce secteur émergent ?
- Et quels impacts économiques, sociaux et territoriaux peut-on attendre du développement de cette forme de tourisme ?

Les discussions se sont appuyées en introduction sur les résultats d'une étude préliminaire sur le tourisme rural réalisée par le Conseil Régional du Tourisme de Casablanca-Settat, présentée par **Mlle Wiam Markous**. Cette étude propose un premier état des lieux du potentiel touristique des territoires ruraux de la région et met en évidence la diversité des initiatives déjà existantes, allant des projets d'hébergement rural aux fermes pédagogiques, en passant par les activités de pleine nature.

Pour nourrir la réflexion autour de la thématique, le panel a réuni des profils complémentaires issus du monde professionnel, académique et entrepreneurial, dont l'expertise et l'expérience de terrain permettent d'apporter un éclairage concret sur les opportunités et les défis du tourisme rural.

La modération des échanges a été assurée par **Mme Afaf Cheham**, actrice engagée dans le secteur touristique et directrice du développement d'Extra Travel Morocco, également membre actif du Moroccan Travel Management. Son expérience dans la structuration de produits touristiques et dans l'accompagnement des acteurs du secteur lui confère une connaissance fine des enjeux liés à la diversification de l'offre touristique au Maroc.

À ses côtés, plusieurs intervenants ont apporté leurs perspectives complémentaires :

- **M. Hamid Loraoui**, fondateur du projet touristique « Village de la Forêt » à Benslimane, a partagé son expérience d'investisseur et de porteur de projet dans le tourisme rural, en mettant en lumière les potentialités naturelles de la province et les conditions nécessaires à l'émergence d'un écosystème touristique local.
- **M. Mounir Boukaa**, président du Conseil Provincial du Tourisme de Oualidia-Sidi Bennour, a apporté le point de vue des acteurs territoriaux engagés dans la promotion d'une destination rurale à fort potentiel, en particulier autour d'Oualidia et de son arrière-pays.
- **Mme Isabel Sanchez Tejado**, spécialiste espagnole du tourisme rural et fondatrice de l'École du Tourisme Génératif, est intervenue, à travers une vidéo, pour partager une expérience internationale fondée sur plusieurs décennies de développement du tourisme rural durable en Europe.
- **Mme Hala Benkhaldoun**, CEO de l'agence Intrepid Travel Maroc, a apporté la perspective d'un tour-opérateur spécialisé dans le tourisme responsable et l'impact positif du tourisme sur les communautés locales.

Les échanges du panel ont également bénéficié des contributions d'experts, d'universitaires et d'acteurs institutionnels, qui ont enrichi la réflexion par leurs analyses sur des thématiques telles que la valorisation des produits du terroir, l'intégration des populations locales dans la chaîne de valeur touristique ou encore la diversification des formes de tourisme en milieu rural.

À travers ces interventions, ce panel a permis d'ouvrir une discussion approfondie sur **la place du tourisme rural** dans la stratégie de développement touristique de la région Casablanca-Settat, tout en mettant en lumière les conditions nécessaires pour transformer les richesses naturelles, culturelles et humaines du territoire en **véritables leviers de développement socio-économique durable**.



M. Hamid Loraoui

Professionnel du secteur touristique, Fondateur du projet touristique « Village de la Forêt », Benslimane



Mise en valeur du potentiel touristique de la province de Benslimane Répondant à la question de la modératrice sur le potentiel du tourisme rural dans la province de Benslimane, M. Hamid Loraoui a mis en avant les atouts naturels et géographiques de ce territoire, situé entre Casablanca et Rabat. Il a rappelé que la province compte 15 communes, dont 12 rurales, et dispose d'un patrimoine naturel important, avec près de 45 000 hectares de forêts, dont environ 12 000 hectares dans la commune d'Aïn Tizgha.

Cette situation stratégique et la richesse de ses ressources naturelles font de Benslimane une destination prometteuse, d'autant plus que plusieurs projets structurants sont envisagés dans la région, notamment des infrastructures routières, sportives et universitaires susceptibles de renforcer son attractivité.



Retour d'expérience sur la création d'un projet de tourisme rural

Partageant son expérience d'investisseur, M. Loraoui a présenté le projet « Village de la Forêt », un complexe touristique développé dans la région. Il a décrit les différentes étapes administratives nécessaires à sa réalisation, impliquant plusieurs institutions telles que le Centre Régional d'Investissement (CRI), l'Agence Nationale des Eaux et Forêts ou encore la Commission des Grands Projets.

Il a souligné que le processus d'autorisation a été particulièrement long et complexe, nécessitant près de **quatre années de démarches** avant d'aboutir à l'obtention des autorisations nécessaires.



Conception d'une offre touristique diversifiée pour assurer la viabilité des projets

Selon lui, la réussite d'un projet de tourisme rural repose sur la capacité à proposer une offre diversifiée d'activités complémentaires, permettant de réduire les périodes creuses et d'attirer les visiteurs tout au long de l'année.

Le projet « Village de la Forêt » comprend ainsi plusieurs infrastructures, dont :

- Un hôtel de 80 chambres, 72 suites, 18 chalets, Ainsi qu'un club d'équitation.

Ces équipements sont complétés par différentes activités sportives et de loisirs, notamment des terrains de football, de basket-ball, une piscine olympique, des activités équestres ou encore la chasse touristique en forêt. Cette programmation permet d'organiser des activités saisonnières variées, telles que des randonnées au printemps ou des activités de chasse touristique durant la saison autorisée.



Importance de l'intégration de la population locale dans l'écosystème touristique

M. Loraoui a également insisté sur le rôle essentiel de la **population locale** dans le développement du tourisme rural. Selon lui, l'écosystème touristique doit permettre aux habitants de bénéficier directement des retombées économiques du secteur. Il a évoqué plusieurs exemples d'activités pouvant être développées par les habitants, notamment la production de produits agricoles, de volailles, de produits laitiers ou de légumes destinés à approvisionner les structures touristiques locales. Cette complémentarité entre agriculture et tourisme peut, selon lui, contribuer à **créer de nouvelles opportunités d'emploi et à lutter contre le chômage dans les zones rurales**.



Propositions pour renforcer le développement du tourisme rural à Benslimane

Interrogé par la modératrice sur sa vision pour renforcer le développement du tourisme rural dans la province, M. Loraoui a formulé plusieurs propositions structurantes :

- La création d'une école de formation spécialisée dans le tourisme rural, afin d'améliorer la qualité du service hôtelier et de former une main-d'œuvre locale qualifiée ;
- L'ouverture de l'aéroport de Benslimane au tourisme international, afin de faciliter l'accès des visiteurs étrangers à la région
- La création d'un parc naturel structuré, permettant de valoriser les importantes surfaces forestières du territoire et d'attirer davantage de touristes nationaux et internationaux.

Selon lui, la combinaison de ces trois leviers – formation, infrastructures de transport et valorisation du patrimoine naturel – permettrait de **donner un véritable élan au tourisme rural dans la province de Benslimane**. **Importance de la formation des élus locaux pour une meilleure gouvernance territoriale** Dans la suite des échanges, M. Loraoui a également souligné l'importance de **former les élus locaux** à la gestion et au pilotage des projets territoriaux, estimant que ces derniers jouent un rôle central dans l'allocation des budgets et dans l'accompagnement du développement local.

- Mise en valeur du potentiel touristique de la province de Benslimane
- Retour d'expérience sur la création d'un projet de tourisme rural
- Conception d'une offre touristique diversifiée pour assurer la viabilité des projets
- Importance de l'intégration de la population locale dans l'écosystème touristique
- Propositions pour renforcer le développement du tourisme rural à Benslimane
- Importance de la formation des élus locaux pour une meilleure gouvernance territoriale





M. Mounir Boukaa

Président du Conseil Provincial du Tourisme (CPT)
de Oualidia – Sidi Bennour



Vision du tourisme rural comme levier de développement humain et territorial

Invité à partager son expérience sur le développement touristique dans la province de Sidi Bennour et dans la destination d'Oualidia, M. Mounir Boukaa a exprimé sa conviction que **le tourisme rural représente l'avenir du développement touristique**, en particulier dans un contexte marqué par l'urbanisation et le rythme de vie des grandes villes.

Selon lui, ce type de tourisme permet aux visiteurs de renouer avec des valeurs humaines et sociales essentielles, notamment le partage, la proximité avec la nature et le renforcement des liens familiaux.



Potentiel touristique élargi du territoire d'Oualidia et de son arrière-pays rural

M. Boukaa a rappelé que la destination d'Oualidia ne doit pas être réduite à sa seule dimension balnéaire. Le territoire de la province offre en réalité un **vaste potentiel de tourisme rural**, encore peu connu du grand public, avec des paysages naturels, des grottes, des espaces agricoles et des expériences authentiques susceptibles d'attirer les visiteurs tout au long de l'année. Il a ainsi souligné que la destination pourrait se développer au-delà de la saison estivale grâce à la valorisation de ces ressources rurales.



Retour d'expérience sur le développement de projets touristiques dans la région

Il a évoqué son expérience dans le développement de projets touristiques à Oualidia, notamment le projet «**Château Eden El Rouh**», tout en soulignant que les autorités locales ont facilité les démarches administratives nécessaires à la réalisation de ce type d'initiatives. Toutefois, il a indiqué que le développement du tourisme rural dans la province nécessite encore la mise en place de plusieurs infrastructures essentielles.



Identification des besoins prioritaires pour structurer l'offre touristique locale

Dans cette perspective, M. Boukaa a insisté sur trois besoins fondamentaux pour soutenir le développement touristique dans la province de Sidi Bennour et à Oualidia :

- La création d'une école de formation professionnelle dans les métiers du tourisme, afin de former une main-d'œuvre locale qualifiée et d'éviter de devoir recruter du personnel venant d'autres villes ;
- La mise en place d'un service de sapeurs-pompiers local, indispensable pour assurer la sécurité des visiteurs et des habitants ;
- Le renforcement des infrastructures de santé, notamment par l'équipement adéquat du centre de santé local, afin de pouvoir gérer les situations d'urgence.

Selon lui, ces infrastructures de base constituent un prérequis indispensable pour attirer les investisseurs et permettre au territoire de se développer durablement sur le plan touristique.



Rôle du tourisme rural dans la lutte contre l'exode rural et la dynamisation économique locale

M. Boukaa a également souligné que le tourisme rural peut jouer un rôle majeur dans la lutte contre l'exode rural, en créant des opportunités d'emploi et en permettant aux jeunes de la région de travailler et de vivre sur leur territoire. Le développement d'activités touristiques locales permettrait ainsi de renforcer l'économie locale tout en valorisant les ressources naturelles et culturelles de la région.



Importance de préserver l'authenticité des territoires ruraux

Enfin, réagissant à la présentation du modèle de tourisme rural durable présenté par Mme Isabelle Sanchez Tejado (voir plus bas), M. Boukaa a insisté sur la nécessité de **préserver l'identité et l'authenticité des territoires ruraux**, estimant que chaque région doit être développée en respectant ses caractéristiques propres et ses traditions, afin de transmettre ce patrimoine aux générations futures.

- Vision du tourisme rural comme levier de développement humain et territorial
- Potentiel touristique élargi du territoire d'Oualidia et de son arrière-pays rural
- Retour d'expérience sur le développement de projets touristiques dans la région
- Identification des besoins prioritaires pour structurer l'offre touristique locale
- Rôle du tourisme rural dans la lutte contre l'exode rural et la dynamisation économique locale
- Importance de préserver l'authenticité des territoires ruraux





Mme Isabel Sanchez Tejado

(Intervention vidéo)

Spécialiste du tourisme rural et fondatrice de l'École du Tourisme Génératif – Espagne



Le tourisme rural comme levier de revitalisation des territoires

Intervenant en visioconférence, Mme Isabel Sanchez Tejado a partagé son expérience dans le développement du tourisme rural durable, en particulier en Espagne et dans plusieurs territoires confrontés au dépeuplement rural. Elle a souligné que le tourisme rural peut constituer un **outil de transformation économique et sociale des territoires**, en permettant de créer de nouvelles activités économiques tout en contribuant à préserver les traditions et les modes de vie locaux.



Nécessité d'une vision territoriale globale pour créer une destination touristique

Selon elle, le tourisme rural ne doit pas être réduit à une simple offre d'hébergement en milieu rural. Il nécessite au contraire une vision globale du territoire comme destination touristique, intégrant les paysages, le patrimoine culturel, les activités locales et l'ensemble des acteurs du territoire.

Elle a également insisté sur le fait qu'aucun acteur isolé, entrepreneur ou institution, ne peut, à lui seul, créer une destination touristique attractive, ce qui rend indispensable une approche collective et coopérative.



Présentation du modèle de « tourisme génératif »

Mme Sanchez Tejado a présenté le concept de **tourisme génératif**, qu'elle définit comme un modèle de gestion territoriale visant à transformer un territoire rural en **destination touristique durable et attractive**. Ce modèle repose sur trois piliers fondamentaux :

- La durabilité, qui consiste à valoriser les ressources naturelles et culturelles existantes tout en respectant l'environnement et en garantissant la pérennité économique des projets ;
- L'implication de l'ensemble des acteurs locaux, incluant les habitants, les associations, les entreprises et les administrations publiques ;
- La préservation du mode de vie rural, en veillant à maintenir les activités agricoles et les traditions locales qui constituent l'essence même de l'identité du territoire.



Importance de l'authenticité et de l'expérience touristique

Elle a souligné que les visiteurs recherchent de plus en plus des **expériences authentiques et différenciantes**, capables de leur offrir un contact direct avec la culture locale, les traditions et les modes de vie des communautés rurales. Le maintien d'une activité agricole et d'une vie rurale authentique constitue ainsi un élément essentiel de l'attractivité touristique des territoires.



Impacts positifs du tourisme rural durable sur les territoires

Selon son expérience, l'application de ce modèle peut générer plusieurs impacts positifs pour les territoires ruraux :

- Attirer et maintenir les populations locales, en créant de nouvelles opportunités économiques ;
- Renforcer la coopération entre les acteurs du territoire, autour d'un projet commun de développement ;
- Construire une identité territoriale forte, capable de valoriser la destination et de renforcer la fierté des habitants ;
- Favoriser une plus grande sensibilisation à la protection de l'environnement et du patrimoine local ;
- Créer une dynamique économique locale, notamment à travers la consommation de produits et de services locaux par les visiteurs.



La coopération territoriale comme condition de réussite

En conclusion, Mme Sanchez Tejado a insisté sur l'importance de la **coopération entre les différents acteurs du territoire** (habitants, entrepreneurs, associations et institutions publiques) pour transformer les territoires ruraux en destinations touristiques durables et attractives. Selon elle, cette approche collaborative constitue la clé du succès du tourisme rural à long terme.

- Le tourisme rural comme levier de revitalisation des territoires
- Nécessité d'une vision territoriale globale pour créer une destination touristique
- Présentation du modèle de « tourisme génératif »
- Importance de l'authenticité et de l'expérience touristique
- Impacts positifs du tourisme rural durable sur les territoires
- La coopération territoriale comme condition de réussite





Mme Hala Benkhaldoun
CEO d'Intrepid Travel Maroc



Le tourisme rural comme levier de développement économique des communautés locales

Intervenant en visioconférence, Mme Hala Benkhaldoun a partagé l'expérience de l'agence **Intrepid Travel**, spécialisée dans le tourisme d'aventure en petits groupes et dans les voyages à impact positif pour les communautés locales. Elle a souligné que le tourisme rural constitue un **vecteur important de développement économique pour les territoires**, notamment grâce à la création de revenus et d'emplois pour les populations rurales.

Selon elle, l'activité touristique permet de développer à la fois des activités principales, telles que l'hébergement ou la restauration, et des activités complémentaires, comme l'artisanat ou la vente de produits locaux, contribuant ainsi à dynamiser l'économie des territoires ruraux.



Contribution du tourisme à la préservation du patrimoine culturel et des traditions locales

Mme **Benkhaldoun** a également mis en avant le rôle du tourisme dans la **préservation du patrimoine culturel et des traditions locales**. Les visiteurs étant souvent à la recherche d'expériences authentiques, leur présence encourage les communautés locales à valoriser et à préserver leurs savoir-faire, leur patrimoine culinaire et leurs traditions culturelles.



Atouts spécifiques du tourisme rural au Maroc

Elle a souligné que le Maroc dispose d'un **potentiel particulièrement favorable au développement du tourisme rural**, notamment grâce à la diversité de ses paysages et à la richesse des expériences qu'offrent les différentes régions du pays. Toutefois, elle a insisté sur un élément distinctif majeur du tourisme rural marocain : **l'hospitalité des populations locales**, qui favorise les échanges humains et le partage d'expériences entre visiteurs et habitants.



Défis à relever pour assurer un développement durable du tourisme rural

Malgré ces atouts, Mme Benkhaldoun a identifié plusieurs défis à relever pour renforcer l'impact du tourisme rural. Au-delà des questions liées aux infrastructures, elle a souligné l'importance de **l'accompagnement et de la formation des populations locales**, afin de garantir une expérience touristique de qualité tout en veillant au respect des communautés et à une répartition équitable des retombées économiques.



Importance d'un tourisme responsable et inclusif

Elle a conclu en rappelant que le développement du tourisme rural doit s'inscrire dans une approche **responsable et durable**, permettant à la fois de préserver les territoires et d'assurer un partage équilibré des bénéfices entre les différents acteurs locaux.

- Le tourisme rural comme levier de développement économique des communautés locales
- Contribution du tourisme à la préservation du patrimoine culturel et des traditions locales
- Atouts spécifiques du tourisme rural au Maroc
- Défis à relever pour assurer un développement durable du tourisme rural
- Importance d'un tourisme responsable et inclusif





Mlle Wiam Markous

Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat



Présentation d'une étude préliminaire sur le tourisme rural dans la région Casablanca-Settat

Mlle Wiam Markous a présenté les principaux résultats d'une **étude préliminaire** réalisée par le Conseil Régional du Tourisme (CRT) de Casablanca-Settat sur le tourisme rural dans la région. Cette étude, diffusée auprès des autorités locales et régionales, vise à dresser un **état des lieux du tourisme rural**, à identifier les projets existants et à évaluer le potentiel de développement de ce segment touristique.



Importance stratégique du territoire rural dans la région Casablanca-Settat

Elle a rappelé que le territoire rural représente près de **80 %** de la superficie de la région, soit **125 communes rurales** sur un total de 154 communes. Cette réalité territoriale explique l'attention particulière portée par le Conseil régional au développement de ces espaces, auxquels **40 % du budget régional sont consacrés**. Le tourisme rural est ainsi identifié comme un levier de développement complémentaire à d'autres activités économiques structurantes telles que l'agriculture, l'élevage ou encore les activités minières.



Méthodologie de l'étude et travail de terrain auprès des investisseurs

L'étude a reposé sur une **double approche documentaire et de terrain**. Elle a notamment inclus :

- Une recherche documentaire visant à collecter des informations détaillées sur les projets touristiques existants ;
- La réalisation d'environ 40 entretiens avec des porteurs de projets et investisseurs touristiques ;
- Ainsi qu'une dizaine de visites de terrain dans plusieurs territoires de la région, notamment à Benslimane, Bouznika, Boulaouane, Nouaceur, Dar Bouazza, Berrechid et Azemmour.



Identification d'un potentiel touristique rural significatif dans la région

Les résultats de l'étude ont permis d'identifier **plus de 80 projets touristiques** situés en milieu rural dans la région Casablanca-Settat. Ces projets couvrent différentes activités, notamment :

- L'hébergement touristique, qui représente 44 % des projets identifiés ;
- Les fermes pédagogiques proposant des activités éducatives pour les enfants ;
- Les fermes agroécologiques et de permaculture, parfois associées à des activités de restauration ou d'événementiel ;
- Ainsi que des fermes équestres offrant des activités de loisirs et de découverte.

Certaines provinces se distinguent particulièrement, notamment **Benslimane**, qui concentre près de **42 %** des projets touristiques ruraux recensés, ce qui confirme son potentiel en matière de tourisme durable.



Perspectives et prochaines étapes pour structurer le tourisme rural régional

Dans la continuité de cette étude, le CRT envisage plusieurs actions destinées à **structurer et dynamiser** le tourisme rural dans la région. Parmi les priorités identifiées figurent :

- L'élaboration d'un cadre juridique clair pour l'investissement touristique en milieu rural, afin de faciliter et d'encourager les initiatives des investisseurs ;
- La digitalisation de l'offre touristique rurale, en accompagnant les porteurs de projets dans la création et la promotion de leur présence numérique (réseaux sociaux, campagnes digitales, référencement en ligne) ;
- Ainsi que l'organisation prochaine d'un événement promotionnel visant à valoriser et récompenser les meilleurs projets de tourisme rural de la région, dans le cadre d'une campagne d'influence pilotée par le CRT en partenariat avec l'ONMT.

- Présentation d'une étude préliminaire sur le tourisme rural dans la région Casablanca-Settat
- Importance stratégique du territoire rural dans la région Casablanca-Settat
- Méthodologie de l'étude et travail de terrain auprès des investisseurs
- Identification d'un potentiel touristique rural significatif dans la région
- Perspectives et prochaines étapes pour structurer le tourisme rural régional





REGARDS ACADÉMIQUES ET CONTRIBUTIONS DU PUBLIC





Pr. Abdelhak Mouhtaj

Professeur à l' (Tanger) – Membre de l'AMEST
(Association Marocaine des Experts et Scientifiques du Tourisme)



Le capital humain comme levier stratégique de la feuille de route touristique

Le Pr Abdelhak Mouhtaj a d'abord salué l'importance accordée par les intervenants à la question du **capital humain**, qu'il considère comme un facteur déterminant pour la réussite de la feuille de route touristique régionale. Il a souligné que la région Casablanca-Settat dispose d'un **écosystème académique et de formation particulièrement riche**, comprenant universités publiques et privées, grandes écoles et centres de formation professionnelle.

Dans cette perspective, il a proposé la création d'un **réseau régional "EdTech tourisme, hôtellerie et restauration"**, visant à fédérer l'ensemble des acteurs de la formation et de la recherche afin de soutenir la stratégie touristique régionale. Ce réseau permettrait de renforcer la coordination entre institutions, de mobiliser les compétences scientifiques existantes et de contribuer à la production de connaissances utiles au pilotage du secteur.



Une double dynamique d'action pour la feuille de route touristique

Le professeur Mouhtaj a également attiré l'attention sur la temporalité particulière de la feuille de route touristique nationale, qui combine deux dynamiques complémentaires :

- Une **dynamique intensive à court terme (2023-2026)**, nécessitant des mesures rapides et des accélérations pour atteindre les premiers objectifs fixés ;
- Une **dynamique extensive à moyen terme (horizon 2030)**, visant à structurer durablement les filières touristiques et les transformations du secteur.

Selon lui, la réussite de cette stratégie suppose d'activer rapidement les principaux leviers d'action afin d'accompagner cette double dynamique.



La convergence sectorielle comme condition de réussite

Le tourisme étant par nature **un secteur transversal**, le Pr Mouhtaj a insisté sur la nécessité de renforcer la **convergence entre les différents secteurs connexes**, notamment la culture, le sport, la jeunesse, la formation et les industries créatives.

Il a notamment évoqué l'importance de développer des **filières de formation** spécialisées en lien avec les nouveaux segments touristiques, comme l'animation sportive ou l'événementiel, et d'impliquer les institutions concernées dans la construction de la stratégie régionale.



Vers un tourisme inclusif et une intelligence plurielle

Enfin, il a plaidé pour une vision du tourisme intégrant **les dimensions sociales, responsables et inclusives**, notamment à travers le développement du tourisme social, du tourisme des jeunes et du tourisme accessible aux personnes en situation de handicap.

Plus largement, il a appelé à adopter une démarche de co-création fondée sur une **"intelligence plurielle"**, impliquant chercheurs, institutions, professionnels et collectivités territoriales dans l'élaboration et la mise en œuvre de la feuille de route touristique régionale.

- Le capital humain comme levier stratégique de la feuille de route touristique régionale
- Une double dynamique d'action : accélération à court terme et transformation à l'horizon 2030
- La nécessité d'une convergence intersectorielle pour structurer les filières touristiques
- Vers un tourisme inclusif et une co-construction fondée sur une intelligence plurielle





M. Zoubir Bouhoute
Expert et chercheur en tourisme



Appréciation de l'initiative et premiers résultats observés

M. Zoubir Bouhoute a salué l'initiative du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat, exprimant le souhait que ce type de rencontre soit reproduit par les autres Conseils Régionaux du Tourisme à l'échelle nationale. Spécialiste des dynamiques territoriales, il a souligné l'intérêt de ce forum comme espace d'échange entre acteurs publics et professionnels du secteur. Ayant participé à l'édition précédente, il a également relevé avec satisfaction que certaines annonces formulées lors du premier forum ont commencé à se concrétiser, citant notamment la transformation de la Foire internationale de Casablanca.



Interrogation sur le développement du tourisme de croisière

Dans la continuité des présentations relatives aux projets structurants du Plan de Développement Régional, il a interrogé les responsables régionaux sur la place accordée au **tourisme de croisière** dans la stratégie de développement touristique de la région, estimant que ce segment pourrait constituer un levier important pour renforcer l'attractivité de Casablanca.



Question sur la création d'une Société de Développement Régional dédiée au tourisme

Il a également souhaité savoir si la **création d'une Société de Développement Régional (SDR) dédiée au tourisme** figure dans l'agenda du Conseil régional, comme instrument opérationnel susceptible d'accompagner la mise en œuvre des projets touristiques et de renforcer la gouvernance sectorielle.



Réflexion sur la coordination entre les instruments de planification territoriale

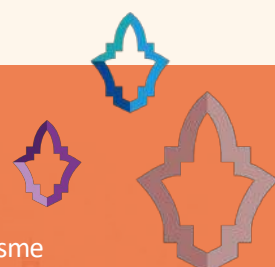
Enfin, M. Bouhoute a soulevé la question de la **synergie entre les différents niveaux de planification territoriale**, notamment entre le Plan de Développement Régional (PDR), les Programmes de Développement Provinciaux ou Préfectoraux (PDP) et les Plans d'Action Communaux (PAC). Il a interrogé les responsables régionaux sur les mécanismes permettant d'assurer la cohérence entre ces différents cadres de programmation, dans un contexte où plusieurs provinces et communes de la région développent des projets touristiques.



Contribution sous forme de pistes de réflexion pour la gouvernance territoriale du tourisme

À travers ces interrogations, M. Bouhoute a formulé plusieurs pistes de réflexion relatives à la structuration de la gouvernance touristique territoriale, notamment en matière de développement du tourisme de croisière, de mise en place d'outils institutionnels dédiés au tourisme et de renforcement de la coordination entre les différents niveaux de planification du développement territorial.

- Appréciation de l'initiative et premiers résultats observés
- Interrogation sur le développement du tourisme de croisière
- Question sur la création d'une Société de Développement Régional dédiée au tourisme
- Réflexion sur la coordination entre les instruments de planification territoriale
- Contribution sous forme de pistes de réflexion pour la gouvernance territoriale du tourisme





M. Jacques

Président de l'Association des jeunes ivoiriens du Maroc



M. Jacques a exprimé sa satisfaction de participer à cet événement consacré aux perspectives de développement touristique de Casablanca, soulignant l'attachement de la communauté ivoirienne vivant au Maroc à la ville et aux initiatives visant à renforcer son attractivité.



Question sur la dimension sécuritaire du développement touristique :

Il a interrogé les intervenants sur la place accordée **au volet sécuritaire** dans la stratégie touristique, considérant que la sécurité constitue un facteur essentiel pour attirer et rassurer les visiteurs internationaux.



Question sur les stratégies de promotion internationale de la destination :

Il a également souhaité savoir si des **actions de promotion à l'international** sont prévues pour attirer davantage de touristes vers Casablanca et la région, notamment à travers des initiatives de promotion dans des pays partenaires ou des marchés cibles.



Question sur l'implication des PME et des jeunes entrepreneurs du secteur touristique :

Il a souligné le rôle central des petites entreprises et des jeunes opérateurs touristiques dans l'accueil et l'accompagnement des visiteurs, et s'est interrogé sur les mécanismes envisagés pour :

- Informer ces acteurs des projets en cours,
- Les associer au développement du secteur,
- Et éventuellement proposer des actions de formation ou d'accompagnement.



Question sur les sources de financement des projets touristiques :

Il a également demandé des précisions concernant **les sources de financement** mobilisées pour la mise en œuvre des différents projets présentés.



Proposition de collaboration culturelle avec la communauté subsaharienne :

Enfin, il a formulé une doléance, suggérant que les initiatives culturelles portées par la communauté subsaharienne présente au Maroc puissent être davantage valorisées, en proposant notamment une rencontre avec les responsables concernés afin de présenter des projets culturels susceptibles de contribuer au rayonnement de Casablanca.



Question sur les sources de financement des projets touristiques :

Il a également demandé des précisions concernant **les sources de financement** mobilisées pour la mise en œuvre des différents projets présentés.



Proposition de collaboration culturelle avec la communauté subsaharienne :

Enfin, il a formulé une doléance, suggérant que les initiatives culturelles portées par la communauté subsaharienne présente au Maroc puissent être davantage valorisées, en proposant notamment une rencontre avec les responsables concernés afin de présenter des projets culturels susceptibles de contribuer au rayonnement de Casablanca.





M. Soufiane Alami
Journaliste, MAP24

M. Soufiane Alami a rappelé que la promotion du tourisme au niveau de la région Casablanca-Settat constitue un enjeu vaste, impliquant la valorisation de différents types de territoires et d'activités.

Question sur le développement du tourisme rural dans la région :

Il a interrogé les responsables régionaux sur l'existence d'une **stratégie dédiée au développement du tourisme rural**, citant plusieurs exemples de potentialités naturelles et territoriales dans la région, notamment :

- Les cascades de Mohammedia,
- Les **activités de chasse à Benslimane**,
- Ou encore la **ville écologique de Zenata**.

Sa question a porté sur l'existence d'un cadre stratégique et d'un dispositif d'accompagnement pour les entreprises opérant dans les territoires ruraux, afin de valoriser ces ressources dans l'offre touristique régionale.



M. Kamil Skalli,
CEO S'Tours

M. Kamil Skalli s'est félicité de la présentation des nombreux projets en cours ou en réflexion pour renforcer l'attractivité touristique de la région Casablanca-Settat.

Question relative à l'état d'avancement de certains projets structurants

Il a toutefois interrogé les responsables régionaux sur la situation de certains projets déjà réalisés mais qui ne sont pas encore opérationnels, alors même qu'ils pourraient contribuer à l'attractivité touristique de la région. Il a notamment cité :

- Le *Grand Théâtre de Casablanca*,
- Le **quai destiné à accueillir les croisières**.

Sa question a porté sur **le statut actuel et les perspectives d'ouverture de ces infrastructures**.





Réponses de M. Mohamed Jouahri,
Directeur Général de Casablanca Events & Animation,



Mise en perspective des grands projets structurants de Casablanca

En réponse aux interrogations relatives à l'état d'avancement de certains projets, M. Mohamed Jouahri a rappelé que plusieurs infrastructures structurantes ont été lancées dans le cadre du Plan de Développement du Grand Casablanca (PDGC 2015-2020), initié en 2014. Ces projets, destinés à renforcer l'attractivité de la métropole, arrivent aujourd'hui pour la plupart à leur phase finale de réalisation, après des retards liés notamment à la crise sanitaire du Covid-19, qui a entraîné l'arrêt de plusieurs chantiers.



Ouverture prochaine de nouvelles infrastructures culturelles majeures

Il a indiqué que certaines infrastructures culturelles devraient être inaugurées prochainement, citant notamment :

- *Le Grand Théâtre de Casablanca,*
- **La réhabilitation de l'ancienne cathédrale du boulevard Rachidi.**

Selon lui, ces équipements culturels devraient contribuer à renforcer l'offre culturelle et touristique de la ville et constituer de nouvelles destinations urbaines susceptibles d'améliorer l'attractivité de Casablanca.



Sécurité et sentiment de sécurité comme facteur d'attractivité touristique

En réponse à la question relative au volet sécuritaire du développement touristique, il a souligné que la **sécurité constitue un élément central dans les stratégies de développement territorial**, notamment dans le cadre du Plan de Développement Régional (PDR) et des Plans d'Action Communaux (PAC).

Il a notamment évoqué le déploiement de dispositifs de vidéosurveillance dans les principales artères et quartiers de la ville, ainsi que la mise en service récente d'un **centre de supervision et de contrôle**, visant à renforcer à la fois la sécurité et le **sentiment de sécurité**, considéré comme un facteur déterminant pour l'expérience touristique.



Promotion internationale et rôle des professionnels du tourisme

Concernant l'attraction de visiteurs internationaux, notamment africains, il a rappelé que ce travail repose en grande partie sur l'action des professionnels du tourisme, en coordination avec l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT), les Conseils Régionaux du Tourisme (CRT) et les organisations professionnelles du secteur.

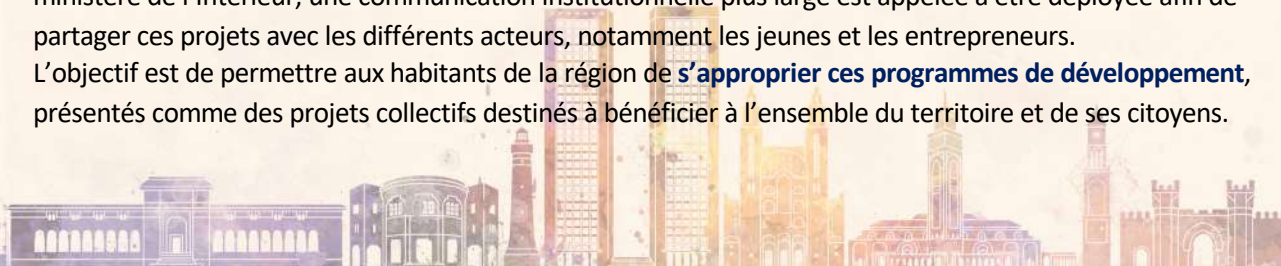
Il a également souligné que l'organisation d'événements comme le Forum Interactif du Tourisme participe à cette dynamique de promotion, en contribuant à faire connaître les projets et les transformations en cours dans la région Casablanca-Settat.



Communication progressive autour des projets territoriaux et appropriation par les citoyens

Enfin, il a expliqué que la communication autour des grands programmes de développement territoriaux se fait de manière progressive. Après la validation récente du Plan de Développement Régional (PDR) par le ministère de l'Intérieur, une communication institutionnelle plus large est appelée à être déployée afin de partager ces projets avec les différents acteurs, notamment les jeunes et les entrepreneurs.

L'objectif est de permettre aux habitants de la région de **s'approprier ces programmes de développement**, présentés comme des projets collectifs destinés à bénéficier à l'ensemble du territoire et de ses citoyens.





Réponses de Mme Asmaa Belkziz,
Vice-Présidente du Conseil de la Région Casablanca-Settat



Nécessité d'anticiper la valorisation des nouvelles infrastructures culturelles et touristiques

Réagissant aux questions relatives au **Grand Théâtre de Casablanca** et au **quai de croisière**, Mme Belkziz a souligné que l'enjeu ne réside pas uniquement dans l'achèvement des infrastructures, mais également dans leur **mise en valeur effective dès leur ouverture**. Elle a notamment insisté sur la nécessité de préparer en amont la **programmation culturelle** et les modalités d'exploitation du Grand Théâtre, afin que cet équipement puisse jouer pleinement son rôle dans le rayonnement culturel et touristique de la ville. Concernant le quai de croisière, elle a indiqué que l'infrastructure serait prête, dans l'attente de son ouverture officielle.



Importance d'une gouvernance partenariale dans la mise en œuvre des projets régionaux

Mme Belkziz a rappelé que le Plan de Développement Régional (PDR) de Casablanca-Settat comprend **51 projets** structurants représentant un investissement global de **42 milliards de dirhams**. Elle a précisé que la réalisation de ces projets repose sur une **logique de gouvernance partagée**, impliquant différents partenaires institutionnels et sectoriels, notamment les ministères et divers acteurs publics et privés. Ainsi, la concrétisation des projets dépend d'une mobilisation collective de l'ensemble des parties prenantes.



Complémentarité des actions de promotion touristique au sein de l'écosystème

Elle a également souligné que les actions de développement et de promotion touristique ne se limitent pas aux projets inscrits dans le PDR. D'autres initiatives sont menées dans le cadre de partenariats spécifiques, notamment avec le Conseil Régional du Tourisme (CRT), qui dispose de ses propres programmes d'action pour promouvoir la destination.



Sécurité comme atout majeur de l'attractivité touristique du Maroc

Répondant aux interrogations sur le volet sécuritaire, Mme Belkziz a rappelé que **la sécurité constitue un avantage comparatif important du Maroc**, particulièrement dans un contexte international marqué par de nombreuses tensions. Elle a estimé que ce facteur contribue à renforcer l'attractivité du pays et de la région auprès des visiteurs internationaux.



Promotion d'une vision territoriale élargie à l'échelle régionale

Enfin, elle a insisté sur l'importance d'adopter une **approche territoriale élargie**, en considérant le développement touristique non pas uniquement à l'échelle de la ville de Casablanca, mais à celle de l'ensemble de la région Casablanca-Settat. Elle a rappelé que cette région représente un poids économique majeur à l'échelle nationale, avec **32 % du PIB national**, **52 % du tissu industriel** et un territoire d'environ **20 000 km²**. Dans cette perspective, elle a plaidé pour une vision intégrée du développement touristique à l'échelle régionale.





Pr. Abderrazak Benattia,

Universitaire, expert en tourisme et développement territorial

Compréhension du territoire rural et structuration du tourisme durable



Nécessité de mieux connaître et documenter le tourisme rural

Pr Abderrazak Benattia a souligné que le tourisme rural demeure encore **insuffisamment étudié et documenté**, malgré son potentiel important pour le développement territorial. Selon lui, ce segment touristique reste relativement méconnu et nécessite un travail approfondi de recherche et d'analyse afin de mieux comprendre ses spécificités et ses opportunités.



Importance de comprendre les dimensions historiques, géographiques et culturelles des territoires ruraux

Il a insisté sur la nécessité de **mieux connaître les territoires ruraux** avant de chercher à les développer touristiquement. Cette compréhension passe notamment par l'étude de leur histoire, de leur géographie, de leurs traditions et de leurs activités économiques. Selon lui, le monde rural marocain ne doit pas être réduit à une simple extension des villes, mais doit être appréhendé dans toute sa richesse culturelle et patrimoniale.



Valorisation des activités rurales traditionnelles dans l'offre touristique

Pr Benattia a également rappelé que les activités traditionnelles liées à l'agriculture, à l'élevage ou aux pratiques rurales peuvent constituer des éléments essentiels de l'expérience touristique. Les exploitations agricoles, les fermes traditionnelles ou encore les coopératives locales peuvent ainsi devenir des acteurs clés dans la création d'une offre touristique authentique et différenciante.



Développement d'un tourisme rural solidaire et équitable

Il a également plaidé pour un modèle de tourisme rural fondé sur les principes de **solidarité et d'équité**, dans lequel les populations locales participent activement aux projets touristiques et bénéficient directement des retombées économiques. Cette approche implique un partage plus équilibré des bénéfices générés par l'activité touristique au profit des communautés locales.



Importance de structurer les initiatives autour d'un travail en réseau

Selon lui, le développement du tourisme rural ne peut réussir sans une **organisation collective et un travail en réseau entre les différents acteurs du territoire**, incluant les professionnels du tourisme, les institutions publiques, les associations et les populations locales. Cette coopération est essentielle pour structurer l'offre touristique et assurer sa durabilité.



Nécessité de s'inspirer des expériences internationales tout en préservant l'identité des territoires

Enfin, Pr Benattia a suggéré de **s'inspirer de certaines expériences internationales**, notamment en matière de villages touristiques ou de gîtes ruraux, tout en veillant à préserver l'identité et les spécificités des territoires ruraux marocains. Selon lui, l'enjeu consiste à développer un tourisme rural durable capable de valoriser ces territoires tout en respectant leur authenticité.

- Nécessité de mieux connaître et documenter le tourisme rural
- Importance de comprendre les dimensions historiques, géographiques et culturelles des territoires ruraux
- Valorisation des activités rurales traditionnelles dans l'offre touristique
- Développement d'un tourisme rural solidaire et équitable
- Importance de structurer les initiatives autour d'un travail en réseau
- Nécessité de s'inspirer des expériences internationales tout en préservant l'identité des territoires





Pr. Lamia Chibani,

Universitaire, experte en tourisme et gastronomie du terroir,

Gastronomie du terroir et chaîne de valeur touristique



Nécessité de réunir les conditions de base pour développer le tourisme rural

Pr Lamia Chibani a souligné que le développement du tourisme rural suppose d'abord de répondre à plusieurs questions fondamentales liées à l'accessibilité et à l'attractivité des territoires. Elle a notamment insisté sur l'importance de disposer **d'infrastructures routières** adéquates, ainsi que d'un accès aux **technologies et à l'Internet**, devenus indispensables pour les touristes souhaitant se repérer et préparer leur séjour dans les zones rurales.



Potentiel des produits du terroir et de la gastronomie rurale dans la région Casablanca-Settat

L'intervenante a ensuite mis en lumière la richesse des **produits du terroir** de la région Casablanca-Settat, citant notamment certains produits emblématiques comme le coing de la région d'Oued El Maleh ou le « smen » de Doukkala. Selon elle, ces ressources constituent un **levier stratégique pour renforcer l'attractivité touristique des territoires ruraux**, notamment à travers la valorisation de la gastronomie locale.



Constat d'une méconnaissance de la gastronomie rurale chez les jeunes

Dans le cadre de ses travaux de recherche, Pr Chibani a mené une enquête auprès de **280 jeunes âgés de 18 à 25 ans** afin d'évaluer leur connaissance de la gastronomie rurale marocaine. Les résultats ont révélé une **méconnaissance importante de ce patrimoine culinaire**, les réponses évoquant majoritairement des plats urbains ou internationaux plutôt que des spécialités rurales traditionnelles. Ce constat met en évidence la nécessité de renforcer les actions de sensibilisation et de transmission du patrimoine culinaire rural.



Valorisation de la chaîne de valeur locale : gastronomie, artisanat et coopératives

Elle a également souligné l'importance de **connecter les différents acteurs de la chaîne de valeur locale**, notamment les producteurs, les artisans et les coopératives. La région Casablanca-Settat compte en effet plusieurs milliers de coopératives et un tissu artisanal important, qui pourraient être mobilisés pour valoriser les produits du terroir et enrichir l'expérience touristique.



Intégration de la gastronomie rurale dans l'offre touristique

Pr Chibani a proposé d'intégrer davantage les plats traditionnels ruraux dans l'offre gastronomique des restaurants et des établissements touristiques de la région. Cette démarche permettrait de promouvoir les territoires ruraux à travers leurs spécialités culinaires et d'inciter les visiteurs à découvrir l'origine et l'histoire de ces produits.



Intégration des populations locales dans la chaîne de valeur touristique

Enfin, elle a insisté sur l'importance **d'intégrer les habitants** des zones rurales dans la **chaîne de valeur du tourisme**, notamment à travers la création de micro-entreprises ou d'activités liées à l'hébergement chez l'habitant, rendues possibles par les évolutions récentes du cadre réglementaire. Cette approche contribuerait à **lutter contre l'exode rural** tout en répondant à la demande croissante des touristes pour des expériences authentiques et participatives.

- Nécessité de réunir les conditions de base pour développer le tourisme rural
- Potentiel des produits du terroir et de la gastronomie rurale dans la région Casablanca-Settat
- Constat d'une méconnaissance de la gastronomie rurale chez les jeunes
- Valorisation de la chaîne de valeur locale : gastronomie, artisanat et coopératives
- Intégration de la gastronomie rurale dans l'offre touristique
- Intégration des populations locales dans la chaîne de valeur touristique





M. Nacim Haddad,

Artiste et Chercheur dans le domaine de l'art populaire marocain



Culture et patrimoine artistique comme levier de développement touristique

Invité à intervenir à l'issue du premier panel, M. Nacim Haddad a salué l'initiative de la région Casablanca-Settat consistant à **valoriser la culture comme moteur du développement touristique**. Il a souligné l'importance d'intégrer les expressions artistiques et les patrimoines immatériels dans les stratégies d'attractivité territoriale, estimant que ces éléments constituent des composantes essentielles de l'identité culturelle de la région.



Parcours personnel entre science et expression artistique

Revenant sur son parcours, il a expliqué que ses études en physique nucléaire ont représenté une étape de formation dans sa trajectoire personnelle, tandis que l'art, et en particulier « l'Aïta », est d'abord né d'une passion avant de devenir son activité professionnelle. Selon lui, ces deux dimensions participent à l'équilibre de son parcours et de sa personnalité.



L'Aïta comme patrimoine culturel emblématique de la région Casablanca-Settat

Originaire de la ville de Bejjad, M. Haddad a mis en avant la place centrale de l'**Aïta** dans le patrimoine culturel de la région. Il a rappelé que Casablanca-Settat constitue un territoire majeur pour cet art traditionnel, qui se décline notamment en deux styles principaux :

- **l'Aïta bidaouia (ou marsaouia)**, associée à Casablanca et à ses environs ;
- **l'Aïta sattatia (ou qibaliya)**, davantage présente dans la région de Settat.

Ces deux formes, bien que distinctes dans leurs compositions mélodiques et textuelles, constituent selon lui un patrimoine artistique commun largement apprécié au Maroc.



Contribution à la préservation et à la transmission du patrimoine de l'Aïta

Enfin, M. Haddad a indiqué travailler sur plusieurs initiatives visant à **documenter et préserver le patrimoine de l'Aïta**, notamment à travers la collecte et l'archivage des textes et répertoires de l'Aïta bidaouia et sattatia, sous forme écrite et audiovisuelle. Ces travaux visent à contribuer à la valorisation et à la transmission de cet héritage culturel.





CÉRÉMONIE DE CLÔTURE





Mlles Hiba Anouari et Imane Ouchitachen,
*Étudiantes en Master, et stagiaires au CRT
Casablanca-Settat*



Présentation de leur stage au sein du Conseil Régional du Tourisme

Mlles Hiba Anouari et Imane Ouchitachen, étudiantes en deuxième année de Master à l', ont partagé leur expérience de stage de fin d'études effectué au sein du Conseil Régional du Tourisme de Casablanca-Settat (CRT).

Leur mission principale a porté sur deux axes :

- La contribution à la **feuille de route touristique régionale**
- L'analyse des **actions prioritaires** en faveur **des très petites entreprises (TPE) rurales**, dans une perspective de développement d'une attractivité touristique durable.



Immersion dans l'écosystème touristique régional

Les deux étudiantes ont souligné que leur stage leur a permis d'acquérir une vision globale du secteur touristique régional, grâce à leur intégration au sein de l'équipe du CRT et à la participation aux travaux liés aux stratégies de développement touristique de la région.



Analyse des stratégies territoriales et identification d'un potentiel rural sous-exploité

En s'appuyant sur l'analyse des documents stratégiques existants – notamment le Plan d'Action Communal (PAC), le Plan de Développement Régional (PDR) et la feuille de route régionale du tourisme – elles ont élaboré une matrice recensant les projets liés au développement touristique de la région Casablanca-Settat. Cette analyse les a conduites à constater que de nombreux projets concernent principalement les segments du city-break, du tourisme d'affaires ou du tourisme urbain, alors même que le **territoire rural représente plus de 70 % de la superficie de la région**.



Appel à une plus grande prise en compte du tourisme rural dans les stratégies de développement

À l'issue de leurs travaux, elles ont souligné l'importance d'accorder **une attention accrue au potentiel du tourisme rural**, estimant que ce segment constitue une opportunité stratégique pour diversifier l'offre touristique régionale et renforcer l'attractivité globale de la région Casablanca-Settat.

- Présentation de leur stage au sein du CRT
- Immersion dans l'écosystème touristique régional
- Analyse des stratégies territoriales et identification d'un potentiel rural sous-exploité
- Appel à une plus grande prise en compte du tourisme rural dans les stratégies de développement





Pr. Nouredine El Hachami Oudghiri,
Universitaire et consultant international

Réflexion stratégique et pistes concrètes de valorisation touristique



Le tourisme dans le cadre du nouveau modèle de développement national

Prenant la parole lors de la séquence de clôture du forum, Pr. Nouredine El Hachami Oudghiri a replacé les échanges dans le contexte plus large du modèle de développement du Maroc. Il a rappelé que le tourisme constitue un secteur stratégique pour l'économie nationale, soutenu par plusieurs plans sectoriels et politiques publiques structurantes.

Selon lui, l'un des principes fondamentaux du nouveau modèle de développement repose sur **l'inclusion**, c'est-à-dire l'intégration de l'ensemble des catégories de population dans les dynamiques de création de valeur. Cette approche implique notamment de veiller à ce que les activités économiques, dont le tourisme, bénéficient également aux populations rurales et aux territoires moins favorisés.



Passer de la réflexion stratégique à la mise en œuvre opérationnelle

Pr. El Hachami Oudghiri a souligné que le Maroc dispose aujourd'hui d'un cadre stratégique clair en matière de développement touristique et territorial. Toutefois, le véritable enjeu réside désormais dans la mise en œuvre concrète des projets et des initiatives sur le terrain.

Il a ainsi invité les acteurs du secteur à dépasser la phase d'analyse et de diagnostic pour se concentrer davantage sur les actions opérationnelles permettant de créer de la valeur économique à partir des ressources locales.



Valorisation du capital immatériel des territoires ruraux

Pr. El Hachami Oudghiri a insisté sur l'importance de valoriser le **capital immatériel des territoires**, qui constitue selon lui un levier majeur pour le développement du tourisme rural. Ce capital comprend notamment :

- Les traditions culturelles, La musique et les expressions artistiques locales, L'artisanat, La gastronomie,
- Ainsi que les pratiques culturelles et sociales propres aux territoires.

Il a notamment évoqué plusieurs éléments du patrimoine culturel de la région de Settat, tels que les arts équestres, la fauconnerie, les traditions musicales populaires ou encore les savoir-faire artisanaux, qui pourraient être davantage valorisés dans l'offre touristique.



Diversification des produits touristiques à partir des spécificités territoriales

L'intervenant a proposé plusieurs pistes de réflexion visant à transformer les ressources locales en véritables produits touristiques, capables de générer de la valeur économique pour les territoires. Parmi les pistes évoquées figurent :

- Le développement d'événements culturels ou historiques valorisant l'identité locale ;
- La création de festivals ou de rencontres thématiques autour de traditions ou de pratiques culturelles spécifiques ;
- La valorisation du patrimoine naturel et scientifique à travers des formes de tourisme scientifique ou éducatif ;
- Ou encore la structuration d'activités touristiques autour des traditions équestres, de la musique ou de l'artisanat.

Ces initiatives permettraient d'attirer différents profils de visiteurs et de prolonger la durée de séjour des touristes dans les territoires ruraux.



Rôle des jeunes, des coopératives et de l'économie sociale dans le développement du tourisme rural

Enfin, Pr. El Hachami Oudghiri a souligné l'importance d'accompagner les **jeunes et les acteurs locaux** dans la création d'activités économiques liées au tourisme. Il a notamment évoqué le rôle que peuvent jouer :

- Les coopératives,
- Les très petites entreprises,
- Ainsi que les initiatives d'auto-entrepreneuriat.

Selon lui, ces acteurs locaux peuvent devenir des partenaires essentiels du développement touristique, à condition d'être mieux informés sur les dispositifs d'accompagnement, de financement et de soutien disponibles.

- Le tourisme dans le cadre du nouveau modèle de développement national
- Passer de la réflexion stratégique à la mise en œuvre opérationnelle
- Valorisation du capital immatériel des territoires ruraux
- Diversification des produits touristiques à partir des spécificités territoriales
- Rôle des jeunes, des coopératives et de l'économie sociale dans le développement du tourisme rural





Pr. Hasnaa Chennaoui Aoudjehane,

Professeure universitaire, scientifique spécialiste dans le domaine des météorites, de la planétologie et de la géochimie

Nouvelle offre touristique : le « Tourisme scientifique »



Intégrer les sciences dans la stratégie de développement touristique régional

Pr. Chennaoui a souligné qu'un levier important du développement touristique de Casablanca et de sa région demeure encore peu pris en compte : **la valorisation du patrimoine scientifique**.

Selon elle, les sciences peuvent **enrichir l'offre touristique** en proposant des expériences éducatives et culturelles complémentaires aux formes de tourisme déjà évoquées, telles que la gastronomie, la culture ou les traditions locales.



Potentiel du géotourisme pour valoriser le patrimoine géologique marocain

Pr Chennaoui a notamment mis en avant la richesse du **patrimoine géologique** du Maroc, qu'elle qualifie d'exceptionnel et encore insuffisamment valorisé. Le développement du **géotourisme** permettrait de transformer ces ressources naturelles en véritables produits touristiques, en proposant aux visiteurs des parcours de découverte mettant en valeur l'histoire géologique des territoires.

Les circuits de randonnée existants pourraient être enrichis par **une lecture scientifique du paysage**, permettant aux visiteurs de découvrir l'histoire géologique des régions et d'approfondir leur compréhension du territoire.



Développement de l'astrotourisme à partir de la qualité du ciel nocturne

Pr Chennaoui a également évoqué le potentiel du **tourisme astronomique**, ou **astrotourisme**, qui pourrait être développé dans certaines zones rurales bénéficiant d'une **faible pollution lumineuse** et d'un ciel nocturne particulièrement favorable à l'observation des étoiles. Cette forme de tourisme scientifique constitue, selon elle, une opportunité pour proposer des expériences originales aux visiteurs tout en valorisant les ressources naturelles existantes.



Rôle de la société civile dans la médiation scientifique touristique

Pour faciliter le développement de ces formes de tourisme, Pr Hasnaa Chennaoui a suggéré de mobiliser **les associations locales et la société civile** afin de former des guides capables d'accompagner les visiteurs dans la découverte du patrimoine scientifique des territoires.

Des formations courtes pourraient permettre à des guides locaux d'acquérir les compétences nécessaires pour expliquer les particularités géologiques d'une région ou initier les visiteurs à l'observation du ciel nocturne.



Proposition de création d'une Cité des sciences à Casablanca

Enfin, Pr Chennaoui a proposé la création de la « **Cité des sciences de Casablanca** » estimant que la métropole dispose des compétences académiques et scientifiques nécessaires pour porter un tel projet.

Une telle infrastructure pourrait contribuer à renforcer la dimension éducative et scientifique de l'offre culturelle de la ville, tout en participant à la diversification de l'attractivité touristique de la région.

- Intégrer les sciences dans la stratégie de développement touristique régional
- Potentiel du **géotourisme** pour valoriser le patrimoine géologique marocain
- Développement de l'**astrotourisme** à partir de la qualité du ciel nocturne
- Rôle de la société civile dans la médiation scientifique touristique
- Proposition de création d'une **Cité des sciences à Casablanca**



MOT DE CLÔTURE



M. Othman Cherif Alami,

Président du Conseil Régional du tourisme de Casablanca-Settat



Remerciements aux participants et valorisation de la richesse des échanges

Dans son intervention de clôture, M. Othman Cherif Alami a remercié l'ensemble des participants pour leur présence et leur engagement tout au long du forum, saluant la qualité et la richesse des débats. Il a souligné que les échanges, contributions et expertises partagés lors de cette édition du Forum Interactif du Tourisme constituent une base précieuse pour nourrir la réflexion sur l'avenir du secteur touristique dans la région Casablanca-Settat.



Le FITCS comme espace de partage d'expertises et de réflexion collective

Le président du CRT a rappelé que la vocation du Forum Interactif du Tourisme est de créer un espace de dialogue ouvert permettant de partager expériences, analyses et recommandations autour des enjeux de l'industrie touristique. Il a souligné l'importance de ce type de plateforme pour favoriser la rencontre entre experts, professionnels, universitaires et acteurs institutionnels engagés dans le développement du tourisme.



Un contexte stratégique favorable au développement du tourisme au Maroc

M. Alami a replacé les discussions du forum dans un contexte marqué par une nouvelle dynamique stratégique pour le tourisme marocain. Après les visions touristiques successives ayant structuré le secteur, il a rappelé que le tourisme bénéficie aujourd'hui d'un soutien important des politiques publiques, dans un cadre institutionnel caractérisé par la régionalisation avancée et par le renforcement du rôle des régions dans le développement économique territorial.



L'engagement des acteurs du secteur comme moteur de développement

Il a également salué l'implication des nombreux experts, universitaires, entrepreneurs et acteurs de la société civile présents lors du forum, mettant en avant leur engagement citoyen et leur contribution à la modernisation de l'industrie touristique. Selon lui, la mobilisation de ces compétences constitue un atout essentiel pour accompagner les transformations du secteur, notamment face aux évolutions technologiques et aux nouvelles dynamiques du tourisme international.



Témoignage personnel sur l'évolution du secteur touristique marocain

Dans un registre plus personnel, M. Alami a partagé son propre parcours professionnel dans l'industrie touristique, évoquant les évolutions majeures qu'a connues le secteur au Maroc au cours des dernières décennies. Il a rappelé le rôle structurant de la Vision 2010 dans le développement du tourisme national et l'essor des investissements hôteliers, illustrant ainsi le potentiel de croissance du secteur lorsqu'il est soutenu par une vision stratégique claire.



Hommage aux contributeurs et partenaires du forum

Enfin, le président du CRT a tenu à remercier et à honorer les différents intervenants, experts et partenaires ayant contribué à la réussite de cette édition du FITCS. Des trophées de reconnaissance ont ainsi été remis à plusieurs personnalités et participants, en hommage à leur engagement et à leur contribution aux travaux du forum.





RECOMMANDATIONS



PROPOSITIONS & RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

Les échanges et contributions présentés lors de la deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat ont permis d'identifier plusieurs leviers prioritaires pour renforcer le développement touristique de la région.

Les recommandations ci-après s'articulent autour de **7 axes stratégiques complémentaires** visant à structurer l'offre touristique, renforcer l'attractivité du territoire et favoriser un développement durable et inclusif du secteur.



RENFORCER LA GOUVERNANCE TERRITORIALE ET LA COORDINATION DES POLITIQUES TOURISTIQUES

Renforcer la coordination entre les différents niveaux de planification territoriale

Développer une meilleure articulation entre le Plan de Développement Régional (PDR), les Plans d'Action Communaux (PAC) et les Plans de Développement Provinciaux ou Préfectoraux (PDP) afin d'assurer une cohérence des projets touristiques et d'optimiser la mobilisation des ressources territoriales.

Étudier la mise en place d'une Société de Développement Régional dédiée au tourisme

Évaluer l'opportunité de créer une **SDR Tourisme** à l'échelle régionale afin de faciliter la structuration, le financement et la mise en œuvre de projets touristiques structurants.

Renforcer les mécanismes de concertation entre les acteurs publics et privés

Encourager une gouvernance collaborative associant les collectivités territoriales, les institutions publiques, les professionnels du tourisme, les universités et la société civile dans la conception et la mise en œuvre des projets touristiques.



STRUCTURER ET DÉVELOPPER LE TOURISME RURAL DANS LA RÉGION CASABLANCA-SETTAT

Élaborer un cadre juridique et réglementaire spécifique au tourisme rural

Mettre en place un cadre réglementaire clair facilitant l'investissement dans les projets touristiques en milieu rural (gîtes, fermes pédagogiques, écotourisme, activités de plein air).

Structurer les circuits et destinations de tourisme rural

Identifier et organiser les territoires à fort potentiel (notamment Benslimane, Oualidia, Sidi Bennour, El Jadida ou Settat) en véritables **destinations de tourisme rural**, en valorisant leurs ressources naturelles, agricoles et culturelles.

Favoriser l'intégration des populations locales dans la chaîne de valeur touristique

Encourager la participation des habitants, coopératives et petites entreprises locales au développement de l'offre touristique afin de générer des retombées économiques directes pour les territoires ruraux.





DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES ET LA FORMATION DANS LES MÉTIERS DU TOURISME

Renforcer les dispositifs de formation dans les métiers du tourisme rural

Mettre en place des programmes de formation adaptés aux besoins des territoires ruraux, incluant l'accueil touristique, la gestion d'hébergement, la restauration et l'animation d'activités touristiques, à travers des centres locaux dans les territoires concernés.

Encourager la formation de guides locaux spécialisés

Développer des formations courtes permettant à des guides locaux de valoriser les spécificités culturelles, naturelles et scientifiques des territoires.

Sensibiliser les jeunes aux opportunités économiques du tourisme

Renforcer les actions d'information et d'accompagnement destinées aux jeunes entrepreneurs souhaitant développer des activités touristiques dans les territoires ruraux.



VALORISER LE PATRIMOINE CULTUREL, GASTRONOMIQUE ET IMMATÉRIEL

Intégrer davantage la gastronomie du terroir dans l'offre touristique

Promouvoir les produits locaux et les spécialités culinaires régionales au sein des établissements touristiques et des circuits de découverte.

Valoriser les traditions culturelles et artistiques régionales

Développer des initiatives culturelles, festivals et événements mettant en valeur les traditions locales, les expressions artistiques et le patrimoine immatériel.

Renforcer les liens entre tourisme, artisanat et coopératives locales

Encourager la collaboration entre les acteurs du tourisme et les coopératives artisanales afin de promouvoir les produits du terroir et les savoir-faire traditionnels.



DIVERSIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE ET ENCOURAGER L'INNOVATION

Développer de nouvelles formes de tourisme thématique

Explorer le potentiel de nouvelles niches touristiques telles que :

- Le géotourisme, qui vise à mettre en valeur les paysages naturels et les formations géologiques du territoire à travers des activités de découverte et d'interprétation de l'environnement.
- L'astrotourisme, qui consiste à valoriser l'observation du ciel nocturne et des phénomènes astronomiques dans des zones à faible pollution lumineuse, en proposant aux visiteurs des expériences de découverte scientifique et pédagogique autour des étoiles et de l'astronomie.
- Le tourisme scientifique et éducatif
- Les activités sportives et de pleine nature

Valoriser les traditions culturelles et artistiques régionales

Développer des initiatives culturelles, festivals et événements mettant en valeur les traditions locales, les expressions artistiques et le patrimoine immatériel.

Renforcer les liens entre tourisme, artisanat et coopératives locales

Encourager la collaboration entre les acteurs du tourisme et les coopératives artisanales afin de promouvoir les produits du terroir et les savoir-faire traditionnels.



DIVERSIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE ET ENCOURAGER L'INNOVATION

Développer de nouvelles formes de tourisme thématique

Explorer le potentiel de nouvelles niches touristiques telles que :

- Le géotourisme, qui vise à mettre en valeur les paysages naturels et les formations géologiques du territoire à travers des activités de découverte et d'interprétation de l'environnement.
- L'astrotourisme, qui consiste à valoriser l'observation du ciel nocturne et des phénomènes astronomiques dans des zones à faible pollution lumineuse, en proposant aux visiteurs des expériences de découverte scientifique et pédagogique autour des étoiles et de l'astronomie.
- Le tourisme scientifique et éducatif
- Les activités sportives et de pleine nature

Encourager la création d'équipements culturels et scientifiques structurants

Étudier la possibilité de développer de nouveaux équipements culturels et scientifiques, tels qu'une **Cité des sciences à Casablanca**, afin de renforcer l'attractivité culturelle et éducative du territoire.



RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ET LA PROMOTION INTERNATIONALE DE LA DESTINATION

Intensifier les actions de promotion touristique à l'international

Renforcer les campagnes de promotion de la destination Casablanca-Settat en collaboration avec les institutions nationales et les professionnels du secteur.

Développer des événements et initiatives promotionnelles

Soutenir l'organisation d'événements touristiques et culturels capables de renforcer la visibilité internationale de la région.

Accélérer la digitalisation de l'offre touristique

Accompagner les porteurs de projets touristiques dans le développement de leur présence numérique et la promotion digitale de leurs activités.



AMÉLIORER LES CONDITIONS D'ATTRACTIVITÉ ET D'ACCUEIL DES TERRITOIRES

Renforcer les infrastructures d'accueil dans les territoires touristiques émergents Développer les infrastructures essentielles (routes, santé, sécurité, services publics) nécessaires à l'accueil des visiteurs dans les territoires ruraux.

Améliorer la sécurité et le sentiment de sécurité des visiteurs

Poursuivre les efforts visant à renforcer la sécurité et la qualité de l'espace public, éléments essentiels pour l'attractivité touristique.

Accélérer l'ouverture et la mise en service des infrastructures culturelles et touristiques structurantes

Favoriser l'activation rapide des grands équipements culturels et touristiques destinés à renforcer l'offre d'attractivité de la région.

Les recommandations formulées lors de la deuxième édition du FITCS mettent en évidence l'importance d'une **approche territoriale intégrée du développement touristique**, combinant gouvernance, innovation, valorisation des ressources locales et mobilisation des acteurs du territoire. La mise en œuvre progressive de ces orientations pourrait contribuer à faire de la région Casablanca-Settat une **destination touristique diversifiée, durable et compétitive**, capable de valoriser à la fois son dynamisme urbain et la richesse de ses territoires ruraux.





CONCLUSION GÉNÉRALE

Au terme des échanges de cette deuxième édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat, un constat s'impose : **la région dispose aujourd'hui de tous les atouts nécessaires pour franchir une nouvelle étape dans son développement touristique.**

Capitale économique du Royaume, hub international de connectivité et territoire riche d'un patrimoine culturel, naturel et humain diversifié, Casablanca-Settat possède les fondations d'une destination touristique à forte valeur ajoutée.

Mais les discussions du forum ont également mis en évidence une conviction partagée :

l'avenir du tourisme régional ne dépendra pas uniquement de ses ressources, mais de la capacité collective des acteurs à transformer ce potentiel en une vision stratégique cohérente, opérationnelle et durable.

Cette vision repose sur plusieurs piliers structurants :

- Une **gouvernance territoriale renforcée**, fondée sur la coopération entre autorités publiques, élus et professionnels ;
- Une **diversification de l'offre touristique**, intégrant pleinement les dimensions culturelles, balnéaires, rurales et événementielles du territoire ;
- Des **investissements structurants** dans les infrastructures, la culture et la mobilité, capables d'améliorer l'expérience des visiteurs ;
- Et une **mobilisation du capital humain**, indispensable pour élever la qualité de service et accompagner la transformation du secteur.

Au-delà des projets et des stratégies évoqués, le forum a surtout révélé l'émergence d'une dynamique collective : celle d'un écosystème touristique régional prêt à travailler de manière concertée pour faire de Casablanca-Settat une destination non seulement visitée, mais **véritablement choisie.**

Dans un contexte international marqué par la relance du tourisme et l'évolution des attentes des voyageurs vers des expériences plus authentiques, durables et territorialisées, la région a l'opportunité de construire un modèle touristique équilibré, combinant **puissance métropolitaine et richesse de ses territoires ruraux.**

À l'horizon 2026 et 2030, l'enjeu n'est donc pas seulement d'augmenter le nombre de visiteurs, mais de bâtir une destination capable de **créer de la valeur économique, culturelle et sociale pour l'ensemble de ses territoires et de ses habitants.**

Le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat s'inscrit précisément dans cette ambition. En favorisant le dialogue, la réflexion stratégique et la co-construction des politiques publiques et privées, il contribue à poser les bases d'une feuille de route touristique régionale partagée.

Plus qu'un simple espace d'échanges, le FITCS apparaît désormais comme un **laboratoire d'idées et d'actions pour le tourisme de demain**, au service d'une région qui aspire à devenir, à l'horizon 2030, l'une des grandes destinations touristiques émergentes du bassin méditerranéen et du continent africain.





FORUM INTERACTIF DU TOURISME

CASABLANCA-SETTAT

Le 15 octobre 2025 , Sous le thème :

« **Casablanca métropole touristique mondiale
à l'horizon 2030 : une voie royale !** »

La troisième édition du FITCS intervient dans un contexte national et régional particulièrement singulier. Sous l'impulsion de la vision éclairée de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, la région Casablanca-Settat connaît une accélération sans précédent de ses transformations structurelles. Métropole économique et financière du Royaume, Casablanca renforce progressivement son positionnement comme hub régional et continental, tout en cherchant à affirmer une identité touristique plus lisible, plus attractive et plus compétitive à l'échelle internationale.

Cette dynamique est portée par des investissements structurants majeurs :

- **Nouveau terminal de croisières,**
- **Modernisation et extension de l'aéroport Mohammed V,**
- **Développement du réseau ferroviaire à grande vitesse,**
- **Projets de mobilité urbaine et régionale,**
- **Équipements culturels, sportifs et événementiels d'envergure, ... etc.**

Ces projets constituent le socle matériel d'une ambition touristique renouvelée, mais ils ne suffisent pas à eux seuls à faire émerger une destination touristique **mature** et **durable**.

Placée sous le thème « **Casablanca, métropole touristique mondiale à l'horizon 2030 : une voie royale !** », cette édition du FITCS s'inscrit dans une double perspective stratégique.

À court et moyen terme, l'enjeu est de préparer efficacement la région aux grandes échéances internationales à venir, notamment la **Coupe d'Afrique des Nations 2025** et la **Coupe du Monde 2030**.

À plus long terme, il s'agit de poser les fondations d'un modèle touristique **durable, inclusif** et **résilient**, capable de s'inscrire dans l'après-2030 et de produire des retombées économiques, sociales et territoriales durables.

L'introduction du modérateur a permis de poser un diagnostic partagé et lucide : si le « **hard** », *infrastructures, équipements, projets structurants*, progresse à un rythme soutenu, le « **soft** » demeure un enjeu central. Celui-ci renvoie à l'**Humain**, à la **qualité de l'accueil**, à l'**hospitalité**, à la **formation**, à la **gouvernance**, à la **coordination** des acteurs et à la capacité collective à construire un **narratif** clair, fédérateur et authentique pour la destination Casablanca-Settat. C'est précisément sur ces dimensions que le FITCS ambitionne d'apporter des réponses concrètes, en mobilisant l'ensemble des parties prenantes autour d'une vision partagée.





INTERVENANTS

3^{ème} ÉDITION **FORUM INTERACTIF DU TOURISME**
CASABLANCA-SETTAT





ALLOCUTION D'OUVERTURE

La séance inaugurale du 3^e Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat a posé les fondations d'une ambition touristique renouvelée pour la région. À travers les interventions des responsables institutionnels et des acteurs majeurs du secteur, elle a mis en lumière le rôle stratégique de Casablanca-Settat dans l'écosystème touristique national, ainsi que les opportunités offertes par un contexte marqué par de grands investissements et des échéances internationales structurantes. Les échanges ont souligné la nécessité de conjuguer infrastructures, gouvernance, attractivité économique et qualité de l'expérience touristique, tout en inscrivant cette dynamique dans une vision durable, inclusive et territorialisée à l'horizon 2030 et au-delà.



M. Othman Cherif Alami,

Président du Conseil Régional du Tourisme Casablanca-Settat



Dans son intervention, M. Othman Cherif Alami a rappelé la vocation fondatrice du Forum Interactif du Tourisme : **Créer un espace de convergence entre les stratégies publiques, les dynamiques privées et les ambitions territoriales**. Selon lui, cette troisième édition revêt une importance particulière car elle intervient à un moment charnière où Casablanca-Settat entre dans une nouvelle phase de visibilité et d'ambition internationale.

Il a souligné le poids stratégique de la région dans l'écosystème touristique national :

- Casablanca-Settat représente aujourd'hui environ **10 % de la capacité litière nationale**,
- Elle accueille près de **1,5 million de touristes par an**, avec un objectif clairement affiché de **5 millions de visiteurs à l'horizon 2030**.
- La région concentre par ailleurs **28 % des agences de voyages du Royaume**,
- Et enregistre plus de **10,5 millions de passagers annuels** à l'aéroport Mohammed V, confirmant son rôle de principale porte d'entrée du pays.

Au-delà des indicateurs quantitatifs, M. Alami a insisté sur la nécessité de diversifier et de structurer l'offre touristique régionale. Il a mis en avant le potentiel considérable des **territoires ruraux**, qui représentent près de **70 % de la superficie régionale**. Ces territoires constituent un gisement stratégique d'expériences touristiques complémentaires : **tourisme de nature, bien-être, sport, gastronomie, santé, shopping et itinérances**.

Plus de **200 points d'intérêt touristique** ont déjà été recensés, ouvrant la voie à une meilleure mise en tourisme de ces espaces encore insuffisamment valorisés.

Enfin, le Président du CRT a plaidé pour une évolution de la gouvernance touristique régionale. Il a appelé à renforcer le rôle et les moyens des Conseils Régionaux du Tourisme, à améliorer la **coordination** entre **acteurs publics et privés** et à installer une vision stratégique partagée à l'horizon 2026-2030. Pour M. Alami, la réussite de l'ambition touristique de Casablanca-Settat repose autant sur la qualité de la gouvernance que sur la capacité à mobiliser durablement les compétences locales.





Mme Fatim-Zahra Ammor,
Ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale

Dans son message vidéo, Mme la Ministre a rappelé que le Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat se tient à un moment décisif pour la région et pour le tourisme marocain dans son ensemble. Elle a réaffirmé le rôle du **tourisme** comme **levier stratégique de croissance économique**, de création d'**emplois** et de **rayonnement** international du Royaume.

Mme Ammor a mis en avant les grands projets structurants engagés dans la région :

- Nouveau terminal de **croisières**,
- **Infrastructures ferroviaires** à grande vitesse,
- Projets de **mobilité intégrée**
- Extension de l'**aéroport Mohammed V**, dont la capacité atteindra **35 millions de passagers**.

Ces investissements traduisent, selon elle, une ambition claire : positionner Casablanca-Settat comme une **région ouverte, connectée et compétitive à l'échelle mondiale**.

Les performances récentes du secteur confirment cette dynamique positive. À fin août 2025 : Les **arrivées à l'aéroport Mohammed V** ont **progressé de 24 %**, tandis que les **nuitées dans les établissements d'hébergement touristique classés** ont **augmenté de 19 %**.

Toutefois, Mme la Ministre a insisté sur la nécessité de veiller à une croissance **équilibrée, inclusive et durable**, bénéficiant à l'ensemble des territoires, y compris les zones rurales.

Elle a enfin souligné l'importance de la territorialisation des politiques publiques du tourisme et salué le rôle du FITCS comme espace fédérateur permettant de renforcer la coordination entre l'État, les collectivités territoriales et les acteurs privés.





M. Abdellatif Maâzouz
Président de la Région Casablanca-Settat

M. Abdellatif Maâzouz a livré une intervention structurante, inscrite dans une **vision politique et territoriale de long terme**, plaçant le tourisme au cœur du projet de développement régional. Il a d'abord rappelé l'identité singulière de Casablanca, ville d'accueil et de brassage, construite par des générations de « **Bidaouis en plus** », venus de toutes les régions du Royaume pour y travailler, y entreprendre et y vivre. Cette dimension humaine et inclusive constitue, selon lui, un **capital immatériel majeur**, encore insuffisamment valorisé dans le récit touristique de la métropole.

Sur le plan stratégique, le Président de la Région a souligné l'ampleur inédite des investissements engagés à l'échelle régionale. Il a annoncé que le **Plan de Développement Régional (PDR)**, initialement doté de **47,2 milliards de dirhams**, est en passe d'être largement dépassé, avec une hausse pouvant atteindre **50 %**, traduisant une mobilisation financière exceptionnelle. Ces investissements concernent des secteurs structurants, *mobilité, infrastructures, équipements culturels et sportifs*, appelés à transformer durablement le visage de la région et à renforcer son attractivité touristique.

M. Maâzouz a insisté sur le fait que le tourisme ne peut plus être pensé comme un secteur isolé, mais comme un **levier transversal de développement territorial**. Il a plaidé pour une véritable « **mise en tourisme** » de Casablanca-Settat, reposant sur la structuration de circuits cohérents, capables de relier la métropole à ses territoires périphériques, urbains comme ruraux. Cette approche vise à dépasser la concentration des flux sur quelques sites emblématiques pour proposer une expérience touristique plus diversifiée, plus équilibrée et plus durable.

La **mobilité régionale** a été identifiée comme un pilier central de cette stratégie. Le Président a mis en avant les projets structurants en cours ou à venir : *LGV, RER métropolitain, trains régionaux, amélioration des connexions interurbaines*, considérés comme des conditions indispensables à la fluidité des déplacements des visiteurs, mais aussi à l'amélioration du quotidien des habitants. Pour lui, l'attractivité touristique est indissociable de la qualité des infrastructures de transport et de leur capacité à relier efficacement les différents pôles d'intérêt de la région.



S'agissant plus spécifiquement du **tourisme d'affaires, de congrès et d'événementiel**, Mr Maâzouz a reconnu que Casablanca, malgré son statut de capitale économique du Royaume, souffre encore d'un déficit en équipements structurants à la hauteur de son ambition. Il a ainsi évoqué la **nécessité de doter la région de centres de conférences et de palais des congrès modernes**, capables d'accueillir de grands événements internationaux, congrès, forums et manifestations professionnelles, et de renforcer durablement le positionnement MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) de la destination.

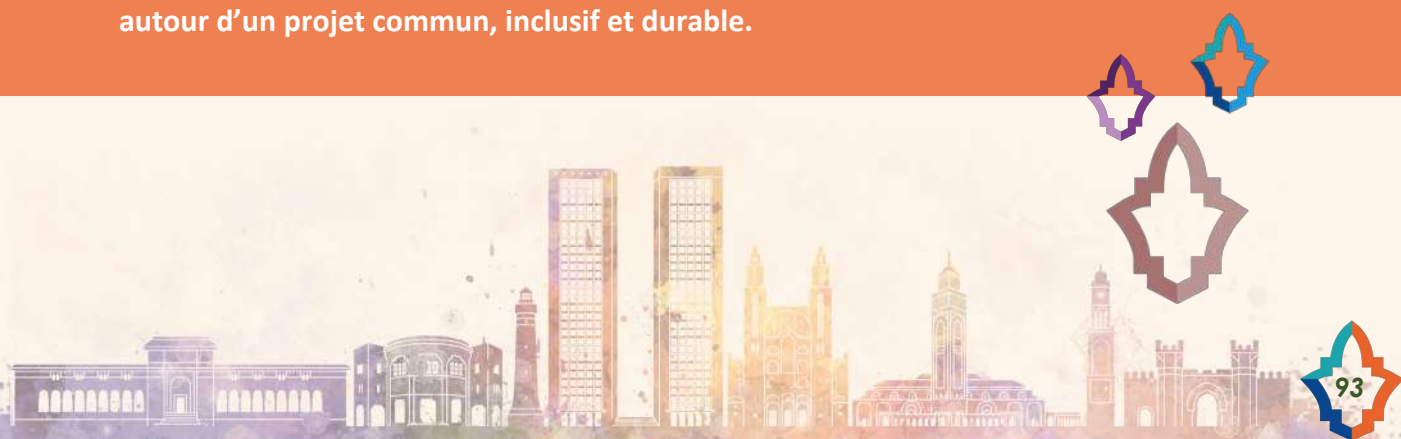
Dans cet perspective, Mr Maâzouz a assuré à l'auditoire, qu'il y a actuellement, au moins 2 projets de parcs d'exposition pour la Région de Casablanca Settat :

- **Un 1^{er} parc d'exposition** sera installé au niveau du quartier de **CFC** (Casablanca Finance City),
- Et **un 2^{ème} prévu à Nouaceur**

Au-delà des infrastructures, M. Maâzouz a souligné l'importance du **contenu expérientiel** de l'offre touristique. Il a appelé à une valorisation renforcée de la gastronomie, du sport, de la culture, des événements et des savoir-faire locaux, considérés comme des marqueurs identitaires forts de Casablanca-Settat. Cette diversification de l'offre doit permettre d'allonger la durée de séjour, de renforcer la dépense touristique et de positionner la région comme une destination à part entière, et non plus uniquement comme une ville de passage ou de transit.

Enfin, le Président de la Région a mis l'accent sur la **nécessité de relier les projets, les territoires et les hommes** dans une vision cohérente et partagée. Il a insisté sur le rôle central de la **gouvernance territoriale**, de la **coordination** entre acteurs publics et privés et de la **mobilisation** collective autour d'objectifs clairs à l'horizon 2030.

Pour M. Maâzouz, la réussite de l'ambition touristique de Casablanca-Settat dépendra autant de la **qualité des investissements** que de la **capacité à fédérer les énergies locales** autour d'un projet commun, inclusif et durable.





M. Mohamed Cherkaoui,
Directeur des Affaires Économiques
Wilaya de Casablanca-Settat



M. Mohamed Cherkaoui a inscrit son intervention dans une perspective de développement régional intégré. Il a rappelé que le tourisme constitue l'un des piliers fondamentaux de l'économie nationale, tant par sa contribution à la création de richesses que par son rôle dans l'attractivité et le rayonnement international du Maroc.

Il a mis en exergue les atouts structurants de la région Casablanca-Settat : un littoral de plus de **235 kilomètres**, une articulation unique entre métropole **économique moderne** et **territoires ruraux riches** en patrimoine naturel et agricole, ainsi qu'un **héritage culturel et architectural** témoignant du rôle historique de Casablanca comme carrefour des civilisations.

Sur le plan des performances, M. Cherkaoui a rappelé que la région a enregistré plus de **2,5 millions d'arrivées aériennes en 2024 (+9 %)** et plus de **2,25 millions de nuitées** dans les établissements classés (**+13 %**), positionnant Casablanca-Settat au **troisième rang national**. Il a insisté sur trois priorités stratégiques :

- L'investissement dans le **capital humain**,
- L'accélération de la **transformation numérique**
- Et l'amélioration globale de l'**expérience touristique**.



M. Mohamed Jouahri,
Directeur Général de Casablanca Events & Animation

M. Mohamed Jouahri a mis en lumière le rôle central de l'événementiel et de l'animation urbaine dans la stratégie d'attractivité touristique de Casablanca. Il a rappelé que le FITCS s'inscrit dans un partenariat institutionnel structurant entre **Casablanca Events & Animation** et le Conseil Régional du Tourisme, initié depuis 2021.

Ce partenariat a permis le déploiement de nombreuses actions : *organisation d'événements d'envergure, campagnes de communication conjointes et intégration des professionnels du tourisme au sein de la marque territoriale « We Casablanca »*, première démarche d'attractivité territoriale de ce type en Afrique.

M. Jouahri a insisté sur la dimension **émotionnelle** et **identitaire** de Casablanca, ville de contrastes, de créativité et d'énergie.

À travers une programmation culturelle et sportive continue, **Casablanca Events & Animation** contribue à renforcer le sentiment d'appartenance des habitants et à enrichir l'expérience vécue par les visiteurs.





M. Hamid Bentahar,
Président de la Confédération Nationale du Tourisme

L'intervention de M. Hamid Bentahar a marqué la séance inaugurale par son ton engagé et prospectif. Il a affirmé avec force que **« il n'y aura pas de croissance touristique au Maroc sans Casablanca ! »**, soulignant que d'autres destinations majeures, telles que Marrakech ou Agadir, atteignent aujourd'hui des niveaux de saturation élevés.

Il a rappelé que **l'industrie du voyage et de l'hospitalité** constitue le premier gisement mondial d'emplois, représentant près de **30 % des emplois créés dans la prochaine décennie**. Casablanca dispose, selon lui, d'un réservoir de croissance unique pour capter cette dynamique, à condition de lever certains freins structurels.

M. Bentahar n'a pas manqué de rappeler que le secteur hôtelier au Maroc doit revoir sa réglementation pour offrir **plus de hauteur** à nos hôtels. Cela permettra à Casablanca de pouvoir rivaliser avec les plus grandes destinations touristiques mondiales.

Au-delà des infrastructures, M. Bentahar a mis aussi l'accent sur le « **soft** » : la **qualité du service**, **l'hospitalité** et **l'âme** de Casablanca. Il a appelé à définir, structurer et valoriser l'hospitalité marocaine à travers un projet collectif « **Hospitalité 2030** », conçu comme un levier stratégique d'attractivité, d'investissement et de cohésion sociale.





PANEL 1

UN MOMENTUM EXCEPTIONNEL

Le premier panel du FITCS, a permis d'explorer en profondeur la nature, la portée et les conditions de réussite de la dynamique touristique actuelle de Casablanca-Settat.

À travers des regards complémentaires, stratégique, économique, opérationnel, institutionnel et humain, les intervenants ont mis en évidence que ce Momentum ne saurait être réduit à un simple effet d'événements internationaux à venir. Les échanges ont souligné l'urgence de **structurer** cette phase charnière par une **vision intégrée**, une **gouvernance stable** et des **choix structurants, cohérents et partagés**, afin de transformer une opportunité conjoncturelle en levier durable de compétitivité territoriale, d'attractivité économique et de cohésion sociale.







Mme Jihane Touzani

Directrice stratégie et planification - SMIT
(Société Marocaine d'Ingénierie Touristique).

L'intervention de Mme Jihane Touzani a apporté un éclairage structurant sur le rôle stratégique de la **Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT)** dans la transformation du tourisme marocain, et plus particulièrement dans l'accompagnement du développement touristique de Casablanca-Settat. Son propos s'est articulé autour de plusieurs axes complémentaires, mêlant **investissement**, **mise à niveau** de l'existant, **animation**, **mise en scène territoriale** et **grands projets structurants**.



Le rôle et l'ADN de la SMIT : orienter et stimuler l'investissement touristique :

Mme Touzani a rappelé que la SMIT constitue un acteur central mais souvent discret de la politique touristique nationale. Historiquement positionnée en « back office », la SMIT a joué un rôle clé dans la structuration de l'investissement touristique, en particulier depuis les années 2010. Aujourd'hui, dans un contexte de forte ambition nationale et régionale, l'investissement redevient un levier central.

La vocation première de la SMIT n'est pas de porter l'ensemble des investissements, mais de **stimuler, orienter et qualifier l'investissement**, en incitant les porteurs de projets à investir là où les besoins sont identifiés et sur les produits touristiques les plus pertinents. Cette logique repose sur une lecture fine des destinations, de leurs manques et de leurs potentiels, afin de favoriser un développement cohérent et équilibré.



La mise à niveau du parc existant : une priorité stratégique

Un axe majeur de l'intervention a porté sur la **mise à niveau du parc hôtelier existant**, considérée comme un préalable indispensable à toute montée en gamme de la destination. Mme Touzani a souligné que le Maroc peut être fier de son parc hôtelier, mais que celui-ci nécessite un effort continu de rénovation et de réinvention pour rester compétitif, notamment face aux standards internationaux.

Elle a rappelé le déploiement de mécanismes incitatifs majeurs, fruit d'un travail conjoint entre les professionnels, la SMIT et le ministère des Finances. Après un premier dispositif en 2022 ciblant une mise à niveau « légère », le programme **CAP Hospitality**, lancé en 2024, constitue une avancée structurante : l'État y prend en charge les intérêts bancaires des projets hôteliers, mobilisant un budget public dépassant **un milliard de dirhams**.

Casablanca est pleinement concernée par ce dispositif, avec **plus de 3 000 chambres déjà bénéficiaires**, et d'autres projets en attente, traduisant l'ampleur des besoins. Mme Touzani a insisté sur le caractère vertueux de ce mécanisme, rappelant qu'un hôtel doit être relooké environ tous les cinq ans pour rester attractif. Le succès du programme ouvre la voie à une possible seconde édition.



Développer l'animation et les services touristiques

Au-delà de l'hébergement, Mme Touzani a insisté sur un maillon souvent insuffisamment développé : **l'animation et les services touristiques**. Si Casablanca se distingue déjà par une offre importante en matière de restauration et de loisirs à l'échelle nationale, la comparaison internationale reste défavorable face à des villes comme Barcelone, Valence ou Porto, qui comptent des centaines de milliers d'établissements et d'activités.



Pour répondre à cet enjeu, la SMIT a mis en place des programmes ciblés de soutien à des **petits projets innovants**, notamment dans la gastronomie marocaine, le gaming et la digitalisation des services touristiques. Bien que modestes en taille (environ un million de dirhams par projet), ces initiatives génèrent une forte valeur ajoutée : robots de service, conciergerie digitalisée, assistants IA dans les hôtels ou encore outils numériques simples améliorant l'expérience client.

Mme Touzani a souligné que ces solutions, souvent développées par des jeunes entreprises marocaines, démontrent qu'une innovation accessible et bien ciblée peut produire des résultats significatifs.



La mise en scène touristique : rendre la destination lisible et attractive

Un troisième axe fondamental concerne la **mise en scène de la destination**, entendue comme l'amélioration de l'attractivité par des actions « soft », non infrastructurelles. Mme Touzani a cité plusieurs projets emblématiques portés en partenariat avec la région :

- Le **bus touristique de Casablanca**, doté d'un budget de 25 millions de dirhams, visant à améliorer la lisibilité et la découverte de la ville ;
- La **mise en tourisme des médinas** (Casablanca, Azemmour), du site des Habous et d'autres espaces patrimoniaux, notamment à travers la signalétique et la scénographie
- La création de **circuits nature** reliant sites naturels et villages touristiques ;
- La valorisation des plages, avec un partenariat visant une vingtaine de sites balnéaires dans la région.

Ces projets traduisent une approche globale, intégrant les dimensions culturelle, balnéaire, naturelle et patrimoniale du territoire.



Les grands projets structurants : loisirs, famille et image internationale

Mme Touzani a également évoqué des projets plus lourds, qualifiés de « hard », jugés indispensables pour changer d'échelle. Elle a notamment plaidé pour la création d'un **grand parc d'attractions à vocation technologique**, inspiré de modèles internationaux comme le Futuroscope. L'ambition est de doter Casablanca d'un équipement distinctif, tourné vers les nouvelles technologies, en cohérence avec son statut de métropole moderne et mondiale.

Ce projet répond à un objectif stratégique : **allonger la durée de séjour** dans une destination aujourd'hui majoritairement orientée vers le tourisme d'affaires, avec une moyenne de séjour limitée à deux nuits. En développant une offre de loisirs familiaux, Casablanca pourrait capter de nouveaux segments de clientèle. Dans la même logique, Mme Touzani a insisté sur la nécessité d'anticiper l'après-Coupe du monde autour du **Grand Stade Hassan II à Benslimane**, en développant un véritable écosystème touristique : **hôtellerie**, services, **commerces** et éventuellement un **grand outlet** à l'échelle internationale.



Une approche différenciée par destination

En conclusion, Mme Touzani a rappelé que l'action de la SMIT repose sur une approche différenciée, adaptée aux besoins spécifiques de chaque destination. Forte d'une vision nationale transversale, la SMIT agit comme un catalyseur d'idées, un facilitateur et un orienteur stratégique, en poussant les projets là où ils sont le plus nécessaires.



Pour Casablanca, la combinaison annoncée d'équipements MICE majeurs, de projets de loisirs structurants et d'actions de mise en scène constitue un socle solide pour enclencher une **croissance touristique durable**, cohérente avec les ambitions de la région et du Royaume.





Mme Fatima Zahra Mokhtari,
*Directrice du Pôle Impulsion Économique
et Offre Territoriale- CRI-CS*

L'intervention de Mme Fatima Zahra Mokhtari a permis de clarifier le rôle central du **Centre Régional d'Investissement (CRI)** dans le développement du tourisme à l'échelle de la région Casablanca-Settat. Elle a rappelé que le CRI agit comme un **acteur transversal de la promotion et de l'accompagnement de l'investissement**, tous secteurs confondus, dont le tourisme, qui occupe aujourd'hui une place stratégique croissante.



Le CRI comme point d'entrée unique des projets touristiques

Mme Mokhtari a souligné que les projets touristiques — hôtellerie, restauration, loisirs — relèvent directement de la **Commission Régionale Unifiée d'Investissement (CRUI)**, instance chargée de l'examen et de l'autorisation des projets d'investissement. Les réformes successives des CRI ont permis d'élargir et de renforcer la composition de cette commission, en y intégrant notamment le **Conseil Régional du Tourisme**, le représentant du ministère du Tourisme ainsi que les professionnels du secteur. Cette configuration favorise une meilleure prise en compte des spécificités du tourisme dans le processus décisionnel et contribue à fluidifier le traitement des dossiers d'investissement.



Un secteur attractif en termes d'investissement et d'emploi

Sur le plan des performances, Mme Mokhtari a indiqué que le **secteur touristique se positionne aujourd'hui comme le deuxième secteur en volume d'investissement dans la région**, juste après l'industrie. Pour l'année 2024, les projets touristiques examinés représentent environ **4 milliards de dirhams d'investissements**, confirmant l'attractivité croissante du secteur. Elle a également insisté sur l'impact du tourisme en matière de **création d'emplois**, le qualifiant de secteur fortement recruteur, ce qui renforce son rôle comme levier de développement économique et social régional.



L'accompagnement des investisseurs : un levier clé

Mme Mokhtari a mis en avant l'une des missions renforcées du CRI : **l'accompagnement des porteurs de projets et des investisseurs**. Cette mission est assurée notamment à travers les dispositifs de **Single Point of Contact (SPOC)**, qui offrent un appui personnalisé en matière :

- d'information,
- d'orientation,
- de communication sur les dispositifs d'appui de l'État,
- et de suivi des autorisations administratives.
- Ce dispositif vise à **réduire les complexités administratives** et à sécuriser les parcours d'investissement, en particulier pour les opérateurs touristiques.





Le cadre incitatif : charte de l'investissement et urbanisme

Mme Mokhtari a rappelé que la **Charte de l'investissement** identifie le tourisme comme un secteur prioritaire, bénéficiant de mesures incitatives spécifiques. Elle a également abordé un point structurant pour l'attractivité de Casablanca : la question de la **hauteur des bâtiments hôteliers**.

Elle a précisé que cette problématique relève du cadre urbanistique (plans d'aménagement, SDAU), mais qu'une évolution majeure a été introduite : pour la première fois, les **dérogations en matière d'urbanisme sont explicitement ouvertes aux secteurs industriel et touristique**. Cette disposition vise à répondre aux besoins des investisseurs, tout en maintenant un encadrement rigoureux.

Les modalités varient selon les zones (Anfa, littoral, etc.), et les décisions favorables de la CRUI sont validées au niveau national, par le Chef du gouvernement, garantissant ainsi un équilibre entre attractivité et cohérence urbaine.



Anticiper les standards internationaux et les grands événements

Mme Mokhtari a souligné que ces évolutions réglementaires s'inscrivent dans la préparation de la région à l'accueil de **manifestations internationales majeures**, notamment celles liées au football. Elle a rappelé que des instances comme la FIFA imposent des exigences strictes aux villes hôtes, en particulier en matière d'**infrastructures d'hébergement**, faisant de l'investissement hôtelier un enjeu stratégique.



La loi 80-14 : un nouveau cadre pour structurer le secteur

Enfin, Mme Mokhtari a évoqué l'entrée en vigueur de la **loi 80-14**, dédiée aux opérateurs touristiques, qui confie désormais à la CRUI le traitement des demandes de classement et de reclassement. Elle a annoncé une réflexion en cours pour organiser des actions de **communication et de sensibilisation** à destination des opérateurs, en partenariat avec la Direction régionale du Tourisme, la Région et le CRT.

L'objectif est de permettre une appropriation fluide de ce nouveau cadre réglementaire, de faciliter les démarches des opérateurs existants et d'ouvrir la voie à de **nouveaux investissements touristiques**.

L'intervention de Mme Fatima Zahra Mokhtari met en évidence le rôle du CRI comme **facilitateur stratégique de l'investissement touristique** à Casablanca-Settat.

À travers l'**accompagnement** des projets, l'adaptation du cadre **réglementaire** et la **coordination** des acteurs, le CRI contribue directement à créer un **environnement favorable** au développement d'une offre touristique **compétitive**, créatrice d'**emplois** et alignée sur les **ambitions internationales** de la région.





M. Karim Baina,
*Président de la Commission Développement,
Aérien et Tourisme Rural*

Un moment historique pour Casablanca en matière de mobilité

M. Karim Baina a ouvert son intervention en soulignant que Casablanca traverse aujourd'hui un **moment historique sans précédent**, notamment en matière de mobilité et de connectivité. Il a rappelé que les projets lancés et inaugurés récemment, sous l'impulsion de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, traduisent une vision claire et ambitieuse à l'horizon 2030.

Plus de **40 milliards de dirhams d'investissements** sont programmés d'ici cette échéance sur la seule région du Grand Casablanca, avec pour objectif de faire de la métropole une **plateforme multimodale intégrée**, articulant pour la première fois de manière cohérente le port, le rail, l'aérien et la mobilité urbaine.



La mer : repositionner Casablanca sur les circuits touristiques internationaux

Sur le volet maritime, M. Baina a mis en avant le **nouveau terminal de croisières**, représentant un investissement de **320 millions de dirhams**. Ce projet marque une rupture majeure dans la relation entre Casablanca et son littoral. Longtemps tournée vers une activité portuaire essentiellement marchande, la ville s'ouvre désormais à une véritable **activité touristique maritime**.

Le terminal permettra d'accueillir à terme **plus de 450 000 croisiéristes par an**, repositionnant Casablanca sur les circuits méditerranéens et atlantiques. Il a souligné que la force de l'industrie de la croisière réside dans sa capacité à injecter, à des moments précis, des flux touristiques importants, générateurs de retombées économiques directes pour la ville.



Le rail : un pilier structurant de la mobilité régionale

Sur le plan ferroviaire, M. Baina a rappelé l'ampleur du **programme ferroviaire régional**, doté d'un budget de **20 milliards de dirhams**, incluant la modernisation des infrastructures et l'acquisition de **48 rames de TGV**. La région Casablanca-Settat disposera à elle seule de **quatre gares TGV stratégiques** (Ben Slimane, Casa Voyageurs, Casablanca Grand-Sud et l'aéroport Mohammed V), renforçant ainsi son rôle de hub national et régional. Il a également souligné l'importance de la future liaison **Airport Express**, assurant une connexion toutes les 15 minutes entre l'aéroport et Casablanca en 15 à 20 minutes.



L'aérien et la mobilité urbaine : vers un hub continental

Concernant le transport aérien, M. Baina a évoqué le futur **terminal de l'aéroport Mohammed V**, avec un investissement de **15 milliards de dirhams**, qui portera la capacité de l'aéroport à **35 millions de passagers par an**. Cette évolution confirme la vocation de Casablanca comme **hub aérien africain majeur**, avec l'ambition de devenir le premier hub du continent.

Il a également rappelé les investissements en cours dans les **rocares, les connexions routières et la mobilité urbaine**, destinés à améliorer la fluidité des déplacements et la qualité de vie des habitants, tout en renforçant l'attractivité touristique.



Mr Baina n'a pas manqué de rappeler que la région du Grand Casablanca constitue aujourd'hui une exception nationale, en ne disposant **ni d'une compagnie low-cost ni d'un aéroport clairement positionné sur ce segment**. Il a rappelé que la croissance du trafic aérien mondial est désormais principalement portée par les compagnies low-cost, condition indispensable pour atteindre une croissance touristique à deux chiffres. Selon lui, l'aéroport de Ben Slimane pourrait répondre à ce besoin, tout comme une ouverture accrue de l'aéroport Mohammed V à ce modèle.



Le Grand Stade Hassan II : un catalyseur événementiel

Au cœur de cette vision, M. Baina a mis en avant le **Grand Stade Hassan II** de Ben Slimane, d'une capacité de **110 000 places**. Il a insisté sur la nécessité de penser cet équipement non seulement comme une infrastructure sportive, mais comme un **outil polyvalent**, capable d'accueillir des événements culturels, sociaux et événementiels de dimension internationale, contribuant ainsi au rayonnement touristique de la région.



Passer du « hard » à la connectivité intelligente

M. Baina a ensuite insisté sur l'enjeu central de la transformation de cette connectivité physique en une **connectivité intelligente**. Selon lui, l'investissement massif dans les infrastructures (« hard ») doit impérativement s'accompagner d'une intelligence organisationnelle et technologique permettant à l'air, la mer, le rail et la route de fonctionner de manière harmonieuse. Cette **mobilité intégrée** doit être au service non seulement du tourisme et des affaires, mais également du **bien-être urbain des habitants**.



Gouvernance, technologie et ressources humaines : les conditions de réussite

Pour réussir cette transformation, M. Baina a formulé plusieurs propositions structurantes :

- **Institutionnelles** : création d'une **autorité métropolitaine de la mobilité intégrée**, mise en place d'une gouvernance intermodale associant ONDA, ONCF, Agence nationale des ports, Casa Transport et acteurs privés, et intégration de la mobilité touristique dans les politiques urbaines.
- **Technologiques** : déploiement d'une **plateforme numérique unifiée de mobilité**, permettant une billetterie intégrée, la synchronisation des horaires et la gestion des flux en temps réel, à l'image des modèles suisses de mobilité intégrée.
- **Capital humain** : anticipation des **nouveaux métiers de la mobilité** (*ingénieurs de la donnée, planificateurs de mobilité, ingénieurs multimodaux*), avec un effort de formation à engager dès maintenant afin d'être prêts à l'horizon 2028-2030.



Le Low cost comme levier de croissance touristique

M. Karim Baina a souligné que la région du Grand Casablanca constitue aujourd'hui une exception nationale, en ne disposant ni d'une compagnie low-cost ni d'un aéroport clairement positionné sur ce segment. Il a rappelé que la croissance du trafic aérien est désormais principalement portée par les compagnies low-cost, condition indispensable pour atteindre une croissance touristique à deux chiffres. Selon lui, l'aéroport de Ben Slimane pourrait répondre à ce besoin, tout comme une ouverture accrue de l'aéroport Mohammed V à ce modèle. Message central : sans une stratégie low-cost claire, la croissance touristique de Casablanca restera limitée

L'intervention de M. Karim Baina met en évidence que le développement touristique de Casablanca-Settat repose désormais sur la capacité à transformer des investissements massifs en infrastructures en une **mobilité intégrée, intelligente et centrée sur l'expérience**. La **connectivité** devient ainsi un levier stratégique majeur d'attractivité touristique, économique et urbaine sans oublier que sans une stratégie **low-cost claire**, la croissance touristique de Casablanca restera limitée..





M. Majid El Ghaib, (du public)

Conservateur de la mosquée Hassan II de Casablanca

La Mosquée Hassan II comme marqueur identitaire et symbolique de Casablanca

M. Majid El Ghaib a livré une intervention à forte portée **symbolique, culturelle et territoriale**, en rappelant que la **Mosquée Hassan II constitue le principal marqueur identitaire et touristique de Casablanca**. Au-delà de sa visibilité architecturale, il a souligné son **impact émotionnel et culturel** profond sur les visiteurs, nationaux comme internationaux. La découverte de la mosquée agit comme un révélateur du **Maroc spirituel et culturel**, contribuant à repositionner Casablanca autour d'une image de « **juste milieu** », ouverte, apaisée et universelle.



Un complexe multifonctionnel largement sous-exploité

Il a insisté sur le fait que la Mosquée Hassan II ne doit pas être réduite à un lieu de culte, mais appréhendée comme un **complexe multifonctionnel encore insuffisamment valorisé**. Celui-ci comprend notamment une **médiathèque**, une **académie des arts traditionnels**, ainsi qu'un **grand hammam de type thalassothérapie**, relevant d'une approche authentique du **wellness ancestral et spirituel**. Accessible à des tarifs volontairement inclusifs (de 50 à 500 dirhams), ce hammam incarne la vision de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, d'un équipement ouvert à tous, conciliant spiritualité, bien-être et citoyenneté.



Appropriation citoyenne et vocation inclusive du site

M. El Ghaib a rappelé que la Mosquée a été pensée dès l'origine et selon les vœux de son édificateur feu Sa Majesté Hassan II, comme un **symbole de Casablanca**, mais aussi comme un **lieu de rencontre entre générations, catégories sociales et cultures**, destiné autant aux Casablancais qu'aux visiteurs. Il a toutefois constaté que la majorité des habitants de la ville ne connaît pas réellement l'ensemble des espaces et des services offerts par le complexe, révélant un déficit d'appropriation citoyenne et de valorisation touristique encore incomplète. Pour lui, le renforcement du lien entre les Casablancais et la mosquée constitue **un enjeu central, préalable à toute stratégie touristique durable**.



Ouverture urbaine, continuité littorale et inclusion

Il a également abordé la question sensible de la **fermeture de l'esplanade en dehors des temps de prière**, soulignant que cette fermeture ne concerne pas uniquement le monument, mais interrompt la continuité naturelle entre la mosquée, la corniche et le littoral. Selon lui, l'enjeu consiste à dépasser une lecture exclusivement sécuritaire pour repenser cet espace comme un **lieu d'inclusion, de respiration urbaine et de lien** entre la ville et la mer, dans le respect des impératifs de sécurité et de conservation.





Conservation patrimoniale et mise en vie maîtrisée du monument

M. El Ghaib a rappelé que sa mission première reste la **conservation d'un monument d'exception**, exposé à des contraintes environnementales fortes liées à sa situation en bord de mer. Toutefois il a souligné que cette exigence patrimoniale peut et doit être conciliée avec une **mise en vie maîtrisée** du site, permettant d'en faire un espace vivant, utile et accessible, au **service à la fois des habitants et du tourisme**.



Intelligence collective et impact mesurable des actions conjointes

M. El Ghaib a également affirmé la **disponibilité totale de la direction de la Mosquée Hassan II** à coordonner ses efforts avec les opérateurs touristiques, les institutions publiques et les acteurs territoriaux, afin de contribuer activement au développement du tourisme régional. Il a rappelé que M. El Ghaib a mis en évidence l'impact concret de la **coordination entre acteurs touristiques et institutionnels**. Il a indiqué que, sur la même période marquée par les actions de promotion menées conjointement avec le CRT (*accueil de journalistes et d'opérateurs internationaux, notamment italiens*), la fréquentation de la Mosquée Hassan II est déjà un **passage incontournable des circuits touristiques de Casablanca**, mais que son potentiel reste largement **sous-exploité**. a enregistré une **hausse de 70 %**. Cette performance confirme, selon lui, que l'**intelligence collective** constitue un levier majeur de développement touristique



Exploitation du potentiel des croisières et structuration de la communication

M. El Ghaib a aussi souligné le rôle stratégique du **tourisme de croisière**, qualifié de **véritable opportunité** pour la mosquée, qui bénéficie directement de l'afflux de croisiéristes. Cette dynamique renforce la position de la Mosquée Hassan II comme passage incontournable des circuits touristiques et comme vecteur de **rayonnement** culturel et spirituel de Casablanca.

Il a, en outre, affirmé la **disponibilité totale de la direction de la Mosquée Hassan II** à coordonner ses efforts avec les opérateurs touristiques, les institutions publiques et les acteurs territoriaux, afin de contribuer activement au développement du tourisme régional.

Il a enfin insisté sur un point clé : la nécessité de **renforcer la communication** autour de la Mosquée Hassan II, de manière plus structurée, plus moderne et plus efficace, afin de mettre en valeur l'ensemble de ses **atouts culturels, spirituels et touristiques** auprès des publics nationaux et internationaux.

La Mosquée Hassan II est un levier stratégique majeur d'**attractivité touristique, culturelle et citoyenne** pour Casablanca. Sa pleine intégration dans la dynamique touristique régionale passe par une meilleure valorisation de ses espaces, une ouverture maîtrisée et une appropriation renforcée par les Casablancais eux-mêmes.





M. Benmoussa, (du public)

Président du Moroccan Travel Management (MTM)



M. Benmoussa a souligné le **potentiel stratégique de Casablanca comme destination MICE**, en rappelant que la région dispose d'un nombre important de sites à vocation touristique et événementielle, encore insuffisamment structurés dans une logique intégrée. Si Casablanca est historiquement une destination d'affaires, le segment **Incentive** demeure peu exploité, alors même qu'il pourrait être développé à partir des sites identifiés par le CRT.

Il a proposé la création d'une **task force associant professionnels et étudiants**, notamment ceux de l'ISIT, afin de structurer l'offre MICE régionale et de préparer la relève des futurs managers et opérateurs du tourisme. Cette approche permettrait d'inscrire le développement touristique dans une dynamique de compétences, d'innovation et de transmission.

M. Benmoussa a également insisté sur la nécessité de **définir et d'incarner l'hospitalité marocaine** comme un véritable produit d'accueil, en lien avec l'élan de soft power hérité de la Coupe du monde. Selon lui, cet engouement doit être entretenu et amplifié à l'approche de la CAN 2025 et de la Coupe du monde 2030.

Il a rappelé le rôle structurant du **Palais des Congrès** comme locomotive du développement MICE, générant à la fois de la valeur économique, de l'emploi et de l'image pour la métropole. Enfin, il a mis en avant le rôle des **Destination Management Companies (DMC)** comme ambassadeurs de la destination, capables d'attirer congrès, incentives et événements internationaux.

Casablanca dispose des atouts pour devenir une destination MICE de référence, à condition de structurer son offre, d'investir dans les équipements clés et de mobiliser les compétences humaines et professionnelles.

M. Hamid Bentahar (du public),

Président de la Confédération Nationale du Tourisme-CNT



M. Hamid Bentahar a centré son intervention sur les choix structurels qui conditionnent la compétitivité future du tourisme à Casablanca et au Maroc. Il a affirmé que l'enjeu majeur réside aujourd'hui dans la capacité du pays à se positionner face à des destinations internationales capables de développer des projets touristiques de grande envergure.



La hauteur des hôtels comme levier de compétitivité

Selon lui, les limitations actuelles en matière de hauteur des hôtels freinent la capacité du Maroc à atteindre une **taille critique** sur le plan hôtelier. Face à des destinations concurrentes qui développent des établissements de plusieurs centaines de chambres, les projets marocains restent de dimension réduite, limitant leur attractivité pour les grandes marques et les profils de haut niveau (*directeurs généraux, chefs de cuisine, experts internationaux*).

Une libération maîtrisée des hauteurs permettrait, selon lui, d'améliorer la qualité architecturale, de créer des projets emblématiques et de renforcer l'image internationale de Casablanca.



Compléter les équipements structurants

Il a salué l'annonce du Palais des Congrès et plaidé pour la création d'une **arène multifonctionnelle**, capable d'animer la ville en dehors des jours ouvrables et de renforcer l'attractivité touristique et événementielle de la métropole.



L'accessibilité aérienne comme levier immédiat

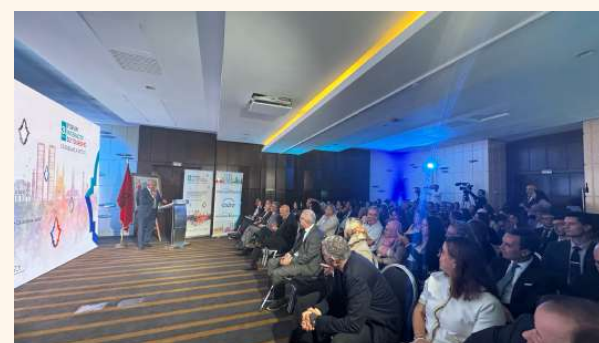
Enfin, M. Bentahar a mis en avant l'importance de l'**ouverture de l'aéroport de Casablanca aux compagnies low-cost**, qu'il considère comme un levier rapide et peu coûteux pour améliorer l'accessibilité de la destination, accroître les flux touristiques et renforcer la rentabilité du secteur.



Urbanisme et attractivité des investissements

M. Bentahar a appelé les agences urbaines à faire davantage confiance à l'investissement touristique, soulignant que l'hôtellerie s'inscrit dans une logique de long terme.

La compétitivité touristique de Casablanca dépend de décisions réglementaires et stratégiques structurantes, capables de libérer l'investissement, retenir les talents et améliorer l'accessibilité internationale.





PANEL 2

UNE MOBILISATION DE TOUS LES ACTEURS TERRITORIAUX

Ce deuxième panel a permis de mettre en lumière les conditions opérationnelles et institutionnelles nécessaires à la transformation durable de Casablanca-Settat en destination touristique compétitive.

Les échanges ont souligné l'importance d'une gouvernance coordonnée, d'outils de promotion performants et d'une mobilisation élargie des acteurs publics, privés, culturels et académiques.

À travers des retours d'expérience concrets et des propositions structurantes, les intervenants ont montré que la réussite du tourisme régional repose autant sur la qualité de l'organisation, de la logistique et du récit territorial que sur les infrastructures. Ce panel a ainsi posé les bases d'une mise en œuvre collective, orientée résultats et ancrée dans les réalités du terrain





Mme Fatima Bouabd,

Directrice Régionale du Tourisme – Casablanca-Settat (Ministère du tourisme)

Mme Fatima Bouabd a livré une intervention structurante, centrée sur la **gouvernance du tourisme**, la **complémentarité institutionnelle** et la **préparation opérationnelle de la région Casablanca-Settat à l'horizon 2030**. Elle a rappelé que l'action du ministère du Tourisme s'inscrit dans une logique de **coordination étroite entre acteurs nationaux, régionaux et locaux**, afin d'accompagner efficacement la transformation en cours.



Une gouvernance fondée sur la complémentarité des acteurs

Mme Bouabd a souligné la répartition claire des rôles au sein de l'écosystème touristique :

- La SMIT, en charge de la stimulation et de l'ingénierie de l'investissement,
- L'ONMT (Office National Marocain du Tourisme), responsable de la promotion de la destination,
- Les services déconcentrés du ministère, aux niveaux régional et provincial, chargés de l'accompagnement des investisseurs et de la qualité de l'offre produite sur le territoire.

Cette complémentarité vise à fluidifier le parcours de l'investissement et à garantir la cohérence entre développement de l'offre et exigences de qualité.



Digitalisation et amélioration des processus

Elle a mis en avant le travail engagé en matière de **digitalisation**, notamment pour les agences de voyages, à travers des plateformes numériques destinées à réduire les délais de traitement et à rapprocher l'administration du marché. Dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration, cette dynamique est renforcée par la collaboration avec le CRI, permettant une accélération et une simplification des procédures administratives.



Développement de l'offre et montée en capacité

Mme Bouabd a rappelé que la région Casablanca-Settat dispose aujourd'hui d'environ **34 000 lits**, avec un objectif de **5 000 lits supplémentaires d'ici 2030**, portant la capacité à près de 40 000 lits. Cette montée en capacité accompagne une dynamique de croissance à deux chiffres, susceptible d'attirer de nouveaux investisseurs vers le secteur touristique, désormais perçu comme porteur et durable.



Réforme du classement hôtelier et amélioration de la qualité

Un axe central de son intervention a porté sur la **refonte du système de classement des établissements d'hébergement touristique**. Cette réforme vise à dépasser une approche strictement dimensionnelle pour intégrer davantage de critères qualitatifs : confort, services, animation et expérience client. Elle a également annoncé l'introduction de **visites mystères**, réalisées par des clients incognito, afin d'évaluer de manière plus fine la qualité réelle de l'offre, en complément des commissions administratives classiques.



Changer l'image de Casablanca et prolonger les séjours

Mme Bouabd a souligné que Casablanca commence à récolter les fruits des investissements réalisés, notamment avec une **fréquentation hôtelière estivale en nette progression**, contrastant avec l'image passée d'une ville désertée en été. Elle a insisté sur la nécessité de **moderniser l'image de la ville**, d'encourager les Casablancais à se réapproprier leur territoire et de dépasser la durée moyenne actuelle de séjour, encore limitée à deux jours.



CAN 2025 et Coupe du monde 2030 : des leviers, pas des finalités

Enfin, Mme Bouabd a insisté sur le fait que les grands événements à venir doivent être considérés comme des **opportunités de promotion durable**, et non comme des objectifs en soi. Elle a appelé à transformer les rues, places, fan zones et espaces publics en **vitrines** de l'hospitalité marocaine, capables de **séduire** les visiteurs, mais aussi de **convaincre** les investisseurs.

L'intervention de Mme Fatima Bouabd met en lumière une gouvernance touristique fondée sur la coordination, la qualité et la co-construction, avec pour ambition de faire de Casablanca-Settat une destination attractive, performante et durable à l'échelle internationale.





Mme Bouchra Taibi,

Directrice Générale Déléguée,

Conseil Régional du tourisme, Casablanca-Settat (CRT-CS)



Mme Bouchra Taibi a présenté une intervention très opérationnelle, centrée sur le **plan d'action du CRT Casablanca-Settat**, dont le Forum Interactif du Tourisme constitue l'un des instruments structurants.

Elle a rappelé que le rôle fondamental du CRT est de **mobiliser l'ensemble des parties prenantes du territoire**, autorités, élus, professionnels, autour d'une vision partagée du développement touristique régional



Le rôle du CRT : veille stratégique, mise en tourisme et promotion

Mme Taibi a souligné que les missions du CRT s'articulent autour de trois piliers :

- La veille stratégique,
- La mise en tourisme des points d'intérêt
- La promotion de la destination, aussi bien sur les marchés nationaux qu'internationaux, en B2C comme en B2B.

Cette approche vise à structurer une offre lisible, attractive et commercialisable.



Construction d'outils de promotion et de contenus

Au cours des trois dernières années, un travail de fond a été mené pour doter la région d'**outils modernes de promotion** : production de vidéos, brochures et flyers thématiques, contenus photo et digitaux, diffusion via un site web dédié et les réseaux sociaux. Cette base de contenus constitue aujourd'hui un socle essentiel pour la communication touristique de la région.



Campagnes de promotion ciblées et orientées business

Mme Taibi a mis en avant les campagnes de promotion menées à l'échelle nationale et internationale, avec une montée en puissance du **B2B**, notamment à travers des campagnes presse spécialisées. Pour la période 2025–2026, le CRT entre dans une nouvelle phase, axée non plus seulement sur la notoriété, mais sur la **mise en avant d'offres concrètes proposées par les professionnels**.

Parmi les campagnes structurantes annoncées :

- La campagne « Live it Big African 25 Casablanca », positionnant Casablanca comme le cœur de la CAN et base de séjour permettant de rayonner vers les autres villes hôtes ;
- La campagne « Casablanca Yes Weekend », visant à renforcer l'attractivité touristique le week-end, en complément du tourisme d'affaires.



Valorisation du monde rural et inclusion territoriale

Un axe fort de l'action du CRT concerne le **tourisme rural**. Mme Taibi a rappelé le recensement de **207 points d'intérêt touristique** en milieu rural, dont 45 % dans la province de Ben Slimane. Ces micro-entreprises ont été accompagnées par la création de sites web, d'une présence digitale et de canaux de contact directs, favorisant leur intégration dans l'offre touristique régionale.



Événementiel, MICE et « Éduteurs »

Le CRT s'appuie également sur une stratégie événementielle ambitieuse : Forum Interactif du Tourisme, Forum Africain du Tourisme, MICE Meeting Casablanca (2^e édition), ainsi que de nombreux **Éduteurs** destinés aux marchés émetteurs (Europe et Moyen-Orient). Ces actions visent à générer du business direct et à renforcer le positionnement de Casablanca-Settat sur le segment MICE (*Meetings/Incentives/Conferences/Exhibitions*).



Un écosystème digital centralisé :

VisitCasablanca

Mme Taibi a insisté sur le rôle du site **visitcasablanca.ma**, conçu comme le **point focal de l'information touristique régionale**. Le site regroupe des espaces B2C et B2B, une rubrique dédiée aux événements professionnels, une section « Nature et découverte » intégrant les 207 points d'intérêt ruraux, ainsi qu'un espace professionnel mettant à disposition contenus et outils de promotion.



Premiers résultats mesurables

Enfin, elle a souligné les premiers résultats tangibles de cette stratégie, citant un **taux d'occupation hôtelier de 79 %** en avril 2025, soit **+17 points** par rapport à la moyenne de la période, illustrant l'impact concret des actions de promotion menées en partenariat avec l'ONMT, la Région et la Ville de Casablanca.

L'intervention de Mme Bouchra Taibi met en évidence un plan d'action structuré, orienté résultats et co-construit, visant à positionner Casablanca-Settat comme une destination attractive, commercialisable et compétitive, en s'appuyant sur la promotion, l'événementiel, le digital et l'inclusion territoriale.





Mr Jalil Madih,

Président de la Commission Croisière et Tourisme Balnéaire



M. Jalil Madih a livré un témoignage à la fois émotionnel et très opérationnel sur l'ouverture du nouveau terminal de croisière de Casablanca, qu'il présente comme l'aboutissement de 35 ans de plaidoyer et un tournant stratégique pour la ville.

Il a souligné que les premières escales post-inauguration ont démontré la capacité du territoire à réussir un accueil de grande ampleur, grâce à une mobilisation collective (ANP, autorités, douanes, police, CRT, délégation tourisme...).



Premières escales : démonstration de capacité et retombées immédiates

Il a rappelé qu'un des premiers grands tests a été l'escale d'un paquebot accueillant environ **4 000 passagers** et **2 200 membres d'équipage**, soit plus de **6 000 personnes** au total, une première à Casablanca à cette échelle. L'expérience s'est déroulée avec succès à l'intérieur du terminal, confirmant l'utilité de l'équipement pour repositionner Casablanca sur les circuits de croisière.



Comportements des croisiéristes : Casablanca comme porte d'entrée vers le Maroc

Sur les activités, M. Madih a expliqué que la **Mosquée Hassan II** constitue l'attraction majeure, avec près de **1 000 visiteurs** sur une seule escale. Il a aussi décrit une logique d'excursions vers d'autres villes (*Rabat, Marrakech, Fès*), tandis qu'une **partie des visiteurs reste à Casablanca** sur la journée. Il a cité l'arrivée imminente d'un paquebot de luxe ("*Silver Ray*"), illustrant le potentiel du segment haut de gamme (*logistique premium, véhicules de luxe, autocars, circuits courts*).



Perspectives 2026–2027 : montée en puissance rapide

Fort des échanges avec les armateurs lors de salons internationaux (*Hambourg/Seatrade Europe*), il a annoncé des projections ambitieuses : environ **250 escales à Casablanca** entre 2026 et 2027, soit près de **500 000 passagers**.

À l'échelle nationale, avec Tanger (et plus largement les ports marocains), le Maroc pourrait dépasser **un million de passagers**. Il a insisté sur le fait que la croisière est une **industrie mondiale en forte croissance**, tirée par des taux d'augmentation à **deux chiffres**, et **non un « marché de niche »**.



L'enjeu critique : la chaîne logistique hors terminal

M. Madih a alerté sur un point structurant : **le terminal ne suffit pas**, car la croisière fonctionne en **chaîne de valeur** (*guides, autocars, taxis, signalétique, gestion des flux, espaces d'attente et de transfert*). Il a illustré ce risque par un incident lié à la gestion des taxis et des bus à la sortie du port, montrant que l'expérience peut se dégrader rapidement à l'extérieur du terminal si l'organisation urbaine n'est pas stabilisée. Heureusement, une solution temporaire a été trouvée (*zone de dépose*), mais il a plaidé pour une **feuille de route durable**.



Ambition structurante : faire de Casablanca un port "tête de ligne"

Au-delà des escales, M. Madih a partagé une ambition stratégique : transformer Casablanca en **port tête de ligne (Homeport)**, où les passagers arrivent par avion, séjournent au Maroc avant/après la croisière, puis embarquent/débarquent à Casablanca. Cette approche permettrait **d'allonger** les séjours, de **remplir les hôtels** et de mieux **capter la valeur touristique**. Une première expérience pilote a été évoquée (*groupe ayant prolongé le séjour via Marrakech*), confirmant la faisabilité.

Le terminal de croisière ouvre une opportunité majeure pour Casablanca : attirer des flux massifs de visiteurs, générer des retombées multisectorielles et créer des "ambassadeurs" du Maroc. Mais le succès dépend désormais d'une montée en puissance logistique, urbaine et organisationnelle hors terminal, ainsi que d'une ambition de long terme vers un modèle « Homeport ».





Mr Karim Rouissi,
Président de l'Association Casamémoire



M. Karim Rouissi a proposé une lecture profondément **culturelle, patrimoniale et citoyenne** du développement touristique de Casablanca, en rappelant que **la ville ne se construit pas d'abord pour les touristes, mais pour ses habitants.**

Selon lui, c'est précisément lorsque la ville fonctionne pour les Casablancais qu'elle devient attractive pour les visiteurs, lesquels cherchent avant tout une **expérience humaine et locale authentique.**



La ville pour ses habitants avant d'être une destination touristique

Il a insisté sur un principe fondamental : le tourisme ne doit pas être pensé comme un décor artificiel, mais comme le **prolongement naturel d'une ville vivante**. Mobilité, culture, qualité de vie, espaces publics et offres de loisirs doivent d'abord répondre aux besoins des habitants. Les visiteurs viennent ensuite rencontrer cette réalité urbaine et humaine.



Casablanca et la question du patrimoine "dissonant"

M. Rouissi a mis en lumière la spécificité du patrimoine casablancais, souvent qualifié par les chercheurs de « **patrimoine dissonant** » : un héritage architectural du XX^e siècle, lié à la période coloniale, longtemps marginalisé dans le récit national. Ce patrimoine, bien que parfois controversé, constitue aujourd'hui un **levier majeur de différenciation touristique**, à condition d'être compris, assumé et correctement raconté.

Il a souligné que cette lecture reste encore insuffisamment intégrée dans l'offre touristique structurée, notamment chez les guides professionnels, alors même que la demande pour ce type de découverte est en forte progression.



Émergence d'un tourisme urbain culturel et "connaisseur"

Il a observé l'évolution des profils de visiteurs à Casablanca : de plus en plus de touristes ne se limitent plus à la médina ou à la Mosquée Hassan II, mais recherchent des quartiers, des ambiances et des modes de vie. L'exemple du quartier **Mers Sultan**, classé parmi les quartiers les plus "**cool**" par une revue britannique après la visite d'un journaliste accompagné par Casamémoire, illustre ce potentiel encore sous-exploité.



Le patrimoine comme levier de développement urbain

M. Rouissi a plaidé pour une **stratégie globale de réhabilitation du patrimoine**, plutôt que des interventions isolées. Il a évoqué notamment :

- Les nombreuses salles de cinéma fermées du centre-ville, qui pourraient être intégrées dans un projet culturel ou événementiel structurant ;
- Des sites emblématiques comme les anciens abattoirs, l'aérogare de Tit Mellil, le bâtiment Zévaco ou d'autres bâtiments dégradés, susceptibles d'être réinventés en équipements culturels, touristiques ou événementiels.
- Il a insisté sur la notion de "réparer la ville" (Great repair), c'est-à-dire valoriser l'existant plutôt que de chercher uniquement à construire du neuf.



Tourisme de croisière : opportunité à encadrer

Tout en saluant l'arrivée du terminal de croisière, il a appelé à la vigilance face aux risques du **tourisme de masse non maîtrisé**. Selon lui, l'enjeu n'est pas seulement d'accueillir des flux, mais de proposer une **stratégie d'accueil, de mobilité et d'offres adaptées**, afin d'éviter des situations contre-productives (*saturation de la médina, congestion, mauvaise expérience visiteur*).



La générosité casablancaise et l'expérience humaine

À travers l'exemple des **Journées du Patrimoine**, organisées depuis plus de quinze ans par Casamémoire, il a illustré la force de la **générosité citoyenne** : *guides bénévoles de tous âges, implication locale, rencontres entre habitants et visiteurs, diversité culturelle*.

Cette dynamique prouve que Casablanca dispose d'un **capital humain exceptionnel**, mais encore **insuffisamment structuré** dans une offre touristique professionnelle.



Des "quick wins" simples et peu coûteux

Enfin, M. Rouissi a insisté sur l'importance de solutions simples et rapides pour améliorer l'expérience touristique :

- Généralisation de plans de la ville dans les hôtels ;
- Mise en valeur des parcours urbains et du patrimoine ;
- Éclairage, signalétique, information accessible ;
- Coordination entre hôteliers, restaurateurs, acteurs culturels et institutions.



Casablanca possède un patrimoine, une énergie citoyenne et une identité urbaine **uniques**. Le véritable enjeu touristique n'est pas de créer une ville artificielle pour visiteurs, mais de **réconcilier les Casablancais avec leur ville**, de **réparer** et **valoriser** l'existant, et de transformer cette authenticité en une **expérience touristique** durable, humaine et différenciante.





Mr Mehdi Laraki,

Membre du bureau de la Fédération des Industries Culturelles et Créative-ICC à la CGEM (Confédération Générale des Entreprises du Maroc)



M. Mehdi Laraki a livré une intervention centrée sur le rôle stratégique des **industries culturelles et créatives** comme levier direct et complémentaire du développement touristique de Casablanca.

Il a insisté sur le fait que, dans un contexte où les investissements « **Hard** » sont engagés, le **véritable facteur différenciant** réside désormais dans le « **Soft** » : **l'âme, l'énergie et l'expérience vécue de la ville.**



Les industries culturelles et créatives comme pilier du tourisme

Il a rappelé que les ICC constituent aujourd'hui l'un des premiers employeurs au monde et qu'elles sont naturellement connectées au tourisme. Cinéma, arts de la scène, festivals, livre, gaming ou création numérique participent directement à l'attractivité d'une destination, en donnant envie de la découvrir, de la vivre et d'y revenir.



Raconter l'histoire et l'ADN de Casablanca

M. Laraki a souligné l'importance de « **raconter Casablanca** », son histoire et son identité. Selon lui, une ville attractive est une ville qui se raconte. Il a plaidé pour une meilleure valorisation du patrimoine bâti à travers :

- des plaques explicatives sur les bâtiments (architectes, usages, histoires vécues) ;
- des QR codes et outils digitaux permettant d'accéder à des contenus culturels ;
- des plateformes numériques relayant cette mémoire urbaine.

Cette narration est essentielle pour transformer une simple visite en **expérience culturelle et émotionnelle**.



L'espace public comme scène culturelle

Il a insisté sur la nécessité de repenser les **places publiques** comme des lieux de vie, de création et de rencontre. Une ville doit être ombragée le jour et éclairée la nuit. À ce titre, il a évoqué :

- l'aménagement végétal (arbres ombragés plutôt que palmiers décoratifs) ;
- la mise en lumière nocturne ;
- l'animation artistique et culturelle continue.



La jeunesse comme capital stratégique

M. Laraki a rappelé que la **jeunesse est la première richesse du pays**, appelant à lui redonner une légitimité dans l'espace public. Il a plaidé pour la formation et l'intégration des jeunes dans les métiers culturels et créatifs : arts de la scène, scénographie, calligraphie, animation culturelle. Ces métiers permettent à la fois de créer de l'emploi et d'animer la ville.



Animation urbaine et culture populaire

Il a mis en avant l'importance de **valoriser la culture populaire casablancaise** dans l'espace public : vendeurs traditionnels, spectacles de rue, performances artistiques. Selon lui, ces éléments contribuent fortement à l'authenticité recherchée par les visiteurs et renforcent le sentiment de sécurité et de convivialité lorsqu'ils sont bien organisés et éclairés.



Fan zones et lieux de rassemblement permanents

M. Laraki a plaidé pour la création de **fan zones culturelles permanentes**, et non uniquement temporaires lors des événements sportifs. Casablanca a besoin de lieux où habitants et visiteurs peuvent se retrouver régulièrement, notamment le soir et le week-end, dans un cadre sécurisé, animé et culturellement riche.



Contribution active des ICC à la stratégie touristique

Enfin, il a réaffirmé la disponibilité de la Fédération des ICC à travailler avec le CRT, l'ONMT et les institutions publiques pour co-construire ces projets.



Fort de son expérience dans l'organisation d'événements culturels majeurs (festivals, spectacles internationaux), il a souligné que les acteurs culturels sont des **partenaires opérationnels naturels du tourisme**, capables de transformer les infrastructures existantes en véritables **lieux de vie**.



Mme Meryem Zaghli,
Professeur de Marketing Digital à l'ISIT
(Institut Supérieur International du Tourisme) de Tanger



L'intervention de Mme Meryem Zaghli a apporté un regard académique et stratégique sur les enjeux de marketing, de narration et de communication de la destination Casablanca-Settat.

Elle a insisté sur la nécessité de mieux articuler imaginaire, marque territoriale et outils digitaux pour transformer le potentiel touristique en attractivité réelle et durable.



Construire un imaginaire cohérent autour de la destination

Mme Zaghli a souligné que Casablanca possède **plusieurs personnalités touristiques** (business, loisirs, balnéaire, shopping, culture), ce qui constitue une richesse, mais aussi un risque de dispersion. L'enjeu central n'est pas de choisir une seule identité, mais de **structurer une marque cohérente**, capable d'englober cette diversité sans confusion.

Elle a insisté sur la notion de **"Brand consistency" (Consistance de la marque)**, essentielle pour assurer une lisibilité claire de la destination, aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale.



Assurer la cohérence entre marques et sous-marques

Selon elle, la **marque Casablanca** doit s'inscrire dans une continuité avec la marque **Maroc**, tout en articulant clairement ses sous-marques (*luxury, city break, culture, nature, shopping*, etc.).

Cette cohérence permet de mieux cibler les publics sans fragmenter le discours global.



Renforcer la régularité et la qualité de la communication

Mme Zaghli a mis en évidence un déficit majeur de **régularité de l'information**. Elle a illustré ce point par l'exemple de la Mosquée Hassan II, dont de nombreux services (*hammam, médiathèque, bibliothèque*) restent méconnus, y compris par des publics avertis.

Pour elle, l'enjeu n'est pas seulement de produire du contenu, mais de garantir une **communication continue, claire et accessible**, permettant aux visiteurs de découvrir l'ensemble des expériences disponibles.

Produire un contenu à forte valeur émotionnelle

Elle a insisté sur l'importance de **contenus forts**, capables de susciter le **désir** et l'**envie de vivre la destination**. Le contenu ne doit pas être esthétique uniquement, mais porteur de **sens** et **d'émotion**, en répondant à une question centrale : **qu'est-ce que Casablanca peut m'offrir comme expérience unique ?**

Accompagner le visiteur tout au long de son parcours

Me Zaghli a souligné le manque d'information aux points d'entrée, notamment à l'aéroport Mohammed V, qu'elle considère comme une **occasion manquée majeure**. Elle a plaidé pour une information touristique visible dès l'arrivée : espaces d'accueil, supports digitaux, signalétique et storytelling, afin d'inciter les visiteurs à prolonger leur séjour et diversifier leurs expériences.

Encadrer et valoriser l'hospitalité par le "nudging"

Enfin, elle a introduit le concept de **Nudging ou Nudge marketing**, consistant à orienter subtilement les comportements vers des pratiques positives. Elle a proposé d'utiliser ces techniques pour :

- Accompagner les habitants dans l'accueil des visiteurs ;
- Sensibiliser les touristes aux codes culturels locaux ;
- Préparer progressivement la société marocaine aux grands flux liés à la CAN 2025 et à la Coupe du Monde 2030.

Pour elle, l'hospitalité doit être pensée comme un **processus réciproque**, impliquant à la fois les visiteurs et les habitants.





Mlle Ghita Bahbouhi,

Étudiante en Master de Marketing Digital à l'ISIT
(Institut Supérieur International du Tourisme) de Tanger

Dans une intervention brève et spontanée, Ghita Bahbouhi a exprimé le **regard de la nouvelle génération** sur le Forum Interactif du Tourisme.

Elle a qualifié son expérience **d'inspirante** et **enrichissante**, soulignant que les échanges lui ont permis de mieux comprendre les enjeux réels du secteur, au-delà des approches théoriques.

Elle a mis en avant la **richesse des opportunités** offertes par le tourisme à Casablanca-Settat, tout en insistant sur un message central : **Les défis du secteur ne pourront être surmontés que par une mobilisation collective, associant acteurs publics, professionnels, scientifiques-chercheurs et futurs talents.**

L'avenir du tourisme repose sur la coopération intergénérationnelle et le travail collaboratif.



M. Adnane Afkir,

Directeur pédagogique de l'ISIT
(Institut Supérieur International du Tourisme) de Tanger

M. Adnane Afkir a mis en avant l'importance stratégique du **capital humain** dans le développement touristique de Casablanca-Settat. Il a salué le partenariat entre le CRT et l'ISIT, permettant aux étudiants de travailler sur des projets de recherche appliquée au service de la destination, avec de réelles perspectives d'insertion professionnelle.

Il a enfin rappelé que la réussite des investissements touristiques dépend avant tout de la qualité de la **formation**, de **l'encadrement** et des **compétences humaines**, appelant à préparer l'**Humain** avant la « pierre ».





RECOMMANDATIONS

POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME DE LA RÉGION CASABLANCA-SETTAT

GOVERNANCE, COORDINATION ET PILOTAGE

Idée centrale : le développement touristique de Casablanca-Settat doit être piloté comme un **projet territorial structuré**, fondé sur une vision partagée, des mécanismes de coordination clairs et une capacité effective de mise en œuvre, et non comme une juxtaposition d'initiatives sectorielles.

Renforcer le rôle stratégique du CRT au-delà de la seule promotion, en tant qu'**outil central de coordination régionale**, d'animation des parties prenantes et de mise en cohérence des actions touristiques sur l'ensemble du territoire.

Mettre en place une gouvernance multi-acteurs associant :

- L'État et les administrations centrales,
- La Région et les communes,
- Les opérateurs privés du tourisme,
- La société civile, les acteurs culturels et sportifs,
- Les établissements de formation, universités et centres de recherche

Instaurer un Comité scientifique, mobilisé en amont du Forum (*idéalement six mois avant*), chargé de :

- Qualifier les besoins et enjeux prioritaires,
- Clarifier les objectifs stratégiques de l'édition,
- Définir des indicateurs de performance et d'impact permettant d'évaluer les résultats des politiques et actions engagées.

Créer un Comité de suivi, en aval du Forum, dédié à l'implémentation, au suivi et à l'évaluation des recommandations formulées, afin de garantir la continuité, la crédibilité et l'efficacité du processus engagé au FITCS.

Renforcer la mobilisation et la présence effective des élus locaux et régionaux, ainsi que des partenaires financiers, académiques et scientifiques, afin de faciliter la traduction des recommandations en politiques publiques concrètes et en projets opérationnels.

Assurer une représentation équilibrée de l'ensemble des provinces de la région Casablanca-Settat, au-delà de la seule métropole casablancaise, en intégrant pleinement les territoires d'El Jadida, Ben Slimane, Settat, Mohammedia et les autres provinces, dans une approche intégrée, inclusive et territorialisée du développement touristique.

Assurer une continuité des politiques touristiques au-delà des échéances CAN 2025 et Mondial 2030.
Créer des feuilles de route opérationnelles, avec :

- Priorités claires,
- Responsables identifiés,
- Indicateurs de suivi.

Renforcer le dialogue public-privé pour aligner investissements, urbanisme et stratégie touristique.

INFRASTRUCTURES STRUCTURANTES ET GRANDS ÉQUIPEMENTS

Idée centrale : Casablanca doit disposer d'équipements à la hauteur de son statut de métropole mondiale.

Construire un grand Palais des Congrès international, digne de Casablanca, pour :

- Le tourisme d'affaires,
- Les grands événements,
- Les congrès internationaux.

Ouvrir et activer le Grand Théâtre de Casablanca, déjà construit mais encore fermé :

- Programmation culturelle internationale,
- Spectacles permanents,
- Intégration dans les circuits touristiques.

Développer des fan zones permanentes (et non temporaires) :

- Pour le football,
- Pour les grands événements sportifs,
- Comme lieux de vie et d'animation urbaine.

Valoriser le terminal croisière comme levier de tourisme urbain et culturel.

URBANISME, ATTRACTIVITÉ ET CADRE DE VIE

Idée centrale : l'expérience touristique commence dans l'espace urbain quotidien.

Éclairage, animation et sécurisation des grandes places et espaces publics :

- Éclairage architectural,
- Présence humaine et sécurité urbaine.

Développer l'animation urbaine permanente :

- Street food organisé,
- Spectacles de rue,
- Activités pour les jeunes,
- Animations culturelles régulières.

Transformer Casablanca en ville vivante de jour comme de nuit, pas uniquement événementielle.

Concevoir l'urbanisme comme un levier touristique, en lien avec l'Agence Urbaine.

HÔTELLERIE, INVESTISSEMENT ET ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Idée centrale : sans conditions favorables à l'investissement, l'ambition touristique restera limitée.



Revoir les règles de hauteur des hôtels :

- Autoriser des hôtels plus hauts,
- Augmenter le nombre de chambres,
- Améliorer la rentabilité des projets.

Aligner Casablanca avec les standards des grandes destinations mondiales :

- Dubaï,
- Barcelone,
- Grandes métropoles internationales.

Attirer :

- Les grands groupes hôteliers,
- Les grands chefs cuisiniers,
- Les dirigeants hôteliers internationaux,
- Les compétences hautement qualifiées.

Simplifier :

- Les procédures administratives,
- Les autorisations,
- L'accès au foncier touristique.

MOBILITÉ, ACCESSIBILITÉ ET CONNECTIVITÉ

Idée centrale : une destination touristique performante est une destination facile à vivre et à parcourir.

Améliorer la mobilité urbaine et régionale :

- Trains régionaux,
- RER,
- Interconnexion des modes de transport.

Optimiser la liaison entre :

- Aéroport,
- Centre-ville,
- Pôles touristiques.

Développer une offre aérienne low-cost depuis et vers Casablanca :

- Attirer une nouvelle clientèle,
- Compléter l'offre premium.

Faciliter les déplacements des touristes à l'intérieur de la ville :

- Signalétique claire,
- Solutions digitales,
- Transport touristique dédié.

CAPITAL HUMAIN, HOSPITALITÉ ET QUALITÉ DE SERVICE

Idée centrale : le "soft" est le principal facteur de différenciation.

Lancer un véritable projet « Hospitalité 2030 » :

- Culture de l'accueil,
- Qualité du service,
- Implication des citoyens.

Investir massivement dans :

- La formation,
- La requalification,
- La montée en compétences.

Revaloriser les métiers du tourisme :

- Image,
- Attractivité,
- Perspectives de carrière.

Harmoniser les standards de qualité à l'échelle régionale.

OFFRE TOURISTIQUE, CULTURE ET PATRIMOINE

Idée centrale : Casablanca doit raconter une histoire riche, plurielle et authentique.

Valoriser pleinement la Mosquée Hassan II comme :

- Monument religieux,
- Lieu de vie,
- Espace culturel et citoyen.

Mettre davantage en avant ses atouts :

- Le hammam et centre de bien-être,
- La bibliothèque,
- La médiathèque.
- L'Académie des Arts Traditionnels

Renforcer la communication touristique autour de la Mosquée Hassan II.

Structurer des circuits touristiques intégrés :

- Culture,
- Gastronomie,
- Patrimoine,

Sport.

Développer le tourisme rural et expérientiel dans l'arrière-pays.

ÉVÉNEMENTIEL, SPORT ET ANIMATION CONTINUE

Idée centrale : passer de l'événement ponctuel à l'animation permanente.

Programmer des événements réguliers, pas uniquement liés aux grandes compétitions.

Utiliser le sport comme levier touristique durable

- Football,
- Sport urbain,
- Sport amateur.

Créer des espaces dédiés à l'animation continue :

- Fan zones permanentes,
- Lieux hybrides sport-culture-loisirs.

NARRATIF TERRITORIAL ET COMMUNICATION

Idée centrale : sans récit partagé, pas de mobilisation durable.

Construire un narratif touristique clair et fédérateur pour Casablanca-Settat.

Aligner :

- Communication institutionnelle,
- Promotion touristique,
- Initiatives locales.

Renforcer la marque territoriale (We Casablanca).

Mieux raconter :

- L'âme de Casablanca,
- Sa modernité,
- Son hospitalité.

INNOVATION, NUMÉRIQUE ET ENTREPRENEURIAT

Idée centrale : moderniser l'expérience touristique et mobiliser les talents.

Utiliser le numérique pour :

- Améliorer l'expérience visiteur,
- Faciliter la coordination des acteurs,
- Piloter les politiques touristiques par la donnée.

Soutenir les startups et jeunes entrepreneurs :

- Incubateurs,
- Financement,
- Mise en réseau.

Encourager l'innovation dans :

- Les services,
- Les expériences,
- La promotion touristique.



CONCLUSION GÉNÉRALE

Le choix du thème de la 3^e édition du Forum Interactif du Tourisme de Casablanca-Settat (FITCS)

« **Casablanca métropole touristique mondiale à l'horizon 2030 : une voie royale !** » s'est révélé particulièrement pertinent au regard des mutations profondes que connaît aujourd'hui la région.

À travers les différentes séquences du Forum, les interventions ont balayé de manière transversale et complémentaire les **enjeux stratégiques, opérationnels et humains** du développement touristique, en apportant des éclairages concrets et prospectifs. Les échanges ont ainsi permis de dresser un bilan exhaustif 'identifier des leviers capables d'**accompagner et d'accélérer les politiques publiques et privées**, au service d'une croissance structurée et durable des industries touristiques de Casablanca-Settat.

Les travaux de ce 3^e Forum ont permis de faire émerger un constat partagé : **la région se trouve à un moment charnière de son histoire touristique.**

L'alignement entre investissements structurants, échéances internationales majeures et mobilisation croissante des acteurs publics et privés crée une opportunité historique de changement d'échelle. Toutefois, l'ensemble des échanges du Forum a également mis en évidence que cette opportunité ne produira des effets durables que si elle est accompagnée d'une **stratégie claire, gouvernée et collective.**

Le FITCS a ainsi confirmé son rôle en tant qu'outil stratégique de gouvernance territoriale. Il ne s'agit pas uniquement d'un espace de débat, mais d'une plateforme permettant de **structurer les priorités, d'aligner les visions** et de **renforcer la coordination** entre institutions, opérateurs économiques, collectivités territoriales et société civile.

Plusieurs enseignements structurants se dégagent de cette édition du Forum.

1. **La gouvernance touristique régionale** : Les interventions ont souligné la nécessité de dépasser une logique fragmentée pour aller vers un **pilotage plus intégré**, fondé sur la clarification des rôles, la coordination multi-niveaux et la continuité des stratégies au-delà des échéances de 2025 et 2030.
2. **Le Capital Humain et l'Hospitalité** : Les infrastructures et les équipements, aussi ambitieux soient-ils, ne suffisent pas à eux seuls à construire une destination touristique compétitive. La qualité de l'**accueil**, la **formation**, la professionnalisation des **métiers** et la diffusion d'une véritable **culture de l'hospitalité** constituent des leviers déterminants de création de valeur.
3. **La diversification et la structuration de l'offre touristique** : Casablanca-Settat dispose d'atouts uniques, alliant métropole internationale, littoral, patrimoine culturel et territoires ruraux à fort potentiel. La mise en tourisme cohérente de ces actifs suppose une approche intégrée, capable de relier grands projets, initiatives locales et attentes des visiteurs.
4. **L'attractivité et le narratif territorial** : Les échanges ont montré que la mobilisation durable des acteurs passe par la capacité à construire un récit partagé, authentique et lisible, donnant du sens à l'action collective et renforçant l'image de Casablanca-Settat sur la scène nationale et internationale.
5. **Ambition durable** : le Forum a finalement insisté sur la nécessité d'inscrire l'ambition touristique régionale dans une **perspective durable et post-2030**. Les grands événements à venir doivent être considérés comme des accélérateurs, et non comme des finalités. L'enjeu est de transformer ces échéances en leviers durables de développement économique, social et territorial.





Enfin, l'un des points forts du FITCS réside dans son **approche résolument participative et inclusive**.

Cette 3^{ème} édition du Forum a permis de réunir l'ensemble des parties prenantes du développement touristique de la région Casablanca-Settat, *décideurs publics, élus, opérateurs privés, experts, universitaires, professionnels de terrain et jeunes talents*, autour d'une réflexion collective sur les solutions les plus efficaces pour renforcer la **performance**, l'**attractivité** et la **pérennité** du secteur.

Cette **intelligence collective**, nourrie par la diversité des regards et des expériences, constitue un socle précieux sur lequel les élus et les institutions pourront s'appuyer pour élaborer des **plans d'actions réalistes, cohérents et opérationnels**, à même d'accélérer le développement touristique régional.

Dans une logique d'amélioration continue, le FITCS gagnerait sans nul doute, à adopter certaines règles de bonnes gouvernance et d'organisation pour les prochaines éditions :

- **Instauration d'un Comité scientifique**, mobilisé en amont du Forum (*idéalement six mois à l'avance*), afin de mieux qualifier les besoins, les enjeux et les objectifs de chaque édition, mais aussi de définir des **indicateurs clairs de performance et d'impact**.
- **Création d'un Comité de suivi** (en aval) dédié à l'implémentation et à l'évaluation des recommandations issues du Forum. Il permettrait de renforcer la **crédibilité**, la **continuité** et l'**efficacité** de la démarche engagée.
- La **nécessité d'une mobilisation encore plus active et visible des élus locaux et régionaux**, ainsi que des partenaires financiers, académiques et scientifiques, dont la présence renforcée contribuerait à enrichir les débats et à faciliter la traduction des recommandations en politiques publiques concrètes.
- Une attention particulière a également été portée à l'importance d'une **représentation équilibrée de l'ensemble des provinces de la région**, au-delà de la seule métropole casablancaise, afin de favoriser le partage d'analyses, d'expériences et de problématiques propres à des territoires tels qu'El Jadida, Ben Slimane, Settat ou Mohammedia, dans une **approche véritablement intégrée et régionale** du développement touristique.
- **Implication élargie et structurée de l'ensemble de l'écosystème touristique régional** (Conseil Régional, institutions publiques, opérateurs privés, ministère du Tourisme, établissements de formation, écoles de tourisme, société civile, acteurs culturels et sportifs), afin de consolider le FITCS comme un espace de référence pour la co-construction des stratégies touristiques.

Dans cet esprit, le CRT-CS, organisateur du Forum, réaffirme sa volonté de maintenir le FITCS comme un **espace ouvert, évolutif et exigeant**, pleinement attentif à toute proposition ou critique constructive visant à renforcer la qualité du débat, la pertinence des recommandations et l'impact réel des actions engagées au service du développement touristique de la région Casablanca-Settat.







casablanca
EVENTS
& ANIMATION



المنتدى التفاعلي للسياحة الدار البيضاء - سطات

3. الدورة 2. الدورة 1. الدورة

ملخص النقاشات



REGION
CASABLANCA
SETTAT

we **casablanca** visit

soutenu par
onmt
Office national marocain du tourisme





كَرَّحِبْ، أَجَلَالَةُ الْمَلِكِ مُحَمَّدِ بْنِ مُحَمَّدٍ إِلهَ



برنامج المحاضرة



04 الإفتتاحية

06 خريطة جهة الدار البيضاء-السطات

08 حول

08 المجلس الجهوي للدار البيضاء-السطات

08 Casablanca events et animation

09 المنتدى التفاعلي للسياحة الدار البيضاء-السطات

10 الدورة الأولى - 2022

12 الجلسة الافتتاحية

18 الجلسة النقاشية الأولى

26 الجلسة النقاشية الثانية

34 مداخلات الحضور

36 الجلسة الختامية

38 المقترحات

40 خلاصة عامة

42 الدورة الثانية - 2023

45 الجلسة الافتتاحية

52 الجلسة النقاشية الأولى

58 الجلسة النقاشية الثانية

65 وجهات نظر أكاديمية و مساهمات الحضور

75 الجلسة الختامية

80 المقترحات

83 خلاصة عامة

84 الدورة الثالثة - 2025

86 الجلسة الافتتاحية

92 الجلسة النقاشية الأولى

101 الجلسة النقاشية الثانية

106 وجهات نظر أكاديمية و مساهمات الحضور

112 المقترحات

115 خلاصة عامة



الافتتاحية



كلمة السيد عثمان شريف العلمي

رئيس المجلس الجهوي للسياسة
لجهة الدار البيضاء - سطات



ولد المنتدى التفاعلي للسياسة بجهة الدار البيضاء - سطات من قناعة بسيطة مفادها أن السياحة يجب أن تصبح أحد المحركات الرئيسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والمجالية بجهتنا. على مدى ثلاث دورات، عملنا بشكل منهجي على بناء هذا الطموح. بدأنا أولاً بتشخيص واقع الاستثمارات والإمكانات السياحية لجهة الدار البيضاء - سطات، ثم وضعنا خارطة طريق تمتد إلى أفق 2030-2026، وأخيراً رسخنا رؤية تتمثل في جعل الدار البيضاء حاضرة سياحية عالمية قادرة على الإشعاع إلى ما وراء حدودها. و اليوم، ننتقل إلى مرحلة جديدة.

لم يعد السؤال المطروح هو ما إذا كانت جهة الدار البيضاء - سطات تمتلك المقومات اللازمة لتصبح وجهة سياحية كبرى، فهذه المقومات أصبحت حقيقة قائمة. أما السؤال الحقيقي اليوم فهو : كيف يمكن تسريع وتيرة هذا التحول.

هذا هو محور الدورة الرابعة للمنتدى، التي تركز على روافع النمو التي يمثلها كل من سياحة المدن القصيرة و سياحة الأعمال. وهما قطاعان استراتيجيان قادران على تعزيز جاذبية جهتنا، واستقطاب الاستثمارات، وخلق فرص الشغل، وتحقيق اندماج أفضل لمختلف أقاليم الجهة ضمن الدينامية السياحية الجهوية. إن مسؤوليتنا الجماعية اليوم تتمثل في تحويل الرؤى إلى مشاريع، و المشاريع إلى إنجازات، و الإنجازات إلى أثر مستدام.

و مع اقتراب استحقاقات تاريخية مهمة لبلادنا، و على رأسها كأس العالم 2030، تتاح لنا فرصة فريدة لتسريع التنمية السياحية بجهة الدار البيضاء - سطات و تعزيز مكانتها ضمن كبرى الوجهات السياحية الدولية.

و أنا على يقين بأن تحقيق هذا الطموح لن يكون ممكناً إلا من خلال تعبئة قوية للسلطات العمومية، و المنتخبين، و المهنيين، و المستثمرين، و الأوساط الأكاديمية، و مختلف القوى الحية بجهتنا. فلنجعل جميعاً من السياحة رافعة للازدهار و الجاذبية و التنمية المستدامة بجهة الدار البيضاء - السطات. لقد كان وقت التفكير ضرورياً و أساسياً، أما اليوم فقد أصبح وقت العمل أمراً لا مفر منه





مداخلة السيد محمد الجواهري

المدير العام
لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات



وقت العمل وتسريع الوتيرة

أصبح المنتدى التفاعلي للسياحة بجهة الدار البيضاء - سطات، تدريجياً، فضاءً مرجعياً للحوار والتفكير المشترك وبناء التصورات المتعلقة بمستقبل السياحة على مستوى الجهة.

وتتمثل رسالته بوضوح في جمع مختلف الفاعلين من القطاعين العام والخاص لتقاسم التشخيصات، وتبادل الخبرات، وصياغة رؤية مشتركة لتنمية السياحة بجهة الدار البيضاء - سطات. كما يهدف إلى تعزيز التعاون بين جميع مكونات المنظومة السياحية بما يخدم التنمية المجالية للمدينة والجهة. ومنذ تأسيسه، يندرج المنتدى ضمن مقاربة متواصلة تروم جعل السياحة رافعة استراتيجية للجاذبية والتنافسية الاقتصادية والإشعاع الترابي. وهو يساهم في فهم التحولات الجارية، ورصد الفرص المتاحة، وتعزيز انسجام مختلف المبادرات والإجراءات المتخذة على مستوى الجهة.

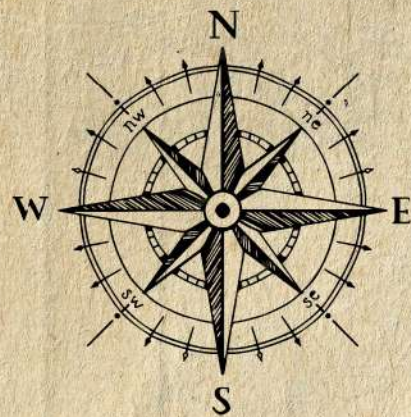
وفي سياق يشهد تحولات عميقة في أنماط التنقل والاستخدامات وتوقعات الزوار، تكتسي هذه المنصة للحوار أهمية متزايدة، إذ تتيح فهماً أفضل لديناميات القطاع وتساعد على توجيه الخيارات الاستراتيجية للمستقبل.

فالمنتدى ليس مجرد فضاء للنقاش، بل يشكل أداة للمساعدة على اتخاذ القرار ومحفزاً للمبادرات في خدمة طموح مشترك لجهة الدار البيضاء - سطات.

ومن هذا المنطلق، تواصل شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات التزامها بتوحيد جهود مختلف الفاعلين Wecasablanca. وخلق دينامية جماعية منظمة من خلال برنامج التسويق والترويج الترابي

وأتوجه بالشكر إلى جميع الشركاء والمشاركين على انخراطهم في هذه الدينامية الجماعية، متمنياً لكم دورة رابعة ناجحة ومثمرة للمنتدى التفاعلي للسياحة بجهة الدار البيضاء - سطات.





-  سد
-  واد
-  غابة
-  رياضة مائية
-  شاطئ
-  منطقة

خريطة منطقة الدار البيضاء-سطات

دار بوعزة
سدي رحال
ميناء صيد صغير

ازمور
الجديدة
المدينة البرتغالية

سدي بوزيد

صهيرة ملكي
رحلات

المقبر

سدي سعيد فاشو

وادي ام البيح

غابة الصنوبر

بولعوان

قصبة

سدي بنور

امفوت

مزارع المحار

الوليديّة

المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات



يعد المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات (CRT-CS) الهيئة المهنية المكلفة بتوحيد الفاعلين الترويج و التنشيط السياحي لوجهة على المستوى الجهوي. و يعمل كحلقة وصل بين السلطات و المنتخبين و المؤسسات العمومية و الفاعلين الخواص و المستثمرين و الخبراء و الأوساط الأكاديمية، خدمة لطموح سياحي مشترك.

و من خلال دوره في التنسيق و تطوير العرض السياحي بالمجال الترابي، يساهم المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات في هيكلة العرض الجهوي و تعزيز وضوح الوجهة، و مواكبة ديناميات الترويج، و إبراز مشاريع تحدث قيمة مضافة لفائدة المجالات الترابية و السكان .

- توحيد المنظومة السياحية الجهوية حول رؤية مشتركة.
- الترويج لجهة الدار البيضاء - سطات على المستويين الوطني والدولي.
- مواكبة تثمين الموارد الحضرية والساحلية والثقافية والقروية وموارد التظاهرات.
- دعم الحوار بين السلطات والمنتخبين والمهنيين والمستثمرين والأوساط الأكاديمية.
- إعداد أدوات للقراءة الاستراتيجية تدعم اتخاذ القرار في القطاعين العام والخاص.



CASABLANCA EVENTS ET ANIMATION



تعد Casablanca Events & Animation (CEA) الفاعل المرجعي في مجال تنظيم وإنتاج وتنشيط التظاهرات على مستوى حاضرة الدار البيضاء. وتعمل كحلقة وصل بين الجماعات الترابية والمؤسسات العمومية والقطاع الخاص والشركاء الإعلاميين ومقدمي الخدمات المتخصصين، خدمة لرؤية طموحة ومنظمة في مجال التظاهرات.

ومن خلال دورها في تنسيق وإبراز مؤهلات المجال الترابي، تساهم Casablanca Events & Animation في تنشيط الأجندة التظاهراتية للمدينة، وتعزيز جاذبية وإشعاع الدار البيضاء، ومواكبة حاملي المشاريع في تنفيذ مشاريعهم ميدانياً، وإبراز تجارب جامعة تساهم في خلق الروابط والقيمة لفائدة السكان والزوار.

- توحيد الفاعلين في مجال التظاهرات حول رؤية مشتركة لتنشيط الحاضرة.
- إنتاج وتنسيق تظاهرات ذات أثر قوي في المجالات الثقافية والرياضية والمؤسسية والجمهيرية.
- تثمين فضاءات المدينة ومواردها من خلال برمجة منسجمة ومتنوعة.
- تطوير أدوات لتدبير وتقييم أثر التظاهرات.



المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات : نشأة أداة استراتيجية للحكمة السياحية الجهوية.

المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات هو مبادرة أطلقها المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات، بهدف إرساء فضاء منظم للحوار والتفكير المشترك وصياغة الرؤى حول تطوير السياحة على المستوى الجهوي.

وقد تم تصميم هذا المنتدى كمنصة متعددة الفاعلين، تجمع بين صناع القرار في القطاع العام، والمهنيين في القطاع الخاص، والمستثمرين، والخبراء، والجامعيين، وممثلي المؤسسات، من أجل تحليل ديناميات القطاع، وتحديد الإكراهات والفرص، واقتراح توجهات استراتيجية تتلاءم مع خصوصيات الجهة.

الأهداف

1. دعم اتخاذ القرار العمومي والخاص من خلال تقديم تشخيص موضوعي للاستثمارات والإمكانات المتاحة؛
2. بلورة رؤية مشتركة لتنمية السياحة الجهوية، عبر تعزيز التنسيق بين المؤسسات والمهنيين؛
3. صياغة توصيات عملية في مجالات الاستثمار، والحكمة، وتنويع العرض السياحي، وتثمين المؤهلات الترابية.

بناءً على نجاح ثلاث دورات سابقة، تتواصل الجهود للتحضير
للدورة الرابعة، بما يواكب الطموحات ويعزز النتائج المحققة



1^{ère} EDITION
**FORUM
INTERACTIF
DU TOURISME**
CASABLANCA-SETTAT

2^{ème} EDITION
**FORUM
INTERACTIF
DU TOURISME**
CASABLANCA-SETTAT

3^{ème} EDITION
**FORUM
INTERACTIF
DU TOURISME**
CASABLANCA-SETTAT



نُظِّمَت الدَّورَةُ الْأُولَى بِتَارِيخ 19 يُولْيُوز 2022 تَحْتَ شَعَار:
"التَّعْمِيَةُ السِّيَاحِيَّةُ الْمُسْتَدَامَةُ لَجَهَةِ الدَّارِ الْبِيضَاءُ - سَطَات :
تَشْخِيصُ الْاِسْتِثْمَارَاتِ وَالْإِمْكَانَاتِ السِّيَاحِيَّةِ.

سِيَاقُ الدَّورَةِ الْأُولَى

نُظِّمَت الدَّورَةُ الْأُولَى بِتَارِيخ 19 يُولْيُوز 2022 تَحْتَ شَعَار: "التَّعْمِيَةُ السِّيَاحِيَّةُ الْمُسْتَدَامَةُ لَجَهَةِ الدَّارِ الْبِيضَاءُ - سَطَات: تَشْخِيصُ الْاِسْتِثْمَارَاتِ وَالْإِمْكَانَاتِ السِّيَاحِيَّةِ"، وَذَلِكَ فِي سِيَاقٍ خَاصٍ.

فَمِنْ جِهَةٍ، تُعَدُّ جِهَةُ الدَّارِ الْبِيضَاءُ - سَطَاتُ الْقُطْبَ الْاِقْتِصَادِيَّ الْأَوَّلَ بِالْمَمْلَكَةِ، حَيْثُ تَسْتَقْبِلُ حَصَّةَ مَهْمَةٍ مِنَ الْاِسْتِثْمَارَاتِ الْوِطْنِيَّةِ وَتَتَوَفَّرُ عَلَى بَنِيَّةٍ تَحْتِيَّةٍ اِسْتِرَاطِيَّةِيَّةٍ. غَيْرَ أَنَّ تَمَوُّجَهَا السِّيَاحِيَّ ظَلَّ دُونَ مَسْتَوَى اِمْكَانَاتِهَا الْحَقِيقِيَّةِ.

وَمِنْ جِهَةٍ أُخْرَى، شَهِدَ الْقِطَاعُ السِّيَاحِيَّ مَرَحَلَةَ اِعَادَةِ تَشْكِيلٍ عَمِيقَةٍ، فِي ظِلِّ تَدَاعِيَّاتِ الْاَزْمَةِ الصَّحِيَّةِ الْعَالَمِيَّةِ، مِمَّا جَعَلَ مِنَ الضَّرُورِيِّ اِطْلَاقَ تَفْكِيرٍ مُنَظَّمٍ حَوْلَ سُبُلِ الْاِقْلَاعِ، وَتَعْزِيزِ الصُّمُودِ، وَضَمَانِ الْاِسْتَدَامَةِ.

وَفِي هَذَا الْإِطَارِ، شَكَّلَتِ الدَّورَةُ الْأُولَى مِنَ الْمُنْتَدَى التَّفَاعُلِيِّ لِّلْسِّيَاحَةِ، الدَّارِ الْبِيضَاءُ - سَطَاتُ مَحْطَةً تَأْسِيسِيَّةً، إِذْ لَمْ يَقْتَصِرْ هَدَفُهَا عَلَى تَحْلِيلِ الْمَشَارِيعِ الْقَائِمَةِ، بَلْ شَمَلَ أَيْضاً وَضْعَ أُسُسٍ مُقَارِبَةٍ تَرَابِيَّةٍ جَدِيدَةٍ لِّلْسِّيَاحَةِ، أَكْثَرَ اِنْدِمَاجاً وَاسْتَدَامَةً وَتَعَاوُناً.

وَقَدْ سُبِقَتْ هَذِهِ الدَّورَةُ بِسِلْسَلَةٍ مِنَ الْوَرَشَاتِ التَّحْضِيرِيَّةِ، بِهَدَفِ تَوْفِيرِ مَادَّةٍ تَحْلِيلِيَّةٍ غَنِيَّةٍ لِدَعْمِ النِّقَاشَاتِ خِلَالَ جُلُوسَاتِ الْمُنْتَدَى.

الرَّهَانَاتُ الْاِسْتِرَاطِيَّةِيَّةُ

تَمَحَوَّرَتِ الرَّهَانَاتُ الَّتِي تَمَّ تَحْدِيدُهَا خِلَالَ هَذِهِ الدَّورَةِ الْأُولَى حَوْلَ أَرْبَعَةِ مَحَاوِرٍ رَئِيسِيَّةٍ:

- **الْاِسْتِثْمَارُ السِّيَاحِيَّ:** كَيْفَ يُمْكِنُ تَحْفِيزُ وَتَأْمِينُ وَتَوْجِيهِ الْاِسْتِثْمَارَاتِ نَحْوَ قِطَاعَاتٍ وَاعِدَةٍ وَمُسْتَدَامَةٍ؟
- **الْحُكَامَةُ وَالتَّنْظِيقُ الْمُؤَسَّسَاتِيَّ:** كَيْفَ يُمْكِنُ تَحْقِيقُ تَكَامُلٍ فَعَالٍ بَيْنَ أَدْوَارِ الْجِهَةِ، وَالْمَجْلِسِ الْجِهَوِيِّ لِّلْسِّيَاحَةِ، وَالشَّرْكَةِ الْمَغْرِبِيَّةِ لِلْهَنْدَسَةِ السِّيَاحِيَّةِ، وَالْمَرَكَزِ الْجِهَوِيِّ لِّلْاِسْتِثْمَارِ، وَوِزَارَةِ السِّيَاحَةِ، وَالْفَاعِلِينَ الْخَوَاصِ؟
- **تَنْوِيعُ الْعَرْضِ السِّيَاحِيِّ مُتَعَدِّدِ الْمَكُونَاتِ (سِّيَاحَةُ الْأَعْمَالِ، الثَّقَافَةِ، التَّرْفِيهِ، السِّيَاحَةُ الْقَرْوِيَّةُ):** كَيْفَ يُمْكِنُ تَجَاوُزُ الْمُقَارِبَةِ الْاِحَادِيَّةِ وَبِنَاءِ عَرْضٍ سِّيَاحِيٍّ مُتَكَامِلٍ وَمُنْجَمٍ عَلَى الْمَسْتَوَى الْجِهَوِيِّ؟
- **الْاِسْتَدَامَةُ التَّرَابِيَّةُ:** كَيْفَ يُمْكِنُ اِدْمَاجُ التَّعْمِيَةِ السِّيَاحِيَّةِ ضَمْنَ تَوَازُنٍ اِقْتِصَادِيٍّ وَاجْتِمَاعِيٍّ وَبَيْنِيٍّ مُسْتَدَامٍ؟

الْإِشْكَالِيَّةُ الْمَطْرُوحَةُ

كَيْفَ يُمْكِنُ تَحْوِيلُ جِهَةِ الدَّارِ الْبِيضَاءُ - سَطَاتِ، بِاعْتِبَارِهَا أَوَّلَ جِهَةٍ اِقْتِصَادِيَّةٍ بِالْمَمْلَكَةِ، إِلَى وَجْهَةٍ سِّيَاحِيَّةٍ مُنَظَّمَةٍ، مُسْتَدَامَةٍ وَتَنَافُسِيَّةٍ، مِنْ خِلَالِ تَثْمِينِ اِسْتِثْمَارَاتِهَا، وَبَنِيَّاتِهَا التَّحْتِيَّةِ، وَمَوْهَلَاتِهَا التَّرَابِيَّةِ؟

لَقَدْ وَضَعَتْ هَذِهِ الدَّورَةُ الْاِفْتِتَاحِيَّةُ مِنَ الْمُنْتَدَى التَّفَاعُلِيِّ لِّلْسِّيَاحَةِ، الدَّارِ الْبِيضَاءُ - سَطَاتُ أُسُسَ فِضَاءٍ لِلْحُكَامَةِ التَّشَارِكِيَّةِ، مُرَشِّحٍ لِلتَّطَوُّرِ عِبْرَ الدُّورَاتِ الْاَلَّاقَةِ، لِمَوَاقِبَةِ النُّهُوضِ بِالْجِهَةِ كَوَجْهَةٍ سِّيَاحِيَّةٍ رَائِدَةٍ.



المحاضرون



1^{ère} EDITION FORUM INTERACTIF DU TOURISME CASABLANCA-SETTAT



الجلسة الافتتاحية



مداخلة السيد سعيد احميدوش

والي جهة الدار البيضاء - سطات



استهل السيد الوالي مداخلته بالتأكيد على ثقته الكبيرة في المؤهلات السياحية التي تزخر بها جهة الدار البيضاء - سطات، معتبراً أن هذه الإمكانيات قادرة على إرساء وجهة سياحية ذات قيمة مضافة عالية، شريطة تهيئتها في إطار رؤية استراتيجية منسقة. وأكد في هذا السياق أن السياحة لا ينبغي أن تُختزل في بعدها الاقتصادي فقط، بل يجب اعتبارها رافعة أساسية للتنمية الترابية الشاملة.



كما توقّف عند مرحلة جائحة كوفيد-19، التي شكّلت اختباراً حقيقياً للقطاع، مبرزاً أن تدبير هذه الأزمة تمّ وفق مقاربة تشاركية جمعت بين القطاعين العام والخاص، إلى جانب المجتمع المدني. وأشاد في هذا الإطار بانخراط مختلف الفاعلين، من مؤسسات وهيئات مهنية ومقاولات سياحية، وما أبانوا عنه من روح تضامن ومسؤولية. واعتبر أن هذه الدينامية الجماعية تمثل رصيداً استراتيجياً ينبغي البناء عليه مستقبلاً، مؤكداً أن التعاون بين القطاعين العام والخاص يشكل أحد مرتكزات تطوير السياحة الجهوية.



وفي سياق متصل، أبرز السيد الوالي أهمية المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات كفضاء للحوار الاستراتيجي في مرحلة ما بعد الأزمة، يتيح للفاعلين تبادل الرؤى وصياغة تصور مشترك لمستقبل القطاع، خاصة في ظل التحولات التي عرفها السياق العالمي وتغير سلوكيات السياح. كما أكد استعداد الإدارة لمواكبة المهنيين في بلورة خارطة طريق واضحة لإعادة هيكلة القطاع وتعزيز تنافسيته. وسلط الضوء أيضاً على تنوع المؤهلات الطبيعية والتراثية التي تزخر بها الجهة، من شريط ساحلي ممتد ومتنوع، إلى إمكانيات السياحة القروية والبيئية، داعياً إلى تهيئة هذه الموارد بشكل أفضل وتنويع العرض السياحي بما يحقق توازناً في التنمية ويعزز جاذبية الجهة.



وفي ختام مداخلته، شدّد السيد الوالي على أهمية السياحة الوطنية، معتبراً أنها رافعة أساسية يجب تطويرها إلى جانب السياحة الدولية، من خلال استقطاب السياح المغاربة وتوفير عرض ملائم لتطلعاتهم. كما عبّر عن ثقته في قدرة المنتدى على الخروج بتوصيات عملية ومتوافقة بشأنها، مؤكداً التزام مختلف الإدارات بمواكبة تنفيذها في إطار مقاربة تشاركية.



شدّد السيد الوالي على أهمية السياحة الوطنية، معتبراً أنها رافعة أساسية يجب تطويرها إلى جانب السياحة الدولية، من خلال استقطاب السياح المغاربة وتوفير عرض ملائم لتطلعاتهم. كما عبّر عن ثقته في قدرة المنتدى على الخروج بتوصيات عملية ومتوافقة بشأنها، مؤكداً التزام مختلف الإدارات بمواكبة تنفيذها في إطار مقاربة تشاركية.



مداخلة السيدة أسماء بلقزيز

نائبة رئيس مجلس جهة الدار البيضاء – سطات



بدأت السيدة أسماء بلقزيز مداخلتها بالتأكيد على البعد الاستراتيجي لقطاع السياحة على المستويين الوطني والدولي، مبرزة دوره كمحرك أساسي للاقتصاد، سواء من خلال مساهمته في الناتج الداخلي الخام أو من خلال فرص الشغل التي يخلقها بشكل مباشر وغير مباشر.

كما أشارت إلى التأثيرات الكبيرة التي خلفتها جائحة كوفيد-19 على القطاع، إلى جانب عوامل أخرى قد تؤثر على تدفقات السياح، مؤكدة في المقابل أن الاستقرار المؤسسي الذي ينعم به المغرب يشكل ركيزة أساسية تعزز مكانته كوجهة سياحية آمنة وجاذبة.

وفي هذا السياق، نوهت بالمجهودات المبذولة على المستوى الوطني لإعادة إنعاش القطاع، من خلال إطلاق مخطط استعجالي للحفاظ على مناصب الشغل، وتعزيز حضور المغرب في الأسواق الدولية عبر تدخلات المكتب الوطني المغربي للسياحة، إلى جانب اعتماد حملات ترويجية مبتكرة، وتنظيم جولات ترويجية بعدد من الدول، فضلاً عن إطلاق التأشيرة الإلكترونية لتسهيل ولوج السياح. واعتبرت أن هذه المبادرات تعكس تعبئة منسقة بين مختلف الفاعلين لإعادة تموقع المغرب على الساحة السياحية الدولية.

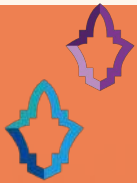
وعلى المستوى الجهوي، أبرزت السيدة بلقزيز الدور المحوري لجهة الدار البيضاء – سطات في حكمة القطاع السياحي، مؤكدة أن مجلس الجهة يعتبر السياحة رافعة استراتيجية للتنمية المستدامة، لما لها من آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية. كما أشارت إلى أن الجهة، في إطار ورش الجهوية المتقدمة، تتوفر على اختصاصات مباشرة، خاصة فيما يتعلق بتهيئة المسالك السياحية القروية، إضافة إلى اختصاصات مشتركة مع الدولة في مجال الترويج السياحي، مما يجعلها فاعلاً أساسياً في تنزيل الاستراتيجيات الوطنية على المستوى الترابي.

وفيما يتعلق بالتخطيط الاستراتيجي، سلطت الضوء على كل من التصميم الجهوي لإعداد التراب، الذي يحدد مجالات تنمية من بينها السياحة والانفتاح الدولي، وبرنامج التنمية الجهوية الذي يدرج السياحة كمحور مهيكل. وفي هذا الإطار، أشارت إلى التفكير في إحداث مركز للمعارض والمؤتمرات من مستوى عالٍ، بهدف تعزيز موقع الجهة في سياحة الأعمال (MICE)، خاصة وأن مدينة الدار البيضاء تستحوذ على نسبة مهمة (60%) من هذا النوع من السياحة على الصعيد الوطني.

كما أكدت على أهمية تنويع العرض السياحي الجهوي، من خلال تثمين المؤهلات الطبيعية، لاسيما الشريط الساحلي (235 كلم)، وتطوير السياحة القروية المرتبطة بالمجالات الطبيعية والسود، في أفق خلق دينامية اقتصادية لفائدة العالم القروي وتشجيع الاستثمار العمومي والخاص.

كما شددت السيدة بلقزيز على ضرورة تبني مقاربة سياحية مستدامة، تستجيب لتطور تطلعات الزوار نحو تجارب أصيلة ومتجددة في التراب، مع إيلاء أهمية خاصة للأبعاد البيئية والاجتماعية. كما أبرزت دعم الجهة للمقاولات الصغرى والتعاونيات والأنشطة المندرجة للدخل، في إطار تعزيز الاقتصاد الاجتماعي والتضامني، مستلهمة في ذلك مبادرات دولية رائدة من قبيل برنامج أفضل القرى السياحية.

وفي ختام مداخلتها، أكدت السيدة بلقزيز على أهمية الشراكة بين الجهة والمجلس الجهوي للسياحة، في إطار الاتفاقية الموقعة بينهما، مجددة التزام مجلس الجهة بمواكبة مختلف المبادرات الرامية إلى تطوير القطاع، في إطار تعاون وثيق مع باقي المتدخلين.



مداخلة السيد عماد برقاد

رئيس مجلس إدارة الشركة المغربية للهندسة السياحية



أكد السيد عماد برقاد في بداية مداخلته على المكانة الاستراتيجية لمدينة الدار البيضاء ضمن المشهد السياحي الوطني، خاصة في سياق الإقلاع بعد الأزمة، مبرزاً ما تتمتع به المدينة من حمولة رمزية قوية وإشعاع دولي يتجاوز الجهود الترويجية التقليدية، بفضل تاريخها السينمائي وهويتها العالمية. وأوضح أن اسم الدار البيضاء في حد ذاته يحمل بعداً عالمياً ثقافياً وتاريخياً، وأن التحدي المطروح يتمثل في تحويل هذه القيمة الرمزية إلى قيمة اقتصادية ملموسة، من خلال خلق الثروة وجذب الاستثمارات.

كما أشار إلى التحول الذي تعرفه المدينة، والتي لم تعد تقتصر على سياحة الأعمال، بل شهدت خلال السنوات الأخيرة تنوعاً ملحوظاً في عرضها السياحي، من خلال تطوير السياحة الترفيهية، وتعزيز موقعها كوجهة للتسوق، وازدهار فن الطبخ، وظهور السياحة العلاجية، إلى جانب هيكلة سياحة الرحلات البحرية وتطوير تجهيزات ثقافية كبرى. وأكد أن الاستثمارات الهيكلية المنجزة، من قبيل تأهيل المدينة العتيقة، وإحداث مؤسسات ثقافية ومرافق حضرية جديدة، ساهمت في تعزيز جاذبية المدينة وإشعاعها.

وفي هذا السياق، شدد على ضرورة الانتقال من منطق الموارد إلى منطق المنتج السياحي، معتبراً أن توفر المؤهلات الطبيعية أو التراثية لا يكفي، بل يتعين تثمينها وتحويلها إلى عروض سياحية مهيكلية وجذابة. وأبرز أهمية تنويع المنتجات السياحية، والابتكار في تصميم العروض، واستهداف فئات جديدة من الزوار، في إطار مقارنة تقوم على التنسيق بين مختلف الفاعلين وتعتمد على هندسة ترابية فعالة.

كما وسّع النقاش ليشمل البعد الجهوي، داعياً إلى اعتماد مقارنة مندمجة تقوم على تكامل الأدوار بين مدينة الدار البيضاء، باعتبارها قاطرة، وباقي أقاليم الجهة التي يمكنها تطوير عروض سياحية مكتملة، سواء في مجال السياحة الطبيعية أو الشاطئية أو الثقافية. وأكد على أهمية تحديد موقع واضح لكل مجال ترابي، بما يضمن الانسجام ويعزز القدرة التنافسية للجهة ككل.

وفيما يتعلق بالسياحة البيئية، اعتبرها رافعة واعدة لتنويع العرض السياحي وتعزيز استدامته، مشيراً إلى أهمية تطوير أنشطة الهواء الطلق، وإشراك الساكنة المحلية، وتشجيع المبادرات المقاولاتية، بما يساهم في خلق قيمة مضافة على المستوى المحلي. وأكد استعداد الشركة المغربية للهندسة السياحية لمواكبة الفاعلين في بلورة برامج طموحة في هذا المجال.

كما تطرق إلى المؤهلات الساحلية للجهة، مشيراً إلى أن الشريط الساحلي لا يزال دون مستوى استغلاله الأمثل، وداعياً إلى تطوير تجهيزات خفيفة وجذابة، وتحويل الشواطئ إلى منتجعات سياحية قائمة بذاتها، مع تشجيع الاستثمار الخاص وتبني مقارنة قائمة على التجربة السياحية بدل الاستعمال السكني فقط.





مداخلة السيد حميد بن الطاهر

رئيس الكونفدرالية الوطنية للسياحة



استهل السيد حميد بن الطاهر مداخلته بالدعوة إلى إحداث تحول في الخطاب المرتبط بقطاع السياحة، مؤكداً أن المرحلة الراهنة تتطلب الانتقال من منطق الأزمة إلى منطق الفرص، ومن مقاربة دفاعية إلى رؤية هجومية قائمة على الطموح وإعادة البناء ومن تدبير الطوارئ إلى رؤية مُهيكلّة. وذكر بأن السياحة تظل من بين أهم الصناعات عالمياً، ومصدراً رئيسياً لفرص الشغل، خاصة لفائدة الشباب، مما يجعلها رافعة استراتيجية لا يمكن الاستغناء عنها.



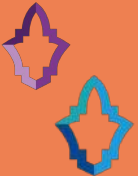
وفي هذا السياق، توقف عند علامة "الدار البيضاء"، التي اعتبرها من أبرز الأصول السياحية للمغرب من حيث الشهرة الدولية، رغم أنها لا تزال دون مستوى استغلالها الفعلي. وأشار إلى أن ضعف نسبة ملء الفنادق، التي تظل في حدود متوسطة، يمثل في الواقع فرصة كبيرة لخلق مناصب شغل إضافية، مؤكداً أن رفع هذه النسبة كفيل بإحداث أثر اقتصادي واجتماعي مهم، خاصة وأن البنيات التحتية الأساسية متوفرة.

وعلى المدى القريب، أبرز أن دينامية الانتعاش قد انطلقت فعلاً بفضل الجهود المشتركة، غير أن تحقيق نتائج ملموسة يظل رهيناً بتعزيز الربط الجوي، ومواكبة المقاولات التي لا تزال متأثرة بتداعيات الأزمة، واعتماد مقاربة دقيقة تأخذ بعين الاعتبار خصوصيات كل جهة وكل نشاط. كما نوه بالتجربة التنسيقية التي تعرفها جهة الدار البيضاء - سطات، معتبراً أنها نموذج يمكن تعميمه.

أما على المدى المتوسط والبعيد، فقد دعا إلى إعادة ابتكار النموذج السياحي الوطني، من خلال مواكبة التحولات التي يعرفها الطلب العالمي، خاصة ما يتعلق بالرقمنة، والسياحة البيئية، والبحث عن تجارب أصيلة، وتطوير السياحة المسؤولة والتضامنية. واعتبر أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر على كافة المقومات للاستجابة لهذه التوجهات، بفضل تنوع عرضها السياحي بين سياحة الأعمال، والثقافة، وفن الطبخ، والتراث، والسياحة القروية، والشاطئية.

كما شدد على أهمية تطوير الأنشطة المرتبطة بالسياحة، التي تتيح خلق فرص شغل غير مباشرة، خاصة في مجالات الترفيه، والمطاعم والرياضة، واستغلال الشواطئ، وتثمين المؤهلات الطبيعية، معتبراً أن هذه الأنشطة لا تتطلب استثمارات ضخمة، لكنها قادرة على تحقيق أثر سريع على المستوى الترابي.

وفي ختام مداخلته، أبرز تحدياً استراتيجياً يرتبط بضعف الإقبال خلال عطلة نهاية الأسبوع، مقارنة بأيام الأسبوع التي تهيمن عليها سياحة الأعمال، داعياً إلى تفعيل عرض سياحي وثقافي مستمر، خاصة من خلال تطوير برمجة تظاهرات كبرى، وإعادة التفكير في دور قصر المؤتمرات في إطار رؤية أقرب إلى "قصر للمهرجانات"، بما يساهم في جعل الدار البيضاء وجهة جاذبة على مدار الأسبوع.



مداخلة السيد عثمان الشريف العلمي

رئيس المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء – سطات



ركوب الموجة": ضرورة التحرك الفوري

استهل السيد الشريف العلمي مداخلته بالدعوة إلى اعتماد مقاربة براغماتية، تقوم على استثمار الدينامية الحالية بدل الانخراط في إعداد استراتيجيات جديدة متعددة. وشدد على ضرورة "ركوب الموجة" وتفعيل الإمكانيات المتاحة بشكل فوري، بهدف تحقيق نتائج ملموسة على مستوى الإنعاش الاقتصادي، وخلق فرص الشغل، وتعزيز القيمة المضافة.

وفي سياق ما بعد كوفيد، الذي يتسم بصعوبات مالية وتوقف عدد من المشاريع الفندقية، أكد أن الأولوية تكمن في تحقيق نتائج سريعة وواقعية على المدى القريب.

سياحة الأعمال كمحرك استراتيجي

أكد السيد العلمي أن سياحة الأعمال تظل الركيزة الأساسية للدار البيضاء، حيث يحقق قطاع الزبناء الأفراد من رجال الأعمال أداءً جيداً خلال أيام الأسبوع.

غير أن التحدي الحقيقي يكمن في:

- فترات نهاية الأسبوع؛
- وسوق المجموعات المهنية.

وأشار إلى وجود عدد كبير من الفنادق قيد الإنشاء، بعضها متوقف، مع تسجيل تراجع في متوسط سعر الليلة، مما يجعل من الصعب امتصاص الطاقة الإيوائية عبر النموذج التقليدي القائم على الأعمال فقط. ومن هذا المنطلق، دعا إلى:

- تسريع إحداث قصر للمهرجانات والمعارض؛
- التفعيل الفوري للبنى التحتية المتوفرة (قصر المعارض، فضاءات العرض بالجديدة، مراكز المؤتمرات)؛
- تطوير استراتيجية تظاهراتية قادرة على تنشيط الإيواء خلال عطلة نهاية الأسبوع.

الثقافة والتنشيط: رافعة الجاذبية الترفيهية

أشار السيد العلمي إلى قرب افتتاح المسرح الكبير للدار البيضاء، معتبراً أن الرهان الأساسي لا يكمن في البنية التحتية بحد ذاتها، بل في كيفية تنشيطها واستثمارها.

وأكد أن المدينة أظهرت سابقاً قدرة كبيرة على تعبئة الجمهور من خلال المهرجانات الكبرى، مما يستدعي هيكلة هذه الدينامية وتحويلها إلى رافعة مستدامة للجاذبية السياحية.

كما دعا إلى تثمين عدد من الفضاءات الرمزية، مثل المجازر القديمة وكنيسة "القلب المقدس"، عبر تحويلها إلى مراكز ثقافية مبتكرة وقادرة على استقطاب الزوار.

السياحة كرافعة اجتماعية مستعجلة

أضفى السيد العلمي بعداً اجتماعياً قوياً على مداخلته، مؤكداً أن السياحة يجب أن تشكل أداة ملموسة لخلق فرص الشغل وبعث الأمل، خاصة في ظل التحديات المرتبطة ببطالة الشباب.

وأشار إلى أن الزمن السياسي محدود، في حين أن انتظارات المواطنين ملحة، مما يفرض اعتماد حلول سريعة وفعالة، خاصة عبر مشاريع ذات أثر مباشر، لا سيما في المجال القروي والأنشطة الموازية.





مداخلة السيد محمد الجواهري



المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات :



المنتدى كأداة للتسويق الترابي في مرحلة ما بعد كوفيد

أدرج السيد الجواهري مداخلته في سياق مرحلة ما بعد جائحة كوفيد-19، مؤكداً أن هذه الأزمة أبرزت الأهمية الاستراتيجية للتسويق الترابي في ظل تزايد المنافسة بين المدن والمجالات الترابية. وأوضح أن المدن أصبحت مطالبة بالحفاظ على مواردها البشرية، واستقطاب السياح والطلبة والمستثمرين، وخلق آفاق اقتصادية جديدة.

وفي هذا الإطار، أشار إلى الشراكة بين شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات والمجلس الجهوي للسياحة، بهدف توحيد الجهود وتأمين الموارد ضمن برنامج منظم للترويج السياحي، حيث يندرج المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء. سطات كأحد أبرز مكونات هذه الدينامية، مع طموح ترسيخه كمبادرة مستدامة.

برمجة التظاهرات في خدمة الجاذبية السياحية

أبرز المنتدى التكامل بين الترويج السياحي وبرمجة التظاهرات، حيث يشمل البرنامج المشترك مجموعة من المبادرات، من بينها :

- تنظيم هذا المنتدى،
 - مؤتمر السياحة الأفريقي (على هامش معرض "Africa Place Marketing")،
 - جولات تعليمية في مجال المؤتمرات والمعارض
 - حملات ترويجية وطنية ودولية،
 - تنسيق الأجندات لدمج الفاعلين السياحيين في دينامية المدينة.
- ويهدف هذا التوجه إلى جعل التظاهرات رافعة للإشعاع الاقتصادي وتعزيز سياحة الأعمال، مع تحفيز الإقبال خلال فترات نهاية الأسبوع.

"We Casablanca" علامة ترابية مهيكلية :

توقف السيد الجواهري عند علامة "We Casablanca"، باعتبارها إطاراً مهيكلًا لتنشيط جاذبية المدينة، لا يقتصر على البعد الترويجي، بل يسعى إلى توحيد الفاعلين حول رؤية مشتركة، وخلق لغة موحدة، وضمان انسجام المبادرات العمومية والخاصة، إضافة إلى دعم المشاريع الملموسة. كما أكد أن هذه العلامة تعتمد مقاربة شمولية تشمل الاستثمار والمواطنة، بما يعكس رؤية متكاملة للتنمية الترابية.

ثلاثة محاور استراتيجية للتدخل:

ترتكز مقاربة شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات على ثلاثة محاور رئيسية: تطوير برنامج سنوي غني بالتظاهرات الكبرى، يشكل رافعة للإشعاع وتنشيط المجال الترابي. ومن بين التظاهرات المهمة نذكر :

- Smart City Africa
- Africa Place Marketing
- مهرجان We Casablanca
- كازا موجة
- الماراطون الدولي للدار البيضاء
- إرساء منظومة تواصل شاملة على الصعيدين الوطني والدولي؛
- تعزيز الحضور الدولي للدار البيضاء من خلال توسيع التعاون والشراكات.

الأولويات الاستراتيجية

في ختام مداخلته، شدد السيد الجواهري على ثلاث أولويات رئيسية:

- تعزيز سياحة الأعمال مع تنويع العرض السياحي؛
- تحسين عدد الليالي السياحية خلال فترات نهاية الأسبوع؛
- تنمية السياحة القروية ذات الإمكانيات الواعدة.

كما عبّر عن تطلعه إلى أن تفضي أشغال المنتدى إلى توصيات مبتكرة وقابلة للتنفيذ.



الجلسة النقاشية الأولى



تدبير وتنمية الاستثمارات السياحية :

نحو نموذج تفعيلي قائم على مبدأ رابح - رابح

وضعت هذه الجلسة الأولى في صلب النقاش إشكالية هيكلية وحكمة الاستثمار السياحي على المستوى الجهوي.

وفي سياق يتسم بمرحلة الإقلاع بعد جائحة كوفيد-19، وبتزايد حدة المنافسة بين المجالات الترابية، يبرز تحدٍ أساسي يتمثل في :

تأمين الاستثمار، وتوجيهه، وضمان مردوديته، مع الحرص في الوقت ذاته على تحقيق أثر مستدام ومتوازن، يخلق قيمة لفائدة مختلف الأطراف المعنية، من مستثمرين، ومؤسسات، ومهنيين، ومواطنين.

وفي هذا الإطار، سعت هذه الجلسة إلى بلورة منهجية عملية، تركز على التشاور بين القطاعين العام والخاص، وتثمين المكتسبات، واعتماد مقاربة ترابية استراتيجية، وضمان انسجام المشاريع، بما يتيح إدراج تنمية السياحة بجهة الدار البيضاء – سطات ضمن دينامية تنافسية، شاملة ومستدامة.





مداخلة السيدة ياسمين العلوي

أستاذة باحثة بالمدرسة الوطنية للتجارة والتسيير بالدار البيضاء



عرض علمي لنتائج الأشغال التحضيرية

اعتمدت السيدة ياسمين العلوي مقاربة أكاديمية في مداخلتها، حيث قدمت عرضاً منهجياً لنتائج الأشغال التحضيرية التي سبقت المنتدى، بالاستناد إلى ورشات تشاركية ومقابلات شبه موجهة مع مختلف الفاعلين في المنظومة السياحية الجهوية.

وقد أتاح موضوع الجلسة، المتعلق بتدبير وتطوير الاستثمارات السياحية وفق منطق "رابع-رابع"، توجيه النقاش نحو قضايا استراتيجية وعملية في آن واحد. وأسفرت هذه النقاشات عن بروز مفاهيم محورية، من بينها تنشيط المدينة، والحكمة الترابية، وتكامل الفاعلين، ودراسات الأثر، والاستدامة، والمقاربة الذكية، إضافة إلى الشراكة الفعالة بين القطاعين العام والخاص. يكشف هذا الإطار التحليلي عن إرادة جماعية لتجاوز المنهجيات القطاعية والانتقال إلى نهج متكامل وتعاوني.

أربعة رهانات رئيسية لجهة الدار البيضاء – سطات

مكننت النقاشات من تحديد أربع رهانات أساسية مهيكلية:

تثمين المؤهلات الجهوية وتطوير المجال القروي

تم التأكيد على ضرورة تجاوز الرؤية الحضرية الضيقة، وإدماج المجالات الريفية التي تمثل أكثر من 70% من التراب الجهوي، باعتبارها رافعة استراتيجية لتنويع العرض وتحقيق التوازن الترابي.

التشاور والحكمة متعددة الفاعلين

تم إبراز أهمية الحكمة التشاركية كعامل حاسم للنجاح، حيث يشكل المنتدى ذاته نموذجاً عملياً لهذه المقاربة. ويعكس مفهوم "الشراكة الفعالة بين القطاعين العام والخاص" توجهاً نحو تعاون منظم وموجه نحو النتائج.

الاستدامة بمختلف أبعادها

تم تناول الاستدامة من منظور شامل، يشمل الأبعاد البيئية والاجتماعية والمجتمعية والمالية، مع التأكيد على أن السياحة يجب أن تساهم في تحقيق التوازن الترابي وتحسين جودة عيش الساكنة.

تطوير الاستثمارات العمومية والخاصة

تم التشديد على ضرورة هيكلة الاستثمارات، سواء المباشرة المرتبطة بالبنيات السياحية، أو غير المباشرة المرتبطة بالبنيات الداعمة، بما يعزز التكامل بين التنمية السياحية والتنمية الترابية.

المحور الأول: تدبير الصناعة السياحية الجهوية

اندرجت النقاشات في هذا المحور ضمن مقاربة زمنية تأخذ بعين الاعتبار الماضي والحاضر والمستقبل، حيث تم التأكيد على أهمية تثمين المكتسبات وتعزيز موقع الدار البيضاء كعاصمة معاصرة لسياحة الأعمال بإفريقيا. ويتمثل التحدي الرئيسي في تجاوز الطابع الموسمي والاختلالات المرتبطة بتوزيع الطلب، خاصة خلال عطلة نهاية الأسبوع، بهدف بناء جاذبية مستمرة على مدار السنة. يتطلب هذا الأمر الربط بين التراث والواقع الحالي والتخطيط الاستراتيجي للاستثمارات المستقبلية.

المحور الثاني: تطوير الاستثمارات

تم التمييز بين نوعين من الاستثمارات:

الاستثمارات المرتبطة مباشرة بالسياحة

تشمل مشاريع مهيكلية، من بينها قصر المؤتمرات، وتطوير المجال القروي، والفنادق، ومنشآت الترفيه، والمؤسسات الثقافية، والبنيات المينائية والسياحة البحرية.





الاستثمارات الشاملة المرتبطة بجودة العيش

تشمل مشاريع مثل مطار بنسليمان للرحلات منخفضة التكلفة، وخط القطارات السريعة بين الدار البيضاء ومراكش، وتحسين البنى التحتية الأساسية والإطار الحضري، بما يعزز في الوقت ذاته تجربة الزوار وجودة عيش السكان.

التوصيات المنبثقة عن الأشغال



- تندرج التوصيات ضمن منطق عملي يهدف إلى:
- تعزيز آليات التنسيق بين الفاعلين؛
- تطوير دراسات الأثر والمؤشرات السياحية؛
- تثمين الوزن الاقتصادي للقطاع السياحي؛
- إشراك الساكنة المحلية في المشاريع المستدامة؛
- تحقيق التكامل بين المجالين الحضري والقروي؛
- ضمان التوازن بين الطموحات السياحية والقدرات المجتمعية؛
- جعل السياحة رافعة للتعليم ونقل المعرفة والمشاركة.

رؤية أخلاقية وفلسفية للتنمية السياحية



- اختتمت السيدة العلوي مداخلتها بتقديم قراءة مفاهيمية مستلهمة من القيم الفلسفية، تقوم على أربعة مبادئ:
 - **الخير**: اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب؛
 - **الجمال**: بناء سرديّة ترايبية جذابة؛
 - **العدل**: إرساء سياحة مستدامة وأخلاقية وشاملة؛
 - **الصدق**: ترسيخ الاستراتيجية في الأصالة الترابية.
- وأكدت أن التسويق الترابي هو بالأساس عملية بناء جماعي لرؤية موحدة ومتماسكة.

العامل البشري كرافعة أساسية لتنشيط السياحة

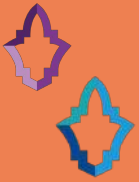


- في تفاعلها مع سؤال حول عوامل تفعيل السياحة، شددت السيدة العلوي على أن **العنصر البشري** يمثل المحرك الأساسي لجاذبية الوجهة، داعية إلى اعتبار المواطن **"الفاعل الرابع"** في حكمة القطاع.
- وأوضحت أن الدور الاستراتيجي للمواطن يتجلى في كونه:
- **سفيراً للجهة؛**
- **ضامناً لجودة العيش؛**
- **عاملاً أساسياً في تعزيز الثقة لدى المستثمرين والزوار؛**
- **شريكاً في بناء استراتيجية التسويق الترابي.**

واختتمت مداخلتها بالتأكيد على أن أي استراتيجية جذب لا يمكن أن تنجح دون انخراط فعلي للساكنة المحلية، معتبرة أن التسويق الترابي يبدأ من الداخل، عبر بناء قصة حقيقية يعيشتها السكان قبل أن يتم تسويقها للآخرين.

رسالتها النهائية واضحة لا لبس فيها :

فبدون انخراط السكان المحليين ومشاركتهم الفعالة، لا يمكن لأي استراتيجية لجذب المستثمرين أن تكون فعالة تماماً ومستدامة.



مداخلة السيدة فاطمة بوعبد

المندوبة الجهوية للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات



تثمين المكتسبات :

تعزيز موقع سياحة الأعمال والقطاعات ذات القيمة المضافة

استهلّت السيدة فاطمة بوعبد مداخلتها بالتأكيد على أولويتين رئيسيتين برزتا خلال أشغال المنتدى، تتمثلان في **تثمين المكتسبات الحالية وتطوير العرض السياحي عبر إدماج المجال القروي**.

وفيما يتعلق بالمكتسبات، شددت على ضرورة تعزيز موقع الدار البيضاء كوجهة رائدة في سياحة الأعمال (MICE)، إلى جانب تثمين القطاعات المكتملة ذات الأداء الجيد، من خلال دعم البنيات التحتية، وتحسين جودة الخدمات والتكوين، وتطوير السياحة العلاجية وسياحة التسوق، إضافة إلى تعزيز موقع ميناء الرحلات البحرية الذي تحتل فيه الدار البيضاء مكانة رائدة وطنياً. غير أنها نبهت إلى بعض المؤشرات التي تطرح تحديات حقيقية، خاصة ضعف متوسط مدة الإقامة (**يومان فقط**) ونسبة الملء (**50%**)، مؤكدة أن الرهان لا يقتصر على استقطاب الزوار، بل يتطلب بالأساس **إطالة مدة إقامتهم** وتعزيز القيمة المضافة الناتجة عن زيارتهم.

إغناء العرض: ربط المدينة بالمجال القروي

أكدت السيدة بوعبد أن تطوير العرض السياحي يمر عبر إدماج فعلي للمجال القروي، الذي يمثل نسبة كبيرة من التراب الجهوي (70%)، بهدف تقديم تجارب سياحية متنوعة تشمل الطبيعة، والشواطئ، والسود، والسياحة البيئية، مع تحقيق آثار اقتصادية واجتماعية على المستوى المحلي. وشددت على أهمية **الربط** بين العرض الحضري القائم وهذه التجارب الجديدة، سواء من خلال البنيات التحتية، أو عبر آليات التنسيق، أو من خلال تطوير عروض تجارية مدمجة. وفي هذا السياق، اعتبرت أن دور الفاعلين الخواص يظل محورياً في هيكلة وتسويق هذه الوجهة الجهوية المتكاملة.

الاستدامة: التزام مهيكل ومؤطر

أعادت السيدة بوعبد التأكيد على أن الاستدامة تمثل توجهاً استراتيجياً على المستوى الوطني، مبرزة أنها تعتمد على ثلاث مراحل رئيسية:

أولاً: قبل إنجاز المشاريع (دراسات الأثر)

تُمكن هذه الدراسات من تقييم الآثار البيئية والاجتماعية والاقتصادية للمشاريع، واقتراح التعديلات أو التدابير التصحيحية قبل المصادقة عليها.

ثانياً: خلال التنفيذ (المواكبة والتحفيزات)

تواكب الإدارات العمومية المستثمرتين من أجل إدماج معايير الاستدامة، مثل النجاعة الطاقية، والعزل الحراري وإعادة تدوير المياه والمواد الموفرة للطاقة، مع الاستفادة من آليات تحفيزية كالمزايا الضريبية والجبائية والدعم المرتبط بالبرامج البيئية. وأشارت إلى أن القانون رقم 14-80 يضع مجموعة أساسية من معايير الاستدامة، والتي يمكن أن تؤثر على تصنيف المؤسسات.

ثالثاً: بعد التشغيل (التتبع والتقييم)

لا تقتصر الاستدامة على مرحلة البناء فحسب. وذكرت المثالين التاليين:

- عمليات تدقيق استهلاك الطاقة التي بدأت منذ مؤتمر الأطراف الثاني والعشرين (COP22) - المؤسسات التي تمت مواكبتها في الدار البيضاء الهدف:
- خفض فاتورة الطاقة - تحسين نجاعة الإضاءة وغرف الغسيل واستهلاك المياه - توعية أصحاب الفنادق

قراءة المؤشرات السياحية: خصوصية نموذج الدار البيضاء

قدمت المتدخلة قراءة تحليلية للمؤشرات السياحية، مبرزة أن نسبة الملء (**50%**) لا تعكس بالضرورة الأداء الاقتصادي الحقيقي للوجهة، حيث تستفيد الدار البيضاء من مداخل مهمة مرتبطة بالمتاحف، والأنشطة المرتبطة بالتظاهرات، والخدمات الموازية.

وأوضحت أن النموذج الاقتصادي للدار البيضاء يختلف عن الواجهات الشاطئية التقليدية، مما يستدعي اعتماد مقاربة تحليلية ملائمة لخصوصياتها **دون الاقتصاد على تحليل يعتمد حصرياً على مؤشر الإيواء الفندقي**.

الدور التنفيذي للمنشآت السياحية

اختتمت السيدة بوعبد مداخلتها بالتأكيد على الدور التنفيذي للمنشآت السياحية، خاصة فيما يتعلق بتتبع استعمال الدعم العمومي، والتحقق من تنفيذ أعمال تجديد المنشآت ومراقبة جودة الخدمات، وضمان استفادة المواطنين والسياح من الاستثمارات المنجزة.

وشددت في الأخير على أهمية تعبئة كافة الفاعلين والعمل بشكل تشاركي، من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة، تعود بالنفع على المستويين الاقتصادي والاجتماعي.



مداخلة السيدة سلمى بنيس

مديرة قسم التحفيز الاقتصادي والترابي بالمركز الجهوي للاستثمار



إصلاح مُهيكل في خدمة الاستثمار

استهلّت السيدة سلمى بنيس مداخلتها بتأطير مؤسّساتي، مبرزة الأثر الكبير للقانون 18-47 المتعلق بإصلاح المراكز الجهوية للاستثمار، والذي ساهم في إحداث تحول عميق في منظومة الاستثمار على المستوى الجهوي. وقد تجلّى هذا التحول من خلال تبسيط المساطر، واعتماد الرقمنة عبر منصة "criinvest"، وإحداث اللجنة الجهوية الموحدة للاستثمار، إلى جانب الانتقال من منطق الإجماع إلى منطق الأغلبية في اتخاذ القرار. كما أبرزت التحسن الملحوظ في آجال دراسة الملفات، التي انتقلت من عدة أشهر إلى معدل لا يتجاوز بضعة أيام، معتبرة أن هذا التطور يشكل رافعة أساسية لتعزيز جاذبية الاستثمار وتحسين مناخ الأعمال.

الانتقال من الدراسات إلى التنفيذ

أبرزت المتدخلة أن الدراسات والتصورات الاستراتيجية متوفرة بالفعل، خاصة في إطار التصميم الجهوي لإعداد التراب وبرنامج التنمية الجهوية، داعية إلى تجنب تكرار الدراسات والانتقال إلى مرحلة التنفيذ الفعلي. وفي هذا السياق، شددت على أهمية التركيز على التنسيق العملي، وتفعيل المشاريع، مع دعم مقترح إحداث لجنة دورية تضم مختلف الفاعلين لضمان تتبع فعلي للتقدم المحرز.

التشاور والذكاء الجماعي كمنهجية عمل

أكدت السيدة بنيس أن دور المركز الجهوي للاستثمار يتمثل في مواصلة دعم التشاور بين الفاعلين، وتسهيل الاستثمار، وتعزيز منطق الذكاء الجماعي. وتشير إلى أن بيانات ودراسات المركز الجهوي للاستثمار متاحة للجمهور على الموقع الإلكتروني للمؤسسة، داعية بذلك إلى مزيد من الشفافية ومشاركة الجهات المعنية.

التجربة السياحية ومنهجية السرد : بعد نوعي يجب تعزيزه

في ختام مداخلتها، قدمت المتدخلة قراءة أكثر ارتباطاً بتجربة الزائر، مؤكدة أن تطوير السياحة لا يقتصر على البنيات التحتية، بل يتطلب خلق تجربة متكاملة تقوم على منهجية السرد الترابي.

وشددت على أهمية تطوير أدوات مبتكرة، من قبيل وسائل النقل السياحي التفاعلي، بما يتيح للزائر اكتشاف المدينة بطريقة جذابة، مشيرة إلى إمكانية إحداث شراكات بين القطاعين العام والخاص لتجسيد هذه المشاريع.

وضعية الاستثمار السياحي بالأرقام

منذ دخول الإصلاح حيز التنفيذ سنة 2020، تعكس المؤشرات دينامية استثمارية واضحة:

- 155 مشروعاً سياحياً تمت المصادقة عليه؛
- 32% من المشاريع تمت الموافقة عليها من طرف اللجنة الجهوية الموحدة للاستثمار؛
- 11 مليار درهم كحجم إجمالي للاستثمارات؛
- 12.000 منصب شغل مباشر متوقع.

التوزيع الترابي:

- 62% من المشاريع متركزة بمدينة الدار البيضاء؛
- 19% بإقليم الجديدة؛
- تركّز ملحوظ للاستثمارات على مستوى القطب الحضري للدار البيضاء.

طبيعة المشاريع:

- 90% من المشاريع تهتم قطاعي الإيواء والمطاعم؛
- 45% منها توفر ما بين 10 و 50 منصب شغل مباشر؛
- ضعف حضور المشاريع الموجهة خصيصاً نحو السياحة المستدامة.

الخلاصة :

الدينامية الاستثمارية قائمة، غير أنها تظل متركزة أساساً في قطاع الإيواء وعلى مستوى مدينة الدار البيضاء.

رؤية ترابية متميزة ومتكاملة الأدوار

أكدت السيدة بنيس أن جهة الدار البيضاء - سطات لا تختزل في مدينة الدار البيضاء، مشيرة إلى أن وثائق التخطيط الترابي (SRAT, PDR) مكنت من تحديد توقعات واضحة لكل إقليم داخل الجهة :

- الجديدة: السياحة الشاطئية والرياضة
 - الدار البيضاء الكبرى: الأعمال، الصحة، الرياضة، صيد الأسماك الترفيهي
 - بنسليمان: السياحة الخضراء والبيئية
 - برشيد و سطات: السياحة القروية والثقافية، البحيرات، الرياضة
 - وفي هذا الإطار، شددت على ضرورة:
 - تعزيز تموقع الدار البيضاء كقطب رئيسي لسياحة الأعمال؛
 - تطوير مشاريع مهيكلية، من بينها قصر للمهرجانات والتظاهرات؛
 - تحسين الربط الاستراتيجي مع المطار والقطب المالي للدار البيضاء؛
 - إطلاق مشاريع متلائمة مع خصوصيات كل مجال ترابي.
- كما أشارت إلى وجود عدد من المشاريع قيد الدراسة، خاصة في مجالات السياحة الصحية، والرياضة، والتسوق.

مداخلة السيد رضى فصيح

نائب رئيس مكلف بتطوير شمال وشمال غرب إفريقيا بمجموعة ACCOR



السياحة: محرك اقتصادي... وإمكانات غير مستغلة

استهل السيد رضى فصيح مداخلته بالتأكيد على أن السياحة تُعدّ محركاً أساسياً للنمو، غير أنه اعتمد في الوقت ذاته قراءة واقعية ونقدية لأداء الوجهة.

فيعد أزيد من عشرين سنة من التجربة بمدينة الدار البيضاء، أشار إلى التقدم الكبير المحقق على مستوى البنيات التحتية والتحديث الحضري، مقابل استمرار ضعف الأداء الاقتصادي للقطاع.

المؤشر الذي يلفت الانتباه : 50% كنسبة ملء سنوية !

وشدد على أن مركز المؤتمرات وحده لا يكفي؛ بل يجب توفير:

- قدرة استيعابية لإطعام ما بين 3000 و 5000 شخص؛
- أنشطة موازية خارج أوقات التظاهرات؛
- دينامية حقيقية حول الحدث.

تفعيل السياحة الترفيهية الفردية (الأكثر استراتيجية... والأكثر تعقيداً)

اعتبر السيد فصيح هذا القطاع الرافعة الحقيقية للإقلاع السياحي، رغم كونه:

- الأكثر صعوبة في التطوير؛
- والأكثر تطلباً من حيث تجربة الزبون.

وأكد على مبدأ أساسي:

لا ينبغي تسويق الوجهة، بل يجب تسويق التجربة.

وترتكز تجربة الزبون على:

- تناسق مختلف مكونات العرض؛
- وجودة أضعف حلقة ضمن هذه السلسلة.

الصورة المعبرة المستخدمة: «قوة السلسلة تقاس بحلقتها الأضعف».

خلق النشاط: دور محوري للاستثمار الخاص

لرفع نسبة الإيواء، شدد على ضرورة:

- خلق أنشطة جديدة؛
- تطوير محتوى تجريبي جذاب؛
- تحفيز الاستثمار الخاص.

وهو رقم يعكس:

- إمكانات كبيرة غير مستغلة؛
- طابعاً موسمياً واضحاً؛
- تركّز الطلب خلال أيام العمل الأسبوعية.

توزيع الطلب:

- من الإثنين إلى الخميس: شبه امتلاء؛
 - نهاية الأسبوع: ضعف كبير في الاستغلال.
- وأكد أن الدار البيضاء تحقق أداءً جيداً في قطاع محدد وهو سياحة الأعمال الفردية.
- غير أن التحدي الحقيقي يكمن في:
- تقليص فترات الركود؛
 - وتنويع الشرائح السياحية.

هيكل ثلاثة قطاعات أساسية للتنمية

تعزيز قطاع الأعمال

تتميز الدار البيضاء بأداء قوي في:

- السياحة الفردية للأعمال؛
- الأعمال الدولية.

وبُعد هذا القطاع بمثابة "الرافعة الحالية" للوجهة.

تطوير قطاع المجموعات والتظاهرات

لتوسيع نسبة الإيواء، دعا إلى:

- إحداث قصر للمهرجانات؛
- تطوير منظومة متكاملة حوله (مطاعم، تنشيط، لوجستيك).





وهذا يعكس:

- جاذبية نسبية ضعيفة؛
- محدودية الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- صورة سوق ضعيف خلال نهاية الأسبوع.

وأخيراً أكد السيد فصيح أن:

العامل العاطفي غير كافٍ، والمردودية هي المُحدِّد الأساسي لجذب المستثمرين.

رافعتان أساسيتان لرفع نسبة الإيواء

حدد المتدخل أولويتين عمليتين:

خلق الأنشطة (الترفيه والتظاهرات):

- تطوير مفاهيم مبتكرة يقودها القطاع الخاص؛
- تفعيل الكورنيش؛
- بناء عروض نهاية أسبوع جذابة.

تسهيل ومواكبة الاستثمار الخاص:

- تبسيط المساطر؛
 - تحديد فرص واضحة؛
 - مواكبة إعداد مشاريع ذات مرجعية دولية.
- طموحه: أن تصبح الدار البيضاء مصدر إلهام، لا مجرد مُقلِّدة.**

التزام مجموعة ACCOR

أعلن السيد فصيح عن:

- توقيع مشروع فندقي جديد ومبتكر في المستقبل القريب؛
 - موجه لقطاع غير مستغل حالياً؛
 - مع افتتاح مرتقب خلال حوالي سنتين.
- ويعكس هذا:
- ثقة في إمكانات الوجهة؛
 - ورغبة في مواكبة تطويرها.

وقدم أمثلة لمشاريع ممكنة:

- فضاءات شاطئية حديثة (Beach Lounges)
- نوادٍ شاطئية (Beach Clubs) ؛
- مفاهيم مبتكرة مستوحاة من التجارب الدولية.

مع التأكيد على شروط أساسية:

- الابتكار والتميز؛
 - الاستدامة؛
 - الاستلham من النماذج الدولية؛
 - استخدام مواد محلية وحلول طاقة مستدامة.
- الهدف: صياغة أمثلة ناجحة تصبح مراجع دولية.**

الترويج و منهجية السرد: ورش أساسي

أبرز السيد فصيح أن الدار البيضاء تعاني من **ضعف في الترويج لذاتها**، رغم المؤهلات المتوفرة. وأشار إلى أن:

- السكان يشكلون أول سفراء للوجهة؛
 - غير أنهم غالباً ما يوجهون الزوار نحو مدن أخرى.
- وشدد على أهمية:
- الرقمنة؛
 - دور الزبناء كناقلين للتجربة؛
 - تثمين ما هو متوفر بالفعل.

الخلاصة:

- تم إنجاز استثمارات كبرى في البنيات التحتية؛
- لكن تثمينها وتسويقها لا يزالان دون المستوى المطلوب .

الاستثمار: قراءة اقتصادية واقعية

قدم قراءة عملية لسلوك المستثمر، مؤكداً أنه يعتمد أساساً على:

- عائد الاستثمار (TRI) ؛
- المردودية؛
- عمق السوق.

مقارنة دولية:

- برشلونة: 80% كنسبة ملء؛
- باريس: 78%؛
- الدار البيضاء: 50%.



الجلسة النقاشية الثانية



سياحة الأعمال (MICE)، والثقافة، والترفيه، والسياحة
القروية من أجل مقارنة متعددة المكونات لتطوير السياحة
بجهة الدار البيضاء – سطات

تمحورت هذه الجلسة الثانية، المخصصة لمكونات العرض السياحي
والرافعات العملية لتطويره على المستوى الجهوي، حول الانتقال من
مستوى التفكير الاستراتيجي إلى مرحلة تفعيل الميداني للقطاعات
الواعدة.

وفي سياق يتسم بمرحلة الإقلاع بعد الجائحة، لم يعد التحدي يقتصر على
استقطاب الزوار، بل أصبح يتمثل في هيكلة وربط وتفعيل القطاعات ذات
الإمكانات العالية، خاصة سياحة الأعمال (MICE)، والسياحة القروية،
والثقافية، والترفيهية، وذلك بهدف إطالة مدة الإقامة، وتحسين نسبة الإيواء
خلال عطلة نهاية الأسبوع، وتعزيز القيمة الترابية المضافة.

وفي هذا الإطار، سعت هذه الجلسة إلى تحديد الأولويات العاجلة،
وتشخيص المعوقات، واقتراح الاستثمارات المهيكلية الضرورية، من أجل
تمكين جهة الدار البيضاء – سطات من التمتع كوجهة سياحية متعددة
المكونات، منسجمة، شاملة وتنافسية، مدعومة بحكامة جهوية معززة
وبنيات تحتية ملائمة.







مداخلة السيدة بشرى الطيبي

مستشارة في السياحة ومكلفة بالتطوير بالمجلس الجهوي
للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات

سياحة الأعمال: رافعة استراتيجية تحتاج إلى هيكلية

الإمكانات المتوفرة

- تتوفر الجهة على مجموعة من المقومات الأساسية:
- الأمن والاستقرار؛
- البنيات التحتية والتنقل؛
- تموقع الدار البيضاء كقطب اقتصادي ومالي إفريقي؛
- الربط الجوي والبري؛
- طاقة إيوائية متزايدة؛
- خبرة الشركات المحلية لإدارة الوجهات السياحية (DMC).

الرهانات

- خلق فرص الشغل المباشرة وغير المباشرة؛
- رفع العائدات الجبائية؛
- جلب العملة الصعبة؛
- تعزيز الإشعاع الدولي.

العائق الرئيسي

- غياب قصر مؤتمرات ملائم.

التوصيات

- إحداث قصر للمؤتمرات بالدار البيضاء؛
- تفعيل حلول مرحلية (المعرض الدولي بالدار البيضاء، معرض مكتب الصرف، قاعة العروض بالجديدة وغيرها)؛
- إحداث شبك جهوي موحد خاص بسياحة الأعمال؛
- بناء هوية تسويقية قوية للجهة في مجال سياحة الأعمال.

المنتدى كمسار للتشاور وبناء رؤية مشتركة مستدامة

أكدت السيدة بشرى الطيبي في مستهل مداخلتها أن هذا المنتدى يشكل اللبنة الأولى في مسار تشاركي يروم بناء نموذج سياحي مستدام وشامل لجهة الدار البيضاء - سطات. وأوضحت أن المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات ليس تظاهرة ظرفية، بل هو نتاج ورشات تحضيرية جمعت مختلف الفاعلين، من مهنيين ومنتخبين وسلطات، في إطار مقارنة تشاركية سيتم اعتمادها بشكل مستمر لضمان الاستمرارية والانتقال إلى مرحلة التنفيذ.

ويعتمد هذا التوجه على مقارنة متعددة المكونات، تركز على أربعة محاور أساسية:

- سياحة الأعمال (MICE)؛
- السياحة القروية؛
- الثقافة (التراث المادي واللامادي)؛
- الترفيه (الشاطئ، فن الطبخ، الحياة الليلية، التجارب السياحية).





السياحة القروية: رافعة للإدماج والتنمية الترابية



الإمكانات

- السدود والغابات (بنسليمان، بوسكورة)؛
- الأسواق الأسبوعية؛
- الشلالات؛
- الضيعات الفلاحية والسياحة الزراعية.

الرهانات

- التشغيل الذاتي في العالم القروي؛
- تنوع مصادر الدخل؛
- الإدماج الاجتماعي والاقتصادي؛
- تحقيق تنمية مستدامة.

الإكراهات

- انتشار القطاع غير المهيكل؛
- مساطر إدارية معقدة؛
- ضعف الترويج وقلة الظهور.

التوصيات

- مواكبة وتكوين الساكنة القروية؛
- تسهيل إنشاء المقاولات لمحاربة القطاع غير المهيكل؛
- الاستثمار في البنيات الأساسية (التنقل، التجهيز)؛
- تحسيس السلطات المحلية بأهمية السياحة القروية.

الرهانات المشتركة

- خلق فرص الشغل؛
- رفع المداخيل؛
- بناء صورة وجهة متعددة المكونات.

الإكراهات

- نقص المعلومات حول المسارات السياحية؛
- قلة المرشدين المؤهلين؛
- صعوبات الاستثمار؛
- إكراهات جبائية وتحديات الموارد البشرية.

التوصيات

- هيكلة مسارات ثقافية مع ترويج فعال؛
- إعداد أجندة ثقافية سنوية استباقية؛
- الحد من الموسمية؛
- تثمين الفنانين المحليين؛
- تطوير عروض نهاية الأسبوع الترفيهية؛
- تحديث الشواطئ عبر مفاهيم مبتكرة ومستدامة؛
- تنوع الأنشطة (رياضة، ثقافة، تسوق، تجارب).

الشراكة في مجال البحث-التطبيق:



أعلنت السيدة الطيبي عن إطلاق تعاون بين المجلس الجهوي للسياحة وكلية الآداب والعلوم الإنسانية بالمحمدية، مع التوجه نحو توسيع هذه الشراكة لتشمل مؤسسات أخرى تابعة لجامعة الحسن الثاني.

وأكدت أن اعتماد مقاربة البحث-التطبيق يشكل رافعة استراتيجية لإنتاج معرفة عملية تدعم تطوير القطاع السياحي على المستوى الجهوي.



الثقافة والترفيه: تعزيز تجربة الوجهة



الإمكانات الثقافية

- التراث المعماري؛
- التظاهرات الفنية؛
- التراث اللامادي (العيطة، المواسم، الفروسية التقليدية).

الإمكانات الترفيهية

- 235 كلم من الشواطئ؛
- 6 ملاعب للغولف؛
- أنشطة رياضية بحرية؛
- 28.000 سرير فندقي مع مشاريع إضافية قيد الإنجاز؛
- مراكز تجارية، عرض غني في فن الطبخ والحياة الليلية.





مداخلة السيد مهدي الرويسي شريك مسير بمجموعة TRANSATOURS

سياحة الأعمال: قطاع أساسي ومهيكل
أكد السيد مهدي الرويسي منذ بداية مداخلته أن سياحة الأعمال (MICE) ليست فقط قطاعاً ضرورياً، بل تشكل بالفعل أحد الأعمدة الأساسية للمنظومة السياحية بجهة الدار البيضاء – سطات. غير أن التحدي الحقيقي لا يكمن في تطويرها كمياً فحسب، بل في **قدرتها على أن تصبح رافعة مهيكلية لباقي المكونات السياحية.**

وفي هذا الإطار، شدد على ضرورة:

- الحفاظ على تموقع الجهة كقطب رائد في سياحة الأعمال؛
- جعل قطاع سياحة الأعمال محفزاً لتطوير السياحة الثقافية والقروية والترفيهية؛
- استخدام سياحة الأعمال كجسر يربط الزوار الدوليين بالمجالات التراثية الريفية.

وأكد أن هذا التكامل من شأنه تعزيز الأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة على نطاق أوسع.



فرصة ما بعد كوفيد: الجمع بين العمل والرفاهية

سلط المتدخل الضوء على التحول الذي عرفته سياحة الأعمال بعد الجائحة، حيث أصبحت مسألة **رفاهية الموظفين** عنصراً أساسياً في اختيارات الشركات.

- 80% من مسؤولي تدبير السفر المهني أصبحوا يدمجون معايير الرفاهية في قراراتهم.
- ويمثل هذا التحول فرصة حقيقية للجمع بين الأعمال والترفيه، عبر أنشطة مثل الرياضة، والغولف، ورياضات البحر، والمنتجعات الصحية.
- إمكانية رفع متوسط مدة الإقامة.

متوسط مدة الإقامة حالياً:

- 1,5 ليلة في السياحة الترفيهية؛
- ليلتان في سياحة الأعمال.

الهدف: بلوغ 3 ليالٍ في المتوسط، بما يسمح بتنشيط فترات نهاية الأسبوع وربطها بباقي القطاعات السياحية، خاصة القروية والثقافية والترفيهية.



أثر اقتصادي كبير لسياحة الأعمال

استناداً إلى دراسة فرنسية (EY – 2019)، أبرز السيد الرويسي الوزن الاقتصادي الكبير لقطاع سياحة الأعمال:

- 55 مليون سائح أعمال؛
 - 55.000 تظاهرة ومؤتمر؛
 - 32 مليار يورو من العائدات الاقتصادية.
- وتتوزع هذه العائدات على مختلف مكونات المنظومة:
- 55% لفائدة مهن التظاهرات والخدمات المرتبطة بها؛
 - 45% لفائدة مهنيي السياحة (فنادق، نقل، تجارة، مرشدين...).
- وأكد أن سياحة الأعمال تشكل **رافعة قوية لإنتاج الثروة على المستوى الترابي.**



الاستعجال المرتبط بالبنيات التحتية

شدد المتدخل على أن أي طموح سياحي يظل محدوداً دون بنية تحتية ملائمة.

ومن أبرز الحاجيات التي تم التأكيد عليها:

- إحداث قصر مؤتمرات / قصر مهرجانات بطاقة استيعابية كبيرة؛
- تجاوز محدودية البنيات الحالية في استقبال تظاهرات تفوق 1000 مشارك؛
- تطوير منظومة متكاملة تشمل المطاعم، والنقل، والتنشيط.

وفي هذا السياق، قارن بوضعية إسطنبول، التي تتوفر على فضاءات تتجاوز طاقتها **5000 مقعد**، معتبراً أن الدار البيضاء ما تزال تعاني من تأخر هيكلي في هذا المجال.



الهوية ومنهجية السرد:

في ختام مداخلته، دعا السيد الرويسي إلى إعادة ربط الدار البيضاء بهويتها العميقة، باعتبارها مدينة صامدة ومتجددة ودائمة التحول. وأشار إلى أن روح المدينة وديناميتها وقدرتها على التجدد تمثل عناصر قوية **لبناء سرد سياحي جذاب، يمكن أن تشكل أساساً لتطوير وجهة سياحية متعددة المكونات وذات إشعاع دولي.**





مداخلة السيدة أسماء بوعوينات

أستاذة جغرافيا السياحة بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بالمحمدية
— جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء

تعريف وتموقع السياحة القروية

استهلّت الأستاذة أسماء بوعوينات مداخلتها بتقديم تأطير علمي لمفهوم السياحة القروية، معتبرة أنها تشمل مختلف الأنشطة السياحية التي تُمارس داخل المجالات القروية، من إيواء ومطاعم وترفيه وتنشيط، لكن ضمن **هوية ترابية خاصة تختلف عن النموذج الحضري**.

وأكدت على ضرورة تفادي نقل النموذج السياحي الحضري بشكل مباشر إلى المجال القروي، مع الحرص على الحفاظ على أصالة المجالات الترابية وخصوصياتها المحلية.

تجارب البحث-التطبيق: المحمدية – بنسليمان

اعتماداً على أبحاث طلبتها في شعبة الجغرافيا، قدمت المتدخلة نتائج دراسات ميدانية أنجزت على مستوى جماعتين ترابيتين، وفق مقارنة دقيقة ومجالية.

جماعة سيدي موسى المجدوب

من أبرز المؤهلات التي تم رصدها:

- القرب من أقطاب حضرية كبرى (الدار البيضاء، المحمدية، بوزنيقة)؛
- تضاريس ملائمة للمشى الجبلي والأنشطة الطبيعية؛
- وادي المالح والمناظر الطبيعية المتنوعة؛
- موسم صيفي معروف؛
- وجود وحدات إيواء مصنفة؛
- عرض محلي تلقائي لكنه يظل غير مُهيكل.

جماعة عين تيزغة (بنسليمان)

تمت الإشارة إلى مجموعة من المؤهلات، من بينها:

- المناظر المائية والينابيع والمغارات؛
 - الغطاء الغابوي الكثيف (غابات البلوط القليني)؛
 - إمكانات واعدة للسياحة البيئية والعلمية؛
 - التراث الثقافي والموسيقى المحلي؛
 - اعتماد أساسي على الزبون الوطني.
- وأكدت المتدخلة أن هذين المجالين يعكسان إمكانات طبيعية وثقافية مهمة، رغم استمرار عدد من الإكراهات البنيوية.

الإكراهات المطروحة

رغم المؤهلات المتوفرة، أبرزت الأستاذة بوعوينات مجموعة من المعوقات، من أهمها:

- ضعف الولوجية والتشوير؛
 - محدودية التثمين والترويج؛
 - غياب خرائط عملية موجهة للمهنيين؛
 - هيمنة المبادرات غير المهيكلة؛
 - صعوبة الولوج إلى الدراسات الجامعية.
- وشددت بشكل خاص على **أهمية الخرائط** كأداة للتشخيص والتسويق السياحي في الآن ذاته.

الدعوة إلى البحث-التطبيق والشراسة

تمحورت الرسالة الأساسية لمداخلتها حول ضرورة تعزيز التقارب بين الجامعة والفاعلين المهنيين.

وفي هذا الإطار، دعت إلى:

- إرساء اتفاقية إطار بين جامعة الحسن الثاني والمجلس الجهوي للسياحة؛
- توجيه البحث العلمي نحو حاجيات الميدان؛
- ترجمة الدراسات إلى عدة لغات وتوسيع دائرة نشرها؛
- جعل الأبحاث الجامعية قابلة للاستثمار والاستغلال العملي.

كما أكدت على أهمية اعتماد مقاربة محلية دقيقة، على مستوى الجماعات الترابية، من أجل الكشف الحقيقي عن الإمكانات السياحية، بدل الاكتفاء بمقاربات عامة وشمولية.





مداخلة السيد الزوبرير بوحوت
خبير في السياحة



المنتدى: مبادرة استراتيجية تستحق الاستثمارية

استهل السيد الزوبرير بوحوت مداخلته بالإشادة بمبادرة المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، معتبراً أن جمع المهنيين، والإدارة، والمنتخبين ضمن فضاء واحد للحوار يشكل في حد ذاته نجاحاً استراتيجياً.

وأكد أن هذا التقارب بين مختلف مكونات القطاع يمثل نقطة انطلاق أساسية لبناء تنمية سياحية مهيكلية، داعياً إلى ترسيخ هذه المقاربة بشكل مؤسساتي ومستدام. كما ذكر بالأهمية الاقتصادية للسياحة على المستوى الوطني، مشيراً إلى أن القطاع يحقق **78 مليار** درهم من عائدات العملة الصعبة؛ إضافة إلى مساهمته في توازن ميزان الأداءات والموارد الجبائية (الضريبة على القيمة المضافة، الضريبة على الشركات، الرسوم المحلية...).



المعطيات الرقمية: الدار البيضاء وتحدي الطاقة الإيوائية

اعتمد السيد بوحوت مقارنة اقتصادية قائمة على المقارنة والمعطيات الرقمية:

- الدار البيضاء: حوالي 21.000 سرير سنة 2021؛
- مراكش: **74.000** سرير؛
- مؤتمر COP22: تعبئة حوالي **40.000** مشارك؛
- مراكش: **8,3** ملايين ليلة سياحية؛
- أكادير: **6** ملايين ليلة سياحية.

وأكد أن الإشكال ليس نظرياً، بل يرتبط مباشرة بضعف الطاقة الإيوائية، معتبراً أن الدار البيضاء لا يمكنها استقطاب تظاهرات دولية كبرى دون تعزيز قدراتها الاستيعابية. كما رفض فكرة أن رفع العرض يؤدي بالضرورة إلى تراجع نسب الإيواء، مستشهداً بتجربة مراكش، حيث **ساهمت الاستثمارات المكثفة في رفع عدد الليالي السياحية وتحسين نسب الإيواء في الوقت ذاته.**





الاستثمار: أساس التنمية السياحية

أكد السيد بوحوت أن **الاستثمار المهيكل** يشكل المدخل الأساسي لتطوير القطاع السياحي، سواء تعلق الأمر بـ:

- الفنادق؛
 - البنيات التحتية الخاصة بسياحة الأعمال؛
 - المناطق السياحية المهيكلية؛
 - أو المنظومة المتكاملة المرتبطة بالخدمات السياحية.
- واستشهد بتجربة أكادير وبرنامج تطوير جهة سوس - ماسة، الذي شمل **30 منطقة سياحية جديدة**؛ على مساحة تناهز **33 ألف هكتار**.
- واعتبر أن الاستثمار المطلوب يجب أن يكون:

- مكثفاً؛
- ذا بعد جهوي؛
- قائماً على الذكاء الاقتصادي؛
- ومبنياً على المردودية.



المقاربة الجهوية والحكمة الترابية

استناداً إلى خطاب ملكي يعود لسنة 2001، شدد السيد بوحوت على أن التنمية السياحية المتوازنة تقتضي اعتماد **مقاربة جهوية واضحة**.

- ومع ورش الجهوية المتقدمة، أصبح من الضروري:
- إدماج السياحة بشكل كامل ضمن برامج التنمية الترابية؛
 - تعزيز التنسيق مع المراكز الجهوية للاستثمار والمنتخبين؛
 - الدفاع عن القطاع باعتباره رافعة للتشغيل والموارد الجبائية المحلية.
- كما استحضّر قصة "بيع الأمشاط للرهبان البوذيين"، للتأكيد على ضرورة إقناع صناع القرار **بالحجج الاقتصادية الملموسة (العائدات المالية والجبائية والاقتصادية والاجتماعية)**، وليس فقط بالخطابات القطاعية التقليدية.



التموقع الدولي والاستعجال الاستراتيجي

- اختتم السيد بوحوت مداخلته بمقارنة وضعية المغرب بعدد من الوجهات المنافسة:
- مصر : 300 ألف غرفة فندقية قائمة و56 ألف غرفة قيد الإنجاز؛
 - تركيا : انتعاش قوي بعد كوفيد؛
 - المغرب : **وتيرة تعافٍ أبطأ وتراجع في العائدات**.
- وخلص إلى أن المغرب فقد جزءاً من تقدمه التاريخي، مما يفرض اعتماد **سياسة استثمارية طموحة وسريعة لاستعادة تنافسيته على المستوى الدولي**.



وخلص إلى أن المغرب فقد جزءاً من تقدمه التاريخي، مما يفرض اعتماد سياسة استثمارية طموحة وسريعة لاستعادة تنافسيته على المستوى الدولي.

مداخلات الحضور



مداخلة السيد عز الدين الصقلي

رئيس نادي إدارة السفر المغربي (MTMC) ورئيس شركة S'Tours



أعاد السيد عز الدين الصقلي توجيه النقاش نحو **البعد الإنساني**، معتبراً أن التركيز خلال الأشغال انصبّ بشكل كبير على الأرقام، والاستثمارات، والمردودية، مقابل حضور محدود للإنسان والمواطن داخل الرؤية السياحية المطروحة.



وطرح سؤالاً محورياً يتمثل في ما إذا كان القطاع السياحي ينبغي أن يظل محصوراً في منطق تجاري قائم على عدد الغرف والليالي السياحية والمقاعد الجوية، أم أنه مطالب بإدماج **البعد الإنساني والاجتماعي** بشكل كامل؟ وأكد أن ساكنة الدار البيضاء تمثل رصيذاً أساسياً في تطوير الجاذبية السياحية، داعياً إلى إشراك المواطنين بشكل فعلي في هذه الدينامية. كما شدد على أن تحقيق الاستدامة الحقيقية يظل رهيناً بجودة الخدمات، والانخراط البشري، ومشاركة الفاعلين المحليين في بناء المشروع السياحي للجهة.

مداخلة السيد عدنان أفقيير

المدير البيداغوجي للمعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة



أكد السيد أفقيير أن السياحة تظل، قبل كل شيء، نشاطاً اجتماعياً قبل أن تكون نشاطاً اقتصادياً، معتبراً أن **العنصر البشري** يمثل اليوم نقطة الضعف الرئيسية داخل القطاع.



وأشار إلى تداعيات أزمة كوفيد على ثقة الشباب في المهن السياحية، وما نتج عنها من توجه عدد من الكفاءات نحو الخارج أو نحو قطاعات أخرى، إلى جانب ضعف التكوينات المتخصصة، خاصة في مجال سياحة الأعمال (MICE). وفي ظل التحولات العميقة التي يعرفها القطاع، ذكر بمعطى مقلق صادر عن منظمة العمل الدولية، مفاده أن **50% من المهن الحالية قد تختفي خلال السنوات العشر المقبلة**. وأكد أن هذا الواقع يفرض تعبئة جماعية عاجلة للاستثمار في الرأسمال البشري، من خلال شراكة منسقة تجمع مؤسسات التكوين، والمؤسسات العمومية، والمهنيين، بهدف تأهيل الكفاءات ومواكبة التحولات المستقبلية للقطاع.

مداخلة السيد المهدي الفقير، خبير محاسب وإعلامي



استهل السيد المهدي الفقير مداخلته بالتأكيد على **الدينامية المشجعة** التي يعرفها القطاع السياحي على المستوى الوطني، مستنداً إلى المعطيات الأخيرة الصادرة عن وزارة المالية. وأشار إلى أن نسبة استرجاع العائدات السياحية بلغت مستويات قريبة من سنة 2019، حيث تجاوزت في بعض الفترات **90% من مستويات ما قبل كوفيد**.



واعتبر أن هذه المؤشرات تعكس إمكانية عودة سريعة، بل وربما تجاوزا لأداء القطاع قبل الجائحة، مؤكداً أن السياحة تظل **قطاعاً واعداً** يتمتع بقدرة كبيرة على خلق القيمة.

وفيما يتعلق بجهة الدار البيضاء - سطات، طرح المتدخل سؤالاً استراتيجياً يتمثل في **كيفية إدراج التنمية السياحية الجهوية ضمن الدينامية الوطنية الحالية، خاصة في إطار النموذج التنموي الجديد وميثاق الاستثمار المرتقب**.

وأكد أن الرهان الحقيقي يكمن في تحقيق الانسجام بين الطموح الجهوي والإطار الوطني المهيكل للاستثمار والتنمية. كما أوضح السيد الفقير أن ميثاق الاستثمار الجديد يركز على بعدين رئيسيين:

البعد الكمي ويهدف إلى:

- تحسين توزيع الاستثمار على مختلف جهات المملكة؛ - تتمين الخصوصيات والمؤهلات الترايبية لكل جهة. **والبعد النوعي** ويركز على:

- دعم القطاعات ذات القيمة المضافة العالية؛ - تشجيع الأنشطة ذات الأثر الاجتماعي

وفي النهاية أكد السيد المهدي الفقير أن التوجه العام يقوم على دعم نموذج نمو أكثر شمولاً، يجمع بين الأداء الاقتصادي وتحسين توزيع الثروة، في انسجام مع أهداف التنمية المستدامة.

غير أنه أشار في المقابل إلى أن الصيغة النهائية لميثاق الاستثمار الجديد لم يتم بعد إصدارها بشكل رسمي، وهو ما يجعل المهنيين في حالة ترقب لصدور النص النهائي وتوضيح آليات تفعيله.



مداخلة السيد حميد بن الطاهر، رئيس الكونفدرالية الوطنية للسياحة



استهل السيد المهدي الفقير مداخلته بالتأكيد على **الدينامية المشجعة** التي يعرفها القطاع السياحي على المستوى الوطني، مستنداً إلى المعطيات الأخيرة الصادرة عن وزارة المالية. وأشار إلى أن نسبة استرجاع العائدات السياحية بلغت مستويات قريبة من سنة 2019، حيث تجاوزت في بعض الفترات **90% من مستويات ما قبل كوفيد**.

في تفاعله مع النقاش المرتبط بالرأسمال البشري، قدم السيد حميد بن الطاهر شهادة مهنية انطلاقاً من تجربته كمشغل في القطاع الفندقي بالمغرب.

وأشار إلى أن أزمة كوفيد أدت إلى فقدان عدد مهم من الكفاءات، بعدما اضطرت العديد من العاملين إلى مغادرة القطاع بحثاً عن فرص بديلة. غير أنه دعا إلى قراءة هذا الواقع من زاوية إيجابية، مبرزاً أن مهنيي السياحة يتوفرون على **كفاءات إنسانية ومهارات ناعمة ذات قيمة عالية**، من بينها:

- إتقان اللغات؛ - ثقافة الخدمة؛ - القدرة على التواصل والتفاعل.
- وأوضح أن هذه المهارات تجعل العاملين في السياحة يحظون بقبولية تشغيل مرتفعة داخل قطاعات أخرى، كالبنوك أو قطاع المنتجات الفاخرة العالمية.
- ودعا، بدل الاكتفاء بتشخيص الإشكال، إلى استخلاص الدروس من هذه المرحلة، عبر:
- تعزيز **التكوين**؛ - تثمين **الكفاءات الإنسانية** التي يطورها القطاع السياحي؛ - اعتبار السياحة **مدرسة حقيقية للتميز المهني**، تفتح آفاقاً داخل المغرب وخارجه.
- وأكد في ختام مداخلته أن الرأسمال البشري ينبغي أن يتحول إلى مصدر فخر ورافعة استراتيجية لمستقبل القطاع السياحي.

مداخلة السيد هشام بوخنيف، المدير العام لمكتب AIGLE BLEU



أشاد السيد هشام بوخنيف بالمجهودات التي بُذلت خلال السنوات الأخيرة من طرف السلطات والمجلس الجهوي للسياحة ومختلف الفاعلين في القطاع، غير أنه أشار إلى استمرار تحدٍ أساسي يتمثل في **صعوبة استقطاب المستثمرين، خاصة المحليين، إلى جانب محدودية الاستثمارات الأجنبية المباشرة بمدينة الدار البيضاء**.

- واعتبر أن من الخطأ حصر تطوير السياحة في المستثمرين المتخصصين في القطاع السياحي فقط، داعياً إلى تعبئة فاعلين اقتصاديين آخرين، من **صناعيين، ومؤسسات بنكية، وشركات تأمين**، قادرين على المساهمة في تمويل مشاريع مهيكلية، سواء عبر آليات الرعاية أو من خلال صيغ مالية مخصصة لمشاريع ذات بعد **حضري واجتماعي**.
- كما شدد على أهمية **تحسين جودة العيش** وتعزيز **"ثقافة المدينة"**، باعتبارهما عنصرين أساسيين لطمأنة المستثمرين وتقوية جاذبية الوجهة.
- وفي هذا السياق، اقترح إحداث **صندوق استثماري** مخصص لتطوير قطاع المطاعم والحياة الليلية العائلية، بالاعتماد على مساهمة المنعشين العقاريين وصناديق التوظيف الجماعي العقاري (OPCI)، بهدف سد النقص المسجل في عرض الترفيه بمدينة الدار البيضاء.

مداخلة السيدة إيمان الناصري، ممثلة Casapatrimoine



أعادت السيدة إيمان الناصري وضع التراث في صلب التنمية السياحية لمدينة الدار البيضاء، مؤكدة أنه لم يعد يُنظر إليه كتكلفة مالية، بل **كرافعة اقتصادية وهوياتية حقيقية**. وسلطت الضوء على غنى التراث المادي واللامادي للمدينة، من عمارة وتاريخ وفنون الطبخ والصناعة التقليدية وفنون العرض، مقدمة في هذا الإطار عدداً من المشاريع المهيكلية التي تقودها جمعية Casapatrimoine.

- ومن أبرز هذه المشاريع:
- إعادة تأهيل كنيسة القلب المقدس؛
- جرد وتثمين أكثر من **1900 معلمة تراثية** بوسط المدينة؛
- تجديد الواجهات وإعادة تنظيم المحلات التجارية؛
- مشروع الحافلة السياحية لتثمين العمارة البيضاوية، التي اعتبرتها مختبراً معمارياً حقيقياً خلال خمسينيات القرن الماضي.
- كما أبرزت عدة مبادرات موجهة نحو أجيال المستقبل، من بينها:
- مشروع "أثر" الذي يعبئ الطاقات الإبداعية الشابة حول التراث؛ - تثمين منزهات حقبة ما قبل التاريخ بمنطقة سيدي عبد الرحمن؛ - إحداث متحف للرياضة.
- وأكدت في ختام مداخلتها أن التراث يمثل عنصراً استراتيجياً في التسويق الترابي، باعتباره عاملاً لجذب الزوار ومصدراً للفخر والانتماء بالنسبة لسكان الدار البيضاء.



الكلمة الختامية



مداخلة السيد سمير خلدوني الصحراوي

المدير التنفيذي لشركة Chorus Consulting Hospitality & Leisure ، والمدير العام السابق للمكتب الوطني المغربي للسياحة

في مداخلته الختامية، أشاد السيد سمير الصحراوي بجودة وغنى النقاشات التي عرفها المنتدى، داعياً في الوقت ذاته إلى تجاوز مرحلة تبادل الأفكار والانتقال نحو منطق قائم على الهيكلية الاستراتيجية.

وقد تمحورت رسالته الأساسية حول ضرورة انتقال الدار البيضاء من وضعية إمكانات سياحية غير مستغلة بالشكل الكافي، إلى مرحلة "تثمين سياحي" فعلي ومهيكل، يركز على تموقع واضح، خاصة في مجال سياحة الأعمال (MICE) ، إلى جانب توضيح الرؤية الاستثمارية، وتحسين منظومة التنقل، وإرساء حكمة جهوية قوية. وأكد في هذا السياق أن الأولوية لا تكمن في تعدد المشاريع، بل في تحديد توجه استراتيجي واضح، منسجم وقابل للتنفيذ على المستوى الاقتصادي.

الصمود، والرؤية والمسؤولية الجهوية

استهل السيد الصحراوي هذا المحور بالإشادة بقدرة الفاعلين في القطاع على الصمود خلال فترة الأزمة، رغم الآثار المالية والبشرية التي خلفتها الجائحة. وشدد على ضرورة بلورة:

- رؤية وطنية واضحة لمرحلة ما بعد كوفيد؛
 - رؤية جهوية منسجمة لجهة الدار البيضاء – سطات؛
 - دور محوري للجهة، في تنسيق وثيق مع المجلس الجهوي للسياحة.
- وأكد أن الجهة، بحكم شرعيتها وقربها من الواقع الميداني، مطالبة بأن تضطلع بدور فاعل ومهيكل في تطوير القطاع السياحي.

الاستثمار... لكن بمنطق مدروس

خلافاً لبعض المداخلات التي ركزت بشكل أساسي على الرفع من الطاقة الإيوائية، قدم السيد الصحراوي قراءة أكثر توازناً لمسألة الاستثمار، تقوم على ضرورة الربط بين العرض والطلب معطيات أساسية:

- معدل النمو السنوي للطاقة الإيوائية: 6%
- معدل النمو السنوي لعدد الليالي السياحية: 3%
- هشاشة في نسبة الملء
- متوسط مدة الإقامة: 1.9 ليلة

الإشكالية:

تسارع نمو العرض مقارنة بالطلب.

وانطلاقاً من ذلك، طرح سؤالاً استراتيجياً محورياً:

هل ينبغي مواصلة الاستثمار بشكل مكثف، أم يتعين أولاً تحقيق التوازن بين العرض والطلب؟

وفي هذا الإطار، أكد أن الاستثمار يظل ضرورياً، غير أنه يجب أن يتم وفق مقاربة ذكية، قائمة على تموقع واضح، وعلى مؤشرات مردودية واقعية.



التمثين السياحي": المفهوم المحوري في مداخلته

يمثل هذا المفهوم جوهر رسالة السيد الصحراوي، حيث أبرز أن:

"التمثين السياحي بالنسبة للسياحة يشبه الإخراج بالنسبة للسينما."

بمعنى أن توفر وجهة سياحية لا يكفي في حد ذاته، بل يتطلب الأمر:

- أنشطة متنوعة؛
- سرديّة جذابة؛
- كتابة سيناريو سياحي فعال؛
- تنظيم منسجم لمختلف مكونات العرض السياحي.

وفي هذا الإطار، قدم مثال سياحة الرحلات البحرية، موضحاً أن **الميناء لا يشكل وجهة سياحية بحد ذاته، بل إن المدينة هي التي يجب أن يتم تمثينها سياحياً.**

وانطلاقاً من ذلك، شدد على ضرورة أن تتحول الدار البيضاء إلى مدينة "حيوية" تقدم تجارب وأنشطة مستمرة، تجعلها وجهة جذابة على مدار السنة.

الهدف الاستراتيجي: الرفع من متوسط مدة الإقامة من ليلتين إلى أربع ليالٍ.

الشروط الأساسية: التنقل والسلوك المدني :

سلط السيد الصحراوي الضوء على جانب غالباً ما يتم إغفاله، يتعلق بجودة العيش داخل المدينة، معتبراً أنه عنصر حاسم في جاذبيتها السياحية.

وأشار في هذا الإطار إلى عدد من التحديات المرتبطة بـ:

- الفوضى الحضرية؛
- ضعف السلوك المدني؛
- صعوبة التنقل؛
- إشكالات السلامة الطرقيّة.

وأكد أن ما يخدم المواطن يخدم بالضرورة السياحة، مشدداً على أن أي مقارنة للتمثين السياحي يجب أن تنطلق أولاً من **مدينة منظمة، سلسة وأمنة.**

توضيح التوقع: تفادي التشتت :

حدّر السيد الصحراوي من مخاطر التشتت المرتبط بتعدد القطاعات السياحية دون رؤية واضحة، داعياً إلى اعتماد تموقع استراتيجي منظم.

التموقع الرئيسي المقترح:

- مدينة للمؤتمرات والتحفيزات (MICE) ؛
- إحداث قصر للمؤتمرات بسعة لا تقل عن 3000 إلى 5000 مقعد؛
- تطوير منظومة ترفيهية وليلية مهيكلّة.

التموقعات التكميلية:

- الثقافة؛
 - التراث المعماري (Art Déco) ؛
 - السياحة الشاطئية؛
 - السياحة الأثرية؛
 - السياحة المرتبطة بالصحة والرفاهية (Bien être).
- وأكد أن هذه المحاور ينبغي تنظيمها في شكل **أقطاب سياحية متكاملة (Clusters)**، بدل توزيعها بشكل مشتت، بما يضمن وضوح العرض وتعزيز جاذبية الوجهة.
- توزيعها بشكل مشتت، بما يضمن وضوح العرض وتعزيز جاذبية الوجهة.

الارتكاز على وجهات مكملّة (نتائج سريعة) :

أوصى السيد الصحراوي باعتماد مقارنة عملية تقوم على ربط الدار البيضاء بوجهات قريبة وقابلة للتنفيع الفوري، من أجل تحقيق نتائج سريعة.

وفي هذا الإطار، أشار إلى:

- الجديدة :تراث برتغالي ومؤهلات شاطئية؛
- بنسليمان :منظومة بيئية وسياحة الصحة والرفاهية.

ويهدف هذا التوجه إلى اعتماد رؤية جهوية

مندمجة، تتجاوز المقاربة الحضرية الصرفة،

وتقوم على تكامل الوجهات داخل الجهة.

الحكامة: التبسيط والتركيز :

في ختام مداخلته، تناول السيد الصحراوي البعد المؤسسي، مؤكداً على ضرورة تبسيط منظومة اتخاذ القرار وتعزيز نجاعتها.

ودعا في هذا السياق إلى:

- تقليص عدد المتدخلين في اتخاذ القرار؛
- توضيح المسؤوليات بين مختلف الأطراف؛
- تعزيز التنسيق بين الجهة، والمجلس الجهوي للسياحة، ووزارة السياحة؛
- تمكين الجهة من الاضطلاع بدور محوري في تمثين العرض السياحي.



المقترحات

التشخيص الاستراتيجي

- أفرزت أشغال المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات توافقاً واضحاً حول عدد من المعطيات الأساسية:
- توفّر جهة الدار البيضاء - سطات على مؤهلات كبرى (قطب اقتصادي إفريقي، ربط جوي ولوجستي متطور، علامة ترابية قوية)؛
- البنيات التحتية الأساسية متوفرة؛
- الدراسات والتصورات الاستراتيجية متوفرة؛
- الفاعلون من القطاعين العام والخاص في حالة تعبئة.
- وعليه، لم يعد التحدي مرتبطاً بالرؤية، بل يتمثل أساساً في التنفيذ المنسق والمتسارع.

الأولويات الاستراتيجية الخمس على المستوى الجهوي

الأولوية الأولى :

جعل سياحة الأعمال (MICE) ركيزة أساسية مهيكلّة

تشكل سياحة الأعمال العمود الفقري للمنظومة السياحية بمدينة الدار البيضاء.

الإجراءات المهيكلّة:

- إحداث قصر للمؤتمرات بسعة تتراوح بين 3000 و 5000 مقعد؛
- خلق شباك جهوي موحد مخصص لسياحة الأعمال (MICE)؛
- تطوير علامة دولية قوية موجهة لسياحة الأعمال؛
- تهيئة التظاهرات وتحويلها إلى رافعة لإطالة مدة الإقامة (الهدف: 3 إلى 4 ليالٍ).
- الرهان :رفع نسبة ملء مؤسسات الإيواء (حوالي 50% حالياً) مع استهداف فترات نهاية الأسبوع.

الأولوية الثانية :

تفعيل عرض نهاية الأسبوع وتعزيز تجربة الوجهة

الإشكالية المطروحة :تتركز دينامية الدار البيضاء السياحية بين أيام الإثنين والخميس، في حين تظل فترات نهاية الأسبوع غير مستغلة بالشكل الكافي.

الإجراءات الفورية:

- إرساء برمجة ثقافية سنوية مهيكلّة ؛
- تهيئة كورنيش المدينة عبر تطوير مفاهيم شاطئية مبتكرة (فضاءات ترفيهية، نوادي شاطئية،...)
- تطوير عرض ترفيهي ليلي موجه للعائلات وقائمه على التجربة؛

- إطلاق حافلة سياحية تفاعلية ؛

- تهيئة وتأمين مناطق سياحية محددة وفق منطق

“الأقطاب.(Clusters)”

الهدف :رفع متوسط مدة الإقامة من 1.9 ليلة إلى ما بين 3 و 4 ليالٍ.

الأولوية الثالثة :

إدماج المجال القروي بشكل كامل ضمن العرض السياحي

تشير المعطيات إلى أن حوالي 70% من المجال الترابي الجهوي لا يزال غير مستغل سياحياً.

محاور العمل:

- هيكلة السياحة القروية (إعداد خرائط، تطوير التشوير، تقنين وتنظيم العرض)؛
- تكوين ومواكبة الساكنة المحلية؛
- ربط سياحة الأعمال (MICE) بالعرض القروي من خلال حزم متكاملة؛

- تحديد موقع واضح للأقاليم، من قبيل:

- - بنسليمان : السياحة البيئية والاستجمام

- - الجديدة : السياحة التراثية والشاطئية

الرهان :تحقيق إدماج ترابي فعلي وتعزيز خلق فرص الشغل على المستوى المحلي.



الأولوية الرابعة :

تحفيز استثمار سياحي ذكي

المعطيات الأساسية:

• الطاقة الإيوائية بالدار البيضاء في حدود 21.000

سرير؛

• مقابل حوالي 74.000 سرير بمدينة مراكش.

• الإجراءات المقترحة:

• تعزيز وضوح واستقرار الإطار الاستثماري؛

• تحديد فرص عقارية مهيكلية ومؤطرة؛

• تشجيع المفاهيم المبتكرة في مجالات الترفيه، والمطاعم، والتجارب السياحية؛

• تسهيل مساطر الاستثمار عبر المركز الجهوي

للاستثمار، مع تعزيز التنسيق بين الجهة والمجلس الجهوي للسياحة.

المبدأ: يركز قرار المستثمر أساساً على مؤشرات

المردودية وعائد الاستثمار

الأولوية الخامسة :

إرساء حكمة جهوية موحدة وفعالة

توصية محورية منبثقة عن المنتدى:

• إحداث آلية دائمة تجمع بين الجهة، والمجلس الجهوي

للسياحة، والمركز الجهوي للاستثمار، والمهنيين؛

• عقد اجتماعات دورية (كل ثلاثة أشهر) لتتبع التنفيذ؛

• الحد من تشتت القرار وتعزيز الالتقائية؛

• تكريس المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات كم منصة سنوية مرجعية.

الهدف: الانتقال من منطق التشاور الظرفي إلى

حكمة تشغيلية فعالة ومستدامة.

العوامل المشتركة الأساسية

الرأسمال البشري

• تطوير تكوينات متخصصة، خاصة في مجالي

سياحة الأعمال (MICE) وتجربة الزبون؛

• استعادة جاذبية المهن السياحية؛

• تعزيز دور المواطن كسفير للوجهة.

الاستدامة

• تعميم دراسات الأثر على المشاريع السياحية؛

• تشجيع النجاعة الطاقية؛

• تحسين التنقل وجودة الفضاء الحضري.

التسويق الترابي

• تفعيل الكامل لعلامة «We Casablanca» ؛

• اعتماد استراتيجية رقمية هجومية ومبتكرة؛

• بناء سردية ترابية قوية ومتميزة.

الإجراءات السريعة (12-24 شهراً)

• تفعيل واستغلال أفضل للبنيات التحتية الحالية (

OFECE، المعارض) ؛

• إطلاق استراتيجية مهيكلية خاصة بعروض نهاية الأسبوع؛

• إحداث شباك موحد مخصص لسياحة الأعمال

(MICE)؛

• إرساء آلية جهوية للتنسيق بين مختلف الفاعلين؛

• تطوير عروض مندمجة تجمع بين سياحة

الأعمال، والسياحة القروية، والثقافة، بهدف إطالة مدة الإقامة.

الرؤية :

في حال تفعيل هذه الأولويات، من المنتظر تحقيق النتائج التالية:

• ارتفاع نسبة ملء مؤسسات الإيواء؛

• زيادة متوسط مدة الإقامة؛

• تموقع سياحة الأعمال (MICE) كمرجع على المستوى الإفريقي؛

• إدماج المجال القروي ضمن سلسلة القيمة السياحية؛

• إعادة تحفيز الاستثمارات الخاصة؛

• ترسيخ مكانة الدار البيضاء كعاصمة قارية للتظاهرات والأحداث.

الخلاصة:

• تتوفر جهة الدار البيضاء - سطات على البنيات التحتية اللازمة؛

• تتوفر على علامة ترابية قوية؛

• تتوفر على رأسمال بشري مؤهل؛

• وتتمتع بموقع جيو-استراتيجي متميز.

ما تحتاجه المرحلة اليوم هو: تنسيق محكم، واستثمارات

موجهة، وتنفيذ سريع وفعال.

لقد فتح المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات

باب النقاش، ويبقى على عاتق صناع القرار تحويل

مخرجاته إلى خطة عمل ملموسة.



الخلاصة العامة

شكلت الدورة الأولى من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات محطة تأسيسية في مسار إرساء حكمة سياحية جهوية فعالة. فبغض النظر عن الطابع المؤسسي أو المهني للتدخلات، أتاح هذا المنتدى إرساء فضاء منظم للحوار، وتبادل الرؤى، والأهم من ذلك، لبناء تصور مشترك لمستقبل القطاع.

ويبرز من خلال هذه الدورة درس أساسي مفاده أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر على مؤهلات كبيرة، تم الاستثمار في جزء مهم منها، غير أنها لا تزال في حاجة إلى تفعيل وهيكلية أكبر. فباعتبارها العاصمة الاقتصادية للمملكة، وقطباً إفريقياً، ومجالاً يتوفر على شريط ساحلي متميز، وتراث معماري فريد، ومجال قروي غني بالموارد الطبيعية والثقافية، تمتلك الجهة جميع مقومات وجهة سياحية دولية كبرى. غير أن التحدي لم يعد يكمن في تحديد الإمكانيات، بل في تحويلها بشكل عملي إلى منتجات وتجارب وقيمة مستدامة.

كما أبانت النقاشات عن مجموعة من الأولويات الهيكلية، وفي مقدمتها تعزيز موقع سياحة الأعمال (MICE) كرافعة استراتيجية، شريطة دعمها ببنيات تحتية ملائمة، وعلى رأسها إحداث قصر دولي للمؤتمرات والمهرجانات، إلى جانب تطوير منظومة متكاملة للتظاهرات قادرة على تنشيط فترات نهاية الأسبوع وإطالة مدة الإقامة.

كما تبرز الحاجة إلى اعتماد مقاربة متعددة المكونات، تجمع بين سياحة الأعمال، والثقافة، والترفيه، والسياحة القروية، وذلك لتفادي الاعتماد المفرط على رافعة واحدة، وضمان توزيع أكثر توازناً للأثار على مختلف مجالات الجهة.

كما برزت رسالة محورية مفادها أن التنمية السياحية لا يمكن أن تقتصر على منطق الاستثمار المادي فقط، بل تقوم أساساً على تثمين العرض السياحي من خلال الهيكلية، وإنتاج تجارب متكاملة، وبناء سردية ترابية قوية. كما تتطلب هذه الدينامية حكمة منسقة، تتجاوز تشتت الدراسات، وتركز على تنفيذ الاستراتيجيات القائمة، لاسيما التصميم الجهوي لإعداد التراب وبرنامج التنمية الجهوية. إضافة إلى ذلك، تقتضي توفير مناخ جاذب للاستثمار، يركز على وضوح الرؤية الاستراتيجية، وتبسيط المساطر الإدارية، وضمان شروط المرودية.



غير أن القاسم المشترك الأبرز الذي طبع أشغال المنتدى يظل هو العامل البشري. فقد أكد عدد من المتدخلين أن السياحة هي في جوهرها نشاط اجتماعي، وأن المواطن، والمهني، والطالب، والمقاول المحلي، يشكلون الدعامات الحقيقية لجاذبية الوجهة. ومن هذا المنطلق، فإن جعل الدار البيضاء وجهة جاذبة للسياح يمر أولاً عبر جعلها فضاءً جذاباً لسكانتها.

ويُعد الاستثمار في الرأسمال البشري، واستعادة الثقة بعد أزمة كوفيد، وتنمية الكفاءات، وإشراك الساكنة في الديناميات الترابية، شروطاً أساسية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

لقد أرست هذه الدورة الأولى من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات ملامح ما يشبه "كتاباً أبيضاً" جهوياً ضمناً، يقوم على مجموعة من المرتكزات الأساسية: الاستثمار الذكي، وهيكلية المكونات السياحية، وتعزيز الحكامة، وتفعيل عرض التظاهرات، وإدماج المجال القروي، وتحسين تجربة الزبون، ووضع العنصر البشري في صلب المنظومة.

ويظل مستقبل السياحة بجهة الدار البيضاء - سطات رهيناً بالقدررة الجماعية على الانتقال من مرحلة التشخيص إلى مرحلة التنفيذ. فالأدوات متوفرة، والدراسات موجودة، والفاعلون في حالة تعبئة. ويبقى التحدي هو ترسيخ هذه الدينامية في إطار استمرارية واضحة، من خلال إضفاء طابع مؤسساتي على الحوار، وتحديد أهداف قابلة للقياس، واعتماد تموقع استراتيجي واضح وطموح.

وتتوفر جهة الدار البيضاء - سطات على كافة المقومات التي تؤهلها لتصبح وجهة إفريقية مرجعية، وحديثة، ومنفتحة وإدماجية ومستدامة. وقد شكل المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات نقطة انطلاق هذا المسار، فيما تبقى المرحلة المقبلة رهينة بالفعل الجماعي المنسق.



تم تنظيم الدورة الثانية يوم 5 يوليوز 2023 بمدينة الدار البيضاء، حول موضوع : أي خارطة طريق سياحية لجهة الدار البيضاء – سطات في أفق 2026 و 2030 ؟

يندرج هذا المنتدى، الذي ينظمه المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء – سطات بشراكة مع شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، ضمن دينامية تفكير استراتيجي تروم توحيد جهود مختلف الفاعلين العموميين والخواص، إلى جانب الأوساط الأكاديمية والمؤسساتية، حول القضايا الكبرى المرتبطة بتطوير السياحة على المستوى الجهوي. وبذلك، لا يقتصر المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات على كونه تظاهرة مهنية، بل يتموقع كمنصة للحوار، والتفكير المشترك، وتعبئة الذكاء الجماعي، بهدف بلورة توجهات عملية لمستقبل السياحة بالجهة.

وتأتي هذه الدورة الثانية في مرحلة مفصلية بالنسبة للقطاع. فعلى الصعيد الوطني، اعتمد المغرب خارطة طريق سياحية جديدة في أفق 2026، حددت أهدافاً طموحة على مستوى عدد السياح، وإحداث مناصب الشغل، وتحقيق العائدات. وبالموازاة مع ذلك، صادقت جهة الدار البيضاء – سطات على برنامج التنمية الجهوية، (PDR) كما اعتمدت مدينة الدار البيضاء برنامج عملها الجماعي، (PAC) وهما أداتان مهيكلتان من شأنهما أن تضطلعاً بدور حاسم في تحول المنظومة السياحية على المستوى الترابي. وفي هذا السياق، يتمحور السؤال المركزي الذي يطرحه المنتدى حول كيفية تحقيق التكامل بين الاستراتيجيات الوطنية والجهوية والمحلية، بما يتيح بناء رؤية سياحية منسجمة ومتلائمة مع خصوصيات الجهة.

ذلك أن جهة الدار البيضاء – سطات تتوفر على مؤهلات مهمة، من أبرزها:

- تموقع رائد في سياحة الأعمال (MICE) ؛
 - تراث معماري وثقافي متميز؛
 - شريط ساحلي أطلسي يتجاوز 235 كيلومتراً؛
 - طاقة إيوانية مهمة؛
 - قطب جوي محوري على مستوى القارة الإفريقية؛
 - إضافة إلى مجال قروي غني بالموارد الطبيعية والثقافية، لا يزال في جزء كبير منه غير مستغل. غير أنه، ورغم هذه المؤهلات، لا تزال الجهة تواجه عدداً من التحديات البنوية، من أبرزها:
 - عرض سياحي لا يزال في حاجة إلى مزيد من التنويع؛
 - ضعف تثمين الإمكانيات القروية والطبيعية؛
 - حكمة سياحية تتطلب تعزيز التنسيق بين الفاعلين العموميين والخواص؛
 - وجاذبية ترابية لم تترجم بعد بشكل كافٍ إلى مشاريع مهيكلية قادرة على رفع مدة الإقامة وتعزيز القيمة المضافة السياحية
- وفي مواجهة هذه التحديات، يسعى المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات إلى الإسهام في بلورة رؤية سياحية جهوية مشتركة، تقوم على تلاقي الاستراتيجيات العمومية، والمبادرات الترابية، وخبرة مختلف مكونات القطاع.

وتسعى دورة 2023 من المنتدى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المهيكلية، من أبرزها:

- إرساء فضاء للنقاش الاستراتيجي حول مستقبل السياحة بالجهة؛
 - تعبئة مختلف الأطراف المعنية، من سلطات عمومية ومنتخبين ومهنيين وخبراء، حول رؤية مشتركة؛
 - تحديد الارتفاعات ذات الأولوية لتطوير القطاع، خاصة في مجالات سياحة الأعمال، والسياحة القروية، والسياحة الثقافية، والترفيه؛
 - جعل السياحة رافعة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة، ومصدراً لخلق فرص الشغل والقيمة على مستوى الجهة.
- وقد تم تنظيم أشغال المنتدى حول محورين رئيسيين. تمحور الأول حول بلورة خارطة الطريق السياحية الجهوية في إطار مقاربة تشاركية، مع التركيز على الحكامة الترابية وتعزيز التنسيق بين السلطات العمومية، والمنتخبين، والمهنيين. أما المحور الثاني، فقد تناول



الفرص التي يتيحها

تطوير السياحة القروية، باعتبارها رافعة استراتيجية لتنشيط المناطق الريفية وتعزيز الإدماج الترابي. وبالإضافة إلى ما أتاحة المنتدى من نقاشات وتحليلات، فإن هذه الدورة الثانية تروم أيضاً إرساء أرضية تفكير مُهيكلّة، موجهة لدعم العمل العمومي واستراتيجيات مختلف الفاعلين في القطاع. وعليه، تشكل المساهمات والتوصيات المنبثقة عن هذا المنتدى الأساس الذي يقوم عليه هذا التقرير، المصمم في شكل **"كتاب أبيض استراتيجي"**، يهدف إلى توجيه صناع القرار العموميين، والمهنيين، والمستثمرين، نحو الأولويات الكبرى لتطوير السياحة بجهة الدار البيضاء – سطات في أفق 2030-2026.

وقد تم تنظيم أشغال المنتدى حول محورين رئيسيين. تمحور الأول حول **بلورة خارطة الطريق السياحية الجهوية** في إطار مقارنة تشاركية، مع التركيز على الحكامة الترابية وتعزيز التنسيق بين السلطات العمومية، والمنتخبين، والمهنيين. أما المحور الثاني، فقد تناول **الفرص التي يتيحها تطوير السياحة القروية**، باعتبارها رافعة استراتيجية لتنشيط المناطق الريفية وتعزيز الإدماج الترابي.

وبالإضافة إلى ما أتاحة المنتدى من نقاشات وتحليلات، فإن هذه الدورة الثانية تروم أيضاً إرساء أرضية تفكير مُهيكلّة، موجهة لدعم العمل العمومي واستراتيجيات مختلف الفاعلين في القطاع.

وعليه، تشكل المساهمات والتوصيات المنبثقة عن هذا المنتدى الأساس الذي يقوم عليه هذا التقرير، المصمم في شكل **"كتاب أبيض استراتيجي"**، يهدف إلى توجيه صناع القرار العموميين، والمهنيين، والمستثمرين، نحو الأولويات الكبرى لتطوير السياحة بجهة الدار البيضاء – سطات في أفق 2030-2026.

تحليل SWOT لجهة الدار البيضاء – سطات:

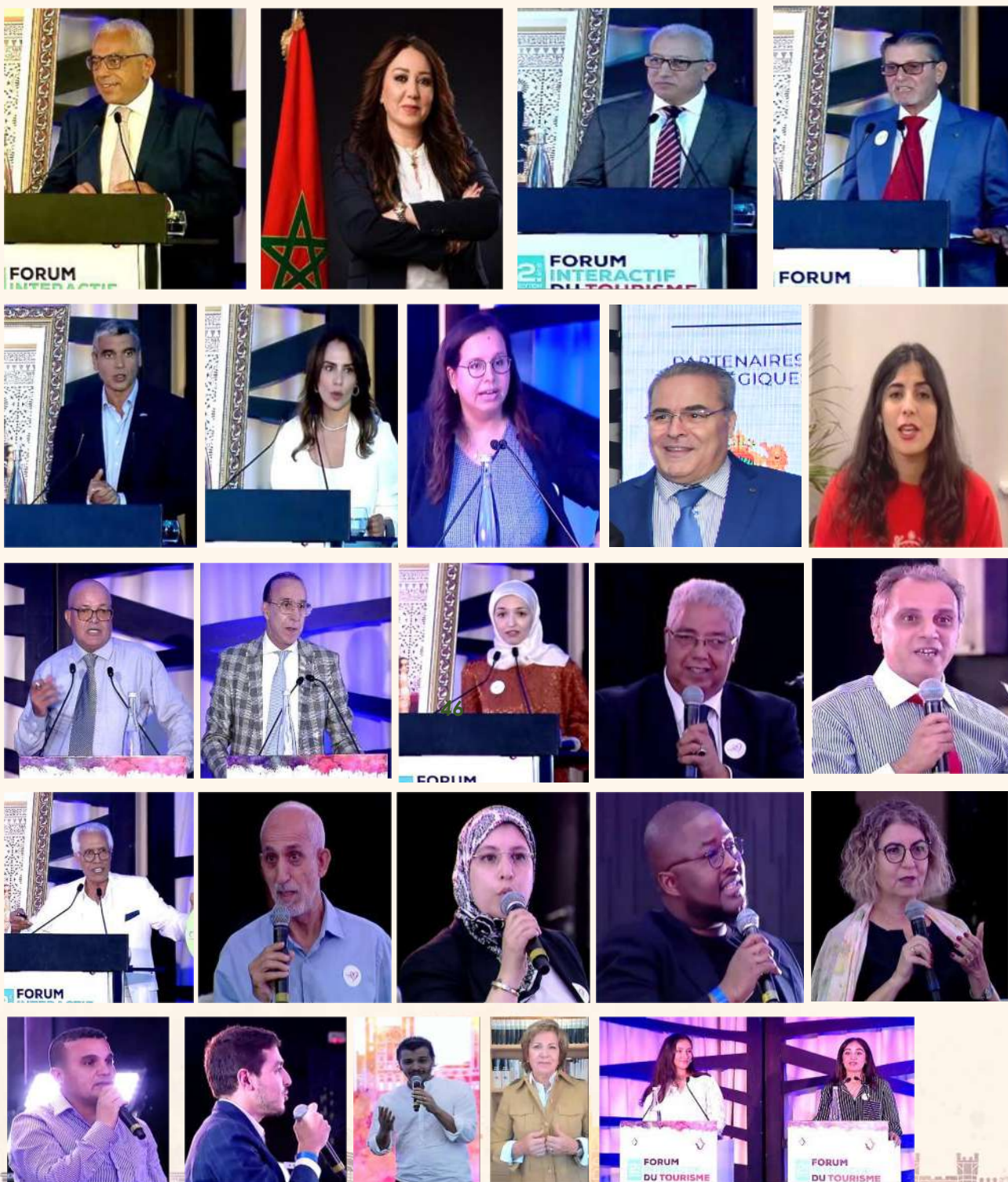
نقاط القوة	نقاط الضعف
- العاصمة الاقتصادية وقطب الأعمال الرئيسي بالمغرب؛ - ربط وطني ودولي مُهيكل (مطار، سكك حديدية، طرق سيارة)؛ - تموقع رائد في سياحة الأعمال (MICE)؛ - طاقة إيوائية وبنيات حضرية مهمة؛ - مؤهلات تراثية وثقافية وساحلية واعدة.	- وجهة سياحية لا تزال في طور الهيكلة؛ - اعتماد كبير على سياحة الأعمال؛ - ضعف متوسط مدة الإقامة؛ - نقص في البنيات التحتية الكبرى المخصصة للمؤتمرات؛ - تتمين غير كافٍ للإمكانات القروية والثقافية.
الفرص	التحديات البنيوية / التهديدات
- انتعاش السياحة عالمياً واعتماد خارطة طريق وطنية 2026؛ - تطوير سياحة متعددة المكونات (MICE) قروية، ثقافية، ترفيهية؛ - تتمين التراث والهوية الترابية؛ - استثمارات عمومية وخاصة في البنيات التحتية والثقافية.	- منافسة متزايدة من جهات سياحية وطنية ودولية؛ - حكمة سياحية لا تزال مجزأة؛ - ضغوط حضرية وبيئية متنامية؛ - ضرورة تحقيق التوازن بين التنمية السياحية وتطلعات الساكنة المحلية.

المحاضرون



2^{ème} ÉDITION **FORUM INTERACTIF DU TOURISME**

CASABLANCA-SETTAT



الجلسة الافتتاحية

شهدت الجلسة الافتتاحية للدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات حضور ممثلي أبرز المؤسسات العمومية والفاعلين الرئيسيين ضمن المنظومة السياحية الجهوية. ومن خلال مداخلاتهم، وضع المتدخلون اللبنة الاستراتيجية الأولى للنقاش، عبر التذكير بالرهانات والطموحات والأولويات المرتبطة بتطوير القطاع السياحي بالجهة في أفق 2026-2030.

وقد اضطلعت هذه المداخلات الافتتاحية بدور تأطيري مهم، من خلال تسليط الضوء على أبرز محاور العمل الاستراتيجية، وفي مقدمتها الحكامة الترابية، وتعزيز جاذبية العاصمة الاقتصادية، وتطوير سياحة الأعمال، وتثمين التراث الثقافي، إلى جانب تنويع العرض السياحي الجهوي. كما أكدت على ضرورة **تعبئة جماعية لمختلف الفاعلين من القطاعين العام والخاص**، من أجل جعل السياحة رافعة للتنمية الاقتصادية وخلق فرص الشغل.

ومن خلال تحديد هذه التوجهات الاستراتيجية، رسمت الجلسة الافتتاحية الإطار العام للنقاشات التي ستتواصل ضمن مختلف الجلسات الموضوعاتية، حيث سُدعى الخبراء والمهنيون وصناع القرار إلى تعميق النقاش حول هذه القضايا، ومقارنة المقاربات والتحليلات، وصياغة توصيات عملية تساهم في بلورة خارطة طريق سياحية جهوية طموحة وتشاركية.



السيد محمد الشرقاوي،

مدير الشؤون الاقتصادية بولاية جهة الدار البيضاء - سطات، ممثلاً للسيد والي الجهة

في مداخلته باسم السيد والي جهة الدار البيضاء - سطات، أشاد السيد محمد الشرقاوي بتنظيم الدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، مؤكداً أهمية هذا النوع من اللقاءات في تعزيز التفكير الجماعي حول سبل تطوير القطاع السياحي على المستوى الجهوي.

وأشار إلى أن الجهة تتوفر على مؤهلات مهمة من شأنها تعزيز جاذبيتها السياحية، وذلك من خلال عدد من المكونات السياحية المتكاملة، من بينها **سياحة الأعمال، والمسارات الثقافية، والسياحة الشاطئية**، باعتبارها رافعات أساسية للتنمية الترابية والاقتصادية.

كما شدد السيد الشرقاوي على أهمية **التعبئة الجماعية لمختلف الأطراف المعنية**، بما يضمن نجاح السياسات والبرامج الرامية إلى تنشيط القطاع السياحي. وفي هذا السياق، أبرز الدور المحوري **للتعاون** بين المنتخبين، والهيئات المهنية، والسلطات المحلية، والقوى الحية بالجهة، من أجل تعزيز أثر المبادرات والمشاريع الجاري تنفيذها.

وفي ختام مداخلته، أعرب عن تمنياته بالنجاح لأشغال المنتدى، مجدداً التزام المؤسسات الجهوية بمواكبة مختلف الجهود الرامية إلى تعزيز السياحة **كرافعة للتنمية الاقتصادية والترابية**، بما يخدم جهة الدار البيضاء - سطات والمغرب عموماً.





السيد عبد اللطيف معزوز،
رئيس مجلس جهة الدار البيضاء - سطات:

في مداخلته، أشاد السيد عبد اللطيف معزوز بمبادرة تنظيم المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، معتبراً إياه فضاءً أساسياً للحوار وتبادل الرؤى، بما يساهم في هيكلة التفكير الجماعي حول تطوير القطاع السياحي على المستوى الجهوي. كما نوه بالدور المحوري الذي يضطلع به المجلس الجهوي للسياحة، وبالأخص بالجهود التي يبذلها رئيسه السيد عثمان الشريف العلمي في دعم وتنمية السياحة بالجهة.

وقد سلطت مداخلته الضوء على عدد من التوجهات الاستراتيجية الكفيلة بدعم التنمية السياحية بجهة الدار البيضاء - سطات.

تنويع العرض السياحي عبر تثمين مؤهلات المناطق الداخلية:

أكد رئيس الجهة أن الصورة السياحية لجهة الدار البيضاء - سطات ما تزال ترتبط أساساً بمدينة الدار البيضاء وبعض الجهات الشاطئية المعروفة، في حين تزخر المناطق الداخلية للجهة، بما فيها المجالات القروية والطبيعية، بإمكانات مهمة قادرة على الاستجابة للطلب المتزايد على السياحة في المناطق القريبة من مدينة الدار البيضاء، خاصة الطبيعة منها والفضاءات الغابوية. وفي هذا الإطار، أشار إلى إطلاق عدد من المبادرات بشراكة مع المجلس الجهوي للسياحة، بهدف هيكلة عرض متكامل للسياحة القروية، يكون موجهاً سواء لسكان الجهة أو للسائح الوطنيين والدوليين.

ربط التنمية السياحية بالسياسات الترابية المهيكلية:

أبرز السيد معزوز أن تطوير القطاع السياحي يرتبط بشكل وثيق بالسياسات الترابية المهيكلية، لا سيما في مجالات البنيات التحتية والتنقل. وأوضح أن الاستثمارات الجهوية في النقل الطرقي والسكني والجوي تساهم بشكل مباشر في تعزيز الجاذبية السياحية للجهة. وفي هذا السياق، أشار إلى برنامج طموح لتطوير التنقل السكاني، من شأنه دعم الدينامية الاقتصادية والسياحية التي تعرفها الجهة.

جعل الثقافة رافعة استراتيجية للجاذبية الترابية:

كما أعلن رئيس الجهة عن قرب إطلاق برنامج جهوي واسع النطاق مخصص للتنمية الثقافية، بغلاف مالي يناهز **680 مليون درهم**. ويهدف هذا البرنامج إلى تعزيز التنشيط الثقافي، وتثمين التراث الجهوي، ودعم التكوين في المهن الثقافية، بما يساهم في جعل الثقافة صناعة حقيقية منتجة للقيمة وفرص الشغل، ومرتبطة بشكل وثيق بالتنمية السياحية.

السياحة كرافعة للتنمية السوسيو-اقتصادية :

وفي ختام مداخلته، أكد السيد معزوز أن مختلف هذه المبادرات، سواء المرتبطة بتطوير السياحة القروية، أو الاستثمار الثقافي، أو تحسين البنيات التحتية، تندرج ضمن رؤية شمولية تروم تعزيز جاذبية الجهة وتحسين إطار عيش المواطنين. وأشار إلى أن السياحة مدعوة إلى لعب دور محوري في خلق فرص الشغل وتنشيط الاقتصاد الجهوي، خاصة لفائدة فئة الشباب.





كلمة السيدة نبيلة الرميلى، رئيسة مجلس مدينة الدار البيضاء
ألقاها نيابة عنها السيد محمد الجواهري،
المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات



في الرسالة التي وجهتها إلى المشاركين في المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، أكدت السيدة نبيلة الرميلى أن السياحة أصبحت اليوم رافعة استراتيجية للتنمية الترابية، بالنظر إلى مساهمتها في تعزيز الإشعاع الدولي للمدن، ودعم التنافسية الاقتصادية، وخلق فرص الشغل، وجذب الاستثمارات. وفي هذا السياق، اعتبرت أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر على مؤهلات مهمة تستند إلى تنوع مكوناتها السياحية وتكامل بنيتها التحتية. وقد سلطت مداخلتها الضوء على عدد من التوجهات الهيكلية لتطوير السياحة بالعاصمة الاقتصادية والجهة عموماً.

وجهة سياحية متعددة المكونات

أبرزت السيدة الرميلى غنى وتنوع العرض السياحي بمدينة الدار البيضاء، والذي يركز على مجموعة من المكونات المتكاملة. وتتميز المدينة أساساً بـ سياحة الأعمال، التي تشكل إحدى الركائز التاريخية لجاذبيتها الاقتصادية والسياحية. كما أشارت إلى تنامي مكونات سياحية أخرى، من بينها السياحة الثقافية، والسياحة العلاجية، والسياحة الرياضية، التي تعزز إشعاعها الدولي بشكل لافت بعد الإنجاز التاريخي الذي حققه المنتخب الوطني المغربي لكرة القدم خلال كأس العالم 2022. وتوفر هذه المكونات مجتمعة فرصاً حقيقية لهيكلية عرض سياحي أكثر تنوعاً وتنافسية.

مخطط العمل الجماعي كرافعة للجاذبية السياحية

كما أبرزت المداخلة الدور المحوري الذي يضطلع به مخطط العمل الجماعي (PAC) لمدينة الدار البيضاء، باعتباره إطاراً استراتيجياً أساسياً لتطوير المدينة. ويرتكز هذا المخطط على 6 محاور استراتيجية، و24 برنامجاً، و99 مشروعاً، تروم تحسين جاذبية المدينة وجودة العيش بها، خاصة من خلال الاستثمار في البنيات التحتية للنقل، والتنقل المستدام، والتجهيزات الحضرية. ومن بين المشاريع الهيكلية التي تم التطرق إليها، مشروع الحافلات ذات الخدمة عالية الجودة، وتوسعة شبكة الطرامواي، إلى جانب إحداث مسارات سياحية حضرية تهدف إلى تجميع أبرز معالم المدينة.

تعزيز التموقع الدولي للدار البيضاء

كما شددت السيدة الرميلى على المقومات المتعددة التي تتوفر عليها مدينة الدار البيضاء لتعزيز مكانتها ضمن كبريات الحواضر الدولية. فالمدينة تستفيد من بنى تحتية استراتيجية مهمة، تشمل الميناء، والمطار، والشبكات اللوجستية، إضافة إلى مكانتها كأول منصة متعددة الوسائط بالملكة. وأشارت كذلك إلى عدد من المشاريع الكبرى التي ستساهم في تعزيز الجاذبية السياحية للعاصمة الاقتصادية، من بينها تطوير قطب دولي لسياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض (MICE)، وتأمين المواقع الرمزية كمسجد الحسن الثاني والمدينة القديمة، فضلاً عن المشاريع المرتقبة المتعلقة بالمسرح الكبير للدار البيضاء، وقصر المؤتمرات، وفضاء المعارض.

تعبئة جماعية لخدمة التنمية السياحية

وفي ختام رسالتها، جددت السيدة نبيلة الرميلى التأكيد على التزام مجلس مدينة الدار البيضاء بمواكبة مختلف المبادرات الرامية إلى تعزيز الجاذبية السياحية للعاصمة الاقتصادية والجهة. كما شددت على أهمية التعبئة الجماعية لمختلف الفاعلين من القطاعين العام والخاص، من أجل تنزيل التوجهات الاستراتيجية والتوصيات المنبثقة عن المنتدى وتحويلها إلى مشاريع ومبادرات ملموسة على أرض الواقع.

كما شددت على أهمية التعبئة الجماعية لمختلف الفاعلين من القطاعين العام والخاص، من أجل تنزيل التوجهات الاستراتيجية والتوصيات المنبثقة عن المنتدى وتحويلها إلى مشاريع ومبادرات ملموسة على أرض الواقع.



السيدة أسماء بلقزيز،

نائبة رئيس مجلس جهة الدار البيضاء - سطات:

في مداخلتها، أشادت السيدة أسماء بلقزيز بتنظيم الدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، معتبرة أن هذا المنتدى أصبح موعداً مهماً للتفكير الاستراتيجي حول التنمية السياحية الجهوية. كما أكدت أن المنتدى يشكل فضاءً متميزاً للحوار والتشاور بين مختلف الفاعلين من القطاعين العام والخاص، بهدف بلورة خارطة طريق سياحية طموحة لجهة الدار البيضاء - سطات. وقد سلطت مداخلتها الضوء على عدد من التوجهات الهيكلية لتطوير القطاع السياحي الجهوي.



حكمة ترابية مندمجة للقطاع السياحي:

ذكرت السيدة بلقزيز بأن القانون التنظيمي 14-111 المتعلق بالجهات يعتبر النهوض بالسياحة اختصاصاً مشتركاً بين الدولة والجهات. وفي هذا الإطار، شددت على ضرورة إرساء **حكمة ترابية مندمجة**، قائمة على التنسيق وتوحيد الجهود بين المؤسسات العمومية والجماعات الترابية والفاعلين الخواص. وأوضحت أن هذه المقاربة من شأنها تعزيز نجاعة السياسات العمومية السياحية، من خلال اعتماد **تخطيط استراتيجي متكامل يشمل مختلف حلقات سلسلة القيمة المرتبطة بالقطاع**.



تتمين المؤهلات السياحية المتنوعة للجهة:

كما أبرزت نائبة رئيس الجهة المقومات السياحية المتعددة التي تتوفر عليها جهة الدار البيضاء - سطات. فباعتبارها ثالث وجهة سياحية وطنية، تستقبل الجهة سنوياً أكثر من **1,5 مليون زائر**، كما تستفيد من عرض سياحي متنوع يجمع بين التراث التاريخي والمعماري، والوجهات الشاطئية، والمنتجات المجالية المحلية، إلى جانب تموقع متقدم في مجال سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض (MICE). وأكدت على أهمية اعتماد مقاربات جديدة لتتمين هذا الرصيد الحضاري والثقافي المتعدد، بما يساهم في تعزيز الجاذبية السياحية للجهة على المستويين الوطني والدولي.



استخلاص دروس الأزمة الصحية لإعادة النظر في القطاع:

كما أشارت السيدة بلقزيز إلى أن أزمة كوفيد-19 أبرزت الحاجة إلى إعادة النظر في استراتيجيات التنمية السياحية، سواء على المستوى الوطني أو الجهوي. ودعت في هذا السياق إلى تعزيز آليات تتبع وتقييم القطاع، من خلال اعتماد مؤشرات ترابية تتيح قياس أثر السياسات العمومية السياحية وتحسين قدرة الاقتصاد الجهوي على الصمود والتكيف.



رؤية سياحية مندمجة ضمن الوثائق الاستراتيجية الجهوية:

وفي ختام مداخلتها، أكدت أن الرؤية السياحية لجهة الدار البيضاء - سطات مدمجة بشكل كامل ضمن أهم وثائق التخطيط الترابي، وعلى رأسها **التصميم الجهوي لإعداد التراب (SRAT) وبرنامج التنمية الجهوية (PDR)**. وتحدد هذه الوثائق عدداً من المجالات ذات المؤهلات السياحية، من بينها:

- الجديدة، باعتبارها وجهة للسياحة الشاطئية والرياضية؛
- الدار البيضاء الكبرى، الموجهة نحو سياحة الأعمال والسياحة الشاطئية والسياحة الصحية؛
- بنسليمان، المتموقة ضمن السياحة الخضراء والإيكولوجية؛
- برشيد، ذات التوجه المرتبط بالسياحة القروية والرياضية.

كما أعلنت عن اعتماد اتفاقية شراكة جديدة بين الجهة والمجلس الجهوي للسياحة، تروم دعم تطوير وتحسين المنتج السياحي الجهوي.



وفي ختام مداخلتها، أكدت السيدة بلقزيز أن تطوير القطاع السياحي يشكل رهاناً استراتيجياً أساسياً لمستقبل الجهة اقتصادياً وترابياً، داعية مختلف الفاعلين إلى توحيد الجهود من أجل رفع هذا التحدي الجماعي.



السيد عثمان الشريف العلمي ،

رئيس المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات:



في مداخلته الاختتامية للجلسة الافتتاحية، رحب السيد عثمان الشريف العلمي بالمشاركين في الدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، مذكراً بأهمية هذه المنصة الحوارية في بلورة رؤية سياحية طموحة وتشاركية للجهة في أفق 2026-2030. وأكد أن تطوير القطاع السياحي يندرج بشكل كامل ضمن الدينامية الوطنية للجهوية المتقدمة وخلق فرص الشغل المستدامة، وفق التوجيهات الملكية السامية لصاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله. وفي هذا الإطار، اعتبر أن الصناعة السياحية تشكل رافعة استراتيجية لمواكبة التنمية الاقتصادية والترابية بجهة الدار البيضاء - سطات.

طموح سياحي كبير لجهة الدار البيضاء - سطات:

أكد رئيس المجلس الجهوي للسياحة الطموح الرامي إلى جعل جهة الدار البيضاء - سطات واحدة من أبرز الوجهات السياحية بالمملكة، مع استهداف استقبال أكثر من 6 ملايين زائر في أفق 2026-2030. ولتحقيق هذا الهدف، شدد على أهمية ملاءمة المبادرات الجهوية مع مختلف الإطارات الاستراتيجية المعتمدة، وعلى رأسها خارطة الطريق الوطنية للسياحة، وبرنامج التنمية الجهوية، ومخطط العمل الجماعي، إلى جانب برامج الترويج التي يتم تنزيلها بشراكة مع المكتب الوطني المغربي للسياحة.

تعزيز البنيات التحتية وترسيخ تموقع الدار البيضاء في مجال سياحة الأعمال والمؤتمرات

جند السيد العلمي التأكيد على الدور المحوري الذي تضطلع به مدينة الدار البيضاء باعتبارها قطباً اقتصادياً ووجهة رئيسية لسياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض (MICE). وفي هذا السياق، أشار إلى عدد من المشاريع المهيكلية الجاري تنفيذها أو الإعداد لها، من بينها مشروع تحويل المعرض الدولي للدار البيضاء إلى مركز للمؤتمرات والمعارض، إلى جانب تعزيز الطاقة الإيوائية للمدينة وقدرتها على استضافة التظاهرات والأحداث الدولية الكبرى.

تنويع العرض السياحي الجهوي:

كما شدد رئيس المجلس الجهوي للسياحة على ضرورة تنويع المكونات السياحية للجهة، بهدف تنميين مختلف مؤهلاتها الطبيعية والثقافية والتراثية. فإلى جانب سياحة الأعمال، أشار إلى الإمكانيات الكبيرة التي يتيحها القطاع في مجالات السياحة الشاطئية، بفضل الشريط الساحلي الأطلسي الممتد على 235 كيلومتراً، إضافة إلى السياحة الثقافية المرتبطة بعدد من المواقع التاريخية والرمزية، مثل المدينة البرتغالية الجديدة، ومدينة أزور العتيقة، والقصبات التاريخية بالجهة. كما أبرز الفرص التي تتيحها كل من السياحة الإيكولوجية والسياحة القروية، باعتبارهما رافعتين لتنميين المؤهلات الطبيعية والمجالات الريفية، مع الإسهام في دعم التنمية الاقتصادية المحلية.

الابتكار والتسويق الترابي والانفتاح على أسواق جديدة:

وفي محور آخر، أكد السيد العلمي أهمية فهم تطلعات الأسواق الدولية بشكل أفضل، وتكييف استراتيجيات التواصل والترويج بما يسمح باستقطاب زوار جدد، خاصة من أوروبا وأمريكا الشمالية وآسيا وإفريقيا. كما دعا إلى الاستفادة من التقنيات الحديثة، مثل التطبيقات الرقمية، والنكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، من أجل تحسين التجربة السياحية وتعزيز تنافسية الجهة.

وفي ختام مداخلته، أعرب عن قناعته بأن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر، بفضل تعبئة مختلف الفاعلين العموميين والخواص، على كافة المقومات التي تؤهلها لتصبح وجهة سياحية كبرى، مستدامة ومبتكرة، على المستويين الوطني والدولي.





السيد محمد الجواهري،

المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات:

في مداخلته، أكد السيد محمد الجواهري أهمية الدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، المنظم بشراكة بين شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات والمجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات، باعتباره فضاءً للتفكير الاستراتيجي يهدف إلى بلورة خارطة طريق سياحية جهوية في أفق 2026-2030. وأشار إلى أنه في ظل اشتداد المنافسة بين المجالات الترابية، أصبحت المدن والجهات مطالبة اليوم باعتماد مقاربات جديدة لتعزيز جاذبيتها ودعم دينامييتها الاقتصادية، من خلال تعبئة مختلف الفاعلين العموميين والخواص حول مشاريع مهيكلية.

تعاون ترابي في خدمة الجاذبية السياحية:

أبرز السيد الجواهري الشراكة التي تم إرساؤها منذ سنة 2021 بين شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات والمجلس الجهوي للسياحة، والتي تهدف إلى توحيد الجهود وتطوير مبادرات مشتركة للترويج لوجهة الدار البيضاء. وقد أثمرت هذه الشراكة عن إطلاق وتنظيم عدد من المبادرات المهيكلية، من بينها **المنتدى التفاعلي للسياحة، والمؤتمر الإفريقي للسياحة، وفعالية "MICE Meeting Casablanca"** إضافة إلى **الأسبوع الثقافي للأحياس**. وتندرج هذه المبادرات ضمن رؤية تروم تعزيز الجاذبية السياحية والثقافية للعاصمة الاقتصادية وجهتها.

تطوير البنيات التحتية الخاصة بـ السياحة الأعمال والمؤتمرات : رافعة استراتيجية:

ومن بين أبرز النقاط التي تطرق إليها السيد الجواهري، الإعلان عن مشروع تحويل فضاء المعرض الدولي للدار البيضاء (OFEC) إلى **مركز للمؤتمرات والمعارض**، ليصبح تجهيزاً مهيكلًا لتطوير سياحة الأعمال بالعاصمة الاقتصادية. ويتم تنزيل هذا المشروع في إطار شراكة تجمع عدداً من المؤسسات العمومية والترابية، بهدف الاستجابة للطلب المتزايد على البنيات التحتية المخصصة للمؤتمرات والمعارض، في انتظار إنجاز **القصر الكبير للمؤتمرات والمعارض** المرتقب ضمن برنامج التنمية الجهوية 2022-2027. وبحسب الدراسات الأولية، سيعم هذا المركز المستقبلي **فضاءات للعرض** تمتد على مساحة **12 ألف متر مربع**، إلى جانب **فضاء للمؤتمرات** **بفوق 6 آلاف متر مربع**، وقاعة كبرى تتسع **لأزيد من ألفي مقعد**، مع برمجة الأشغال على مدى يقارب اثني عشر شهراً.

العلامة الترابية «We Casablanca» كأداة لتعزيز الجاذبية:

كما ذكر السيد الجواهري بالدور الذي تضطلع به العلامة الترابية «We Casablanca» التي تم إطلاقها قبل ست سنوات، باعتبارها أداة محورية ضمن استراتيجية تعزيز جاذبية المدينة. وتهدف هذه العلامة إلى توحيد مختلف الفاعلين حول رؤية مشتركة، وتعزيز صورة الدار البيضاء على المستوى الدولي، من خلال الجمع بين أبعاد متعددة تشمل **السياحة، والاستثمار، والمشاركة المواطنة**. ويندرج المنتدى التفاعلي للسياحة بشكل كامل ضمن هذه الدينامية المرتبطة بالتسويق الترابي.

السياحة القروية: مؤهلات واعدة بحاجة إلى تثمين

وفي ختام مداخلته، أعرب السيد الجواهري عن تطلعه إلى أن تساهم مداخلات المشاركين في المنتدى في بلورة أفكار ومقترحات عملية قادرة على دعم التنمية السياحية بالجهة، خاصة في مجال **السياحة القروية**، التي ما تزال تتوفر على مؤهلات مهمة لم يتم تثمينها بالشكل الكافي بعد.





الجلسة النقاشية الأولى

أي رؤية لخارطة الطريق الاستراتيجية الجهوية، وما هو نموذج إعدادها وتنفيذها بشكل مشترك، في إطار تناغم بين القطاعين العام والخاص، من خلال التنسيق بين المكونات الثلاث للجهة: السلطات، المنتخبون، والمهنيون؟

بعد المداخلات الافتتاحية التي مكنت من استعراض الطموحات والتوجهات الاستراتيجية المرتبطة بتطوير القطاع السياحي بجهة الدار البيضاء - سطات، تفتح الجلسة النقاشية الأولى من المنتدى باب النقاش حول سؤال محوري : كيف يمكن بناء وتنزيل خارطة طريق سياحية جهوية منسجمة، تشاركية وقابلة للتنفيذ؟ وفي سياق يتسم بانتعاش السياحة العالمية واعتماد استراتيجيات عمومية جديدة على المستويين الوطني والترابي، تجد جهة الدار البيضاء - سطات نفسها اليوم أمام مرحلة مفصلية في مسارها السياحي. فباعتبارها العاصمة الاقتصادية للمملكة وأهم قطب للأعمال بالمغرب، تتوفر الجهة على مؤهلات كبيرة لتعزيز جاذبيتها وترسيخ مكانتها ضمن أبرز الوجهات الحضرية والاقتصادية في الفضاءين المتوسطي والإفريقي.

غير أن تحويل هذه المؤهلات إلى وجهة سياحية تنافسية حقيقية يظل رهيناً برفع عدد من التحديات الأساسية، من أبرزها:

- تعزيز التنسيق بين مختلف مستويات الحكامة الترابية؛
- تنويع العرض السياحي بما يتجاوز سياحة الأعمال؛
- تثمين الموارد الثقافية والتراثية للجهة؛
- تطوير البنيات التحتية والخدمات الكفيلة بتحسين تجربة الزوار .

وانطلاقاً من هذه الرهانات، تتمحور هذه الجلسة النقاشية الأولى حول الرؤية الاستراتيجية لخارطة الطريق السياحية الجهوية، وآليات بنائها بشكل تشاركي بين مختلف الفاعلين الترابيين، من مؤسسات عمومية ومنتخبين ومهنيي القطاع. ولإغناء هذا النقاش، جمعت هذه الجلسة متدخلين من خلفيات متكاملة، تجمع بين الخبرة المؤسساتية والعملية والأكاديمية، بما يتيح تقديم قراءات متعددة حول رافعات تطوير وتحول القطاع السياحي الجهوي. وقد تولت تقديم وإدارة النقاش السيدة بشرى الطيبي، الخبيرة في مجال السياحة والمسؤولة عن التنمية بالمجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات .





ومن خلال تجربتها في مواكبة الاستراتيجيات الترابية ومعرفتها الدقيقة بالمنظومة السياحية الجهوية، قامت بتأطير النقاش عبر التذكير بالإطارات الاستراتيجية الكبرى التي تؤثر السياسات العمومية في المجال السياحي، وعلى رأسها خارطة الطريق الوطنية للسياحة، وبرنامج التنمية الجهوية، ومخطط العمل الجماعي.

كما استفادت هذه الجلسة من مساهمة السيدة أسماء بلقزيز، نائبة رئيس مجلس جهة الدار البيضاء - سطات، التي قدمت رؤية المؤسسة الجهوية حول موقع السياحة ضمن استراتيجية التنمية الترابية. ومن خلال التوجهات الواردة في برنامج التنمية الجهوية، سلطت الضوء على المشاريع المهيكلية القادرة على تعزيز الجاذبية الاقتصادية والسياحية للجهة وتنويع مكونات القطاع.

ومن جانبه، استعرض السيد محمد الجواهري، المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات، تجربة مدينة الدار البيضاء في مجال التنمية السياحية والتنشيط الترابي، مسلطاً الضوء على المبادرات والمشاريع الرامية إلى تعزيز جاذبية العاصمة الاقتصادية، سواء من خلال المشاريع الحضرية والثقافية والتظاهرات الكبرى، أو عبر تطوير البنيات التحتية المرتبطة بسياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض. (MICE)

كما تعزز النقاش ببعد دولي من خلال المداخلة المصورة للسيدة لورينا فيار، المتخصصة في تحليل الأسواق السياحية وتنافسية الوجهات بمنظمة السياحة العالمية، حيث ساهمت مداخلتها في وضع رهانات التنمية السياحية الجهوية ضمن السياقات والتحديات العالمية الكبرى للقطاع، مع إبراز ضرورة الانتقال من منطق الترويج السياحي التقليدي إلى منطق التدبير الاستراتيجي المتكامل للوجهات السياحية.

واستفاد النقاش أيضاً من مساهمات أكاديمية وخبرات متخصصة، من بينها مساهمة الأستاذ عبد الحق محتاج، المتخصص في ديناميات السياحة والتكوين في مهن القطاع، الذي قدم قراءة حول أهمية الرأسمال البشري في إنجاح الاستراتيجيات السياحية الترابية.

كما أغنت تدخلات وأسئلة الحضور، من خبراء ومهنيين وفاعلين جمعيين، مجريات النقاش، من خلال إثارة عدد من القضايا العملية المرتبطة بالحكمة السياحية، وهيكلية المشاريع الترابية، وإشراك الفاعلين الاقتصاديين المحليين. ومن خلال مختلف هذه المساهمات، سعت هذه الجلسة الأولى إلى استكشاف الشروط الضرورية لبناء رؤية سياحية جهوية مشتركة، وتحويل الطموحات الاستراتيجية إلى إجراءات عملية تخدم جاذبية جهة الدار البيضاء - سطات وتدعم تنميتها المستدامة





مداخلة السيدة بشرى الطيبي،
مستشارة في السياحة ومكلفة بالتطوير بالمجلس الجهوي للسياحة
لجهة الدار البيضاء - سطات:

في تقديمها للجلسة الأولى، وضعت السيدة بشرى الطيبي، مسيرة الجلسة، الأسس العامة للتفكير حول **بلورة خارطة طريق سياحية جهوية** لجهة الدار البيضاء - سطات، مؤكدة على ضرورة اعتماد مقاربة قائمة على البناء المشترك والتعاون بين مختلف الفاعلين الترابيين.

وأوضحت أن تطوير السياحة الجهوية لا يمكن أن يكون مسؤولية طرف واحد، بل ينبغي أن يستند إلى **حكمة تشاركية**

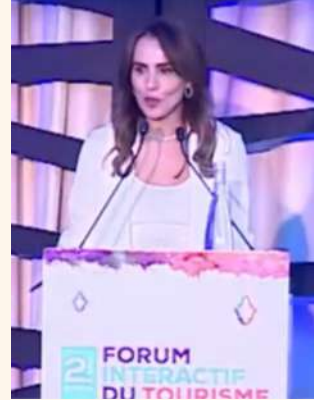
تجمع بين المكونات الثلاثة الأساسية للجهة، وهي **المنتخبون، والسلطات العمومية، ومهنيون القطاع السياحي**. ويتمثل الهدف، بحسب السيدة الطيبي، في بلورة رؤية مشتركة وعملية قادرة على ترسيخ مكانة جهة الدار البيضاء - سطات كوجهة سياحية كبرى على المستويين الوطني والدولي. وفي هذا الإطار، استعرضت **الركائز الثلاث الأساسية** التي ينبغي أن تشكل قاعدة خارطة الطريق السياحية الجهوية، والمتمثلة في:

- **خارطة الطريق الوطنية للسياحة**، التي تحدد هدف استقبال **6 ملايين سائح** بجهة الدار البيضاء - سطات في أفق **2030**، مع التركيز على أربع سلاسل ذات أولوية، تشمل **سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض**، (MICE) و**السياحة الداخلية** المرتبطة بالطبيعة والساحل، و**سياحة الإقامات القصيرة بالمدن**، و**المسارات الثقافية**؛
- **برنامج التنمية الجهوية (PDR)** الذي يحدد المشاريع المهيكلية والاستثمارات الترابية القادرة على دعم التنمية السياحية بالجهة؛
- **مخطط العمل الجماعي (PAC)** الذي يضم المشاريع الحضرية وبرامج التهيئة الكفيلة بتحسين جاذبية العاصمة الاقتصادية والارتقاء بتجربة الزوار .

وأكدت السيدة الطيبي أن نجاح هذه الخارطة يبقى رهيناً بقدرة مختلف الفاعلين على تحقيق الالتقائية بين هذه المستويات الثلاث من التخطيط، وضمان تنزيل منسق ومتكامل للمبادرات العمومية والخاصة.

وقد مكنت هذه المقدمة من وضع الإطار الاستراتيجي العام للنقاش، من خلال دعوة المتدخلين إلى التفكير في الآليات العملية الكفيلة بتنزيل هذه الرؤية السياحية الجهوية على أرض الواقع.





مداخلة السيدة أسماء بلقزيز،

نائبة رئيس مجلس جهة الدار البيضاء - سطات:

برنامج التنمية الجهوية كإطار استراتيجي للسياحة الجهوية:

من خلال تدخلاتها المتعددة خلال أشغال الجلسة الأولى، استعرضت السيدة أسماء بلقزيز الرؤية التي يعتمدها مجلس جهة الدار البيضاء - سطات في إطار برنامج التنمية الجهوية، (PDR) الذي تمت المصادقة عليه سنة 2022 وفقاً لمقتضيات القانون التنظيمي 14-111 المتعلق بالجهات. وأكدت أن هذا البرنامج يشكل الأداة المركزية للتخطيط الاستراتيجي والعمل للجهة، حيث يدمج مجموعة من المشاريع المهيكلية الرامية إلى تعزيز الجاذبية الاقتصادية والسياحية للمجال الترابي الجهوي.

تطوير سلاسل سياحية ذات أولوية:

وفي هذا السياق، سلطت السيدة بلقزيز الضوء على عدد من المشاريع المرتبطة مباشرة بالقطاع السياحي، من بينها تطوير السياحة الإيكولوجية والسياحة القروية بمحيط عدد من **السدود** المتواجدة بالجهة، بهدف تثمين المجالات القروية، وتنويع العرض السياحي، وخلق فرص جديدة للتشغيل المحلي. كما أشارت إلى محور استراتيجي ثانٍ يتعلق بـ **تطوير سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض**، (MICE) باعتبارها رافعة أساسية لتعزيز التموضع الدولي لمدينة الدار البيضاء. وفي هذا الإطار، يتضمن برنامج التنمية الجهوية مشروع **إعادة تأهيل فضاء المعرض الدولي للدار البيضاء (OFEC)** وتحويله إلى **مركز للمعارض والمؤتمرات**، إلى جانب مشروع إحداث **قصر للمؤتمرات** على المدى المتوسط، وهي تجهيزات اعتبرت ضرورية لترسيخ مكانة الدار البيضاء كقطب اقتصادي وتظاهراتي. كما أكدت على أهمية **تموقع الدار البيضاء كأول مركز مالي بإفريقيا** من خلال **القطب المالي للدار البيضاء (Casablanca Finance City)** معتبرة أن الإشعاع الدولي لهذا الأخير يمكن أن يساهم في استقطاب التظاهرات الدولية والمستثمرين والزوار المهنيين.

سياسات عمومية شاملة لتعزيز الجاذبية الترابية:

- إلى جانب المشاريع السياحية المباشرة، شددت نائبة رئيس الجهة على أهمية عدد من السياسات العمومية المهيكلية التي تساهم بدورها في تعزيز الجاذبية السياحية للجهة، ومن أبرزها:
- **تثمين قطاع الصناعة التقليدية والمنتجات المحلية**، باعتبارهما قطاعين مساهمين في خلق فرص الشغل وحاملين للهوية الترابية؛
 - **تطوير التنقل الجهوي**، من خلال تعزيز الربط السككي والطريقي، إلى جانب إحداث **منصة رقمية للتنقل** تهدف إلى تسهيل تنقلات الزوار وتنظيم رحلاتهم؛
 - **تعزيز العرض الثقافي والتراثي**، عبر إعادة تأهيل عدد من المواقع التاريخية والأثرية، وإحداث مهرجانات جهوية جديدة.
 - كما أكدت على ضرورة اعتماد **برمجة ثقافية أكثر تنسيقاً واستباقية**، بما يسمح للمهنيين بتنظيم عروضهم بشكل أفضل وتعزيز المردودية الاقتصادية للتظاهرات والأنشطة الثقافية.

الرأس المال البشري والحكمة التشاركية:

وفي تفاعلها مع التحديات التي أثارها منظمة السياحة العالمية، اعتبرت السيدة بلقزيز أن **الرأس المال البشري** يشكل أحد أبرز التحديات المرتبطة بتطوير السياحة الجهوية. ودعت إلى تعزيز منظومات التكوين والتشغيل والتأهيل المهني في مهن السياحة، بهدف تحسين جودة الخدمات والارتقاء بتجربة الزوار.

وفي ختام مداخلتها، أكدت أن نجاح خارطة الطريق السياحية الجهوية يظل رهيناً باعتماد مقاربة شاملة وتشاركية، تعبي مختلف السياسات العمومية المعنية — من سياحة وثقافة وتنقل وتشغيل وتكوين — إلى جانب مختلف الفاعلين العموميين والخواص بالجهة.



مداخلة السيد محمد الجواهري،

المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات:

مخطط العمل الجماعي كإطار مهيكّل للتنمية السياحية:

استعرض السيد محمد الجواهري مساهمة مدينة الدار البيضاء في تطوير السياحة الجهوية من خلال **مخطط العمل الجماعي** (PAC)، الذي يشكل إطاراً استراتيجياً منظماً حول **6 محاور**، و**24 برنامجاً**، و**99 مشروعاً**. وأوضح أن عدداً من هذه المشاريع يهدف بشكل مباشر إلى تعزيز الجاذبية السياحية للعاصمة الاقتصادية، عبر تطوير البنيات التحتية، وتنميين الموروث الحضاري، وتعزيز التنشيط الثقافي والتظاهرات.

استراتيجية تجمع بين البنيات التحتية والتنشيط الترابي:

وأكد السيد الجواهري أن الاستراتيجية السياحية للمدينة تقوم على مقاربة متكاملة تجمع بين **المشاريع المهيكلّة للبنيات التحتية** ("**Hard**") و**برامج التنشيط الثقافي والتظاهرات** ("**Soft**"). ومن بين أبرز المشاريع التي تم التطرق إليها، مشروع إنجاز **المتحف الكبير لثقافة الدار البيضاء**، وتحويل **السوق المركزي إلى فضاء مخصص لمطبخ متعدد الثقافات**، إضافة إلى إعادة تأهيل عدد من المواقع التراثية، من بينها المدينة القديمة، وقصبة بن إدريس، وفيلّا "Carl Ficke".

كما أشار إلى عدد من المشاريع المنجزة أو المبرمجة في إطار **شراكات بين القطاعين العام والخاص**، والتي تهدف إلى إغناء العرض السياحي للمدينة، ومن بينها إحداث حوض للأحياء المائية، ومتحف أثري بمنطقة أهل لغلّام، وإعادة هيكلة المآزر القديمة وتحويلها إلى فضاء ثقافي، إلى جانب إنشاء مركب جهوي لكرة القدم، بما يعكس الأهمية المتزايدة لكل من السياحة الثقافية والسياحة الرياضية.

تطوير سياحة الأعمال كرافعة استراتيجية:

ومن بين المشاريع المهيكلّة المدرجة ضمن مخطط العمل الجماعي، أبرز السيد الجواهري أهمية **مشروع تحويل فضاء المعرض الدولي للدار البيضاء (OFEC) إلى مركز للمؤتمرات والمعارض**، باعتباره عنصراً أساسياً لتعزيز موقع الدار البيضاء في سوق **سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض (MICE)**. ويهدف هذا المشروع إلى سد الخصاص المسجل في البنيات التحتية المخصصة للتظاهرات المهنية الكبرى، وتعزيز الجاذبية الدولية للعاصمة الاقتصادية.

حكاية ترابية تشاركية لتحويل الدار البيضاء إلى وجهة سياحية مفضلة:

إلى جانب مشاريع الاستثمار والتجهيز، شدد السيد الجواهري على ضرورة **تعبئة مختلف الفاعلين الترابيين**، مؤكداً أن السياحة لا ينبغي أن تُعتبر مسؤولية حصرية للمهنيين العاملين في القطاع، بل مسؤولية جماعية تشمل الجماعات الترابية، والمؤسسات العمومية، والفاعلين الاقتصاديين، والشركاء الخواص. وفي معرض مقارنته بمدينة برشلونة، أشار إلى أن الدار البيضاء تتوفر على مؤهلات طبيعية وجغرافية مماثلة، غير أن تعزيز تموقعها السياحي يظل مرتبطاً بمدى **التفعيل الفعلي لمشاريع مخطط العمل الجماعي وبرنامج التنمية الجهوية**، إلى جانب تحسين جودة الخدمات وتجربة الزوار.

وأكد أن الرهان الحقيقي يتمثل في الانتقال من سياحة أعمال تُفرض بحكم النشاط الاقتصادي للمدينة، إلى وجهة سياحية متكاملة يتم اختيارها بشكل إرادي لما توفره من عرض وتجربة وجاذبية.



مداخلة السيدة لورينا فيار ،

خبيرة أولى في تحليل الأسواق السياحية والمنافسة بمنظمة السياحة العالمية:



انتعاش السياحة العالمية والأداء المتميز للمغرب:

استهلت السيدة لورينا فيار مداخلتها بالتأكيد على فترة القطاع السياحي العالمي على استعادة ديناميته بعد جائحة كوفيد-19. وأوضحت أنه خلال الربع الأول من سنة 2023، بلغت أعداد الوافدين الدوليين حوالي 80% من مستويات ما قبل الجائحة، فيما سجلت القارة الإفريقية انتعاشاً ملحوظاً بنسبة استرجاع بلغت 88%. كما أبرزت الأداء المتميز للمغرب، الذي سجل ارتفاعاً بنسبة 17% في عدد الوافدين مقارنة بالفترة السابقة للجائحة، ما يجعله من بين الوجهات الأكثر دينامية على الصعيد الدولي.

الدور الاستراتيجي للسياحة الحضرية في الإنعاش الاقتصادي:

وفي سياق هذا الانتعاش العالمي، أكدت السيدة فيار أن المدن أصبحت تضطلع بدور محوري في إعادة تشكيل القطاع السياحي، معتبرة أن السياحة الحضرية تشكل رافعة أساسية للنمو الاقتصادي، وخلق فرص الشغل، وتعزيز الإدماج الاجتماعي. كما أشارت إلى مساهمة هذا النوع من السياحة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة، وخاصة الهدف الحادي عشر المتعلق بالمدن المستدامة والقادرة على الصمود.

الانتقال من الترويج السياحي إلى التدبير الاستراتيجي للوجهات:

وشددت المتدخلة على أن الوجهات السياحية مطالبة اليوم بتجاوز المقاربة التقليدية القائمة على الترويج فقط، والانتقال نحو منطق التدبير الاستراتيجي المتكامل للوجهات السياحية. ويتطلب هذا التحول، بحسبها، اعتماد رؤية مندمجة تسمح بتنسيق السياسات العمومية والاستثمارات والمبادرات الخاصة، بما يضمن تعزيز الأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة على المجال الترابي.

الدور المحوري لمؤسسات تدبير الوجهات السياحية (DMO):

وفي هذا الإطار، أبرزت السيدة فيار الأهمية المتزايدة لمؤسسات تدبير الوجهات السياحية، (DMO) التي لم تعد تقتصر مهامها على الترويج السياحي فقط، بل أصبحت تشمل مجالات استراتيجية متعددة، من بينها:

- التخطيط الاستراتيجي؛
- تحليل المعطيات والبيانات؛
- تطوير المنتجات السياحية؛
- التحول الرقمي؛
- تكوين وتأهيل الفاعلين في القطاع؛
- تعبئة الاستثمارات.

كما استعرضت تجربتي مدينتي برشلونة وبراغ (جمهورية التشيك)، باعتبارهما نموذجين يبرزان كيف يمكن لحكامة منسقة وفعالة أن تساهم في تحقيق تدبير مستدام ومتوازن للتدفقات السياحية.



الجلسة النقاشية الثاني

التركيز على المناطق القروية بالجهة: ما هي الرافعات الكفيلة بتحقيق تنمية اجتماعية واقتصادية من خلال السياحة؟ وما هي سبل المواجهة الضرورية؟ وما هو الأثر المنتظر؟

بعد الجلسة الأولى التي خُصصت لاستعراض الديناميات الكبرى المرتبطة بالجاذبية السياحية للعاصمة الاقتصادية والمشاريع المهيكلية التي تعيد تشكيل الدار البيضاء وجهتها، جاءت الجلسة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات لتوسيع دائرة النقاش نحو ركيزة أخرى من ركائز التنمية الترابية، تتمثل في المؤهلات السياحية للمجالات القروية بالجهة.

فجهة الدار البيضاء - سطات لا تختزل في العاصمة الاقتصادية فقط، بل تمتد على مجال ترابي واسع ومتنوع، تغلب عليه الجماعات القروية التي تزخر بموارد طبيعية وثقافية وتراثية مهمة. وتشكل الغابات، والسدود، والمجالات الفلاحية، والتقاليد المحلية، والمنتجات المحلية، مؤهلات حقيقية قادرة على المساهمة في بروز عرض للسياحة القروية يخلق القيمة الاقتصادية وفرص الشغل، ويفتح آفاقاً جديدة لفائدة الساكنة المحلية.

وفي هذا السياق، هدفت الجلسة الثانية إلى استكشاف الشروط الضرورية لتطوير سياحة قروية مستدامة، من خلال التطرق إلى عدد من الأسئلة المحورية، من بينها:

- ما هي الرافعات الكفيلة بتحويل المجالات القروية إلى وجهات سياحية حقيقية؟
- ما هي آليات المواجهة والتكوين والاستثمار الضرورية لهيكلة هذا القطاع الصاعد؟
- وما هي الآثار الاقتصادية والاجتماعية والترابية المنتظرة من تطوير هذا النمط السياحي؟

وقد استندت النقاشات في بدايتها إلى نتائج دراسة أولية حول السياحة القروية أنجزها المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات، وقدمتها الأنسة وئام مرقوس. وقد مكنت هذه الدراسة من تقديم تشخيص أولي للمؤهلات السياحية للمجالات القروية بالجهة، مع إبراز تنوع المبادرات القائمة، التي تشمل مشاريع الإيواء القروي، والمزارع البيداغوجية، وأنشطة السياحة المرتبطة بالطبيعة والهواء الطلق.





ولإغناء النقاش حول هذه الإشكالية، جمعت الجلسة متدخلين من خلفيات مهنية وأكاديمية ومقاولاتية متنوعة، بما أتاح تقديم رؤى عملية ومقاربات ميدانية حول الفرص والتحديات المرتبطة بالسياحة القروية. وقد تولت تسيير النقاش السيدة عفاف شهاب، الفاعلة في القطاع السياحي ومديرة التنمية بشركة “Extra Travel Morocco” وعضوة. “Moroccan Travel Management”، وقد مكنتها خبرتها في هيكله المنتوجات السياحية ومواكبة الفاعلين المهنيين من امتلاك رؤية دقيقة حول رهانات تنويع العرض السياحي بالمغرب.

- وإلى جانبها، ساهم عدد من المتدخلين في إثراء النقاش من خلال مقاربات متكاملة، من بينهم:
 - السيد حميد لوراوي، مؤسس المشروع السياحي «قرية الغابة» ببسليمان، الذي تقاسم تجربته كمستثمر وحامل مشروع في مجال السياحة القروية، مع تسليط الضوء على المؤهلات الطبيعية للإقليم والشروط الضرورية لتطوير منظومة سياحية محلية متكاملة؛
 - السيد منير بوكاع، رئيس المجلس الإقليمي للسياحة بالواليدية - سيدي بنور، الذي قدم رؤية الفاعلين الترابيين المنخرطين في الترويج لوجهة قروية ذات مؤهلات واعدة، خاصة بمنطقة الواليدية ومحيطها؛
 - السيدة إيزابيل سانشيز تيخادو، الخبيرة الإسبانية في السياحة القروية ومؤسسة «مدرسة السياحة التجديدية»، التي قدمت عبر مداخلة مصورة تجربة دولية تستند إلى عقود من تطوير السياحة القروية المستدامة بأوروبا؛
 - السيدة هالة بنخلدون، المديرة العامة لوكالة “Intrepid Travel Maroc” التي قدمت منظور فاعلة مهنية متخصصة في السياحة المسؤولة، مع التركيز على الأثر الإيجابي للسياحة على المجتمعات المحلية.
- كما استفادت النقاشات من مساهمات خبراء وأكاديميين وفاعلين مؤسساتيين، الذين أغنوا الحوار من خلال تحليلات تناولت قضايا مرتبطة بتنميين المنتجات المجالية، وإدماج الساكنة المحلية ضمن سلسلة القيمة السياحية، وتنويع أشكال السياحة بالمجالات القروية.

ومن خلال مختلف هذه المداخلات، فتحت الجلسة الثانية نقاشاً معمقاً حول مكانة السياحة القروية ضمن استراتيجية التنمية السياحية لجهة الدار البيضاء - سطات، مع إبراز الشروط الضرورية لتحويل المؤهلات الطبيعية والثقافية والبشرية للجهة إلى رافعات حقيقية للتنمية السوسيو-اقتصادية المستدامة





مداخلة السيد حميد لوراوي،

مهنّي في القطاع السياحي ومؤسس المشروع السياحي «قرية الغابة» - بنسليمان:

تثمين المؤهلات السياحية لإقليم بنسليمان:

في معرض رده على سؤال مسيرة الجلسة حول إمكانات السياحة القروية بإقليم بنسليمان، سلط السيد حميد لوراوي الضوء على المؤهلات الطبيعية والجغرافية التي يتميز بها الإقليم، الواقع بين مدينتي الدار البيضاء والرباط. وأوضح أن الإقليم يضم 15 جماعة، منها 12 جماعة قروية، كما يتوفر على رصيد طبيعي مهم يتمثل في حوالي 45 ألف هكتار من الغابات، من بينها ما يقارب 12 ألف هكتار بجماعة عين تيزغة. وأكد أن هذا الموقع الاستراتيجي، إلى جانب غنى الموارد الطبيعية، يجعل من بنسليمان وجهة واعدة للسياحة القروية، خاصة في ظل وجود عدد من المشاريع المهيكلّة المرتقبة بالمنطقة، والمرتبطة بالبنيات الطرقية، والمنشآت الرياضية، والمؤسسات الجامعية، بما من شأنه تعزيز جاذبية الإقليم.

تقاسم تجربة إحداث مشروع للسياحة القروية:

ومن خلال تجربته كمستثمر، قدم السيد لوراوي مشروع «قرية الغابة»، وهو مركب سياحي تم تطويره بالمنطقة، حيث استعرض مختلف المراحل الإدارية التي رافقت إنجازها، والتي تطلبت التنسيق مع عدة مؤسسات، من بينها المركز الجهوي للاستثمار، والوكالة الوطنية للمياه والغابات، ولجنة المشاريع الكبرى. وأشار إلى أن مسار الحصول على التراخيص كان طويلاً ومعقداً، إذ استغرق حوالي أربع سنوات من الإجراءات والمتابعات قبل الحصول على مختلف التراخيص الضرورية.

تنوع العرض السياحي لضمان استدامة المشاريع:

وأكد السيد لوراوي أن نجاح مشاريع السياحة القروية يرتبط بقدرتها على تقديم عرض متنوع من الأنشطة والخدمات التكميلية، بما يسمح بتقليص فترات الركود الموسمي واستقطاب الزوار على مدار السنة. وفي هذا الإطار، يضم مشروع «قرية الغابة» مجموعة من التجهيزات، من بينها:

- فندق يضم 80 غرفة؛
- 72 جناحاً؛
- 18 شاليهاً؛
- نادي للفروسية.

كما تتكامل هذه البنيات مع مجموعة من الأنشطة الرياضية والترفيهية، مثل ملاعب كرة القدم وكرة السلة، ومسبح أولمبي، وأنشطة الفروسية، إضافة إلى القنص السياحي بالغابة. وأوضح أن هذا التنوع يتيح تنظيم أنشطة موسمية متعددة، تشمل الرحلات الطبيعية خلال فصل الربيع، وأنشطة القنص السياحي خلال الفترات المرحّصة بها.

أهمية إدماج الساكنة المحلية ضمن المنظومة السياحية:

وشدد السيد لوراوي على الدور الأساسي الذي ينبغي أن تضطلع به الساكنة المحلية في تطوير السياحة القروية، مؤكداً أن المنظومة السياحية يجب أن تمكن السكان من الاستفادة المباشرة من العائدات الاقتصادية للقطاع. وفي هذا السياق، قدم عدداً من الأمثلة للأنشطة التي يمكن أن يطورها السكان المحليون، من بينها إنتاج المنتجات الفلاحية، والدواجن، ومشتقات الحليب، والخضر، لتزويد الوحدات السياحية المحلية باحتياجاتها. واعتبر أن هذا التكامل بين الفلاحة والسياحة من شأنه خلق فرص جديدة للشغل والمساهمة في الحد من البطالة بالمناطق القروية.

مقترحات لتعزيز السياحة القروية بإقليم بنسليمان:

ورداً على سؤال مسيرة الجلسة حول رؤيته لتطوير السياحة القروية بالإقليم، تقدم السيد لوراوي بعدد من المقترحات المهيكلّة، من أبرزها:

- إحداث مدرسة متخصصة في التكوين في مجال السياحة القروية، بهدف تحسين جودة الخدمات الفندقية وتأهيل كفاءات محلية متخصصة؛
- فتح مطار بنسليمان أمام الرحلات السياحية الدولية، لتسهيل وصول الزوار الأجانب إلى المنطقة؛
- إحداث منتزه طبيعي مهيكّل يثمن المساحات الغابوية المهمة التي يتوفر عليها الإقليم، ويعزز قدرته على استقطاب السياح الوطنيين والدوليين.
- وأكد أن الجمع بين هذه العناصر الثلاثة، التكوين والبنيات التحتية للنقل وتثمين الرصيد الطبيعي، من شأنه إعطاء دفعة حقيقية لتطوير السياحة القروية بإقليم بنسليمان.

أهمية تكوين المنتخبين المحليين لتعزيز الحوكمة الترابية:

وفي سياق النقاش، شدد السيد لوراوي كذلك على أهمية تكوين المنتخبين المحليين في مجالات تدبير المشاريع الترابية وقيادة التنمية المحلية، معتبراً أنهم يضطلعون بدور محوري في توجيه الميزانيات ومواكبة المشاريع التنموية على المستوى الترابي.





مداخلة السيد منير بوقاق ،

رئيس المجلس الإقليمي للسياحة بالوالبديّة – سيدي بنور :

رؤية السياحة القروية كرافعة للتنمية البشرية والترايبية:

خلال تقاسمه لتجربته حول تطوير السياحة بإقليم سيدي بنور ووجهة الوالبديّة، أكد السيد منير بوقاق قناعته بأن **السياحة القروية تمثل مستقبل التنمية السياحية**، خاصة في ظل التحولات المرتبطة بالتوسع الحضري وإيقاع الحياة السريع داخل المدن الكبرى. واعتبر أن هذا النمط السياحي يتيح للزوار فرصة استعادة عدد من القيم الإنسانية والاجتماعية الأساسية، وفي مقدمتها روح المشاركة، والارتباط بالطبيعة، وتعزيز الروابط الأسرية والاجتماعية.

مؤهلات سياحية متنوعة للوليدية ومحيطها القروي:

وأوضح السيد بوقاق أن صورة الوالبديّة لا ينبغي أن تقتصر فقط على بعدها الشاطئي، إذ إن الإقليم يتوفر في الواقع على **مؤهلات مهمة في مجال السياحة القروية**، ما تزال غير معروفة بالشكل الكافي لدى العموم. وأشار إلى أن المنطقة تزخر بمناظر طبيعية، وكهوف، ومجالات فلاحية، وتجارب محلية أصيلة، قادرة على استقطاب الزوار على مدار السنة، بما يسمح بتطوير الوجهة خارج الموسم الصيفي من خلال تثمين هذه الموارد القروية والطبيعية.

تقاسم تجربة تطوير مشاريع سياحية بالمنطقة:

كما استعرض تجربته في تطوير عدد من المشاريع السياحية بالوالبديّة، ومن بينها المشروع الفندقي، «**Château Eden El Rouh**» مشيراً إلى أن السلطات المحلية ساهمت في تسهيل المساطر الإدارية المرتبطة بإنجاز هذا النوع من المبادرات. غير أنه أكد في المقابل أن تطوير السياحة القروية بالإقليم ما يزال يتطلب توفير مجموعة من البنيات الأساسية الضرورية.

تحديد الحاجيات الأساسية لهيكلة العرض السياحي المحلي:

- وفي هذا السياق، شدد السيد بوقاق على ثلاث أولويات أساسية لدعم التنمية السياحية بإقليم سيدي بنور ومنطقة الوالبديّة، تتمثل في:
 - **إحداث مؤسسة للتكوين المهني في مهن السياحة**، بهدف تأهيل يد عاملة محلية متخصصة وتفادي اللجوء إلى استخدام الأطر والموارد البشرية من مدن أخرى؛
 - **توفير مركز محلي للوقاية المدنية والإطفاء**، لضمان أمن وسلامة الزوار والسكان؛
 - **تعزيز البنيات الصحية المحلية**، خاصة عبر تجهيز المركز الصحي المحلي بالتجهيزات الضرورية للتعامل مع الحالات الاستعجالية.
- وأكد أن هذه البنيات الأساسية تشكل شرطاً ضرورياً لاستقطاب المستثمرين وضمان تنمية سياحية مستدامة بالمنطقة.

دور السياحة القروية في الحد من الهجرة القروية وتنشيط الاقتصاد المحلي:

كما أبرز السيد بوقاق الدور المهم الذي يمكن أن تضطلع به السياحة القروية في الحد من الهجرة القروية، من خلال خلق فرص الشغل وتمكين شباب المنطقة من العمل والاستقرار داخل مجالهم الترابي. واعتبر أن تطوير الأنشطة السياحية المحلية من شأنه دعم الاقتصاد المحلي، مع تثمين الموارد الطبيعية والثقافية التي تزخر بها المنطقة.

أهمية الحفاظ على أصالة المجالات القروية :

وفي تفاعله مع العرض المتعلق بنموذج السياحة القروية المستدامة الذي قدمته السيدة إيزابيل سانشيز تيكادو (انظر إلى المداخلة الآتية)، شدد السيد بوقاق على ضرورة **الحفاظ على هوية وأصالة المجالات القروية**، معتبراً أن تطوير كل منطقة ينبغي أن يتم في احترام خصوصياتها الثقافية والتراثية وتقاليدها المحلية، بما يضمن نقل هذا الرصيد للأجيال القادمة.





مداخلة السيدة إيزابيل سانشيز تيخادو ،
خبيرة في السياحة القروية ومؤسسة مدرسة السياحة التجديدية – إسبانيا:



السياحة القروية كرافعة لإحياء المجالات الترابية:

من خلال مداخلتها عن بعد، تقاسمت السيدة إيزابيل سانشيز تيخادو تجربتها في تطوير السياحة القروية المستدامة، خاصة بإسبانيا وعدد من المناطق التي تواجه ظاهرة تراجع الساكنة القروية. وأكدت أن السياحة القروية يمكن أن تشكل أداة حقيقية للتحويل الاقتصادي والاجتماعي للمجالات الترابية، من خلال خلق أنشطة اقتصادية جديدة، مع المساهمة في الحفاظ على التقاليد المحلية وأنماط العيش القروي.

ضرورة اعتماد رؤية ترابية شمولية لبناء وجهة سياحية:

وأوضحت المتدخلة أن السياحة القروية لا ينبغي اختزلها في مجرد عرض للإيواء بالمجال القروي، بل تستوجب اعتماد رؤية شاملة تعتبر المجال الترابي بأكمله وجهة سياحية متكاملة، تجمع بين المناظر الطبيعية، والتراث الثقافي، والأنشطة المحلية، ومختلف الفاعلين المحليين. كما شددت على أن أي فاعل منفرد، سواء كان مقولة أو مؤسسة، لا يمكنه بمفرده بناء وجهة سياحية جذابة، وهو ما يجعل من المقاربة الجماعية والتعاونية شرطاً أساسياً للنجاح.

تقديم نموذج "السياحة التجديدية":

وقدمت السيدة سانشيز تيخادو مفهوم «السياحة التجديدية»، الذي عرفته كنموذج للتدبير الترابي يهدف إلى تحويل المجالات القروية إلى وجهات سياحية مستدامة وجذابة.

ويرتكز هذا النموذج على ثلاثة محاور أساسية:

- **الاستدامة**، من خلال تهمين الموارد الطبيعية والثقافية المتوفرة، مع احترام البيئة وضمان استمرارية المشاريع اقتصادياً؛
- **إشراك مختلف الفاعلين المحليين**، بمن فيهم السكان، والجمعيات، والمقاولات، والمؤسسات العمومية؛
- **الحفاظ على نمط العيش القروي**، عبر صون الأنشطة الفلاحية والتقاليد المحلية التي تشكل جوهر هوية المجال الترابي .

أهمية الأصالة والتجربة السياحية:

وأكدت المتدخلة أن الزوار أصبحوا يبحثون بشكل متزايد عن تجارب سياحية أصيلة ومتميزة، تتيح لهم الاحتكاك المباشر بالثقافة المحلية، والتقاليد، وأنماط عيش المجتمعات القروية. وفي هذا الإطار، اعتبرت أن الحفاظ على النشاط الفلاحي والحياة القروية الأصيلة يشكل عنصراً أساسياً من عناصر الجاذبية السياحية للمجالات الترابية.

الآثار الإيجابية للسياحة القروية المستدامة على المجالات الترابية:

وبحسب تجربتها، فإن اعتماد هذا النموذج يمكن أن يحقق عدداً من الآثار الإيجابية لفائدة المجالات القروية، من بينها:

- **استقطاب الساكنة المحلية والحفاظ عليها**، عبر خلق فرص اقتصادية جديدة؛
- **تعزيز التعاون بين مختلف الفاعلين المحليين** حول مشروع تنموي مشترك؛
- **بناء هوية ترابية قوية**، قادرة على تهمين الوجهة وتعزيز شعور السكان بالانتماء والفخر؛
- **رفع مستوى الوعي بأهمية حماية البيئة والتراث المحلي**؛
- **خلق دينامية اقتصادية محلية**، خاصة عبر استهلاك الزوار للمنتجات والخدمات المحلية .

التعاون الترابي كشرط أساسي للنجاح:

وفي ختام مداخلتها، شددت السيدة سانشيز تيخادو على أهمية التعاون بين مختلف مكونات المجال الترابي، من سكان، ومقاولين، وجمعيات، ومؤسسات عمومية، من أجل تحويل المجالات القروية إلى وجهات سياحية مستدامة وجذابة. واعتبرت أن هذه المقاربة التشاركية تمثل المفتاح الأساسي لنجاح السياحة القروية على المدى البعيد.





مداخلة السيدة هالة بنخلدون ،

المديرة التنفيذية لشركة: Intrepid Travel Maroc



السياحة القروية كرافعة للتنمية الاقتصادية للمجتمعات المحلية:

من خلال مداخلتها عن بعد هي الأخرى، تقاسمت السيدة هالة بنخلدون تجربة وكالة "Intrepid Travel" المتخصصة في سياحة المغامرات ضمن مجموعات صغيرة، وفي الرحلات ذات الأثر الإيجابي على المجتمعات المحلية. وأكدت أن السياحة القروية تشكل رافعة مهمة للتنمية الاقتصادية بالمجالات الترابية، بالنظر إلى مساهمتها في خلق المداخل وفرص الشغل لفائدة الساكنة القروية. وأوضحت أن النشاط السياحي لا يقتصر فقط على الأنشطة الأساسية المرتبطة بالإيواء أو المطاعم، بل يساهم أيضاً في تطوير أنشطة موازية، من قبيل الصناعة التقليدية وتسويق المنتجات المحلية، بما يدعم الدينامية الاقتصادية للمجالات القروية.

مساهمة السياحة في الحفاظ على التراث الثقافي والتقاليد المحلية:

كما أبرزت السيدة بنخلدون الدور الذي يمكن أن تضطلع به السياحة في الحفاظ على التراث الثقافي والتقاليد المحلية. فالبحت المتزايد للزوار عن تجارب أصيلة يدفع المجتمعات المحلية إلى تثمين خبرتها المحلية، وتراثها المبخي، وتقاليدها الثقافية، والعمل على المحافظة عليها ونقلها للأجيال المقبلة.

المقومات الخاصة للسياحة القروية بالمغرب:

وأكدت المتدخلة أن المغرب يتوفر على مؤهلات متميزة لتطوير السياحة القروية، بفضل تنوع مناظره الطبيعية وغنى التجارب التي توفرها مختلف جهات المملكة. غير أنها اعتبرت أن العنصر الأكثر تميزاً في السياحة القروية المغربية يتمثل في كرم الضيافة لدى الساكنة المحلية، بما يتيح خلق علاقات إنسانية وتجارب تفاعلية غنية بين الزوار والسكان.

التحديات المرتبطة بضمن تنمية مستدامة للسياحة القروية:

ورغم هذه المؤهلات، أشارت السيدة بنخلدون إلى عدد من التحديات التي ينبغي تجاوزها لتعزيز أثر السياحة القروية. فإلى جانب الإشكالات المرتبطة بالبنيات التحتية، شددت على أهمية مواكبة الساكنة المحلية وتأهيلها، بما يضمن تقديم تجربة سياحية ذات جودة، مع احترام خصوصيات المجتمعات المحلية وضمان توزيع عادل للعائدات الاقتصادية.

أهمية اعتماد سياحة مسؤولة وشاملة:

وفي ختام مداخلتها، أكدت السيدة بنخلدون أن تطوير السياحة القروية ينبغي أن يتم في إطار مقاربة مسؤولة ومستدامة، تضمن في الآن نفسه الحفاظ على المجالات الترابية، وتحقيق توزيع متوازن للمنافع بين مختلف الفاعلين المحليين.





مداخلة الأنسة ونام مرخوس،

المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات

تقديم دراسة أولية حول السياحة القروية بجهة الدار البيضاء - سطات:

استعرضت الأنسة ونام مرقوس أبرز نتائج دراسة أولية أنجزها المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات حول السياحة القروية بالجهة. وقد تم تعميم هذه الدراسة على السلطات المحلية والجهوية، بهدف إعداد تشخيص أولي لوضعية السياحة القروية، وتحديد المشاريع القائمة، وتقييم إمكانات تطوير هذا النمط السياحي.

الأهمية الاستراتيجية للمجالات القروية بجهة الدار البيضاء - سطات:

وأكدت المتدخلة أن المجال القروي يمثل ما يقارب 80% من المساحة الإجمالية للجهة، حيث تضم جهة الدار البيضاء - سطات 125 جماعة قروية من أصل 154 جماعة. ويبرر هذا المعطى الترابط، بحسبها، الاهتمام الخاص الذي يولييه مجلس الجهة لتنمية هذه المجالات، والتي تستفيد من حوالي 40% من الميزانية الجهوية. وفي هذا الإطار، يتم النظر إلى السياحة القروية باعتبارها رافعة تنمية مكملة للأنشطة الاقتصادية الأساسية الأخرى، من قبيل الفلاحة، وتربية الماشية، والأنشطة المنجمية.

منهجية الدراسة والعمل الميداني مع المستثمرين:

- اعتمدت الدراسة على مقارنة مزدوجة تجمع بين البحث الوثائقي والعمل الميداني، حيث شملت:
- بحثاً وثائقياً يهدف إلى جمع معطيات مفصلة حول المشاريع السياحية القائمة؛
- إجراء حوالي 40 مقابلة مع حاملي المشاريع والمستثمرين في القطاع السياحي؛
- تنظيم نحو عشر زيارات ميدانية بعدد من مناطق الجهة، خاصة ببني سليمان، وبوزنيقة، وبولعوان، والنواصر، ودار بوعزة، وبرشيد، وأزمور.

رصد مؤهلات مهمة للسياحة القروية بالجهة:

- مكننت نتائج الدراسة من تحديد أكثر من 80 مشروعاً سياحياً بالمجال القروي بجهة الدار البيضاء - سطات، تغطي مجموعة متنوعة من الأنشطة، من أبرزها:
 - الإيواء السياحي، الذي يمثل حوالي 44% من مجموع المشاريع المحددة؛
 - المزارع البيداغوجية الموجهة للأنشطة التعليمية والترفيهية الخاصة بالأطفال؛
 - الضيعة الإيكولوجية ومشاريع الزراعة المستدامة، (Permaculture) والتي ترتبط أحياناً بأنشطة المطاعم والتنشيط التظاهراتي؛
 - ضيعة الفروسية التي تقدم أنشطة ترفيهية واكتشافية.
- وأشارت الدراسة إلى أن بعض الأقاليم تتميز بدينامية خاصة، وفي مقدمتها إقليم بنسليمان، الذي يحتضن حوالي 42% من مشاريع السياحة القروية التي تم رصدتها، بما يؤكد مؤهلاته المهمة في مجال السياحة المستدامة.

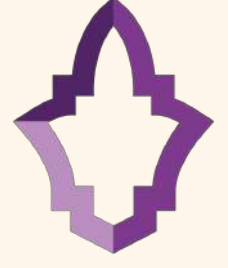
آفاق وخطوات مستقبلية لهيكلية السياحة القروية بالجهة:

وفي امتداد لهذه الدراسة، أوضحت الأنسة مرقوس أن المجلس الجهوي للسياحة يعترف إطلاق مجموعة من المبادرات الرامية إلى هيكلية وتنشيط السياحة القروية بالجهة.

ومن بين الأولويات التي تم تحديدها:

- إعداد إطار قانوني واضح للاستثمار السياحي بالمجال القروي، بهدف تسهيل وتشجيع مبادرات المستثمرين؛
- دعم التحول الرقمي للعرض السياحي القروي، عبر مواكبة حاملي المشاريع في تطوير حضورهم الرقمي والترويج لمنتجاتهم عبر الشبكات الاجتماعية والحملات الرقمية ومنصات البحث والحجز؛
- تنظيم تظاهرات ترويجية خلال المرحلة المقبلة، تهدف إلى تثمين ومكافأة أفضل مشاريع السياحة القروية بالجهة، في إطار حملة تأثيرية يقودها المجلس الجهوي للسياحة بشراكة مع المكتب الوطني المغربي للسياحة.





وجهات نظر أكاديمية ومساهمات الحضور





مداخلة الأستاذ الدكتور عبد الحق محتاج ،
أستاذ بالمعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة – (ISITT) عضو في الجمعية المغربية
للخبراء والعلماء في مجال السياحة: (AMEST)



الرأس المال البشري كرافعة استراتيجية لخارطة الطريق السياحية:
استهل الأستاذ عبد الحق محتاج مداخلته بالتنويه بالأهمية التي أولتها مختلف التدخلات لمسألة **الرأس مال البشري**، معتبراً إياه عاملاً حاسماً في نجاح خارطة الطريق السياحية الجهوية.
وأكد أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر على **منظومة أكاديمية وتكوينية غنية ومتنوعة**، تضم جامعات عمومية وخاصة، ومدارس عليا، ومؤسسات للتكوين المهني.
وفي هذا الإطار، اقترح إحداث **شبكة جهوية تحت اسم: "EdTech Tourisme, Hôtellerie et Restauration"**، تهدف إلى توحيد مختلف الفاعلين في مجالات التكوين والبحث العلمي، من أجل دعم الاستراتيجية السياحية الجهوية.
وأوضح أن هذه الشبكة من شأنها تعزيز التنسيق بين المؤسسات، وتعبئة الكفاءات العلمية المتوفرة، والمساهمة في إنتاج المعرفة والمعطيات الضرورية لتوجيه القطاع وتطويره.



دينامية مزدوجة لتنزيل خارطة الطريق السياحية:
كما لفت الأستاذ محتاج الانتباه إلى الخصوصية الزمنية التي تميز خارطة الطريق الوطنية للسياحة، والتي تقوم، بحسبه، على ديناميتين متكاملتين:
• **دينامية مكثفة على المدى القصير (2023-2026)**، تستوجب اتخاذ إجراءات سريعة وتسريع وتيرة الإنجاز لتحقيق الأهداف الأولية المحددة؛
• **دينامية ممتدة على المدى المتوسط (في أفق 2030)**، تروم هيكلة المجالات السياحية وضمان التحول المستدام للقطاع.
• وأكد أن نجاح هذه الاستراتيجية يقتضي تعبئة سريعة وفعالة لمختلف رافعات العمل من أجل مواكبة هاتين الديناميتين.



التقانية القطاعات كشرط للنجاح:
وباعتبار السياحة قطاعاً شاملاً بطبيعته، شدد الأستاذ محتاج على ضرورة تعزيز **التقانية السياسات بين مختلف القطاعات المرتبطة** بها، خاصة الثقافة، والرياضة، والشباب، والتكوين، والصناعات الإبداعية.
وأشار بشكل خاص إلى أهمية تطوير **مسارات تكوين** متخصصة مرتبطة بالمهن السياحية الجديدة، مثل التنشيط الرياضي والتظاهرات، مع إشراك مختلف المؤسسات المعنية في بلورة الاستراتيجية الجهوية.



نحو سياحة شاملة وذكاء جماعي متعدد:
وفي ختام مداخلته، دعا الأستاذ محتاج إلى تبني رؤية سياحية تأخذ بعين الاعتبار **الأبعاد الاجتماعية والمسؤولية والإدماجية**، من خلال تطوير السياحة الاجتماعية، وسياحة الشباب، والسياحة الموجهة للأشخاص في وضعية إعاقة.
وعلى نطاق أوسع، أكد على أهمية اعتماد مقاربة قائمة على **«الذكاء الجماعي المتعدد»**، تقوم على إشراك الباحثين، والمؤسسات، والمهنيين، والجماعات الترابية، في إعداد وتنزيل خارطة الطريق السياحية الجهوية.





مداخلة السيد الزوبير بوحوث،
خبير وباحث في المجال السياحي:



تثمين المبادرة ورصد أولى النتائج المحققة:

أشاد السيد الزوبير بوحوث بمبادرة تنظيم المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، معرباً عن أمله في أن يتم تعميم هذا النوع من اللقاءات على مختلف المجالس الجهوية للسياحة بالمملكة. وباعتباره متخصصاً في الديناميات الترابية، أبرز أهمية المنتدى كفضاء للحوار وتبادل الرؤى بين الفاعلين العموميين والمهنيين العاملين في القطاع السياحي. كما أشار، بحكم مشاركته في الدورة السابقة، إلى أن عدداً من المشاريع والأفكار التي تم الإعلان عنها خلال المنتدى الأول بدأت تعرف طريقها نحو التفعيل، مستشهداً على الخصوص بمشروع تحويل فضاء المعرض الدولي للدار البيضاء.

التساؤل حول تطوير سياحة الرحلات البحرية:

وفي امتداد للنقاش المرتبط بالمشاريع الهيكلية المدرجة ضمن برنامج التنمية الجهوية، طرح السيد بوحوث تساؤلاً حول المكانة التي تحتلها سياحة الرحلات البحرية ضمن الاستراتيجية السياحية للجهة. واعتبر أن هذا القطاع يمكن أن يشكل رافعة مهمة لتعزيز جاذبية مدينة الدار البيضاء واستقطاب فئات جديدة من الزوار.

التساؤل حول إحداث شركة للتنمية الجهوية مخصصة للسياحة:

كما تساءل المتحدث حول مدى إدراج مشروع إحداث شركة للتنمية الجهوية مخصصة للسياحة ضمن أجندة مجلس الجهة، باعتبارها آلية عملية يمكن أن تساهم في مواكبة تنزيل المشاريع السياحية وتعزيز الحكامة القطاعية.

التفكير في التنسيق بين أدوات التخطيط الترابي:

وأثار السيد بوحوث أيضاً مسألة التقائية مختلف أدوات التخطيط الترابي، خاصة بين برنامج التنمية الجهوية، وبرامج التنمية الإقليمية، ومخططات العمل الجماعية. وفي هذا الإطار، تساءل عن الآليات الكفيلة بضمان الانسجام والتنسيق بين هذه المستويات المختلفة من البرمجة، في ظل تعدد المشاريع السياحية التي تعمل مختلف أقاليم وجماعات الجهة على تطويرها.

مساهمة في التفكير حول الحكامة الترابية للسياحة:

ومن خلال هذه التساؤلات، قدم السيد بوحوث مجموعة من عناصر التفكير المرتبطة بهيكلية الحكامة الترابية للسياحة، خاصة فيما يتعلق بتطوير سياحة الرحلات البحرية، وإحداث آليات مؤسساتية متخصصة في تدبير القطاع، وتعزيز التنسيق بين مختلف مستويات التخطيط والتنمية الترابية.





مداخلة السيد جاك ،

رئيس جمعية الشباب الإفريقي بالمغرب:



أعرب السيد جاك عن سعادته بالمشاركة في هذا اللقاء المخصص لآفاق التنمية السياحية بمدينة الدار البيضاء، مؤكداً ارتباط الجالية الإفريقية المقيمة بالمغرب بالعاصمة الاقتصادية، واهتمامها بالمبادرات الرامية إلى تعزيز جاذبيتها وإشعاعها.

تساؤل حول البعد الأمني في التنمية السياحية:

تساءل المتحدث عن المكانة التي يحتلها البعد الأمني ضمن الاستراتيجية السياحية للجهة، معتبراً أن الأمن يشكل عاملاً أساسياً في استقطاب الزوار الدوليين وتعزيز ثقتهم في الوجهة السياحية.

تساؤل حول استراتيجيات الترويج الدولي للوجهة:

كما استفسر عن وجود برامج أو مبادرات للترويج الدولي لمدينة الدار البيضاء والجهة، بهدف استقطاب مزيد من السياح، خاصة عبر حملات ترويجية موجهة نحو الدول الشريكة والأسواق السياحية المستهدفة.

تساؤل حول إشراك المقاولات الصغرى والشباب المقاول في القطاع السياحي:

وأكد السيد جاك على الدور المحوري الذي تضطلع به المقاولات الصغرى والشباب العاملون في القطاع السياحي في استقبال الزوار ومواكبتهم، متسائلاً حول الآليات التي يتم التفكير فيها من أجل:

- إطلاع هؤلاء الفاعلين على المشاريع والمبادرات الجاري تنفيذها؛
- إشراكهم في تطوير القطاع السياحي؛
- واقتراح برامج للتكوين أو المواكبة لفائدتهم .

تساؤل حول مصادر تمويل المشاريع السياحية:

كما طلب توضيحات بخصوص مصادر التمويل المعتمدة لتنزيل مختلف المشاريع السياحية التي تم عرضها خلال المنتدى.

مقترح للتعاون الثقافي مع الجالية الإفريقية جنوب الصحراء:

وفي ختام مداخلته، تقدم السيد جاك بمقترح يروم تهمين أكثر للمبادرات الثقافية التي تقودها الجاليات الإفريقية جنوب الصحراء المقيمة بالمغرب، داعياً إلى تنظيم لقاء مع المسؤولين المعنيين من أجل عرض مشاريع ثقافية يمكن أن تساهم في تعزيز إشعاع مدينة الدار البيضاء وانفتاحها الثقافي الإفريقي.





مداخلة السيد سفيان العلمي ،
صحافي: (MAP24)



أكد السيد سفيان العلمي أن النهوض بالسياحة على مستوى جهة الدار البيضاء - سطات يشكل ورشاً واسعاً، يقتضي تهمين مختلف المجالات الترابية والأنشطة السياحية المتنوعة التي تزخر بها الجهة.



تساؤل حول تطوير السياحة القروية بالجهة:

وفي هذا السياق، وجه المتدخل تساؤلاً إلى المسؤولين الجهويين حول مدى وجود استراتيجية مخصصة لتطوير السياحة القروية، مستحضراً عدداً من المؤهلات الطبيعية والترابية التي تتوفر عليها الجهة، من بينها:

• شلالات المحمدية؛

• أنشطة القنص بإقليم بنسليمان؛

• المدينة الأيكولوجية بزنانة .

وقد انصب تساؤله حول مدى توفر إطار استراتيجي وآليات للمواكبة لفائدة المقاولات والفاعلين العاملين بالمجالات القروية، بما يسمح بتهمين هذه المؤهلات وإدماجها ضمن العرض السياحي الجهوي.



مداخلة السيد كميل الصقلي ،
المدير التنفيذي لشركة: S'Tours



أعرب السيد كميل الصقلي عن ارتياحه لما تم تقديمه من مشاريع ومبادرات مبرمجة أو قيد الدراسة، والهادفة إلى تعزيز الجاذبية السياحية لجهة الدار البيضاء - سطات.



تساؤل حول مدى تقدم بعض المشاريع المهيكلية:

وفي المقابل، أثار المتدخل تساؤلاً موجهاً إلى المسؤولين الجهويين بشأن وضعية بعض المشاريع التي تم إنجازها فعلياً، لكنها لم تدخل بعد حيز الاستغلال، رغم ما يمكن أن توفره من قيمة مضافة للجاذبية السياحية للجهة.

وأشار في هذا الإطار على الخصوص إلى:

• المسرح الكبير للدار البيضاء؛

• الرصيف المخصص لاستقبال سفن الرحلات البحرية .

وقد انصب تساؤله أساساً حول الوضعية الحالية لهذه المنشآت، وآفاق دخولها حيز التشغيل والاستغلال الفعلي.





أجوبة السيد محمد الجواهري ،
المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات:



وضع المشاريع المهيكلية الكبرى في سياقها التنموي:

في معرض رده على التساؤلات المرتبطة بمدى تقدم بعض المشاريع الكبرى، أوضح السيد محمد الجواهري أن عدداً من البنيات التحتية المهيكلية تم إطلاقها في إطار برنامج تنمية الدار البيضاء الكبرى (2015-2020)، الذي انطلق سنة 2014 بهدف تعزيز جاذبية العاصمة الاقتصادية.

وأشار إلى أن أغلب هذه المشاريع بلغت اليوم مراحلها النهائية من الإنجاز، بعد تسجيل تأخيرات مرتبطة أساساً بتداعيات جائحة كوفيد-19، التي تسببت في توقف عدد من الأوراش.

قرب افتتاح منشآت ثقافية كبرى:

كما أعلن السيد الجواهري أن بعض المنشآت الثقافية ستدخل حيز الاستغلال قريباً، ومن أبرزها:

- المسرح الكبير للدار البيضاء؛
- مشروع إعادة تأهيل الكاتدرائية القديمة بشارع الراشدي .

وأوضح أن هذه التجهيزات الثقافية ستساهم في تعزيز العرض الثقافي والسياحي للمدينة، كما ستشكل فضاءات حضرية جديدة قادرة على دعم جاذبية الدار البيضاء وإغناء تجربتها السياحية.

الأمن والإحساس بالأمان كعاملين للجاذبية السياحية:

ورداً على التساؤل المتعلق بالشق الأمني في التنمية السياحية، أكد السيد الجواهري أن الأمن يشكل عنصراً محورياً ضمن استراتيجيات التنمية الترابية، سواء في إطار برنامج التنمية الجهوية أو مخططات العمل الجماعية.

وفي هذا السياق، أشار إلى تعميم أنظمة المراقبة بالفيديو في عدد من الشوارع والأحياء الرئيسية بالمدينة، إلى جانب إحداث مركز حديث للإشراف والمراقبة، يهدف إلى تعزيز الأمن والإحساس بالأمان، باعتبارهما عاملين أساسيين في تحسين التجربة السياحية.

الترويج الدولي ودور مهنيي القطاع السياحي:

وفيما يتعلق باستقطاب الزوار الدوليين، وخاصة من القارة الإفريقية، أوضح السيد الجواهري أن هذا العمل يعتمد بدرجة كبيرة على مجهودات مهنيي القطاع السياحي، بتنسيق مع المكتب الوطني للسياحة، والمجالس الجهوية للسياحة، والتنظيمات المهنية للقطاع.

كما اعتبر أن تنظيم تظاهرات من قبيل «المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات» يساهم بدوره في هذه الدينامية الترويجية، من خلال التعريف بالمشاريع والتحوليات التي تعرفها الجهة.

التواصل التدريجي حول المشاريع الترابية وتعزيز انخراط المواطنين:

وفي ختام مداخلته، أوضح السيد الجواهري أن التواصل حول البرامج الكبرى للتنمية الترابية يتم بشكل تدريجي.

وأشار إلى أنه بعد المصادقة الأخيرة على برنامج التنمية الجهوية من طرف وزارة الداخلية، سيتم إطلاق حملة تواصلية مؤسساتية أوسع لتقاسم هذه المشاريع مع مختلف الفاعلين، وخاصة الشباب والمقاولين.

وتمثل الهدف، بحسبه، في تمكين ساكنة الجهة من التفاعل مع هذه المشاريع واعتبارها مشاريع جماعية موجهة لخدمة المجال الترابي ومواطنيه.





أجوبة السيدة أسماء بلقزيز،
نائبة رئيس مجلس جهة الدار البيضاء - سطات:



ضرورة الاستباق في تهيئة البنيات الثقافية والسياحية الجديدة:
في تفاعلها مع الأسئلة المتعلقة بالمسرح الكبير للدار البيضاء ورصيف الرحلات البحرية، أكدت السيدة أسماء بلقزيز أن الرهان لا يكمن فقط في استكمال إنجاز البنيات التحتية، بل أيضاً في ضمان تهيئتها واستثمارها بشكل فعلي منذ لحظة افتتاحها. وشددت، على الخصوص، على ضرورة التحضير المسبق للبرمجة الثقافية وطرق استغلال المسرح الكبير، حتى يتمكن هذا المرفق من الاضطلاع بدوره الكامل في تعزيز الإشعاع الثقافي والسياحي للمدينة. أما بخصوص رصيف الرحلات البحرية، فقد أوضحت أن البنية التحتية ستكون جاهزة، في انتظار افتتاحها الرسمي.



أهمية الحكامة التشاركية في تنزيل المشاريع الجهوية:
ذكرت السيدة بلقزيز بأن برنامج التنمية الجهوية لجهة الدار البيضاء - سطات يتضمن 51 مشروعاً مهيكلًا، باستثمار إجمالي يبلغ 42 مليار درهم. وأوضحت أن إنجاز هذه المشاريع يقوم على منطق الحكامة المشتركة، الذي يعبئ عدداً من الشركاء المؤسساتيين والقطاعيين، من وزارات ومؤسسات عمومية وفاعلين خواص. ومن ثم، فإن تجسيد هذه المشاريع على أرض الواقع يظل رهيناً بتعبئة جماعية لمختلف الأطراف المعنية.



تكامل مبادرات الترويج السياحي داخل المنظومة:
كما أكدت أن جهود التنمية والترويج السياحي لا تقتصر على المشاريع المدرجة في برنامج التنمية الجهوية فقط، بل تشمل أيضاً مبادرات أخرى يتم تنفيذها في إطار شراكات خاصة، ولا سيما مع المجلس الجهوي للسياحة، الذي يتوفر على برامج عمل خاصة به للترويج للوجهة السياحية.



الأمن كميزة كبرى للجاذبية السياحية للمغرب:
وردت على التساؤلات المتعلقة بالجانب الأمني، شددت السيدة بلقزيز على أن الأمن يمثل ميزة تنافسية مهمة للمغرب، خاصة في ظل السياق الدولي الذي يعرف العديد من التوترات. واعتبرت أن هذا العامل يساهم في تعزيز جاذبية المملكة والجهة لدى الزوار الدوليين.



ترسيخ رؤية ترابية موسعة على صعيد الجهة:
وفي ختام ردها، أكدت السيدة بلقزيز أهمية اعتماد مقاربة ترابية موسعة، تنظر إلى التنمية السياحية ليس فقط من زاوية مدينة الدار البيضاء، بل من منظور جهة الدار البيضاء - سطات ككل. وذكرت في هذا السياق بأن الجهة تمثل وزناً اقتصادياً كبيراً على المستوى الوطني، حيث تساهم بـ 32% من الناتج الداخلي الخام الوطني، وتضم 52% من النسيج الصناعي، وتمتد على مجال ترابي يقارب 20 ألف كيلومتر مربع. وانطلاقاً من هذه المعطيات، دعت إلى تبني رؤية مندمجة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي.





مداخلة الأستاذ عبد الرزاق بنعطية،
أستاذ جامعي وخبير في التنمية الترابية:



ضرورة تعزيز المعرفة والتوثيق حول السياحة القروية:

أكد الأستاذ عبد الرزاق بنعطية أن السياحة القروية ما تزال مجالاً يفتقر إلى الدراسة والتوثيق الكافيين، رغم ما تتوفر عليه من مؤهلات مهمة في مجال التنمية الترابية. واعتبر أن هذا النمط السياحي لا يزال غير معروف بالشكل المطلوب، مما يستدعي تعميق البحث والتحليل لفهم خصوصياته وإمكاناته بشكل أفضل.

أهمية فهم الأبعاد التاريخية والجغرافية والثقافية للمجالات القروية:

وشدد المتدخل على ضرورة الإلمام العميق بخصوصيات المجالات القروية قبل التفكير في تطويرها سياحياً، من خلال دراسة تاريخها، وجغرافيتها، وتقاليدها، وأنشطتها الاقتصادية. وأكد في هذا الإطار أن العالم القروي المغربي لا ينبغي اختزاله في مجرد امتداد للمدينة، بل يجب التعامل معه باعتباره مجالاً غنياً برصيده الثقافي والتراثي والإنساني.

تثمين الأنشطة القروية التقليدية ضمن العرض السياحي:

كما أوضح الأستاذ بنعطية أن الأنشطة التقليدية المرتبطة بالفلاحة، وتربية الماشية، والممارسات القروية اليومية، يمكن أن تشكل مكونات أساسية للتجربة السياحية. وفي هذا السياق، اعتبر أن الضيعات الفلاحية، والمزارع التقليدية، والتعاونيات المحلية، قادرة على لعب دور محوري في بناء عرض سياحي أصيل ومتميز.

تطوير سياحة قروية تضامنية ومنصفة:

ودعا المتدخل إلى اعتماد نموذج للسياحة القروية قائم على مبادئ التضامن والإنصاف، تكون فيه الساكنة المحلية شريكاً فعلياً في المشاريع السياحية، ومستفيدة بشكل مباشر من عائداتها الاقتصادية. وأوضح أن هذه المقاربة تقتضي توزيعاً أكثر توازناً للمنافع الناتجة عن النشاط السياحي لفائدة المجتمعات المحلية.

أهمية هيكلة المبادرات ضمن عمل شبكي:

وأكد الأستاذ بنعطية أن نجاح السياحة القروية يظل رهيناً بتنظيم جماعي وعمل شبكي بين مختلف الفاعلين الترابيين، من مهنيين، ومؤسسات عمومية، وجمعيات، وساكنة محلية. واعتبر أن هذا التعاون يشكل شرطاً أساسياً لهيكلة العرض السياحي وضمان استدامته.

الاستفادة من التجارب الدولية مع الحفاظ على الهوية المحلية:

وفي ختام مداخلة، دعا الأستاذ بنعطية إلى الاستفادة من بعض التجارب الدولية الناجحة، خاصة فيما يتعلق بالقرى السياحية ودور الضيافة القروية، مع الحرص في الوقت نفسه على الحفاظ على هوية وخصوصيات المجالات القروية المغربية. وأكد أن التحدي الحقيقي يتمثل في تطوير سياحة قروية مستدامة قادرة على تثمين هذه المجالات، مع احترام أصالتها وخصوصيتها الثقافية.





مداخلة الأستاذة لمياء الشيباني ،
أستاذة جامعية وخبيرة في السياحة وفن الطبخ المحلي:



ضرورة توفير الشروط الأساسية لتطوير السياحة القروية:

أكدت الأستاذة لمياء الشيباني أن تطوير السياحة القروية يقتضي، في المقام الأول، توفير مجموعة من الشروط الأساسية المرتبطة بجاذبية المجالات الترابية وإمكانية الولوج إليها. وفي هذا الإطار، شددت على أهمية توفر البنيات الطرقية الملائمة، إلى جانب ضمان الولوج إلى التكنولوجيا والإنترنت، اللذين أصبحا عنصرين أساسيين بالنسبة للسياح الراغبين في تنظيم إقامتهم واكتشاف الوجهات القروية.

مؤهلات المنتجات المجالية وفنون الطبخ القروي بجهة الدار البيضاء - سطات:

كما سلطت المتدخلة الضوء على غنى المنتجات المجالية التي تزرع بها جهة الدار البيضاء - سطات، مستحضرة عدداً من المنتجات الرمزية، من بينها السفرجل بمنطقة واد المالح، و«السمن» بمنطقة دكالة. واعتبرت أن هذه الموارد تمثل رافعة استراتيجية لتعزيز الجاذبية السياحية للمجالات القروية، خاصة من خلال تثمين فنون الطبخ المحلي والهوية الغذائية التقليدية.

ملاحظة ضعف معرفة الشباب بفنون الطبخ القروي:

وفي إطار أبحاثها العلمية، أوضحت الأستاذة الشيباني أنها أنجزت دراسة شملت 280 شاباً تتراوح أعمارهم بين 18 و25 سنة، بهدف تقييم مدى معرفتهم بفنون الطبخ القروي المغربي. وأظهرت نتائج الدراسة وجود ضعف ملحوظ في معرفة هذا التراث الغذائي، حيث انصبت أغلب الإجابات على أطباق حضرية أو دولية، بدل الأطباق التقليدية المرتبطة بالمجالات القروية. واعتبرت أن هذا المعطى يبرز الحاجة إلى تعزيز جهود التوعية ونقل التراث الغذائي القروي للأجيال الجديدة.

تثمين سلسلة القيمة المحلية: فن الطبخ والصناعة التقليدية والتعاونيات:

كما شددت المتدخلة على أهمية الربط بين مكونات سلسلة القيمة المحلية، بما يشمل المنتجين، والحرفيين، والتعاونيات. وأشارت إلى أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر على آلاف التعاونيات ونسيج مهم من الصناعات التقليدية، وهي مؤهلات يمكن تعبئتها لتثمين المنتجات المجالية وإغناء التجربة السياحية.

إدماج فن الطبخ القروي ضمن العرض السياحي:

واقترحت الأستاذة الشيباني العمل على إدماج الأطباق القروية التقليدية ضمن العروض الغذائية للمطاعم والمؤسسات السياحية بالجهة. ومن شأن هذه المقاربة، بحسبها، أن تساهم في الترويج للمجالات القروية من خلال خصوصياتها المطبخية، وتشجيع الزوار على اكتشاف أصل هذه المنتجات وقصصها التراثية.

إدماج الساكنة المحلية ضمن سلسلة القيمة السياحية:

وفي ختام مداخلتها، أكدت الأستاذة الشيباني على أهمية إدماج سكان المناطق القروية ضمن سلسلة القيمة السياحية، خاصة عبر تشجيع إحداث مقاولات صغرى أو أنشطة مرتبطة بالإيواء لدى الساكنة، وهو ما أصبح ممكناً بفضل التطورات الأخيرة في الإطار التنظيمي. واعتبرت أن هذه المقاربة يمكن أن تساهم في الحد من الهجرة القروية، مع الاستجابة في الوقت نفسه للطلب المتزايد على التجارب السياحية الأصيلة والتشاركية.





مداخلة السيد نسيم حداد،

فنان وباحث في مجال الفن الشعبي المغربي:



الثقافة والتراث الفني كرافعة للتنمية السياحية:

في مداخلته التي أعقبت أشغال الجلسة الأولى، أشاد السيد نسيم حداد بمبادرة جهة الدار البيضاء - سطات الرامية إلى **تثمين الثقافة** باعتبارها محركاً للتنمية السياحية. وأكد على أهمية إدماج التعبيرات الفنية ومختلف أشكال التراث اللامادي ضمن استراتيجيات الجاذبية الترابية، معتبراً أن هذه المكونات تشكل عناصر أساسية في الهوية الثقافية للجهة.

مسار شخصي يجمع بين العلم والتعبير الفني:

وفي استحضاره لمساره الشخصي، أوضح السيد حداد أن دراسته في مجال الفيزياء النووية شكلت محطة مهمة في تكوينه العلمي، في حين أن الفن، وبالأخص فن «العيطة»، انطلق في البداية من شغف شخصي قبل أن يتحول إلى مسار مهني. وأشار إلى أن هذين البعدين، العلمي والفني، يشكلان معاً عنصر توازن في شخصيته ومساره.

العيطة كتراث ثقافي مميز لجهة الدار البيضاء - سطات:

وباعتباره من أبناء مدينة أبي الجعد، أبرز السيد حداد المكانة المركزية لفن **العيطة** ضمن التراث الثقافي للجهة. وأوضح أن جهة الدار البيضاء - سطات تعد مجاًلاً أساسياً لهذا الفن التراثي، الذي يتجلى خصوصاً من خلال نمطين رئيسيين:

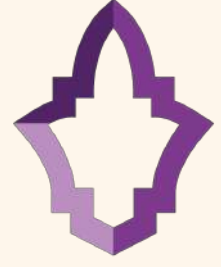
- **العيطة البيضاء (أو المرساوية)**، المرتبطة بمدينة الدار البيضاء ومحيطها؛
- **العيطة السطاطية (أو القبالية)**، المنتشرة بشكل أكبر بمنطقة سطات.

وأكد أن هذين النمطين، رغم اختلافهما من حيث البناء اللحني والمضامين النصية، يشكلان معاً تراثاً فنياً مشتركاً يحظى بتقدير واسع داخل المغرب.

المساهمة في حفظ وتوثيق تراث العيطة:

وفي ختام مداخلته، أوضح السيد حداد أنه يشتغل على عدد من المبادرات الرامية إلى **توثيق وحفظ تراث العيطة**، من خلال جمع وأرشفة النصوص و«الريبورتوار» المرتبط بالعيطة البيضاء والسطاطية، سواء في صيغ مكتوبة أو سمعية بصرية. وتهدف هذه المبادرات، بحسبه، إلى المساهمة في تثمين هذا الإرث الثقافي وضمان نقله للأجيال المقبلة.





الجلسة الختامية



الجلسة الختامية



مداخلات الأنسة هبة أنواري والأنسة إيمان أوشتياشن،
طالبتان في سلك الماستر بالمعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة (ISITT)
ومتدربتان بالمجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات:



تقديم تجربة التدريب داخل المجلس الجهوي للسياحة:

تقاسمت الأنستان هبة أنواري وإيمان أوشتياشن، الطالبتان بالسنة الثانية من سلك الماستر بالمعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة ، (ISITT) تجربتهما في إطار تدريب نهاية الدراسة الذي أنجزته داخل المجلس الجهوي للسياحة الدار البيضاء - سطات.

وقد تمحورت مهمتهما الرئيسية حول محورين أساسيين:

- المساهمة في إعداد خارطة الطريق السياحية الجهوية؛
- تحليل الإجراءات ذات الأولوية لفائدة المقاولات القروية الصغيرة جداً، في إطار مقاربة تروم تعزيز جاذبية سياحية مستدامة .



الاندماج داخل المنظومة السياحية الجهوية:

وأكدت الطالبتان أن هذا التدريب أتاح لهما اكتساب رؤية شاملة حول القطاع السياحي الجهوي، من خلال اندماجهما داخل فريق عمل المجلس الجهوي للسياحة، والمشاركة في الأوراش المرتبطة باستراتيجيات التنمية السياحية بالجهة.



تحليل الاستراتيجيات الترابية ورصد مؤهلات قروية غير مستغلة بالشكل الكافي:

واستناداً إلى تحليل عدد من الوثائق الاستراتيجية المرجعية، وعلى رأسها مخطط العمل الجماعي، وبرنامج التنمية الجهوية، وخارطة الطريق الجهوية للسياحة، قامت الطالبتان بإعداد جدول لرصد مختلف المشاريع المرتبطة بالتنمية السياحية بجهة الدار البيضاء - سطات.

وقد أفضى هذا التحليل إلى ملاحظة أن عدداً كبيراً من المشاريع يركز أساساً على سياحة الإقامة القصيرة بالمدن، وسياحة الأعمال، والسياحة الحضرية، في حين أن المجال القروي يمثل أكثر من 70% من المساحة الإجمالية للجهة.



الدعوة إلى تعزيز حضور السياحة القروية ضمن استراتيجيات التنمية:

وفي ختام عرضهما، شددت الطالبتان على أهمية إيلاء اهتمام أكبر لمؤهلات السياحة القروية، معتبرتين أن هذا القطاع يمثل فرصة استراتيجية لتتويع العرض السياحي الجهوي وتعزيز الجاذبية الشاملة لجهة الدار البيضاء - سطات.





مداخلة الأستاذ نور الدين الهشامي الودغيري،
أستاذ جامعي ومستشار دولي:



السياحة في إطار النموذج التنموي الجديد للمغرب:

في مداخلته خلال الجلسة الختامية للمنتدى، وضع الأستاذ نور الدين الهشامي الودغيري مختلف النقاشات ضمن السياق الأوسع للنموذج التنموي الجديد للمغرب.

وأكد أن السياحة تشكل قطاعاً استراتيجياً بالنسبة للاقتصاد الوطني، وتحظى بدعم عدد من المخططات القطاعية والسياسات العمومية المهيكلية. وأوضح أن أحد المبادئ الأساسية للنموذج التنموي الجديد يتمثل في **الإدماج**، أي إشراك مختلف فئات المجتمع في ديناميات خلق القيمة، وهو ما يقتضي الحرص على أن تستفيد الساكنة القروية والمجالات الأقل استفادة بدورها من الأنشطة الاقتصادية، بما فيها السياحة.

الانتقال من التفكير الاستراتيجي إلى التنزيل العملي:

كما شدد الأستاذ الهشامي الودغيري على أن المغرب يتوفر اليوم على إطار استراتيجي واضح في مجال التنمية السياحية والترايبية، غير أن التحدي الحقيقي يكمن حالياً في القدرة على **تنزيل المشاريع والمبادرات بشكل عملي على أرض الواقع**. ودعا مختلف الفاعلين إلى تجاوز مرحلة التشخيص والتحليل، والتركيز بشكل أكبر على **المبادرات العملية القادرة على خلق قيمة اقتصادية انطلاقاً من الموارد المحلية**.

تثمين الرأسمال اللامادي للمجالات القروية:

وأكد المتحدث على أهمية تثمين الرأسمال اللامادي للمجالات الترابية، معتبراً إياه رافعة أساسية لتطوير السياحة القروية. ويشمل هذا الرأسمال، بحسبه:

- التقاليد الثقافية؛
 - الموسيقى والتعبيرات الفنية المحلية؛
 - الصناعة التقليدية؛
 - فن الطبخ المحلي؛
 - والممارسات الاجتماعية والثقافية الخاصة بكل مجال ترابي .
- وفي هذا السياق، أشار إلى عدد من عناصر التراث الثقافي المرتبط بمنطقة سطات، من قبيل **فنون الفروسية، والصقارة** فن تربية وتدريب الصقور على الصيد)، و**الفنون الموسيقية الشعبية، والحرف التقليدية**، والتي يمكن تثمينها بشكل أكبر ضمن العرض السياحي.

تنويع المنتجات السياحية انطلاقاً من الخصوصيات الترابية:

كما اقترح الأستاذ الهشامي الودغيري مجموعة من الاقتراحات الكفيلة **بتحويل الموارد المحلية إلى منتجات سياحية حقيقية قادرة على خلق القيمة الاقتصادية للمجالات الترابية، ومن بينها:**

- تطوير **تظاهرات ثقافية أو تاريخية** تبرز الهوية المحلية؛
 - تنظيم **مهرجانات ولقاءات موضوعاتية** مرتبطة بالتقاليد والممارسات الثقافية الخاصة بكل منطقة؛
 - تثمين التراث الطبيعي والعلمي من خلال أشكال من **السياحة العلمية أو التربوية**؛
 - وهيكلة أنشطة سياحية قائمة على **الفروسية، والموسيقى، والصناعة التقليدية**.
- وأوضح أن مثل هذه المبادرات يمكن أن تساهم في استقطاب فئات متنوعة من الزوار وإطالة مدة إقامة السياح داخل المجالات القروية.

دور الشباب والتعاونيات والاقتصاد الاجتماعي في تطوير السياحة القروية:

وفي ختام مداخلته، شدد الأستاذ الهشامي الودغيري على أهمية مواكبة الشباب والفاعلين المحليين في خلق أنشطة اقتصادية مرتبطة بالسياحة. وأشار على الخصوص إلى الدور الذي يمكن أن تضطلع به:

- **التعاونيات؛**
- **المقاولات الصغيرة جداً؛**
- **ومبادرات التشغيل الذاتي .**

واعتبر أن هذه الفئات يمكن أن تصبح شريكاً أساسياً في تطوير السياحة القروية، شريطة تحسين ولوجها إلى آليات المواكبة، والتمويل، والدعم المتوفرة.





مداخلة الأستاذة حسناء الشناوي أوجهان،

أستاذة جامعية، وعالمة متخصصة في مجال النيازك وعلم الكواكب والكيمياء الجيولوجية:



إدماج العلوم ضمن استراتيجية التنمية السياحية الجهوية:

أكدت الأستاذة حسناء الشناوي أوجهان أن إحدى رافعات التنمية السياحية لمدينة الدار البيضاء وجهتها ما تزال لا يحظى بالاهتمام الكافي، وتتمثل في **تثمين التراث العلمي**. واعتبرت أن العلوم قادرة على إغناء العرض السياحي من خلال تقديم تجارب تعليمية وثقافية تكمل مختلف أنماط السياحة التي تم التطرق إليها، مثل السياحة الثقافية، وفنون الطبخ، والتراث المحلي.

إمكانات الجيو-سياحة لتثمين التراث الجيولوجي المغربي:

وسلّطت الأستاذة الشناوي الضوء على غنى **التراث الجيولوجي المغربي**، الذي وصفته بالاستثنائي وغير المستغل بالشكل الكافي. وأوضحت أن تطوير «**الجيو-سياحة**» أو السياحة الجيولوجية يمكن أن يسمح بتحويل هذه الموارد الطبيعية إلى منتجات سياحية حقيقية، من خلال اقتراح مسارات استكشافية تبرز التاريخ الجيولوجي للمجالات الترابية. وأضافت أن مسارات المشي والرحلات الطبيعية الموجودة حالياً يمكن تعزيزها **بعيد علمي** يتيح للزوار فهم التكوين الجيولوجي للمناطق واكتشاف تاريخها الطبيعي.

تطوير السياحة الفلكية انطلاقاً من جودة السماء الليلية:

كما أشارت الأستاذة شناوي إلى الإمكانيات التي تتيحها «**الاسترو-سياحة**» أو **السياحة الفلكية**، والتي يمكن تطويرها في بعض المناطق القروية التي تتميز بضعف التلوث الضوئي وصفاء السماء الليلية، ما يجعلها ملائمة لمراقبة النجوم والأجرام السماوية. واعتبرت أن هذا النوع من السياحة العلمية يمثل فرصة لتقديم تجارب سياحية مبتكرة، مع تثمين المؤهلات الطبيعية المتوفرة بالمجالات الترابية.

دور المجتمع المدني في الوساطة العلمية السياحية:

ولتسهيل تطوير هذه الأشكال الجديدة من السياحة، اقترحت الأستاذة حسناء الشناوي تعبئة **الجمعيات المحلية ومكونات المجتمع المدني** من أجل تكوين مرشدين قادرين على مرافقة الزوار لاكتشاف التراث العلمي للمجالات الترابية. وأوضحت أن تكوينات قصيرة المدة يمكن أن تمكن المرشدين المحليين من اكتساب مهارات تتيح لهم شرح الخصائص الجيولوجية للمناطق أو تعريف الزوار بأساسيات مراقبة السماء والنجوم ليلاً.

مقترح إحداث «مدينة العلوم» بالدار البيضاء:

وفي ختام مداخلتها، اقترحت الأستاذة الشناوي إحداث «**مدينة العلوم بالدار البيضاء**»، معتبرة أن العاصمة الاقتصادية تتوفر على الكفاءات الأكاديمية والعلمية اللازمة لاحتضان مثل هذا المشروع. وأكدت أن هذه البنية من شأنها تعزيز البعد العلمي والتربوي للعرض الثقافي بالمدينة، والمساهمة في تنويع عناصر الجاذبية السياحية للجهة.



الكلمة الختامية



مداخلة السيد عثمان الشريف العلمي ،
رئيس المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات:

شكر المشاركين وتأمين غنى النقاشات:

في كلمته الختامية، توجه السيد عثمان الشريف العلمي بالشكر إلى جميع المشاركين على حضورهم وانخراطهم طيلة أشغال المنتدى، مشيداً بجودة وغنى النقاشات التي ميزت هذه الدورة. وأكد أن مختلف المداخلات، والمساهمات، والخبرات التي تم تقاسمها خلال هذا المنتدى تشكل أرضية مهمة لإغناء التفكير حول مستقبل القطاع السياحي بجهة الدار البيضاء - سطات.

المنتدى كفضاء لتبادل الخبرات والتفكير الجماعي:

كما نذكر رئيس المجلس الجهوي للسياحة بأن الهدف الأساسي من المنتدى يتمثل في خلق فضاء مفتوح للحوار، يسمح بتبادل التجارب والتحليلات والتوصيات المرتبطة برهانات الصناعة السياحية. وشدد على أهمية هذا النوع من المنصات في تعزيز التفاعل بين الخبراء، والمهنيين، والجامعيين، والفاعلين المؤسستين المنخرطين في تطوير القطاع السياحي.

سياق استراتيجي داعم لتطوير السياحة بالمغرب:

وضع السيد العلمي النقاشات التي عرفها المنتدى ضمن سياق وطني يتسم بدينامية جديدة لتطوير السياحة المغربية. وأشار إلى أنه بعد مختلف الرؤى السياحية التي ساهمت في هيكلة القطاع خلال العقود الماضية، أصبح القطاع السياحي اليوم يحظى بدعم قوي من السياسات العمومية، في إطار مؤسساتي يتسم بتعزيز الجهوية المتقدمة وتقوية دور الجهات في التنمية الاقتصادية والترايبية.

انخراط الفاعلين كرافعة لتطوير القطاع:

كما نوه بمشاركة الخبراء، والجامعيين، والمقاولين، وممثلي المجتمع المدني الذين ساهموا في أشغال المنتدى، مشيداً بروح الالتزام والمسؤولية التي أبانوا عنها في مواكبة تحديث الصناعة السياحية. واعتبر أن تعبئة هذه الكفاءات تمثل رصيذاً أساسياً لمواكبة التحولات التي يعرفها القطاع، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية والتغيرات التي تشهدها السياحة الدولية.

شهادة شخصية حول تطور القطاع السياحي المغربي:

وفي بعد شخصي من مداخلته، تقاسم السيد العلمي جانباً من مساره المهني داخل الصناعة السياحية، مستحضراً التحولات الكبرى التي عرفها القطاع بالمغرب خلال العقود الأخيرة. كما أشار إلى الدور المهيكل الذي لعبته «**رؤية 2010**» في تطوير السياحة الوطنية وتحفيز الاستثمارات الفندقية، بما يعكس الإمكانيات الكبيرة للنمو التي يمكن أن يحققها القطاع عندما يستند إلى رؤية استراتيجية واضحة.

تكريم المتدخلين وشركاء المنتدى:

وفي ختام كلمته، حرص رئيس المجلس الجهوي للسياحة على توجيه الشكر والتقدير إلى مختلف المتدخلين والخبراء والشركاء الذين ساهموا في إنجاح هذه الدورة من المنتدى. وقد تم بهذه المناسبة تقديم دروع تكريمية لعدد من الشخصيات والمشاركين، اعترافاً بمساهماتهم والتزامهم في إنجاح أشغال المنتدى.



المقترحات

لقد مكنت المداخلات والنقاشات التي شهدتها الدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات من تحديد مجموعة من الارتفاعات ذات الأولوية لتعزيز التنمية السياحية بالجهة. وتندرج التوصيات التالية ضمن **سبعة محاور استراتيجية متكاملة**، تهدف إلى هيكلة العرض السياحي، وتعزيز جاذبية الجهة، ودعم تنمية سياحية مستدامة وشاملة.

تعزيز الحکامة الترابية وتنسيق السياسات السياحية:

تعزيز التنسيق بين مختلف مستويات التخطيط الترابي

تعزيز الالتقاء بين برنامج التنمية الجهوية، (PDR) وبرامج عمل الجماعات، (PAC) وبرامج التنمية الإقليمية، (PDP) بما يضمن انسجام المشاريع السياحية وتحسين تعبئة الموارد الترابية.

دراسة إحداث شركة تنمية جهوية مخصصة للسياحة

تقييم جدوى إحداث **شركة تنمية جهوية** خاصة بقطاع السياحة على مستوى الجهة، بهدف تسهيل هيكلة وتمويل، وتسريع تنفيذ المشاريع السياحية المهيكلية.

تعزيز آليات التشاور بين الجهات الفاعلة في القطاعين العام والخاص

تشجيع حكمة تشاركية تقوم على إشراك الجماعات الترابية، والمؤسسات العمومية، والمهنيين، والجامعات، ومكونات المجتمع المدني، في إعداد وتنفيذ المشاريع السياحية.

هيكلة وتطوير السياحة القروية بجهة الدار البيضاء - سطات:

إعداد إطار قانوني وتنظيمي خاص بالسياحة القروية

وضع إطار تنظيمي واضح يسهل الاستثمار في المشاريع السياحية بالمجال القروي (دور الضيافة، المزارع التربوية، السياحة البيئية، أنشطة في الهواء الطلق).

هيكلة المسارات والوجهات السياحية القروية

تحديد وتنظيم المجالات ذات الإمكانيات العالية (خاصة بنسليمان، الواليدية، سيدي بنور، الجديدة أو سطات) وتحويلها إلى وجهات سياحية قروية متكاملة، من خلال تثمين مواردها الطبيعية والفلاحية والثقافية.

تعزيز إدماج الساكنة المحلية في سلسلة القيمة السياحية

تشجيع مشاركة الساكنة المحلية، والتعاونيات، والمقاولات الصغرى في تطوير العرض السياحي، بما يساهم في تحقيق عائدات اقتصادية مباشرة لفائدة المجالات القروية.

تطوير الكفاءات والتكوين في مهن السياحة:

تعزيز منظومات التكوين في مهن السياحة القروية

إحداث برامج تكوين ملائمة لحاجيات المجالات القروية، تشمل الاستقبال السياحي، وتدريب مؤسسات الإيواء، وقطاع المطاعم، والتنشيط السياحي، وذلك عبر مراكز محلية داخل المناطق المعنية.

تشجيع تكوين مرشدين سياحيين محليين متخصصين

تطوير تكوينات قصيرة لفائدة مرشدين محليين، تمكنهم من تثمين الخصوصيات الثقافية والطبيعية والعلمية للمجالات الترابية.

تحسيس الشباب بالفرص الاقتصادية التي يوفرها القطاع السياحي

تعزيز برامج التوعية والمواكبة الموجهة للشباب المقاول، من أجل تشجيعهم على تطوير مشاريع سياحية داخل المجالات القروية.





تثمين التراث الثقافي، وفن الطبخ المحلي، والتراث اللامادي:

تعزيز إدماج فن الطبخ المحلي ضمن العرض السياحي

تثمين المنتجات المحلية والتخصصات المطبخية الجهوية داخل المؤسسات السياحية، وكذا ضمن المسارات السياحية وبرامج الاكتشاف.

تثمين التقاليد الثقافية والفنية الجهوية

تطوير مبادرات ثقافية، ومهرجانات، وتظاهرات تبرز التقاليد المحلية، والتعبيرات الفنية، ومكونات التراث اللامادي.

تعزيز الروابط بين السياحة والصناعة التقليدية والتعاونيات المحلية

تشجيع التعاون بين الفاعلين السياحيين والتعاونيات الحرفية، بهدف تثمين المنتجات المحلية والحرف التقليدية.

تنويع العرض السياحي وتشجيع الابتكار:

تطوير أشكال جديدة من السياحة الموضوعاتية

استكشاف إمكانات قطاعات سياحية جديدة، من بينها:

- السياحة الجيولوجية (Géotourisme): تثمين المناظر الطبيعية والتكوينات الجيولوجية من خلال أنشطة الاكتشاف والتفسير البيئي؛
- السياحة الفلكية (Astrotourisme): تثمين مراقبة السماء والظواهر الفلكية في مناطق منخفضة التلوث الضوئي، عبر تقديم تجارب علمية وتربوية حول علم الفلك؛
- السياحة العلمية والتربوية؛
- الأنشطة الرياضية وسياحة الطبيعة.

تشجيع إحداث تجهيزات ثقافية وعلمية مهيكلية

دراسة إمكانية تطوير تجهيزات ثقافية وعلمية جديدة، من قبيل إحداث **مدينة للعلوم** بمدينة الدار البيضاء، بهدف تعزيز الجاذبية الثقافية والعلمية للجهة.

تعزيز جاذبية الوجهة والترويج لها على الصعيد الدولي:

تكثيف جهود الترويج السياحي على المستوى الدولي

تعزيز حملات الترويج لوجهة الدار البيضاء - سطات، بشراكة مع المؤسسات الوطنية والمهنيين في القطاع.

تطوير التظاهرات والمبادرات الترويجية

دعم تنظيم تظاهرات سياحية وثقافية قادرة على تعزيز إشعاع الجهة على الصعيد الدولي.

تسريع رقمنة العرض السياحي

مواكبة حاملي المشاريع السياحية في تطوير حضورهم الرقمي وتعزيز الترويج الإلكتروني لأنشطتهم.

تحسين شروط الجاذبية والاستقبال بالمجالات الترابية:

تعزيز البنيات التحتية للاستقبال في المجالات السياحية الصاعدة

تطوير البنيات الأساسية (الطرق، الصحة، الأمن، والخدمات العمومية) الضرورية لاستقبال الزوار، خاصة في المجالات القروية.

تحسين الأمن والإحساس بالأمان لدى الزوار

مواصلة الجهود الرامية إلى تعزيز الأمن وجودة الفضاء العام، باعتبارهما عنصرين أساسيين في جاذبية الوجهة.

تسريع تفعيل وتشغيل البنيات الثقافية والسياحية المهيكلية

تشجيع التسريع في فتح وتشغيل التجهيزات الثقافية والسياحية الكبرى، بهدف تعزيز عرض الجهة وتقوية جاذبيتها.





الخلاصة العامة



في ختام أشغال الدورة الثانية من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، يبرز استنتاج أساسي مفاده أن الجهة تتوفر اليوم على كافة المقومات اللازمة للانتقال إلى مرحلة جديدة في مسار تطويرها السياحي.

فباعتبارها العاصمة الاقتصادية للمملكة، وقطباً دولياً للربط والانفتاح، ومجالاً غنياً بتراث ثقافي وطبيعي وبشري متنوع، تمتلك جهة الدار البيضاء - سطات أسس وجهة سياحية ذات قيمة مضافة عالية. غير أن النقاشات التي عرفها المنتدى أبرزت أيضاً قناعة مشتركة مفادها أن مستقبل السياحة الجهوية لن يتحدد فقط بوفرة هذه الموارد، بل بمدى قدرة مختلف الفاعلين على تحويل هذه الإمكانيات إلى رؤية استراتيجية منسجمة، عملية ومستدامة. وترتكز هذه الرؤية على مجموعة من الركائز الأساسية، من أبرزها:

- حكامه ترابية معززة، قائمة على التعاون بين السلطات العمومية، والمنتخبين، والمهنيين؛
 - تنويع العرض السياحي، بما يدمج مختلف مكونات الجهة الثقافية، والشاطئية، والقروية، والتظاهرات؛
 - استثمارات مهيكلية في البنيات التحتية، والثقافة، والتنقل، من شأنها تحسين تجربة الزوار؛
 - وتعبئة الرأسمال البشري، باعتباره عنصراً حاسماً للارتفاع بجودة الخدمات ومواكبة تحول القطاع.
- وبعيداً عن المشاريع والاستراتيجيات المطروحة، أبرز المنتدى بالأساس بروز دينامية جماعية واعدة، تتمثل في استعداد مختلف مكونات المنظومة السياحية الجهوية للعمل بشكل منسق، بهدف جعل جهة الدار البيضاء - سطات وجهة لا تقتصر على الزيارة، بل يتم اختيارها عن وعي وجاذبية.

وفي سياق دولي يتسم بانتعاش السياحة وتطور تطلعات الزوار نحو تجارب أكثر أصالة واستدامة وارتباطاً بالمجال الترابي، تتوفر الجهة على فرصة حقيقية لبناء نموذج سياحي متوازن، يجمع بين القوة الحضرية للجهة وغنى مجالاتها القروية.

وفي أفق 2026 و2030، لا يكمن التحدي فقط في الرفع من عدد الزوار، بل في بناء وجهة قادرة على خلق قيمة اقتصادية وثقافية واجتماعية لفائدة مختلف مكوناتها الترابية وساكنتها.

ويندرج المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات ضمن هذه الرؤية الطموحة، من خلال تعزيز الحوار، وتغذية التفكير الاستراتيجي، والمساهمة في بلورة سياسات عمومية وخاصة قائمة على التشاور والتكامل مما يمكنه من وضع أسس خارطة طريق سياحية جهوية مشتركة.

وبذلك، لم يعد هذا المنتدى مجرد فضاء للنقاش، بل أصبح بمثابة مختبر للأفكار والمبادرات، من أجل سياحة المستقبل، في خدمة جهة الدار البيضاء - سطات التي تطمح إلى أن تصبح، في أفق 2030، واحدة من أبرز الوجهات السياحية الصاعدة على مستوى حوض البحر الأبيض المتوسط والقارة الإفريقية.



FORUM INTERACTIF DU TOURISME CASABLANCA-SETTAT

تم تنظيم الدورة الثالثة يوم 15 أكتوبر 2025 بمدينة الدار البيضاء، حول موضوع : " الدار البيضاء: حاضرة سياحية عالمية في أفق 2030: مشروع ملكي! "

تأتي الدورة الثالثة للمنتدى في سياق وطني وجهوي استثنائي، يتسم بتسارع غير مسبوق في وتيرة التحولات الهيكلية التي تشهدها جهة الدار البيضاء - سطات، وذلك تحت القيادة الرشيدة والرؤية المتبصرة لصاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله.

فالدار البيضاء، باعتبارها العاصمة الاقتصادية والمالية للمملكة، تواصل تعزيز تموقعها كمحور إقليمي وقاري، بالتوازي مع سعيها إلى ترسيخ هوية سياحية أكثر وضوحاً وجاذبية وتنافسية على الصعيد الدولي.

وترتكز هذه الدينامية على مجموعة من الاستثمارات الهيكلية الكبرى، من أبرزها:

- المحطة الجديدة للرحلات البحرية،
- تحديث وتوسعة مطار محمد الخامس،
- تطوير شبكة القطار فائق السرعة،
- مشاريع التنقل الحضري والجهوي،
- تجهيزات ثقافية ورياضية تظاهراتية كبرى... وغيرها.

وتشكل هذه المشاريع الدعامة المادية لطموح سياحي متجدد، غير أنها، لوحدها، لا تكفي لإبراز وجهة سياحية ناضجة ومستدامة.

وقد اختارت هذه الدورة شعار:

"الدار البيضاء، حاضرة سياحية عالمية في أفق 2030: مشروع ملكي!"

وهو شعار يعكس رؤية استراتيجية مزدوجة.

فعلى المدى القريب والمتوسط، يتمثل الرهان في الإعداد الأمثل للاستحقاقات الدولية المقبلة، وفي مقدمتها كأس إفريقيا للأمم 2025 وكأس العالم 2030.

أما على المدى البعيد، فالهدف يتمثل في إرساء أسس نموذج سياحي مستدام، شامل وقادر على الصمود، يواكب مرحلة ما بعد 2030، ويُنتج أثراً اقتصادياً واجتماعياً وترابياً مستدامة.

وقد أتاحت الكلمة الافتتاحية لمُيسر المنتدى تشخيصاً واضحاً وواقعياً، مفاده أن وتيرة تقدم الجانب "التجهيزي" أو الجانب "الصلب" كما سمّاه المتدخلون، المرتبط بالبنيات التحتية والمشاريع الكبرى، تقابلها حاجة ملحة إلى تطوير الجانب "الناعم" المرتبط بالعنصر البشري وجودة الاستقبال والضيافة والتكوين والحكمة والتنسيق بين الفاعلين، إضافة إلى القدرة الجماعية على بناء سردية واضحة وموحدة وأصيلة لوجهة الدار البيضاء - سطات.

وهنا تحديداً يسعى المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات إلى الإسهام في تقديم أجوبة عملية، من خلال تعبئة مختلف الأطراف المعنية حول رؤية مشتركة وطموح جماعي لمستقبل السياحة بالجهة.



المحاضرون



3^{ème} ÉDITION FORUM INTERACTIF DU TOURISME CASABLANCA-SETTAT



الجلسة الافتتاحية

وضعت الجلسة الافتتاحية للدورة الثالثة من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، الأسس لطموح سياحي متجدد على مستوى الجهة. ومن خلال مداخلات المسؤولين المؤسستين والفاعلين الرئيسيين في القطاع، تم تسليط الضوء على الدور الاستراتيجي الذي تضطلع به جهة الدار البيضاء - سطات داخل المنظومة السياحية الوطنية، وكذا على الفرص التي يتيحها سياق يتسم باستثمارات كبرى واستحقاقات دولية مهيكلية.

وقد أبرزت النقاشات ضرورة الجمع بين تطوير البنيات التحتية، وتعزيز الحكامة، وتقوية الجاذبية الاقتصادية، والارتقاء بجودة التجربة السياحية، مع إدماج هذه الدينامية ضمن رؤية مستدامة وشاملة ومجالية تمتد إلى أفق 2030 وما بعده.



مداخلة السيد عثمان الشريف العلمي،
رئيس المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات

في مداخلته، ذكر السيد عثمان الشريف العلمي بالرسالة التأسيسية للمنتدى التفاعلي للسياحة، والمتمثلة في إرساء فضاء للتقاطع والتكامل بين الاستراتيجيات العمومية، والديناميات الخاصة، والطموحات الترابية. واعتبر أن هذه الدورة الثالثة تكتسي أهمية خاصة، لكونها تنعقد في مرحلة مفصلية تدخل خلالها جهة الدار البيضاء - سطات مرحلة جديدة من الإشعاع والطموح الدولي.

- كما أبرز النقل الاستراتيجي الذي تمثله الجهة داخل المنظومة السياحية الوطنية، مشيراً إلى أن:
- جهة الدار البيضاء - سطات تمثل اليوم حوالي 10% من الطاقة الإيوانية الوطنية،
- وتستقبل ما يقارب 1,5 مليون سائح سنوياً، مع هدف واضح يتمثل في بلوغ 5 ملايين زائر في أفق 2030،
- كما تحتضن الجهة حوالي 28% من وكالات الأسفار بالمملكة،
- وتسجل أزيد من 10,5 ملايين مسافر سنوياً عبر مطار محمد الخامس، بما يؤكد مكانتها كبوابة رئيسية للمغرب.

وبغض النظر عن المؤشرات الكمية، شدد السيد العلمي على ضرورة تنويع وهيكل العرض السياحي الجهوي، مبرزاً الإمكانات الكبيرة التي تزخر بها المجالات القروية، والتي تمثل حوالي 70% من المساحة الإجمالية للجهة. وتشكل هذه المجالات رصيذاً استراتيجياً لتطوير تجارب سياحية مكملة، تشمل سياحة الطبيعة، والرفاهية، والرياضة، وفن الطبخ، والسياحة الصحية، والتسوق، والسياحة الترحالية.

وقد تم إلى حدود اليوم إحصاء أزيد من 200 نقطة جذب سياحي، ما يفتح المجال أمام تثمين أفضل لهذه الفضاءات التي لا تزال تعاني من ضعف الاستغلال السياحي.

وفي ختام مداخلته، دعا رئيس المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات إلى تطوير حكمة السياحة على المستوى الجهوي، من خلال تعزيز أدوار وإمكانات المجالس الجهوية للسياحة، وتحسين التنسيق بين الفاعلين العموميين والخواص، وإرساء رؤية استراتيجية مشتركة في أفق 2026-2030.

وأكد السيد العلمي أن نجاح الطموح السياحي لجهة الدار البيضاء - سطات لا يرتبط فقط بجودة البنيات التحتية، بل يعتمد أيضاً على نجاعة الحكامة والقدرة على تعبئة الكفاءات المحلية بشكل مستدام.





مداخلة السيدة فاطمة الزهراء عمور ،
وزيرة السياحة والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي والتضامني



في رسالتها المصورة، أكدت السيدة الوزيرة أن المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، ينعقد في مرحلة حاسمة بالنسبة للجهة وللقطاع السياحي المغربي بشكل عام. كما جددت التأكيد على الدور الاستراتيجي للسياحة باعتبارها رافعة للنمو الاقتصادي، وخلق فرص الشغل، وتعزيز الإشعاع الدولي للمملكة.

وسلّطت السيدة عمور الضوء على المشاريع الهيكلية الكبرى التي تشهدها الجهة، ومن أبرزها:

- المحطة الجديدة الرحلات البحرية،
- البنيات التحتية للقطار فائق السرعة،
- مشاريع التنقل المندمج،
- توسعة مطار محمد الخامس، الذي سترتفع طاقته الاستيعابية إلى 35 مليون مسافر.

وترى السيدة الوزيرة أن هذه الاستثمارات تعكس طموحاً واضحاً يتمثل في ترسيخ مكانة جهة الدار البيضاء - سطات كجهة منفتحة ومتصلة، وقادرة على المنافسة على الصعيد العالمي.

كما أكدت أن المؤشرات الأخيرة للقطاع تعزز هذه الدينامية الإيجابية، حيث سجلت، إلى غاية نهاية شهر غشت 2025:

- ارتفاعاً بنسبة 24% في عدد الوافدين عبر مطار محمد الخامس،
- وزيادة بنسبة 19% في عدد لياالي الإيواء بالمؤسسات السياحية المصنفة.

وفي المقابل، شددت السيدة الوزيرة على ضرورة ضمان نمو متوازن وشامل ومستدام، ينعكس إيجاباً على مختلف المجالات الترابية، بما فيها المناطق القروية.

وفي ختام مداخلتها، أبرزت أهمية اعتماد مقاربة ترابية في السياسات العمومية للسياحة، مشيدة بالدور الذي يضطلع به المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، باعتباره فضاء جامعاً يساهم في تعزيز التنسيق بين الدولة، والجماعات الترابية، والفاعلين الخواص.





مداخلة السيد عبد اللطيف معزوز ،
رئيس مجلس جهة الدار البيضاء - سطات



قدّم السيد عبد اللطيف معزوز مداخلة محورية، استندت إلى رؤية سياسية وترايبية بعيدة المدى، تضع السياحة في صلب المشروع التنموي الجهوي. واستهل كلمته بالتذكير بالهوية الخاصة التي تميز مدينة الدار البيضاء، باعتبارها مدينة للانفتاح والتعايش والاندماج، شُيّدت عبر أجيال من « البيضاويين الإضافيين »، القادمين من مختلف جهات المملكة للعمل والاستثمار والاستقرار بها. واعتبر أن هذا البعد الإنساني والشامل يمثل رأسمالاً لامادياً بالغ الأهمية، لا يزال دون الاستغلال الكافي في السردية السياحية للمدينة. وعلى المستوى الاستراتيجي، أبرز رئيس الجهة الحجم غير المسبوق للاستثمارات التي تعرفها الجهة، مشيراً إلى أن برنامج التنمية الجهوية، (PDR) الذي رُصدت له في البداية ميزانية قدرها 47,2 مليار درهم، يتجه نحو تجاوز هذا الغلاف المالي بشكل كبير، مع احتمال ارتفاعه بنسبة قد تصل إلى 50%، وهو ما يعكس تعبئة مالية استثنائية.

وتهم هذه الاستثمارات قطاعات مهيكلية، من بينها التنقل، والبنيات التحتية، والتجهيزات الثقافية والرياضية، وهي مشاريع من شأنها أن تُحدث تحولاً عميقاً في صورة الجهة وتعزز جاذبيتها السياحية. وأكد السيد معزوز أن السياحة لم تعد تُفهم كقطاع مستقل، بل كرافعة شاملة للتنمية الترابية. ودعا إلى إرساء مقاربة حقيقية لـ «التثمين السياحي» لجهة الدار البيضاء - سطات، تقوم على هيكلة مسارات سياحية منسجمة تربط المدينة الكبرى بمحيطها الحضري والقروي، بما يسمح بتجاوز تركّز التدفقات السياحية في عدد محدود من المواقع، وتقديم تجربة سياحية أكثر تنوعاً وتوازناً واستدامة. كما تم تحديد التنقل الجهوي كركيزة أساسية لهذه الاستراتيجية، حيث استعرض رئيس الجهة عدداً من المشاريع الهيكلية الجارية أو المرتقبة، من بينها:

- القطار فائق السرعة،
- شبكة القطار الجوي السريع،(RER)
- القطارات الجهوية،
- وتحسين الربط بين المدن.

واعتبر أن هذه المشاريع تشكل شرطاً أساسياً لضمان سلاسة تنقل الزوار، وتحسين جودة الحياة اليومية للسكان، مؤكداً أن الجاذبية السياحية ترتبط بشكل وثيق بجودة منظومة النقل وقدرتها على الربط الفعال بين مختلف نقاط الجذب بالجهة. وفيما يتعلق بسياسة الأعمال والمؤتمرات والتظاهرات، أقرّ السيد معزوز بأن الدار البيضاء، رغم مكانتها كعاصمة اقتصادية للمملكة، لا تزال تعاني من نقص في التجهيزات الكبرى القادرة على مواكبة طموحاتها. وفي هذا الإطار، شدد على ضرورة تزويد الجهة بمراكز للمحاضرات وقصور للمؤتمرات حديثة، قادرة على احتضان التظاهرات الدولية الكبرى، والمنتديات، واللقاءات المهنية، بما يعزز تموقع الجهة ضمن منظومة سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض.(MICE) وفي هذا السياق، كشف السيد معزوز أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر حالياً على مشروعين على الأقل لإحداث فضاءات كبرى للمعارض:

- مشروع أول بحي القطب المالي للدار البيضاء،(Casablanca Finance City)
- ومشروع ثانٍ مرتقب بمنطقة النواصر.

وبعيداً عن البنيات التحتية، شدد رئيس الجهة على أهمية البعد التجريبي في العرض السياحي، داعياً إلى تثمين أقوى لفنون الطبخ، والرياضة، والثقافة، والتظاهرات، والمهارات المحلية، باعتبارها عناصر هوية مميزة لجهة الدار البيضاء - سطات. وأوضح أن تنويع العرض السياحي من شأنه أن يساهم في إطالة مدة إقامة الزوار، ورفع الإنفاق السياحي، وترسيخ مكانة الجهة كوجهة سياحية متكاملة، وليس فقط كمدينة عبور أو محطة انتقالية.

وفي ختام مداخلته، أكد السيد معزوز على ضرورة الربط بين المشاريع، والمجالات الترابية، والموارد البشرية ضمن رؤية منسجمة ومشاركة، مشدداً على الدور المحوري للحكامة الترابية، والتنسيق بين الفاعلين العموميين والخواص، والتعبئة الجماعية حول أهداف واضحة في أفق 2030.

واعتبر أن نجاح الطموح السياحي لجهة الدار البيضاء - سطات سيعتمد بقدر كبير على جودة الاستثمارات، كما على القدرة على توحيد الطاقات المحلية حول مشروع جماعي، إدماجي ومستدام.



مداخلة السيد محمد الشرقاوي،

مدير الشؤون الاقتصادية بولاية جهة الدار البيضاء - سطات، ممثل السيد والي الجهة



قدّم السيد محمد الشرقاوي مداخلته ضمن رؤية شمولية للتنمية الجهوية المندمجة، مؤكداً أن السياحة تُعد إحدى الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني، سواء من خلال مساهمتها في خلق الثروة وفرص الشغل، أو عبر دورها في تعزيز جاذبية المغرب وإشعاعه على الصعيد الدولي.

وسلط الضوء على المقومات الهيكلية التي تزخر بها جهة الدار البيضاء - سطات، والتي تجعل منها وجهة ذات مؤهلات سياحية واعدة، من بينها:

- شريط ساحلي يمتد على أكثر من 235 كيلومتراً،
- وتموقع فريد يجمع بين مدينة اقتصادية عصرية ومجالات قروية غنية بالمؤهلات الطبيعية والفلاحية،
- إضافة إلى رصيد ثقافي ومعماري يعكس المكانة التاريخية للدار البيضاء باعتبارها ملتقى للحضارات.

وعلى مستوى المؤشرات، أشار السيد الشرقاوي إلى أن الجهة سجلت خلال سنة 2024 أزيد من 2,5 مليون وافد عبر النقل الجوي، بارتفاع قدره 9%، كما حققت أكثر من 2,25 مليون ليلة مبيت بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة، بزيادة بلغت 13%، وهو ما مكن جهة الدار البيضاء - سطات من التوقع في المرتبة الثالثة وطنياً.

كما شدد على ثلاث أولويات استراتيجية أساسية تتمثل في:

- الاستثمار في الرأسمال البشري،
- تسريع التحول الرقمي،
- والارتقاء الشامل بالتجربة السياحية.





مداخلة السيد محمد الجواهري ،
المدير العام لشركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات



سلّط السيد محمد الجواهري الضوء على الدور المحوري الذي تضطلع به الفعاليات والتظاهرات والتنشيط الحضري في تعزيز الجاذبية السياحية لمدينة الدار البيضاء. وأوضح أن المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، يندرج ضمن شراكة مؤسساتية مهيكلّة تجمع بين شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات والمجلس الجهوي للسياحة للدار البيضاء - سطات، وهي الشراكة التي انطلقت منذ سنة 2021.

وقد مكنت هذه الشراكة من تنزيل العديد من المبادرات، من بينها تنظيم تظاهرات كبرى، وإطلاق حملات تواصلية مشتركة، إلى جانب إدماج مهنيي القطاع السياحي ضمن العلامة الترابية، “*We Casablanca*” التي تُعد أول مبادرة من هذا النوع في مجال الجاذبية الترابية على مستوى القارة الإفريقية. كما شدد السيد الجواهري على البعد العاطفي والهوياتي الذي يميز مدينة الدار البيضاء، باعتبارها مدينة للتنوع، والإبداع، والحيوية.

ومن خلال برمجة ثقافية ورياضية متواصلة، تساهم شركة الدار البيضاء للتنشيط والتظاهرات في تعزيز شعور الانتماء لدى الساكنة، وإغناء التجربة التي يعيشها الزوار داخل المدينة.





مداخلة السيد حميد بن طاهر ،
رئيس الكونفدرالية الوطنية للسياحة

تميّزت مداخلة السيد حميد بن طاهر بنبرة قوية واستشرافية، حيث أكد بشكل واضح أنه « **لن تكون هناك تنمية سياحية حقيقية في المغرب بدون الدار البيضاء!** »، مشيراً إلى أن وجهات سياحية كبرى، من قبيل مراكش وأكادير، بلغت اليوم حدودها القصوى في المجال السياحي. كما ذكر بأن **صناعة السفر والضيافة** تُعد أكبر خزان عالمي لفرص الشغل، إذ يُنتظر أن تمثل حوالي **30% من مناصب الشغل التي سيتم إحداثها خلال العقد المقبل.**

واعتبر السيد بن طاهر أن الدار البيضاء تتوفر على إمكانات نمو استثنائية تؤهلها للاستفادة من هذه الدينامية العالمية، شريطة معالجة بعض الإكراهات البنوية التي لا تزال تحد من تطورها السياحي. وفي هذا الإطار، شدد على ضرورة مراجعة الإطار التنظيمي المنظم للقطاع الفندقي بالمغرب، بما يسمح بإقامة فنادق ذات **علو أكبر** ومعايير أكثر تنافسية، وهو ما من شأنه أن يمكن الدار البيضاء من منافسة كبريات الوجهات السياحية العالمية. وبعيداً عن البنيات التحتية، ركّز السيد بن طاهر أيضاً على أهمية الجانب **“المرن” المرتبط بجودة الخدمات، والضيافة، والروح الخاصة** التي تميز مدينة الدار البيضاء.

ودعا إلى بلورة مشروع جماعي تحت عنوان **“ضيافة 2030”**، يهدف إلى تعريف وهيكلة وتنشيط مفهوم الضيافة المغربية، باعتباره رافعة استراتيجية لتعزيز الجاذبية، وتشجيع الاستثمار، وتقوية التماسك الاجتماعي.



الجلسة النقاشية الأولى

الدار البيضاء، حاضرة سياحية عالمية في أفق 2030:

مشروع ملكي !

زخم استثنائي

أتاحت الجلسة النقاشية الأولى من المنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، فرصة للتعمق في فهم طبيعة الدينامية السياحية التي تعيشها الجهة، وحدودها، وشروط نجاحها واستدامتها. ومن خلال مقاربات متكاملة، استراتيجية، واقتصادية، ومؤسسية، وتشغيلية، وإنسانية، أكد المتدخلون أن هذا الزخم لا يمكن اختزاله في مجرد تأثير ظرفي مرتبط بالاستحقاقات الدولية المقبلة.

كما أبرزت النقاشات الحاجة الملحة إلى تأطير هذه المرحلة المفصلية ضمن رؤية مندمجة، وحكمة مستقرة، واختيارات مهيكلية ومنسجمة ومتقاسمة، بما يسمح بتحويل فرصة ظرفية إلى رافعة مستدامة للتنافسية الترابية، والجاذبية الاقتصادية، والتماسك الاجتماعي.







مداخلة السيدة جيهان التوزاني،

مديرة الاستراتيجية والتخطيط بالشركة المغربية للهندسة السياحية



قدّمت السيدة جيهان التوزاني قراءة استراتيجية معمقة حول الدور المحوري الذي تضطلع به الشركة المغربية للهندسة السياحية (SMIT) في مواكبة التحول الذي يشهده القطاع السياحي المغربي، ولا سيما على مستوى جهة الدار البيضاء - سطات. وقد تمحورت مداخلتها حول مجموعة من المحاور المتكاملة التي تجمع بين الاستثمار، وتأهيل العرض القائم، والتنشيط السياحي، والتثمين الترابي، والمشاريع الهيكلية الكبرى.

الشركة المغربية للهندسة السياحية: تحفيز الاستثمار السياحي وتوجيهه

أكدت السيدة التوزاني أن الشركة المغربية للهندسة السياحية تُعد فاعلاً مركزياً، وإن كان يشتغل غالباً في الظل، ضمن السياسة السياحية الوطنية. فمنذ سنوات، لعبت الشركة دوراً أساسياً في هيكلة الاستثمار السياحي، خاصة منذ بداية العقد الماضي، في حين عاد الاستثمار اليوم ليشكل رافعة محورية في ظل الطموحات الوطنية والجهوية الجديدة. وأوضحت أن الدور الأساسي للشركة لا يتمثل في تمويل جميع المشاريع بشكل مباشر، بل في تحفيز الاستثمار، وتوجيهه، وتأثيره، من خلال تشجيع المستثمرين على التوجه نحو المجالات والمنتجات السياحية الأكثر أولوية وجدوى، وذلك بناءً على قراءة دقيقة لحاجيات الجهات السياحية ومؤهلاتها وإكراهاتها، بما يضمن تنمية متوازنة ومنسجمة.

تأهيل العرض الفندقي القائم: أولوية استراتيجية

خصّصت السيدة التوزاني حيزاً مهماً من مداخلتها لمسألة تأهيل وتجديد العرض الفندقي القائم، معتبرة أن هذا الورش يشكل شرطاً أساسياً لأي ارتفاع نوعي بالوجهة السياحية. وأكدت أن المغرب يتوفر على رصيد فندقي مهم يدعو إلى الاعتزاز، لكنه يحتاج إلى مجهود متواصل في مجال التجديد وإعادة الابتكار، حتى يظل قادراً على مواكبة المعايير الدولية المتطورة. وفي هذا الإطار، أشارت إلى إرساء آليات تحفيزية مهمة، جاءت ثمرة عمل مشترك بين مهنيي القطاع، والشركة المغربية للهندسة السياحية، ووزارة المالية. فبعد إطلاق برنامج أول سنة 2022 يهدف إلى تأهيل خفيف للوحدات الفندقية، جاء برنامج "CAP Hospitality" لسنة 2024 ليشكل نقلة نوعية، حيث تتكفل الدولة بموجب هذا البرنامج بتحمل فوائد القروض البنكية الخاصة بالمشاريع الفندقية، في إطار غلاف مالي عمومي يفوق مليار درهم. وأضافت أن مدينة الدار البيضاء تستفيد بشكل مباشر من هذا البرنامج، حيث تم بالفعل دعم أكثر من 3000 غرفة فندقية، فيما لا تزال مشاريع أخرى في طور الانتظار، وهو ما يعكس حجم الحاجيات القائمة. كما شددت على أهمية هذا النموذج التحفيزي، مذكرة بأن الفندق يحتاج إلى إعادة تجديد وتصميم كل خمس سنوات تقريباً حتى يحافظ على جاذبيته وتنافسيته، مشيرة إلى أن نجاح البرنامج قد يفتح المجال أمام إطلاق نسخة ثانية منه.

تطوير التنشيط والخدمات السياحية

وبعيداً عن الإيواء، أكدت السيدة التوزاني أن أحد الحلقات التي لا تزال تحتاج إلى تطوير أكبر يتمثل في التنشيط والخدمات السياحية. فبالرغم من أن الدار البيضاء تتوفر على عرض مهم في مجالي المطاعم والترفيه على الصعيد الوطني، إلا أن المقارنة الدولية مع مدن مثل برشلونة، وفالنسيا، وبورتو، تُظهر فارقاً كبيراً من حيث عدد المؤسسات الفندقية والأنشطة والخدمات. ولمواجهة هذا التحدي، أطلقت الشركة المغربية للهندسة السياحية برامج موجهة لدعم المشاريع الصغيرة المبتكرة، خاصة في مجالات فن الطبخ المغربي، والألعاب الرقمية، ورقمنة الخدمات السياحية. ورغم أن هذه المشاريع تظل محدودة من حيث الحجم المالي، بحوالي مليون درهم لكل مشروع، إلا أنها تحقق قيمة مضافة كبيرة، من خلال إدخال حلول مبتكرة مثل روبوتات الخدمة، وخدمات الاستقبال الرقمية، والمساعدات الذكية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي داخل الفنادق، إلى جانب أدوات رقمية بسيطة لتحسين تجربة الزبون. وأكدت السيدة التوزاني أن العديد من هذه الحلول تطورها مقاولات مغربية ناشئة، وهو ما يثبت أن الابتكار العملي والموجه بشكل جيد يمكن أن يحقق أثراً ملموساً.





التثمين السياحي : جعل الوجهة أكثر وضوحاً وجاذبية

كما تناولت مداخلتها محوراً أساسياً يتعلق بـ «التثمين السياحي» للوجهة، أي تعزيز جاذبية المدينة عبر تدخلات غير مرتبطة مباشرة بالبنيات التحتية الثقيلة.

وفي هذا السياق، استعرضت عدداً من المشاريع المنجزة بشراكة مع الجهة، من بينها:

- الحافلة السياحية للدار البيضاء، بغلاف مالي يبلغ 25 مليون درهم، بهدف تحسين قابلية اكتشاف المدينة،
- تثمين المدن العتيقة بكل من الدار البيضاء وأزمور، وموقع الأحباس، وغيرها من الفضاءات التراثية، من خلال التشوير والسينوغرافيا،

- إحداث مسارات طبيعية تربط بين المواقع الطبيعية والقرى السياحية،
- تثمين الشواطئ عبر برنامج يهم حوالي عشرين موقعاً شاطئياً بالجهة.

وأكدت أن هذه المشاريع تعكس رؤية شمولية تدمج الأبعاد الثقافية، والشاطئية، والطبيعية، والتراثية للجهة.

المشاريع الهيكلية الكبرى: الترفيه، العائلة، والصورة الدولية

كما تطرقت السيدة التوزاني إلى المشاريع الكبرى المهيكلية، أو ما وصفته بالمشاريع «الصلبة»، والتي اعتبرتها ضرورية لإحداث نقلة نوعية في موقع الجهة.

وفي هذا الإطار، دعت إلى إحداث منتزه ترفيهي ضخم ذي طابع تكنولوجي، مستلهم من تجارب عالمية مثل «Futuroscope» بهدف تمكين الدار البيضاء من تجهيز ترفيهي مميز يعكس صورتها كمدينة حديثة وعالمية.

ويهدف هذا المشروع، بحسب المتدخلة، إلى رفع متوسط مدة إقامة الزوار، في ظل هيمنة سياحة الأعمال حالياً، حيث لا تتجاوز مدة الإقامة في المتوسط ليلتين فقط. ومن شأن تطوير عرض ترفيهي عائلي أن يسمح باستقطاب شرائح جديدة من السياح.

وفي السياق نفسه، شددت على ضرورة التفكير في مرحلة ما بعد كأس العالم، خاصة في محيط الملعب الكبير الحسن الثاني ببني سليمان، من خلال تطوير منظومة سياحية متكاملة تشمل الفنادق، والخدمات، والمحلات التجارية، وربما مركزاً تجارياً ضخماً من نوع «Outlet» بمعايير دولية.

مقاربة خاصة بكل وجهة سياحية

وفي ختام مداخلتها، أكدت السيدة التوزاني أن عمل الشركة المغربية للهندسة السياحية يقوم على مقاربة متميزة تراعي خصوصيات كل وجهة سياحية وحاجياتها.

وبفضل رؤيتها الوطنية الشاملة، تضطلع الشركة بدور المحفز، والمسهل، والموجه الاستراتيجي، عبر دفع المشاريع نحو المجالات التي تحتاجها الوجهات السياحية بشكل أكبر.





مداخلة السيدة فاطمة الزهراء المختاري،
مديرة قطب لتحفيز الإقتصادي والعرض الترابي
المركز الجهوي للاستثمار الدار البيضاء - سطات



أتاحت مداخلة السيدة فاطمة الزهراء مختاري توضيح الدور المحوري الذي يضطلع به المركز الجهوي للاستثمار في مواكبة التنمية السياحية على مستوى جهة الدار البيضاء - سطات. وأكدت أن المركز يشغل كفاعل شامل في مجال تشجيع الاستثمار ومواكبته، بمختلف قطاعاته، بما في ذلك القطاع السياحي الذي أصبح يحتل مكانة استراتيجية متنامية داخل الجهة.

المركز الجهوي للاستثمار: بوابة موحدة للمشاريع السياحية

أوضحت السيدة مختاري أن المشاريع السياحية، سواء المتعلقة بالفندقة أو المطاعم أو الترفيه، تندرج ضمن اختصاصات اللجنة الجهوية الموحدة للاستثمار، المكلفة بدراسة مشاريع الاستثمار ومنح التراخيص اللازمة لها. وأضافت أن الإصلاحات المتتالية التي عرفت المراكز الجهوية للاستثمار ساهمت في توسيع تركيبة هذه اللجنة وتعزيزها، من خلال إدماج المجلس الجهوي للسياحة، وممثل وزارة السياحة، إلى جانب مهنيي القطاع. وقد ساهم هذا التطور، بحسب المتدخلة، في تحسين أخذ خصوصيات القطاع السياحي بعين الاعتبار داخل مسار اتخاذ القرار، كما ساعد على تسريع معالجة ملفات الاستثمار.

قطاع يتمتع بجاذبية قوية من حيث الاستثمار وفرص الشغل

وعلى مستوى المؤشرات، أكدت السيدة مختاري أن القطاع السياحي يحتل اليوم المرتبة الثانية من حيث حجم الاستثمارات على مستوى الجهة، مباشرة بعد القطاع الصناعي. وخلال سنة 2024، بلغت قيمة المشاريع السياحية التي تمت دراستها حوالي 4 مليارات درهم، وهو ما يعكس الجاذبية المتزايدة للقطاع. كما شددت على الأثر الكبير للسياحة في مجال إحداث فرص الشغل، معتبرة أنها من أكثر القطاعات قدرة على خلق مناصب العمل، مما يعزز دورها كرافعة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية بالجهة.

مواكبة المستثمرين: رافعة أساسية لتحفيز الاستثمار

سلطت السيدة مختاري الضوء على إحدى المهام الأساسية التي تعززت داخل المركز الجهوي للاستثمار، والمتعلقة بمواكبة المستثمرين وحاملي المشاريع. ويتم ذلك، على الخصوص، عبر آلية «نقطة تواصل وحيدة» (Single Point of Contact – SPOC) التي توفر مواكبة شخصية في مجالات:

- تقديم المعلومات،
 - التوجيه،
 - التعريف بآليات الدعم التي توفرها الدولة،
 - وتتبع مساطر التراخيص الإدارية.
- ويهدف هذا النظام إلى الحد من التعقيدات الإدارية وتأمين مسارات الاستثمار، خاصة بالنسبة للفاعلين السياحيين.





الإطار التحفيزي: ميثاق الاستثمار والتعمير

كما ذكرت السيدة مخاطري بأن ميثاق الاستثمار يعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات ذات الأولوية، والتي تستفيد من تحفيزات خاصة.

وتطرق أيضاً إلى موضوع استراتيجي يرتبط بجاذبية مدينة الدار البيضاء، ويتعلق بعلو المباني الفندقية. وأوضحت أن هذا الملف يرتبط أساساً بمنظومة التعمير، وخاصة تصاميم التهينة والتصميم الإداري للتهينة العمرانية، غير أن مستجداً مهماً تم إدخاله مؤخراً، يتمثل في فتح إمكانية منح استثناءات عمرانية بشكل صريح لفائدة القطاعين الصناعي والسياحي لأول مرة. ويهدف هذا التوجه إلى الاستجابة لحاجيات المستثمرين، مع الحفاظ في الوقت نفسه على تأطير عمراني صارم ومتوازن.

وأضافت أن تطبيق هذه المقترحات يختلف حسب المناطق، سواء بمنطقة أنفا أو الشريط الساحلي أو غيرهما، في حين تتم المصادقة النهائية على القرارات الإيجابية الصادرة عن اللجنة الجهوية الموحدة للاستثمار على المستوى الوطني من طرف رئيس الحكومة، بما يضمن التوازن بين الجاذبية الاستثمارية والانسجام العمراني.

الاستعداد للمعايير الدولية والتظاهرات الكبرى

وأكدت السيدة مخاطري أن هذه التطورات التنظيمية تدرج في إطار استعداد الجهة لاحتضان التظاهرات الدولية الكبرى، خاصة المرتبطة بكرة القدم. وفي هذا السياق، أشارت إلى أن هيئات دولية من قبيل الاتحاد الدولي لكرة القدم تفرض معايير دقيقة على المدن المستضيفة، خصوصاً فيما يتعلق بالبنيات الفندقية، مما يجعل الاستثمار في الإيواء السياحي رهانا استراتيجياً.

القانون 14-80: إطار جديد لتنظيم القطاع

وفي ختام مداخلتها، تطرقت السيدة مخاطري إلى دخول القانون 14-80 الخاص بالفاعلين السياحيين حيز التنفيذ، موضحة أن اللجنة الجهوية الموحدة للاستثمار أصبحت تتولى معالجة طلبات التصنيف وإعادة التصنيف الخاصة بالمؤسسات السياحية. كما أعلنت عن وجود تفكير مشترك لإطلاق حملات تواصلية وتحسيسية لفائدة المهنيين، بشراكة مع المديرية الجهوية للسياحة، والجهة، والمجلس الجهوي للسياحة. ويهدف هذا التوجه إلى تمكين الفاعلين من استيعاب هذا الإطار التنظيمي الجديد بسلاسة، وتسهيل مساطرهم الإدارية، وفتح المجال أمام دينامية جديدة للاستثمار السياحي بالجهة.





مداخلة السيد كريم باينة ،

رئيس لجنة التنمية والطيران والسياحة الريفية ،
المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات



لحظة تاريخية تعيشها الدار البيضاء على مستوى التنقل والربط
استهل السيد كريم باينة مداخلته بالتأكيد على أن مدينة الدار البيضاء تعيش اليوم **لحظة تاريخية غير مسبوقة**، خاصة فيما يتعلق بمنظومة التنقل والربط متعدد الوسائط. وأوضح أن المشاريع التي تم إطلاقها أو تدشينها مؤخراً، تحت القيادة الرشيدة لصاحب الجلالة الملك محمد السادس نصره الله، تعكس رؤية واضحة وطموحة في أفق 2030.
وأشار إلى أن حجم الاستثمارات المبرمجة على مستوى جهة الدار البيضاء الكبرى وحدها يتجاوز **40 مليار درهم**، بهدف تحويل المدينة إلى منصة تنقل متعددة الوسائط ومندمجة، والتي تدمج لأول مرة وبشكل منسجم الميناء، والسكك الحديدية، والنقل الجوي، والتنقل الحضري.



الواجهة البحرية: إعادة تموقع الدار البيضاء ضمن المسارات السياحية الدولية
وفيما يتعلق بالنقل البحري، سلط السيد باينة الضوء على مشروع **المحطة الجديدة للرحلات البحرية**، الذي يمثل استثماراً بقيمة **320 مليون درهم**.
وأكد أن هذا المشروع يشكل تحولاً جذرياً في علاقة الدار البيضاء بواجهتها البحرية، بعدما ظلت المدينة لعقود مرتبطة أساساً بالأنشطة المينائية التجارية، لتتجه اليوم نحو تطوير **نشاط سياحي بحري حقيقي**.
ومن المرتقب أن تستقبل المحطة الجديدة **أكثر من 450 ألف سائح** من ركاب السفن السياحية سنوياً، ما سيمكن الدار البيضاء من استعادة موقعها ضمن المسارات المتوسطة والأطلسية للسياحة البحرية العالمية.
كما أبرز أن قوة صناعة الرحلات البحرية تكمن في قدرتها على ضخ تدفقات سياحية كبيرة في فترات محددة، بما يخلق أثراً اقتصادياً مباشرة لفائدة المدينة.



السكك الحديدية: ركيزة أساسية للتنقل الجهوي
وعلى المستوى السككي، استعرض السيد باينة حجم البرنامج **الجهوي للسكك الحديدية**، الذي تبلغ ميزانيته **20 مليار درهم**، ويشمل تحديث البنيات التحتية واقتناء **48 قطاراً فائق السرعة**.

وأوضح أن جهة الدار البيضاء - سطات ستوفر وحدها على أربع محطات استراتيجية للقطار فائق السرعة:

- بنسليمان،
- الدار البيضاء المسافرين،
- الدار البيضاء الجنوب الكبير،
- ومطار محمد الخامس.

وهو ما سيعزز مكانة الجهة كمحور وطني وجهوي رئيسي.
كما أبرز أهمية مشروع **"Airport Express"** الذي سيوفر ربطاً مباشراً بين المطار ومدينة الدار البيضاء بوتيرة قطار كل 15 دقيقة، ومدة تنقل تتراوح بين 15 و20 دقيقة فقط.

النقل الجوي والتنقل الحضري: نحو محور قاري متكامل

وفيما يخص النقل الجوي، تطرق السيد باينة إلى مشروع **المحطة الجديدة لمطار محمد الخامس**، باستثمار يبلغ **15 مليار درهم**، والذي سيرفع الطاقة الاستيعابية للمطار إلى **35 مليون مسافر سنوياً**.
وأكد أن هذا المشروع يكرس طموح الدار البيضاء لتصبح **محوراً جواً إفريقياً رئيسياً**، بل والتموقع كأول منصة جوية على مستوى القارة.





كما أشار إلى الاستثمارات الجارية في **الطرق المدارية، والربط الطرقي، والتنقل الحضري**، بهدف تحسين انسيابية التنقل وجودة الحياة اليومية للسكان، مع تعزيز الجاذبية السياحية للجهة. وفي السياق ذاته، شدد السيد باينة على أن جهة الدار البيضاء الكبرى تشكل اليوم استثناءً وطنياً، لكونها لا تتوفر لا على **شركة طيران منخفضة التكلفة، ولا على مطار موجه بشكل واضح لهذه الشريحة**. وأوضح أن النمو العالمي لحركة النقل الجوي أصبح يعتمد أساساً على شركات الطيران منخفضة التكلفة، باعتبارها شرطاً أساسياً لتحقيق معدل نمو سياحي برقمين. واعتبر أن مطار بنسليمان يمكن أن يشكل حلاً مناسباً لهذا التوجه، إلى جانب إمكانية افتتاح أكثر لمطار محمد الخامس أمام هذا النموذج.

الملعب الكبير الحسن الثاني: رافعة جديدة للتظاهرات الدولية

وفي قلب هذه الرؤية، أبرز السيد باينة أهمية الملعب الكبير الحسن الثاني بينسليمان، الذي تصل سعته إلى **110 آلاف متفرج**. وأكد على ضرورة التفكير في هذا المشروع ليس فقط كبنية تحتية رياضية، بل كفضاء متعدد الاستعمالات، قادر على احتضان تظاهرات ثقافية واجتماعية وتظاهرات كبرى ذات بعد دولي، بما يعزز إشعاع الجهة وجاذبيتها السياحية.

من البنيات التحتية إلى الربط الذكي

كما شدد السيد باينة على أهمية الانتقال من مجرد توفير البنيات التحتية "الصلبة" إلى بناء **منظومة ربط ذكية ومندمجة**. وأوضح أن الاستثمارات الكبرى في البنيات التحتية يجب أن يواكبها ذكاء تنظيمي وتكنولوجي متقدم، تسمح بتكامل النقل الجوي، والبحري، والسككي، والطرقي بشكل سلس ومنسجم. وأكد أن هذه **المنظومة المتكاملة** يجب أن تخدم ليس فقط السياحة والأعمال، بل أيضاً **رفاهية السكان وجودة الحياة الحضرية**.

الحكامة والتكنولوجيا والرأس المال البشري: شروط النجاح

- وفي هذا الإطار، طرح السيد باينة مجموعة من المقترحات الهيكلية، من بينها:
- **على المستوى المؤسسي:** إحداث **هيئة حضرية للتنقل المندمج**، وإرساء حكامة متعددة الوسائط تجمع بين المكتب الوطني للمطارات، والمكتب الوطني للسكك الحديدية، والوكالة الوطنية للموانئ، و "Casatransport" والفاعلين الخواص، مع إدماج التنقل السياحي ضمن السياسات الحضرية؛
 - **على المستوى التكنولوجي:** تطوير **منصة رقمية موحدة للتنقل**، تتيح تذاكر مندمجة، ومزامنة المواعيد، وتدبير التدفقات في حينها، على غرار النماذج السويسرية للتنقل المندمج؛
 - **وعلى مستوى الرأس المال البشري:** الاستعداد **للمهن الجديدة المرتبطة بالتنقل الذكي**، مثل مهندسي البيانات، ومخططي التنقل، والمهندسين متعددي الوسائط، عبر إطلاق برامج تكوين ابتداءً من الآن استعداداً لمرحلة 2020-2030.

النقل منخفض التكلفة: رافعة أساسية للنمو السياحي

وفي ختام مداخلته، عاد السيد كريم باينة للتأكيد على أهمية النقل الجوي منخفض التكلفة كرافعة رئيسية للنمو السياحي. وأوضح أن غياب استراتيجية واضحة في هذا المجال سيحدّ من قدرة الدار البيضاء على تحقيق نمو سياحي قوي ومستدام، مؤكداً أن تطوير هذا النموذج بات ضرورة استراتيجية لضمان تنافسية الجهة على المستوى الدولي.



3^e ÉDITION
FORUM INTERACTIF DU TOURISME
 CASABLANCA-SETTAT



الجلسة النقاشية الثاني



تعبة جميع الجهات الفاعلة المحلية

سلّطت هذه الجلسة الثانية الضوء على الشروط العملية والمؤسسية الضرورية لضمان التحول المستدام لجهة الدار البيضاء - سطات إلى وجهة سياحية قادرة على المنافسة.

وقد أبرزت النقاشات أهمية إرساء **حكمة منسقة**، وتطوير أدوات **ناجعة للترويج**، وتوسيع دائرة **تعبة مختلف الفاعلين**، سواء من القطاع العام أو الخاص أو من الأوساط الثقافية والأكاديمية.

ومن خلال عرض تجارب ميدانية ومقترحات مهيكلية، أكد المتدخلون أن نجاح السياحة الجهوية لا يرتبط فقط بالبنيات التحتية، بل يعتمد أيضاً على **جودة التنظيم**، و**اللوجستيك**، و**السردية الترابية**، و**القدرة على تنسيق الجهود حول رؤية مشتركة**.

وهكذا، وضعت هذه الجلسة الأسس العملية لتنزيل جماعي يرتكز على النتائج، وينطلق من واقع الميدان وتحدياته الفعلية





مداخلة السيدة فاطمة بوعبد ،

المديرة الجهوية للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات

قدّمت السيدة فاطمة بوعبد مداخلة محورية ركزت على **حكاية القطاع السياحي، والتكامل المؤسّساتي، والاستعداد العملي لجهة الدار البيضاء - سطات في أفق 2030**. وأكدت أن عمل وزارة السياحة يقوم على منطق التنسيق الوثيق بين مختلف الفاعلين الوطنيين والجهويين والمحليين، بهدف مواكبة التحولات التي يشهدها القطاع بشكل فعال ومنسجم.

حكاية قائمة على تكامل الأدوار

أبرزت السيدة بوعبد التوزيع الواضح للأدوار داخل المنظومة السياحية، وذلك من خلال:

- الشركة المغربية للهندسة السياحية، المكلفة بتحفيز الاستثمار والهندسة السياحية،
- المكتب الوطني المغربي للسياحة، المسؤول عن الترويج للوجهة،
- والمصالح اللامركزية التابعة للوزارة على المستوى الجهوي والإقليمي، المكلفة بمواكبة المستثمرين وضمان جودة العرض السياحي المنتج على المستوى الترابي.

وأوضحت أن هذا التكامل المؤسّساتي يهدف إلى تسهيل مسار الاستثمار وضمان الانسجام بين تطوير العرض السياحي ومتطلبات الجودة.

الرقمنة وتحسين المساطر

كما سلّطت الضوء على الجهود المبذولة في مجال الرقمنة، خاصة لفائدة وكالات الأسفار، من خلال إطلاق منصات رقمية تهدف إلى تقليص آجال المعالجة وتقريب الإدارة من الفاعلين الاقتصاديين. وأضافت أن هذا التوجه يشمل أيضاً قطاعي الفنادق والمطاعم، عبر تعاون وثيق مع المركز الجهوي للاستثمار، بما يساهم في تسريع وتبسيط المساطر الإدارية.

تطوير العرض السياحي وتعزيز القدرات الاستيعابية

وأشارت السيدة بوعبد إلى أن جهة الدار البيضاء - سطات تتوفر حالياً على حوالي **34 ألف سرير**، مع هدف يتمثل في إضافة **5000 سرير** جديد في أفق 2030، لرفع الطاقة الإيوائية إلى ما يقارب **40 ألف سرير**. وأكدت أن هذه الزيادة تواكب دينامية نمو قوية برقمين، من شأنها جذب مستثمرين جدد نحو القطاع السياحي، الذي أصبح يُنظر إليه كقطاع واعد ومستدام.

إصلاح نظام التصنيف الفندقي والارتقاء بالجودة

وشكل إصلاح منظومة تصنيف مؤسسات الإيواء السياحي محوراً أساسياً في مداخلتها، حيث أوضحت أن هذه الإصلاحات تهدف إلى تجاوز المقاربة التقليدية القائمة فقط على المعايير التقنية أو المساحية، نحو اعتماد معايير نوعية أكثر ارتباطاً بجودة الخدمات، والراحة، والتنشيط، وتجربة الزبون. كما أعلنت عن اعتماد نظام "الزبون السري" أو الزيارات الغامضة، التي يقوم بها زبناء متخفون لتقييم الجودة الحقيقية للخدمات، بشكل مكمل لعمل اللجان الإدارية التقليدية.

تغيير صورة الدار البيضاء وإطالة مدة الإقامة

وأكدت السيدة بوعبد أن الدار البيضاء بدأت اليوم تجني ثمار الاستثمارات المنجزة، خاصة مع تسجيل ارتفاع ملحوظ في نسب الإيواء الفندقي خلال فصل الصيف، في تحول واضح مقارنة بالصورة السابقة للمدينة التي كانت تعرف تراجعاً كبيراً في النشاط السياحي خلال هذه الفترة. وشددت على ضرورة تحديث صورة المدينة، وتشجيع سكان الدار البيضاء على إعادة اكتشاف مجالهم الحضري، مع العمل على تجاوز متوسط مدة الإقامة الحالي، الذي لا يزال في حدود يومين فقط.

كأس إفريقيا 2025 وكأس العالم 2030: وسائل وليست غايات

وفي ختام مداخلتها، أكدت السيدة بوعبد أن التظاهرات الكبرى المقبلة يجب ألا تُعتبر أهدافاً في حد ذاتها، بل فرصاً استراتيجية للترويج المستدام للجهة.

ودعت إلى تحويل الشوارع، والساحات، وفضاءات المشجعين، والفضاءات العمومية إلى واجهات حقيقية للضيافة المغربية، قادرة على استقطاب الزوار وإقناع المستثمرين في الآن ذاته.



مداخلة السيدة بشرى الطيبي ،

المديرة العامة المنتدبة للمجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات

قدّمت السيدة بشرى الطيبي مداخلة ذات طابع عملي واضح، ركزت من خلالها على **خطة عمل المجلس الجهوي للسياحة للدار البيضاء - سطات**، الذي يُعد المنتدى التفاعلي للسياحة أحد أبرز أدواته الهيكلية. وأكدت أن الدور الأساسي للمجلس يتمثل في **تعبئة مختلف الفاعلين الترابيين**، من سلطات ومنتخبين ومهنيين، حول رؤية مشتركة للتنمية السياحية الجهوية.

دور المجلس الجهوي للسياحة: اليقظة الاستراتيجية، التثمين السياحي، والترويج
أوضحت السيدة الطيبي أن مهام المجلس تركز على ثلاثة محاور رئيسية:

- اليقظة الاستراتيجية،
 - التثمين السياحي لنقاط الجذب ،
 - والترويج للوجهة على المستويين الوطني والدولي، سواء في السوق الموجهة للأفراد (B2C) أو للمهنيين (B2B).
- وتهدف هذه المقاربة إلى هيكلة عرض سياحي واضح، جذاب، وقابل للتسويق.

تطوير أدوات الترويج والمحتوى السياحي

وخلال السنوات الثلاث الأخيرة، تم إنجاز عمل هيكلي مهم من أجل تزويد الجهة بأدوات **ترويج حديثة**، شملت إنتاج فيديوهات، وكتيبات، ومطويات موضوعاتية، ومحتويات رقمية وصور ترويجية، إضافة إلى نشرها عبر موقع إلكتروني مخصص ومنصات التواصل الاجتماعي. وأكدت أن هذه القاعدة من المحتويات أصبحت اليوم تشكل دعامة أساسية للتواصل السياحي للجهة.

حملات ترويج موجهة نحو الأعمال والنتائج

كما سلّط الضوء على الحملات الترويجية التي تم إطلاقها وطنياً ودولياً، مع تسجيل توجه متزايد نحو **السوق المهنية (B2B)** خاصة عبر حملات إعلامية متخصصة. وأوضحت أنه خلال الفترة 2025-2026، يدخل المجلس مرحلة جديدة لا تقتصر فقط على تعزيز شهرة الوجهة، بل تركز أيضاً على إبراز **العروض السياحية الفعلية التي يقترحها المهنيون**. ومن بين أبرز الحملات المهيكلية التي تم الإعلان عنها:

- حملة **"Live it Big African 25 Casablanca"** التي تضع الدار البيضاء في قلب أجواء كأس إفريقيا للأمم، باعتبارها قاعدة إقامة تسمح بالإشعاع نحو باقي المدن المستضيفة؛
- وحملة **"Casablanca Yes Weekend"** التي تهدف إلى تعزيز الجاذبية السياحية لعطلة نهاية الأسبوع، بشكل مكمل لسياحة الأعمال.

تثمين العالم القروي وتعزيز الإدماج الترابي

وأشارت السيدة الطيبي إلى أن **السياحة القروية** تشكل محوراً مهماً ضمن عمل المجلس، حيث تم إحصاء **207 نقط جذب سياحي** بالمجال القروي، منها **45%** بإقليم بنسليمان. كما تمت مواكبة هذه المشاريع الصغيرة عبر إنشاء مواقع إلكترونية، وتعزيز حضورها الرقمي، وتوفير وسائل تواصل مباشرة معها، بما يسمح بإدماجها ضمن العرض السياحي الجهوي.

التظاهرات، سياحة الأعمال، والرحلات المهنية التعريفية

ويعتمد المجلس الجهوي للسياحة كذلك على استراتيجية تظاهراتية طموحة، تشمل:

- المنتدى التفاعلي للسياحة،
- المنتدى الإفريقي للسياحة،
- تظاهرة **"MICE Meeting Casablanca"** في نسختها الثانية،
- إضافة إلى تنظيم العديد من الرحلات المهنية التعريفية (**Éductours**) لفائدة الأسواق المصدرة للسياح، خاصة بأوروبا والشرق الأوسط.

وتهدف هذه المبادرات إلى خلق فرص أعمال مباشرة وتعزيز تموقع جهة الدار البيضاء - سطات ضمن منظومة سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض.

منظومة رقمية موحدة: VisitCasablanca

كما شددت السيدة الطيبي على أهمية منصة **visitcasablanca.ma** باعتبارها البوابة المركزية للمعلومة السياحية الجهوية. ويضم الموقع فضاءات موجهة للأفراد والمهنيين، وقسماً خاصاً بالتظاهرات المهنية، وركناً بعنوان **"الطبيعة والاكتشاف"** يضم نقاط الجذب القروية الـ 207، إلى جانب فضاء مهني يوفر محتويات وأدوات للترويج السياحي.

مؤشرات أولية مشجعة

وفي ختام مداخلتها، أكدت السيدة الطيبي أن هذه الاستراتيجية بدأت تعطي نتائج ملموسة، مشيرة إلى تسجيل **نسبة إيواء فندقية بلغت 79%** خلال شهر أبريل 2025، أي بزيادة قدرها **17 نقطة** مقارنة بالمعدل المعتاد للفترة نفسها. واعتبرت أن هذه النتائج تعكس الأثر المباشر لحملات الترويج المنجزة بشراكة مع المكتب الوطني المغربي للسياحة، والجهة، ومدينة الدار البيضاء.





مداخلة السيد جليل مديح ،

رئيس لجنة الرحلات البحرية والسياحة الشاطئية ،

المجلس الجهوي للسياحة لجهة الدار البيضاء - سطات

قدم السيد جليل مديح شهادة مليئة بالمشاعر كما اتسمت أيضا ببعدها العملي في الآن ذاته، حول افتتاح المحطة الجديدة الرحلات البحرية بالدار البيضاء، معتبراً إياها تنويعاً لـ 35 سنة من العمل المتواصل، وتحولاً استراتيجياً في علاقة المدينة بالسياحة البحرية. وأكد أن أولى محطات الرسو بعد افتتاح الرصيف أظهرت قدرة الجهة على تدبير استقبال واسع النطاق، بفضل تعبئة جماعية شملت الوكالة الوطنية للموانئ، والسلطات المحلية، والجمارك، والأمن، والمجلس الجهوي للسياحة، ومندوبية السياحة، وغيرها من المتدخلين.

أولى محطات الرسو: إثبات القدرة وتحقيق آثار مباشرة

وأوضح السيد مديح أن أحد أول الاختبارات الكبرى تمثل في استقبال سفينة سياحية ضخمة تقل حوالي 4000 مسافر و 2200 من أفراد الطاقم، أي ما يفوق 6000 شخص في المجموع، وهو رقم غير مسبوق بالنسبة للدار البيضاء. وأكد أن عملية الاستقبال تمت بنجاح داخل المحطة الجديدة، مما أبرز أهمية هذا المشروع في إعادة تموقع الدار البيضاء ضمن مسارات الرحلات البحرية الدولية.

سلوك السياح القادمين عبر الرحلات البحرية: الدار البيضاء كبوابة لاكتشاف المغرب

وفيما يتعلق بأنشطة السياح، أوضح السيد مديح أن مسجد الحسن الثاني يشكل نقطة الجذب الرئيسية، حيث استقبل خلال إحدى محطات الرسو حوالي 1000 زائر دفعة واحدة.

كما أشار إلى أن جزءاً من السياح يتجه نحو مدن أخرى مثل الرباط، ومراكش، وفاس، عبر رحلات منظمة، في حين يختار جزء آخر قضاء اليوم داخل الدار البيضاء.

وأشار أيضاً إلى قرب استقبال سفينة الرحلات الفاخرة، "Silver Ray" باعتبارها مؤشراً على الإمكانات الكبيرة لسياحة الرحلات البحرية الفاخرة، وما تتطلبه من خدمات عالية المستوى تشمل النقل الفاخر، والحافلات السياحية، والخدمات اللوجستكية المتخصصة.

آفاق 2026-2027: نمو متسارع

وبناءً على اللقاءات التي جرت مع شركات الرحلات البحرية خلال المعارض الدولية المتخصصة، خاصة بهامبورغ ("Seatrade Europe") أعلن السيد مديح عن توقعات طموحة تتمثل في استقبال حوالي 250 محطة رسو بالدار البيضاء بين سنتي 2026 و 2027، أي ما يقارب 500 ألف مسافر.

وأضاف أنه على المستوى الوطني، وباحتساب ميناء طنجة وباقي الموانئ المغربية، يمكن للمغرب أن يتجاوز عتبة مليون مسافر ضمن سياحة الرحلات البحرية.

وشدد على أن هذا القطاع لم يعد سوقاً محدودة أو نخبوية، بل أصبح صناعة عالمية تشهد معدلات نمو برقمين.

التحدي الحقيقي: المنظومة اللوجستكية خارج المحطة

وفي المقابل، نبّه السيد مديح إلى أن المحطة وحدها لا تكفي لضمان نجاح التجربة، لأن سياحة الرحلات البحرية تقوم على سلسلة متكاملة من الخدمات تشمل:

- المرشدين السياحيين،
- الحافلات،
- سيارات الأجرة،
- التشوير،
- تدبير التدفقات،
- وفضاءات الانتظار والعبور.

واستشهد بحادثة مرتبطة بتدبير حركة سيارات الأجرة والحافلات خارج الميناء، أظهرت كيف يمكن أن تتدهور تجربة الزوار بسرعة إذا لم يكن التنظيم الحضري واللوجستيكي مضبوطاً بشكل جيد.

ورغم إيجاد حل مؤقت عبر تخصيص منطقة للإنزال والاستقبال، دعا إلى وضع خارطة طريق مستدامة لضمان جودة التجربة خارج المحطة أيضاً.

طموح استراتيجي: تحويل الدار البيضاء إلى ميناء انطلاق رئيسي

وفي ختام مداخلته، كشف السيد مديح عن طموح استراتيجي يتمثل في تحويل الدار البيضاء إلى "ميناء انطلاق رئيسي" (Homeport) "بحيث يصل المسافرون جواً إلى المغرب، ويقضون فترة إقامة قبل أو بعد الرحلة البحرية، ثم ينطلقون أو يعودون عبر ميناء الدار البيضاء. وأوضح أن هذا النموذج من شأنه أن يساهم في إطالة مدة الإقامة، ورفع نسب الإيواء الفندقي، وتحسين المردودية السياحية للوجهة. كما أشار إلى تجربة أولية ناجحة تم خلالها تمديد إقامة مجموعة من السياح عبر مراكش، بما يؤكد قابلية هذا النموذج للتطوير على نطاق أوسع.





مداخلة السيد كريم الرويسي ، رئيس جمعية: Casamémoire



قدّم السيد كريم الرويسي قراءة عميقة ذات أبعاد ثقافية وتراثية ومجتمعية لمسار التنمية السياحية بمدينة الدار البيضاء، مؤكداً أن المدينة لا ينبغي أن تُبنى أولاً من أجل السياح، بل من أجل سكانها. واعتبر أن المدينة تصبح جذابة للزوار عندما تكون قادرة، قبل كل شيء، على توفير جودة عيش حقيقية لسكانها، لأن السائح يبحث أساساً عن تجربة إنسانية ومحلية أصيلة.

المدينة لسكانها أولاً قبل أن تكون وجهة سياحية

شدد السيد الرويسي على مبدأ أساسي يتمثل في أن السياحة لا يجب أن تُبنى كواجهة اصطناعية أو مشهد مصطنع، بل كامتداد طبيعي لمدينة نابضة بالحياة. وأوضح أن عناصر مثل التنقل، والثقافة، وجودة الحياة، والفضاءات العمومية، والعروض الترفيهية، ينبغي أن تستجيب أولاً لحاجيات الساكنة، قبل أن تتحول إلى عناصر جذب للزوار.

تراث الدار البيضاء وإشكالية "التراث المتنازع حوله"

كما سلط الضوء على خصوصية التراث المعماري للدار البيضاء، الذي يوصف أحياناً في الدراسات الأكاديمية بـ "التراث المتنازع حوله"، في إشارة إلى الإرث المعماري المرتبط بفترة القرن العشرين والمرحلة الاستعمارية، والذي ظل لفترة طويلة مهمشاً داخل السردية الوطنية الرسمية. وأكد أن هذا التراث، رغم حساسيته أحياناً وكونه مثيراً للجدل، يشكل اليوم أحد أبرز عناصر التميز السياحي للدار البيضاء، شريطة فهمه، وتقبله، وإعادة سرده بطريقة متوازنة وذكية. وأشار إلى أن هذا البعد لا يزال غير مدمج بالشكل الكافي داخل العرض السياحي المنظم، خاصة على مستوى الإرشاد السياحي، رغم تزايد الطلب على هذا النوع من الاكتشافات الثقافية والحضرية.

بروز سياحة حضرية ثقافية قائمة على التجربة

ولاحظ السيد الرويسي تحولاً في طبيعة الزوار الوافدين على الدار البيضاء، حيث أصبح عدد متزايد منهم لا يكفي بزيارة المدينة القديمة أو مسجد الحسن الثاني، بل يبحث عن الأحياء، والأجواء المحلية، وأنماط العيش اليومية. وفي هذا السياق، استشهد **بحي مرس السلطان**، الذي صنفته إحدى المجلات البريطانية ضمن أكثر الأحياء "جاذبية وعصرية" بعد زيارة صحفي للمنطقة رفقة جمعية "Casamémoire" معتبراً أن هذا المثال يكشف عن إمكانيات سياحية حضرية لا تزال غير مستغلة بالشكل الكافي.

التراث كرافعة للتنمية الحضرية

كما دعا السيد الرويسي إلى اعتماد استراتيجية شاملة لإعادة تأهيل التراث، بدل الاكتفاء بتدخلات معزولة ومحدودة. وأشار في هذا الإطار إلى عدد من المواقع والمباني التي يمكن إعادة توظيفها ضمن مشاريع ثقافية أو سياحية أو تظاهراتية، من بينها:

- قاعات السينما المغلقة وسط المدينة،
- المجازر القديمة،
- مطار تيط مليل القديم،
- مبنى زيفاكو،
- وعدد من البنايات التاريخية المتدهورة.

وأكد على أهمية مفهوم "إصلاح المدينة" أو "Great Repair" القائم على تنمية الموجود وإعادة إحيائه، بدل التركيز الحصري على مشاريع البناء الجديدة.

سياحة الرحلات البحرية: فرصة تستوجب التأطير

ورغم ترحيبه بالمحطة الجديدة للرحلات البحرية، دعا السيد الرويسي إلى التعامل بحذر مع مخاطر السياحة الجماعية غير المؤطرة. وأوضح أن التحدي لا يكمن فقط في استقبال أعداد كبيرة من الزوار، بل في توفير استراتيجية متكاملة للاستقبال، والتنقل، والعروض السياحية، بما يمنع حدوث آثار سلبية مثل اكتظاظ المدينة القديمة، أو الاختناقات، أو تراجع جودة تجربة الزائر.

الكرم البيضاوي والتجربة الإنسانية

ومن خلال تجربة "أيام التراث"، التي تنظمها جمعية "Casamémoire" منذ أكثر من خمسة عشر سنة، أبرز السيد الرويسي قوة الرأسمال الإنساني وكرم الساكنة الذي تزخر به الدار البيضاء. وأشار إلى انخراط مرشدين متطوعين من مختلف الأعمار، وإلى التفاعل الإيجابي بين السكان والزوار، والتنوع الثقافي الذي يميز المدينة. واعتبر أن هذه الدينامية تثبت توفر الدار البيضاء على طاقات بشرية استثنائية، لا تزال بحاجة إلى مزيد من الهيكل والإمماج داخل عرض سياحي مهني ومنظم.

حلول سريعة وفعالة لتحسين التجربة السياحية

وفي ختام مداخلته، شدد السيد الرويسي على أهمية اعتماد حلول بسيطة وسريعة الأثر لتحسين التجربة السياحية، من بينها:

- تعميم خرائط المدينة داخل الفنادق،
- تثمين المسارات الحضرية والمعالم التراثية،
- تحسين الإثارة والتشوير وإتاحة المعلومات،
- وتعزيز التنسيق بين الفنادق، والمطاعم، والفاعلين الثقافيين، والمؤسسات المعنية.



مداخلات الحضور



مداخلة السيد عبد اللطيف بنموسى ،

رئيس نادي إدارة السفر المغربي (MTMC)

Moroccan Travel Management Club



أكد السيد بنموسى على الإمكانيات الاستراتيجية التي تتوفر عليها الدار البيضاء كوجهة رائدة في مجال سياحة الأعمال والمؤتمرات والمعارض، (MICE) مشيراً إلى أن الجهة تزخر بعدد مهم من الفضاءات والمواقع ذات البعد السياحي والتطاهراتي، والتي لا تزال بحاجة إلى مزيد من الهيكلة ضمن رؤية مندمجة.



وأوضح أنه رغم تموقع الدار البيضاء التاريخي كوجهة للأعمال، فإن قطاع "التحفيز (Incentive)" لا يزال غير مستغل بالشكل الكافي، في حين يمكن تطويره انطلاقاً من المواقع ونقاط الجذب التي قام المجلس الجهوي للسياحة بتحديدتها. وفي هذا السياق، اقترح إحداث "خلية عمل" تجمع بين المهنيين والطلبة، وخاصة طلبة المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، (ISITT) بهدف المساهمة في هيكلة العرض الجهوي الخاص بسياحة الأعمال والمؤتمرات، مع إعداد جيل جديد من المسيرين والفاعلين في القطاع السياحي.



واعتبر أن هذه المقاربة من شأنها أن تُدرج التنمية السياحية ضمن دينامية قائمة على الكفاءات، والابتكار، ونقل الخبرات. كما شدد السيد بنموسى على ضرورة تعريف وتجسيد مفهوم الضيافة المغربية باعتباره منتجاً حقيقياً للاستقبال، مستلهماً من دينامية القوة الناعمة التي أفرزها كأس العالم 2022، مؤكداً أن هذا الزخم ينبغي الحفاظ عليه وتعزيزه مع اقتراب كأس إفريقيا للأمم 2025 وكأس العالم 2030.



ونكّر كذلك بالدور المهيكل الذي يمكن أن يضطلع به قصر المؤتمرات باعتباره قاطرة لتنمية قطاع سياحة الأعمال والمؤتمرات، لما يخلقه من قيمة اقتصادية، وفرص شغل، وصورة إيجابية للمدينة. وفي ختام مداخلته، أبرز أهمية شركات تدبير الوجهات السياحية: (Destination Management Companies – DMC)، باعتبارها سفراء حقيقيين للوجهة، وقادرة على استقطاب المؤتمرات، والرحلات التحفيزية، والتظاهرات الدولية الكبرى.





مداخلة السيد حميد بن الطاهر ،
رئيس الكونفدرالية الوطنية للسياحة

ركز السيد حميد بن الطاهر في مداخلته على الاختيارات الهيكلية التي ستحدد مستقبل تنافسية السياحة بمدينة الدار البيضاء والمغرب بشكل عام. وأكد أن الرهان الأساسي اليوم يتمثل في قدرة المغرب على التموضع في مواجهة وجهات دولية أصبحت تطور مشاريع سياحية ضخمة وعالية التنافسية.

علو الفنادق كرافعة للتنافسية



واعتبر السيد بن الطاهر أن القيود الحالية المرتبطة بعلو الفنادق تشكل عائقاً أمام بلوغ القطاع الفندقي المغربي حجماً قادراً على المنافسة الدولية.

وأوضح أن العديد من الجهات المنافسة تعتمد على مؤسسات فندقية ضخمة تضم مئات الغرف، في حين تظل المشاريع المغربية محدودة الحجم، وهو ما يقلل من قدرتها على استقطاب العلامات العالمية الكبرى والكفاءات الدولية الرفيعة، سواء على مستوى الإدارة أو فن الطبخ أو الخبرات الفندقية المتخصصة.

التعمير وجاذبية الاستثمار



كما دعا السيد بن الطاهر الوكالات الحضرية إلى منح ثقة أكبر للاستثمار السياحي، مبرزاً أن القطاع الفندقي يقوم على رؤية طويلة الأمد واستثمارات مهيكلية.

وأكد أن اعتماد مقاربة أكثر مرونة ومدرسة فيما يتعلق بعلو المباني من شأنه أن يساهم في تحسين الجودة المعمارية، وإطلاق مشاريع مميزة، وتعزيز الصورة الدولية للدار البيضاء.

استكمال التجهيزات الكبرى



وفي السياق ذاته، رحب بالإعلان عن مشروع قصر المؤتمرات، معتبراً إياه خطوة مهمة لتعزيز موقع المدينة في مجال سياحة الأعمال والمؤتمرات.

كما دعا إلى إنشاء فضاء متعدد الوظائف من طراز دولي، قادر على احتضان التظاهرات الكبرى وتنشيط المدينة خارج أيام العمل التقليدية، بما يعزز الجاذبية السياحية والتظاهرات الدولية للدار البيضاء.

الربط الجوي: رافعة فورية للنمو



وفي ختام مداخلته، شدد السيد بن الطاهر على أهمية فتح مطار الدار البيضاء بشكل أكبر أمام شركات الطيران منخفضة التكلفة، معتبراً أن هذا الخيار يمثل رافعة سريعة ومنخفضة التكلفة لتحسين ولوجية الوجهة، وزيادة التدفقات السياحية، وتعزيز المردودية الاقتصادية للقطاع السياحي.





مداخلة السيد مهدي العراقي ،

عضو مكتب فيدرالية الصناعات الثقافية والإبداعية
التابعة للكونفيدرالية العامة لمقاولات المغرب



قدّم السيد مهدي العراقي مداخلة ركزت على الدور الاستراتيجي للصناعات الثقافية والإبداعية باعتبارها رافعة مباشرة ومكملة للتنمية السياحية بمدينة الدار البيضاء. وأكد أنه في ظل انطلاق الأوراش الكبرى المرتبطة بالبنيات التحتية “الصلبة”، فإن **العنصر الحاسم في التميز التنافسي** أصبح اليوم مرتبطاً بالجانب “المرن”: **روح المدينة، وطاقتها، والتجربة الإنسانية التي يعيشها الزائر.**

الصناعات الثقافية والإبداعية كركيزة للسياحة

ذكر السيد العراقي بأن الصناعات الثقافية والإبداعية تُعد اليوم من أكبر القطاعات المشغلة عالمياً، وأنها ترتبط بشكل طبيعي بالسياحة. فالسينما، وفنون العرض، والمهرجانات، والكتاب، والألعاب الرقمية، والإبداع الرقمي، كلها تساهم بشكل مباشر في تعزيز جاذبية الوجهات، لأنها تمنح الناس الرغبة في اكتشاف المدينة، والعيش داخلها، والعودة إليها.

سرد قصة الدار البيضاء وهويتها

كما شدد على أهمية “سرد قصة الدار البيضاء” وإبراز هويتها الخاصة، معتبراً أن المدينة الجذابة هي المدينة التي تعرف كيف تحدثت عن نفسها. وفي هذا الإطار، دعا إلى تثمين التراث المعماري للمدينة عبر:

- تثبيت لوحات تعريفية بالبنائيات التاريخية تتضمن معلومات حول المهندسين المعماريين، والاستعمالات، والقصص المرتبطة بها؛
- اعتماد رموز QR وأدوات رقمية تسمح بالولوج إلى مضامين ثقافية؛
- تطوير منصّات رقمية تنقل الذاكرة الحضرية للمدينة.

وأكد أن هذا السرد الحضري ضروري لتحويل الزيارة من مجرد مرور عابر إلى **تجربة ثقافية وعاطفية متكاملة.**

الفضاء العمومي كمنصة ثقافية

كما دعا السيد العراقي إلى إعادة التفكير في **الساحات والفضاءات العمومية** باعتبارها فضاءات للحياة والإبداع واللقاء. وأوضح أن المدينة ينبغي أن تكون مريحة ومظللة نهاراً، ومضيئة وحيوية ليلاً، مشيراً في هذا السياق إلى أهمية:

- التشجير الملازم وتوفير الأشجار الظليلة بدل الاقتصاد على النخل الزخرفي؛
- تعزيز الإنارة الليلية؛
- وضمان تنشيط ثقافي وفني مستمر داخل الفضاءات العمومية.

الشباب كرأس مال استراتيجي

وأكد السيد العراقي أن الشباب يمثل **الثروة الحقيقية الأولى للمغرب**، داعياً إلى إعادة منحه مكانته الطبيعية داخل الفضاء العام. كما شدد على ضرورة تكوين الشباب وإدماجهم في المهن الثقافية والإبداعية، مثل فنون العرض، والسينوغرافيا، والخط، والتنشيط الثقافي، معتبراً أن هذه القطاعات قادرة في الآن ذاته على خلق فرص الشغل وإحياء المدينة.

التنشيط الحضري والثقافة الشعبية

كما أبرز أهمية تثمين **الثقافة الشعبية البيضاء** داخل الفضاءات العمومية، من خلال إدماج عناصر الحياة اليومية المحلية، مثل:

- باعة المأكولات التقليدية،
- باعة الحلزون والفشار،
- عروض الشارع،
- والتظاهرات الفنية المفتوحة.

واعتبر أن هذه العناصر تشكل جزءاً أساسياً من الأصالة التي يبحث عنها الزوار، كما تساهم في تعزيز الإحساس بالأمان والود داخل المدينة، عندما تكون موطنة ومنظمة بشكل جيد

فضاءات جماهيرية دائمة

ودعا السيد العراقي أيضاً إلى إنشاء **فضاءات جماهيرية وثقافية دائمة**، وليس فقط مؤقتة خلال التظاهرات الرياضية. وأوضح أن الدار البيضاء تحتاج إلى أماكن يلتقي فيها السكان والزوار بشكل منتظم، خاصة خلال الأمسيات وطلات نهاية الأسبوع، داخل فضاءات آمنة، ومنشطة، وغنية ثقافياً.

مساهمة الصناعات الثقافية والإبداعية في الاستراتيجية السياحية

وفي ختام مداخلته، جدد السيد العراقي تأكيدات استعداد فيدرالية الصناعات الثقافية والإبداعية للعمل إلى جانب المجلس الجهوي للسياحة، والمكتب الوطني المغربي للسياحة، والمؤسسات العمومية، من أجل المساهمة المشتركة في بلورة هذه المشاريع. واعتبر، استناداً إلى تجربته في تنظيم التظاهرات الثقافية الكبرى والمهرجانات والعروض الدولية، أن الفاعلين الثقافيين يمثلون شركاء عمليين وطبيين للقطاع السياحي، وقادرين على تحويل البنيات القائمة إلى فضاءات **ناشطة بالحياة.**





مداخلة السيدة مريم زغلي،

أستاذة التسويق الرقمي في المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة: (ISITT)

قدّمت الأستاذة مريم زغلي قراءة أكاديمية واستراتيجية لقضايا التسويق الترابي، والسردية السياحية، والتواصل المرتبط بوجهة الدار البيضاء - سطات. وأكدت على ضرورة الربط بشكل أفضل بين الخيال الجماعي، والعلامة الترابية، والأدوات الرقمية، من أجل تحويل الإمكانات السياحية للجهة إلى جاذبية فعلية ومستدامة.

بناء تخيل سياحي منسجم حول الوجهة

أوضحت السيدة زغلي أن الدار البيضاء تتوفر على عدة شخصيات سياحية في الوقت نفسه: مدينة للأعمال، والترفيه، والسياحة الشاطئية، والتسوق، والثقافة، وهو ما يمثل مصدر غنى حقيقي، لكنه قد يتحول أيضاً إلى عنصر تشتت إذا لم تتم هيكلته ضمن رؤية واضحة. وأكدت أن التحدي لا يتمثل في اختيار هوية واحدة للمدينة، بل في بناء علامة ترابية منسجمة وقادرة على احتواء هذا التنوع دون خلق ارتباك لدى الجمهور. وفي هذا الإطار، شددت على أهمية مفهوم "تماسك وتناسق العلامة" (Brand Consistency) باعتباره عنصراً أساسياً لضمان وضوح صورة الوجهة على المستويين الوطني والدولي.

ضمان الانسجام بين العلامة الأم والعلامات الفرعية

كما اعتبرت أن علامة "الدار البيضاء" يجب أن تندرج ضمن استمرارية العلامة الوطنية "المغرب"، مع العمل في الوقت نفسه على توضيح العلامات الفرعية المرتبطة بها، مثل:

- السياحة الفاخرة،
- العطل القصيرة،
- الثقافة،
- الطبيعة،
- التسوق، وغيرها.

وأوضحت أن هذا الانسجام يسمح باستهداف فئات مختلفة من الزوار دون تفكيك الخطاب العام للوجهة.

تعزيز انتظام وجودة التواصل

وسلّطت الأستاذة زغلي الضوء على أحد أبرز أوجه القصور الحالية، والمتمثل في غياب انتظام المعلومة السياحية. واستشهدت بمثال مسجد الحسن الثاني، حيث لا تزال العديد من خدماته ومرافقه، مثل الحمام، والمكتبة الوسائطية، وغيرها، غير معروفة حتى لدى بعض الفئات المطلعة. وأكدت أن الرهان لا يكمن فقط في إنتاج المحتوى، بل في ضمان تواصل مستمر، واضح، وسهل الولوج، يمكن الزوار من اكتشاف مختلف التجارب المتاحة.

إنتاج محتوى ذي قيمة عاطفية كبيرة

كما شددت على أهمية إنتاج محتويات قوية قادرة على خلق الرغبة والانجذاب نحو الوجهة. فالمحتوى، بحسب رأيها، لا ينبغي أن يكون جمالياً فقط، بل يجب أن يحمل معنى وقيمة عاطفية، وأن يجيب عن سؤال أساسي: "ما الذي يمكن أن تقدمه لي الدار البيضاء كتجربة فريدة؟"

مواكبة الزائر طيلة رحلته

وأشارت الأستاذة زغلي إلى ضعف المعلومة السياحية عند نقاط الوصول، وخاصة بمطار محمد الخامس، معتبرة ذلك فرصة ضائعة كبيرة. ودعت إلى توفير معلومات سياحية واضحة منذ لحظة الوصول، من خلال فضاءات الاستقبال، ودعائم رقمية، وتشوير، وسردية بصرية ومعلوماتية، تشجع الزوار على تمديد إقامتهم وتنويع تجاربهم داخل الجهة.

توجيه السلوكيات الإيجابية (Nudging)

وفي ختام مداخلتها، قدمت السيدة زغلي مفهوم "Nudging" أو "التوجيه السلوكي الناعم"، الذي يقوم على التأثير الإيجابي وغير المباشر في سلوك الأفراد. واقترحت توظيف هذا الأسلوب من أجل:

- مواكبة السكان في كيفية استقبال الزوار،
- توعية السياح بالخصوصيات الثقافية المحلية،
- وتهنية المجتمع المغربي تدريجياً للتدفقات البشرية المرتبطة بكأس إفريقيا للأمم 2025 وكأس العالم 2030.
- وأكدت أن الضيافة يجب أن تُفهم كعملية متبادلة تشمل السكان والزوار معاً، وليست مسؤولية طرف واحد فقط.





مداخلة السيد شكيب جسوس،
أخصائي في علم الاجتماع

فخر حضري وتحولات متسارعة



استهل السيد شكيب جسوس مداخلته بالإشادة بالدينامية العميقة التي تعرفها مدينة الدار البيضاء، مبرزاً التحولات الواضحة التي تشهدها المدينة في مجالات التنقل، والبنيات التحتية السياحية، وسياحة الرحلات البحرية، والتهينة الحضرية، وتجميل الفضاءات العمومية. وأكد أن هذه الأوراش المتسارعة تساهم في ترسيخ مكانة الدار البيضاء كمدينة كبرى ذات طموح سياحي عالمي في أفق 2030، وهو ما يولد شعوراً متزايداً بالفخر على المستوى الوطني.

فجوة بين المشاريع الكبرى والإحساس الاجتماعي



غير أن عالم الاجتماع أشار في المقابل إلى وجود فجوة متنامية بين حجم الاستثمارات المهيكلية والإحساس الذي تعيشه فئات من السكان، خاصة الشباب.

وأوضح أن عدداً من البيضاويين لا يشعرون دائماً بأن هذه المشاريع الكبرى، مثل المطار، والطرق السيارة، والفنادق، والبنيات السياحية، تستجيب بشكل مباشر لحاجياتهم اليومية، مما قد يخلق نوعاً من الابتعاد أو ضعف الانخراط في السياسات العمومية المرتبطة بالتنمية السياحية.

العنصر البشري في قلب التجربة السياحية



وشدد السيد جسوس على أن السياحة لا يمكن اختزالها في البنيات والتجهيزات فقط، لأن التجربة السياحية تقوم أساساً على العلاقات الإنسانية، وجودة الاستقبال، وطبيعة التفاعل بين الزوار والسكان.

وأكد أن السائح يبحث قبل كل شيء عن لقاء حقيقي وأصيل مع المجتمع المحلي، معتبراً أن هذا البعد الإنساني يمثل عنصراً حاسماً في صورة الوجهة السياحية.

الضيافة والسلوكيات وصورة الوجهة



كما دافع عن مفهوم للضيافة قائم على الصدق والأصالة والكرم والعفوية، بعيداً عن أي منطق للاستغلال أو المبالغة التجارية.

وفي هذا السياق، حذر من بعض الممارسات السلبية، مثل الأسعار المبالغ فيها أو السلوكيات الانتهازية لبعض المهن المرتبطة مباشرة بالزوار، معتبراً أن هذه التصرفات تسيء إلى صورة الدار البيضاء وتؤثر سلباً وبشكل دائم على التجربة السياحية، خاصة وأن الزوار يصبحون بسرعة قادرين على تمييز هذه السلوكيات.

البعد الاجتماعي والإدماج ضمن الاستراتيجية السياحية



وفي ختام مداخلته، أثار السيد جسوس قضية اجتماعية أساسية مرتبطة بمستقبل السياحة في الدار البيضاء، تتمثل في حضور بعض الفئات الهشة داخل الفضاء الحضري، مثل الأشخاص بدون مأوى، وأطفال الشوارع، والمتسولين، والمهاجرين، وما قد ينجم أحياناً عن ذلك من احتكاكات مع الزوار.

ودعا إلى التفكير الجماعي والاستباقي في كيفية إدماج هذه الأبعاد الاجتماعية ضمن السياسات السياحية، بما يضمن استقبلاً إنسانياً، ومتوازناً، ومستداماً في أفق 2030.



مداخلة السيد عدنان أفقير ،

المدير الـبـبـداغـوجـي للمعهد العالـي الدـولـي للـسـيـاحـة (ISITT) بطنـجـة:



سلط السيد عدنان أفقير الضوء على الأهمية الاستراتيجية للرأسمال البشري في تطوير السياحة بجهة الدار البيضاء - سطات. كما أشاد بالشراكة القائمة بين المجلس الجهوي للسياحة والمعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة، (ISITT) والتي تتيح للطلبة الاشتغال على مشاريع بحث تطبيقية مرتبطة مباشرة بتطوير الوجهة السياحية، مع توفير آفاق حقيقية للإدماج المهني.

وفي ختام مداخلته، أكد أن نجاح الاستثمارات السياحية لا يرتبط فقط بالبنيات والتجهيزات، بل يعتمد أساساً على جودة التكوين، والتأطير، والكفاءات البشرية، داعياً إلى الاستثمار في البشر قبل الاستثمار في الحجر.

مداخلة الأنسة غيثة بحبوحى ،

طالبة في سلك الماستر في التسويق الرقمي بالمعهد العالي الدولي للسياحة (ISITT) بطنجة



في مداخلة قصيرة وعفوية، عبّرت غيثة بحبوحى عن رؤية الجيل الجديد للمنتدى التفاعلي للسياحة. ووصفت تجربتها داخل المنتدى بأنها ملهمة وغنية، مؤكدة أن النقاشات التي شهدتها مكنتها من فهم الرهانات الحقيقية للقطاع السياحي بشكل أعمق، بعيداً عن المقاربات النظرية فقط.

كما أبرزت غنى الفرص التي تتيحها السياحة بجهة الدار البيضاء - سطات، مع التشديد على فكرة أساسية مفادها أن التحديات التي يواجهها القطاع لن يمكن تجاوزها إلا من خلال تعبئة جماعية تشمل الفاعلين العموميين، والمهنيين، والباحثين والأكاديميين، إلى جانب الكفاءات الشابة الصاعدة.



المقترحات

من أجل تطوير السياحة بجهة الدار البيضاء - سطات

الحكمة، التنسيق وآليات القيادة:

الفكرة الرئيسية: يجب تدبير تطوير السياحة في منطقة الدار البيضاء - سطات كمشروع إقليمي مهيكل، قائم على رؤية مشتركة وآليات تنسيق واضحة وقادرة تنفيذية فعالة، وليس كمجرد تجميع لمبادرات قطاعية.

تعزيز الدور الاستراتيجي للمجلس الجهوي للسياحة، ليتجاوز مهام الترويج فقط، ويصبح أداة مركزية للتنسيق الجهوي، وتنشيط مختلف الأطراف المعنية، وضمان انسجام السياسات والمبادرات السياحية على مستوى مجموع تراب الجهة.

إرساء حكمة متعددة الفاعلين تجمع بين:

- الدولة والإدارات المركزية ،
 - الجهة والجماعات الترابية ،
 - الفاعلين الخواص في القطاع السياحي ،
 - مكونات المجتمع المدني والفاعلين الثقافيين والرياضيين ،
 - مؤسسات التكوين والجامعات ومراكز البحث .
- إحداث لجنة علمية** يتم تعيّناتها قبل انعقاد المنتدى، ويفضل ستة أشهر قبل كل دورة، تتولى:
- تشخيص الحاجيات والإشكالات ذات الأولوية،
 - توضيح الأهداف الاستراتيجية للدورة،
 - تحديد مؤشرات الأداء والأثر لتقييم نتائج السياسات والإجراءات المعتمدة.

إحداث لجنة للتنسيق بعد انتهاء المنتدى، تتكلف بتنزيل وتتبع وتقييم التوصيات الصادرة، بما يضمن استمرارية الدينامية التي يطلقها المنتدى النفاذ للسياحة، والحفاظ على مصداقيتها وفعاليتها.

تعزيز تعبئة وحضور المنتخبين المحليين والجهويين، إلى جانب الشركاء الماليين، والأكاديميين، والعلميين، من أجل تسهيل تحويل التوصيات إلى سياسات عمومية ومشاريع عملية ملموسة.

ضمان تمثيلية متوازنة لمختلف أقاليم وعمالات جهة الدار البيضاء - سطات، وعدم الاقتصار على مدينة الدار البيضاء فقط، من خلال الإدماج الكامل لأقاليم الجديدة، وبنسليمان، وسطات، والمحمدية، وغيرها، ضمن مقارنة مندمجة وشاملة ومجالية للتنمية السياحية

ضمان تمثيلية متوازنة لمختلف أقاليم وعمالات جهة الدار البيضاء - سطات، وعدم الاقتصار على مدينة الدار البيضاء فقط، من خلال الإدماج الكامل لأقاليم الجديدة، وبنسليمان، وسطات، والمحمدية، وغيرها، ضمن مقارنة مندمجة وشاملة ومجالية للتنمية السياحية.

ضمان استمرارية السياسات السياحية لما بعد كأس إفريقيا للأمم 2025 وكأس العالم 2030 .

إعداد خارطات طريق عملية تتضمن:

- أولويات واضحة ،
- مسؤوليات محددة ،
- ومؤشرات دقيقة للتنسيق والتقييم .

تعزيز الحوار بين القطاعين العام والخاص، بهدف تحقيق الانسجام بين الاستثمار، والتعمير، والاستراتيجية السياحية

البنيات التحتية المهيكلية والتجهيزات الكبرى:

الفكرة الرئيسية: يجب أن تتوفر الدار البيضاء على مرافق تليق بمكانتها كحاضرة عالمية.

إنشاء قصر مؤتمرات دولي كبير يليق بمدينة الدار البيضاء، ليشكل رافعة لـ:

- سياحة الأعمال،
- التظاهرات الكبرى،
- والمؤتمرات الدولية.

فتح وتشغيل المسرح الكبير للدار البيضاء، الذي تم إنجازه ولا يزال مغلقاً، عبر:

- برمجة ثقافية دولية،
- عروض فنية مستمرة،
- وإدماجها ضمن المسارات السياحية للمدينة.

تطوير فضاءات جماهيرية دائمة، وليس فقط مؤقتة، مخصصة لـ:

- كرة القدم،
- والتظاهرات الرياضية الكبرى،
- مع تحويلها إلى فضاءات للحياة والتنشيط الحضري.

تثمين محطة الرحلات البحرية كرافعة للسياحة الحضرية والثقافية بالدار البيضاء.





التعمير، الجاذبية وجودة العيش:

الفكرة الرئيسية: تبدأ التجربة السياحية في الفضاء الحضري اليومي. تحسين إنارة وتنشيط وتأمين الساحات الكبرى والفضاءات العمومية، من خلال:

- الإنارة المعمارية ،
- تعزيز الحضور البشري والأمن الحضري .
- تطوير تنشيط حضري دائم يشمل:
- فضاءات منظمة للمأكولات الشعبية ،
- عروض الشارع ،
- أنشطة موجهة للشباب ،
- وبرامج ثقافية منتظمة .
- تحويل الدار البيضاء إلى مدينة حية نهائياً وليلاً، وليس فقط خلال التظاهرات والمناسبات الكبرى.
- اعتماد التعمير كرافعة أساسية للجاذبية السياحية، بتنسيق مع الوكالة الحضرية.



الفندقة، الاستثمار والجاذبية الاقتصادية:

الفكرة الرئيسية: بدون توفر الظروف المواتية للاستثمار، ستظل الطموحات السياحية محدودة.

مراجعة القواعد المنظمة لعلو الفنادق، بهدف:

- السماح بإنجاز فنادق أكثر ارتفاعاً ،
- رفع عدد الغرف ،
- وتحسين المردودية الاقتصادية للمشاريع .
- مسايرة الدار البيضاء لمعايير الوجهات العالمية الكبرى، مثل:
- دبي ،
- برشلونة ،
- وكبرى الحواضر الدولية .

استقطاب:

- المجموعات الفندقية العالمية الكبرى ،
- كبار الطهاة ،
- المسيرين الفندقيين الدوليين ،
- والكفاءات عالية التأهيل .

تبسيط:

- المساطر الإدارية ،
- إجراءات الترخيص ،
- والولوج إلى العقار السياحي.



التنقل، الولوجية والربط:

الفكرة الرئيسية: الوجهة السياحية الناجحة هي تلك التي يسهل العيش فيها والتنقل فيها.

تحسين التنقل الحضري والجوي عبر:

- القطارات الجهوية،
- شبكة القطر الجهوي السريع (RER)
- وتعزيز الربط بين مختلف وسائل النقل.

تحسين الربط بين:

- المطار ،
- وسط المدينة،
- والأقطاب السياحية.

تطوير عرض جوي منخفض التكلفة من وإلى الدار البيضاء، بهدف:

- استقطاب فئات جديدة من الزوار ،
- واستكمال العرض الجوي الموجه للسوق الراقية.
- تسهيل تنقل السياح داخل المدينة عبر:

- تشوير واضح،
- حلول رقمية ذكية،
- وخدمات نقل سياحي مخصصة.



الرأس المال البشري، الضيافة وجودة الخدمات:

الفكرة الرئيسية: الجانب "المرن" هو العنصر الأساسي للتميز التنافسي.

إطلاق مشروع "ضيافة 2030"، يركز على:

- ترسيخ ثقافة الاستقبال ،
- الارتقاء بجودة الخدمات ،
- وإشراك المواطنين في تحسين تجربة الزوار .

الاستثمار بشكل مكثف في:

- التكوين ،
- إعادة التأهيل ،
- وتطوير الكفاءات والمهارات .

إعادة الاعتبار لمهن السياحة من خلال:

- تحسين صورتها ،
- تعزيز جاذبيتها ،
- وتوفير آفاق مهنية واضحة .

توحيد معايير الجودة على مستوى مختلف أقاليم جهة الدار البيضاء - سطات.



السردية التراثية والتواصل:

الفكرة الرئيسية: بدون سردية مشتركة، لا يمكن تحقيق تعبئة مستدامة.
بناء سردية سياحية واضحة وموحدة لجهة الدار البيضاء - سطات.
تحقيق الانسجام بين:

- التواصل المؤسسي،
- الترويج السياحي،
- والمبادرات المحلية.

تعزيز العلامة التراثية. "We Casablanca"

تحسين طريقة سرد:

- روح الدار البيضاء،
- حدائقها،
- وضيافتها.

الابتكار والرقمنة وريادة الأعمال:

الفكرة الرئيسية: تحديث التجربة السياحية وتعبئة الكفاءات والمواهب.

توظيف الرقمنة من أجل:

- تحسين تجربة الزوار،
- تسهيل التنسيق بين الفاعلين،
- واعتماد البيانات في قيادة السياسات السياحية.

دعم المقاولات الناشئة والمقاولين الشباب عبر:

- الشركات الحاضنة،
- التمويل،
- وبناء شبكات العلاقات المهنية.

تشجيع الابتكار في:

- الخدمات،
- التجارب السياحية،
- والترويج السياحي.

العرض السياحي، الثقافة والتراث:

الفكرة الرئيسية: ينبغي للدار البيضاء أن تروي قصة غنية، متعددة، وأصيلة.

تتمين مسجد الحسن الثاني بشكل كامل باعتباره:

- معلمة دينية،
- فضاء للحياة،
- ومجالاً ثقافياً ومواطناً.

إبراز مختلف مؤهلاته بشكل أكبر، خاصة:

- الحمام ومركز الاسترخاء،
- المكتبة،
- المكتبة الوسائطية،
- وأكاديمية الفنون التقليدية.

تعزيز التواصل السياحي حول مسجد الحسن الثاني بشكل أكثر حداثة وفعالية.

هيكل مسارات سياحية مندمجة تشمل:

- الثقافة،
- فن الطبخ،
- التراث،
- والرياضة.

تطوير السياحة القروية والسياحة التجريبية بالمناطق الريفية للجهة.

التظاهرات، الرياضة والتنشيط المستمر:

الفكرة الرئيسية: الانتقال من التظاهرات الطرفية إلى تنشيط حضري دائم.

برمجة تظاهرات وأنشطة منتظمة، لا تقتصر فقط على المنافسات الرياضية الكبرى.

توظيف الرياضة كرافعة مستدامة للتنمية السياحية، من خلال:

- كرة القدم،
- الرياضات الحضرية،
- ورياضة الهواة.

إحداث فضاءات مخصصة للتنشيط المستمر، تشمل:

- فضاءات جماهيرية دائمة،
- وأماكن هجينة تجمع بين الرياضة، والثقافة، والترفيه.



الخلاصة العامة



تبين من خلال أشغال الدورة الثالثة للمنتدى التفاعلي للسياحة، الدار البيضاء - سطات، أن اختيار موضوع: **"الدار البيضاء، حاضرة سياحية عالمية في أفق 2030: مشروع ملكي!"**

كان اختياراً بالغ الدقة والانسجام مع التحولات العميقة التي تشهدها الجهة اليوم. وقد أتاحت مختلف جلسات المنتدى مقاربة شمولية ومتكاملة لمختلف **الرهانات الاستراتيجية، والعملية، والإنسانية** المرتبطة بالتنمية السياحية، من خلال تقديم قراءات واقعية واستشرافية ساهمت في تشخيص التحديات، وتحديد الرافعات القادرة على **مواكبة وتسريع السياسات العمومية والخاصة، خدمة للتنمية سياحية منظمة ومستدامة بجهة الدار البيضاء - سطات.** وأبرزت أشغال هذه الدورة الثالثة وجود قناعة جماعية مفادها أن **الجهة توجد اليوم في مرحلة مفصلية من تاريخها السياحي.** فالتوافق بين الاستثمارات الهيكلية الكبرى، والاستحقاقات الدولية المقبلة، والتعبئة المتزايدة للفاعلين العموميين والخواص، يخلق فرصة تاريخية لإحداث نقلة نوعية في تموقع الجهة. غير أن مختلف النقاشات أكدت أيضاً أن هذه الفرصة لن تحدث أثراً مستداماً إلا إذا تمت مواكبتها **باستراتيجية واضحة، وحكمة فعالة، وتعبئة جماعية منسقة.**

وفي هذا الإطار، أكد المنتدى التفاعلي للسياحة دوره كأداة استراتيجية للحكمة الترابية، لا باعتباره مجرد فضاء للنقاش، بل كمنصة **لتحديد الأولويات، وتوحيد الرؤى، وتعزيز التنسيق** بين المؤسسات، والفاعلين الاقتصاديين، والجماعات الترابية، ومكونات المجتمع المدني. وقد أفرزت هذه الدورة مجموعة من الخلاصات المهيكلية، من أبرزها:

الحكمة السياحية الجهوية :

أكدت المداخلات على ضرورة تجاوز المقاربة المجزأة، والانتقال نحو **قيادة أكثر اندماجاً** للقطاع، تقوم على وضوح الأدوار، والتنسيق متعدد المستويات، وضمان استمرارية الاستراتيجيات لما بعد استحقاقات 2025 و2030.

الرأسمال البشري والضيافة :

أبرزت النقاشات أن البنيات التحتية والتجهيزات، مهما بلغت أهميتها، لا تكفي وحدها لبناء وجهة سياحية تنافسية. **فجودة الاستقبال، والتكوين، واحترافية المهن، وترسيخ ثقافة حقيقية للضيافة،** تشكل عناصر حاسمة في خلق القيمة وتعزيز جاذبية الوجهة. **تنويع وهيكل العرض السياحي :**

تتوفر جهة الدار البيضاء - سطات على مؤهلات استثنائية تجمع بين حاضرة عالمية، وواجهة بحرية، وتراث ثقافي، ومجالات قروية ذات إمكانات كبيرة.

غير أن تثمين هذه المؤهلات يتطلب مقاربة مندمجة وقادرة على الربط بين المشاريع الكبرى، والمبادرات المحلية، وانتظارات الزوار. **الجاذبية والسردية الترابية :**

أظهرت النقاشات أن التعبئة المستدامة للفاعلين تظل مرتبطة بالقدرة على بناء سردية جماعية واضحة وأصيلة، تمنح معنى للعمل المشترك، وتعزز صورة جهة الدار البيضاء - سطات على المستويين الوطني والدولي.



طموح مستدام لما بعد 2030 :

شدد المنتدى كذلك على ضرورة إدراج الطموح السياحي الجهوي ضمن رؤية مستدامة تمتد إلى ما بعد سنة 2030.

وفي هذا السياق، تم التأكيد على أن التظاهرات الكبرى المقبلة يجب أن تُعتبر رافعات للتسريع وليست أهدافاً نهائية، مع ضرورة تحويل هذه المحطات إلى آليات مستدامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والترابية.

ومن بين أبرز نقاط قوة المنتدى التفاعلي للسياحة اعتماده على **مقاربة تشاركية وشاملة**، حيث نجحت هذه الدورة الثالثة في جمع مختلف الأطراف المعنية بالتنمية السياحية للجهة، من مسؤولين عموميين، ومنتخبين، وفاعلين خواص، وخبراء، وجامعيين، ومهنيين، وكفاءات شابة، حول تفكير جماعي بشأن أفضل السبل لتعزيز **الأداء والجاذبية واستدامة القطاع السياحي**.

وقد شكل هذا **الدكاء الجماعي**، القائم على تنوع التجارب والرؤى، رصيذاً ثميناً يمكن للمؤسسات والمنتخبين الاعتماد عليه لإعداد **خطط عمل واقعية ومنسجمة وقابلة للتنفيذ**، قادرة على تسريع التنمية السياحية الجهوية.

وفي إطار منطق التحسين المستمر، برزت مجموعة من المقترحات الرامية إلى تعزيز حكمة وتنظيم المنتدى خلال الدورات المقبلة، من بينها:

- **إحداث لجنة علمية** يتم تعيّناتها قبل انعقاد المنتدى، ويفضل ستة أشهر مسبقاً، من أجل تحديد الحاجيات والرهانات والأهداف بدقة، وكذا وضع مؤشرات واضحة للأداء والأثر؛
- **إحداث لجنة للتتبع** بعد المنتدى، تتولى تنزيل وتقييم التوصيات الصادرة عنه، بما يعزز استمرارية ومصدقية وفعالية الدينامية التي يطلقها المنتدى؛
- **تعزيز التعبئة الفعلية والملحوظة للمنتخبين المحليين والجهويين**، وكذا الشركاء الماليين والأكاديميين والعلميين، لما لذلك من دور في إغناء النقاشات وتحويل التوصيات إلى سياسات عمومية ملموسة؛
- **الحرص على تمثيلية متوازنة لمختلف أقاليم وعمالات الجهة**، وعدم الاقتصار على مدينة الدار البيضاء فقط، بما يسمح بإدماج خصوصيات وأولويات أقاليم مثل الجديدة، وبنسليمان، وسطاط، والمحمدية، ضمن **مقاربة جهوية مندمجة** للتنمية السياحية؛
- **توسيع وإرساء مشاركة منظمة لمختلف مكونات المنظومة السياحية الجهوية**، بما يشمل الجهة، والمؤسسات العمومية، والفاعلين الخواص، ووزارة السياحة، ومؤسسات التكوين، ومدارس السياحة، والمجتمع المدني، والفاعلين الثقافيين والرياضيين، بهدف ترسيخ المنتدى كفضاء مرجعي للتفكير المشترك وصناعة الاستراتيجيات السياحية.

وفي هذا الإطار، يجدد المجلس الجهوي للسياحة للدار البيضاء - سطاط، بصفته الجهة المنظمة للمنتدى، تأكيد التزامه بالحفاظ على المنتدى التفاعلي للسياحة كفضاء **مفتوح، ومتطور، وطموح**، ومفتوح على كل اقتراح أو نقد ببناء من شأنه تعزيز جودة النقاش، ورفع مستوى التوصيات، وتحقيق أثر ملموس ومستدام لفائدة التنمية السياحية بجهة الدار البيضاء - سطاط.







Enfin, l'un des points forts du FITCS réside dans son **approche résolument participative et inclusive**.

Cette 3^{ème} édition du Forum a permis de réunir l'ensemble des parties prenantes du développement touristique de la région Casablanca-Settat, *décideurs publics, élus, opérateurs privés, experts, universitaires, professionnels de terrain et jeunes talents*, autour d'une réflexion collective sur les solutions les plus efficaces pour renforcer la **performance**, l'**attractivité** et la **pérennité** du secteur.

Cette **intelligence collective**, nourrie par la diversité des regards et des expériences, constitue un socle précieux sur lequel les élus et les institutions pourront s'appuyer pour élaborer des **plans d'actions réalistes, cohérents et opérationnels**, à même d'accélérer le développement touristique régional.

Dans une logique d'amélioration continue, le FITCS gagnerait sans nul doute, à adopter certaines règles de bonnes gouvernance et d'organisation pour les prochaines éditions :

- **Instauration d'un Comité scientifique**, mobilisé en amont du Forum (*idéalement six mois à l'avance*), afin de mieux qualifier les besoins, les enjeux et les objectifs de chaque édition, mais aussi de définir des **indicateurs clairs de performance et d'impact**.
- **Création d'un Comité de suivi** (en aval) dédié à l'implémentation et à l'évaluation des recommandations issues du Forum. Il permettrait de renforcer la **crédibilité**, la **continuité** et l'**efficacité** de la démarche engagée.
- La **nécessité d'une mobilisation encore plus active et visible des élus locaux et régionaux**, ainsi que des partenaires financiers, académiques et scientifiques, dont la présence renforcée contribuerait à enrichir les débats et à faciliter la traduction des recommandations en politiques publiques concrètes.
- Une attention particulière a également été portée à l'importance d'une **représentation équilibrée de l'ensemble des provinces de la région**, au-delà de la seule métropole casablancaise, afin de favoriser le partage d'analyses, d'expériences et de problématiques propres à des territoires tels qu'El Jadida, Ben Slimane, Settat ou Mohammedia, dans une **approche véritablement intégrée et régionale** du développement touristique.
- **Implication élargie et structurée de l'ensemble de l'écosystème touristique régional** (Conseil Régional, institutions publiques, opérateurs privés, ministère du Tourisme, établissements de formation, écoles de tourisme, société civile, acteurs culturels et sportifs), afin de consolider le FITCS comme un espace de référence pour la co-construction des stratégies touristiques.

Dans cet esprit, le CRT-CS, organisateur du Forum, réaffirme sa volonté de maintenir le FITCS comme un **espace ouvert, évolutif et exigeant**, pleinement attentif à toute proposition ou critique constructive visant à renforcer la qualité du débat, la pertinence des recommandations et l'impact réel des actions engagées au service du développement touristique de la région Casablanca-Settat.

