

TOURISME CULTUEL & TOURISME RURAL

Deux stratégies pour l'Oriental Marocain



AGENCE DE
L'ORIENTAL



Sa Majesté le Roi Mohammed VI prononce à Oujda, le 18 mars 2003, le Discours Royal, texte fondateur de l'Initiative Royale pour le Développement de l'Oriental

«Louange à Dieu

Prière et salut sur le Prophète, Sa Famille et Ses Compagnons

Nos fidèles sujets, habitants de la Région de l'Oriental,

En rencontrant les forces vives de cette Région qui Nous est si chère, Nous Nous faisons un plaisir de dire à ses habitants à quel point Nous avons été touché par la chaleur de l'accueil et la loyauté de l'allégeance qu'ils Nous ont témoignées.

La fierté et le patriotisme qui les animent ont fait de cette Région un rempart inexpugnable assurant à l'Etat marocain protection et immunité tout au long de sa glorieuse histoire.

Le fait de Nous enquêter sur place de votre situation, Nous a permis de toucher de près vos besoins pressants et vos préoccupations réelles, qui sont au cœur de Nos préoccupations et auxquelles Nous sommes particulièrement attentif.

Soucieux de manifester concrètement Notre haute sollicitude pour cette Région qui recèle d'importantes potentialités et des ressources humaines industrielles et fortement motivées, Nous avons décidé de lancer une Initiative Royale pour le Développement de la Région de l'Oriental. S'articulant autour de quatre axes, elle vise à stimuler l'investissement et à favoriser la création de petites et moyennes entreprises par les jeunes.

Elle se propose également de doter la Région des équipements de base nécessaires et d'encourager les grands projets économiques à titre prioritaire. L'initiative a pour but, en outre, de promouvoir l'éducation et la formation et de faire jouer pleinement les principes de solidarité. Pour en assurer la mise en oeuvre effective, Nous avons prévu des mécanismes précis de financement, de suivi et d'évaluation.

Afin d'atténuer le chômage qui sévit parmi des catégories de jeunes dans la Région, et de créer les conditions propices au travail et à l'auto-emploi, Nous avons décidé de faire démarrer cette Initiative avec une dotation initiale de 30 milliards de centimes, auxquels s'ajouteront les apports de nombreuses institutions, pour financer les projets des entreprises et garantir les prêts qui leur seront octroyés. Cette opération sera coiffée par le Centre Régional d'Investissement.

Aussi, appelons-Nous Notre gouvernement, dans le cadre de cette Initiative, à prévoir, à titre prioritaire, la réalisation, dans la Région, des infrastructures et des équipements de base nécessaires, notamment l'autoroute Fès-Oujda par Taza et la voie ferrée entre Taourirt et Nador. Il lui appartient, parallèlement, de hâter la construction de la route côtière du Nord, et l'élargissement et la réfection de la route reliant Nador, Oujda et Figuig.

Par ailleurs, Nous avons donné le coup d'envoi de grands projets d'alimentation en eau potable des villes d'Oujda et de Taourirt, projets que Nous appelons les départements concernés à étendre à toutes les agglomérations urbaines et rurales de la Région.

Eu égard à Notre attachement au développement intégré de cette Région, Nous avons décidé la création à Nador d'une zone franche intégrant, outre le port, des espaces économiques, commerciaux et touristiques.

Ce que Nous recherchons, à travers cet important projet, c'est qu'il ouvre un portail méditerranéen devant le développement de la Région et que, de surcroît, il contribue à la consolidation de l'économie nationale et au renforcement du grand complexe Tanger-Méditerranée. Ainsi, Nous aurons parachevé Notre projet stratégique qui vise à faire de l'espace méditerranéen un puissant levier pour le décollage et le développement national, pour le partenariat économique et pour le brassage culturel.

C'est dans le même contexte que s'inscrit Notre décision en faveur de l'aménagement de la zone touristique côtière de Saïdia, avec la participation du Fonds Hassan II pour le Développement Economique et Social. Nous réaffirmons, à cet égard, la nécessité d'engager, avec professionnalisme, des efforts hardis, pour attirer les investissements nationaux et étrangers, afin de faire de Saïdia la perle de la côte méditerranéenne.

Par ailleurs, outre la nécessité de fructifier au mieux les atouts dont dispose la Région et de valoriser son produit agricole très prisé, notamment par un effort de modernisation et de développement de l'agro-industrie, il est nécessaire de mettre en place un programme de développement et de protection des hauts plateaux et des oasis de B'ni Mathar, Bouarfa et Figuig, ainsi que la ville de Jerada que Nous avons tenu à inscrire parmi les bénéficiaires des programmes de l'Agence de Développement des Provinces du Nord, marquant ainsi l'intérêt tout particulier que Nous portons à cette agglomération.

Par ailleurs, pour assurer la mise à niveau des ressources humaines que requiert le développement régional, et afin de renforcer les établissements universitaires et les

instituts de formation dans cette Région, Nous avons décidé la création d'une faculté de médecine, avec un centre hospitalier universitaire, marquant ainsi, à travers ces programmes ambitieux, Notre volonté de conforter la ville séculaire d'Oujda dans le rôle pionnier qui est le sien en tant que capitale de l'Oriental.

Au plan social, Notre Initiative réserve une place toute particulière aux catégories démunies. Nous vous engageons donc à rester attachés aux vertus d'entraide et d'assistance mutuelle qui vous sont connues. De même, Nous appelons la Fondation Mohammed V pour la Solidarité, à apporter un soutien accru aux oeuvres caritatives et à nouer différents types de partenariat avec le tissu associatif local, dont Nous Nous félicitons, par ailleurs, des efforts qu'il déploie à cet égard.

Nous invitons instamment les forces vives de la Région à s'intéresser davantage à la promotion de leur Région et à s'investir dans l'effort collectif de développement solidaire que Nous conduisons pour combattre la pauvreté, la marginalisation et toutes les velléités d'extrémisme lequel, du reste, n'a pas sa place dans une société telle que la nôtre qui se distingue par son authenticité et son ouverture sur les autres civilisations.

Nous comptons donc sur vous pour ériger cette initiative en un pacte scellé entre nous, afin que cette Région puisse se hisser à la place de choix à laquelle Nous voulons la voir accéder, conformément à sa vocation de pôle maghrébin, et au rôle qui lui revient comme pont solide de bon voisinage et de fraternité sincère avec le peuple algérien frère auquel nous unissent les liens de l'Histoire, les défis du présent et les aspirations de l'avenir, et auquel nous souhaitons le plus grand bien.

A travers ces projets ambitieux, Nous entendons fermement doter Notre chère patrie d'une capacité accrue pour conforter sa force et son immunité. Celles-ci doivent, en effet, demeurer au centre de nos préoccupations, dans un monde en mutation, chargé de risques et d'aléas. Telle est la voie à suivre pour aller résolument de l'avant dans l'œuvre d'édification d'un Maroc uni, avancé, démocratique, solidaire et plus apte à relever tous les défis.

Wassalamou alaikoum wa rahmatou Allah wa barakaatouh.»

Discours de Sa Majesté le Roi Mohammed VI
Visite Royale à Oujda, le 18 Mars 2003

PRÉFACE

Le tourisme représente plus de 100 millions d'emplois à travers le monde et affiche régulièrement une croissance annuelle à deux chiffres. À chiffre d'affaires généré identique, le secteur crée beaucoup plus d'emplois que d'autres (six fois plus que le BTP par exemple). Ces constats interpellent forcément les responsables du développement.

Le Royaume du Maroc a de forts atouts, fermement appuyé sur son capital immatériel, dont la valorisation nécessaire est apparue en pleine lumière après le Discours Royal tenu lors de la Fête du Trône 2014. Ce capital fonde l'attraction des touristes étrangers pour notre pays et le plaisir des touristes nationaux à le parcourir et le mieux connaître.

Passer de l'attraction à l'attractivité, voilà le challenge proposé aux décideurs, qui doivent créer les conditions de séjours agréables, de déplacements aisés à coûts raisonnables, de facilitations diverses qui alimenteront le bouche-à-oreille, le buzz sur Internet, etc.

Les gouvernements successifs du Maroc ont œuvré en ce sens. Les Visions 2010, puis 2020, ont notamment favorisé la création des infrastructures, en particulier les capacités littorales, les dessertes aériennes et les aéroports, la formation des ressources humaines, etc. La promotion a véhiculé du Royaume une image soignée, distinctive, reconnue.

La Région de l'Oriental fonde son effort spécifique sur l'analyse de ses atouts propres, croisés avec les attentes qui font les marchés touristiques et influenceront leurs évolutions. Deux locomotives touristiques régionales vont générer des flux de visiteurs : la station de Saïdia et les sept cités autour de la lagune de Marchica. S'y ajoute Cala Iris près d'Al Hoceïma, dont l'arrière-pensée naturelle se situe pour l'essentiel dans l'Oriental. La question posée devient donc désormais : comment valoriser mieux encore de si formidables réalisations au bénéfice de toute la Région, notamment les territoires éloignés de la façade maritime ?

L'offre touristique régionale - et, partant, les réalisations - reposent aujourd'hui sur la partie Nord de l'Oriental, nommée « Maroc Méditerranée » dans la stratégie Vision 2020.

Les objectifs y sont ambitieux : porter les arrivées à 900 000, soit les multiplier par près de 6, quasiment tripler l'offre pour la porter à 27 000 lits, créer ainsi 23 000 emplois directs et hisser le chiffre d'affaires du secteur de 2,29 MMDh en 2010 à plus de 6 MMDh en 2020. Pour cela, il faudra créer autour du balnéaire, une offre « Nature », enrichir l'offre « Culture », constituer des « espaces thématiques » avec une « animation performante ».

L'offre balnéaire ne suffira pas au succès ; elle a besoin elle-même des autres dimensions de l'offre touristique régionale pour sa propre réussite. Entre le balnéaire et les tourisms de niches, les synergies seront donc de type gagnant-gagnant.

Les amateurs de tourisms thématiques, constituent des niches de marché aux retombées importantes. Si les offres dédiées atteignent un professionnalisme suffisant, ces niches peuvent générer elles-mêmes les flux de visiteurs leurs permettant de se développer.

Les études publiées ici portent sur deux niches, prioritaires tant leur potentiel de développement est déjà palpable. La volonté politique et quelques investissements, autant organisationnels que financiers, en feront des moteurs du tourisme des territoires.

Le premier dans l'ordre de publication est nommé ici « tourisme culturel ». Il se fonde en particulier sur la profondeur du temps qui vit coexister et se développer, dans l'harmonie, l'Islam et le Judaïsme en particulier, autour des Zaouïas pour les uns et du culte des saints pour les autres. Incontestable terre de spiritualité, la Région de l'Oriental conserve une activité immémoriale en matière de pèlerinage. Les auteurs en dressent un bilan actualisé, puis évaluent son potentiel de développement.

Le second se développe depuis près d'un demi-siècle en Europe : le tourisme rural et ses différentes formes d'accueil à la campagne. Au Maroc, on constate les mêmes besoins de retour vers l'authenticité et les campagnes. L'objet de l'étude est d'abord son évaluation, puis les recommandations qui pourraient en faciliter le développement. Le benchmark avec les expériences étrangères enrichit la réflexion sur ce que pourrait être une offre dédiée taillée à la mesure de l'Oriental et sur les dispositions à adopter pour y parvenir.

Au delà du détail, retenons que le développement de ces filières touristiques bien spécifiques paraît très porteur et surtout très accessible dans l'Oriental. Il s'appuiera sur les nombreuses réalisations nées de l'Initiative Royale pour le Développement de l'Oriental lancée par notre Souverain dès 2003. Puisse ce travail original, sur deux thèmes jusqu'alors inexplorés, y contribuer et stimuler la prise des décisions nécessaires.

Mohamed Mbarki
Directeur Général
Agence de l'Oriental

S O M M A I R E

DISCOURS ROYAL	5	CHAPITRE 4 : PLAN D' ACTIONS	113
PRÉFACE	8	4.1 Schéma de développement du tourisme culturel	113
PARTIE 1 : VALORISATION ET DÉVELOPPEMENT DU TOURISME CULTUEL DANS LA RÉGION DE L'ORIENTAL	15	4.2 Développement du dispositif d'accueil	115
CHAPITRE 1 : NOTE MÉTHODOLOGIQUE	17	4.3 Équipement de la station balnéaire de Saïdia	133
1.1 Introduction	17	4.4 Formations envisagées	135
1.2 Rappel du contexte et objectifs de la mission	17	4.5 Développement des routes culturelles de l'Oriental	136
1.3 Déroulement de l'intervention	19	4.6 Développement de structures et d'expositions	139
1.4 Plan d'actions	25	4.7 Développement d'une médina identitaire & emblématique	142
CHAPITRE 2 : ÉTAT DES LIEUX	26	4.8 Revivifier les territoires	143
2.1 Profil de l'Oriental	26	PARTIE 2 : LE DÉVELOPPEMENT DE GÎTES RURAUX DANS LA RÉGION DE L'ORIENTAL	145
2.2 Analyse de la stratégie touristique régionale / nationale	34	CHAPITRE 1 : RAPPORT MÉTHODOLOGIQUE	147
2.3 Diagnostic touristique	39	1.1 Contexte de l'étude	147
2.4 Diagnostic de l'offre de tourisme culturel	42	1.2 Démarche proposée en 4 phases	150
2.5 Analyse de la demande	86	CHAPITRE 2 : ÉTAT DES LIEUX ET DIAGNOSTIC	155
2.6 Conclusions	97	2.1 Méthodologie adoptée	155
2.7 Addendum	98	2.2 Stratégie nationale du tourisme rural	157
CHAPITRE 3 : STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT	99	2.3 Région de l'Oriental	162
3.1 Logique de site : une approche ciblée par site	99	2.4 Offre touristique dans la Région	166
3.2 Logique d'animation territoriale	107	2.5 Réglementation touristique	177

2.6 Hébergements ruraux existants et potentiels dans la Région	179	ANNEXES	241
2.7 Analyse SWOT : forces, faiblesses, menaces et opportunités	185	ANNEXE 1 : IDÉES DE PROJETS	243
CHAPITRE 3 : BENCHMARK	188	Préfecture d'Oujda-Angad	243
3.1 En France, près de 70 ans d'expérience	189	Province de Berkane	243
3.2 En Espagne, des initiatives régionales	196	Province de Figuig	244
3.3 En Italie, une dynamique impulsée par l'état	199	Province de Jerada	244
3.4 « Eurogîtes », une fédération pour 28 pays d'Europe	201	Province de Taourirt	245
3.5 Au Maroc, les prémisses régionales d'une réussite nationale	203	Provinces de Nador et Driouch	245
3.6 Best Practices et enseignements à tirer	205	ANNEXE 2 : ENQUÊTE AUPRÈS DES HÉBERGEMENTS RURAUX	246
CHAPITRE 4 : PLAN D' ACTIONS ET RECOMMANDATIONS	209	ANNEXE 3 : ÉVALUATION DES HÉBERGEMENTS	250
4.1 Objectif et contenu du plan d'actions	209		
4.2 Axes stratégiques	209		
4.3 Composition du plan d'actions	212		
4.4 Partenaires, actions à mener et impacts attendus	214		
4.5 Planning de mise en oeuvre des actions	233		
4.6 Investissements nécessaires à titre indicatif	235		
4.7 Recommandations finales	237		

ACRONYMES UTILISÉS

AFD :	Agence Française de Développement
AGR :	Activité Génératrice de Revenu
ALE :	Accord de Libre Echange
ANAP :	Association Nature et Patrimoine
ANAPEC :	Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences
ANOC :	Association Nationale des Ovins et Caprins
ANPME :	Agence Nationale de la Petite et Moyenne Entreprise
APEBI :	Association des Professionnels de l'Équipement et de la Bureautique Informatique
APP :	Agence du Partenariat pour le Progrès
AREF :	Académie Régionale d'Education et de Formation
ARCOD :	Agence Régionale de Coopération et de Développement
BTP :	Bâtiment et Travaux Publics
CCIS :	Chambre de Commerce, d'Industrie et de Services
CDG :	Caisse de Dépôts et de Gestion
CEFIR :	Centre d'Éducation et de Formation Interculturel Rencontre
CFA :	Centre de Formation par Apprentissage
CGEM :	Confédération Générale des Entreprises du Maroc
CIP :	Centre d'Interprétation du Patrimoine
COS :	Comité (ou Centre) des Oeuvres Sociales
CPT :	Centre Provincial du Tourisme
CRI :	Centre Régional d'Investissement
DGCL :	Direction Générale des Collectivités Locales
EAC(L) :	Espace d'Accès Communautaire (Labellisé)
FFRP :	Fédération Française de Randonnée Pédestre
FIRO :	Fonds d'Investissement de la Région de l'Oriental
FPI :	Fonds de Promotion des Investissements
GR :	Grande Randonnée (pour les circuits de)
GTZ :	Agence allemande de coopération technique (devenue GIZ)
HCP :	Haut Commissariat au Plan
HLL :	Habitat Léger de Loisirs
IDE :	Investissement Direct Étranger
INDH :	Initiative Nationale pour le Développement Humain
INSEE :	Institut National de la Statistique et des Études Économiques (France)
IPEMED :	Institut de Prospective Economique du Monde Méditerranéen
LEADER :	Liaison Entre les Actions de Développement de l'Économie Rurale (programme de coopération de l'UE en matière de développement rural)
MCC :	Millenium Challenge Corporation
MENA :	Moyen-Orient et Afrique du Nord
MRE :	Marocain Résidant à l'Étranger
OCDE :	Organisation de Développement et de Coopération Économiques
OFPT :	Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail
OMC :	Organisation Mondiale du Commerce
OMD :	Objectifs du Millénaire pour le Développement
OMPIC :	Office Marocain de la Propriété Industrielle et Commerciale
OMT :	Organisation Mondiale du Tourisme

ONG :	Organisation Non Gouvernementale
ONMT :	Office National Marocain du Tourisme
PAM :	Plantes aromatiques et médicinales
PAT :	Pays d'Accueil Touristique
PC :	Personnal Computer (ordinateur personnel)
PCD :	Plan Communal de Développement
PDIRO :	Pôle de Développement Industriel de la Région de l'Oriental
PDP :	Plan de Développement Provincial
PIB :	Produit Intérieur Brut
PME :	Petite et Moyenne Entreprise
PMI :	Petite et Moyenne Industrie
PNUD :	Programme des Nations Unies pour le Développement
PPP :	Partenariat Public-Privé
R-D Maroc :	Recherche-Développement (association marocaine pour la)
SIBE :	Site d'Intérêt Biologique et Ecologique
SMIT :	Société Marocaine d'Ingénierie Touristique
SWOT :	Forces / Faiblesses, Opportunités / Menaces
TIC :	Technologies de l'Information et de la Communication
TPE :	Très Petite Entreprise
UE :	Union Européenne

Partie 1 : Valorisation et développement du tourisme culturel dans la Région de l'Oriental

1.1 INTRODUCTION

Cette note méthodologique précise le travail réalisé dans le cadre de l'étude de valorisation et de développement du tourisme culturel dans la Région de l'Oriental. Elle a été élaborée à partir de la proposition remise à l'Agence de l'Oriental en décembre 2010, établie dans le respect du cahier des charges de sa consultation et d'après les échanges avec le Comité de Pilotage lors de la réunion de lancement ainsi que les premières investigations de l'équipe d'étude. Elle présente notamment les points suivants :

- les objectifs, principes méthodologiques et résultats attendus de chaque phase ;
- le contenu méthodologique (documentation à étudier, sites à visiter, acteurs institutionnels et professionnels à interroger, etc.).

1.2 RAPPEL DU CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA MISSION

1.2.1 Contextes national et international

Le tourisme culturel est en pleine croissance : l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) estime à 300 millions le nombre de voyages touristiques motivés par des raisons religieuses, un chiffre amené à croître dans les années à venir selon les experts de l'OMT.

Le Maroc est un des pays qui présente la plus grande diversité en la matière. De par son histoire, la diversité de sa population, son positionnement géographique à la croisée du monde arabe, de l'Afrique et de l'Europe, la présence sur son territoire de diverses religions et donc de divers lieux de cultes, etc. Partant de ces constats, le Ministère du Tourisme érige le tourisme spirituel comme filière porteuse pour le tourisme national.

Le volet « Produit » de la Vision 2010, fait du tourisme religieux l'une des composantes-phares du programme « tourisme de niches », avec comme objectifs :

- positionner le Maroc comme une destination du tourisme spirituel en développant les atouts de l'offre et accroître la notoriété des sites moins connus, en s'appuyant sur la renommée de sites majeurs (développement de circuits par exemple) ;
- communiquer sur les événements spirituels, les fêtes, les rencontres ;
- valoriser le patrimoine et sa diversité, ainsi que son empreinte sur les territoires ;
- proposer des produits de tourisme itinérant innovants.

Dans le prolongement des programmes de développement de grande envergure lancés dans la Région, notamment les stations touristiques balnéaires de Saïdia et Marchica, la Région de l'Oriental, qui fait du tourisme l'un des axes stratégiques de sa politique de développement économique et social, souhaite capitaliser sur les potentialités dont elle dispose, afin de se positionner sur la filière du tourisme religieux.

1.2.2 Objectifs de l'étude :

- proposer un état des lieux des différentes niches touristiques existantes, en rapport avec le tourisme culturel ;
- identifier les projets phares qui peuvent constituer un levier du tourisme spirituel et que l'Agence de l'Oriental pourrait appuyer directement dans le cadre de ses missions de promotion économique et sociale de la Région aux plans national et international ;

- proposer les moyens de faire de ces projets un levier de développement de la Région (structures d'hébergement, infrastructures, animations culturelles, communication, etc.) ;
- identifier et suggérer les moyens à mettre en place pour assurer la synergie avec les autres offres de tourisme présentes dans la Région, plus spécifiquement le tourisme balnéaire ;
- proposer un programme d'action assorti d'évaluations budgétaires et financières, ainsi que d'un chronogramme.

La délimitation du tourisme culturel est essentielle pour la bonne réalisation de l'étude. Elle se base sur 2 définitions - celle du culte et celle du tourisme culturel - le tourisme culturel étant une forme de tourisme culturel.

1.2.3 Culte

Un culte est un ensemble de pratiques d'hommage ou de vénération, rendu par un groupe à une divinité, un être mythique ou réel, ou un phénomène, à qui ce groupe reconnaît une dimension de supériorité, d'excellence ou de sacré, et attribue des qualités remarquables ou exceptionnelles qui peuvent être considérées comme exemplaires. Le culte est un des éléments des religions. Culte vient du latin *cultus*, dérivé du verbe *colere*, qui veut dire au sens propre cultiver et, par extension, rendre un culte.

1.2.4 Tourisme culturel

« Le tourisme culturel est caractérisé par un déplacement d'au moins une nuitée, dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. Par extension, on y inclut les autres formes de tourisme où interviennent des séquences culturelles. Le tourisme culturel est donc une pratique culturelle qui nécessite un déplacement, ou que le déplacement va favoriser »¹.

Le tourisme culturel est une forme de tourisme centré sur la culture, l'environnement culturel (incluant les paysages), les valeurs et les styles de vie, le patrimoine local, les arts plastiques et ceux du spectacle, les industries, les traditions et les ressources de loisirs de la communauté d'accueil. Il peut comprendre la participation à des événements culturels, des visites de musées et monuments, et la rencontre avec des locaux.

Le tourisme culturel ne doit pas seulement être considéré comme une activité économique identifiable, mais plutôt comme englobant toutes les expériences vécues par les visiteurs au-delà de leur univers de vie habituel ; cette visite doit durer au moins une nuitée et moins d'un an, se passer dans un hébergement privatif ou marchand de la destination².

1.2.5 Cadrage de l'étude par l'Agence de l'Oriental

Éléments contextuels

Pour lancer l'étude, l'Agence de l'Oriental a posé les éléments contextuels suivants :

- aujourd'hui, l'offre n'est pas du tout structurée et présente un déficit cruel en termes de structures d'hébergement, de restauration, de services annexes ;
- la Région compte un nombre important de sites culturels (parmi les plus importants, la Zaouïa Boutchichia à Madagh) ;

1- In Que sais-je ? sur le tourisme culturel, Claude Origet du Cluzeau, édition Que Sais-Je ? .

2- Définition du Programme européen sur l'impact du tourisme culturel.

- de nombreux projets à vocation touristique sont en cours dans la Région :
 - remise à niveau des gîtes ruraux ;
 - élaboration d'un Guide de randonnée pédestre de l'Oriental & balisage des sentiers avec la FFRP (Fédération Française de Randonnée Pédestre) ;
 - développement de l'offre autour des produits de terroir ;
 - des synergies sont à rechercher afin d'accompagner le développement du secteur d'une manière plus générale et l'on devra prendre en considération :
 - la diversité des territoires (Nord-Sud) ;
 - la diversité culturelle (Zaouiâs, Moussems, etc.) ;
 - la symbolique de tolérance de la Région ;
 - les pratiques réussies en Europe notamment (à l'exemple des Pays Cathares).
- L'Agence de l'Oriental vise un triple objectif stratégique :
- répondre aux besoins spécifiques des pèlerins en matière de structures d'accueil, de restauration, de services sur place ;
 - s'appuyer sur le potentiel culturel afin de développer une offre touristique, notamment dans le cadre d'un tourisme en espace rural et favoriser les retombées économiques sur la population locale ;
 - intégrer le potentiel culturel dans une dimension culturelle et patrimoniale, s'inscrivant dans une stratégie de diversification de l'Agence de l'Oriental.

Champ de l'étude

La délimitation du champ de l'étude est essentielle à sa bonne réalisation. Le périmètre des actions qui servira de socle pour l'étude peut être ainsi défini :

- accompagner le phénomène culturel sur un plan touristique, afin de répondre aux besoins spécifiques des pèlerins en matière de structures d'accueil, de restauration et de services sur place ;
- structurer un tourisme culturel visant à développer une offre adaptée à des clientèles motivées par les phénomènes culturels ;
- développer une offre touristique basée sur le potentiel culturel, visant à installer une attractivité complémentaire du territoire, pour les touristes actuels et latents (crystallisation du marché), dont les motivations pour les phénomènes culturels ne sont pas exclusives.

1.3 DÉROULEMENT DE L'INTERVENTION

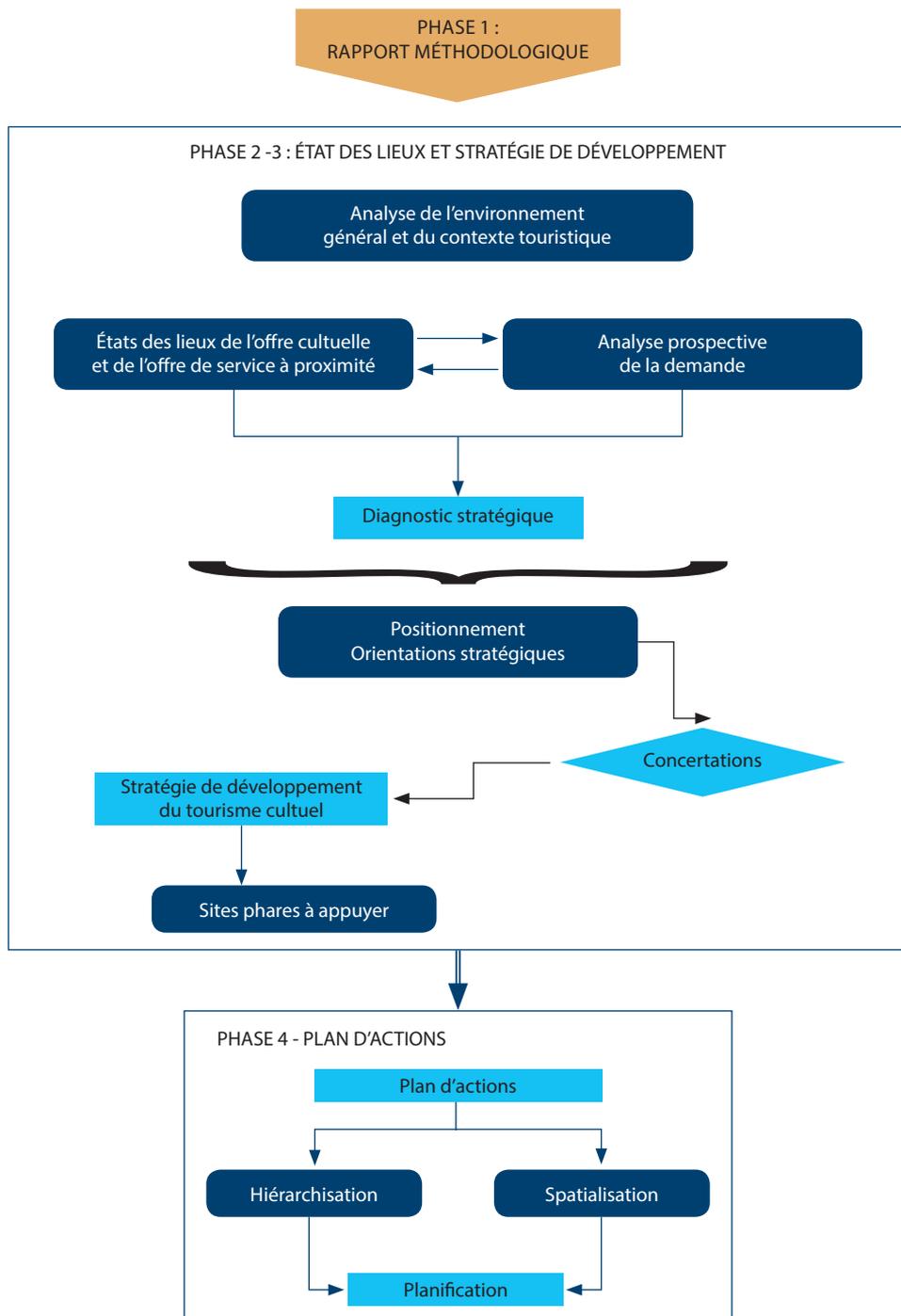
1.3.1 Remarques introductives

Dans un souci de cohérence méthodologique, la démarche traite en parallèle les phases d'établissement de l'état des lieux et d'élaboration de la stratégie de développement, telles qu'elles sont prévues dans l'étude, en un rapport unique, tant la stratégie et les sites prioritaires sont liés aux réalités de terrain.

Lors du lancement, les études suivantes ont été évoquées par la maîtrise d'ouvrage :

- Études de la Stratégie de Développement Régional de l'Oriental, en cours de finalisation ;
- Études par la SMIT des PAT de Figuig et de Berkane.

1.3.2 Logigramme de la mission



1.3.3 État des lieux et stratégie de développement

Objectifs :

- analyser l'environnement général et le contexte touristique territorial ;
- établir un état des lieux de l'offre en matière de sites culturels et de l'offre touristique, ainsi que de services à proximité ;
- établir un diagnostic de marketing à l'échelle du territoire (analyse de la demande, des motivations, des pratiques et attentes) ;
- définir une stratégie de développement globale du tourisme culturel et des moyens à mettre en œuvre pour la synergie avec les autres filières touristiques du territoire ;
- proposer des sites majeurs à appuyer.

Calendrier de réalisation

La phase 2-3 a duré 2 mois entre la préparation de la mission sur place et la présentation au Comité de Pilotage. 5 experts et consultants ont été mobilisés au total 48 jours.

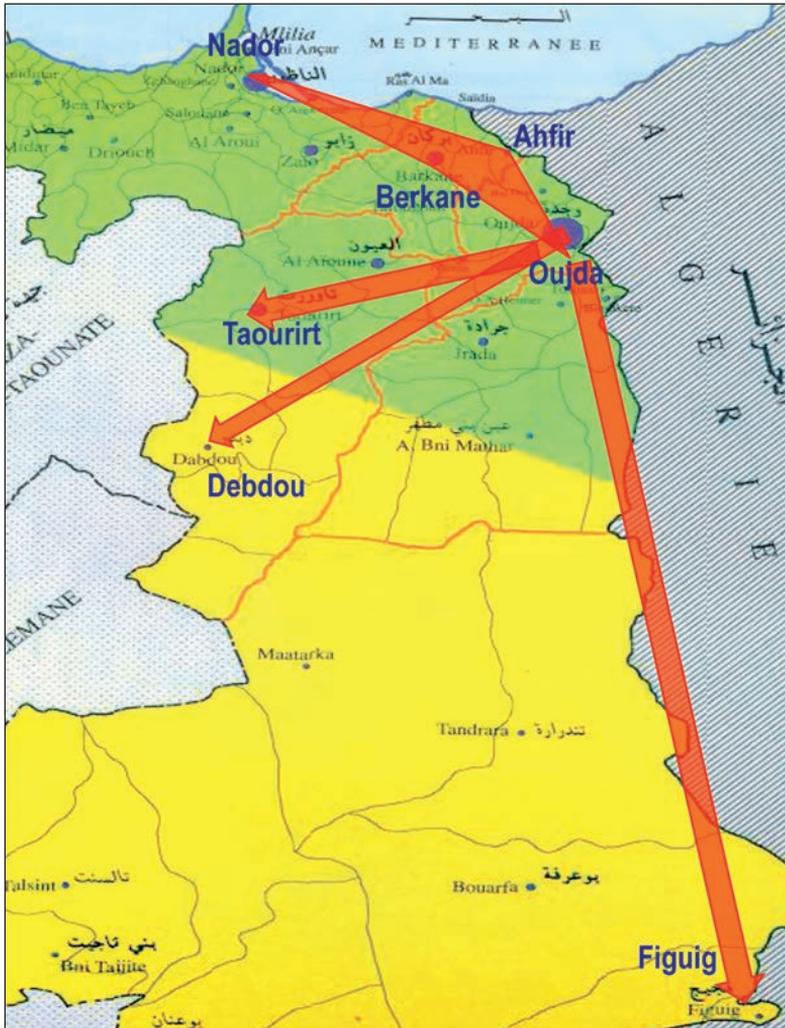
Objectifs	Actions	Méthode	Entretiens / sites à visiter
<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la stratégie touristique régionale et de la stratégie nationale en matière de tourisme culturel. • Diagnostic touristique du territoire de l'étude : (périmètre : Oujda-Berkane-Ahfir-Nador / Taourirt / Debdou / Figuig) 	<ul style="list-style-type: none"> • Etablir un diagnostic touristique à l'échelle de la Région : analyse de l'offre et de la demande, identification des filières-clés. • S'inscrire dans la stratégie et le positionnement touristique régional. • Prendre en compte les actions et les moyens mis en oeuvre à l'échelle nationale en matière de tourisme culturel. 	<p>Analyse documentaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etudes SMIT des PAT Figuig et Berkane • Plan de Développement Régional du Tourisme • Stratégie nationale en matière de tourisme de niches / culturel. <p>Entretien avec les institutionnels du tourisme (échelles nationale et régionale).</p> <p>Analyse et synthèse par les consultants.</p>	<p>Entretiens :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contacts Agence de l'Oriental. • Conseil Régional de l'Oriental. • Conseil Régional du Tourisme de l'Oriental. • Délégations provinciales du tourisme (Oujda, Nador, Berkane, Figuig, Taourirt, Jerrada). • Département Tourisme de niches du Ministère du Tourisme.
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostic de l'offre en matière de sites culturels. • Analyse de l'offre d'hébergement et de services à proximité. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'offre / sites culturels : <ul style="list-style-type: none"> - segmentation ; - localisation et accessibilité ; - équipements de confort à la disposition du public (sanitaires, salles de repos, mobilier, etc.). • Analyser l'offre touristique et les services à proximité : <ul style="list-style-type: none"> - diversité de l'offre (hébergement, services, points d'intérêt touristique, etc.) ; - attractivité et dimensionnement ; - localisation et accessibilité ; - niveau de qualité. • Analyser l'habitat à proximité (dans l'optique de développer l'hébergement chez l'habitant). 	<p>Visite de site : grille d'analyse par site</p> <p>Entretiens avec les institutions : Tourisme, Habous et Affaires Islamiques.</p> <p>Entretiens avec les professionnels : hôteliers, restaurateurs, prestataires de services à proximité des sites.</p> <p>Travail d'analyse et de synthèse des consultants.</p>	<p>Entretiens :</p> <ul style="list-style-type: none"> • idem précédemment ; • Délégation Régionale et Provinciale des Habous et Affaires Islamiques ; • professionnel à proximité des sites (hôteliers, restaurateurs, prestataires de services, etc.). <p>Visites de sites et entretiens avec les responsables : voir listes des sites ci-après.</p>

<ul style="list-style-type: none"> Analyse de la demande : usages / pratiques et attentes. Prise en compte des facteurs d'évolution de la demande 	<ul style="list-style-type: none"> Quantifier et qualifier la demande. Segmenter et analyser les motivations / attentes par type de public : <ul style="list-style-type: none"> les pratiquants « pèlerins » ; les touristes : distinction entre nationaux / internationaux, séjour / itinérance ; les excursionnistes (visite à la journée). Analyser les usages/pratiques : <ul style="list-style-type: none"> périodes de fréquentation ? durée ? origine ? services consommés ? Analyser les attentes : <ul style="list-style-type: none"> l'accessibilité ; les aménagements au sein des lieux de cultes ; l'offre de service à proximité : Hébergements, restauration. 	<p>Visite de sites et entretiens :</p> <ul style="list-style-type: none"> responsables des sites culturels ; public présent sur site. <p>Entretiens avec les professionnels : hôteliers, restaurateurs, prestataires de services à proximité des sites.</p> <p>Travail d'analyse et de synthèse des consultants.</p>	<p>Idem</p>
<ul style="list-style-type: none"> Définition d'un positionnement et d'une stratégie globale de développement du tourisme culturel. Proposition de sites prioritaires à appuyer. 	<p>Définir les objectifs et les orientations stratégiques pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> le positionnement de la destination sur la filière culturelle ; l'organisation spatiale du développement (zones et sites prioritaires / pilotes, aménagements prioritaires, etc.) ; l'aménagement des espaces (ambiance et cadre de vie, accès aux sites, etc.) ; le développement de l'offre (création de structures d'accueil et de services, aménagement et équipement de l'offre existante) ; la politique événementiel et animation locale ; la promotion/communication ; la synergie avec les autres filières touristiques. 	<p>Travail d'analyse et de synthèse des consultants.</p>	<p>Dialogue permanent avec la maîtrise d'ouvrage.</p>

Sites culturels envisagés pour être audités

Ils comportent l'aire géographique Oujda - Berkane - Ahfir ainsi que les sites de Nador, Taourirt, Debdou et Figuig. Les lieux de culte y sont assez nombreux et fort significatifs, avec notamment les Zaouïas les plus influentes du Maroc Oriental :

- la Boutchichia et la Habriya ;
- les mausolées de Sidi Yahya Ben Younès, Sidi Mimoun, Sidi Abdelouahab et Sidi Youssef (grand lieu de culte juif) ;
- les Zaouïas Tizi Ounit et Karker du Cheikh Mohammed Qaddour ;
- les mausolées de Sidi Boujdayne et Sidi Abdallah Zandafou (Zaouïa Qaddiriya) ;
- Taourirt, Debdou et Figuig.



1.3.4 Quelques sites identifiés

Zaouïa Boutchichia

A plus de 20 km de Berkane, Madagh, chef-lieu de pèlerinage des membres de la Zaouïa Boutchichia, se situe au bout d'une route secondaire entourée des plaines verdoyantes de l'embouchure de la Moulouya et de fermes d'agrumes. C'est le plus grand lieu de culte du Maroc Oriental. Le Moussem se tient chaque année lors des fêtes de la Naissance du Prophète (Al Mawlid Nabaoui).

Zaouïa Darqaouiya (ou Zaouïa Habriya)

Son importance la place juste après la Zaouïa Boutchichia. Fondée par le Cheikh Mohamed El Habri El Azaoui, elle est située dans la localité de Drioua (diminutif de Droua - c'est-à-dire le lentisque, arbuste très répandu dans la Région - dans la Municipalité d'Ahfir) non

loin du site de Saïdia près de la frontière maroco-algérienne, précisément près du carrefour entre les routes Saïdia-Berkane et Saïdia-Ahfir.

Cette Zaouïa a été fondée quelques années avant l'installation du Protectorat français. Elle est aujourd'hui un grand lieu de culte, avec notamment les festivités du Hadra. Elle a noué de fortes relations avec la Zaouïa Darqaouia à Beni Zeroual (Province de Chefchaouen) et avec les Darqawa d'Algérie. Le Cheikh actuel de la Zaouïa est Sidi Mohammed El Mokhtar.

Mausolée de Sidi Yahya Ben Younès

Il est situé au coeur d'une oasis qui porte son nom, au pied de Jbel Hamra. L'oasis de Sidi Yahya est actuellement en cours d'intégration à l'espace urbain de la ville d'Oujda. C'est une zone à vocation touristique par son aspect original et sa richesse naturelle (pérennité de l'écoulement des eaux de ses sources, arbres reliques et géants, palmiers). Le mausolée du Sidi Yahya Ben Younès est très estimé, tant chez les musulmans que chez les juifs. Un grand Mousseem s'y tient chaque année au mois de septembre, réunissant les tribus de la Région. Il est très visité par les femmes qui cherchent à se marier.

Mausolée de Sidi Abdelouahab Sbaili

Il est l'un des sbaiines originaires du Sahara et son nom est porté par l'une des portes monumentales de la ville d'Oujda.

Sidi Youssef (près de Nador)

Visité chaque année par les juifs marocains venus de tous les coins du monde, ce marabout est situé dans un lieu pittoresque.

Sidi Mimoune

Très visité par les femmes qui désirent avoir un enfant.

1.4 PLAN D' ACTIONS

Les objectifs du Plan d'actions, qui constitue la Phase 4 de l'étude, sont les suivants :

- décliner les orientations stratégiques ;
- hiérarchiser les actions ;
- préciser les modalités de mise en oeuvre ;
- planifier le projet de valorisation dans le temps.

La durée de la Phase 4 a dépassé 3 semaines, réparties entre travail de bureau, travail de terrain, et restitution (présentation au Comité de Pilotage).

Objectifs	Actions	Méthode	Entretiens / sites à visiter
Déclinaison des orientations stratégiques validées au cours de la phase précédente en programme d'actions.	<p>En phase avec la stratégie arrêtée, l'intervention portera sur chaque levier d'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'offre ; • la demande ; • l'organisation ; • le marketing. <p>Chaque fiche-projet comportera les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • contexte et principaux enjeux de l'action ; • nature et portée de l'action (descriptif, nature, sites d'application, effets attendus) ; • éléments de mise en oeuvre et de programmation (porteur de l'action, partenariat à établir, organisation à prévoir, implications financières) ; • recommandations opérationnelles formulées pour augmenter les synergies avec les filières touristiques des territoires. 	Travail d'analyse et de synthèse des consultants.	Va-et-vient permanent avec l'Agence de l'Oriental

Conformément au cahier des charges de l'étude et à la note méthodologique, la Phase 2 vise à établir l'état des lieux du tourisme culturel dans la Région de l'Oriental.

2.1 PROFIL DE L'ORIENTAL

2.1.1 Données générales³

Positionnement stratégique

Oujda fut fondée au croisement de deux grandes voies commerciales : celle du Sud, de la mer jusqu'à Sijilmassa, et la voie Fès-Tlemcen, qui furent également les couloirs d'invasion pour les armées du Sultan du Maroc et celles du souverain de Tlemcen. Ainsi, Oujda, véritable cité martyre, fut ruinée puis relevée quatre fois au cours des guerres continuelles qui opposèrent les maîtres de Fès à ceux de Tlemcen. Vu sa position stratégique, la Région de l'Oriental fut longtemps disputée entre eux, puis, depuis le 16^{ème} siècle, entre les dynasties Chérifiennes du Maroc et les Turcs d'Alger.

Durant la période coloniale, Oujda s'était transformée en un véritable creuset ethnique réunissant Marocains, Algériens, Israélites, Français et Espagnols.

Carrefour stratégique et lieu de brassage des populations, la ville fut aussi nécessairement un lieu de rencontre des courants de pensée, cadre idéal pour accueillir les écoles qui en distillaient les enseignements.

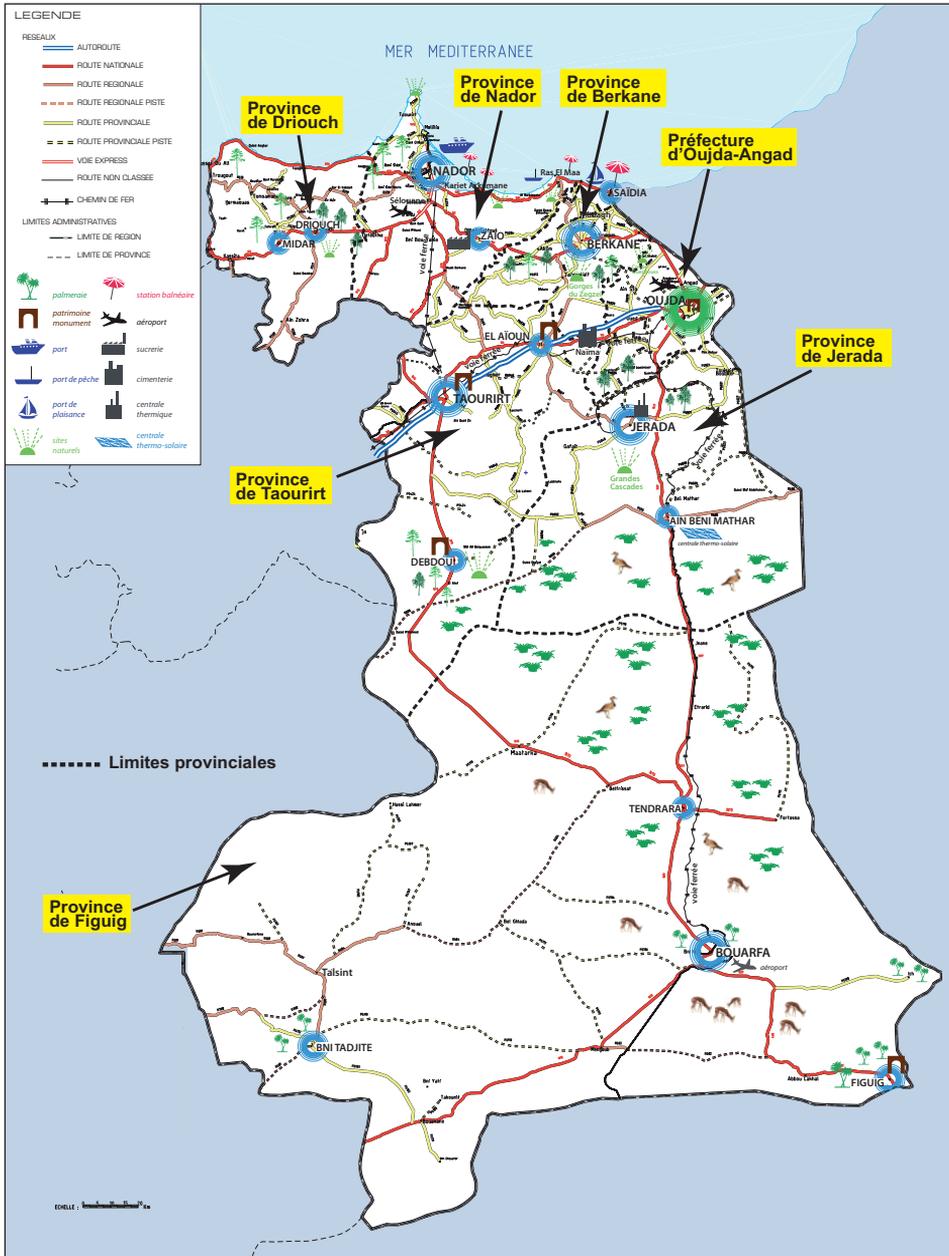
Positionnement frontalier et enclavement

Autrefois fortement enclavée, la Région bénéficie aujourd'hui d'infrastructures récentes de connectivité, efficaces et modernes. Avec une superficie de 82 820 km², l'Oriental, représente plus du dixième du territoire national (11,6%) pour une population de 2 millions d'habitants (6,4% de la population du Royaume). Elle est organisée administrativement en une Préfecture (Oujda-Angad) et six Provinces (Driouch, créée en 2010 sur une partie du territoire de la Province de Nador, Nador, Berkane, Taourirt, Jerada et Figuig) selon le découpage restitué par la carte ci-contre. Située au Nord-Est du Royaume, sa position géographique peut être considérée comme stratégique dans l'espace méditerranéen et maghrébin, aussi bien par sa proximité avec l'Europe (à peine 200 km de l'Espagne par la Méditerranée) que par son voisinage immédiat avec l'Algérie. L'Oriental peut être qualifiée de « grande Région méditerranéenne », avec un parcours récent qui témoigne de progrès méritoires tout en mettant en évidence des besoins d'accompagnement.

2.1.2 Données climatiques

Le climat est de type méditerranéen, caractérisé par des ambiances très différentes : semi-arides au Nord, sub-humides dans les montagnes moyennes, arides dans le couloir de Taourirt, El-Aïoun, Oujda et sur les Hauts Plateaux, et enfin sahariennes dans les zones méridionales. Le climat de l'Oriental est caractérisé par des étés chauds et secs et des hivers frais, les précipitations se limitant presque exclusivement à la période hivernale.

3- Les éléments du profil sont tirés du Profil économique régional de l'Oriental réalisé par USAID après 2007 et de l'étude pour la conception de la stratégie de développement de la Région de l'Oriental, réalisée par AGRO CONCEPT / SCET-SCOM / INGEROP pour l'Agence de l'Oriental en novembre 2010.



Les moyennes annuelles de précipitations sur la plus grande partie de l'Oriental varient de 200 à 300 mm/an, ce qui définit un climat du type aride : un domaine en déficience d'eau. Plus au Sud (domaine présaharien et saharien de Figuig), la pluviosité chute considérablement (90 à 140 mm/an) ce qui définit un climat de hyper-aride à saharien, donc fort contraignant pour l'activité biologique et pour un développement rural viable.

Au Nord (plaines côtières et montagnes), les pluies augmentent pour atteindre 300 à 400 mm/an - et même 500 à 650 mm/an (Beni Snassen, Gada de Debdou, Horsts) - définissant ainsi des climats du type semi-aride et sub-humide sur une étendue réduite au sein de l'Oriental (Figure 1 ci-après).

On peut constater le manque de pluies en été et un décroissement général des pluies du Nord (Nador) au Sud (Figuig). Sur un gradient Nord-Sud, l'influence décroissante de la Méditerranée est très visible. Les stations plus au Sud révèlent un climat continental très marqué (étés très chauds, hivers frais, avec une grande différence entre été et hiver), tandis que les stations sur le littoral montrent l'influence atténuante du milieu marin (étés frais, hivers tempérés, avec une différence relativement réduite entre les saisons). Cela est mis en évidence par la Figure 2 ci-contre, qui montre également l'influence de la hauteur (climat des Hauts Plateaux).

L'Oriental marocain présente une grande diversité de caractéristiques morphologiques, climatiques et socio-économiques, qui conduisent à distinguer plusieurs unités régionales (ou sous-bassins) :

- Haut Plateaux - Chaînes des Horsts ;
- Melloulou, Plaine de Guercif et Vallée du Za ;
- Basse Moulouya et Région de Nador ;
- Plateau d'El Aïoun et Plaine des Angads (Oujda) ;
- Bassin de l'Oued Kert ;
- Bassin de la Moulouya.

Figure 1 : Pluviosité

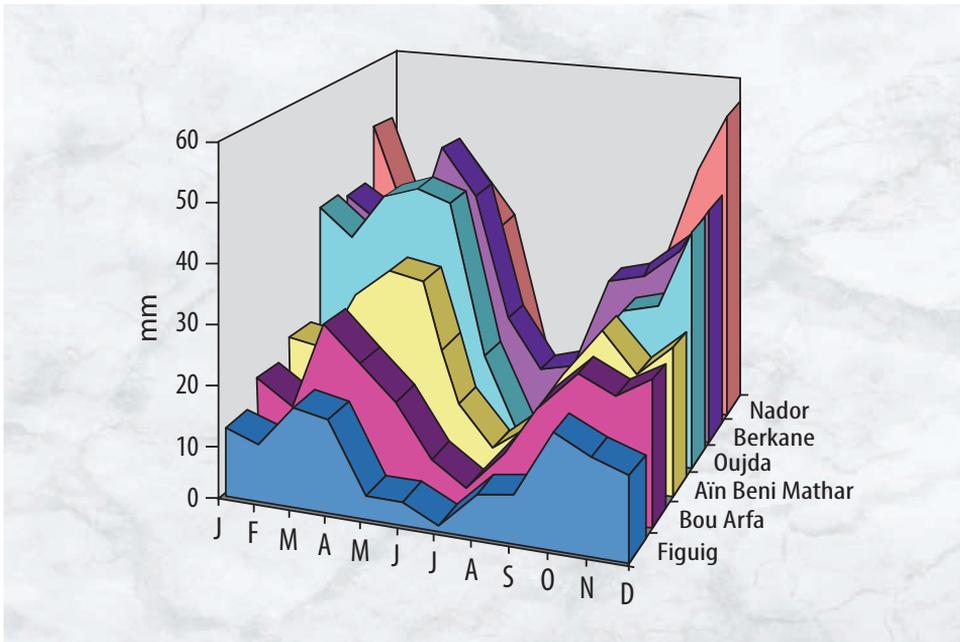
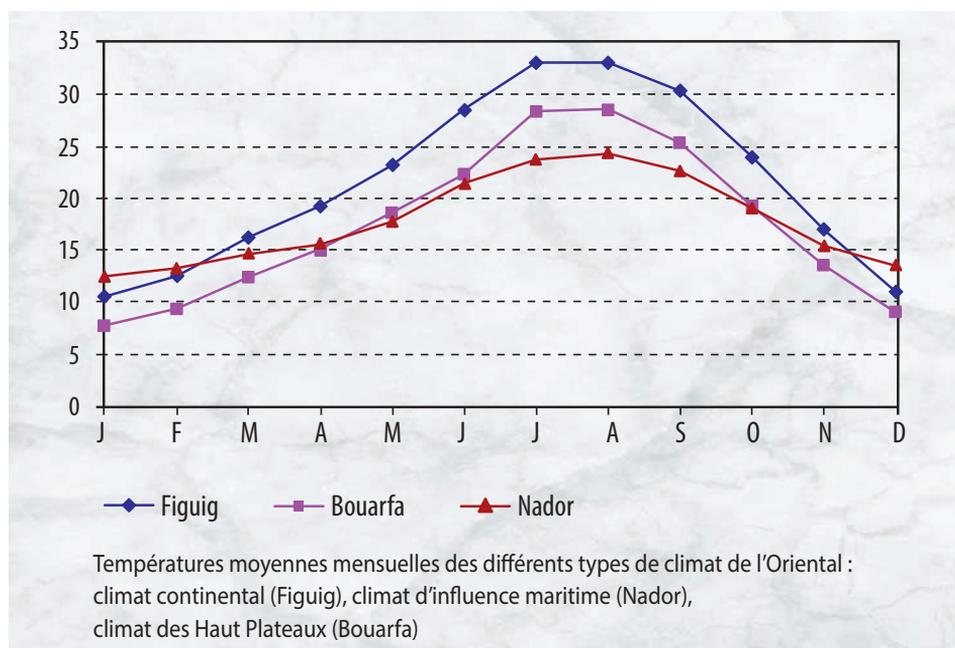


Figure 2 : Températures



2.1.3 Données logistiques⁴

Réseau routier

La Région de l'Oriental dispose d'un réseau routier de 5 128 km, qui représente 8,2% du total du réseau national, dont 55% revêtu. Ce réseau est constitué de 8% de routes communales, 29% de routes nationales, 45% de routes préfectorales et 18% de routes régionales.

Transport routier

On estime le nombre de voyageurs transportés par voie terrestre dans la Région à près de 5 millions d'individus, essentiellement dans le Nord.

Transport ferroviaire

Le réseau ferré régional, de 481 km, relié au reste du pays et à l'Algérie, comporte :

- la ligne Oujda - Casa (146 km) ;
- la ligne Oujda - Algérie (10 km) ;
- la ligne Oujda - Bouarfa (280 km), non opérationnelle, actuellement utilisée uniquement par le produit touristique « Le train du désert » présenté dans les pages qui suivent.
- la ligne Guenfouda - Hassi-Blal (45 km) ;
- la ligne Taourirt - Nador (217 km).

4- Les données logistiques du profil sont tirées du Plan de Développement de la Région de l'Oriental 2000-2004, du Haut Commissariat au Plan, pour l'année 2000. Ces données, bien qu'anciennes, permettent de délimiter la nature du territoire de l'Oriental. La carte ci-après page suivante provient de Google Maps.

Transport maritime

La Région est dotée de deux ports sur la Méditerranée : Nador- Bni-Ansar et Ras Kebdana.



2.1.4 Principaux cultes dans l’Oriental

Soufisme au Maroc

Tradition multiséculaire répandue dans le monde entier, le Soufisme est à l’origine de nombreuses voies spirituelles. Se situant lui-même au cœur de l’Islam, ce n’est pas une philosophie, encore moins un système : il s’agit avant tout d’une manière d’être au monde. Comme le dit un poème soufi :

« Ô Ami, cesse de chercher le pourquoi et le comment. Cesse de faire tourner la roue de ton âme. Là même où tu te trouves, en cet instant tout t’est donné, dans la plus grande perfection. Accepte ce don, presse le jus de l’instant qui passe ».

Pour mieux donner à comprendre l’essence du Soufisme, les auteurs de l’étude ont choisi de le décrire ainsi :

« Le Soufisme a pour but de permettre l’éveil du cœur, non pas le cœur physique, mais cette fine pointe de l’être qui est le lieu de la perception spirituelle. Il est pratiqué sous la direction d’un Cheikh (littéralement « l’ancien » ou « le guide »), dont le rôle est une guidance spirituelle, visant à faire découvrir à chacun par lui-même la réalité divine. Le Cheikh est celui qui a déjà parcouru le chemin, qui s’est éteint en Dieu, et qui a ensuite été renvoyé vers les Hommes pour les guider vers Lui, indépendamment de tout choix et de toute volonté personnelle.

Le Soufisme repose sur trois principes fondamentaux :

- la soumission totale du musulman fidèle à Allah ;
- la Foi (El-imâne), c’est-à-dire la sincère croyance aux nobles valeurs morales en tant que branches de la Foi ;
- la dévotion (Attaqwâ) par les adorations (Ibadât).

L’ensemble des actes de piété sous forme de devoirs moraux, d’actes prescrits par le Coran et la Sounnah, d’évocations (Dikr) et invocations (Dou’â) d’Allah, et les adorations culturelles canoniques ou les cinq piliers de l’Islam.

La représentation symbolique du Soufisme musulman repose sur une vision cosmogonique concevant la relation de l'ici-bas avec l'au-delà à travers une trilogie dialectique dont les trois composantes sont l'Univers, l'Homme et le Coran. C'est la raison pour laquelle le soufisme islamique se trouve au centre de la composante philosophique de l'Islam.

C'est par sa spiritualité que le Soufisme est le plus original. Dans la conception soufie, l'approche de Dieu s'effectue par degrés. Il faut d'abord respecter la loi du Coran, mais ce n'est qu'un préalable qui ne permet pas de comprendre la nature du monde. Les rites sont inefficaces si l'on ignore leur sens caché.

Seule une initiation permet de pénétrer derrière l'apparence des choses.

L'homme, par exemple, est un microcosme, c'est-à-dire un monde en réduction, où l'on trouve l'image de l'univers, le macrocosme. Il est donc naturel qu'en approfondissant la connaissance de l'homme, on arrive à une perception du monde qui est déjà une approche de Dieu.

Le Maroc a connu, au long de son histoire, des confréries soufies fondées par des maîtres éducateurs reconnus pour leur mansuétude et leur clairvoyant discernement, considérés comme des modèles de conduite morale à suivre. Ces confréries furent des écoles spirituelles et éducatives ayant servi l'Islam en contribuant à la consécration de ses préceptes, à l'approfondissement de la connaissance de ses règles, et à son adaptation aux lieux et aux conjonctures. Leur encadrement de la population s'exerçait par le biais de Zaouïas implantées dans les villes et les campagnes, dont certaines continuent d'exister aujourd'hui. Le culte des saints constitue une composante majeure de la forme sociale du soufisme marocain. L'aspect culturel est intimement lié au culte des saints et au maraboutisme.

Judaïsme au Maroc

La présence juive au Maroc est très ancienne et fut nourrie par diverses vagues de réfugiés suite aux vicissitudes et persécutions dont ont été victimes les juifs au cours de l'histoire. L'enquête menée par les auteurs de l'étude les a conduit au constat suivant :

« Cette communauté compte deux sous-ensembles ethnico-culturels :

- les *toshavim* autochtones ;
- les *megorashim*, expulsés d'Andalousie, dont certains sont, à l'origine, des *toshavim*.

Si la communauté juive au Maroc s'est trouvée forte de plusieurs centaines de milliers d'individus jusqu'au XXe siècle, elle compte actuellement de 3 000 à 7 000 membres selon les sources. Les différentes communautés juives d'origine marocaine comptent désormais plus d'un million de membres à travers le monde ».

Le culte des saints occupe une place cruciale dans le judaïsme marocain. En attestent les divers pèlerinages aux centaines de saints juifs enterrés au Maroc. C'est d'ailleurs, un signe distinctif de marocanité : le livre référence « Les saints juifs du Maroc », d'Issachar Ben Ami est capital pour bien cerner la question du pèlerinage juif au Maroc. Chaque année, des expatriés du monde entier se retrouvent autour de tombeaux de saints à Ouezzane, Safi, Essaouira, Taroudant, ou Nador, pour fêter la Hiloula, qui rappelle les fastes du passé et commémore l'attachement à la terre des ancêtres.

Depuis 1997, Casablanca abrite le musée du judaïsme marocain. Méconnu du grand public, il consacre à la composante juive de la culture marocaine des expositions itinérantes et d'autres permanentes. Sur plus de 600 mètres carrés, le visiteur peut admirer des caftans marocains ornés de l'étoile de David, des costumes, des lampes de Hanoukka et divers objets du patrimoine marocain. On y découvre des synagogues de style marocain.

Le musée comporte une bibliothèque, une vidéothèque et une photothèque. C'est en quelque sorte un concentré physique et symbolique de la culture juive au Maroc.

Christianisme au Maroc

Selon Claude Lepelley, le christianisme occidental latin est né en Afrique du Nord. Les auteurs de l'étude ont résumé ainsi le savoir disponible sur la présence du christianisme au Maroc : « Au milieu du II^{ème} siècle, les communautés chrétiennes y étaient nombreuses et dynamiques. Au IV^{ème} siècle, l'Afrique vit la naissance de Augustin d'Hippone, père de l'Église dont la pensée devait avoir une influence déterminante sur le christianisme au moyen âge et à l'époque moderne. Il est difficile de reconstituer aujourd'hui les étapes et les lieux de diffusion du christianisme en Afrique. De plus, les sources sont surtout chrétiennes - notamment celles de Tertullien - qui permettent de retracer l'histoire de l'église africaine au III^{ème} siècle, ceci posant évidemment un problème d'objectivité. Le christianisme s'est implanté au Maroc vers le III^{ème} siècle et a été supplanté par l'islam au VII^{ème} siècle. Bien que la proportion de chrétiens soit faible au Maroc, il s'y trouve des églises, symbole de cohabitation des trois religions monothéistes.

Les témoignages archéologiques du christianisme au Maroc sont nombreux. Volubilis, Banasa, Chella comportent des monuments et stèles témoignant du christianisme dès le III^{ème} siècle. Quelques sites cultuels évoquent des traits de la religion chrétienne au Maroc. L'exemple de Sidi Yahya en est le plus marquant. Pour certains chrétiens, il s'agit de Saint John, fils de Jonas, contemporain de Jésus. C'est d'ailleurs un lieu vénéré par les adeptes des trois religions monothéistes au Maroc ».

2.1.5 Données culturelles

Les lieux de culte sont nombreux dans la Région de l'Oriental et fort significatifs. On trouvera ci-après la liste et la situation des principaux sites culturels de l'Oriental.

Oujda

- 1 Sidi Yahya Ben Younès
- 2 Sidi Abdelouahab Sbai
- 3 Sidi Abdallah Zandafou
- 4 Sidi Driss
- 5 Sidi El Jilali
- 6 Sidi Mohammed Ben Chakroun
- 7 Sidi Maâfa

Berkane

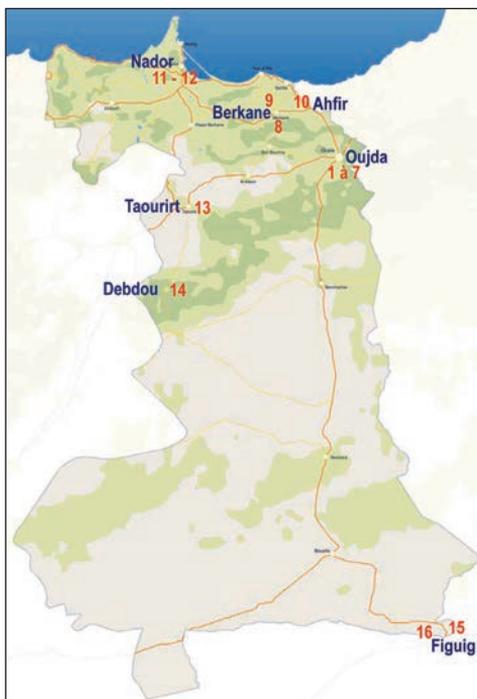
- 8 Zaouïa Boutchichia
- 9 Sidi Ahmed Aberkane

Ahfir

- 10 Habriya Darquaouiya

Nador

- 11 Sidi Youssef
- 12 Zaouïa karkriya (Sidi Mohammed Qadour) à Zghangan



Taurirt

- 13 Zaouïa Allaouiya

Debdou

- 14 Cimetière juif, Kasbah

Figuig

- 15 Sidi Abdelkader
- 16 Sidi Abdeljebbar Al Figuigui

2.1.6 Données touristiques

La Province de Nador incluait jusqu'en 2010 le territoire de l'actuelle Province de Driouch. La plupart des données utilisées ici sont donc extraites d'études qui ne distinguent pas les deux entités et les placent sous le même intitulé : Province de Nador. Au total, 31 sites recelant un potentiel touristique significatif ont été recensés dans la Région de l'Oriental, répartis comme suit :

1 - Préfecture d'Oujda-Angad

- Ancienne Médina d'Oujda
- Oasis de Sidi Yahya
- El Kahf d'Aïn Sfa
- Aïn Almou d'Aïn Sfa

2 - Province de Berkane

- Monts de Beni Snassen
- Grottes du Chameau & du Pigeon
- Station thermale de Fézouane
- Kasbah & Station de Saïdia
- SIBE de la Moulouya

3 - Province de Nador

- Plage Ras El Ma
- Plage Kariat Arekmane
- Plage Boucana
- Plage El Kallat
- Plage Marchica
- Forêt du Gourougou

4 - Province de Taurirt

- Kasbah de Taurirt
- Kasbah de Debdou
- Kasbah d'El-Aïoun
- Site de Tafrente
- Forêt de Louasaa El Hamra
- Station thermale de Sidi Chafi



5 - Province de Figuig

- Oasis de Figuig
- Ksours
- Palmeraies
- Hauts Plateaux

6 - Province de Jerada (vallée de Tgafayet)

- Site de Tissouriyine
- Plateaux de Aïn-Bni-Mathar
- Ras Asfour
- Musée minier de Jerada
- Site touristique d'Aïn El Karma
- SIBE de Cheikhar

2.2 ANALYSE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE RÉGIONALE / NATIONALE

L'Agence de l'Oriental, en partenariat avec l'ensemble des acteurs locaux et nationaux, a mis en place une stratégie intégrée visant à développer une chaîne de valeur touristique.

2.2.1 Programme de diversification de l'offre touristique

Ce programme comporte des projets destinés à élargir l'offre de la Région aux plans temporel et spatial et à diversifier l'offre touristique. Les principaux projets concernent la mise en oeuvre des Pays d'Accueil Touristique (PAT) de Figuig et de Berkane offrant des produits de tourisme balnéaire, d'écotourisme, d'agrotourisme, de tourisme spirituel et thermal, ainsi que des projets en tourisme rural et sportif à Nador, Jerada et Taourirt.

2.2.2 Promotion d'un tourisme alternatif

Tourisme de randonnée

Une convention-cadre de partenariat a été signée avec la Fédération Française de Randonnée Pédestre (FFRP) en juin 2010, qui regroupe 3 000 associations françaises et a pour objectif le développement de la randonnée pédestre, tant pour sa pratique sportive que pour la découverte et la sauvegarde de l'environnement, le tourisme et les loisirs.

Une mission d'une semaine a eu lieu dans l'Oriental en novembre 2010. Elle a donné lieu, fin 2010, à un rapport de mission avec une proposition de plan d'actions pour 2011 (balisage de sentiers à Figuig, Oujda et dans les Beni Snassen, formation de guides de patri-moines et d'animateurs de randonnées, formation d'associations, etc.).

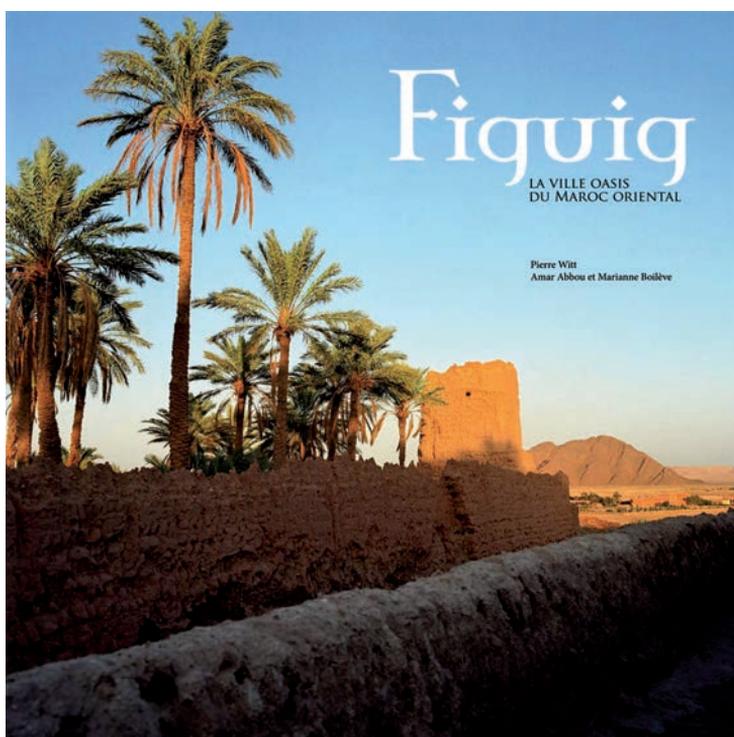
Accueil à la ferme

Suite à l'étude menée par l'ONG française CEFIR et l'Agence de l'Oriental, en collaboration avec les ONG ARCOD et ANAP, avec l'appui de la coopération décentralisée de Lille, sur les potentialités de l'Oriental dans le domaine du tourisme rural, une convention-cadre de partenariat entre l'association française Accueil Paysan et l'Agence de l'Oriental a été signée en juillet 2010. Elle vise à développer les conditions d'accueil dans le monde rural d'un tourisme responsable et solidaire dans la Région de l'Oriental, appuyé sur l'agriculture paysanne. Il s'agit d'effectuer dans un premier temps une mission de repérage-action pour aboutir à une amorce de réseau de 2 à 3 gîtes par Province.

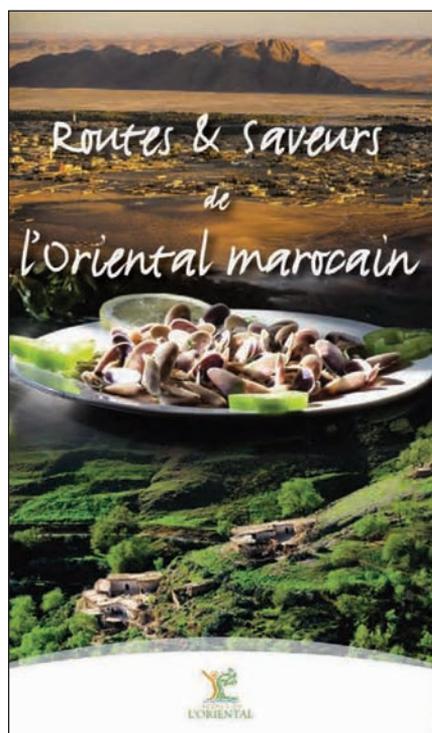
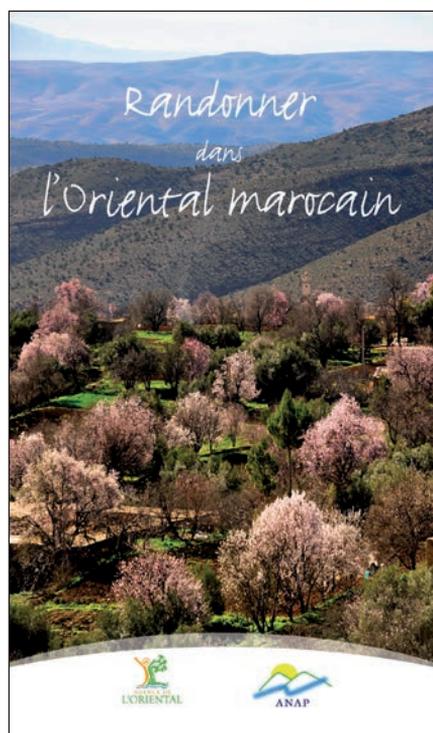
Edition de supports de communication

L'Agence de l'Oriental mène une politique éditoriale de promotion régionale, mêlant les publications de prestige et d'image aux outils de communication à vocation pratique, parmi lesquels :

- l'ouvrage « *Figuig, la ville oasis du Maroc Oriental* », première parution d'une collection intitulée Oriental.ma, présenté à Figuig par le Directeur Général de l'Agence de l'Oriental à Sa Majesté le Roi lors de Sa visite de cette ville en décembre 2009 (plusieurs ouvrages de promotion de la Région sous différents aspects de son patrimoine naturel ou culturel ont été édités depuis dans la même collection, dont « *Les grands espaces de l'Oriental marocain* », « *La faune de l'Oriental marocain* », « *Bni Guil, espace des Hommes libres* », « *Mémoires juives de l'Oriental marocain* ») ;

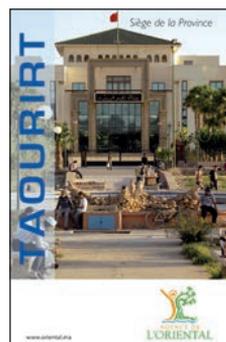


- le topoguide « *Randonner dans l'Oriental Marocain* », réalisé dans le cadre d'un partenariat entre l'ANAP et l'Agence de l'Oriental, avec une cartographie commentée (dite « savante » au sens où le lecteur est renseigné sur les principaux aspects à connaître des étapes de son parcours) des sentiers de randonnées pédestres de la Région de l'Oriental ;
- le topoguide « *Routes et saveurs de l'Oriental marocain* », réalisé dans le cadre d'une coopération décentralisée entre l'Agence de l'Oriental et la Région française Champagne Ardenne, qui présente les principaux aspects de la gastronomie régionale (notamment les produits des terroirs de l'Oriental) couplés avec la valorisation d'itinéraires riches en découvertes à travers la grande diversité des paysages régionaux ;



- des plans des principales villes de l'Oriental (avec carte régionale au dos) très détaillés et mis à jour, édités en format de poche et dépliés, diffusés à raison de plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires puis mis à disposition de nombreux opérateurs du secteur touristique ainsi que dans divers lieux où les visiteurs peuvent être amenés à se renseigner (comme les Offices du Tourisme, les kiosques d'information, les hôtels, etc.).

L'ensemble de ces parutions conjugue la volonté de séduire, en valorisant les atouts de la Région de l'Oriental, avec le souhait de faciliter au mieux les déplacements des touristes et leur accès aux richesses patrimoniales de la Région.



Stratégie de développement du secteur de l'artisanat

L'étude lancée par l'Agence pour l'établissement d'un plan de développement régional de l'artisanat pour l'Oriental, dans le sillage de la Vision 2015, est achevée. Le plan d'action fera l'objet d'une convention de partenariat entre l'Agence de l'Oriental, le Département ministériel en charge de l'Artisanat, la Wilaya, le Conseil Régional et la Chambre d'Artisanat.

Village des artisans de Jerada

Sa Majesté le Roi a procédé, en juin 2010 à l'inauguration du village des artisans de Jerada réalisé en partenariat entre la Fondation Mohammed V pour la Solidarité, le Département ministériel en charge de l'Artisanat et l'Agence de l'Oriental, pour un coût global de 13 MDh, dont 12 MDh au titre de l'Agence de l'Oriental.

Projet pilote de modernisation de l'artisanat à Figuig

Dans le cadre de la stratégie nationale de modernisation de l'artisanat et afin de créer des produits modernes, commercialisables partout, faisant appel au savoir-faire traditionnel, et d'éviter une surproduction d'objets folkloriques répétitifs peu adaptés au marché, une créatrice française de bijoux en perles a effectué, en 2010, trois missions de formation pour les brodeuses de Figuig et les premières collections ont été confectionnées. Pour l'Agence, il s'agit à présent de consolider, sur les plans administratif et commercial, cette expérience qui pourra servir d'exemple, notamment dans le domaine du vêtement de mode.

2.2.3 Grands projets touristiques

Station balnéaire de Saïdia

La station balnéaire de Saïdia est ouverte. Le projet, qui mobilise 713 ha, devrait avoir une capacité d'accueil de 28 000 lits en régime de croisière avec 9 hôtels, 8 résidences touristiques, 12 villages de vacances, 3 centres d'animation, 8 ha de commerces, 3 golfs, 50 ha de parc, un Palais des congrès et une marina. L'inauguration officielle a eu lieu en juin 2009 avec l'ouverture de deux hôtels (4 000 lits), de la marina et d'un golf.

La station de Saïdia va gagner en performance et en attractivité au fil des réalisations en cours ou programmées.



Villas dans la station balnéaire Mediterrania Saïdia

Les sept cités de Marchica

Le programme d'aménagement du site touristique de Marchica (Nador) a été lancé par Sa Majesté le Roi en juillet 2009. Il se veut un modèle de respect de l'environnement et représente un investissement global de 4,1 milliards d'euros pour la période 2009-2025, mobilisés dans le cadre de partenariats public-privé : les projets résidentiels coûteront 1,2 milliard d'euros, les infrastructures hôtelières près de 300 millions d'euros, tandis que les projets d'équipements et services représentent près de 280 millions d'euros.

Le programme vise à aménager la lagune de Marchica, deuxième plus grande lagune du bassin méditerranéen, qui dispose d'un fort potentiel touristique. 7 projets d'aménagement de sites touristiques verront le jour sur l'arc côtier de 25 km, sur près de 2000 hectares : la Cité d'Atalayoun, la Cité des Deux Mers, la ville nouvelle de Nador, la Baie des Flamants, Marchica sport, les Vergers de Marchica et le village des pêcheurs. La mise en place de ce projet permettra de créer environ 80 000 emplois d'ici 2025 et devrait générer 1,6 milliard d'euros d'investissements indirects.



Implantation des 7 cités du projet Marchica autour de la lagune

Autres grands projets touristiques dans la Région

Les autres projets en cours dans l'Oriental sont celui du Cap de l'eau, orienté vers le tourisme national en hôtel ou résidence, ainsi que les deux projets de PAT à Figuig et Berkane.

2.2.4 Commerce intérieur

L'Agence a soutenu la modernisation du petit commerce en partenariat avec la CCIS d'Oujda. Cette action concourt à améliorer et densifier l'offre de services touristiques.

2.2.5 Patrimoine local

Les faiblesses peuvent être résumées comme suit :

- le patrimoine architectural régional a connu un processus de dégradation important dans la plupart des cas ;
- les villes de la Région ont un déficit d'image notoire en tant que lieu de résidence ;
- les projets culturels sont trop souvent limités à de l'événementiel.

2.3 DIAGNOSTIC TOURISTIQUE

Les sites référencés comme recelant un potentiel touristique doivent être évalués en leur état actuel et envisagés dans une démarche prospective qui verrait s'accroître leurs qualités, donc leur attractivité, et ainsi leurs performances touristiques à terme.

2.3.1 Atouts

La Région est parée d'atouts naturels et culturels et d'un important potentiel touristique qui peut en faire une destination phare pour les cibles les plus diverses : patrimoines, monuments, culture, gastronomie, thermalisme, montagne, SIBE, écologie, archéologie, etc.

2.3.2 Contexte et performances touristiques de la Région

Le secteur touristique connaît un important ralentissement dans la Région. L'Oriental reste isolée des circuits touristiques nationaux, malgré ses potentialités diversifiées (tourisme balnéaire, spéléologique, culturel, thermal, de montagne, religieux, etc.).

Aussi, faut-il repenser le secteur touristique régional. Les composants de la matrice SWOT permettent d'appréhender le contexte et les performances touristiques de la Région.

(+) Forces	(-) Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• La station de Saïdia jouerait pleinement le rôle d'une force motrice si elle était totalement ouverte et servait ainsi de locomotive comme il était attendu sur la zone, mais aussi pour l'ensemble de l'arrière-pays.	<ul style="list-style-type: none">• Manque d'hébergement adapté (chez l'habitant, HLL, gîtes de campagne, glamping) & diffus sur l'ensemble du territoire.• Manque d'hôtellerie (3, 4 et 5 étoiles).• Manque de restauration touristique.• Manque de transport touristique.• Manque d'animation touristique.• Isolement par rapport aux circuits touristiques.• Absence d'une stratégie d'aménagement des zones d'intérêt touristique.
(+) Opportunités	(-) Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Tourisme balnéaire : Saïdia et plages de la Province de Nador.• Tourisme spéléologique : grottes du Chameau, du Pigeon et de Aïn Sefrou.• Tourisme culturel : monuments d'Oujda, de Figuig et Taourirt.• Thermalisme : sources de Fezouane, Ben Kachour, Gtitter et Chouihya.• Tourisme de montagne : Monts des Beni Snassen, Kebdana, Sidi Maâfa.• Tourisme religieux : Zaouïa Boutchichia, Oasis de Sidi Yahya.	<ul style="list-style-type: none">• Dynamique de destination très limitée.• Marché touristique en déclin.• Peu de perspective en matière de tourisme d'affaires et peu d'attractivité sur de l'agrément pur.• Dégradation globale du parc hôtelier ainsi que de quelques sites touristiques, surtout depuis la fermeture des frontières, et surtout avec l'arrivée de stations nouvelles à proximité, positionnées sur des produits balnéaires, qui se révèlent bien adaptées à une clientèle d'agrément.

La matrice montre que le tourisme de niches, dont le tourisme religieux, représente à côté du balnéaire une ressource permanente pour la Région, car il pourrait permettre à l'Oriental d'être une destination culturelle à part entière au vu de ses potentialités.

Cette matrice souligne également que l'identification d'une trentaine de sites recelant un potentiel touristique intéressant est insuffisante pour permettre à la Région de progresser dans une perspective de développement intégré faisant de l'industrie touristique sa locomotive. La nécessité d'établir un programme d'aménagement de ces sites devrait faire partie d'un programme d'actions prioritaires pour pouvoir parler d'une industrie touristique dans l'Oriental. De plus, la station de Saïdia ne joue toujours pas le rôle de locomotive attendu, non seulement sur la zone mais aussi sur l'ensemble de l'arrière-pays.

2.3.3 Hébergement, restauration et autres services dans l'Oriental⁵

Structures d'hébergement :

- les structures d'hébergement ne se perçoivent pas comme en concurrence (à quelques exceptions près), ce qui n'encourage pas leur mise à niveau ;
- manque d'intérêt et d'information des gîteurs en milieu rural pour obtenir un classement ;
- il existe des pratiques informelles de location chez l'habitant en milieu rural ;
- globalement, les tarifs pratiqués par les structures d'hébergement paraissent élevés (notamment au niveau des gîtes), avec le risque que l'Oriental soit concurrencée par des offres similaires dans d'autres Régions du Maroc.

Restauration :

- règles d'hygiène et de sécurité alimentaire insuffisamment respectées.

Transport :

- concurrence croissante au niveau du transport international (aérien et maritime) ;
- vive concurrence au niveau du transport régional individuel (nombre élevé d'agences de location de voiture sans chauffeur) ;
- offre quasi-inexistante en matière de transport touristique organisé (taxi avec chauffeur autorisé, transport de touristes, mini-bus).

Shopping :

- développement de la grande distribution et du commerce de détail concurrentiel mais uniquement pour quelques villes et Provinces ;
- vive concurrence entre les artisan(e)s, ce qui donne lieu à une riche production artisanale ;
- produits des terroirs encore faiblement valorisés ;
- innovation insuffisante au niveau du design des produits d'artisanat.

Animation / Loisirs :

- offre insuffisante en matière d'animation (hors période estivale) ;
- manque d'accompagnateurs et de guides de montagne agréés et compétents ;
- diversification croissante de l'offre en matière d'excursions.

5- Les données proviennent d'une étude menée par le PACL (Participation et action pour la compétitivité locale) en avril 2009. Projet Migration et Développement économique dans la Région de l'Oriental.

2.3.4 Tourisme de niches

Le tourisme de niches est un tourisme à petite échelle, qui vise des volumes de 1 000, 2 000 ou 5 000 personnes⁶, mais qui peut influencer sur la vie de la Région. Pour cette forme de tourisme, la Région de l'Oriental recèle des potentialités touristiques alliant des caractéristiques qui en font un lieu unique en son genre. On peut distinguer le produit de niche « train du désert » comme produit-phare, ainsi que d'autres produits de niche liés à la trentaine de sites à potentiel touristique diversifié (dont le tourisme culturel/cultuel).

Train du désert

Le train du désert est sur les rails de l'axe Oujda-Bouarfa, long de 350 km. La ligne existe et date du Protectorat. Elle appartenait initialement à la société Mer Niger, société créée pour relier la mer Méditerranée à l'Afrique noire, en l'occurrence le Niger, d'où son nom. Le projet fut abandonné et la voie ferrée, dont la construction avait démarré d'Oujda, s'est arrêtée à Bouarfa. Aujourd'hui, l'idée est de l'exploiter dans un but touristique. Un promoteur a été séduit par l'idée. Il a réalisé un test sur ce trajet pittoresque avec 700 touristes à bord.



Mais le projet a énormément de raisons pour renaître à nouveau, dont les suivantes :

- le Sud de l'Oriental est encore peu développé sur le plan touristique ;
- les potentialités naturelles et culturelles sont riches et variées tout au long du parcours des lignes existantes et alentour ;
- la clientèle est à haut apport économique ;
- le produit PAT de l'Oriental va s'enrichir ;
- la station touristique de Saïdia est proche ;
- c'est un moyen sûr et pratique pour atteindre le Sud de l'Oriental (350 km).

Deux niches touristiques à haut potentiel

Le tourisme culturel/cultuel et le tourisme rural, produits touristiques de niches, pourraient bien s'avérer comme les plus moteurs et les plus porteurs du secteur pour la Région, bien au delà de l'exemple circonstancié explicité ci-avant. Les pages qui suivent le démontrent.

6- Données tirées d'un ouvrage intitulé *Tourisme dans l'Oriental*, réalisé par la CCIS d'Oujda en 2007.

2.4 DIAGNOSTIC DE L'OFFRE DE TOURISME CULTUEL

Les 16 lieux de culte identifiés font l'objet d'une présentation détaillée.

Oujda

- 1 Sidi Yahya Ben Younès
- 2 Sidi Abdelouahab Sbai
- 3 Sidi Abdallah Zandafou
- 4 Sidi Driss
- 5 Sidi El Jilali
- 6 Sidi Mohammed Ben Chakroun
- 7 Sidi Maâfa

Berkane

- 8 Zaouïa Boutchichia
- 9 Sidi Ahmed Aberkane

Ahfir

- 10 Habriya Darquaouiya

Nador

- 11 Sidi Youssef
- 12 Zaouïa Karkriya (Sidi Med Qaddour) à Zghanghan

Taurirt

- 13 Zaouïa Allaouiya

Debdou

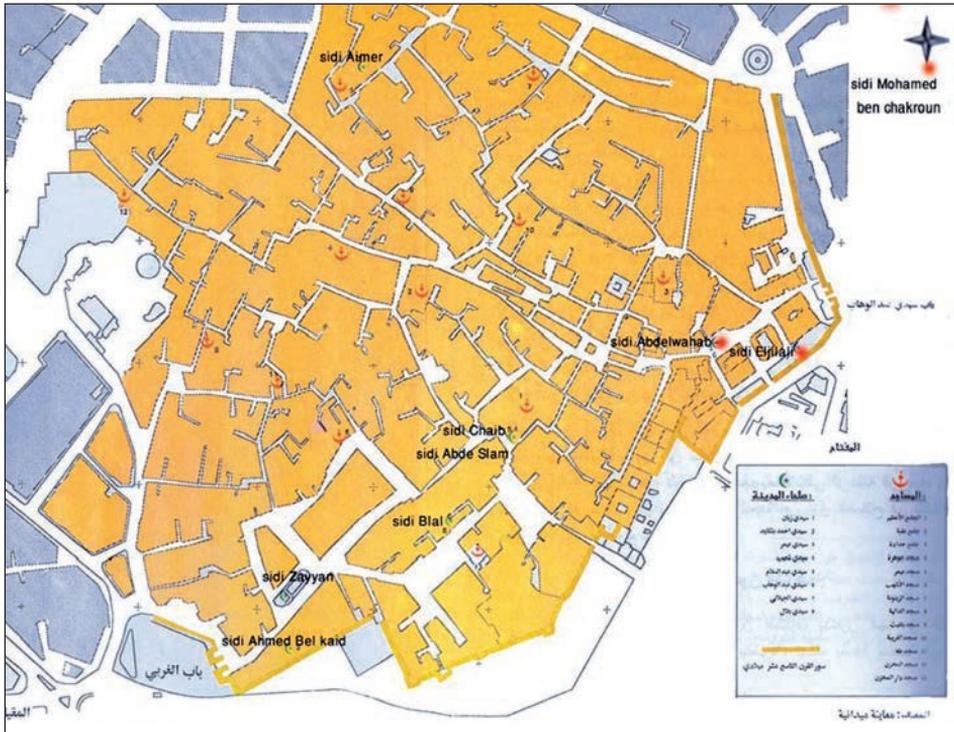
- 14 Cimetière juif, Kasbah

Figuig

- 15 Sidi Abdelkader
- 16 Sidi Abdeljebbar Al Figuigui



Les tombeaux des saints de la Médina d'Oujda sont localisés selon la carte ci-après.



2.4.1 Site 1 : Sidi Yahya Ben Younés

Intérêt culturel du site :

- lieu de culte important pour les trois religions monothéistes⁷ ;
- culte ancestral lié à une grotte ;
- d'autres saints enterrés dans l'Oasis de Sidi Yahya, dont Sidi Mohammed Taleb.

Environnement du site

Urbain.

Accessibilité du site

Route directe dans un bon état.

Type & période de pèlerinage :

- Moussem en été de grande ampleur (qui n'a pas toujours eu lieu chaque année) ;
- Ziaras fréquentes jeudi et vendredi pour divers motifs (voir tableau) ;
- Ziaras tout au long de l'année pour la bénédiction du Saint (la Baraka).

Mode de gestion du site religieux

Un Moqadem et sa famille veillent sur le site et gèrent les dons.

7- Point de rencontre de diverses civilisations, cette oasis abrite les mausolées de plusieurs saints, mais le plus vénéré est celui de Sidi Yahya Ben Younés. Pour certains chrétiens, il s'agit de Saint John, fils de Jonas, contemporain de Jésus. Pour les Juifs, c'est un Rabbi Castillan installé à Oujda en 1391. Les croyances populaires lui attribuent une « baraka » provenant d'une longue vie de 80 ans passés dans l'adoration de Dieu. Une grotte « légendaire » Ghar Al Houriates témoigne de cette vie ascétique.

Origines des dons

Les dons proviennent de tout le Maroc et de l'étranger, surtout des pèlerins originaires d'Oujda.

Projets en cours sur le site

Entretien permanent du site récemment restauré.

Origines du culte :

- Saint pré-islamique (de l'époque de Jésus selon la tradition orale) ;
- Culte lié à la grotte ;
- Oasis légendaire.

Historique du site :

- La légende rapporte que Sidi Yahya était l'un des compagnons de Jésus. Un document inédit raconte l'histoire d'un point de vue islamique : on a retrouvé une lettre écrite par un nommé Trabelssi Mohammed Said (manuscrit privé) parlant de Sidi Yahya, reproduite par Maria Dadi, dans son livre « *Histoire d'Oujda* » (2005).

- Dans le Jbel Hamra, une grotte anciennement habitée n'a jamais été fouillée.

D'après la légende, la Grotte El Houriates aurait été occupée, au début de l'ère chrétienne, par les disciples de Sidi Yahya.

- D'autres traditions orales affirment que Sidi Yahya n'est autre que Jean-Baptiste.
- Vers la fin du 19^{ème} siècle est apparue la tombe légendaire de Sidi Yahya, ce qui a donné au site une impulsion et a contribué à l'élaboration d'un haut lieu du culte du saint.

Historique du saint et descendance :

- Pas de descendance du saint.
- Vers 1900, le Moqadem du Marabout était Sidi Sqalli Ben Abdeslam.
- Actuellement le Moqadem est Moulay El Hachmi.

Historique du courant religieux :

• On ne peut parler ici d'un courant religieux car, hors des croyances particulières qui lui sont attachées, aucune pensée, aucune approche de la foi ou encore aucune pratique ne lui sont spécifiquement rattachées.

• La revendication du saint par les juifs et les musulmans, en plus de la légende assimilant Sidi Yahya à Jean-Baptiste, tend à conférer à son culte une dimension plus universelle.

• Une chose attire l'attention : la tombe de Sidi Yahya ne respecte pas la direction de la Qibla, ce qui a fait douter certains de son appartenance à la religion islamique.



Nature du site	
Religion	Trois religions monothéistes
Courant religieux	Culte du saint
Motif principal de visite	Visite du marabout du saint Sidi Yahya pour la fertilité, le mariage, la guérison, pour demander la bénédiction du saint et pour d'autres raisons ⁸ .

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction	X	

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	80%	90%
Nationale (hors Oriental)	15%	8%
Internationale	5%	2%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site :

Forces	Faiblesses
Cadre agréable, propice au développement	Pas de sanitaire, ni de restauration sur site
Opportunités	Menaces
Possibilité de mettre en valeur touristiquement le site sans beaucoup d'aménagements à prévoir. Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel	



La fantasia du Moussem de l'oasis de Sidi Yahya, lieu de culte et site touristique par ses animations, un cas exemplaire pour une double vocation

8- 30% pour la fertilité, 20% pour le mariage, 20% pour la guérison, 15% pour demander la bénédiction du saint et 15% pour d'autres raisons.



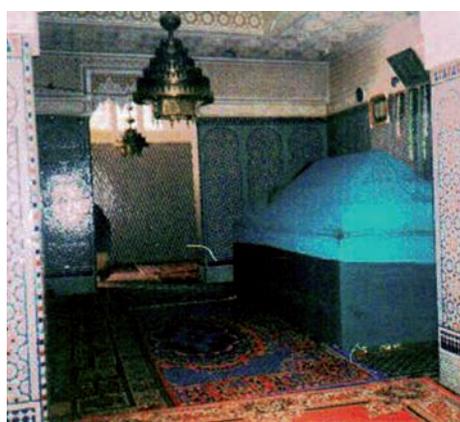
Croyants en prière
auprès du
tombeau du saint



Le mausolée de Sidi
Yahya Ben Younès



Aménagements dans l'oasis de Sidi Yahia Ben Younès



Le tombeau de Sidi Yahya Ben Younès

2.4.2 Site 2 : Sidi Abdelouahab Sbai

Intérêt culturel du site :

- le saint enterré est un Charif Idrissi, un savant du 14^{ème} siècle ;
- très visité par les femmes et les enfants pour chasser les maux ;
- très visité pour lutter contre les maladies névralgiques et l'insomnie.

Environnement du site

Urbain

Accessibilité du site

Le site est intramuros et se situe dans la médina d'Oujda.

Type & période de pèlerinage

Très visité pendant toute l'année.

Mode de gestion du site religieux

L'entretien et la gestion des dons sont assurés par le petit-fils du Moqadem Abdelkader Ben Mostapha Abdelouahab et la famille sur place (lignée du saint).

Origines des dons

Ziara (sorte de dons fournis par les gens demandant la baraka du Cheikh) ;

Projets en cours sur le site

Le sanctuaire est en restauration (le site a connu une autre restauration en 1930).

Origines du culte

Sidi Abdelouahab a laissé un testament dans lequel il demande à ses descendants de l'enterrer en un lieu où règne, faute de sécurité, le plus de peur⁹.

Historique du site :

• Sidi Abdelouahab Sbai est un Charif Idrissi originaire des Ould Bou Sba' (tribu saharienne) ; il a vécu au 14^{ème} siècle à l'époque des mérinides. C'était un savant soufi spécialiste en jurisprudence et affaires juridiques, qui travaillait avec le juge suprême de la ville, Sidi Driss, enterré extramuros dans la zone dite Bassatine (littéralement vergers). Deux autres savants accompagnaient Sidi Abdelouahab Sbai dans son travail au Tribunal de Sidi Driss : Sidi El Jilali et Sidi Mohammed Ben Chakroun.

• Jusqu'au 19^{ème} siècle, le site était désert. La construction des remparts à la fin du 19^{ème} siècle l'a intégré dans un espace urbain nouveau, ce qui a fait prospérer la Ziara. Le site est devenu un haut lieu de culte avec une activité socioéconomique grandissante.

• En 1930, le site a connu une restauration faite par les descendants du Cheikh.

Historique du saint et descendance :

- Sidi Abdelouahab Sbai a laissé une descendance qui s'est perpétuée jusqu'à présent ;
- les descendants du saint portent toujours le nom d'Abdelouahab ;



9- Le site actuel du tombeau du saint se situait au 14^{ème} siècle extramuros dans une zone où l'insécurité posait problème, tant les bandits semaient la panique. Ceci entre dans le cadre des intentions spirituelles des saints de l'époque.

- la descendance a hérité de beaucoup de biens, de nombreux manuscrits en témoignent ;
- le Moqadem du sanctuaire est un descendant du saint qui s'appelle Sidi Ahmed Ben Abderrahmane Abdelouahab.

Historique du courant religieux

Sidi Abdelouahab a adopté le culte de son maître, le juge Sidi Driss, le Soufisme sunnite à vocation Chadilite, Soufisme savant joignant l'érudition en matière de jurisprudence et la spiritualité du Soufisme social.

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme sunnite
Motif principal de visite	Recherche de la baraka et de la guérison

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	90%
Nationale (hors Oriental)	-	7%
Internationale	-	3%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	Pas d'espace autour, en plein coeur de la médina
Opportunités	Menaces
En plein coeur de la médina : possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda)	

2.4.3 Site 3 : Zaouïa Abdallah Zandafou

Intérêt culturel du site :

- haut lieu de culte de l'Oriental, deuxième Zaouïa Qadiriya après la Qadiriya Boutchichia ;
- Hadra permanente et grand lieu de rencontre sociale ;
- très connue pour le Madih et Samaa (chants religieux)

Environnement du site

Rural.

Accessibilité du site

Route secondaire moyenne.

Type & période de pèlerinage

Site très visité durant toute l'année (fréquentation maximale pendant le Mawlid), jusqu'à sa fermeture après la mort du Cheikh Abdallah Zandafou en juin 2010.

Mode de gestion du site religieux

Un différend entre les frères de Sidi Abdallah Zandafou pour sa succession à la tête de la Zaouïa a entraîné la fermeture.

Origines des dons

La Ziara (dons des adeptes) et surtout la fortune du Cheikh Zandafou.

Projets sur le site

Le site est fermé actuellement, mais il reste dans un bon état.

Origines du culte :

- la Zaouïa fut fondée par Sidi Abdallah Zandafou, né en 1942 et mort en 2010 ;
- la Zaouïa a été restaurée à plusieurs reprises.

Historique du site :

- Zaouïa récente (années 60) malgré son appartenance à la confrérie Qadiriya, très ancrée dans l'Oriental au Maroc et en Algérie ;
- le Cheikh Abdallah Zandafou est fils de Moulay Ahmed, fils de Moulay Abdelkader qui remonte au saint Moulay A'mar Zanati Zandafou Ouadghiri ;
- Abdallah Zandafou était un érudit porteur d'un projet sur le rapprochement des soufis du monde, qui consacrait sa fortune pour entretenir la Zaouïa et assurer l'hébergement des Murids et qui en a fait un haut lieu de culte.

Historique du saint et descendance :

- décès du Cheikh de la Zaouïa Abdelkader Al Jilani à Oujda, Sidi Abdallah Zandafou et inhumation au cimetière Sidi Al Khattar, le Cheikh Zandafou n'a pas de descendance ;
- les frères de Sidi Abdallah Zandafou sont Mohammed, Mimoun, Benyounés et Yahya qui n'ont pu se mettre d'accord sur celui d'entre eux qui succédera à son frère à la tête de la Zaouïa Qadiriya, ce qui a conduit à la fermeture de cette fameuse Zaouïa.

Historique du courant religieux :

- la Zaouïa remonte à la Tariqa Qadiriya fondée par Abdelkader El Jilani ;
- soufisme basé sur le Dikr, la fraternité et le don ;
- Abdallah Zandafou avait une tendance philosophique au sein du soufisme et possédait une bibliothèque énorme.



Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Confrérie Qadiriya
Motif principal de visite	Assister à la grande cérémonie du Hadra et rencontrer le Cheikh

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire	X	
Restauration	X	
Hébergement	X	
Lieu d'échange / Espace multifonction	X	

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	90%	95%
Nationale (hors Oriental)	8%	4%
Internationale	2%	1%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	Site actuellement fermé qui mériterait une solution pérenne
Opportunités	Menaces
Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda)	Risque de dégradation

2.4.4 Site 4 : Sidi Driss

Intérêt culturel du site :

- site de haute valeur symbolique¹⁰ ;
- haut lieu de culte féminin ;
- très visité par les épileptiques et les malades mentaux.

Environnement du site

Urbain

Accessibilité du site

Boulevard d'accès en bon état.

Type & période de pèlerinage

Toute l'année, le site est très visité par les femmes, surtout le jeudi.

Mode de gestion du site religieux

Site géré par une vieille dame nommée Hadda Bouyi, veuve du Moqadem Benhachem Ahmed El Miri, qui n'avait aucun lien généalogique avec Sidi Driss¹¹.

10- Sidi Driss, célèbre savant soufi d'Oujda, à une époque qui a connu l'apogée du soufisme au Maroc (14^{ème} sc).

11- Il a été nommé Moqadem du Sanctuaire par le Ministère des Habous et des Affaires Islamiques.

Origines des dons

Ziaras et dons des visiteurs.

Projets sur le site

Le site vient d'être restauré d'une façon médiocre, sans renforcer le sanctuaire, sans respecter l'architecture et l'histoire.

Origines du culte :

- le site était à l'origine la demeure du Cheikh Sidi Driss.
- après sa mort, ses adeptes et étudiants ont construit un mausolée sur sa tombe.

Historique du site :

- le site raconte une étape cruciale de l'histoire culturelle et religieuse d'Oujda, le 14^{ème} siècle, apogée culturelle de la capitale de l'Orient (la majorité des saints de la ville ont vécu à cette époque).
- longtemps attractif pour les savants et les soufis de la ville, car Sidi Driss détenait un pouvoir scientifique et juridique reconnu en plus de sa réputation spirituelle (il était le juge suprême de la ville).

Historique du saint et descendance

Sidi Driss est décédé vers la fin du 14^{ème} siècle et n'a pas laissé de descendance.

Historique du courant religieux

C'est l'histoire de la confrérie Chadiliya.



Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Bénédiction et guérison de l'épilepsie

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	95%
Nationale (hors Oriental)	-	5%
Internationale	-	-

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	Pas de sanitaires, ni de restauration sur site
Opportunités	Menaces
Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda)	



Le mausolée de Sidi Driss après sa restauration récente

2.4.5 Site 5 : Sidi El Jilali

Intérêt culturel du site :

- Sidi El Jilali appartenait à l'élite savante du 14^{ème} siècle¹² ;
- à Oujda, les gens croient au pouvoir de guérir les maladies oculaires que possédait Sidi El Jilali¹³ ;
- site à insérer dans un circuit culturel comprenant Sidi Driss et ses adeptes.

Environnement du site

Urbain (intamuros).

Accessibilité du site

Site intramuros, près de Sidi Abdelouahab Sbai.

Origines du culte :

- à l'origine, au 14^{ème} siècle, c'était un lieu de méditation du Cheikh ;
- après sa mort, les adeptes ont construit le sanctuaire sur sa tombe.

Historique du site :

- le site était un haut lieu de culte durant la seconde moitié du 20^{ème} siècle ;
- pour des problèmes liés à son environnement (présence d'ordures dans les environs), les visiteurs du sanctuaire se sont raréfiés progressivement ;
- fermeture définitive durant les années 90.

Historique du saint et descendance :

- le Cheikh Sidi El Jilali descend du fameux saint de Figuig Sidi Abdeljebbar Al Figuigui ;
- pas de descendance du saint ;
- contemporain et compagnon de Sidi Driss, il occupait le poste de notaire en matière de jurisprudence au Tribunal présidé par Sidi Driss au 8^{ème} siècle de l'Hégire (14^{ème} siècle).

Historique du courant religieux :

- histoire de la Tariqa Chadiliya ;
- Sidi El Jilali est l'étudiant et l'adepte de Sidi Driss.



Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Bénédictio et guérison des maladies oculaires

12- Il était l'élève et le compagnon de Sidi Driss.

13- Il a gardé ce pouvoir même après sa mort raconte la tradition orale.

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière		X
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	99%*
Nationale (hors Oriental)	-	1%
Internationale	-	-

(*) Avant fermeture

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	Lieu inaccessible
Opportunités	Menaces
Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda)	Risque de dégradation des vestiges

2.4.6 Site 6 : Sidi Mohammed Ben Chakroun

Intérêt cultuel du site :

- Sidi Mohammed Ben Chakroun appartenait à l'élite savante du 14^{ème} siècle¹⁴ ;
- un saint très visité par les femmes en quête d'un mari ;
- site à insérer dans un circuit cultuel comprenant Sidi Driss et ses adeptes.

Environnement du site

Urbain.

Accessibilité du site

Ruelle dans un mauvais état.

Type & période de pèlerinage

Toute l'année, notamment le vendredi.

Origines des dons

Les dons des visiteurs et les biens des descendants du saint.

Origines du culte :

- à l'origine (14^{ème} siècle), le site était la maison du saint ;
- après sa mort les descendants du Cheikh ont construit le sanctuaire sur sa tombe.

Historique du site :

- à l'origine, le site participait à une dynamique culturelle axée sur le saint Sidi Driss ;
- Sidi Ben Chakroun était notaire en matière de jurisprudence auprès du juge Sidi Driss ;
- après sa mort, les descendants et adeptes ont transformé le sanctuaire en un lieu de culte, avec notamment les festivités du Hadra.

14- Il était l'élève et le compagnon de Sidi Driss, ami de Sidi El Jilali et Sidi Abdelouahab Sbaï.

Historique du saint et descendance :

- le saint, mort vers la fin du 14^{ème} siècle, a laissé une descendance et des biens ;
- la descendance de Sidi Mohammed Ben Chakroun porte aujourd'hui le nom de Ben Atta ;
- Ben Atta serait , raconte l'hagiographie, l'ancêtre de Sidi Ben Chakroun ;
- cette descendance dirige le sanctuaire qui, malgré les biens que possèdent la famille, est dans un état lamentable.

Historique du courant religieux :

- histoire de la Tariqa Chadiliya ;
- Sidi Mohammed Ben Chakroun a été l'un des étudiants et l'adepte de Sidi Driss.



Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Bénédiction, filles désirant se marier

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	99%
Nationale (hors Oriental)	-	1%
Internationale	-	-

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	Le site et son environnement sont dégradés
Opportunités	Menaces
Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda)	Risque de dégradation des vestiges

2.4.7 Site 7 : Sidi Maâfa

Intérêt culturel du site :

- le plus important des sites culturels sur un plan historique (époque de Moulay Ismaïl) ;
- site très visité par les épileptiques et les malades mentaux, surtout par les femmes.

Environnement du site :

- rural ;
- à 5 km au Sud-Est d'Oujda, près du Jbel Hamra.

Accessibilité du site

Boulevard d'accès en bon état.

Type & période de pèlerinage

- toute l'année, notamment les jeudis et vendredis ;
- site très visité par les épileptiques et les malades mentaux.

Mode de gestion du site religieux

Le site est géré par les descendants du saint : le Moqadem actuel est le fils du Haj Benyounès.

Origines des dons

Ziars et dons des visiteurs.

Projets sur le site

Site délaissé, en totale contradiction avec l'intérêt porté au parc Sidi Maâfa tout proche.

Origines du culte :

- à l'origine, le site était le lieu de méditation du saint ;
- les descendants ont bâti le sanctuaire au 18^{ème} siècle.

Historique du site :

- lieu de prière et méditation de Sidi Maâfa ;
- construction du marabout et d'une mosquée qui pourrait être bâtie à l'emplacement du lieu de prière et de méditation de Sidi Maâfa.

Historique du saint et descendance :

- Sidi Maâfa a vécu durant la seconde moitié du 17^{ème} siècle et le début du 18^{ème}, à l'époque du Sultan Moulay Ismaïl, il était un Majdoub ;
- la descendance du saint est importante et plusieurs Dahirs attestent du respect que la population lui accorde.



Historique du courant religieux

Sidi Maâfa est un Cherif Idrissi, adepte de la confrérie Chadilite.

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Bénédiction et recherche de la guérison des maladies mentales

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	90%
Nationale (hors Oriental)	-	7%
Internationale	-	3%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	Pas de sanitaires, ni de restauration sur site.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements à prévoir.• Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda).	

2.4.8 Site 8 : Zaouïa Boutchichia

Intérêt culturel du site :

- haut lieu international du soufisme au monde ;
- première confrérie religieuse au Maroc ;
- saint vivant jouant le rôle d'éducateur spirituel.

Environnement du site

Rural.

Accessibilité du site

Route directe dans un état moyen.

Type & période de pèlerinage :

- Dikr (la nuit du 27 Ramadan) ;
- Dikr et visite du Cheikh (Mawlid) ;
- visites toute l'année pour la méditation soufie.

Mode de gestion du site religieux :

- par la famille qui vit sur place (lignée du saint) ;
- Sidi Jamal Boutchichi, fils du Cheikh Hamza, proche de son père, réside à la Zaouïa ;
- saint vivant (Sidi Hamza Boutchichi).

Origines des dons

La Zaouïa est quasiment autonome sur le plan financier, avec beaucoup de biens, notamment des terrains agricoles situés dans la célèbre Blad Madagh, en plus des dons des adeptes et du don royal annuel.



Lors de la fête du Mawlid en particulier, le site accueille de très nombreux visiteurs

Projets sur le site :

- construction d'une grande mosquée en cours, qui servira comme lieu du Dikr lors des pèlerinages et construction d'un mausolée sur la tombe du Cheikh EL Mokhtar Boutchich ;
- sont programmés l'amélioration des infrastructures de la Zaouïa, l'agrandissement du restaurant et la création d'espaces verts (projet d'Université Soufie).



L'attractivité de la conférence est grande : elle attire de nombreux adeptes toute l'année dans un cadre entretenu, doté de services de proximité et d'équipements opérationnels, avec une organisation rodée pour ce faire

Origines du culte :

- Zaouïa fondée par Cheikh Mokhtar Qadiri Boutchich à la place de la Zaouïa mère qui se trouve à Beni Khaled dans les Beni Snassen ;
- présence du Cheikh Sidi El Abbas ;
- le site va connaître un essor considérable sous la direction spirituelle de Sidi Hamza Qadiri Boutchich depuis 1972, avec une phase exponentielle durant les années 90.

Historique du site :

- fondé par Cheikh El Mokhtar à la place de la Zaouïa des Beni Khaled aux Beni Snassen ;
- site développé par Sidi El Abbas ;
- actuellement, premier lieu de culte du Maroc et au Maghreb.

Historique du saint et descendance :

- Sidi Hamza Qadiri Boutchich est né en 1922 à Madagh ;
- lui et son père Sidi El Abbas sont disciples de Sidi Boumediene Qadiri Boutchich (cousin germain), dont ils reçurent, à sa mort le 15 avril 1955, l'héritage du secret soufi et l'autorisation de transmettre la Tariqa Qadiriya Boutchichia ;

- après la mort de Sidi El Abbas, son fils Sidi Hamza lui a succédé pour devenir à son tour le chef spirituel de la Tariqa Qadiriya Boutchichia ;
- à partir de 1972 (année de décès de Sidi El Abbas), la confrérie achève le tournant amorcé sous Sidi Boumediene et clairement manifesté sous Sidi El Abbas. Sidi Hamza Qadiri Boutchich établit une pratique spirituelle plus souple par rapport au soufisme sunnite classique connu pour sa rigueur. Cette mutation interne est désignée dans l'appellation soufie comme étant le passage d'une voie de la majesté (Jalal) à une voie de la beauté (Jamal). Pour plusieurs observateurs, cette confrérie rayonne surtout par la flexibilité de ses positions et de son comportement.

Historique du courant religieux :

- la Tariqa remonte au célèbre saint de Bagdad Abdelkader El Jilani (mort en 1166) ;
- la généalogie de la famille Al Qadiri remonte jusqu'au Prophète Mohammed par son petit fils Hassan ;
- Sidi Ali Qadiri est le premier ancêtre arrivé au Maroc, installé dans un village du massif des Beni Snassen où il construit sa Zaouïa et commence à transmettre l'enseignement de la Tariqa Al Qadiriyya ;
- la Zaouïa Boutchichia est fondée au Maroc par Sidi Mokhtar Qadiri Boutchich ;
- la littérature de cette confrérie rapporte que Cheikh Hamza Al Qadiri Al Boutchichi, fût lui-même et son père, Al Hajj El Abbas Al Qadiri Al Boutchichi, disciples du Cheikh Sidi Boumediene Al Qadiri. Ce dernier a donné un nouveau souffle à la Tariqa et a contribué à son renouveau. Il est enterré à la Zaouïa de Madagh à côté de son disciple Cheikh El Abass, père de l'actuel Cheikh de la Tariqa, Sidi Hamza Qadiri Boutchich.



Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme selon la confrérie Qadiriya Boutchichia
Motif principal de visite	Visite du Cheikh Hamza, guide spirituel de la confrérie

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire	x	
Restauration	X	
Hébergement	X	
Lieu d'échange / Espace multifonction	X	

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	20%	40%
Nationale (hors Oriental)	70%	55%
Internationale	10%	5%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Un potentiel de développement interne réel. • Une structure rodée. • Un attracteur naturel pour la Région (image, notoriété, économie, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de moyens pour suivre le développement • Manque de logistique adaptée (parking, restauration, sanitaire, hébergement) pendant le Mawlid.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de développement intégré tout au long de l'année. • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia). 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de sous-dimensionnement par rapport à des besoins grandissants.

2.4.9 Site 9 : Sidi Ahmed Aberkane

Intérêt culturel du site :

- le savant a donné son nom à la ville ;
- la situation actuelle du site ne reflète pas son importance culturelle, culturelle et historique ;
- le site est très visité par les personnes originaires de l'Oriental ;
- c'est un relais entre les Zaouïas de la frontière maroco-algérienne (Habriya, Boutchichia, Zandafou), et les Zaouïas des Beni Snassen et Tafoughalt (Ali Bakkay, Zaouïa Beni Khaled)¹⁵.

Environnement du site

Urbain.

¹⁵- Le marabout se situe, justement, sur la rive droite de l'Oued Cherraa près du fameux pont (construit en 1915) et relie Berkane à Tafoughalt.

Accessibilité du site

Ruelle dans un mauvais état.

Type & période de pèlerinage

Visite toute l'année, notamment le vendredi.

Mode de gestion du site religieux

Moqadem, qui s'occupe des Ziaras et de l'entretien.

Origines des dons

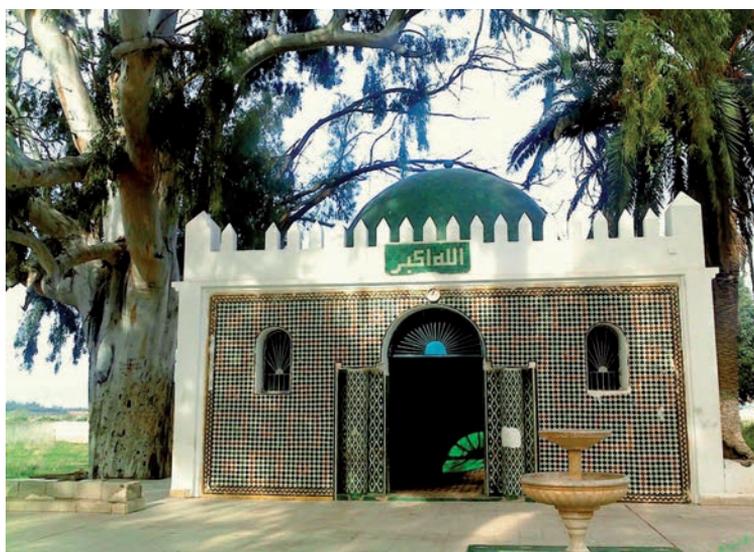
Ziaras des visiteurs

Projets sur le site

Le site est presque délaissé.

Origines du culte :

- une école scientifique et culturelle avait été instaurée sur ce site par le Cheikh Ahmed Aberkane ;
- après sa mort en 868, ses adeptes ont construit un sanctuaire sur sa tombe, très prisé des demandeurs de bénédiction et des adeptes du Soufisme Chadili.



Le mausolée de Sidi Ahmed Aberkane

Historique du site :

- le site remonte au 14^{ème} siècle ;
- le saint a créé une école à la fois scientifique et culturelle en pratiquant le Soufisme selon la Confrérie Chadiliya ;

- le site reflète l'apogée du Soufisme à l'époque des Mérinides (13^{ème} et 14^{ème} siècles) ;
- le marabout, qui avait une forme simple, a été récemment restauré, mais le cimetière dans lequel il se trouve est en très mauvais état.

Historique du saint et descendance :

- le saint fut un scientifique et un grand Soufi au 14^{ème} siècle (8^{ème} siècle de l'Hégire) ;
- il était l'ami du grand saint d'Oran, Sidi El Haouari ;
- très célèbre en Algérie (surtout à Tlemcen) où il a passé une partie de sa vie scientifique et spirituelle, il a laissé beaucoup de publications en sciences religieuses et en littérature (manuscrits dans la Bibliothèque Nationale à Rabat (selon le biographe Kaddour El Quartassi) ;
- aucune descendance ne revendique l'appartenance à la lignée du Cheikh Aberkane.

Historique du courant religieux :

- la Chadiliya constitue l'origine de presque tous les courants Soufis au Maghreb ;
- à l'exception de la Qadiriya qui remonte au Cheikh Abdelkader El Jilani, presque toutes les Zaouïas de l'Orient sont d'origine Chadilite, courant religieux fortement ancré dans la mémoire collective au Maghreb.

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Lieu de rencontre pour les femmes, bénédiction du saint et guérison des maladies mentales.

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	98%
Nationale (hors Oriental)	-	2%
Internationale	-	-

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
Cadre agréable, propice au développement	Pas de sanitaires, ni de restauration sur site
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements à prévoir. • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia). 	-

2.4.10 Site 10 : Zaouïa Habriya Darqaouiya

Intérêt culturel du site :

- Zaouïa Darqaouiya influente dans toute la Région, au Maroc et en Algérie ;
- prolongement des enseignements du Cheikh Mohammed Qaddour de Karker sur la frontière maroco-algérienne ;
- le Cheikh Boumediene Qadiri Boutchich a passé une étape de sa vie spirituelle à la Zaouïa Habriya¹⁶.

Environnement du site

Rural.

Accessibilité du site

Mauvaise piste de moins de 1 km en accès direct à partir du rond-point de la RP 6000 menant à Saïdia.

Type & période de pèlerinage :

- grande cérémonie du Hadra durant le Mawlid ;
- petite cérémonie du Hadra au mois d'août.

Mode de gestion du site religieux :

Famille sur place (lignée du saint).

Origines des dons

Ziaras (dons de pèlerins).

Projets sur le site

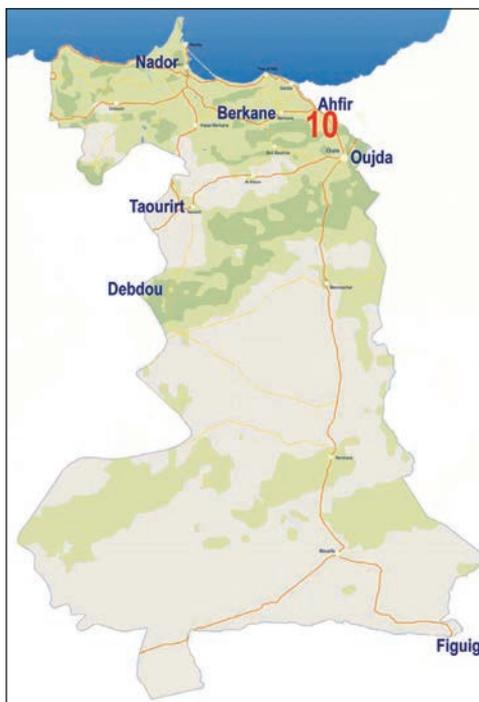
Construction en cours d'une maison pour l'imam de la mosquée.

Origines du culte :

- Zaouïa fondée par Cheikh El Haj Mohammed El Habri El Azzaoui enterré à Ain Sfa ;
- son fils Mohammed El Habri, qui lui a succédé, a fait de la Zaouïa l'une des plus influentes du Maroc et de l'Algérie¹⁷ ;
- le Cheikh Mohammed Habri a passé une partie de sa vie comme disciple du Cheikh Mohammed Qaddour de la Zaouïa de Karker.

Historique du site :

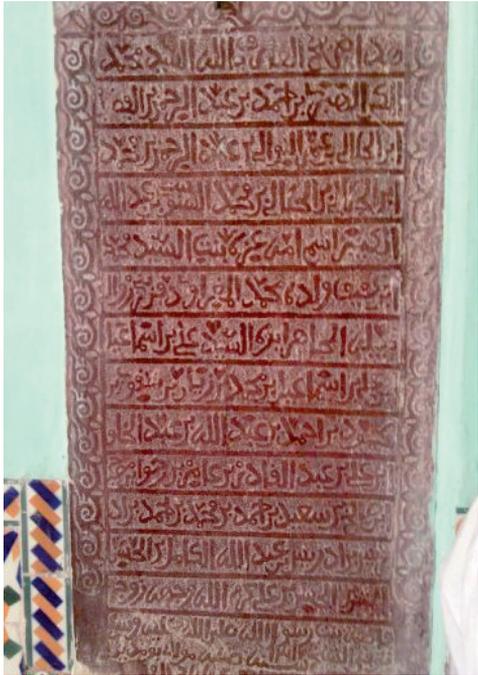
- la Zaouïa de Sidi El Habri est fondée par Al Haj Mohammed Ben Ahmed Ben Abderrahmah El Azzaoui, connu par El Habri ;
- Sidi El Haj Mohamed El Habri, né en 1239 et mort en 1317 de l'Hégire, est enterré dans sa Zaouïa Darqaouiya à Taghit (Ain Sfa). Son fils Sidi Mohamed Ben El Haj Mohamed, né à la fin du 13^{ème} siècle de l'Hégire et mort fin 1939, a transféré la Zaouïa à Driwa (site actuel) ;
- la Zaouïa Habriya est une sorte d'ordre mendiant, marqué par la pauvreté, rêvant d'une cité utopique sans riches ni pauvres, qui prescrit le refus d'obéissance à tout pouvoir temporel et le désintéressement des biens de ce monde.



16- Un lien tangible à travers l'emprunt spirituel est ici remarquable entre les Zaouïas (Boutchichia, Habriya et Zaouïa Karker).

17- Le Cheikh Mohammed El Habri est enterré à la Zaouïa Habriya.

- la Zaouïa compte de nombreux adeptes en Algérie dans l’Oranie et a pour centre principal les montagnes de l’Ouarsenis ; cette Zaouïa Darqaouiya El Habriya se trouve sur l’axe Oujda, Ahfir, Saïdia, Tétouan, Oran et Tlemcen ;
- la Zaouïa peut être considérée comme une confrérie maroco-algérienne.



Entrée de la Zaouïa Habriya construite vers 1910 (dite « porte verte »)



Sanctuaire de Sidi Mohammed El Habri, fondateur de la Zaouïa, et son tombeau

Historique du saint et descendance :

- le Cheikh Sidi El Haj Mohammed El Habri (enterré à Aïn Sfa) va transmettre la Tariqa à son fils, le Cheikh Sidi Mohammed El Habri ;
- le Cheikh Sidi Ameer, fils du Cheikh El Habri, va reconstruire la Zaouïa pour lui donner sa forme actuelle ;
- à la mort de Sidi Ameer, son fils Sidi Mohammed est devenu le Cheikh actuel de la Zaouïa.

Historique du courant religieux :

- la Zaouïa Darqaouiya fondée par Moulay El Arbi Darqaoui (mort en 1823 et enterré à Beni Zeroual) a joué un rôle crucial dans l'histoire du Maghreb durant les 18^{ème} et 19^{ème} siècles ;
- le Cheikh Sidi El Haj Mohammed El Habri adoptant la Tariqa Darqaouiya va fonder la Zaouïa Habriya Darqaouiya qui va avoir des adeptes au Maroc et en Algérie ;
- cette Zaouïa a été fondée quelques années avant le Protectorat français ; elle est aujourd'hui un lieu de culte assez important, avec notamment les festivités du Hadra, qui se déroulent pendant Al Mawlid Nabaoui.

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme : confrérie Darqaouiya
Motif principal de visite	Dikr et Hadra

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire	X	
Restauration		X
Hébergement	X	
Lieu d'échange / Espace multifonction	X	

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	95%	99%
Nationale (hors Oriental)	5%	1%
Internationale	-	-

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Cadre agréable, propice au développement.• Accès direct par le rond-point de la Route P 6000 donnant accès à Saïdia.	<ul style="list-style-type: none">• Pas de sanitaires adaptés, ni de restauration sur site.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Possibilité de mis en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements à prévoir.• Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia).	<ul style="list-style-type: none">• Risque de dégradation des vestiges et des documents inestimables.

2.4.11 Site 11 : Sidi Youssef (Rabbi Saadia Adati)

Intérêt culturel du site :

- le plus important lieu de culte juif du Nord-Est marocain ;
- la proximité de Mellilia rend sa visite très accessible.

Environnement du site

Rural & urbain.

Accessibilité du site

Route d'accès dans un état moyen.

Type & période de pèlerinage

Culte juif célébré par les juifs marocains venant du monde entier mais surtout les juifs marocains de Mellilia¹⁸.

Mode de gestion du site religieux

Site géré, à chaque pèlerinage, par un comité de religieux juifs marocains avec l'assistance du Ministère de l'Intérieur qui offre toutes les facilités pour sa réussite¹⁹.

Origines des dons :

- dons des pèlerins et de la communauté juive de Mellilia ;
- aménagement de la montée bétonnée pris en charge par une association de juifs marocains du Vénézuéla.

Origines du culte

A l'origine, le site était très visité par les juifs marocains²⁰.

Historique du site :

- le Rabbi Saadia Adati (Sidi Youssef pour les musulmans) est un juif marocain ;
- après sa mort, des croyants juifs ont édifié sa tombe dans un lieu splendide ;
- ensuite, le site a acquis son importance culturelle pour la célébration de la Hiloula.

Historique du saint et descendance

On ne connaît pas de descendance pour Sidi Youssef, mais la réputation du saint auprès des juifs marocains a donné au lieu sa notoriété mondiale.

Historique du courant religieux

L'histoire du site s'inscrit dans l'histoire globale des juifs marocains. La Hiloula, qui veut dire, entre autres, « Adoration de Dieu » se pratique chez les juifs marocains depuis des siècles.



18- Les pèlerins pratiquent chaque année la Hiloula dans le mausolée du Rabbi Saadia Adati.

19- 2010 a connu une grande cérémonie de la Hiloula en présence du chef spirituel de la communauté juive de Mellilia, Salomon Cohen.

20- Vu l'importance culturelle de Sidi Youssef, les juifs marocains ont gardé le lien avec ce lieu hautement vénéré. Pendant une journée, la foule des fidèles afflue (220 pèlerins en mai 2010). Tous les passages du Talmud évoquant le culte sont psalmodiés. Des chants, des « qside » ou poèmes judéo-arabes chantés racontent la vie extraordinaire du saint, une vie remplie d'événements fabuleux et d'interventions miraculeuses.



Le site du mausolée de Sidi Youssef (Rabbi Saadia Adati)

Nature du site	
Religion	Juive
Courant religieux	Judaïsme
Motif principal de visite	Culte de la Hiloula

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaires		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction	X	

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	20%
Nationale (hors Oriental)	-	10%
Internationale	-	70%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Cadre agréable, propice au développement. • Vue dominant Nador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de sanitaires adaptés, ni de restauration sur site.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements à prévoir. • Possibilité d'organiser un circuit touristique cultuel (Oujda, Saïdia). 	

2.4.12 Site 12 : Zaouïa Karker Sidi Mohammed Qaddour

Intérêt cultuel du site :

- haut lieu de culte Darqaoui ;
- grande école de Soufisme (Cheikh El Habri y a passé quelques années d'apprentissage) ;
- visité par les marocains et les étrangers (Europe, Asie et USA)²¹.

Environnement du site

Rural & urbain.

Accessibilité du site

Route directe en état moyen.

Type & période de pèlerinage :

- Moussem en avril ;
- Moussem en septembre ;

Ces grands moussem rassemble les murids de toutes origines (Europe, USA, Maroc).

21- Lien tangible à travers l'emprunt spirituel remarquable entre les Zaouïas (Boutchichia, Habriya et Karker).

Mode de gestion

Par la famille de Sidi Mohammed Qaddour installée sur place.

Origines des dons

Biens personnels de la Zaouïa et dons des adeptes (au Maroc et à l'étranger).

Origines du culte :

- Moulay El Arbi Darqaoui avait trois fils, Mohammed, Ali et Moulay Taïeb²².
- la Zaouïa a été transférée pour prendre officiellement le nom de Zaouïa Karker²³.
- après la mort de Moulay Taïeb en 1912, son frère Moulay Saïd lui a succédé²⁴.

Historique du site :

- à partir de 1944, la Zaouïa va être transportée une dernière fois vers son emplacement actuel à Oued Krit à Zghanghan aux environs de Nador ;
- elle est aujourd'hui un haut lieu de culte dont l'importance, dans son emplacement actuel, doit beaucoup aux efforts du Cheikh Darqaoui Mohammed Qaddour ;
- le Cheikh de la Zaouïa Habriya a passé

une partie de sa vie spirituelle dans cette Zaouïa Karkriya étant donné l'appartenance au même courant culturel de la Darqaouia de Sidi El Arbi Darqaoui enterré à Beni Zeroual.

Historique du saint et descendance :

- le saint spirituel de la Tariqa est Moulay El Arbi Darqaoui enterré à Beni Zeroual ;
- la Zaouïa a connu une phase exponentielle sous Moulay Taïeb ;
- renouveau sous le Cheikh Mohammed Qaddour qui a fait de la Zaouïa un haut lieu de pèlerinage et d'apprentissage soufi ;
- le Cheikh actuel est Cheikh El Kamil Sidi Saïd El Idrissi El Karkari, dont la personnalité charismatique attire beaucoup d'adeptes du Maroc et de l'étranger.

Historique du courant religieux :

- confrérie Darqaouiya fondée par Sidi El Arbi Darqaoui (mort en 1823) ;
- descendants et adeptes ont propagé la Tariqa au Maroc et en Algérie ;
- la Zaouïa Karker est l'une des plus influentes de la confrérie Darqaouiya au Maghreb, suivie de la Zaouïa Habriya, elle aussi adoptant la confrérie Darqaouiya.



22- Ce dernier a donné un grand élan à la Darqaouiya durant la fin du 19^{ème} siècle. Sa Zaouïa siégeait dans la citadelle dite Ribat Karker aux environs de Nador.

23- Après ce déplacement, la Zaouïa a connu un nouvel essor avec la construction d'une mosquée pour l'apprentissage du Coran et des habitations pour les étudiants.

24- Son frère Moulay Saïd lui a succédé et a transféré la Zaouïa pendant 7 ans à Oued Ouardana à Ouled Saïd, mais les moussemes se tenaient dans l'ancien site de la Zaouïa Karkriya. Après la mort de Sidi Saïd en 1921, les chorfas Karkriyyine ont déplacé le centre de la Zaouïa vers Rtikout, en pleine montagne du Rif, jusqu'en 1944.



Célébration de l'Aïd Al Mawlid Nabaoui par les disciples de la Zaouïa Karker Sidi Mohammed Qaddour

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme : confrérie Darqaouiya
Motif principal de visite	Hadra et visite du Cheikh

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaire	X	
Restauration		X
Hébergement	X	
Lieu d'échange / Espace multifonction	X	

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	80%	90%
Nationale (hors Oriental)	10%	8%
Internationale	10%	2%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	• Pas de restauration sur site.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Zaouïa visitée par les marocains et les étrangers venant du monde entier (Europe, Asie et USA). • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia, Nador). 	



Le sanctuaire et le mausolée de Sidi Mohammed Qaddour

2.4.13 Site 13 : Zaouïa Allaouiya

Intérêt culturel :

- la Zaouïa peut être considérée comme à la fois marocaine et algérienne ;
- son origine Darqoui la rattache à la Darqouiya mère du Maroc ;
- la Tariqa de Cheikh Allaoui de Mostaganem la rattache au territoire algérien.

Environnement du site

Urbain.

Accessibilité du site

Rue dans un état moyen.

Type & période de pèlerinage

Toute l'année pour le Dikr et la Hadra.

Mode de gestion du site religieux

La Zaouïa est gérée par le Moqadem Abdallah Khattar qui s'occupe des dons et organise les cérémonies du Hadra.

Origines des dons

Ziars et dons des visiteurs.

Origines du culte

Le site accueille une branche de la Zaouïa Allaouiya mère, située à Mostaganem en Algérie²⁵.

Historique du courant religieux :

- Adda Ben Tounès succède à Cheikh Alaoui et crée la première medersa, avant d'ouvrir la première école d'apprentissage pour les jeunes délinquants et désœuvrés ;
- son vœu de lancer un journal bilingue musulman sera exaucé avec la création d'El Morchid, au moment où son sens du pardon, de la tolérance et du dialogue entre les cultures et les religions, le pousse à constituer une nouvelle association, « Les amis de l'Islam », qui a longtemps regroupé juifs, laïcs, musulmans, chrétiens et bouddhistes autour d'un unique idéal, l'amour du prochain ;
- en 1952, Cheikh Adda Ben Tounès décède et passe le flambeau de la « Mechyakha » à son fils El Mehdi, qui s'imposera aussitôt par son dynamisme et son charisme parmi les adeptes de la Zaouïa, jouant un rôle on ne peut plus important dans le domaine social ;
- la Zaouïa se met alors au diapason de la plus efficiente des solidarités aux côtés des pauvres et démunies, avec en plus pour mission de préparer au quotidien les repas destinés aux prisonniers, avec fourniture de vêtements, médicaments et nourriture ; le Cheikh El Mehdi sera mis en résidence surveillée, décision que les Français jugeront salutaire ;
- en avril 1975, à seulement 47 ans, Cheikh El Mehdi Ben Tounès rend l'âme ;
- ses funérailles seront grandioses, autour desquelles se dégagera un sentiment d'émoi et de consternation dans la population de Mostaganem et dans toute la communauté des Allaouiyines, un peu partout sur la planète, surtout au Maroc, deuxième terre de la confrérie ;
- la succession du défunt Cheikh ne semblait pas évidente, obligeant à une relève digne de la confrérie Allaouiya et de tous ceux qui à une époque ou l'autre ont dû la diriger et, partant, guider les pas de milliers de ses adeptes ;
- finalement, Cheikh Khaled succédera à son père avec pour lourde tâche de continuer à transmettre le précieux message du soufisme tout en scellant le lien spirituel par le Soufisme entre l'Orient et l'Occident.



25- Il n'est pas étonnant que cette confrérie soit très influente dans la zone frontalière maroco-algérienne. La Zaouïa noue des relations étroites avec les autres Zaouïas du Maroc oriental (les Zaouïas de Berkane, Laayoune de l'Oriental, Zayou, Nador, Al Hoceima, Imzouren, etc.).



Disciples en prière dans la Zaouïa Allaouiya de Taourirt

Historique du site

La Zaouia Allaouiya a été fondée par Cheikh Moulay Ahmed Ben Mustapha El Allaoui, mort en 1932. C'est une branche de la confrérie Darqaouiya comme la Zaouïa Habriya et la Zaouïa de Karker Mohammed Qaddour, ce qui confirme l'importance culturelle de la Zaouïa Darqaouiya dans la zone frontalière maroco-algérienne.

Historique du saint et descendance

Succession des Cheikhs de la Zaouïa Allaouiya mère : Cheikh Ahmed Allaoui, Cheikh Adda Ben Tounès, Cheikh Mohammed El Mehdi Ben Adda. Le Cheikh actuel est Adlane Khaled Ben El Mehdi Ben Adda.

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Confrérie Allaouiya Darqaouiya
Motif principal de visite	Assister aux cérémonies de Hadra

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaires	X	
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	90%
Nationale (hors Oriental)	-	7%
Internationale	-	3%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
	<ul style="list-style-type: none">• Eloignement des principales Zaouïas.• Pas de restauration sur site.

2.4.14 Site 14 : Debdou (pèlerinage juif)

Intérêt culturel du site

Le cimetière juif constitue un socle d'attractivité sur lequel peuvent venir se greffer d'autres éléments touristiques, comme les vestiges du Mellah, les vestiges de synagogues et les tombes de saints juifs.

Environnement du site

Urbain.

Accessibilité du site

Route dans un état moyen.

Origines du culte :

- Debdou, ville de l'Oriental marocain non loin de la frontière algérienne, dont la population était composée en grande partie de juifs sépharades de Séville arrivés au Maroc en 1391 ou bien installés en 1492 après leur expulsion d'Espagne²⁶ ;
- importance de la source Sblilya (Séville), ainsi nommée par les juifs de Debdou²⁷.

Historique du site :

- Debdou était considérée durant la première moitié du 20^{ème} siècle comme le seul territoire du Maroc où les juifs constituaient la majorité de la population, une situation unique en terre d'Islam ;
- David Cohen-Scali a été le gouverneur officieux de Debdou de 1895 à 1910 ;
- jusqu'au milieu des années 50, Debdou était un centre vital de la vie juive maghrébine ;

Debdou comptait plus d'une douzaine de synagogues, qui ont conservé les rituels religieux et les coutumes du judaïsme andalou. Après la Seconde Guerre mondiale, un millier de juifs vivaient encore dans Debdou. Ils se sont installés en 1955-56 dans les moshavim des périphéries Sud et Nord d'Israël, suite à leur rencontre avec des émissaires de l'Agence Juive du Ministère de l'Immigration Israélien ;

le livre monumental de Eliyahou Marciano intitulé « Une nouvelle Séville en Afrique du Nord : histoire et généalogie des Juifs de Debdou » retrace avec beaucoup de profondeur et de rigueur l'histoire des juifs marocains de Debdou.

Historique du saint et descendance

- Parmi les saints juifs de Debdou, on peut citer entre autres Shlomo Cohen, Moche Mimoun, Youssef Ben Chamoun, Youssef Ben Bibi, Youssef Tordjman ;
- Vu l'exode des juifs de Debdou, la descendance des saints juifs de Debdou est très difficile à élucider.

Historique du courant religieux

L'histoire de Debdou s'insère dans l'histoire globale du judaïsme marocain, très marqué par le culte des saints. La Hiloula est l'un des cultes les plus pratiqués à Debdou. Vient ensuite le fameux rituel de la fête du Pessah, très célébré par la communauté juive du Maroc.



26- La communauté juive était régie par plusieurs familles influentes qui se sont livrées à des luttes intestines et de pouvoir pour le leadership communautaire, dont notamment les Cohen-Scali, Murciano, Benhamou, Bensusan, Benaim, Ha-Cohen et Morali. Vers le milieu du 18^{ème} siècle, la communauté a été ravagée par une épidémie de choléra qui a entraîné le déplacement de 300 familles vers d'autres régions du Maroc : la communauté a été réduite de 630 à 330 familles. Néanmoins, les Juifs constituaient environ les deux tiers de la population totale.

27- Nommée ainsi par les juifs de Debdou pour commémorer leurs souvenirs de Séville.



Vue générale de Debdou, autour de la kasbah



Vestiges mérinides et vue de Debdou depuis les hauteurs

Nature du site	
Religion	Juive
Courant religieux	Judaïsme
Motif principal de visite	Visite des tombes - Travail de mémoire des descendants

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière		X
Sanitaires		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Cadre très agréable, propice au développement. • Vue dominant Debdou. • Hébergement possible dans un complexe appartenant à la Commune et surplombant le site. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de sanitaires adaptés, ni de restauration sur site.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements à prévoir. • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia, Nador, Taourirt, Debdou). 	



Marabout proche de Debdou. Dans la ville et sa région, musulmans et juifs honorent parfois traditionnellement les mêmes saints (Photo Younès Fizazi)

2.4.15 Site 15 : Sidi Abdelkader

Intérêt culturel du site

Sidi Abdelkader Ben Mohammed Ben Slimane Ben Abi Smaha, mort en 1616, a fondé cette Zaouïa à Figuig.

Environnement du site

Urbain.

Accessibilité du site

La Zaouïa se situe à Agdal (Est du Hammam Fouqani, l'un des sept ksour de Figuig²⁸).

Type & période de pèlerinage :

- toute l'année ;
- Zaouïa très visitée pour des raisons culturelles (Zaouïa principale du Hammam Fouqani²⁹).

Mode de gestion

Gestion par un Moqadem sous la tutelle du Ministère des Habous et des Affaires Islamiques.

Origines des dons

Ziars et dons des visiteurs.

Origines du culte :

- le site était à l'origine un haut lieu de culte soufi fondé par le Cheikh Abdelkader Ben Mohammed Ben Slimane Ben Abi Smaha, Cheikh de la Zaouïa Samahiyya ;
- après la mort du fondateur, ses descendants et adeptes ont construit un mausolée sur sa tombe.

Historique du site :

- ce site a concurrencé la Zaouïa Sidi Abdeljebbar et date de la fin du 16^{ème} siècle, période d'émergence de la dynastie Sâadienne très influente sur les ksour de l'Est marocain ;
- après la fondation de la Zaouïa Samahiyya, les adeptes se multipliaient pour une vocation, au début purement soufie, puis pour les érudits et savants en matière de jurisprudence, qui ont trouvé dans la Zaouïa un lieu propice ;
- la Zaouïa Samahiyya de Sidi Abdelkader est devenue une Zaouïa soufie et une école scientifique, mais sans atteindre la réputation de la Zaouïa de Sidi Abdeljebbar dans le domaine scientifique.

Historique du saint et descendance :

- après la mort du Cheikh fondateur Sidi Abdelkader en 1616, ses successeurs ont pris la relève et fondé des branches de la Zaouïa dans les environs de Figuig ;



28- Son intérêt réside dans le fait que la Zaouïa Samahiyya jouait au ksar Hammam Fouqani un rôle similaire à celui joué par la Zaouïa Sidi Abdeljebbar à ksar Lam'iz. Son rôle dans l'encadrement religieux et social était fort important, surtout pendant les périodes de troubles politiques. Actuellement, elle constitue l'un des centres culturels les plus influents à Figuig. La Ziara est pratiquée toute l'année.

29- La littérature place cette Zaouïa parmi celles ayant le plus grand nombre d'adeptes. Actuellement, elle est très visitée par les femmes.

- grâce à la descendance de Sidi Abdelkader, cette Zaouïa peut être considérée comme un élément majeur de l'identité culturelle du Ksar Hammam Fouqani et d'ailleurs de toute la ville de Figuig.

Historique du courant religieux

Comme la Zaouïa de Sidi Abdeljebbar, la Samahiyya est une branche de la grande confrérie Chadiliya, avec bien entendu des spécificités liées à la réalité locale. La Zaouïa Samahiyya était très influencée par les leçons du grand soufi de Tlemcen Sidi Abu Madiane El Ghout. C'est la raison pour laquelle les adeptes de la Samahiyya ont donné le nom d'El Obbad (lieu d'enterrement du Cheikh Abu Mediane à Tlemcen) à l'une des branches de la Samahiyya installée à Figuig.



Le site de la Zaouïa de Sidi Abdelkader

Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Bénédiction, recherche de la guérison

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaires		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	95%
Nationale (hors Oriental)	-	2%
Internationale	-	3%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cadre très agréable, propice au développement. • Vue sur le désert. • Très bonne gouvernance locale. 	<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pas de sanitaires ni de restauration sur site. • Faiblesse de la restauration sur Figuig que ce soit dans l'unique hôtel ou en dehors dans la ville (même pas un restaurant de grillades en extérieur comme à Bouarfa).
<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements à prévoir. • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia, Nador, Taourirt, Debdou, Figuig). 	<p>Menaces</p> <p>-</p>



Le sanctuaire de Sidi Abdelkader et son mausolée à Figuig (vues anciennes en bas)

2.4.16 Site 16 : Sidi Abdeljebbar El Figuigui

Intérêt culturel du site

Site de haute valeur culturelle, culturelle, et symbolique³⁰.

Environnement du site

Urbain.

Accessibilité du site

La Zauïa se situe au cœur du ksar Lam'iz, l'un des sept ksour de Figuig.

30- Sidi Abdeljebbar et sa descendance ont constitué pendant des siècles l'emblème culturel des ksour de Figuig. Cette Zauïa est connue dans l'histoire régionale sous le nom « Dar El Oudda » (la maison des provisions), allusion à l'abondance, l'hospitalité et la générosité. Dans une zone saharienne comme Figuig, ces principes sont des denrées majeures dans l'existence collective des populations. La Zauïa de Sidi Abdeljebbar constituait un point d'ancrage autour duquel convergeaient les activités religieuses et sociales des sept ksour de Figuig.

Type & période de pèlerinage :

- toute l'année ;
- Zaouïa très visitée pour des raisons culturelles, mais aussi comme grand centre scientifique.

Mode de gestion du site religieux

Site géré par les descendants du Cheikh El Figuigui.

Origines des dons

- Ziaras et dons des visiteurs.

Projets sur le site

Projet en cours de réhabiliter la fameuse bibliothèque de la Zaouïa³¹.

Origines du culte :

- le site était à l'origine une école scientifique et soufie fondée par le Cheikh Ahmed Ben Moussa, père de Sidi Abdeljebbar ;
- après la mort du fondateur, son fils Abdeljebbar a donné à la Zaouïa sa renommée³² ;
- les descendants de Sidi Abdeljebbar ont construit un mausolée sur sa tombe.

Historique du site :

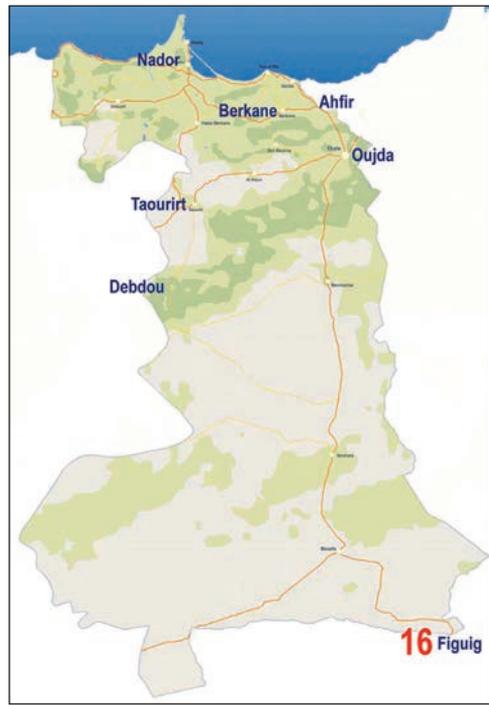
- ce site raconte une étape cruciale de l'histoire culturelle et religieuse de Figuig (le 15^{ème} siècle, entre l'apogée mérinide et le déclin wattaside), ce qui a donné à la Zaouïa de Sidi Abdeljebbar une place de choix pour la sauvegarde des sciences islamiques dans cette zone frontalière ;
- le lieu a été un point d'attraction pour les savants et les soufis de l'Oriental, d'Algérie, et d'autres pays arabes comme l'Egypte (les responsables du site évoquent des étudiants égyptiens venant approfondir leurs travaux dans la bibliothèque de la Zaouïa).

Historique du saint et descendance :

- Sidi Abdeljebbar, qui a hérité du pouvoir spirituel de son père Sidi Ahmed Ben Moussa, a placé la Zaouïa au rang des plus influentes de l'Oriental marocain ;
- son rôle d'arbitrage entre les tribus, son attitude hostile à la pénétration étrangère, sa place de choix comme érudit inégalé en la matière, a donné à la Zaouïa sa renommée.

Historique du courant religieux

- la Zaouïa de Sidi Abdeljebbar, bien qu'adoptant le Soufisme Chadili, avait une certaine spécificité liée aux traditions locales et aux conditions anthropologiques ;
- en effet, la Zaouïa de Figuig a joué pendant longtemps le rôle de ciment par ses qualités d'ouverture et d'indulgence entre plusieurs Zaouïas comme la Darqaouiya, la Nasiriyya de Daraa, la Habtiyya de Chaouen et la Saouma'iyya de Beni Mellal.



31- Manuscrits dispersés dans la famille et chez certains notables. Une visite récente du Ministre de la Culture a mis l'accent sur ce point crucial.

32- Notamment par sa fameuse bibliothèque qui attirait des étudiants de tous les pays arabes et musulmans.

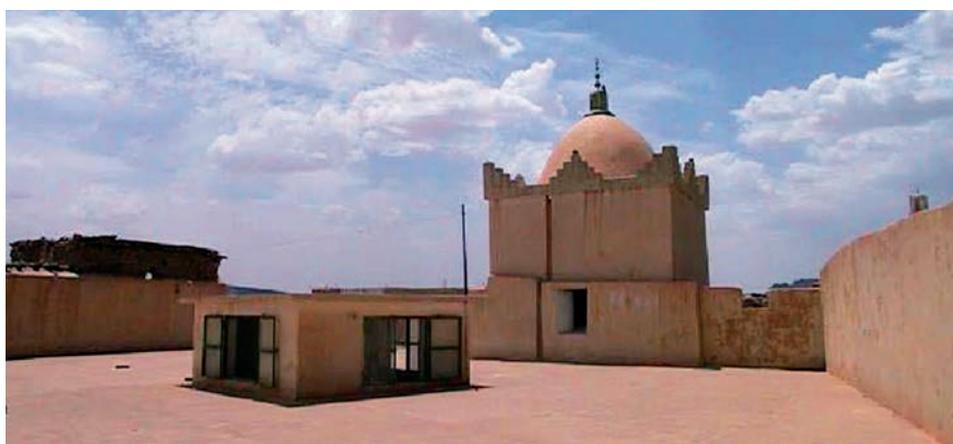
Nature du site	
Religion	Musulmane
Courant religieux	Soufisme Chadili
Motif principal de visite	Bénédiction, Hadra, et recherche de savoirs religieux et littéraires

Lieux ou espaces dédiés	Oui	Non
Prière	X	
Sanitaires		X
Restauration		X
Hébergement		X
Lieu d'échange / Espace multifonction		X

Origines	Pèlerins	Visiteurs
Locale (Oriental)	-	90%
Nationale (hors Oriental)	-	5%
Internationale	-	5%

Analyse stratégique des forces et des faiblesses du site

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Cadre très agréable, propice au développement. • Vue sur le désert. • Très bonne gouvernance locale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de sanitaires ni de restauration sur site. • Faiblesse de la restauration sur Figuig, que ce soit dans l'unique hôtel ou en dehors dans la ville (même pas un restaurant de grillades en extérieur comme à Bouarfa).
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia, Nador, Taourirt, Debdou, Figuig). 	-



Le mausolée de Sidi Abdeljebbar à Figuig

2.4.17 Synthèse du diagnostic de l'offre

Les points forts et points faibles de l'offre culturelle et touristique de la Région de l'Oriental peuvent être résumés de manière synthétique comme l'établit la matrice ci-après.

Celle-ci permet constater de nombreuses potentialités. Néanmoins, pour le moment, peu de produits touristiques adaptés aux attentes des touristes, notamment européens, sont effectivement disponibles.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • D'une manière générale, le cadre physique des lieux de culte est très agréable et propice au développement. • Certaines Zaouïas sont visitées par de nombreux étrangers d'origines très diverses (Europe, Asie, USA, MENA). • Il existe souvent un potentiel de développement interne réel. • Dans certains cas, la structure est rodée. • Un attracteur naturel est constitué pour la Région (image, notoriété, économie, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque d'hébergement adapté (chez l'habitant, habitat léger de loisirs, gîtes de campagne, glamping) permettant de prendre le temps de la découverte. • Manque d'offre de restauration touristique, même simplifiée (table d'hôte), notamment sur site. • Manque de transport touristique. • Manque d'animation touristique & culturelle. • Isolement par rapport aux circuits touristiques. • Dans la plupart des cas, pas de sanitaires adaptés. • D'une manière générale, manque de moyens. • D'une manière générale, manque de logistique adaptée (parking, restauration, sanitaires, hébergement) pendant le Mawlid. • Certains sites actuellement fermés ou inaccessibles.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • D'une manière générale, possibilité d'une mise en valeur touristique des sites sans beaucoup d'aménagements à prévoir (structure de base > fondamentaux), car peu de sites méritent un aménagement plus important (structure variable en fonction de la nature des aménagements identifiés). • Possibilité d'organiser un circuit touristique culturel (Oujda, Saïdia, Nador, Taourirt, Debdou, Figuig). • Possibilité de développement intégré tout au long de l'année pour la Zaouïa Boutchichia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dynamique de destination très limitée. • Marché touristique en déclin. • Peu d'attractivité sur du tourisme d'agrément pur. • Risque de dégradation des vestiges et des documents inestimables. • Risque de sous-dimensionnement par rapport à des besoins grandissants (Zaouïa Boutchichia).

2.5 ANALYSE DE LA DEMANDE

2.5.1 Étude de la demande touristique globale

Cette analyse se base sur les diagnostics touristiques réalisés au niveau de la Région. Il s'agit d'une synthèse qui reprend les principaux enseignements de ces études.

Analyse quantitative

Les faits historiques

L'étude de la demande touristique régionale ne peut se faire sans rappel de faits historiques qui ont marqué le tourisme régional et continuent d'influencer l'activité touristique.

Le tourisme entre 1985 et 1995

La période a connu deux grands événements qui ont eu un double impact, positif puis négatif, sur l'offre et la demande touristique de la Région de l'Oriental : l'ouverture de la frontière terrestre Maroc-Algérie en 1988, puis sa fermeture en 1994.

En 1988, date d'ouverture des frontières terrestres :

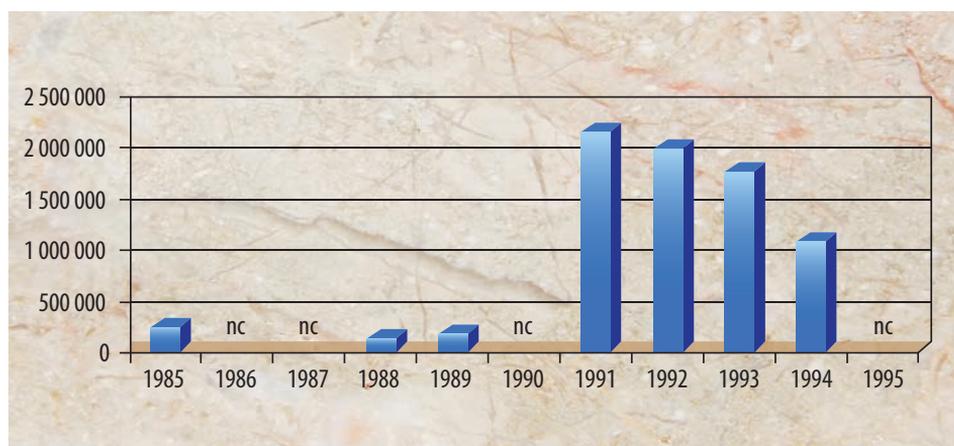
- le nombre de touristes a augmenté de près de 36% en 1989 par rapport à 1988 ;
- les nuitées touristiques ont augmentés de 31% en 1989 par rapport à 1988.

À la fermeture des frontières (second semestre de 1994), les arrivées touristiques dans la Région et les nuitées touristiques ont enregistré une diminution considérable (Cf. graphiques ci-après).

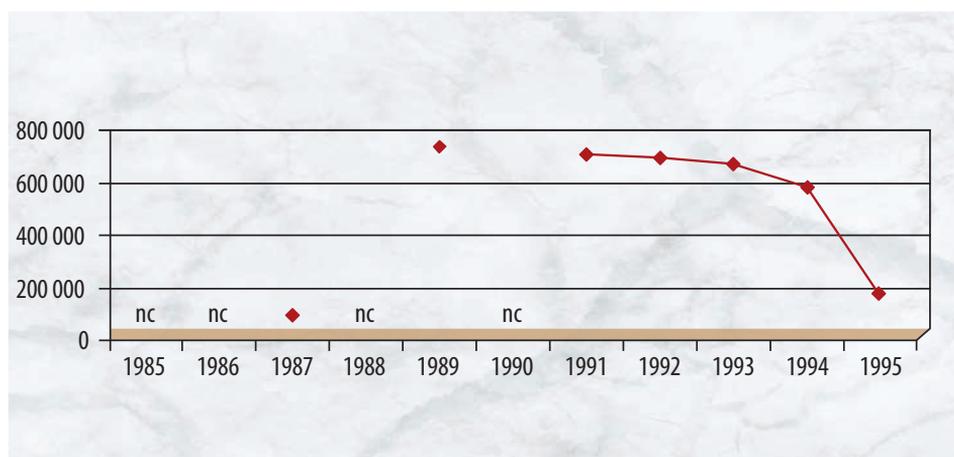
De 1985 à 1991, le nombre de touristes ne cesse de croître (de 262 000 touristes en 1985 à plus de 2 millions en 1991), puis baisse et s'effondre avec la fermeture de la frontière en 1994, à 1 million de touristes.

C'est la part des flux passant par la frontière terrestre qui montre l'importance de l'ouverture ou de la fermeture des frontières sur l'activité touristique.

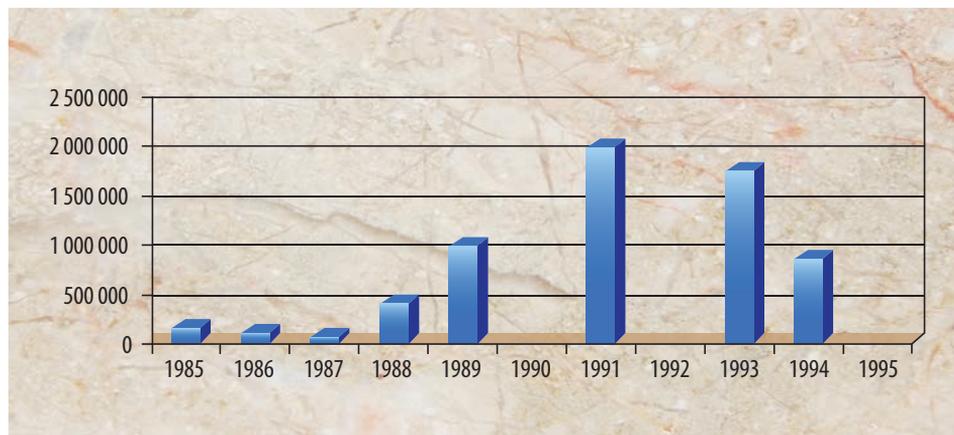
Évolution du nombre de touristes



Évolution des nuitées touristiques



Évolution des entrées par la frontière terrestre Maroco-algérienne



Source : Diagnostic du tourisme dans l'Oriental, CCIS Oujda

Le tourisme après 1995

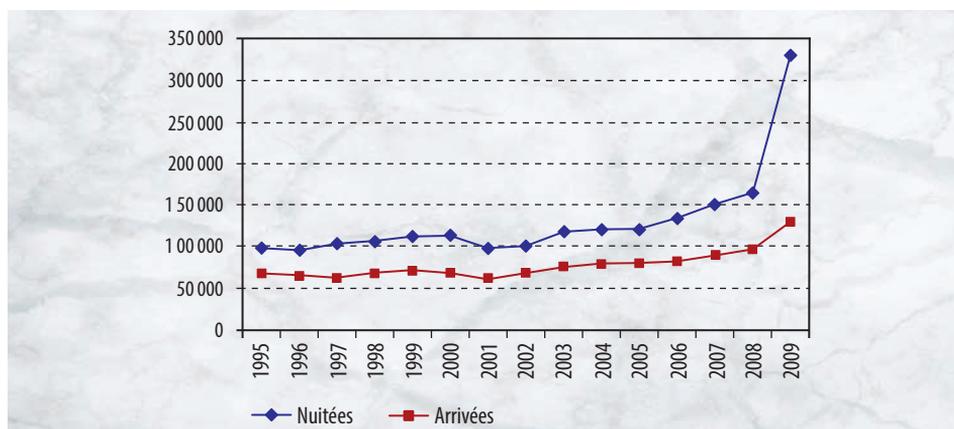
Les statistiques régionales depuis 1995 montrent une baisse significative des arrivées et nuitées touristiques par rapport à la période qui a précédé la fermeture de la frontière.

Sur la période 1995 - 2009, on peut distinguer 4 périodes :

- 1995 - 1997 : diminution de la fréquentation qui se poursuit pour les raisons évoquées ;
- 1998 - 1999 : augmentation en nombre d'arrivées et de nuitées ;
- 2000 - 2001 : nouvelle baisse en arrivées et nuitées (baisse générale dans tout le Maroc) ;
- 2002 - 2009 : hausse des arrivées et des nuitées (à l'instar de l'ensemble du pays, cette période est marquée par une dynamique en matière d'arrivées et de nuitées, sans doute suite aux effets de la stratégie de développement Vision 2010).

Le tourisme régional est fortement lié à la situation à la frontière maroco-algérienne.

Évolution des arrivées et nuitées touristiques dans l'hôtellerie classée de l'Oriental



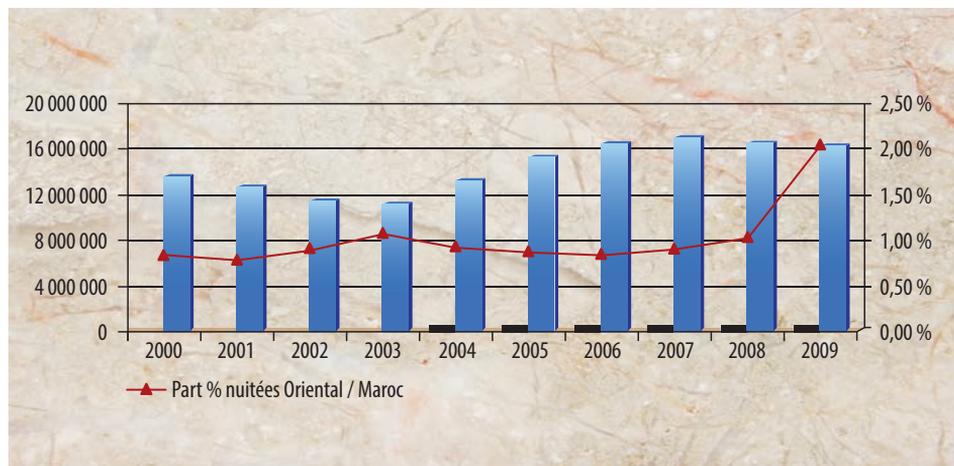
Source : Statistiques / Ministère du Tourisme

La situation actuelle

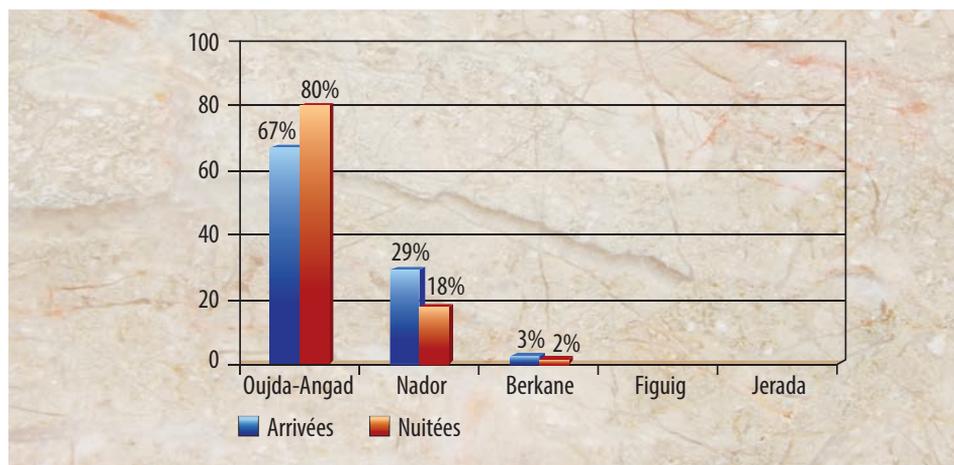
L'analyse des statistiques de fréquentation régionale pour les 10 dernières années indique :

- un poids touristique faible, dont témoigne la part des nuitées régionales qui ne représente que 2% des nuitées nationales en 2009 ;
- la Préfecture d'Oujda-Angad et la Province de Nador concentrent l'essentiel des arrivées et des nuitées touristiques ;
- une progression des nuitées touristiques sur les 5 dernières années, beaucoup plus importante que la moyenne nationale.

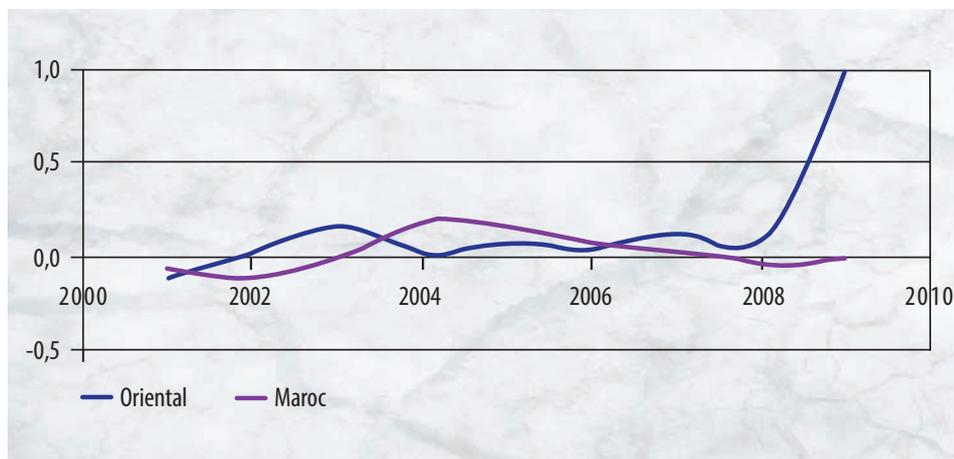
Évolution des nuitées touristiques dans l'Oriental et à l'échelle du Maroc



Répartition régionale des arrivées et nuitées dans l'hôtellerie par Préfecture et Provinces



Évolution des nuitées touristiques



Source : Statistiques / Ministère du Tourisme

Analyse qualitative

Origine de la fréquentation

L'analyse de la fréquentation dans les hébergements touristiques régionaux indique :

- une fréquentation à 80% nationale ;
- une fréquentation internationale principalement européenne (70% des nuitées) ;
- la France comme principal marché émetteur (47% des nuitées), suivie de l'Espagne (10%) puis l'Allemagne (6%) ;
- une clientèle nationale composée principalement de résidents et de MRE originaires de la Région.

Motivations

En l'absence d'études qualitatives des motivations des visiteurs, les entretiens réalisés avec les acteurs touristiques de la Région ont permis de cerner les motifs de visites :

- une clientèle d'affaires sur une large partie de l'année (8 mois), clientèle de passage pour raisons professionnelles (clientèle concentrée essentiellement sur les deux principales villes de la Région, Oujda et Nador) ;
- une clientèle de loisirs, principalement entre juin et septembre.

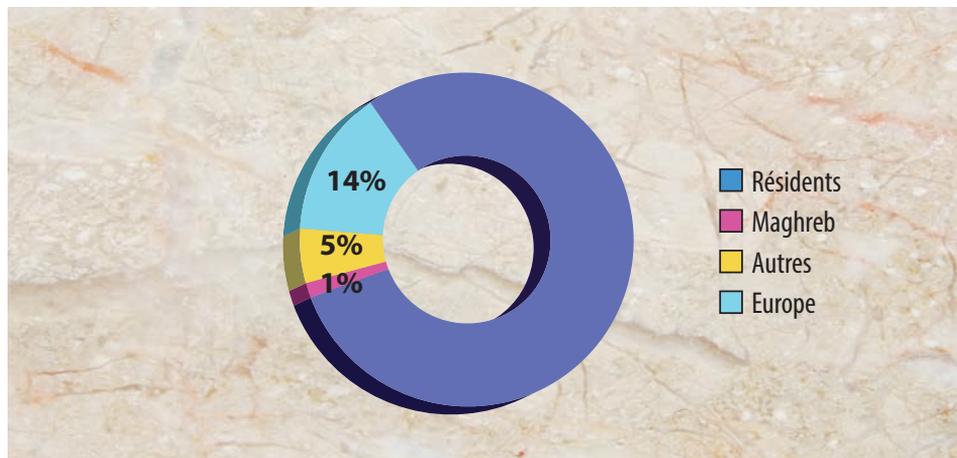
Principaux motifs de visite classés par degré d'importance (d'après les entretiens réalisés) :

- visite des parents et amis (MRE) ;
- tourisme balnéaire (littoral de Saïdia et Nador) ;
- tourisme culturel (visite du pays, circuits, gastronomie).

Toujours d'après les entretiens réalisés :

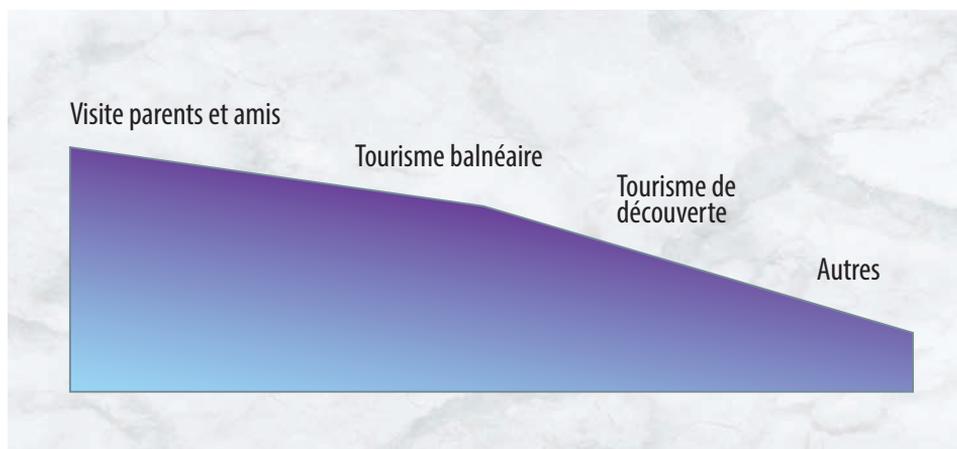
- la clientèle internationale est majoritairement orientée vers les loisirs, avec comme motivations principales le balnéaire et le tourisme de découverte, la nature et la culture ;
- la clientèle nationale est surtout constituée de MRE (essentiellement la visite de parents et amis et le tourisme balnéaire) ;
- les résidents au Maroc viennent principalement pour motifs professionnels.

Origines des nuitées dans les hôtels classés



Source : Statistiques / Ministère du Tourisme

Tourisme de loisirs : principaux motifs de visite



Durée moyenne de séjour

La durée moyenne de séjour (DMS) est très faible et s'établit à 1,66 nuit / séjour (la moyenne nationale est d'environ 3,5), ce qui est dû à la nature du tourisme qui caractérise la Région, principalement un tourisme de transit motivé par des raisons professionnelles.

La DMS varie en fonction des Provinces :

- Oujda-Angad : 1,84 ;
- Nador : 1,53 ;
- Berkane : 1,2 ;
- Figuig : 1,05 ;
- Jerada : 0.

Poids et positionnement touristique par Préfecture et Provinces
(la Province de Driouch est ici prise en compte dans celle de Nador)

Province	Poids touristique (au sein de la Région)	Positionnement (motivations de visite)
Oujda-Ajgad	Fort (++) Arrivées : 52% Nuitées : 57%	Tourisme culturel Tourisme d'affaires
Berkane	Faible (-) Arrivées : 7% Nuitées : 5%	Tourisme balnéaire Tourisme rural
Nador / Driouch	Fort (++) Arrivées : 41% Nuitées : 38%	Tourisme balnéaire Tourisme écologique / rural
Figuig	Très limité (- -) Arrivées : moins de 1% Nuitées : moins de 1%	Tourisme de désert
Jerada	Très limité (- -) Arrivées : moins de 1% Nuitées : moins de 1%	Tourisme de désert

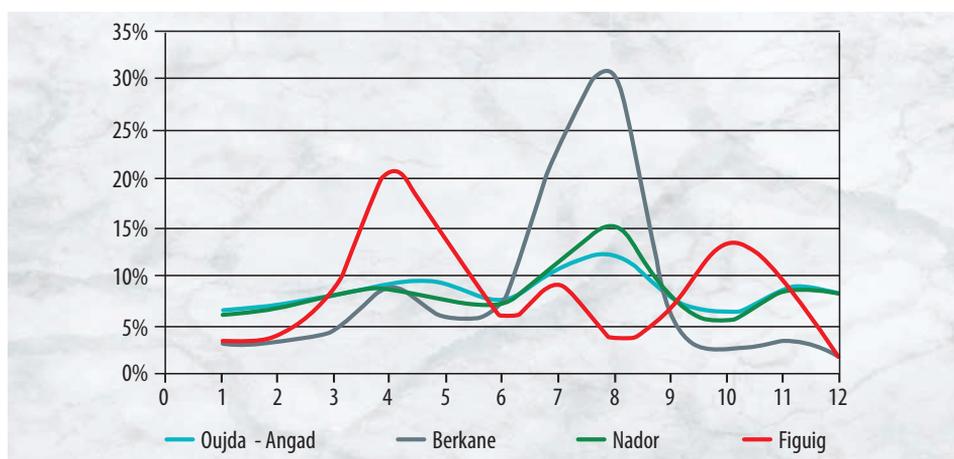
Source : Analyses statistiques et entretiens

Saisonnalité

Les 3 mois d'été sont les plus fréquentés, grâce en partie au poids des MRE, très présents sur cette période.

La haute saison s'étend de mars à mai et de septembre à novembre pour la Province de Figuig (territoire désertique peu fréquenté pendant les périodes de forte chaleur).

Saisonnalité de la fréquentation touristique (% des arrivées mensuelles)



Source : CCIS Oujda

Données sur les clientèles

Marché	Origine	Lieux fréquentés	Mode d'hébergement	Motivations	Durée de séjour	Importance stratégique (volume)
Résidents	Région de l'Oriental	Sites naturels (balnéaire, sources thermales...) Sites culturels et patrimoniaux	Visite à la journée Famille et amis Résidence secondaire	Visite famille et amis Loisirs : balnéaire, shopping, etc.	Variable : journée à plusieurs jours	+++
MRE	Europe (Allemagne, France, Espagne)	Sites naturels balnéaire, source thermales... Sites culturels et patrimoniaux	Famille et amis Résidences secondaires Hôtels	Visite famille et amis Loisirs : balnéaire, visites culturelles, etc.	Une semaine à quatre semaines	+++
Tourisme national Agrément	Nord du Maroc Régions proches	Sites naturels (balnéaire) Sites culturels	Hôtels Résidence secondaire Immobilier locatif	Balnéaire, Shopping, Découverte : patrimoniale, culturelle, gastronomique	Variable : quelques jours, voire 1 à 2 semaines	- (+)
Tourisme national Affaires	Tout le Maroc	Rarement de la visite	Hôtel	Affaires	Un à trois jours (en moyenne)	++
Tourisme international En séjours	France Espagne (Algérie)	Sites naturels (balnéaire, désert, montagne) Sites culturels et patrimoniaux	Résidence secondaire Hôtel	Balnéaire, Découverte : patrimoniale, culturelle, gastronomique	Variable : quelques jours à quelques mois	+ (+) amené à croître
Tourisme international En itinérance	France, Espagne, Allemagne	Sites naturels (balnéaire, désert, montagne) Sites culturels et patrimoniaux	Pas d'hébergement Sinon, hôtels	Visite de sites Gastronomie Découverte	Journée	-

Synthèse de la demande touristique :

- Forte dépendance de la conjoncture politique :
 - hausse de la fréquentation avec l'ouverture de la frontière maroco-algérienne ;
 - effondrement depuis sa fermeture.
- Marché national, le premier émetteur de touristes
- Saisonnalité touristique très marquée (vacances d'été avec le retour des MRE)
- Faible durée moyenne de séjour et faible niveau des arrivées et nuitées touristiques, parmi les plus bas au plan national
- Positionnement touristique autour des filières :
 - Tourisme d'affaires (séjours professionnels)
 - Tourisme balnéaire (environ 47% des arrivées)
 - Tourisme culturel (combiné au tourisme d'affaires, ces filières représentent environ 51% des arrivées)

Une Région en « devenir touristique »



Éléments de contexte qui auraient un impact sur la demande future :

- montée en puissance attendue de la station de Saïdia, non sensible aujourd'hui ;
- projets touristiques structurants (Marchica Med, Vision 2020) ;
- amélioration de l'accessibilité : autoroute Oujda-Fès, amélioration de la liaison ferroviaire et de la desserte aérienne ;
- projets économiques structurants (Nador West Med, MED-EST, etc.) ;
- réchauffement des relations maroco-algériennes et ouverture de la frontière

Impact prévisionnel

- Augmentation de la fréquentation touristique
- Développement du tourisme de loisirs
- Bénéfice à tirer pour les autres filières touristiques de la Région : tourisme sportif, tourisme du désert, tourisme culturel, etc.

Analyse de la fréquentation des sites religieux et de mémoire

Il n'existe pas de statistiques officielles concernant la fréquentation de ces lieux de cultes. Les entretiens réalisés sur place avec les responsables ont permis d'évaluer le volume de fréquentation ainsi que le profil des visiteurs.

Le tableau ci-après présente les principaux enseignements de ces entretiens.

Site	Lieu	Type	Niveau de fréquentation	Motifs	Origine	Période	Durée de séjour
1 Sidi Yahya Ben Younès	Oujda	Mausolée	Elevé Entre 20 à 30 000 personnes	Purement culturel	Locale 80% Nationale 15% Internationale 5%	Toute l'année	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)
2 Sidi Abdelouahab Sbaï	Oujda	Mausolée	Très faible	Purement culturel	Locale 90% Nationale 7% Internationale 3%	-	-
3 Sidi Abdallah Zandafou	Oujda	Zaouïa	Nul Site fermé en juin 2010	Purement culturel	Locale 90% Nationale 8% Internationale 2%	-	-
4 Sidi Driss	Oujda	Mausolée	Elevé Environ 5 000 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 95% Nationale 5%	Toute l'année	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)
5 Sidi El Jilali	Oujda	Mausolée	Nul Site fermé depuis les années 90	Purement culturel	Locale 99% Nationale 1%	-	-
6 Sidi Mohammed Ben Chakroun	Oujda	Mausolée	Très faible	Purement culturel	Locale 99% Nationale 1%	Toute l'année	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)
7 Sidi Maâfa	Oujda	Mausolée	Très faible	Purement culturel	Locale 90% Nationale 7% Internationale 3%	Toute l'année	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)
8 Zaouia Boutchichia	Madagh (Berkane)	Zaouïa	Très Elevé > 100 000 visiteurs durant la semaine du Mawlid	Purement culturel	Locale 20% Nationale 70% Internationale 10%	Toute l'année (forte concentration sur la période du Mawlid)	Variable entre 1 et 5 jours
9 Sidi Ahmed Aberkane	Berkane	Mausolée	Moyen Environ 2 000 à 2 500 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 98% Nationale 2%	Toute l'année	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)

Site	Lieu	Type	Niveau de fréquentation	Motifs	Origine	Période	Durée de séjour
10 Zaouia Darqouiya (Habriya)	Ahfir	Zaouïa	Elevé Environ 5 000 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 95% Nationale 5%	Toute l'année (forte concentration sur la période du Mawlid)	Variable entre 1 et 3 jours
11 Sidi Youssef	Nador	Mausolée	Faible Environ 500 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 20% Nationale 10% Internationale 70%	Entre avril et mai	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)
12 Zaouia Karkriya	Nador	Zaouïa	Moyen Environ 5 000 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 80% Nationale 10% Internationale 10%	Mous- sents pendant les mois d'avril et de sept.	Variable entre 1 et 3 jours
13 Zaouia Allaouiya	Taourirt	Zaouïa	Moyen Environ 2 500 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 90% Nationale 7% Internationale 3%	Toute l'année	Variable entre 1 et 3 jours
14 Debdou	Debdou	Mausolée	Faible Environ 100 visiteurs par an	Purement culturel	Internationale 100%	Entre avril et mai	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures)
15 Sidi Abdelkader Ben Mohammed	Figuig	Mausolée	Moyen Environ 1 000 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 95% Nationale 2% Internationale 3%	Toute l'année (forte concentration sur la période du Mawlid)	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures) Séjour de 1 à 3 jours
16 Sidi Abdeljebbar Al Figuigui	Figuig	Mausolée	Moyen Environ 2 000 à 3 000 visiteurs par an	Purement culturel	Locale 90% Nationale 5% Internationale 5%	Toute l'année (forte concentration sur la période du Mawlid)	Visite à la 1/2 journée (1 à 2 heures) Séjour de 1 à 3 jours

Synthèse de la demande dans les lieux de culte et de mémoire

- **Deux grandes catégories de sites :**

- des sites à rayonnement local, dont la demande est essentiellement de proximité ;
- des sites à rayonnement national et international (Zaouïa Boutchichia, Mausolée Sidi Youssef, etc.), avec visiteurs de tout le pays et de l'étranger.

- **Demande constituée principalement d'adeptes et de croyants venant dans ces lieux pour des raisons purement religieuses et de mémoire.**

- **Fréquentation purement touristique (pour motifs d'agrément) inexistante.**

- **On peut distinguer deux grandes catégories de sites :**

- ceux qui se visitent à la demi-journée (1 à 2 heures) : généralement les mausolées (Sidi Yahya Ben Younès par exemple) ;
- ceux dont les visiteurs séjournent sur place (généralement les Zaouïas), d'une simple nuit à plusieurs semaines.

- **La fréquentation est concentrée sur une faible partie de l'année** (généralement la semaine du Mawlid).

Principaux enseignements à prendre en compte dans la stratégie de développement :

- des lieux visités principalement par une population de croyants dont le motif de visite est purement spirituel et avec peu de pratiques d'agrément ;
- une fréquentation concentrée avec des arrivées « massives » sur quelques jours et des périodes de très faible fréquentation, voire d'absence de visiteurs ;
- des pratiques et des attentes différentes de celles des touristes d'agrément, notamment en matière d'hébergement et d'espaces sanitaires.

2.6 CONCLUSIONS

L'Oriental est une Région du Maroc très fortement marquée par la structure de son territoire et par sa géomorphologie. Située au Nord-Est du Royaume, sa position géographique peut être considérée comme stratégique dans l'espace méditerranéen et maghrébin, aussi bien par sa proximité avec l'Europe que par son voisinage immédiat avec l'Algérie. Le climat est de type méditerranéen, caractérisé par des ambiances très différentes : semi-arides au Nord, subhumides dans les montagnes moyennes, arides dans le couloir Taurirt, El-Aïoun, Oujda et sur les Hauts Plateaux, et sahariennes dans les zones méridionales. Le développement du tourisme dans l'Oriental doit tenir compte de ces disparités qui sont autant de richesses à mettre en valeur. A l'exception de quelques sites dans les principales villes, le patrimoine culturel matériel et immatériel marocain reste encore peu valorisé, aucune démarche globale d'ingénierie touristique n'ayant été déployée pour en assurer l'accessibilité et l'attractivité touristique.

2.6.1 Potentialités touristiques

L'Oriental dispose de nombreuses potentialités touristiques, qui restent peu exploitées. Saïdia n'assurant pas son rôle moteur, la Région ne profite pas d'une clientèle, certes à motivation balnéaire, mais qui pourrait être séduite par d'autres formes de tourisme.

La trentaine de sites touristiques identifiés comme disposant d'un fort potentiel évoqués ci-avant restent encore largement à l'état de potentialités. Pour les valoriser, il faudrait plus que des ressources : créer de véritables concepts d'exploitation adossés à des plans prévisionnels de gestion pertinemment étudiés, et offrant de véritables produits touristiques.

2.6.2 Réalités culturelles contrastées

Comme l'étude l'a montré, les réalités culturelles sont largement contrastées. Qu'il s'agisse de sites à très faible fréquentation (une centaine de personnes par an) ou de sites à très forte fréquentation (par exemple de l'ordre de cent mille personnes pendant le Mawlid), l'Oriental dispose d'une grande variété de pratiques culturelles, dont la majorité sont vivantes.

A ce jour, même si ces manifestations culturelles attirent des étrangers, on ne peut pas dire pour autant qu'il s'agisse de touristes, même s'ils sont comptabilisés comme tels, puisque leur motivations sont exclusivement culturelles.

2.6.3 Richesses culturelles & faiblesse patrimoniale

Même si les réalités culturelles sont une véritable richesse culturelle pour l'Oriental, d'une manière générale, les traces matérielles restent limitées (vestiges mal conservés, reconstruction récente, mauvaise restauration, etc.). Cette faiblesse patrimoniale tangible rend difficile la mise en valeur touristique des sites culturels.

Même si le caractère intangible de ces lieux est plein de promesses, il n'en demeure pas moins que le touriste apprécie de se trouver dans des cadres physiques ayant fait l'objet d'aménagements de qualité. C'est aussi pour cela qu'il se déplace.

2.7 ADDENDUM

Suite à cette étude et à l'investigation en profondeur qui en est résultée, deux nouveaux sites culturels de l'Oriental sont apparus comme recélant un potentiel stratégique de développement à court et moyen termes :

- le site de Sidi Bouâmama, à El Aïoun Sidi Mellouk ;
- la Zaouïa Hamzaouiya Chaikhiyya située à Aïn-Bni-Mathar.

Ils sont donc adjoints à la liste précédente et détaillés dans les pages qui suivent, portant de 16 à 18 le nombre des sites étudiés, objets du Plan d'actions proposé.

Le développement du tourisme culturel dans la Région passe par :

- une logique de site, avec des actions de développement ciblées pour chaque site ;
- une logique d'animation territoriale :
 - intervention transversale ciblée qui vise à développer le produit ;
 - actions de marketing dans le but d'augmenter les flux ;
 - actions en matière de distribution.

3.1 LOGIQUE DE SITE : UNE APPROCHE CIBLÉE PAR SITE

Le développement du tourisme culturel passe par le développement de l'offre. Les actions de marketing et de promotion ne peuvent précéder la mise en place d'une offre qui réponde aux attentes des visiteurs (touristes ou fidèles). Il convient :

- d'identifier les sites à potentiel, capables de constituer une offre de visite ;
- de définir le degré d'aménagement et d'intervention dans chaque site en tenant compte de son importance stratégique, d'un point de vue culturel et sous l'angle du potentiel touristique.

Quels sites sont prioritaires ?

Ceux qui présentent un fort potentiel compte tenu :

- d'un public potentiel (nombre d'adeptes, de touristes) ;
- d'une localisation et de la proximité de foyers touristiques ;
- d'une offre susceptible d'intéresser les touristes ;
- d'un cadre naturel et paysager ;
- d'une proximité de foyers de population.

Quels aménagements envisager ?

En priorité ceux qui s'adressent aux fidèles (bien que certains aménagements soient à caractère transversal) :

- stationnement ;
- sanitaires ;
- lieu de recueillement, prière, etc. ;
- espaces d'hébergement et de restauration.

Ensuite, pour les sites à rayonnement national et/ou international, ceux qui ont un fort potentiel, afin de développer une offre touristique :

- signalétique / affichage ;
- centre d'interprétation³³ ;
- espace de détente, de restauration, etc. ;
- boutique de site / vente de produits locaux.

Les tableaux ci-après présentent l'analyse de chaque site afin de définir son importance stratégique et un classement effectué par niveau d'intervention (trois sont distingués).

33- Lieu de mise en valeur et d'explication des intérêts d'un site, où la pédagogie et l'information priment sur d'éventuels éléments d'exposition. Ce cadre s'avère souvent un facteur majeur d'impact économique pour la gestion du site et sur son environnement.

3.1.1 Propositions d'intervention sur les principaux sites culturels de l'Oriental

Détail des niveaux d'intervention

Niveau 1

Intervention sur les aspects suivants :

- accessibilité au site ;
- signalétique ;
- stationnement.

Niveau 2

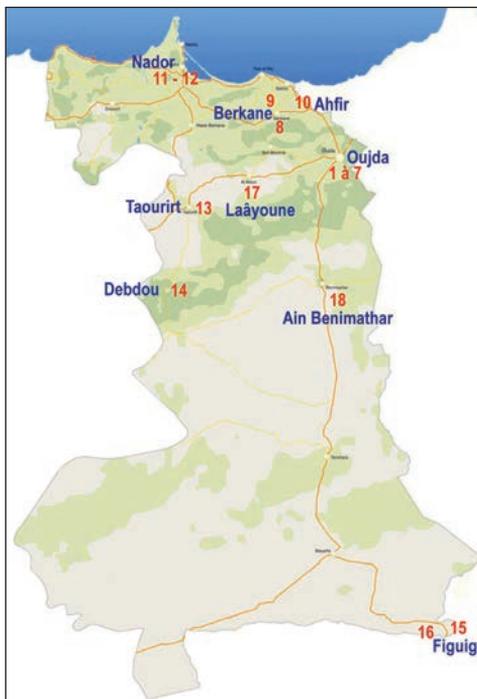
Intervention sur des aménagements dédiés aux fidèles, pouvant également servir aux touristes :

- sanitaires ;
- salles d'hébergement ;
- salles de restauration ;
- salle multifonction (prière, causerie, etc.).

Niveau 3

Intervention pour des aménagements dédiés à l'accueil de touristes :

- information touristique (panneaux informatifs, etc.) ;
- espace d'hébergement adapté (soit au sein du site, soit chez l'habitant) ;
- espace détente, dont cafétéria ;
- centre d'interprétation, éventuellement avec une boutique de site (pour certains sites).



Echéance d'intervention souhaitable

CT : court terme ;

MT : moyen terme ;

LT : long terme.

Echéance souhaitable et niveau d'intervention concernant les principaux sites culturels de la Région de l'Oriental

Préfecture / Province	Site	Echéance souhaitable	Niveau d'intervention
Oujda	1 Sidi Yahya Ben Younès	CT	1, 2 & 3
	2 Sidi Abdelouahab Sbai	MT / LT	1
	3 Sidi Abdallah Zandafou	MT / LT	1
	4 Sidi Driss	MT / LT	1
	5 Sidi El Jilali	MT / LT	1
	6 Sidi Mohammed Ben Chakroun	MT / LT	1
	7 Sidi Maâfa	MT / LT	1, 2 & 3
Berkane	8 Zaouïa Boutchichia	CT	1, 2 & 3
	9 Sidi Ahmed Aberkane	MT / LT	1
Ahfir	10 Habriya Darquaouiya	CT	1, 2 & 3
Nador	11 Sidi Youssef	CT	1, 2 & 3
	12 Zaouïa karkriya (Sidi Mohammed Qaddour) Zghanghan	CT	1, 2 & 3
Taourirt	13 Zaouïa Allaouiya	MT / LT	1
Debdou	14 Cimetière juif, Kasbah	CT / MT	1 & 3
Figuig	15 Sidi Abdelkader	CT / MT	1 & 3
	16 Sidi Abdeljebbar El Figuigui	CT / MT	1 & 3
El-Aïoun	17 Sidi Bouâmama	CT / MT	1 & 2
Aïn-Bni-Mathar	18 Zaouïa Hamzaouiya Chaikhiyya	CT / LT	1, 2 & 3

Potentiel des sites en rapport avec leur diagnostic

Sites	Type	Niveau de fréquentation	Potentiel d'attractivité	Atouts	Faiblesses
1 Sidi Yahya Ben Younès à Oujda	Mausolée	Très important Entre 20 à 30 000 personnes	Potentiel moyen	Aménagements présents sur site Cadre agréable, propice au développement Localisation (près du centre d'Oujda)	Rayonnement plutôt local
2 Sidi Abdelouahab Sbaï à Oujda	Mausolée	Très faible	Potentiel faible	Localisation en plein centre de la médina (zone de forte affluence)	Rayonnement plutôt local Site de taille modeste (bâtiment d'une dizaine de mètres carrés avec peu de foncier autour)
3 Sidi Abdallah Zandafou à Oujda	Zaouïa	Nul Site fermé en juin 2010	Potentiel moyen	Localisation proche de la ville (possibilité d'organiser un circuit touristique qui associe les principaux sites de la ville)	Etat matériel du bâtiment (risque de dégradation) Site actuellement fermé
4 Sidi Driss à Oujda	Mausolée	Moyen Environ 5 000 visiteurs par an	Potentiel faible	Localisation proche de la ville (possibilité d'organiser un circuit touristique qui associe les principaux sites de la ville)	-
5 Sidi El Jilali à Oujda	Mausolée	Nul Site fermé depuis les années 90	Potentiel limité	-	Lieu inaccessible Risque de dégradation des vestiges
6 Sidi Mohammed Ben Chakroun à Oujda	Mausolée	Très faible	Potentiel faible	-	Etat matériel très dégradé
7 Sidi Maâfa à Oujda	Mausolée	Très faible	Potentiel moyen	Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements Parc de Sidi Maâfa : lieu très prisé par les oujdis	Absence de toute infrastructure de base

8 Zaouïa Boutchichia à Madagh	Zaouïa	Très important > 100 000 visiteurs durant la semaine du Mawlid	Potentiel fort	Rayonnement national et international Cadre paysager de qualité Possibilités foncières Potentiel interne de développement Structure et équipe habituées à organiser de grandes manifestations	Manque de moyens pour suivre le développement Manque de logistique adaptée (parking, restauration, sanitaires, hébergement) pendant le Mawlid
9 Sidi Ahmed Aberkane à Berkane	Mausolée	Moyen Environ 2 à 2 500 visiteurs par an	Potentiel faible	Cadre agréable, propice au développement Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements	-
10 Zaouïa Darqaouiya (Habriya) à Ahfir	Zaouïa	Moyen Environ 5 000 visiteurs par an	Potentiel fort	Rayonnement national et international Cadre paysager de qualité Accès direct au rond point vers Saïdia Possibilité de mise en valeur touristique du site sans beaucoup d'aménagements	Accessibilité jusqu'au site Pas de sanitaires adaptés, ni de restauration sur site Potentiel du site
11 Sidi Youssef à Nador	Mausolée	Faible Environ 150 visiteurs par an	Potentiel important	Rayonnement national et international (communauté juive) Cadre paysager de qualité Proximité de Nador	Accessibilité au site Absence d'aménagements de base
12 Zaouïa Karkriya à Nador	Zaouïa	Moyen Environ 5 000 visiteurs par an	Potentiel important	Notoriété nationale et internationale Localisation entre Oujda, Saïdia et Nador	-
13 Zaouïa Allaouiya à Taourirt	Zaouïa	Moyen Environ 2 500 visiteurs par an	Potentiel moyen	-	Eloignement des principales Zaouïas Pas de restauration sur site

14 Debdou	Mausolée	Faible Environ 100 visiteurs par an	Potentiel important	Rayonnement national et international Cadre paysager de qualité Proximité de site touristique : source de Tafrant	Accessibilité au site Absence d'aménagement
15 Sidi Abdelkader Ben Mohammed à Figuig	Mausolée	Moyen Environ 1 000 visiteurs par an	Potentiel moyen	Paysage à proximité (palmeraie de Figuig), Figuig étape touristique importante de l'Oriental dans les circuits liés au désert La palmeraie classée au patrimoine mondial de l'UNESCO	Rayonnement plutôt local Accessibilité au site Pas de sanitaires, ni de restauration sur site et faiblesse de la restauration sur Figuig
16 Sidi Abdeljebbar El Figuigui à Figuig	Mausolée	Moyen Environ 2 à 3 000 par an	Potentiel moyen	Paysage à proximité (palmeraie de Figuig), Figuig étape touristique importante de l'Oriental dans les circuits liés au désert La palmeraie classée au patrimoine mondial de l'UNESCO	Rayonnement plutôt local Accessibilité au site Pas de sanitaires, ni de restauration sur site et faiblesse de la restauration sur Figuig
17 Sidi Bouâmama à El-Aïoun Sidi Mellouk (Province de Taourirt)	Mausolée	Moyen	Potentiel important	Site à haute valeur symbolique Possibilité de constituer, avec le marabout Sidi Mellouk et la Kasbah Ismailiya, des bases de promotion du tourisme local dans la petite ville de El-Aïoun Bonne accessibilité Restauration sur le site	Revenus financiers faibles Pas de restauration sur site Manque de sécurité
18 Zaouïa Hamzaouiya Chaikhiyya à Aïn-Bni- Mathar	Zaouïa	Moyen / Elevé Environ 2 000 visiteurs pendant le moussem	Potentiel fort	Présence du moussem, générateur de ressources économiques Bonne accessibilité au site	Infrastructure faible Éloignement du site

Tableau synthétique des sites selon leur potentiel stratégique et la nature des interventions à y programmer

Sites	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention			Degré de priorité
			Niv. 1	Niv. 2	Niv. 3	
1- Sidi Yahya Ben Younès	Oujda	Fort	x	x	x	CT
2- Sidi Abdelouahab Sbaï	Oujda	Faible	x			MT / LT
3- Sidi Abdallah Zandafou	Oujda	Moyen	x			MT / LT
4- Sidi Driss	Oujda	Faible	x			MT / LT
5- Sidi El Jilali	Oujda	Limité	x			MT / LT
6- Sidi Mohammed Ben Chakroun	Oujda	Faible	x			MT / LT
7- Sidi Maâfa	Oujda	Moyen	x	x	x	MT / LT
8- Zaouïa Boutchichia	Madagh	Fort	x	x	x	CT
9- Sidi Ahmed Aberkane	Berkane	Faible	x			MT / LT
10- Zaouïa Darqaouiya (Habriya)	Ahfir	Fort	x	x	x	CT
11- Sidi Youssef	Nador	Important	x	x	x	CT
12- Zaouïa Karkriya	Nador	Important	x	x	x	CT
13- Zaouïa Allaouiya	Taurirt	Moyen	x			MT / LT
14- Debdou	Debdou	Important	x		x	CT / MT
15- Sidi Abdelkader Ben Mohammed	Figuig	Moyen	x		x	CT / MT
16- Sidi Abdeljebbar El Figuigui	Figuig	Moyen	x		x	CT / MT
17- Sidi Bouâmama	El Aïoun Sidi Mellouk	Important	x	x		CT / MT
18- Zaouïa Hamzaouiya Chaikhiyya	Aïn-Bni-Mathar	Fort	x	x	x	CT / LT

Pour chaque niveau, les aménagements ne sont pas forcément identiques, même si leur nature est similaire. Le dimensionnement de ces aménagements est détaillé dans le Plan d'actions.

3.1.2 Synthèse de l'évaluation

Des besoins communs

Pour tous les sites, on constate des besoins assez similaires en matière d'accessibilité, de signalétique et de stationnement (pour certains sites, il s'agit d'une intervention de création, pour d'autres d'amélioration de l'existant).

Le confort des fidèles et l'offre touristique

Pour les trois Zaouïas (Boutchichia, Darqaouiya et Karkriya), des aménagements sont nécessaires pour améliorer le confort des fidèles en priorité (Niveau 2), puis d'autres aménagements pour créer une offre touristique (Niveau 3).

La valorisation du potentiel touristique

Les sites de Sidi Youssef, Debdou, Sidi Abdelkader Ben Mohammed et Sidi Abdeljebbar El Figuigi, présentent des potentialités, notamment par leur cadre paysager, favorables au développement d'une offre touristique et des aménagements touristiques (Niveau 3) y sont à prévoir.

Les priorités

D'après l'analyse qui précède, les sites prioritaires sont ceux dont le degré de priorité est évalué de « court terme », ensuite ceux de « court terme / moyen terme », ces derniers étant bien répartis sur le territoire (dans toutes les Provinces), avec une diversité religieuse (site musulmans et juifs).

La création de centres d'interprétation

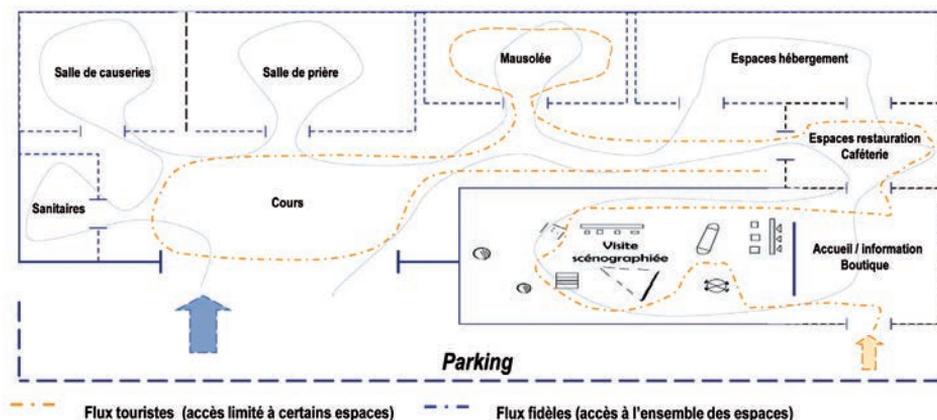
Les Zaouïas Boutchichia, Darquaouiya, et Karkriya disposent de potentialités importantes, avec notamment une vie effective sur chaque site, qui justifient la création de centres d'interprétation. Compte tenu du potentiel de fréquentation, la création d'un centre d'interprétation est recommandée dans la Zaouïa Boutchichia et la Darquaouiya (pour les autres sites, qui feront l'objet d'une intervention de Niveau 3, la création d'un centre d'interprétation ne se justifie pas).

Un centre d'interprétation n'est pas un musée, mais un système d'expositions interactives, de maquettes en multimédia, de projections, de jeux de lumière. Son but est d'offrir aux visiteurs des animations permettant de découvrir le lieu sous ses diverses facettes. Il s'agit de stimuler leur regard, piquer leur curiosité, inviter à partir à la découverte du lieu, de son histoire, de ses valeurs, etc. L'objectif est de fournir aux visiteurs des clés de lecture de la richesse culturelle des sites à travers une compréhension du courant religieux, des valeurs véhiculées, des origines, des principaux personnages, etc. Il s'agit aussi d'une invitation à la découverte de la richesse culturelle de la Région par la présentation des principaux sites.

Le schéma de principe comporterait :

- un espace d'accueil et d'information, avec un coin boutique (vente de livres, CD, etc.) ;
- cet espace communique avec l'espace scénographié (où les visiteurs peuvent visualiser des films, des photos, feuilleter des manuscrits, assister à un atelier, etc.) ;
- les visiteurs peuvent accéder à l'espace détente / cafétéria ;
- une visite guidée des lieux est proposée ensuite.

Schéma de principe pour l'installation d'un centre d'interprétation



3.2 LOGIQUE D'ANIMATION TERRITORIALE

3.2.1 Actions / Produit

Création d'une route culturelle de l'Oriental

Objectif

Créer un circuit de visite thématique associant plusieurs sites pour proposer une offre riche avec une meilleure visibilité. Ce produit s'adresse aussi bien à une population de fidèles que de touristes :

- pour les fidèles, une offre leur permettant de découvrir les autres sites culturels et d'autres pratiques spirituelles ;
- pour les touristes, l'offre de la découverte de l'Oriental à travers une approche culturelle, le circuit associant des étapes en des lieux à potentiel touristique (naturel et / ou culturel).

À court terme

Ce circuit, qui associe les 5 - 6 principaux sites de la Région, présente un potentiel important de fréquentation touristique. Parmi les messages véhiculés figure la richesse culturelle de l'Oriental au travers de sites représentant les différentes religions présentes dans la Région. Une attention particulière est accordée à cette diversité des lieux de culte que le circuit doit mettre en avant. La diversité naturelle de la Région est également soulignée par les environnements variés des sites : campagne, montagne, désert, ville, etc.

À moyen / long terme

À moyen terme, on peut étudier la possibilité d'étendre le circuit. La Région de Fès-Boulemmane est proche et se caractérise par son potentiel touristique et sa richesse culturelle. Un autre circuit serait à rattacher à la culture et à la nature : le circuit Cala Iris / Saïdia / Marchica est envisageable car la région de Nador / Al Hoceïma est à forte valeur ajoutée. Sur le long terme, on peut imaginer intégrer ce circuit à un itinéraire sous-régional, voire international : « *La Route des Religions* ».

L'Ouest algérien abrite plusieurs Zaouïas porteuses des mêmes courants religieux que ceux présents dans la Région de l'Oriental. Le prolongement du circuit vers des sites culturels algériens peut être logiquement envisagé.

Des partenariats peuvent aussi être conclus avec des organisations spécialisées, tel l'Institut Européen des Itinéraires Culturels basé à Luxembourg.

Des scénarios de circuits seront proposés dans le cadre du Plan d'actions ci-après.

Aménagements

Il s'agit surtout d'aménagements liés à la signalétique, l'affichage, l'amélioration de l'accessibilité sur certains sites, voire l'aménagement de sentiers de liaison de sites proches.

Développement des activités d'accompagnement

Objectif

Des activités au service des pèlerins et visiteurs doivent s'adapter à l'évolution de la société sans pour autant négliger la préservation du site culturel. Elles visent notamment à :

- renforcer les liens sociaux ;
- favoriser la complémentarité site culturel / environnement externe ;
- soutenir un développement durable ;
- contribuer au dynamisme économique et à l'aménagement du territoire.

Démarche

Ces activités visent à améliorer le cadre général des sites culturels, notamment :

- la découverte du site et de son histoire ;
- la préparation de la visite ;
- l'espace pédagogique ;
- la boutique ;
- l'hébergement ;
- la restauration et le fast food ;
- les loisirs (excursions, parcs, etc.) ;
- les moussems.

Des scénarios seront proposés dans le cadre du Plan d'actions.

Exemple d'aménagement : la création d'un hôtel

Créer cet aménagement suppose les étapes suivantes :

- analyse et dimensionnement de la demande et réflexion sur le positionnement de l'hôtel ;
- analyse des besoins en infrastructures, matériels, ressources humaines, budgets d'investissement et de fonctionnement, puis établissement d'un business plan ;
- choix du site, dimensionnement de l'édifice et aménagement.

Exemple d'activités : la création d'une offre d'animation et loisirs

Une telle offre peut augmenter l'attractivité touristique des lieux de culte :

- mise en place d'activités autour des traditions ;
- organisation de rencontres et de repas traditionnels chez l'habitant ;
- mise en place d'animations nocturnes, spectacles, etc.

Développement d'activités périphériques

En complémentarité des actions d'animation territoriale relatives au produit, un autre programme peut être exploité : « **Préservation et valorisation du patrimoine** »

Objectif

En partenariat avec le Ministère des Habous et des Affaires Islamiques et le Ministère de l'Habitat et de la Politique de la Ville, plusieurs actions peuvent être menées au niveau des sites et des villes abritant ces lieux de culte.

Ces actions visent notamment la création de :

- chantiers de préservation et restauration du patrimoine matériel (programmes de préservation de l'ancienne médina d'Oujda, de Debdou, etc.), notamment des lieux de culte anciens (Zaouïas, synagogues, etc.) ;
- programme de classement international (de la Province de Berkane, etc.) ;
- chantiers de valorisation du patrimoine récent ;
- création d'une base documentaire de recensement et conservation des traditions (Moussems, Festivals, etc.).

3.2.2 Actions de marketing en faveur du tourisme culturel

Les actions en faveur du tourisme culturel visent un public religieux. Il s'agit de mettre en place une stratégie dont la finalité est de générer des flux additionnels et donc des retombées sur les territoires concernés. Cette fréquentation nouvelle peut être générée en :

- fidélisant ceux qui sont déjà venus ;
- développant l'attractivité auprès de nouveaux fidèles ;
- allongeant la durée moyenne de séjour en associant le séjour spirituel et l'agrément.

Les actions à privilégier sont celles susceptibles d'avoir un retour mesurable en termes de fréquentation et de retombées économiques.

Axes de travail selon les marchés

Marché national

Des actions spécifiques d'information ciblées principalement sur des lieux de culte :

- faire connaître l'offre régionale (lieux de culte, courants spirituels), avec l'appui du Ministère des Habous et des Affaires Islamiques et celui de ses Délégations Régionales ;
- le circuit comme support de visite de la Région à travers un séjour spirituel.

Marché international

Les marchés prioritaires :

- ceux considérés comme prioritaires pour le Maroc en tant que destination touristique ;
- ceux avec une forte communauté de MRE ;
- ceux avec une forte communauté d'adeptes.

Les entretiens réalisés ont démontrés une présence non négligeable de ressortissants américains (Boutchichiya), d'espagnols (Mausolée de Sidi Youssef à Nador, cimetière juif de Debdou). Le Sénégal abrite une forte communauté d'adeptes de la Tariqa Tijaniya.

Le croisement de ces critères permet de cibler :

- les marchés à fort potentiel comme la France et l'Espagne :
 - proximité géographique et culturelle ;
 - forte communauté de MRE ;
 - un marché de tourisme culturel et religieux mature ;
- l'Algérie, dans la perspective d'une normalisation des relations bilatérales avec le Maroc ;
- les marchés d'opportunités, comme Israël, les Etats-Unis, le Sénégal :
 - communauté de juifs marocains attachés au Maroc (Israël et les Etats-Unis) ;
 - un marché où le Soufisme est très répandu (Sénégal).

Synthèse des axes de travail par marchés

Types de marchés	Pays	Type d'actions
Marché interne	Maroc	<ul style="list-style-type: none"> • Développer l'offre produits et mener des actions spécifiques d'information vers les expatriés et la population nationale. • Actions de communication dans les sites culturels de grande notoriété dans les autres Régions du Royaume.
Marchés internationaux prioritaires	France Espagne	<ul style="list-style-type: none"> • Partenariats avec des TO spécialisés (tourisme religieux, spirituel, etc.) en priorité ceux déjà présents au Maroc ou dans la Région (Maghreb). • Organisation d'Eductours (invitation de Tour Opérateurs dans le but de leur présenter l'offre, à la charge financière de l'organisateur). • Présence lors de salons professionnels spécialisés du tourisme religieux (Salon du tourisme religieux organisé par le World Religious Travel Association (WRTA) à Montréal en novembre 2010 ; Peregrinus) ou certains salons généralistes disposant de stands consacrés au tourisme religieux (Monde à Paris, Arabian Travel Market, ITB, WTM, etc.). • Référencement dans les magazines professionnels + Stratégie d'image en appui + Stratégie d'enrichissement produit
	Algérie	<ul style="list-style-type: none"> • Action de partenariat avec les TO spécialisés. • Actions ciblées dans les sites culturels qui représentent les mêmes courants que ceux présents dans l'Oriental + Stratégie d'image en appui + Stratégie d'enrichissement produit.
Marchés Internationaux (opportunité)	Israël, USA, Canada, Sénégal	<ul style="list-style-type: none"> • Actions ciblées auprès des TO spécialisés. • Référencement dans les magazines professionnels.

3.2.3 Action en faveur du tourisme d'agrément

On vise ici le tourisme d'agrément ayant l'offre culturelle comme point d'entrée. Il convient de concentrer les efforts en communication sur des actions ciblées puisque les publics sont parfaitement définis et les moyens de les atteindre précisément définis.

Concentrer les moyens sur des actions à l'échelle régionale

Le produit « tourisme culturel » n'étant pas le motif principal de visite pour une clientèle de loisirs, les actions à mettre en place doivent donc être ciblées pour une meilleure efficacité. La promotion, à l'échelle locale, ciblera les touristes en séjour dans la Région.

Clientèle internationale et MRE :

- communication dans les lieux de séjour et les points d'accueil touristiques ;
- communication d'information sur l'offre culturelle et « La Route Culturelle » de l'Oriental ;
- positionnement en tant qu'offre complémentaire (d'un séjour balnéaire ou culturel), la découverte des multiples facettes de la Région via des étapes dans des lieux culturels ;
- dossier aussi exhaustif que possible, avec toute la documentation et les cartes requises pour le classement de l'ancienne médina d'Oujda au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Clientèle marocaine

A la communication précédente, s'ajoutent des actions via les supports mis en place par l'ONMT, ainsi que par les médias locaux et nationaux, notamment la presse, en particulier pour promouvoir « La Route Culturelle » comme support de découverte de la Région.

Outils d'accompagnement des stratégies de marketing et de communication

Quatre types d'outils sont indispensables :

- des supports d'information pour le grand public (dépliants, brochures, etc.) qui valorisent l'offre culturelle de la Région, avec présentation des sites, de « La Route Culturelle », de l'offre touristique annexe (hébergements, points d'intérêt touristique, etc.) ;
- des supports pour les salons et rencontres commerciales :
 - supports audiovisuels ou en multimédia (film promotionnel ou présentation Powerpoint interactive mêlant images, films, documents sonores, qui valorise la richesse de l'offre culturelle, avec des versions en 4 langues - français, anglais, espagnol, allemand - pour aller sur les marchés cibles prioritaires) ;
 - une plaquette institutionnelle de présentation de la Région destinée aux professionnels, pour les informer sur le cadre institutionnel du tourisme, les organismes en charge du secteur, l'organisation juridique, ... (un document qui doit convaincre ces professionnels et leur donner envie de programmer la destination) ;
 - des affiches et autres outils de marketing direct, dont la PLV ;
- un manuel des ventes (simple dans la forme, donc réalisable en interne) de 10 à 20 pages, actualisé chaque année, destiné aux professionnels qui pourraient programmer la destination, avec, à ce titre, exclusivement des informations pratiques :
 - adresses, contacts, cartes ;
 - connaissance pratique du pays (géographie, particularités, atouts, etc.) ;
 - dessertes aériennes ;
 - principales agences réceptives avec leurs spécificités ;
 - hébergements ;
 - sites et lieux culturels et / ou naturels attractifs.
- un site Internet, également destiné avant tout aux professionnels et, en sus, aux particuliers qui voyageraient seuls ou voudraient s'informer sur le pays avant un voyage, donc :
 - conçu comme un portail informatif renvoyant vers les sites des différents prestataires qui commercialisent la Région de l'Oriental ;
 - évolutif, à enrichir progressivement dans le temps ;
 - doté d'une rubrique dédiée aux informations et documentations destinées principalement aux professionnels intéressés à commercialiser la destination.

3.2.4 Actions envers la distribution

Le marketing, conçu au sens large, oblige à fixer une stratégie de distribution. Des actions relatives à la distribution sont décrites dans la stratégie de marketing, comme :

- les partenariats avec les Tours Opérateurs spécialisés ;
- la mise en place d'un site Internet facilitant la mise en relation des professionnels du tourisme ou encore des touristes avec les acteurs sur place.

En complément, des actions ponctuelles adressées plus spécifiquement aux fidèles peuvent être engagées, comme la mise en place de partenariats avec des compagnies de transport pour faciliter le transit des pèlerins sur des périodes de forte affluence, comme la semaine du Mawlid (par exemple avec la RAM, l'ONCF, la CTM). Le partenariat entre le CRT de Fès et la RAM pour créer le produit « Ziyara Tijaniya » en offre packagée illustre parfaitement cette approche : transport par avion, séjour (hôtel et transferts) de 8 jours, 7 nuits à Casablanca, Rabat et Fès, et accès au lieu de pèlerinage.

La communauté Tijane est répartie dans plusieurs pays africains et ce produit a été conçu pour permettre aux pèlerins d'accomplir leur devoir de Ziara à la Zaouïa de Cheikh Sidi Ahmed Tijani dans les meilleures conditions.

3.2.5 Organisation des moyens humains et matériels

Organisation des moyens humains

La meilleure solution semble de constituer un groupe de travail qui associerait :

- l'Agence de l'Oriental ;
- les institutions du tourisme aux niveaux local et régional (CRT, Délégations Régionales et Provinciales du Tourisme, Conseils Provinciaux du Tourisme) ;
- les responsables des sites culturels ;
- le Ministère des Habous et des Affaires Islamiques, qui est disposé à participer activement et à soutenir différents programmes.

Ce groupe de travail aurait la charge de :

- mettre en oeuvre la stratégie de développement préconisée ;
- définir un Plan d'actions annuel (pour arrêter en commun les objectifs annuels, les actions commerciales et promotionnelles, les salons auxquels il faut participer, les moyens à mettre en oeuvre, les participants à telle ou telle action, etc.) ;
- définir un budget annuel avec la répartition des actions ;
- mettre en place des partenariats avec les opérateurs, les compagnies de transport, etc. ;
- travailler avec les acteurs des sites pour restaurer et conserver des manuscrits, etc.

Préconisations pour le financement des actions

Type d'intervention	Appui				
	Site concerné	Agence de l'Oriental	Autorités et Collectivités locales	ONMT, Ministère du Tourisme	Ministère des Habous et des A.I.
Développement de l'offre sur site	X	X			X
Création de « La Route Culturelle de l'Oriental »		X	X		
Actions / Marketing - Promotion - Distribution		X		X	X

Le tableau ci-dessus suggère comment financer les actions de développement :

- un cofinancement site culturel / Agence de l'Oriental pour améliorer l'offre / produit dans les sites culturels ;
- un cofinancement de l'Agence de l'Oriental avec les autorités et collectivités locales (Municipalités et Provinces concernées par le projet de « La Route Culturelle de l'Oriental ») ;
- un cofinancement de l'Agence de l'Oriental avec l'ONMT et le Ministère du Tourisme à travers ses représentations territoriales pour les actions relatives à la stratégie de marketing ;
- des propositions de subventions du Ministère des Habous et des Affaires islamiques.

Pour certaines actions, l'apport des autorités locales et des institutions du tourisme peut prendre la forme d'une mise à disposition d'outils et de moyens humains.

4.1 SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME CULTUEL

Le Schéma de Développement du Tourisme Cultuel propose de retenir 6 sites culturels en priorité parmi l'ensemble des sites inventoriés ci-avant (voir carte ci-après). Il se base sur :

- l'étendue de la Région de l'Oriental et la concentration des sites culturels les plus importants sur certaines zones, notamment touristiques ;
- la nécessité d'ouvrir la thématique culturelle au plus grand nombre compte tenu des investissements nécessitant d'être rentabilisés, avec la particularité de garder une logique de niche pour les pèlerins et les touristes en recherche de spiritualité, tout en intéressant le grand public avec une approche plus animée, informative et ludique ;
- la contrainte de rester sur des axes majeurs pour faciliter la commercialisation de l'offre sur une zone encore très enclavée et aussi d'accroître le potentiel touristique de la Région.

4.1.1 Niveaux de mise en place

Le Schéma de Développement du Tourisme Cultuel de l'Oriental propose une structuration autour de 6 sites culturels priorités, avec 3 niveaux de la mise en place.

A court terme

- un dispositif régional d'accueil en réseau adapté aux 6 sites ;
- deux routes culturelles de l'Oriental :
 - le Circuit des Saints ;
 - la Route des Zaouïas.

A moyen terme

Les structures d'expositions :

- un Centre d'Interprétation du Patrimoine à Oujda-Angad ;
- une Maison des Tribus à Debdou ;
- une Exposition Oasis & Lieux de Cultes à Figuig.

A long terme

Une Médina identitaire et emblématique.

4.1.2 Niveaux d'objectifs

Les choix concernant le Schéma de Développement du Tourisme Cultuel de l'Oriental présentent également 3 niveaux d'objectifs.

A court terme

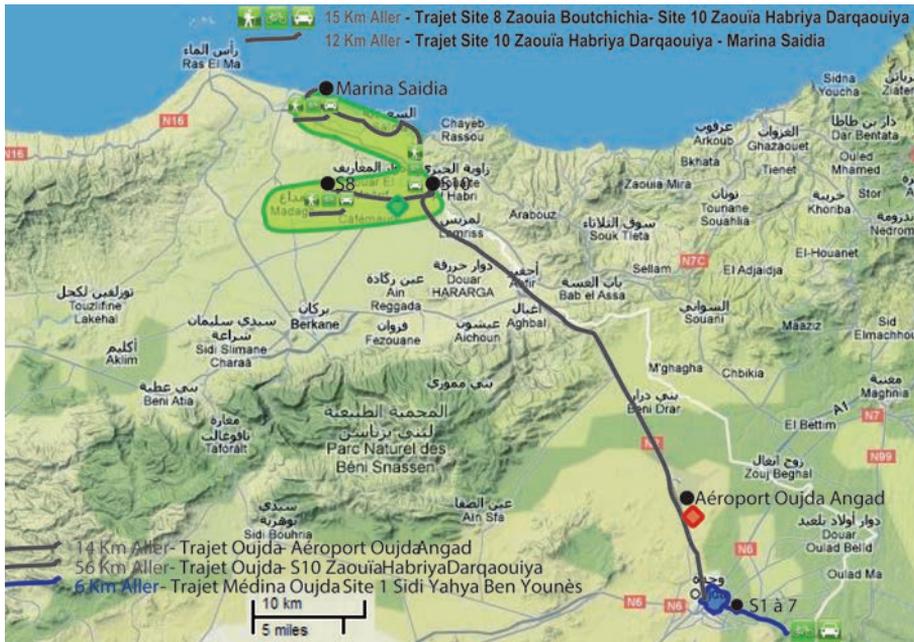
- satisfaire un besoin clairement identifié pour les pèlerins comme pour les touristes ;
- proposer une nouvelle façon de vendre le tourisme dans l'Oriental et communiquer grâce à un positionnement différencié restant adapté aussi au grand public.

A moyen terme

Valoriser un patrimoine essentiellement immatériel, lié à des périodes oubliées de l'histoire, avec des équipements (existants ou à créer) adaptés à la zone et au contexte.

A long terme

Structurer un produit d'animation permanente pour le grand public, cohérent avec la thématique culturelle, dont l'emplacement serait choisi afin de développer l'attractivité des sites touristiques et culturels majeurs de la Région.



Les 6 sites culturels identifiés prioritaires :

- à **Oujda**, les sites Sidi Yahya Ben Younès (S1) + Circuit Médina (S2 + S5) ;
- à **Madagh**, le site de la Zaouïa Boutchichia (S8) ;
- à **Ahfir**, le site de la Zaouïa Darqaouiya (Habriya) (S10) ;
- à **Nador**, le site Sidi Youssef (S11) ;
- à **Debdou**, le site global (S14) ;
- à **Figuig**, le site Sidi Abdelkader Ben Mohammed (S15).

Un point d'accueil et d'information sera développé dans la station de Saïdia ainsi que dans le futur Centre d'Interprétation s'il est réalisé.

4.2 DÉVELOPPEMENT DU DISPOSITIF D'ACCUEIL

4.2.1 Notions de Signalétique

Pour bien jalonner et bien identifier les itinéraires et leur patrimoine, il s'agit d'harmoniser (et non uniformiser), respecter une esthétique et des règles, sans pollution des signes.

Principes de la signalétique

Si la géomorphologie du cheminement permet le plus souvent une itinérance logique et instinctive (chemin bien apparent, tracé évident), un complément de signes reconnus par le plus grand nombre d'usagers est indispensable.

La signalétique est un ensemble de signaux facilitant l'évolution et le cheminement dans un espace. L'utilisateur doit pouvoir s'orienter, se diriger et éventuellement recevoir des informations supplémentaires. La signalisation des cheminements doit constituer une chaîne d'informations continue d'un territoire à un autre et doit être conçue comme une assistance au cheminant et non comme une prise de possession d'un territoire, moins encore comme un espace publicitaire. En limitant à l'essentiel les informations, les visuels graphiques ou les logotypes de toutes natures, on évite les surcharges inutiles et les pollutions de l'espace.

Aujourd'hui, l'ouverture d'un itinéraire constitue un compromis entre :

- les données de l'histoire ;
- les conditions d'existence d'un cheminement ergonomique et linéaire ;
- la prise en compte des capacités d'accueil.

Le choix d'un itinéraire de cheminement s'effectue à la rencontre de 3 approches entre lesquelles les cheminants arbitrent.

Une question de logique

Depuis toujours, les chemins sont façonnés par des déplacements d'un point vers un autre. Les marcheurs utilisent la manière qui semble la plus simple et la plus logique possible.

Une question d'intérêt

Un chemin doit être harmonieux et attractif, une pratique agréable, un intérêt paysager, une reconnaissance patrimoniale et historique. Un itinéraire engageant sera fréquenté.

Une question de sécurité

Pour être confortable, un cheminement doit proposer un bon balisage, mais aussi une bonne praticabilité et une sécurité assurée pour les usagers.

Il est indispensable que le tracé soit bien apparent et ne provoque aucun sentiment d'incertitude, qu'il évite les zones de danger. Les passages sur les routes, les voies ferrées, les berges non aménagées, les zones inondables (lits de rivières, proximité de barrages, marécages) sont à éviter. Les multiples possibilités de haltes et de repos au long du chemin sont un élément supplémentaire de confort et de sécurité.



Implantation d'une signalétique au long d'un sentier de grande randonnée (dit GR) dans le Pays Touristique (concept voisin du PAT mis en place au Maroc) de Vannes-Lanvaux (Département du Morbihan, Bretagne, France)

Principes du balisage

Le balisage est un des aspects de la signalétique. Il peut avoir deux fonctions :

- positionnelle, car un signe permet d'identifier l'itinéraire et de rassurer l'utilisateur en confirmant qu'il se trouve toujours sur le bon chemin (logotype de l'itinéraire cultuel) ;
- directionnelle, car un signe distinct permet d'indiquer qu'un changement de direction est nécessaire (flèche).

Une signalisation peut être :

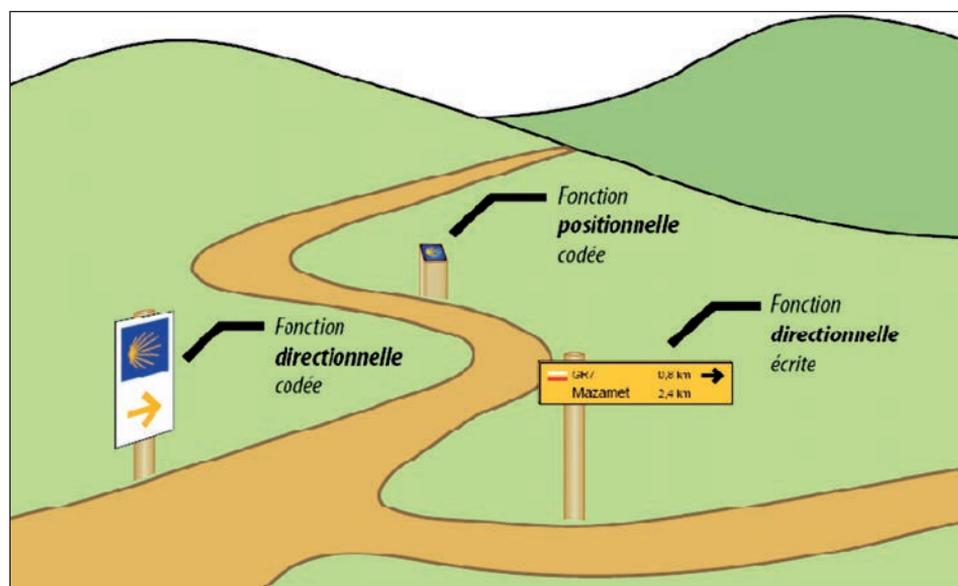
- codée (pictogrammes, logos, cartographie, etc.) ;
- écrite (informations géographiques, patrimoniales, historiques, etc.).

Une signalisation peut être complétée par des panneaux informatifs sur le patrimoine culturel local, la situation géographique, la faune et la flore, les activités locales, etc.

Quelques recommandations pour utiliser le logotype de l'itinéraire cultuel avec marquage du cheminement sur le modèle des sentiers de grandes randonnées (dits GR) :

- respecter les codes graphiques du logotype de l'itinéraire cultuel (couleurs et formes) ;
- favoriser la signalisation des départs de chemins ;
- favoriser la signalisation des zones de doute (croisements, bifurcations, forêts, zones habitées, tracé effacé) par l'ajout d'une flèche directionnelle ;

- limiter le nombre de panneaux ;
- limiter les messages d'informations à l'indispensable.



4.2.2 Signalétique envisagée

Type de signalétique et nombre par site	Sur sentier GR, en aluminium, de fonction directionnelle, codée et écrite	Panneau en bois, avec plan au recto et historique au verso ³⁴	Panneau avec banc en bois, plan au recto et historique au verso ³⁴	Total
Sites 1, 2 & 5	-	3	-	3
Site 8	-	1	1	2
Site 10	-	1	1	2
Site 11	-	-	2	2
Site 14	10	-	2	12
Site 15	-	-	1	1
Médina	18	-	-	18
Centre d'Interprétation	56	1	-	57
Circuit des Saints	18	-	-	18
Route de Zaouïas	68	1	1	70
Maison des Tribus	10	-	-	10
Expo Oasis & Lieux de Culte	10	-	-	10

34- Plusieurs langues sont à prévoir.

La signalétique envisagée vise à :

- orienter grâce à un fléchage des destinations, améliorer l'utilisation des sentiers et des routes touristiques et valoriser les circuits ;
- donner une information in situ et susciter l'intérêt pour une visite plus approfondie.

4.2.3 Localisation et environnement de différents sites

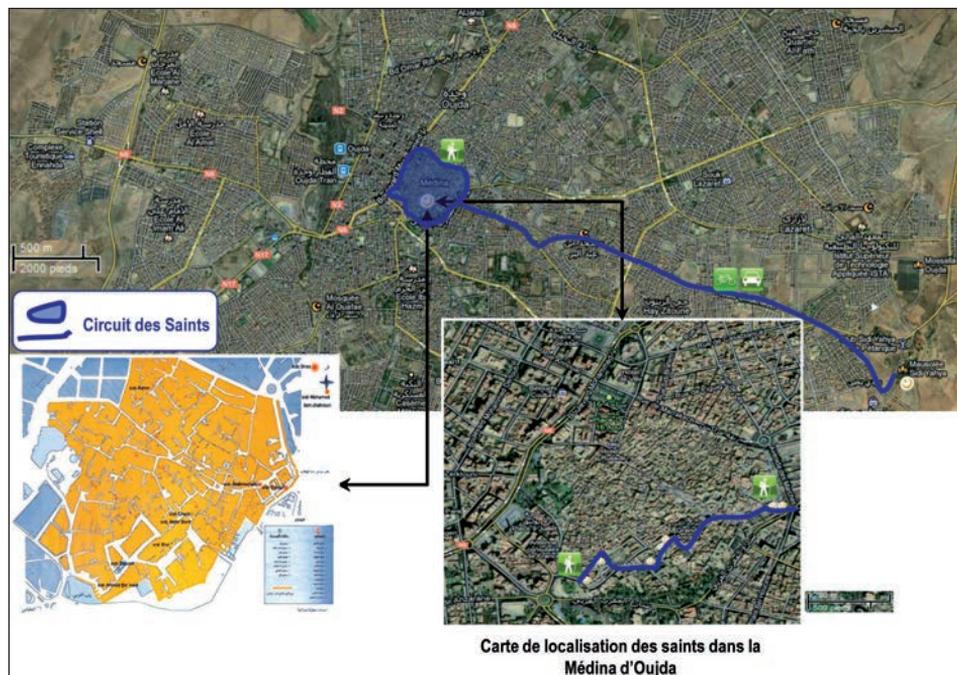
Les sites priorités, leur localisation, leur environnement :

Sites	Localisation	Environnement
1 - Sidi Yahya Ben Younès	Oujda	Péri-urbain
2 - Sidi Abdelouahab Sbaï	Médina Oujda	Urbain
5 - Sidi El Jilali	Médina Oujda	Urbain
8 - Zaouïa Boutchichia	Madagh	Campagnard
10 - Zaouïa Darqaouiya (Habriya)	Ahfir	Campagnard
11 - Sidi Youssef	Nador	Péri-urbain
14 - Cité Mérinide	Debdou	Péri-urbain / Campagnard
15 - Sidi Abdelkader Ben Mohammed	Figuig	Péri-urbain / Désertique

4.2.4 Équipement des sites 1, 2 et 5 à Oujda

Sites	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
1 - Sidi Yahya Ben Younès	Oujda	Fort	x	x	x
2 - Sidi Abdelouahab Sbaï	Médina Oujda	Faible	x		
5 - Sidi El Jilali	Médina Oujda	Limité	x		

Carte de localisation des saints dans la Médina d'Oujda



Proposition d'intervention

La priorité est fondée sur le site de Sidi Yahya Ben Younès. Vu la diversité et le grand nombre de saints dans la Médina d'Oujda et le potentiel de touristes venant de la ville, le produit vise à attirer les touristes par sa complétude, avec un Circuit des Saints développé sur une durée de 2h30 à 4 heures, selon le type de touristes et du niveau de prestation demandé.

Détail par niveau d'intervention

Niveau 1

- Accessibilité : les sites en Médina et celui de Sidi Yahya Ben Younès sont accessibles.
- Signalétique nécessaire : 18 panneaux d'orientation & 3 panneaux d'information (simples, car 2 seront en Médina, où la place manque, et 1 sur le site de Sidi Yahya Ben Younès, qui dispose déjà de bancs).
- Parkings : existants, aux abords de la Médina ou sur le site de Sidi Yahya Ben Younès.

Niveau 2

- Sanitaires : dans les 2 cas, ils sont nécessaires. Le site de Sidi Abdelouahab Sbai est le plus propice. Situés en Médina, dans un souk, ils serviraient au quotidien à la population locale.
- Restauration : seul le site de Sidi Yahya Ben Younès nécessite un espace cafétéria - restauration rapide.

Niveau 3

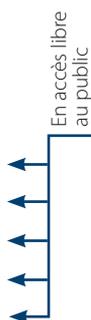
- Espace Multifonction : des salles existent sur le site de Sidi Yahya Ben Younès, qui mériteraient une utilisation plus soutenue (conférences thématiques, expositions temporaires).

Cet espace pourrait fonctionner en réseau avec les autres sites disposant de structures d'exposition. Les sites de la Médina ne sont pas propices à ce genre d'espace. Une boutique peut être envisagée sur le site afin de présenter des ouvrages sur les sites culturels, sur les cultes religieux, etc.

Site 1 : Sidi Yahya Ben Younès

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	8 880 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	1 275 m ²
Accueil, billetterie, services divers	125 m ²
Surfaces d'exposition	150 m ²
Restauration	35 m ²
Sanitaires	102 m ²
Total (hors parking)	412 m ²
Surface totale (y.c parking)	1 687 m ²



Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	8 880
Mois de pointe	1 332
Semaine de pointe	400
Design Day	290
Peak Day	220
Fréquentation maximum instantanée	220

= Fréquentation annuelle x 15%

= Mois de pointe x 30%

Pour le tableau ci-avant et tous les tableaux de même nature qui vont suivre pour chaque site, les paramètres de fréquentation sont ainsi définis :

- le « jour moyen de forte affluence » est le jour de référence ou Design Day, qui équivaut à 1,5 x la fréquentation moyenne journalière des 3 mois les plus fréquentés (ici les mois de mai, juin, juillet) ;
- le « jour de pointe » est le jour de fréquentation maximum ou Peak Day, qui équivaut à 2,5 x la fréquentation moyenne journalière des 2 mois les plus fréquentés (ici mai et juin ; il s'agit de la fréquentation de 2 ou 3 jours dans la saison, mais il est important d'évaluer le flux maximum de visiteurs que l'on devra accueillir ;
- la « FMI » (Fréquentation Maximale Instantanée) est estimée ici à 75% du Design day.

4.2.5 Équipement du site 8, la Zaouïa Boutchichia à Madagh

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
8 - Zaouïa Boutchichia	Madagh	Fort	x	x	x



Proposition d'intervention

La Zaouïa Boutchichia à Madagh est le site culturel le plus emblématique de la richesse culturelle de l'Orient. Avec des centaines de milliers de fidèles à la période du Mawlid, ce site présente aussi l'avantage d'être ouvert tout au long de l'année. Une infrastructure existe, mais elle a besoin d'être améliorée car les conditions d'accueil sont rudimentaires. Ceci permettrait aussi d'accueillir des touristes.

Détail par niveau d'intervention

Niveau 1

- Accessibilité : la Zaouïa Boutchichia est accessible.
- Signalétique : l'accessibilité gagnerait néanmoins à la mise en place d'une signalétique. 30 panneaux d'orientation sont à prévoir sur la route d'accès & 2 panneaux d'information (1 sur S2, 1 sur S3) seraient nécessaires sur le site.
- Stationnement : des parkings existent en quantité aux abords du site.

Niveau 2

- Sanitaires : leur re-dimensionnement est essentiel pour tenir compte du nombre de pèlerins lors du Mawlid.
- Restauration : un espace dédié existe, qui nécessite d'être mis aux normes.

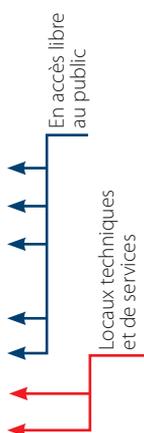
Niveau 3

- Espace Multifonction : de nombreux espaces existent, d'un confort très sommaire. Ils mériteraient une utilisation plus soutenue, tout au long de l'année, notamment par des touristes en quête de produits différents. Cet espace pourrait fonctionner en réseau avec les autres sites disposant de structures d'exposition.
- Hébergement : des gens sont hébergés sur le site (plus ou moins longues durées). On peut imaginer l'hébergement de certains types de touristes sur place, mais il faudra aménager des espaces plus privatifs avec davantage de confort.
- Une boutique peut être envisagée sur le site afin de présenter des ouvrages sur les sites culturels, sur les cultes religieux, etc.

Site 8 : Zaouïa Boutchichia

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	100 000 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	150 830 m ²
Accueil, billetterie, services divers	975 m ²
Surfaces d'exposition	500 m ²
Hébergement	1 825 m ²
Restauration	4 813 m ²
Sanitaires	690 m ²
Locaux administratifs	150 m ²
Locaux techniques & services	160 m ²
Total (hors parking)	9 113 m ²
Surface totale (y.c. parking)	159 943 m ²



Hypothèse 1

Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	100 000
Mois de pointe	100 000
Semaine de pointe	100 000
Design Day	50 000
Peak Day	41 670
Fréquentation maximale instantanée	37 500

Site 8 : Zaouïa Boutchichia

Hypothèses de dimensionnement

Hypothèse 2

Fréquentation potentielle annuelle	1 887 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	238 m ²
Accueil, billetterie, services divers	195 m ²
Surfaces d'exposition	350 m ²
Hébergement	875 m ²
Restauration	48 m ²
Sanitaires	75 m ²
Locaux administratifs	0 m ²
Locaux techniques & services	35 m ²
Total (hors parking)	1 578 m ²
Surface totale (y.c. parking)	1 816 m ²



Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	1 887
Mois de pointe	283
Semaine de pointe	85
Design Day	70
Peak Day	50
Fréquentation maximale instantanée	50

4.2.6 Équipement du Site 10, la Zaouïa Darqaouiya à Ahfir

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
10 - Zaouïa Darqaouiya (Habriya)	Ahfir	Fort	x	x	x

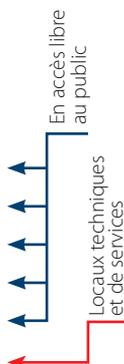
Proposition d'intervention

La Zaouïa Habriya Darqaouiya possède la particularité d'être proche de la station de Saïdia (12 km) et de la Zaouïa Boutchichia à Madagh (15 km). Sur un axe touristique majeur, elle peut bénéficier d'un développement touristique qui favorisera la qualité de l'accueil des pèlerins. Ce site peut servir de vitrine compte tenu de sa situation aux abords de la route menant à Saïdia.

Site 10 : Zaouïa Habriya Darqaouiya

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	12 052 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	238 m ²
Accueil, billetterie, services divers	195 m ²
Surfaces d'exposition	150 m ²
Restauration	50 m ²
Sanitaires	75 m ²
Locaux techniques & services	35 m ²
Total (hors parking)	505 m ²
Surface totale (y.c. parking)	743 m ²



Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	12 052
Mois de pointe	1 808
Semaine de pointe	542
Design Day	70
Peak Day	50
Fréquentation maximale instantanée	50

4.2.7 Équipement du Site 11, Sidi Youssef à Nador

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
11 - Sidi Youssef	Nador	important	x	x	x

Proposition d'intervention

Le site de Sidi Youssef possède la particularité d'être situé sur un parcours de randonnées (Cf. le guide « Randonner dans l'Oriental Marocain », parcours intitulé « Marchica »), en périphérie de Nador. Compte tenu du panorama, le site a un réel potentiel touristique.



Le site de Sidi Youssef (Marabout Point 2) est situé sur un parcours de randonnées pédestres. La première partie du parcours passe par l'extrémité Est du site de Gourougou (SIBE, vues panoramiques, marabout Sidi Youssef vénéré par les juifs et respecté par les habitants, différentes roches volcaniques, une flore riche et variée).

Détail par niveau d'intervention

Niveau 1

- Accessibilité : le site est accessible, situé en périphérie de Nador.
- Signalétique : 4 panneaux d'orientation & 2 panneaux d'information (1 en bas & 1 en haut, en bois avec banc) sont à prévoir sur le site.
- Stationnement : des parkings peuvent être développés sur le site, en contrebas de l'escalier, sans difficulté majeure.

Niveau 2

- Sanitaires : nécessaires, à dimensionner selon le nombre de pèlerins et de touristes.
- Restauration : une restauration est pour le moment ponctuellement développée par et pour les pèlerins. Un espace cafétéria pourrait être envisagé l'été.

Niveau 3

- Espace multifonctionnel : une salle fermée en permanence existe, qui pourrait servir de boutique ponctuellement.
- Hébergement : vu la proximité de Nador, il n'y a pas lieu de développer un hébergement.

Site 11 : Sidi Youssef

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	11 449 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	805 m ²
Restauration estivale	40 m ²
Sanitaires	57 m ²
Total (hors parking)	97 m ²
Surface totale (y.c. parking)	902 m ²

En accès libre
au public

Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	11 449
Mois de pointe	1 717
Semaine de pointe	515
Design Day	150
Peak Day	130
Fréquentation maximale instantanée	120

4.2.8 Équipement du Site 14, la Cité Mérinide de Debdou

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
14 - Cité Mérinide	Debdou	important	x	x	x

Proposition d'intervention

La Cité Mérinide de Debdou possède la particularité de bénéficier d'un environnement paysager très agréable et d'être le témoin d'un passé riche.

• *Détail par niveau d'intervention*

Niveau 1

- Accessibilité : le cimetière juif est accessible à pied, à partir d'un petit parking en contre-bas dans la ville. La kasbah est accessible partiellement en voiture par une voie d'accès non stabilisée. Un aménagement est à prévoir sur un tronçon de 2,5 km.
- Signalétique : 10 panneaux d'orientation & 2 panneaux d'information (1 S3 au cimetière Juif, 1 S3 à la kasbah) sont prévus sur le site.
- Stationnement : pour le cimetière comme pour la kasbah, les parkings sont assez limités.

Niveau 2

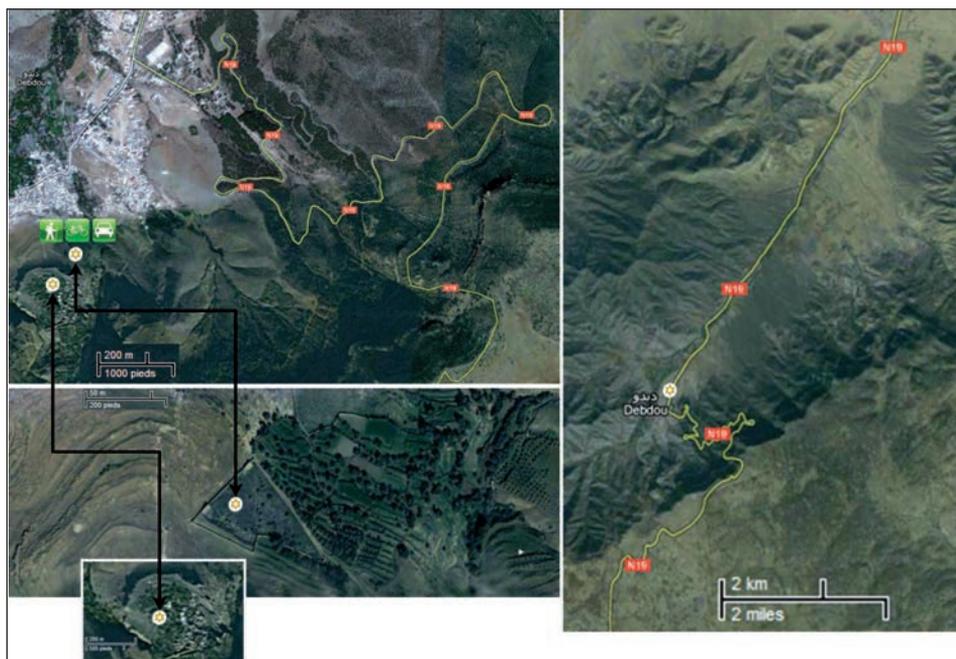
- Sanitaires : nécessaires, à dimensionner selon le nombre de pèlerins et de touristes.
- Restauration : ponctuellement développée dans l'espace-hébergement.

Un espace-caféteria pourrait être réalisé sur le site de la kasbah, dans l'esprit d'une politique touristique plus agressive.

Niveau 3

- Espace Multifonction : pas d'espace de cette nature pour l'instant. Dans le cadre d'une politique touristique plus agressive, on peut imaginer la création d'une Maison des Tribus, retraçant l'épopée des tribus juives et musulmanes de Debdou. Dans ce cadre uniquement, une boutique peut être envisagée sur le site afin de présenter des ouvrages sur les sites cultuels, sur les cultes religieux, etc. Cet espace pourrait fonctionner en réseau avec les autres sites disposant de structures d'exposition.

- Hébergement : un espace-hébergement (bungalows + camping) existe sur les hauteurs du plateau dominant la kasbah et la ville. Compte tenu du développement touristique actuel, cet hébergement est suffisant.



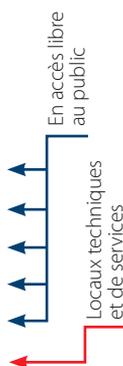


Vestige des murailles de la Cité Mérinide de Debdou

Site 14 : Cité Mérinide

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	2 500 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	368 m ²
Accueil, billetterie, services divers	130 m ²
Surfaces d'exposition	350 m ²
Restauration estivale	51 m ²
Sanitaires	102 m ²
Locaux techniques & services	35 m ²
Total (hors parking)	668 m ²
Surface totale (y.c. parking)	1 036 m ²



Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	2 500
Mois de pointe	375
Semaine de pointe	113
Design Day	90
Peak Day	60
Fréquentation maximale instantanée	70

4.2.9 Équipement du Site 15, Sidi Abdelkader Ben Mohammed à Figuig

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
15 - Sidi Abdelkader Ben Mohammed	Figuig	Moyen	x	x	x

Proposition d'intervention

À Figuig, le choix d'un développement structuré entre les sites 15 (Sidi Abdelkader Ben Mohammed) et 16 (Sidi Abdeljebbar El Figuigui) est basé sur des considérations pratiques. Le second est enclavé à l'intérieur de la ville et présente des possibilités de développement limitées. Le premier, en périphérie de Figuig, à la porte du désert, est plus propice au développement d'activités. Le site 16 ne pourra recevoir d'aménagement spécifique.



Détail par niveau d'intervention

Niveau 1

- Accessibilité aux sites : le site 15 de Sidi Abdelkader Ben Mohammed est accessible en voiture par une piste à 2 km à partir du centre ville.
- Signalétique : 10 panneaux d'orientation & 1 panneau d'information (en bois avec banc) sont à prévoir.
- Stationnement : aucun problème de stationnement.

Niveau 2

- Sanitaires : bien qu'utiles, ils seraient coûteux à développer. Le site impose des restrictions. Cependant, la proximité de la ville et un temps de visite assez court font de cet inconvénient un aspect mineur.
- Restauration : une cafétéria de base pourrait être créée sur le site, sous une tente caïdale.

Niveau 3

- Espace Multifonction : plusieurs pièces à l'intérieur du mausolée pourraient être utilisées. La Maison de la Culture de Figuig (2 300 m²), créée en 2009, pourrait accueillir une exposition sur les Oasis & les Lieux de Culte. Une boutique peut être envisagée sur le site avec des ouvrages sur les sites culturels, sur les cultes religieux, etc. Cet espace pourrait fonctionner en réseau avec les autres sites disposant de structures d'exposition.
- Hébergement : non pertinent à créer compte tenu de la proximité de la ville.

Site 15 : Sidi Abdelkader Ben Mohammed

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	8 880 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	468 m ²
Accueil, billetterie, services divers	50 m ²
Restauration - Cafétéria	52 m ²
Total (hors parking)	102 m ²
Surface totale (y.c. parking)	570 m ²

En accès libre
au public

Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue ³⁹	
Fréquentation annuelle	8 880
Mois de pointe	1 332
Semaine de pointe	400
Design Day	90
Peak Day	70
Fréquentation maximale instantanée	70

4.2.10 Équipement du Centre d'Interprétation à Oujda-Angad

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Centre d'Interprétation	Oujda-Angad	important	x	x	x

Proposition d'intervention

Le choix d'implanter un Centre d'Interprétation en proximité de l'aéroport entre Oujda-Angad et la ville d'Oujda est basé en priorité sur la nécessité de développer un équipement structurel majeur, permettant de mettre en valeur la richesse culturelle de l'Oriental et ses différents sites culturels.

Détail niveau d'intervention

Niveau 1

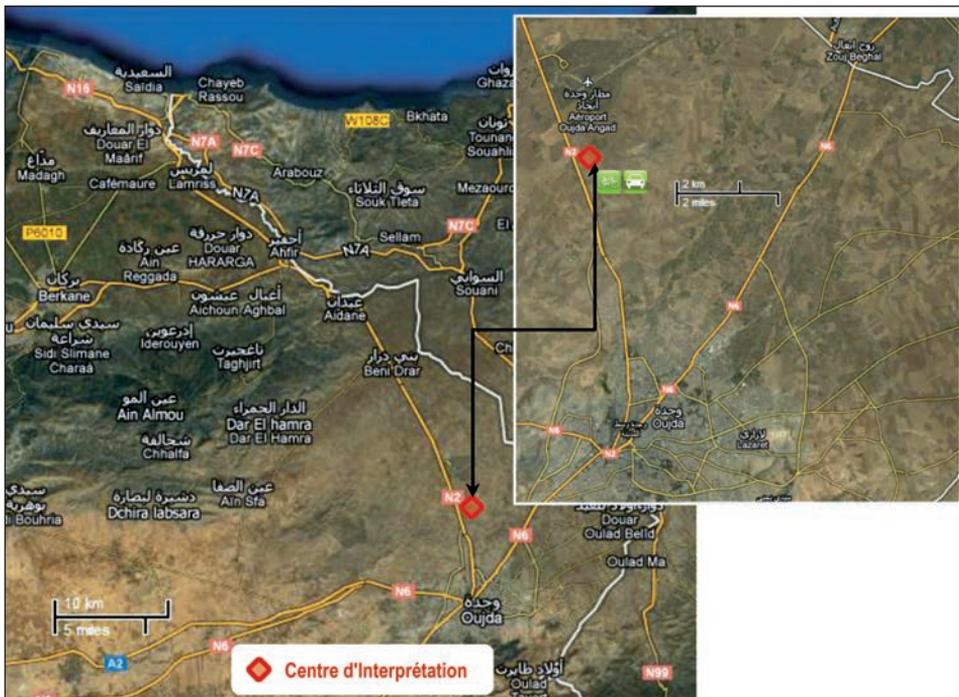
- Accessibilité : l'accessibilité serait centrale. Le site est placé sur un axe touristique majeur entre Saïdia et Oujda, près de l'aéroport.
- Signalétique : 56 panneaux d'orientation & 1 panneau d'information (simple) sont à prévoir.
- Stationnement : l'emplacement envisagé pour le site ne pose pas de problème majeur.

Niveau 2

- Sanitaires : nécessaires, à dimensionner selon le nombre de touristes.
- Restauration : un espace-restauration sera développé sur le site.

Niveau 3

- Espace Multifonction : concept de Centre d'Interprétation du patrimoine à développer. Cet espace comprendra une boutique avec des ouvrages sur les sites culturels, les cultes religieux, etc. Il fonctionnera en réseau avec les autres sites dotés de structures d'exposition.
- Hébergement : compte tenu de la proximité d'Oujda, il n'y a pas lieu de développer un hébergement sur le site ou tout proche.



Centre d'Interprétation

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	53 279 visiteurs
	Phase 1
Stationnement / parking	6 070 m ²
Accueil, billetterie, services divers	195 m ²
Surfaces d'exposition	950 m ²
Restauration - Cafétéria	181 m ²
Sanitaires	102 m ²
Locaux administratifs	150 m ²
Locaux techniques & services	160 m ²
Total (hors parking)	1 738 m ²
Surface totale (y.c. parking)	7 808 m ²



Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	53 279
Mois de pointe	7 992
Semaine de pointe	2 398
Design Day	1 730
Peak Day	1 290
Fréquentation maximale instantanée	1 300

4.3 ÉQUIPEMENT DE LA STATION BALNÉAIRE DE SAÏDIA

En plus de l'équipement des sites culturels, un lieu de forte attractivité touristique, comme la station balnéaire de Saïdia, offre l'opportunité de s'adresser à un public nombreux et donc d'en attirer éventuellement une partie vers les sites culturels. En ce sens, un équipement se justifie, à localiser sur un lieu de passage favorable à l'information.

Site	Localisation	Potentiel stratégique	Niveau d'intervention		
			Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Station balnéaire	Saïdia	important	x		

Proposition d'intervention

La station de Saïdia est proche de deux Zaouïas importantes ; la Zaouïa Boutchichia à Madagh (27 km) et la Zaouïa Habriya Darqouiya (12 km).

Pour l'essor du tourisme culturel, il est donc primordial de développer un point d'accueil-information sur un axe fréquenté par les touristes. Le site envisagé se situe à la fin de la promenade sur la corniche.



Détail niveau d'intervention

Niveau 1

- Accessibilité aux sites : site accessible, en bordure de la route desservant Saïdia.
- Signalétique : 2 panneaux d'information (1 simple, 1 avec banc, les deux en bois) sont à prévoir sur le site.
- Stationnement : des parkings existent sur le site, sans souci majeur.

Niveau 2

- Sanitaires : des sanitaires sont absolument nécessaires.
- Restauration : pas opportune sur ce site.

Niveau 3

- Espace Multifonction : pas opportun sur ce site.
- Une boutique peut être créée avec des ouvrages sur les sites culturels, les cultes, etc.
- Hébergement : pas opportun sur ce site.

Point d'Accueil - Information

Hypothèses de dimensionnement

Fréquentation potentielle annuelle	20 086 visiteurs
	Phase 1
Accueil, billetterie, services divers	120 m ²
Sanitaires	33 m ²
Total (hors parking)	153 m ²
Surface totale (y.c. parking)	153 m ²

En accès libre
au public



Affluence et fréquentation maximales

Fréquentation attendue	
Fréquentation annuelle	20 086
Mois de pointe	3 013
Semaine de pointe	904
Design Day	660
Peak Day	490
Fréquentation maximale instantanée	490

4.4 FORMATIONS ENVISAGÉES

L'élévation du niveau des prestations délivrées, la volonté d'offrir de nouveaux services et l'équipement des sites, obligent à la formation de ressources humaines appropriées.

Les formations envisagées visent à :

- informer les professionnels du tourisme sur les nouveaux produits et susciter l'intérêt pour développer des visites thématiques plus approfondies des lieux ;
- former au niveau local, grâce à une formation in situ, les acteurs-clés que sont les guides des Villes & Circuits Touristiques et les guides des espaces naturels ;
- former au niveau régional, grâce à une formation au Centre d'Interprétation, les acteurs-clés et les professionnels du tourisme concernés par le développement du tourisme culturel dans l'Oriental.

La formation au CI vise l'ensemble des sites figurant dans le Schéma de Développement du Tourisme Culturel.

F1	Formation des Guides des Villes & Circuits Touristiques	Groupes de 5 personnes
F2	Formation des Guides des espaces naturels	Groupes de 5 personnes
F3	Formation des Agents d'Accueil & d'Information Touristique	Groupes de 15 personnes
F4	Formation des Professionnels touristiques locaux	Groupes de 15 personnes
F5	Formation des Professionnels touristiques nationaux	Groupes de 15 personnes
F6	Formation des Professionnels touristiques internationaux	Groupes de 15 personnes

Formations pour les sites prioritaires et le Centre d'Interprétation :

Formation							
	Sites 1, 2 & 5	Site 8	Site 10	Site 11	Site 14	Site 15	Centre d'Interprétation
F1	2			1			2
F2		1	1		1	2	2
F3							2
F4							3
F5							2
F6							2
Total	2	1	1	1	1	2	13

4.5 DÉVELOPPEMENT DES ROUTES CULTUELLES DE L'ORIENTAL

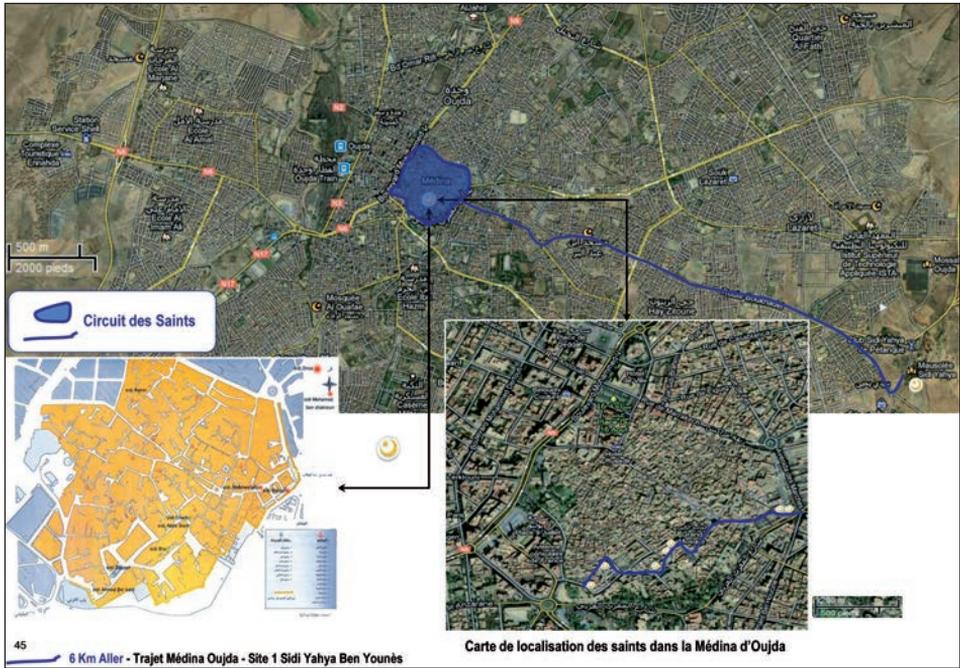
Le développement de circuits, ou « Routes », culturels de l'Oriental a deux objectifs :

- informer les professionnels du tourisme et les touristes sur les nouveaux produits ;
- installer une image spécifique sur le long terme qui assurera la différenciation de l'Oriental et suscitera l'intérêt pour développer des visites thématiques plus approfondies.

Avec le temps, ces « Routes » deviendront des marques à part entière, notamment si les techniques de communication et marketing sont mobilisées.



4.5.1 Circuit des Saints



4.5.2 Route des Zauouïas





4.6 DÉVELOPPEMENT DE STRUCTURES ET D'EXPOSITIONS

4.6.1 Centre d'Interprétation du Patrimoine à Oujda-Angad

Le Centre d'Interprétation du Patrimoine (CIP) est un équipement culturel de proximité ayant pour objectif la sensibilisation, l'information et la formation de tous les publics à l'architecture et au patrimoine de la ville ou du territoire concerné.

Créé en articulation avec les autres équipements culturels de la collectivité territoriale (musée, médiathèque, centre d'urbanisme, etc.), il contribue à compléter le maillage culturel du territoire.

Lieu d'information et de pédagogie, le CIP s'adresse en priorité aux habitants de la ville et de la Région, mais également aux touristes.

Véritable outil de médiation, il met à la disposition du visiteur les sources et les méthodes de constitution du savoir afin de lui permettre, lors de la découverte des sites, d'enrichir ses connaissances de façon autonome.

Le CIP est un outil de médiation, qui doit renvoyer les visiteurs :

- vers les territoires pour lesquels il donne des clés de lecture ;
- vers les autres équipements culturels de la ville ou du pays intervenant dans les champs du patrimoine, de l'architecture et de l'urbanisme.

Le CIP a pour rôles de :

- mettre en valeur les ressources architecturales et patrimoniales du territoire en vue de favoriser un développement culturel profitable à tous ; à ce titre, le CIP fait découvrir et comprendre l'architecture et le patrimoine du territoire concerné en présentant les étapes successives de sa constitution - sans omettre les parties les plus récentes - et en les contextualisant par des données géographiques, historiques, politiques, religieuses, socioéconomiques, ethnologiques et techniques ;
- sensibiliser la population aux enjeux de l'évolution architecturale, urbaine et paysagère de la ville ou du territoire et l'impliquer davantage dans la réalisation de projets de mise en valeur du patrimoine (dans ce cadre, le CIP constitue pour la collectivité un lieu privilégié d'information et de débats sur les projets d'urbanisme, les chantiers en cours, etc.) ;
- offrir un support pédagogique, c'est-à-dire fournir les outils permettant d'analyser et comprendre la ville in situ et de s'y repérer.

Pour atteindre ses objectifs, le CIP développe plusieurs fonctions et propose au public :

- une exposition permanente didactique qui donne les clés de la compréhension du territoire, depuis son patrimoine ancien jusqu'à son architecture contemporaine ;
- des expositions temporaires renouvelées une fois par an au moins, permettant d'approfondir certains thèmes de l'exposition permanente, particulièrement les aspects les plus contemporains de la vie de la cité ;
- un centre d'information et de documentation qui, en mettant à la disposition des visiteurs les sources de connaissance et les outils nécessaires pour approfondir le sujet souhaité, leur permet de devenir autonomes ;
- des ateliers pédagogiques ouverts au jeune public (individuel et scolaire), destinés à éduquer son regard et à l'initier à la découverte de l'architecture et du patrimoine.

Accueil du public

Le CIP est un équipement ouvert sur la ville et il doit donc être accessible au public le plus largement possible. Pour y parvenir, les principes ci-après sont appliqués.

- Jours et heures d'ouverture : amplitude maximale et ouverture pendant le week-end.
- Possibilité de réserver les matinées à l'accueil des scolaires ou des groupes sous la conduite d'un guide conférencier.
- Prix : le principe de gratuité est généralement retenu, mais des prestations spécifiques peuvent toutefois faire l'objet d'une tarification.
 - Visites commentées des expositions (permanentes et temporaires) : elles sont assurées par les guides conférenciers agréés.
 - Personne en charge de l'accueil du public : elle répond aux questions et renvoie éventuellement vers d'autres lieux.

Budget d'investissement

Outre le coût de l'édifice, les coûts inhérents à un CIP sont :

- l'aménagement du CIP (sonorisation, éclairage & régie technique) ;
- la scénographie .

Budget de fonctionnement

Les charges et recettes à prévoir sont explicitées ci-après.

Recettes propres

- Location d'espaces (salle de conférence, salle d'exposition).
- Vente de catalogues et de produits dérivés.
- Commercialisation des ateliers pédagogiques le cas échéant.

Charges fixes

- Fluides.
- Gardiennage.
- Personnel d'accueil.
- Entretien & nettoyage.
- Contrats de maintenance.

Autres charges

- Achat d'ouvrages, abonnements.
- Réalisation de documents d'information.
- petit mobilier expositions temporaires.

Pour alléger les charges relatives à la production d'expositions temporaires, il est utile d'envisager l'accueil d'expositions dans les locaux du CIP, voire des coproductions. Une politique de communication locale (médiat, brochures ou dépliant) est à développer, harmonisée à la politique de communication et à la charte graphique de la Région.

4.6.2 Maison des Tribus à Debdou

Concept

L'idée d'une Maison des Tribus relève du même concept que celle du CIP. Même si l'investissement est moins conséquent, il s'agit de mettre en valeur les tribus, qu'elles soient juives ou musulmanes, qui ont eu une influence marquante sur Debdou et sa Région. La période choisie est celle qui s'est révélée la plus faste : XIV & XV^{ème} siècles.

Investissement

Outre le coût de l'édifice, les coûts inhérents à cette structure sont :

- l'aménagement (sonorisation, éclairage & régie technique) ;
- la scénographie.

4.6.3 Exposition Oasis & Lieux de Culte à Figuig

L'idée d'une exposition sur les oasis et les lieux de culte relève du même concept que celle du CIP et celle d'une Maison des Tribus. En effet, il faut pouvoir intéresser les touristes de manières différentes. Il faut donc que les visites soient complémentaires et que les structures développées fonctionnent en réseau.

Investissement

Figuig bénéficie déjà d'un équipement culturel (Maison de la Culture), qui peut être utilisé pour y développer une exposition sur les oasis et les lieux de culte. Le coût inhérent à cette action serait limité à celui de la scénographie.

4.7 DÉVELOPPEMENT D'UNE MÉDINA IDENTITAIRE & EMBLÉMATIQUE

4.7.1 Principe du site

Les principales raisons qui conduisent à créer ce site résultent de ce qu'il sera en charge de présenter au public :

- le portrait synthétisé d'une ville ;
- un ensemble de valeurs sociales partagées ;
- des traditions constructives ;
- un mode de vie, des savoir-faire, et une culture qui persiste et se renouvelle malgré les divers effets des mutations des sociétés modernes ;
- un exemple éminent d'une ville médiévale ;
- le caractère religieux et civil de la médina, témoin de la culture et résultat de son interaction avec les diverses couches de peuplement ;
- une architecture de terre ;
- un espace patrimonial par excellence, paré de tous les atouts pour y développer un tourisme de consommation culturelle ;
- une mise en valeur des potentialités culturelles du Maroc et la création d'une animation culturelle pour les gens de la ville, mais aussi pour les touristes.

4.7.2 Portée du site

La réalisation d'une médina identitaire créerait des espaces de commercialisation de l'artisanat à fort caractère culturel en développant un concept innovant en termes de contenu et de gestion. Cette zone artistico-culturelle présenterait l'âme de l'Oriental, un réseau de ruelles tortueuses avec une ambiance dynamique.

Au coeur de cet espace, on trouverait :

- des vêtements traditionnels de la Région ;
- des épices, des produits de menuiseries ;
- les travaux des artisans locaux ;
- des expositions et des ouvrages sur le Soufisme ;
- des lieux d'animation ;
- des ateliers d'initiation au travail artisanal ;
- des boutiques dédiées à la vente des produits de terroir ;
- des cafés maures, restaurants et autres.

4.7.3 Concept du site

Il s'agit de créer un lieu urbain, à partir de l'existant, réapproprié par les riverains et au-delà par les visiteurs étrangers (pèlerins et touristes), un espace vivant et attractif, lieu d'usages multiples et permanents, diurnes et nocturnes, combinaison d'activités culturelles, religieuses, artisanales, de production, de commerce, lieu de vie et d'échanges.

Une médina serait l'occasion de faire revivre les fastes d'antan. Chaque artisan, ainsi que chaque habitant, serait amené à recréer un environnement authentique, non par son patrimoine, mais par sa vie quotidienne au mode vernaculaire conservé. Ce faisant, ce serait un élément d'attraction pour développer le tourisme.

La médina identitaire prendra la forme d'une cité mystérieuse, berceau de l'art et du savoir, joyau architectural dépositaire d'un héritage assez ancien ; un lieu du raffinement.

Un projet de cette envergure ne saurait être chiffré de façon simple et sans définition précise du programme. Si le concept soulève l'intérêt, une étude de faisabilité technique et financière s'imposera.

De plus, ce projet se doit d'être inscrit dans la durée, avec des objectifs à brève échéance, mais surtout à moyen et long termes.

4.7.4 Gestion du site

L'aménagement de ces espaces, leur gestion et leur animation, reviendrait à une société de gestion privée. Les collectivités locales travailleront globalement en partenariat avec elle pour l'organisation (logistique, etc.) et auront en sus la charge de la promotion de l'espace à travers des programmes mis en place par la Maison de l'Artisan.

Ces espaces de vente permettront un contact direct avec le pèlerin ou le touriste et un écoulement régulier des produits.

4.8 REVIVIFIER LES TERRITOIRES

La première partie de cet ouvrage s'achève par le constat qu'il est possible et envisageable de stimuler la vie culturelle de la Région de l'Oriental, dans sa dimension culturelle, par un ré-investissement dans divers aspects de l'accueil et de l'accompagnement des pèlerins. Le positionnement géographique des sites concernés, notamment ceux considérés comme prioritaires, souligne que l'hinterland régional en sera le principal bénéficiaire, en particulier sur le plan économique, car davantage de pèlerins, mieux accueillis, ayant accès à des services mieux adaptés et plus nombreux, ce seront aussi des flux financiers additionnels qui alimenteront pour l'essentiel des économies locales en mode circulaire.

Toutes les facilitations et offres complémentaires appropriées qui pourront être apportées y contribueront. Toutes les offres qui pourront apparaître comme en synergie seront également bienvenues.

C'est dans cet esprit que la seconde partie du présent ouvrage développe l'étude, l'analyse, et un plan d'actions concernant l'offre d'accueil dans le monde rural, destiné à en stimuler le développement. Non seulement de tels cadres d'accueil peuvent contribuer à abriter des pèlerins, mais surtout ils proposent un mode de séjour en Région qui peut facilement agrémenter, compléter, enrichir ou prolonger un déplacement effectué en première intention pour un motif culturel. L'inverse est également possible.

Dans les deux types de motivation, c'est bien une démarche orientée vers l'essence même de la vie, via la prière ou le contact avec la nature, qui est recherchée, avec une forte dimension liée à la sérénité, la quiétude, loin de la superficialité de nombreux comforts modernes.

C'est dans cet esprit que la seconde partie de l'ouvrage étudie à son tour la Région de l'Oriental, cette fois sous l'angle de ses potentialités en matière d'accueil rural, avec comme objectif d'instaurer les conditions d'un accès aux ressources fondamentales, non dénué des conditions pratiques et des exigences minimales nécessaires aux séjours de découverte tels qu'on les pratique aujourd'hui. Là encore, c'est vers l'âme des territoires régionaux qu'il faut se tourner pour proposer l'accès à leurs immenses valeurs ajoutées.

Partie 2 : Le développement de pôles ruraux dans la Région de l'Oriental

1.1 CONTEXTE DE L'ÉTUDE

1.1.1 Présentation de la Région de l'Oriental

Avec une superficie de 82 820 km², la Région de l'Oriental, représente plus du dixième du territoire national (11,6%) pour une population de 2 millions d'habitants (6,4% de la population du Royaume).

Elle est organisée administrativement en 6 Provinces et 1 Préfecture :

- Préfecture d'Oujda-Angad ;
- Province de Nador ;
- Province de Driouch ;
- Province de Berkane ;
- Province de Jerada ;
- Province de Taourirt ;
- Province de Figuig.



Située au Nord-Est du

Royaume, sa position géographique la désigne comme stratégique dans l'espace méditerranéen et maghrébin, aussi bien par sa proximité avec l'Europe (à peine 200 km de l'Espagne par la Méditerranée), que par son voisinage immédiat avec l'Algérie.

Au cours des dernières années, les progrès réalisés en matière de croissance économique, de revenus et d'emplois ont été le fruit d'une mobilisation forte des pouvoirs publics destinée à renouveler en profondeur l'attractivité de la Région à travers notamment un ensemble de projets structurants. L'Agence de l'Oriental fait partie de ce dispositif.

1.1.2 Agence de l'Oriental : acteur majeur du développement régional

Créée dans le sillage de l'Initiative Royale pour le Développement de l'Oriental, lancée par Sa Majesté le Roi en mars 2003, l'Agence de l'Oriental est un outil au service du développement régional. Elle a pour vocation de prendre en charge bon nombre des composantes économiques et sociales, dans l'esprit de l'inclusion de toutes et tous aux bénéfices des progrès du développement, voulu durable et respectueux des populations et de leur environnement au sens large.

L'Agence de l'Oriental témoigne de la volonté des pouvoirs publics de positionner la Région de l'Oriental comme un pôle économique à part entière. De nombreux projets en cours de réalisation alimentent le plan d'actions de l'Agence.

Ils sont répartis selon 4 axes stratégiques d'intervention :

1. Stratégies de développement régional (études et expertises) ;
2. Accélération du rythme du développement sectoriel (financement et accompagnement des grands projets sectoriels) ;
3. Innovation en matière de développement territorial (promotion des pôles de développement intra-régionaux et des projets d'attractivité territoriale) ;
4. Promotion du partenariat et mobilisation de financements.

1.1.3 Tourisme dans la Région de l'Oriental

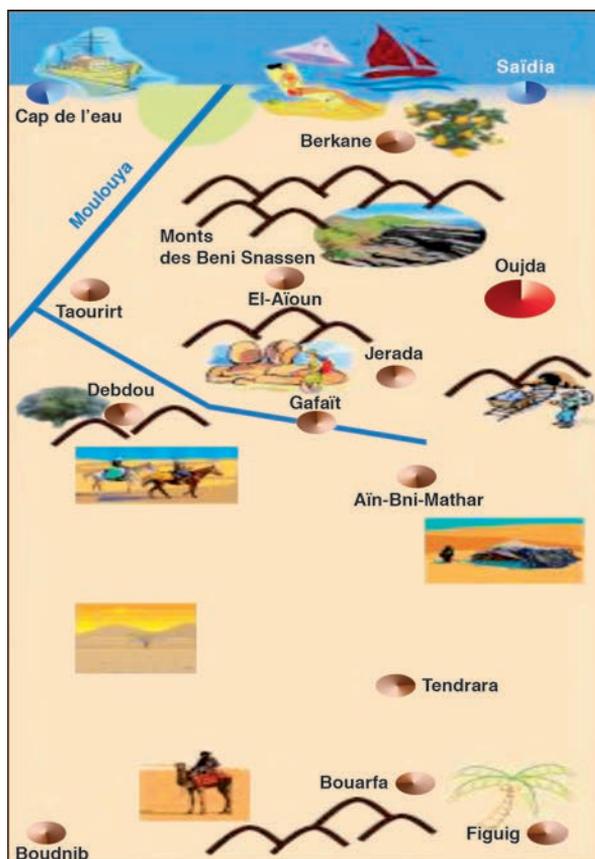
En 2010, les principales villes touristiques marocaines ont connu une progression des nuitées consommées : le total enregistré dans les établissements d'hébergement touristique classés affichait une hausse de 11%.

La destination Oujda-Saïdia a contribué à cette croissance avec une hausse de +35% en 2010 par rapport à l'année précédente, soit environ 350 000 nuitées durant l'année. Toutefois, elle reste loin derrière Marrakech, avec ses 6 300 000 nuitées.

Cela ne signifie pas que la Région manque de potentialités, loin de là. Il s'agit en fait d'une demande touristique encore extrêmement faible, ou réduite à la demande locale et régionale, qui s'explique par la faible intégration économique à l'espace national, due à un certain enclavement.

La stratégie nationale pour développer le tourisme rural dans le pays prévoit un volet sur l'Oriental afin de compléter l'offre et la diversifier. La Région possède, en effet, des atouts indéniables, notamment pour une exploitation éco-touristique de proximité.

Concernant le tourisme international, la situation est amenée à changer puisque, parmi les projets les plus ambitieux contenus dans le programme de relance du tourisme, figure le développement de l'importante station balnéaire de Saïdia, avec une capacité prévisionnelle à terme de 15 000 lits.



1.1.4 Contexte et étendue de l'étude

Dans le cadre de la stratégie nationale du tourisme rural, l'hébergement en milieu rural ressort comme l'un des principaux problèmes du tourisme rural marocain.

Dans ce contexte, l'Agence de l'Oriental a souhaité élaborer un plan d'actions pour le développement et la mise en place de gîtes ruraux dans la Région de l'Oriental.

L'étude couvre toute la Région de l'Oriental et l'ensemble de l'offre d'hébergement en milieu rural (gîtes d'étapes, maisons et chambres d'hôtes, auberges, hébergements chez l'habitant, structures d'accueil en tentes nomades, etc.).

Cependant, lorsque cela semble pertinent, le périmètre de l'étude pourra prendre en compte des hébergements en milieu urbain qui présentent une forte charge culturelle (à l'exemple du gîte de l'ancienne Poste de Berkane), qui peuvent compléter l'offre de circuits et d'hébergement en milieu rural par un gîte d'étape en milieu urbain (dans la vieille Médina d'Oujda par exemple).

1.1.5 Actions de développement du tourisme rural menées par l'Agence

Le développement d'une offre d'hébergement en milieu rural s'inscrit dans le cadre d'un plan d'action plus global de développement du tourisme rural dans la Région, incluant entre autres :

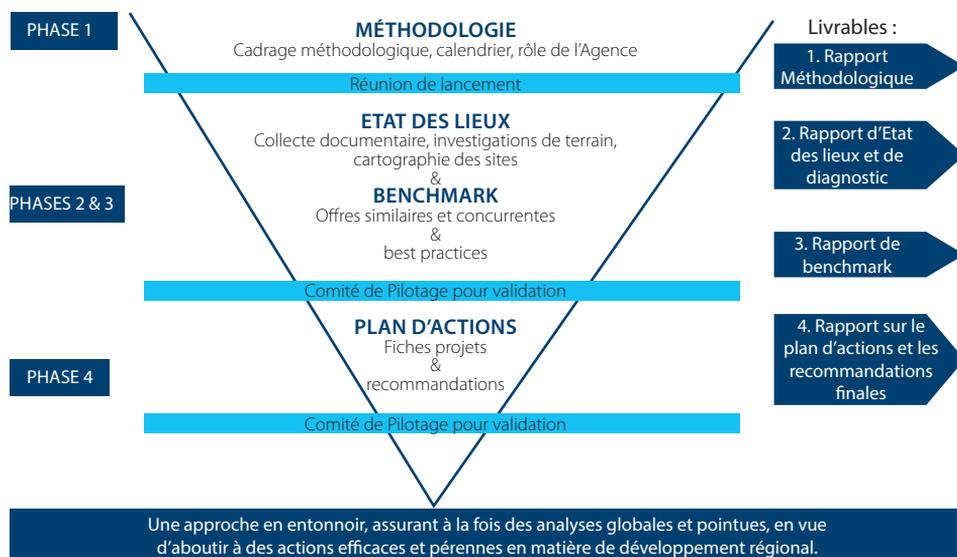
- l'élaboration et la publication (en 2012) du guide « Randonner dans l'Oriental Marocain » (25 sentiers de randonnées pédestres) en collaboration avec l'association locale « Nature et Patrimoine » et la Fédération Française de la Randonnée Pédestre ;
- la formation des guides et le balisage des sentiers ;
- l'appui aux activités d'animation dans la Région (festivals, sites Internet, etc.) ;
- l'étude pour la valorisation et le développement du tourisme culturel ;
- l'étude du potentiel en hébergement rural (Institut Français de l'Oriental, 2007) ;
- la valorisation des produits des terroirs de l'Oriental.

1.1.6 Soutien de l'Agence aux hébergeurs

L'Agence de l'Oriental souhaite soutenir le développement de gîtes ruraux par :

- des actions de réhabilitation ;
- une aide à l'équipement ;
- la promotion de ces gîtes (supports publicitaires, guide de l'hébergement rural, plateforme de réservation commune, carte des gîtes, etc.) ;
- la formation des porteurs de projets, avec notamment le soutien de l'association française « Accueil Paysan » ;
- des possibilités de financement, comme les conventions avec les banques pour les micro-crédits (pour les gîtes de taille importante, un fonds d'investissement existe pouvant contribuer jusqu'à 35% du montant d'investissement).

1.2 DÉMARCHE PROPOSÉE EN 4 PHASES



Principaux acteurs de l'étude

<p>Acteurs publics nationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Département ministériel en charge du Tourisme. 	<p>Autres acteurs au niveau régional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Associations locales de développement. • Acteurs privés du tourisme : <ul style="list-style-type: none"> - agences de voyages ; - guides touristiques ; - responsables de gîtes, etc.
<p>Acteurs régionaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agence de l'Oriental. • Conseil Régional de l'Oriental. • Délégation Régionale du Tourisme. • Centre Régional d'Investissement. • Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (Département du Tourisme rural). • Conseil Provincial du Tourisme de Berkane. • Autorités locales. 	<p>Partenaires internationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institut Français de l'Oriental. • GIZ (Allemagne). • Agence de coopération de la Région Champagne-Ardennes (France). • Association Accueil Paysan (France). • Fédération Française de Randonnée Pédestre.

1.2.1 Phase 1 : Cadrage méthodologique

Objectifs :

- consigner les principales attentes de l'Agence de l'Oriental et organiser le déroulement global du projet ;
- rédiger le rapport méthodologique devant servir de référence pour la conduite de l'étude.

Contenu :

- préparation, organisation et tenue de la réunion de lancement entre les équipes de l'Agence de l'Oriental et du prestataire désigné pour mener l'étude avec pour objectifs :

- la présentation de l'approche méthodologique adoptée pour la conduite de l'étude ;
- la présentation et la validation du planning d'intervention ;
- la définition du rôle de l'Agence de l'Oriental et la prise en compte de ses attentes ;
- la validation des acteurs à rencontrer dans le cadre de la Phase 2 (Etat des lieux).
- rédaction du rapport méthodologique de l'étude prenant en compte les remarques de ses commanditaires.

Livrable

Il s'agit du rapport méthodologique rappelant la démarche définitive adoptée pour réaliser la mission, les moyens mis en place et l'organisation de la mission dans le temps.

1.2.2 Phase 2 : Etat des lieux

Objectifs :

- faire ressortir le potentiel de la Région en matière de développement de gîtes ruraux ;
- identifier les gîtes ruraux existants et les sites d'implantation potentiels ;
- remonter les problèmes rencontrés et les attentes des responsables de gîtes et porteurs de projets éventuels ;
- identifier les leviers à actionner pour développer l'offre de gîtes ruraux dans la Région tout en intégrant les contraintes, risques et opportunités y afférent.

Contenu

Il s'agit d'abord de collecter et exploiter l'ensemble de l'information existante et de tirer des enseignements des études antérieures réalisées notamment par l'Agence de l'Oriental. En complément, seront menées des investigations sur le terrain auprès des acteurs publics et privés intervenant dans le domaine du tourisme rural et du tourisme en général dans la Région. Le tout permettra d'établir le diagnostic stratégique et d'apporter un éclairage qualitatif sur le potentiel en gîtes ruraux de la Région. Une cartographie des gîtes ruraux pourra alors être dressée pour bien visualiser deux types de constats :

- identifier, analyser et cartographier les gîtes ruraux existants et potentiels ;
- synthétiser l'ensemble des forces, faiblesses, opportunités et menaces relevées.

A cet effet, il a été procédé aux opérations suivantes :

- recensement et identification de l'ensemble des informations à collecter, en particulier pour les travaux d'état des lieux et de diagnostic, dont entre autres :
 - la stratégie de développement régionale de l'Agence de l'Oriental ;
 - la réglementation du secteur, plus particulièrement celle des hébergements touristiques ;
 - les projets touristiques existants et en cours dans la Région ;
 - les études antérieures réalisées au niveau régional sur la question ;
 - les PAT de Berkane et Figuig ;
 - les actions entreprises dans le cadre du tourisme rural dans la Région ;
 - les données sur les gîtes existants, les richesses naturelles et les potentialités de la Région ;
 - les articles de presse et les communications sur Internet ;
- prise en compte des projets touristiques en cours dans l'ensemble de la Région pour capitaliser sur leur potentiel d'attraction des touristes et sur leur complémentarité avec l'offre de gîtes à développer, dont notamment :

- le développement de la station Méditerranania Saïdia ;
- les circuits autour de la plage de Saïdia ;
- le village d'artisans à Jerada ;
- les 2 structures en tentes nomades sur la Commune rurale de Bni Guil (Bouarfa) ;
- la promotion du patrimoine nomade à Bouarfa ;
- les projets en cours à Ich (l'auberge en construction, le centre multiservice, la galerie d'exposition, le centre de conservation de l'art rupestre, etc.) ;
- l'appui des jeunes pour l'hébergement chez l'habitant ;
- la randonnée pour la traversée de l'Oriental organisée par l'Institut Français d'Oujda ;
- investigations de terrain selon 3 principes d'actions :
 - appliquer une démarche participative, en particulier pour l'état des lieux et le diagnostic stratégique en associant, mobilisant et fédérant les principaux acteurs concernés ;
 - préparer les guides d'entretien et planifier les réunions de travail ;
 - conduire les investigations sur le terrain (réunions et entretiens individuels avec des représentants de la Région, des institutions, et des personnes-ressources intervenant dans le tourisme rural, focus group avec des responsables de gîtes ruraux existants, des porteurs de projets, des associations de développement local, des acteurs privés du tourisme tels que les agences de voyages et les guides touristiques, et visites de gîtes ruraux existants et de sites potentiels d'implantation) ;
 - regroupement, classification, hiérarchisation et analyse de l'ensemble des informations et données collectées, établissant un état des lieux approfondi des gîtes ruraux existants (localisation, services et activités proposés, mode de gestion, moyens de communication, type d'hébergement, qualité des services, compétence des ressources humaines, tarifs pratiqués, etc.) ;
 - analyse des mesures d'accompagnement actuelles et potentielles des principaux acteurs publics et privés, leurs appréciations concernant l'hébergement rural en l'état actuel et leurs propositions en termes de création de nouveaux gîtes ;
 - établissement de la cartographie des gîtes de la Région, des circuits existants, des projets touristiques en cours ou potentiels, du capital naturel, des infrastructures, des emplacements envisageables pour les gîtes, etc.

Livrables

Il s'agit d'établir une synthèse du diagnostic de la situation actuelle et du potentiel de développement des gîtes ruraux dans la Région de l'Oriental à travers une analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces), restituée sous forme de matrices.

Les livrables sont au nombre de 2 :

- le rapport d'état des lieux, de diagnostic et la matrice d'analyse SWOT ;
- la cartographie des gîtes ruraux existants et des sites potentiels par Province et par type.



1.2.3 Phase 3 : Benchmark

Objectif

Il s'agit d'identifier les bonnes pratiques et les enseignements à tirer pour la mise en place de gîtes ruraux dans la Région.

Contenu de la démarche

Elle comporte 3 étapes :

- définir les cibles de benchmark, en l'occurrence une ou deux Régions marocaines ayant entamé des démarches similaires, des territoires au sein de pays disposant d'offres similaires ou concurrentes en matière de gîtes ruraux, tels que le Sud de la France, l'Espagne et l'Italie ;
- définir les critères d'analyse comparative (type de gîtes, localisation, qualité des infrastructures d'accueil et d'hébergement, mode d'intervention de l'Etat ou des Régions pour développer les gîtes, intégration et synergies avec les autres formes de tourisme, etc.) ;

- identifier les « best practices » et les enseignements à tirer pour le développement ou la mise en place de gîtes ruraux dans la Région.

Livrables :

- le rapport d'analyse du benchmark des pays et Régions ciblés en matière de gîtes ruraux ;
- la présentation des best practices et des recommandations.

1.2.4 Phase 4 : Plan d'actions et recommandations finales

Objectif

Elaborer le Plan d'actions détaillé pour le développement et la mise en place de gîtes ruraux dans la Région de l'Oriental.

Contenu de la démarche et du rendu

Sur la base des travaux précédents (état des lieux et benchmark) sera élaboré un Plan d'actions détaillé pour le développement de gîtes ruraux dans la Région de l'Oriental. Ce Plan devra être en ligne avec la stratégie régionale de développement, la stratégie du secteur touristique (Vision 2020) et les programmes de développement locaux (comme DÉLIO).

Des fiches-projets seront élaborées pour l'ensemble des projets identifiés :

- proposition de projets à mettre en oeuvre pour améliorer l'offre existante ;
- proposition de projets pour la mise en place de nouveaux gîtes ruraux visant à compléter l'offre existante ;
- proposition de projets-phares transverses (formation, promotion, communication, financement, etc.).

Seront également produites :

- une proposition de budget et d'un planning de mise en oeuvre pour les projets et actions à mener pour le développement et la mise en place de gîtes ruraux dans la Région ;
- des recommandations finales pour la réussite de la mise en oeuvre.

Le Plan d'actions et les fiches-projets devront entre autres préciser :

- les objectifs visés par chaque projet ;
- le planning détaillé de mise en oeuvre de chaque projet et des actions qui le composent ;
- le budget nécessaire à la mise en oeuvre de chaque projet ;
- les sources de financement potentiels ;
- les différents acteurs concernés, leurs missions et les mécanismes de leur intervention ;
- les indicateurs de suivi, de contrôle et d'évaluation des projets et actions projetés.

Livrables :

- les fiches-projets, le planning, le budget et les recommandations finales de mise en oeuvre ;
- la synergie avec les autres offres touristiques dans la Région, la réponse aux exigences du respect de l'environnement, de la préservation du patrimoine et de l'économie sociale.

2.1 MÉTHODOLOGIE ADOPTÉE

2.1.1 Rappel de la démarche adoptée

La Phase 2 « Etat des lieux et Diagnostic » comporte 4 grandes étapes.

Étape 1

La collecte documentaire, qui avait pour objectifs de réunir et exploiter l'ensemble de l'information déjà existante et de tirer des enseignements des études antérieures réalisées au niveau de la Région, particulièrement dans le domaine du tourisme rural.

Étape 2

Une étape d'investigations de terrain qui a consisté en :

- des réunions de travail, des entretiens individuels ou des focus group avec des représentants de la Région, des institutions, des associations de développement local, des ONG, des acteurs privés et des personnes-ressources intervenant dans le tourisme rural ;
- des visites des hébergements ruraux existants et des entretiens avec les responsables de gîtes ;
- des visites de sites potentiels pour la mise en place de nouveaux hébergements et/ou des entretiens avec des porteurs de projets potentiels.

Étape 3

Une étape d'identification, de cartographie et d'analyse :

- des hébergements ruraux existants ;
- des sites potentiels pour la mise en place de nouveaux hébergements.

Étape 4

La synthèse et le diagnostic de la situation actuelle et du potentiel de développement d'hébergements ruraux dans la Région de l'Oriental.



2.1.2 Acteurs contactés dans le cadre des investigations de terrain

L'étude a mobilisé tous les acteurs institutionnels et associatifs dont la participation a paru pertinente compte tenu de la problématique traitée.

Ont ainsi été tenues des réunions de travail en groupe avec :

- la Wilaya de la Région de l'Oriental ;
- le Conseil Régional de l'Oriental ;
- le Centre Régional d'Investissement de la Région de l'Oriental ;
- la Direction Régionale du Tourisme ;
- le Centre de Ressources et de Services de l'Agence de l'Oriental ;
- l'Association Homme et Environnement ;
- l'Association Gafaït ;
- l'Association Nationale des Ovins et Caprins ;
- l'Association les Amis de Tafoughalt ;
- l'Association Maison familiale rurale de Tafoughalt ;
- l'ARCOD.

Des entretiens individuels ont également été réalisés avec des responsables des organismes et ONG ci-après :

- le Comité Provincial du Tourisme de Berkane ;
- la Commune urbaine de Figuig ;
- la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique ;
- la GTZ, devenu GIZ (projet MIDEO) ;
- l'Institut Français de l'Oriental ;
- le Conseiller Tourisme Rural auprès de l'Agence de l'Oriental ;
- l'Association Nature et Patrimoine ;
- l'Association les Amis de Ain Sfa.

Les différentes formes de dialogue avec ces acteurs institutionnels ou associatifs du secteur ont comporté de nombreux points, dont systématiquement :

- la présentation de la méthodologie adoptée pour l'étude ;
- la situation actuelle et la stratégie du tourisme dans la Région ;
- l'état des lieux du tourisme rural dans la Région, ses forces et ses faiblesses ;
- l'historique de son développement et le lien avec la stratégie nationale ;
- la présentation des actions en cours pour le développement du tourisme rural ;
- l'état des lieux des gîtes existants ;
- la proposition d'emplacements potentiels pour de nouveaux gîtes ;
- les remarques et suggestions des participants.

2.1.3 Déroulement de la phase 2

Les points forts de cette phase :

- disponibilité auprès de l'Agence de l'Oriental d'une documentation importante concernant la Région et plus particulièrement le tourisme régional ;
- engagement et soutien de l'ensemble des acteurs rencontrés ou contactés durant tout le déroulement de l'étude.

2.2 STRATÉGIE NATIONALE DU TOURISME RURAL

2.2.1 Vision 2010 et tourisme rural

Au 10 janvier 2001, le Discours de Sa Majesté le Roi Mohammed VI vient donner les Hautes Directives Royales pour le développement du tourisme. C'est le point du départ d'une stratégie à mettre en oeuvre pour atteindre les objectifs assignés pour 2010.

L'étude sur la « Stratégie de développement du tourisme rural au Maroc » réalisée en 2002 par le PNUD et l'OMT a fait ressortir « l'existence d'un décalage important entre une demande forte émanant tant des touristes étrangers que des nationaux, d'une part, et une offre potentielle extrêmement riche mais quasi-totalement inorganisée et donc mal connue des opérateurs touristiques et des touristes eux-mêmes, d'autre part. »

Il a été préconisé, entre autres, d'axer la stratégie de développement du tourisme rural sur la structuration et la valorisation d'un produit touristique rural susceptible d'être « mis en marché¹ » et fréquenté par les touristes : c'est le projet des Pays d'Accueil Touristique (PAT). Il s'agit de pallier des handicaps majeurs, tels que l'attractivité touristique insuffisante et l'inexpérience touristique professionnelle, en mutualisant les attraits et les compétences.



Toujours d'après l'étude PNUD/OMT, l'hébergement en milieu rural est l'un des principaux problèmes du tourisme rural marocain. Les formules hôtelières classiques ne sont généralement pas adaptées au milieu rural - trop lourdes en investissements, trop compliquées en exploitation - et ne correspondent pas aux attentes des touristes en matière d'intégration dans les milieux environnants. Les deux principaux types d'hébergement touristique rural majoritaires dans l'espace rural marocain sont :

- les chambres d'hôtes et/ou gîtes de montagne, où les habitants ont aménagé au sein de leurs maisons, ou à proximité, des chambres offrant un minimum de services ;
- les gîtes d'étapes imaginés par des entrepreneurs privés, souvent étrangers aux régions visitées, ou par quelques collectivités, qui peuvent être abrités soit par d'anciennes demeures rénovées, soit par des bâtiments nouvellement construits à cet effet.

Selon l'ouverture de la société d'accueil et son comportement sociologique vis-à-vis de l'étranger, ces formes d'hébergement peuvent être acceptées au sein du logement de l'habitant ou tenues légèrement à l'écart.

1- Mettre en marché, donc faire connaître l'offre aux touristes et aux opérateurs potentiels.

2.2.2 Vision 2020 du tourisme

Une Vision 2020 pour le secteur du tourisme a été lancée : elle s'inscrit dans la continuité de la Vision 2010.

Nous devons prendre en compte dans notre Plan d'actions les axes stratégiques autour desquels s'articulent la Vision 2020 (voir encadré ci-contre), lesquels sont d'ailleurs compatibles avec le développement des hébergements ruraux :

- mettre en valeur la culture et les traditions locales ;
- préserver et valoriser les ressources naturelles de la Région ;
- rattacher le tourisme aux autres secteurs économiques, tels que l'agriculture ou l'artisanat, activités développées en milieu rural dans la Région de l'Oriental ;
- prendre en compte le concept d'économie sociale, afin que ces hébergements soient avant tout un revenu pour les porteurs de projets ;
- inciter à mettre en œuvre les énergies renouvelables, sachant que la Région de l'Oriental a un fort taux d'ensoleillement annuel ;
- développer les compétences par la formation des ressources humaines.

2.2.3 Pays d'Accueil Touristique

Définition

Un Pays d'Accueil Touristique (PAT) est :

- d'une part, un territoire couvrant une zone géographique clairement définie, qui peut être à cheval sur plusieurs Communes, et offrant une identité spécifique et une thématique distincte définie par ses curiosités naturelles, culturelles et historiques, ou autre ;
- d'autre part, un concept permettant de fédérer les différents intervenants pour le développement de toutes les formes de tourisme durables en milieu rural, notamment l'éco-tourisme, l'agritourisme, le tourisme d'aventure, etc.

Ce concept fédérateur permet le développement d'une infrastructure touristique adaptée et la mise en réseau des potentialités du territoire.

Objectifs des Pays d'Accueil Touristique

Le plan Pays d'Accueil Touristique est l'un des plans qualitatifs de la stratégie-produits pour le développement du tourisme rural au Maroc. Deux types d'objectifs lui sont liés.

Extraits de la Vision 2020 :

« En 2020, notre pays fera partie des 20 plus grandes destinations mondiales et s'imposera comme une référence du pourtour méditerranéen en matière de développement durable ».

« Nous imposerons notre pays comme la destination touristique de référence en termes de développement durable sur le pourtour méditerranéen grâce à un modèle touristique unique, qui combinera une croissance soutenue avec une gestion responsable de l'environnement et le respect de notre authenticité socioculturelle... ».

« Pour réaliser notre ambition, nous ferons émerger progressivement, tout au long de la décennie, six nouvelles destinations touristiques pour relayer la croissance des deux pôles internationaux déjà établis à Marrakech et Agadir. Ces 8 destinations constitueront les points d'ancrage d'une politique d'aménagement territorial articulée autour de 5 axes de développement majeurs qui orienteront les efforts de la décennie :

- enrichissement de l'offre culturelle ;
- poursuite du positionnement offensif sur le balnéaire ;
- création d'une offre « Nature » ;
- mise en place de corridors thématiques ;
- création d'une offre performante d'animation ».

Les objectifs stratégiques comportent :

- la structuration de l'offre et de la demande touristique en milieu rural pour la création de destinations entières ;
- le rééquilibrage et la répartition territoriale du développement touristique ;
- la confortation et la diversification des produits offerts par les destinations balnéaires et culturelles.

Les objectifs liés à la démarche « Pays », qui consistent en :

- la conjugaison des efforts et la convergence des actions pour optimiser les ressources ;
- la création et la diversification des opportunités d'emploi ;
- la promotion et le développement des infrastructures sociales ;
- la génération de revenus alternatifs et la diminution des effets de la pauvreté ;
- la préservation et la valorisation des ressources naturelles et culturelles, etc.

Composantes d'un Pays d'Accueil Touristique

L'hébergement touristique rural

Il s'agit de développer des hébergements de qualité, adaptés aux attentes de la clientèle, et d'augmenter la capacité d'accueil. Catégories concernées : hébergement chez l'habitant, gîtes, auberges, maisons d'hôtes, bivouacs, écolodges, petits hôtels de charme, etc.

Les circuits

Il s'agit de développer des circuits en boucle et/ou des traversées (à l'intérieur d'un PAT ou inter-PAT) pour assurer la mise en réseau des potentialités touristiques d'un territoire donné. Plusieurs catégories de circuits ont été identifiées : pédestres, vélo-routes, à dos d'animaux, 4x4, thématiques (culturels, biodiversité, route des roses, route du miel etc.).

L'animation et l'environnement touristique

On s'attachera à valoriser et développer une animation spécifique :

- valoriser le patrimoine matériel et immatériel (événements, centres d'interprétation, etc.) ;
- développer l'agritourisme et valoriser les produits de terroirs agricoles et artisanaux ;
- développer des activités d'aventure et de plein air (escalade, chasse touristique, etc.) ;
- préserver l'environnement par le développement d'activités écotouristiques et développer l'écotourisme dans les territoires ruraux.

Mesures d'accompagnement des Pays d'Accueil Touristique

La structuration de l'offre devra s'accompagner de mesures institutionnelles lui permettant de se dérouler dans un cadre humain, réglementaire et institutionnel propice à sa réussite. Quatre familles de mesures sont identifiées.

Accueil, information et sensibilisation

Créer une vitrine du Pays avec une Maison du PAT et des kiosques d'information.

Formation et accompagnement

Dispenser des formations continues aux prestataires de service dans les PAT pour améliorer leur professionnalisme, ainsi que des formations initiales pour doter le PAT des animateurs, guides et accompagnateurs nécessaires.

Promotion et commercialisation

Mettre en place d'un plan promotionnel en collaboration avec l'ONMT et conclure des accords de commercialisation avec les tours opérateurs pour faire connaître les produits touristiques ruraux structurés auprès des organisations touristiques et des touristes eux-mêmes, avec les outils appropriés.

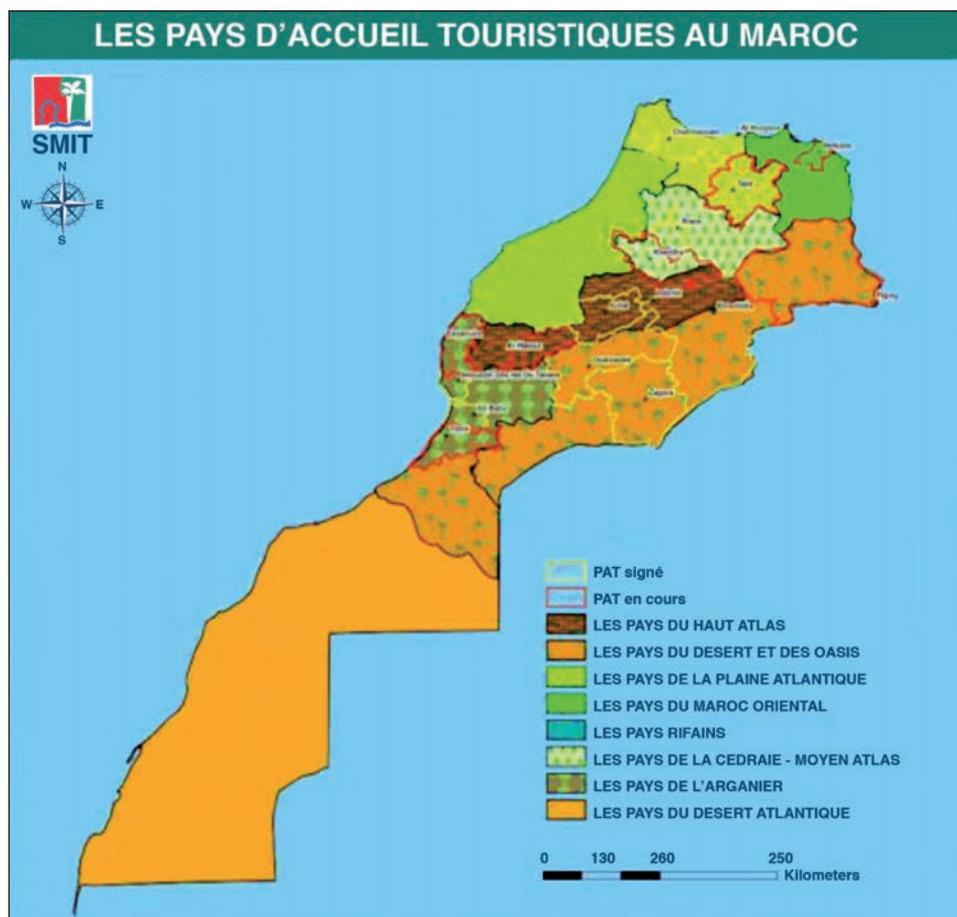
Organisation institutionnelle

S'organiser en groupements ou associations des professionnels du tourisme rural afin de faciliter les échanges avec tous les acteurs au sein d'un PAT.

Thématiques des PAT

Le territoire national a été subdivisé en 8 grandes thématiques de PAT, avec un découpage géographique de la façon suivante :

- **Les Pays Rifains**, comprenant notamment les territoires de Chefchaouen, Al Hoceima, Taza et Tétouan ;
- **Les Pays de Beni Snassen et le Maroc Oriental**, englobant l'arrière-pays de Saïdia, Nador et les mines et paysages autour de Jerada ;
- **Les Pays de la Cédraie - Moyen Atlas**, couvrant les forêts et lacs d'Ifrane, de Khénifra, Sefrou, El Hajeb et Boulmane ;
- **Les Pays de la Plaine Atlantique**, entre Larache et Safi ;



- **Les Pays du Haut Atlas**, comprenant un centre autour des Provinces d'Azilal et de Beni-Mellal, une partie orientale autour des Hauts Plateaux d'Imilchil et une partie occidentale couvrant les Provinces d'Al Haouz, de Chichaoua et une partie de Taroudant ; sur les territoires de Ouarzazate, Zagora, Errachidia, Figuig, Guelmim et Tata ;
- **Les Pays de l'Arganier**, comprenant les parties des Ida Outanane, Chtouka Aït Baha, Taroudant, Tiznit et l'arrière-pays d'Essaouira ;
- **Les Pays du Désert Atlantique**, concernant toutes les Provinces du Sud.

Situation des Pays d'Accueil Touristique dans la Région de l'Oriental

Les Pays d'Accueil Touristique dans la Région de l'Oriental sont :

- **Les Pays de Beni Snassen et le Maroc Oriental**, en totalité inclus dans la Région de l'Oriental ;
 - **Les Pays du Désert et Oasis**, comportant le Sud de la Région et notamment Figuig.
- Les diagnostics des PAT de l'arrière-pays de Saïdia (Berkane) et de Figuig ont été réalisés. Ils seront mis en œuvre après signature par tous les acteurs concernés.

Situation de l'hébergement dans les PAT de l'Oriental

Les éléments ressortis du diagnostic en ce qui concerne l'hébergement :

- les Beni Snassen manquent d'unités d'hébergement et de capacité litière, et il a donc été préconisé de créer de nouvelles unités d'hébergement touristique rural (adaptées et plus luxueuses), avec une liste des hébergements à créer et leurs emplacements ;
- dans la Province de Figuig, a aussi été identifié un besoin important en hébergements ruraux et préconisé la création de nouveaux hébergements, mais également la mise à niveau de structures d'hébergement existantes et la réhabilitation d'anciennes demeures en maisons d'hôtes.



Paysage des Beni Snassen

Photo Younès Fizazi

2.3 RÉGION DE L'ORIENTAL

La Région de l'Oriental est sans doute l'une des Régions les plus intéressantes du Maroc par son histoire, sa géographie, ses habitants et ses énormes potentialités parfois sous-exploitées. C'était aussi l'une des Régions les moins développées du Royaume, avec toute une variété de problèmes qui faisaient jusqu'à présent obstacle à son développement. L'enclavement était notamment l'un des handicaps majeurs de la compétitivité de l'Oriental. Jusqu'à une période récente, l'économie de l'Oriental était essentiellement basée sur trois grands secteurs :

- l'économie minière, qui a vécu une crise profonde dans les années 90 avec la fermeture de ses sites, ce qui a impacté des villes entières avec des conséquences importantes ;
- l'économie agro-pastorale, surtout dans l'espace des Hauts Plateaux, qui a également connu une crise suite à la sécheresse récurrente ;
- le commerce, filière qui a rencontré, elle aussi, d'énormes difficultés du fait de la fermeture des frontières et du démantèlement des tarifs douaniers.

2.3.1 Renaissance régionale

En 2003, l'Initiative Royale pour le Développement de l'Oriental a permis de libérer les énergies des opérateurs économiques et politiques et d'enclencher une dynamique dans la Région. En quelques années, près de 70 milliards de Dirhams ont été investis, dont la moitié environ de fonds publics destinés à la réalisation d'infrastructures routières, ferroviaires, portuaires et aéroportuaires, ainsi qu'à la réhabilitation des centres urbains et au développement de services publics, comme l'alimentation en eau potable ou l'approvisionnement en électricité.

L'économie de la Région doit être reconstruite sur de nouveaux moteurs de croissance :

- le premier, en passe de devenir une véritable locomotive, est le tourisme ;
- l'industrie, et plus particulièrement les secteurs de l'aéronautique, de l'automobile et de l'informatique ;
- l'agro-industrie à Berkane, l'Oriental étant le second pôle d'exportation de produits frais du Royaume, réputé pour ses agrumes ;
- l'offshoring, avec Oujda Shore au sein de la Technopole d'Oujda qui accueillira également les techniques de l'information, la formation, mais aussi aux des industries propres ;
- les énergies renouvelables, la recherche d'investisseurs (centrale thermo-solaire de Aïn-Bni-Mathar et espace dédié au sein de la Technopole d'Oujda) ;
- les pôles traditionnels (artisanat, produits de terroir, développement de la filière viande rouge, etc.).

2.3.2 Principaux indicateurs

La Région de l'Oriental se caractérise par d'énormes contrastes, Elle est marquée par une réorientation vers le tourisme et l'industrie, mais aussi par une réalité rurale diversifiée et riche. L'Union Européenne considère la Région de l'Oriental comme prioritaire dans le cadre de sa politique et des instruments de voisinage.

Quelques données sur la Région de l'Oriental

Situation	Au Nord-Est du Maroc
Superficie	82 820 km ² , soit 11,6% du territoire national, la deuxième plus grande Région du Royaume.
Frontières	Bordée par : <ul style="list-style-type: none"> • la Méditerranée au Nord ; • l'Algérie à l'Est et au Sud (550 km de frontière) ; • les Régions de Taza-Al Hoceima-Taounate et de Fès-Boulemane à l'Ouest ; • la Région de Meknès-Tafilalet au Sud.
Ouverture vers l'étranger	Position géographique stratégique dans le bassin méditerranéen : <ul style="list-style-type: none"> • frontière terrestre avec l'Algérie (partenaire commercial avant la fermeture des frontières) ; • proximité avec les pays de l'Europe du Sud, séparés par la Méditerranée (200 km de l'Espagne) et à quelques heures de vol des grandes capitales européennes ; • frontière terrestre avec l'Espagne via l'enclave espagnole de Mellilia ; • influence hispanophone à Nador.
Provinces/ Préfectures / Communes	6 Provinces et 1 Préfecture, 114 Communes : <ul style="list-style-type: none"> • la Préfecture d'Oujda-Angad : 11 Communes • la Province de Berkane : 16 Communes • la Province de Taourirt : 14 Communes • la Province de Jerada : 14 Communes • la Province de Figuig : 13 Communes • la Province de Nador : 23 Communes • la Province de Driouch² (créée en 2010) : 23 Communes

Quelques indicateurs sur la Région de l'Oriental

Capitale administrative	Oujda
Population de la Région	1 908 905 habitants (dont 51,3% de femmes), soit 6,4% de la population totale marocaine, au dernier recensement (RGPH 2004).
Densité de la population (2004)	Faible densité : 23 habitants/km ² , vs 42 habitants/km ² au niveau national. Forte concentration de la population dans le Nord. 23% de la population vit au Sud dans les espaces steppiques et désertiques qui représentent plus de la moitié de la superficie régionale.
Population active	536 388 individus, dont 45% dans le secteur du commerce et des services, 34% dans l'agriculture et 13,5% dans les emplois publics.
Taux d'emploi	39,7% vs 46,9% à l'échelle nationale.
Taux d'analphabétisme	Parmi les plus importants du Maroc (42,9%) et surtout une forte proportion d'élus sans instruction (21%).
Habitat	3,6% d'habitat informel au niveau régional vs 7,2% au niveau national. 50% des ménages possèdent une maison marocaine moderne.
Equipements des logements	75% des ménages ont accès à l'électricité et plus de 50% à l'eau courante. Les logements ruraux sont les plus défavorisés : 13,7% des ménages ruraux n'ont pas l'eau courante et 40,2% seulement sont reliés à l'électricité.

2- Province de Driouch : la Province a été créée peu avant la réalisation de cette étude, les données disponibles concernant cette Province sont donc encore souvent rattachées à la Province de Nador. La rareté des informations concernant Driouch n'a pas permis de traiter la Province de Driouch de manière indépendante.

Infrastructures de base	<p>1. Réseau routier : 5 011 km de routes (13,6% des routes nationales du pays). Routes nouvelles : 320 km d'autoroute reliant Fès et Oujda, la rocade méditerranéenne Tanger-Saïdia, le dédoublement de la route Oujda-Nador sur 120 km.</p> <p>2. Réseau ferroviaire : 3 lignes principales (Oujda-Casablanca, Oujda-Bouarfa, et la nouvelle voie Taourirt-Nador). Réseau lié au réseau algérien. Transport de passagers, ciment, clincker, céréales et sucre.</p> <p>3. Infrastructures aéroportuaires : 3 aéroports internationaux : Oujda-Angad, El Aroui de Nador et Bouarfa. Extension et rénovation de l'aéroport d'Oujda.</p> <p>4. Infrastructures maritimes : à Nador (port de voyageurs et de marchandises), port de pêche Ras Kebdana et projet du complexe Nador West Med, un investissement de 10 milliards de Dh, dont 6 milliards pour la 1^{ère} tranche comportant 3 postes pétroliers, 1 poste charbonnier et 1 terminal à conteneurs.</p>
Infrastructures touristiques	<p>Projet Marchica à Nador, complexe maritimo-touristique, un investissement de 11 milliards de Dh.</p> <p>Extension et développement des équipements de la station balnéaire de Saïdia.</p>
Industrie	<p>Pôle de développement industriel pour la Région de l'Oriental (MED-EST) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • parc industriel de Selouane près de Nador ; • Agropole de Madagh près de Berkane ; • Technopole, site attenant à l'aéroport d'Oujda. <p>MED-EST met l'accent sur les filières agroalimentaires à Berkane, l'offshoring à Oujda et logistique, l'extension du port de Nador et sa zone franche à Selouane. Nouveau campus technologique ; l'Université Mohammed 1^{er} d'Oujda a développé des cursus pour les cadres : économie, gestion, commerce, etc.</p>
Ressources naturelles et environnement	<ul style="list-style-type: none"> • Domaine forestier de 2 499 600 hectares (14% forêts naturelles, 83% nappes alfatières, 3% plantes artificielles). • Production fourragère très importante. • Potentiel important en plantes aromatiques et médicinales. • Richesse : 11 Sites d'Intérêt Biologique et Ecologique, dont un site préhistorique • Authenticité et beauté des paysages. • Tous les climats et biotopes se rencontrent dans un rayon de 500 km.
Culture	<p>Région au passé très riche : des fouilles archéologiques (à Ghafes, Guenfouda, Nador, etc.) ont permis de découvrir entre autres l'homme de Tafoughalt. Monuments historiques présentant des particularités caractéristiques de la Région, visibles dans l'architecture des ksours, des kasbahs ou des mosquées. Opérations de sauvegarde en cours.</p> <p>Animation culturelle : plusieurs manifestations artistiques, des coutumes propres à la Région (Festival de Saïdia, Musique Gharnatie, Festival du Raï, semaines et journées culturelles dans certaines villes, manifestations théâtrales, manifestations poétiques, musicales, d'art plastiques, littéraires).</p> <p>Projets en cours :</p> <ul style="list-style-type: none"> • à Ich, une galerie d'exposition, un centre de conservation de l'art rupestre ; • la promotion du patrimoine nomade à Bouarfa.
Sports et loisirs	<ul style="list-style-type: none"> • Plus de 50% des installations sportives de la Région concernent le football. • L'athlétisme se place en seconde position. • Viennent ensuite divers sports (natation, golf, basket-ball, hand-ball, volley-ball, rugby, sports de combat, pétanque, billard, etc.). • 9 salles de cinéma dans la Région. • Randonnées : plusieurs circuits existent, notamment la célèbre randonnée dite « La traversée de l'Oriental » organisée par l'Institut Français de l'Oriental. • Pratique de la chasse.

Artisanat	<p>Artisanat peu développé mais territoire au potentiel très important. 50 000 artisans en activité, 9% de la population active. Prépondérance de l'artisanat utilitaire et de service : 40% dans la branche textile, 25% dans les métiers du bâtiment, 35% répartis entre les activités de service. Produits typiques de l'Oriental :</p> <ul style="list-style-type: none"> • tissage traditionnel (burnous de Figuig, couvertures, Hayk) ; • articles brodés en fil doré (Mejdoub) ; • robes d'Oujda (blousa) ; • nattes, tapis, corbeilles, paniers, couscoussiers ou encore tentes à base d'Alfa (espèce forestière couvrant près de 2 millions d'hectares). <p>La Région est également réputée pour ses :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fusils de fantasia ; • fabrication de selles traditionnelles de chevaux. <p>La majorité des produits de l'artisanat local est destinée au marché local ; solde exporté vers certains pays d'Europe ou écoulés par les MRE. Création d'un village des artisans à Oujda, mise en place de formations par apprentissage, village d'artisans à Jerada.</p>
Tourisme : chiffres-clés	<p>Evolution des nuitées L'Oriental est considérée comme une Région touristique émergente, dont les nuitées ont évolué de 5,15% / an entre 2001 et 2010, de 35% entre 2009 et 2010, hausse principalement attribuable aux marchés belge, allemand et espagnol. Augmentation des nuitées au 1^{er} trimestre 2011 : environ 31% par rapport au 1^{er} trimestre de 2010. Les pays arabes commencent à s'intéresser de plus en plus à la Région de l'Oriental, ce qui explique l'augmentation des nuitées en 2011.</p> <p>Capacité d'hébergement La capacité d'hébergement a connu un taux de croissance annuel moyen de 9% entre 2001 et 2010 (en 2009, augmentation de la capacité hôtelière de 71% avec l'ouverture de la station balnéaire de Saïdia). Un nombre important de nouveaux hébergements sont en cours de construction ces dernières années, notamment dans les Provinces de Berkane et Figuig. Les hébergements ruraux n'étant pas classés, peu d'informations concernent le tourisme rural (seulement 4 hébergements ruraux sont classés dans la Région). Capacité d'accueil de l'Oriental (selon monographie de la Région, 2007) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 44 hôtels classés d'une capacité de 3 326 lits ; • 116 hôtels non classés d'une capacité de 4 487 lits ; • 50% des hôtels se situent dans la Préfecture de Oujda-Angad, 30% dans la Province de Nador ; • 8 restaurants classés d'une capacité de 882 couverts; • 67 agences de voyages et de tourisme ; • 28 entreprises de transport touristique ; • 100 agences de location de voitures ; • 7 campings.

2.4 OFFRE TOURISTIQUE DANS LA RÉGION

Le tourisme balnéaire a vocation de moteur régional, en particulier pour les autres formes de tourisme appelés à se développer dans les territoires non côtiers.

2.4.1 Tourisme balnéaire

Dans le cadre de la politique touristique du Maroc « Vision 2010 », une nouvelle dynamique de développement touristique a débuté dans la Région de l'Oriental par la création d'une des plus grandes stations balnéaires du Royaume. Première station du Plan Azur, la station de Saïdia, a ouvert ses portes en juin 2009. Sur plus de 700 ha, elle offre une capacité de 30 000 lits, une marina, 3 parcours de golf, 9 hôtels de 5 et 4 étoiles, des villas, des appartements, 8 résidences touristiques et un Palais des congrès. Il est prévu 8 000 emplois directs et 40 000 indirects à terme. D'autres projets sont en cours :

- projet d'aménagement et de développement touristique de Marchica, sur la façade maritime de Nador, autour de la plus grande lagune de la rive Sud de la Méditerranée (24 km de long, 7 km de large), avec 7 projets d'aménagement programmés entre 2009 et 2025, prévoyant la création de 80 000 emplois ;
 - projet Cap de l'eau, orienté vers le tourisme national en hôtel ou résidence.
- Avec la rocade méditerranéenne, la Région pourra développer son tourisme balnéaire.

2.4.2 Potentiel touristique des territoires de l'arrière-pays régional

Dans le même temps, d'autres niches touristiques sont développées, comme le tourisme de désert, le tourisme culturel ou écologique, en particulier autour de Figuig (Cf. PAT de Figuig). Ci-après sont présentés les sites à potentiel touristique et le potentiel culturel à vocation touristique par Province. Ces informations permettront par la suite d'identifier :

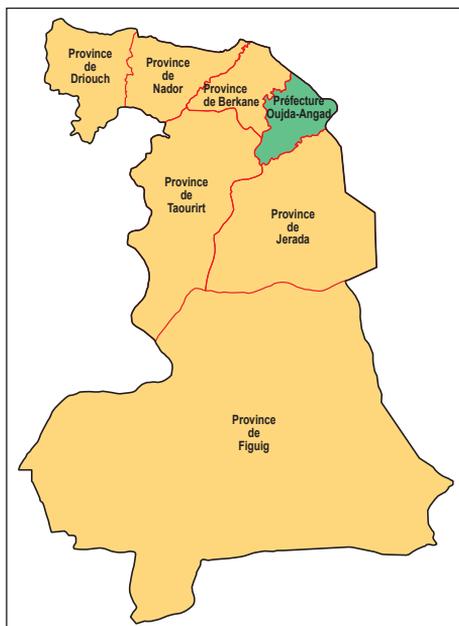
- le potentiel de développement des hébergements actuels ;
- les sites potentiels pour la création et le développement de nouveaux hébergements.

Préfecture d'Oujda-Angad

Chef-lieu	Oujda
Situation	Frontière avec l'Algérie, les Provinces de Berkane, Jerada et Taourirt.
Relief	Relief peu contraignant, formé essentiellement de plaines (Angad, Bsara, Naïma). Chaînes montagneuses localisées dans la partie Nord (les Monts de Beni Snassen)
Atouts de la Préfecture d'Oujda-Angad	<ul style="list-style-type: none">• Atouts économiques, sociaux et culturels.• Importante infrastructure de transport : réseau routier le plus dense de la Région, réseau ferroviaire relié au réseau algérien, aéroport international avec une majorité de vols vers l'Europe.• Importante infrastructure hôtelière : au moins 20 hôtels classés offrant une capacité de 1 495 lits.• Atouts naturels incontestables.• Riche noyau universitaire.
Espace géographique	<p>3 SIBE dans la Préfecture :</p> <ul style="list-style-type: none">• Oasis de Sidi Yahya ;• El Kahf d'Aïn Sfa ;• Aïn Almou d'Aïn Sfa.

Sites à potentiel touristique dans la Préfecture :

- l'ancienne médina, construite en 994, conserve un cachet traditionnel avec ces remparts érigés en 1297, ses petites ruelles et ses souks attrayants ;
- la grande mosquée ;
- la kasbah d'Oujda édiflée en 1298 ;
- les portes de près de 10 siècles d'existence (Bab Sidi Abdelouahab, Bab Al Gharbi) ;
- les trois fontaines ;
- Hammam El Bali, avec son style andalou ;
- la médersa ;
- Dar Essebti ;
- les parcs de la ville, le Musée Lalla Meryem et le parc Lalla Aïcha, espace vert le plus important de la ville ;
- le site de Aïn Sfa, espace rural et montagnard avec ses vallées verdoyantes et ses sommets facilement accessibles, qui offre un cadre de détente, de promenade et d'escalade, lieu très fréquenté par les amateurs de chasse de par ses ressources faunistiques (sangliers, lièvres, pigeons, etc.) ;
- la grotte El Kahf à Aïn Sfa ;
- la source thermale de Benkachour, réputée pour guérir les maladies cutanées grâce à son eau chaude fortement minéralisée d'une température de 50°C ;
- la ville de Beni Drar, réputée pour ses restaurants de grillade ;
- Sidi Maâfa, site important au pied de Jbel Hamra, avec panorama sur la ville d'Oujda et cadre naturel agréable ;
- l'oasis de Sidi Yahya, qui abrite les mausolés de plusieurs saints reconnus par les musulmans, les chrétiens et les juifs.



Potentiel culturel à vocation touristique :

- troupes folkloriques ;
- arts culinaires ;
- diversité des habits traditionnels ;
- richesse des métiers artisanaux, présence d'un village des artisans ;
- infrastructure culturelle développée par rapport aux autres Provinces (bibliothèques, conservatoire de musique, espace enfant, centre Orient-Occident, galerie d'art) ;
- animations culturelles (festivals de musique « Gharnatie », festival du Raï, festival du cinéma, les semaines et journées culturelles, expositions de livres, etc.).

Potentiel de création de nouveaux hébergements

Au vu du potentiel touristique de la Préfecture, on peut identifier des possibilités en termes de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, autres que ce qui existe déjà, comme par exemple :

- dans l'ancienne médina d'Oujda, une maison traditionnelle rénovée avec cuisine traditionnelle et hammam beldi (inclus ou à proximité), l'idéal étant une maison d'hôte donnant en permanence l'impression d'être dans une véritable maison traditionnelle pleine de vie (activités : visite de la ville, excursions en montagne, apprentissage de la cuisine marocaine, dégustation de produits des terroirs de la Région, pièce pour exposer et vendre l'artisanat local, soirées musicales avec instruments et musique typiques gharنائية), conçue comme une halte reposante avant ou après une tournée dans la Région ;
- sur la Commune de Ain Sfa, près du SIBE, un hébergement rural typique des montagnes, restauration légère et cuisine à disposition des touristes (activités : promenade, escalade, chasse près d'Oujda pour profiter des avantages de la ville et la voir de loin via le panorama de Sidi Maâfa), un lieu de week-end éventuel pour les Oujdis ce qui permettrait l'ouverture toute l'année, surtout en cas d'activités pour les enfants pour un séjour plus long.

Province de Berkane

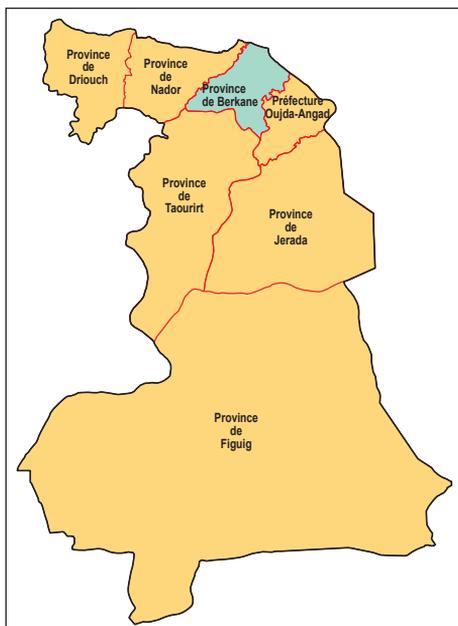
Chef-lieu	Berkane
Situation	Limitée au Nord par la Méditerranée, à l'Est par l'Algérie et la Préfecture de Oujda-Angad, à l'Ouest par la Province de Nador et au Sud par la Province de Taourirt.
Relief	Altitude basse, peu montagneuse, massif des Beni Snassen et plaine des Triffa.
Atouts de la Province	<ul style="list-style-type: none"> • Pôle agricole important : élevage et culture. • Développement en cours : industrie agroalimentaire, matériaux de construction. • Développement en cours du tourisme balnéaire : en passe de devenir le pôle balnéaire de la côte avec le grand complexe touristique de Saïdia et sa marina.
Espace géographique	La forêt couvre près de 24% de la superficie du territoire provincial, composée de thuyas et de chênes verts accompagnés d'une végétation luxuriante et variée (avec quelques arganiers). 40 espèces de mammifères (3 espèces ont disparu : mouflon, gazelle de Cuvier et hyène rayée). Dernièrement, le mouflon a été réintroduit dans la forêt.

Sites à potentiel touristique dans la Province :

- Saïdia, la « perle bleue » de la Méditerranée (plage de sable fin de 14 km) ;
- Kasbah de Saïdia construite au XIX^{ème} siècle ;
- son complexe touristique et sa marina ;
- forêts des Beni Snassen, avec une végétation et une faune riches et diversifiées ;
- Grotte du chameau dans la vallée du Zegzel, partiellement aménagée, lieu d'attraction pour le tourisme de montagne ;
- Grotte des pigeons (à 7 km de la Grotte du Chameau) est un site préhistorique à valoriser ;
- le fleuve et le site de l'embouchure de la Moulouya, classé SIBE et site Ramsar³, avec présence de nombreuses espèces menacées et remarquables ;
- le site des Beni Snassen (massif montagneux culminant à 1 532 m au Ras Fourhal, paysage sylvatique de grande qualité, orné d'escarpements, de grottes et de cours d'eau attrayants, faune et flore diverses) ;

3- Un site Ramsar est régi par les règles de protection et d'utilisation de la « Convention relative aux zones humides d'importance internationale, particulièrement comme habitats des oiseaux d'eau », dite « Convention Ramsar » du nom de la ville iranienne où elle fut adoptée le 02 février 1971.

- le site de la cigogne blanche (nombreux nids en haut de vieux et grands eucalyptus, l'un des rares points de concentration où les échassiers se reproduisent normalement) ;
- la forêt, avec sa végétation variée et ses 40 espèces de mammifères ;
- la plaine des Triffa, jardin potager de l'Oriental grâce à l'irrigation, qui est également un site archéologique (pointes de flèches, limes romains, etc.) ;
- la source de Fezouane (réputée pour le traitement des maladies des reins et du foie).



Potentiel culturel à vocation touristique :

- le Festival de Saïdia, pour la promotion du patrimoine culturel et artistique de l'Oriental notamment à travers l'art Gharnati, mais également un cadre de convergence et de rencontres interculturelles méditerranéen (raï, flamenco, etc.) ;
- les produits de l'artisanat local varié, comme les couvertures, tapis, djellabas, robes et caftans au style oujdi (mansouj), produits de vannerie, ainsi que différents autres objets à base d'Alfa (paniers, etc.), véritables oeuvres d'art reflétant la créativité des artisans locaux.

Autres potentialités

Certaines sont liées à la forte production agricole de la Province : oranges, clémentines, olives, raisins, abricots, céréales, produits maraîchers (pomme de terre, tomate, artichaut, haricot sec, melon, pastèque, etc.), cultures sous serre (tomate, poivron, concombre, melon, haricot vert, courge, pastèque, etc.), cultures industrielles (betterave à sucre, etc.), l'arganier dans les Beni Snassen, sur la Commune rurale de Chouihia (1 000 arbres exploités par une coopérative).

La Province de Berkane se caractérise par le grand projet balnéaire de Saïdia et par le souhait exprimé par les acteurs publics de développer le tourisme de l'arrière-pays. Les richesses de la Province demeurent un attrait non négligeable pour inciter les touristes à visiter l'arrière-pays de Saïdia malgré le caractère saisonnier de ce type de tourisme.

Plusieurs problèmes entravent la mise en valeur de ce patrimoine : accès et aménagement limités, insuffisance d'infrastructures d'accueil, d'auberges et d'équipements de campings et de gîtes. D'après le PAT de Berkane, les anciennes demeures abandonnées depuis longtemps suite à l'exode rural seraient dans un état délabré qui ne permettrait pas de les réhabiliter ; il faudrait donc en construire de nouvelles.

Potentiel de création de nouveaux hébergements et activités associées

En lien avec le potentiel touristique de la Province, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, autres que ce qui existe déjà (gîte Tagma, Tafoughalt etc.) : par exemple, une maison d'agriculteur, avec un héberge-

ment en chambre d'hôte avec la famille, ou en camping dans un espace aménagé près de la ferme, ou en gîte proche de la maison principale, avec cuisine traditionnelle à partir des produits de la ferme.

Parmi les activités envisageables, citons l'initiation à l'agriculture (surtout la culture des oranges et des clémentines typiques de la Province), la visite d'élevages, de serres de production de tomates, des arganiers et des associations qui produisent de l'huile d'argan. On prévoira un local de vente et de dégustation des produits du terroir (oranges, clémentines, huile d'olive, tagine de légumes locaux, etc.).

Pour la clientèle touristique de Saïdia qui voudrait visiter l'arrière-pays, mais qui est en mode « all inclusive », seront programmées des activités à la journée, sans hébergement.

Province de Figuig

Chef-lieu	Bouarfa
Situation	Située au Sud de la Région de l'Oriental. Limitée au Nord par les Provinces de Jerada et Taourirt, au Nord-Ouest par la Province de Boulemane, à l'Ouest par la Province d'Errachidia et au Sud et à l'Est par la frontière algérienne.
Relief	2 principaux types de reliefs : - les plateaux au Nord, recouverts par l'Alfa ; - les chaînes montagneuses (Jbel Grouz, Ghels, bassin de Guir, Hammadat de Guir).
Atouts de la Province de Figuig	<ul style="list-style-type: none"> • L'oasis la plus proche de l'Europe. • Un aéroport à Bouarfa. • Existence de monuments historiques très anciens et de paysages variés. • Des sites touristiques variés (oasis, monuments historiques, montagnes, dunes de sable, des activités telles que la chasse, l'artisanat, les moussems). • Elevage intensif dans les vastes étendues couvertes par l'Alfa. • Existence de ressources minières diversifiées (barytine, zinc, plomb, fer, etc.).
Espace géographique	Superficie très étendue (68% de la Région et 8% de la superficie du Royaume). Une des plus faibles densités au Maroc (2,3 habitants/km ²).

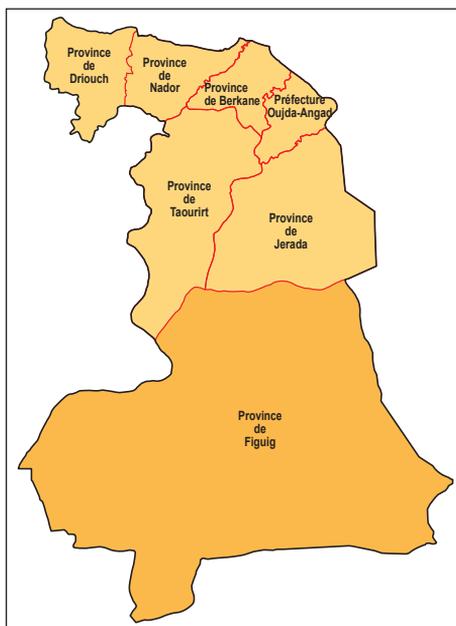
Sites à potentiel touristique dans la Province :

- l'oasis de Figuig avec son réseau d'irrigation ;
- les 7 ksours de Figuig, leur labyrinthe de ruelles, leurs minarets, tours et mausolées ; les sites archéologiques de grande importance dans les Communes de Abbou-Lakhal, Bni Guil et Talsinnt (gravures et peintures rupestres, sites, etc.) ;
- le milieu naturel attrayant (oasis et palmeraies de Figuig, de Bouanane, d'Ain Chair, d'Ich, d'Ain Chouatter, oasis de Dfilia) ;
- les sources thermales (eaux de Richael à Bni Tadjite, qui guérissent certaines maladies de la peau, les bains urbains des deux hammams Foukani et Tahtani, la source d'Al Bahbouda au Ksar Lamaiz, Insissa et Aïn Zarga près de Bouarfa) ;
- la réserve de Jbel Krouz (Commune rurale d'Abbou Lakhal) en SIBE ;
- Bni Tadjite et Talsinnt (vallées de Medrar, gorges de Moghel et anciennes mines de manganèse, plomb et cuivre) ;
- les dunes autour de Figuig et ses cures de bains de sable pour le traitement des rhumatismes (usage de la médecine traditionnelle) ;
- le village d'Ich, petit ksar à la frontière algérienne, fait de petites maisons en terre soudées entre elles ;

- la réserve biologique de Bouarfa (gazelle Dorcas) ;
- le village de Laâzib (village d'élevage de chèvres perché à plus de 2 000 m), lieu de bivouac des nomades ;
- le « chott » Tigri (étendue d'eau salée permanente en zone semi-aride) ;
- la grotte néolithique ;
- les montagnes, les hauts plateaux, les forêts, les dunes de sables.

Potentiel culturel à vocation touristique :

- un patrimoine archéologique et architectural à valoriser (une architecture de terre qui remonte à la période islamique et fait partie de l'architecture des ksours et kasbahs, à Figuig, Bouanane et Aïn Chair) ;
- très grande diversité dans le domaine des arts populaires :
 - un art culinaire très riche et atypique ;
 - des danses et chants (laalaoui, houbi-houbi, ahidous, alaalma, etc.) ;
- un riche patrimoine cynégétique (gazelles, sangliers, mouflons, perdrix, outardes, rapaces, lièvres, etc.), potentiel important pour la chasse (exemples de Maatarka et Tamlalt) ;
- la biodiversité floristique, dont l'alfa, les plantes médicinales et aromatiques (romarin et thym notamment), les arbres fruitiers, la palmeraie ;
- les produits de terroir (les truffes et les dattes aziza très recherchées) ;
- le Festival des oasis en avril de chaque année ;
- un artisanat original (confection de djellabas, de burnous, de haïks, de tapis de qualité à base d'alfa et laine dont les matières premières locales sont abondantes) exploitant également le cuir et l'argile disponibles à profusion (maroquinerie, poterie et joaillerie) ;
- les moussems annuels, fin septembre / début octobre à Talsinnt et Tendara.



Autres potentialités

De nombreux projets sont en cours dans l'oasis de Figuig et son environnement proche ; le reste de la Province est délaissé et mérite également d'être développé. En fonction du potentiel touristique de la Province, on peut identifier des possibilités de créer de nouveaux hébergements avec des activités associées, telles que :

- la réhabilitation en zones montagneuses

Réhabiliter des anciennes demeures en terre à l'intérieur de la Province, en zones montagneuses (Bni Tadjite, Talsinnt et même Bouarfa) et développer des activités : chasse et randonnée, visite des anciennes mines, visite du ksar, etc. La réhabilitation du ksar et sa transformation en auberge est peut-être possible et pourrait inciter les touristes à faire le déplacement jusqu'à ce coin reculé de la Province, ne serait-ce que pour habiter dans un ksar. La proximité avec la ville d'Errachidia, permettrait également d'intégrer l'Ouest de la Province dans un circuit en provenance d'Errachidia.

- camping en zones montagneuses

Des terrains de camping sont à créer dans les montagnes, comme étapes dans les circuits de randonnées, avec mise à disposition par les associations locales de tentes adaptées. Des randonnées en VTT sont possibles.

- camping avec les nomades

Tentes au village de Laâzib pour vivre avec les éleveurs et partager des moments avec les nomades au cours de leurs passages dans le village.

Il est possible de développer plusieurs activités dans la Province de Figuig autour de ses traditions : vie nomade, élevage de moutons, tissage de tapis, confection des djellabas, cure contre les rhumatismes, dattes, transformation des PAM.

Province de Jerada

Chef-lieu	Jerada
Situation	Limitée par la Préfecture d'Oujda au Nord, la Province de Figuig au Sud, la Province de Taourirt à l'Ouest et la frontière algérienne à l'Est.
Relief	Paysages diversifiés : montagnes, hauts plateaux, vallées et vastes plaines.
Atouts de la Province	<ul style="list-style-type: none"> • Le secteur d'activité principal est l'élevage, malgré son manque d'organisation. • La Province bénéficie d'importantes unités industrielles : la centrale thermique de Jerada, la compagnie minière de Touissit, la Fonderie de Plomb de Zellidja, les Charbonnages du Maroc (qui exploitent un grand bassin houiller).
Espace géographique	<ul style="list-style-type: none"> • La chaîne des Horsts, massif plissé et faillé et les montagnes. • Un couvert végétal important constitué d'alfas, de chênes verts, de thuyas, pins, oliviers, romarins. • De nombreuses forêts, un potentiel hydrique important. • Des ressources pastorales fortes (élevage d'un cheptel important, constitué en majorité d'ovins) qui approvisionnent toute la Région en bétail.

Sites à potentiel touristique dans la Province :

- les sites de Tissourine, de Gafaït, de Ras Asfour ;
- le SIBE de Cheikhar ;
- le site touristique de Aïn El Kerma ;
- les Plateaux de Aïn-Bni-Mathar ;
- les sources de Ras El Aïn à Aïn-Bni-Mathar, de Aïn Tafrante à Laaouinate, de Aïn khalis, Aïn El Jama, Aïn Oizghat et Aïn Chifa à Gafaït ;
- le village de Gafaït traversé par l'oued Za permettant à ce village de produire une agriculture vivrière, avec ses alentours riches en cascades ;
- les mines (mines de Touissit et de Zellidja, fermées dans les années 70, aujourd'hui des vestiges dans des villages fantômes désertés) ;
- la Fonderie d'Oued El Himmer à Touissit, qui a ré-ouvert pour transformer le minerai de plomb en plomb métal ;
- la fromagerie fabriquant l'Edam « Coeur de Gafaït » ;
- plusieurs sites préhistoriques, une trentaine de grottes parmi lesquelles Ghar Zebzou à côté de Guenfouda (vestiges du paléolithique, outils, fossiles, dents, coquilles, etc.) ;
- la vallée de Tiouli, avec ses sites archéologiques importants (pièces de monnaie romaines) ;
- les vestiges de la kasbah de Tamezdaht ;

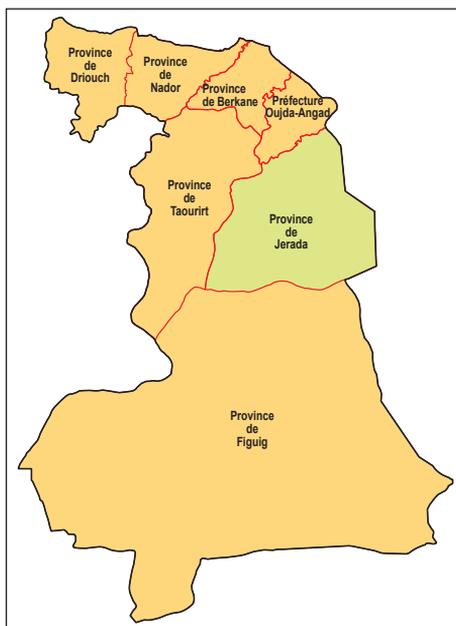
- la vallée d'Aïn-Bni-Mathar, réputée par son souk du lundi matin, ainsi que de nombreuses traces de la présence française ;
- les plantes aromatiques en abondance (romarin, armoise blanche, genévrier, alfa utilisé pour la vannerie locale).

Potentiel culturel à vocation touristique :

- le projet de création d'un complexe muséographique minier à Jerada ;
- le village d'artisans à Jerada, destiné à la clientèle locale ;
- l'artisanat local ;
- l'élevage des moutons, notamment la race Bni Guil, réputée pour sa laine de grande qualité et le goût exceptionnel de sa viande.

Autre potentialité

Le développement des énergies renouvelables avec la première centrale thermo-solaire au Maroc à Aïn-Bni-Mathar.



Potentialité de création de nouveaux hébergements et d'activités associées

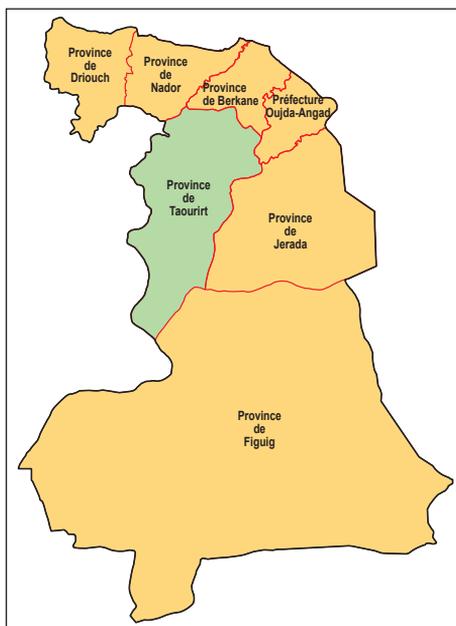
En fonction du potentiel touristique de la Province, on peut identifier des possibilités de créer de nouveaux hébergements avec activités associées, comme l'hébergement pour vivre avec les éleveurs en chambre d'hôte ou camping, avec cuisine traditionnelle et équipement de cuisine à disposition, autour d'activités comme l'initiation à la vie avec les éleveurs de moutons Bni Guil, la visite des mines, le futur musée minier, le futur village des artisans, les grottes, les cascades, les randonnées, la collecte des plantes aromatiques et médicinales, la visite par exemple de la coopérative Beni Yaala Zekara de Jerada qui produit du romarin (huiles essentielles, feuilles séchées), etc.

Province de Taourirt

Chef-lieu	Taourirt
Situation	Limitée au Nord par les Provinces de Berkane et Nador, à l'Est par la Province de Jerada, à l'Ouest par la Province de Taza et au Sud par les Provinces de Boulmane et Figuig.
Relief	De larges plaines entourées de chaînes montagneuses, les Bni Snassen et les Horsts.
Atouts de la Province	<ul style="list-style-type: none"> • Province vouée à l'élevage et à l'agriculture grâce à plusieurs retenues d'eau, secteurs renforcés par des industries agroalimentaires. • De nombreux atouts touristiques dans la Région, comme les montagnes et les différents barrages. • Situation privilégiée, sur la route reliant Oujda à Fès et le centre du Royaume, à 125 km du port de Nador et 103 km de l'aéroport d'Oujda.
Population	• Peuplée par des tribus en majorité nomades.

Sites à potentiel touristique dans la Province :

- la kasbah de Taourirt, construite en 1295, a joué un rôle de forteresse et permis d'assurer la sécurité de la route Oujda-Fès ;
- la kasbah d'El Aïoun construite en 1679, importante pour la sécurité des autochtones et celle des routes des caravanes commerciales qui traversaient la Région.
- la kasbah de Debdou et son ancienne médina, îlot de fraîcheur cerné de steppes arides ;
- la mosquée et kouba de Dada Ali, Commune rurale de Tancherfi ;
- le mellah de Debdou et ses deux cimetières ;
- les forêts et réserves de chasse, avec leur faune très variée ;
- les lacs artificiels formés par les trois barrages (Mohammed V, Machraa Hammadi, Hassan II), appropriés aux sports nautiques et à la pêche ;
- la source thermale Sidi Chafi, contre les rhumatismes et les maladies de peau, qui reçoit 1 000 visiteurs par jour, à 25 km de Taourirt ;
- une cascade, à 12 km de Taourirt, très prisée par les autochtones dès les beaux jours ;
- le fleuve Moulouya et la plaine Tarfata qu'il traverse, sites remarquables ;
- les montagnes, propices aux sports de montagne.



Potentiel culturel à vocation touristique :

- la diversité des plats culinaires ;
- le chants et danses folkloriques des tribus de la Région, marqués par un style particulier lié à leurs habitudes et coutumes :
 - les danses, telles que Nhari, El Mangouichi, Laalaoui, Haydous ;
 - les troupes folkloriques, constituées en associations culturelles ;
- l'émergence de paroliers et poètes populaires, dont les paroles sont chantées à l'occasion des fêtes religieuses et nationales ;
- la fantasia, sport traditionnel légué par les anciennes générations, pratiqué à l'occasion des fêtes religieuses et nationales ;
- les produits de terroir (amandes, olives, plantes aromatiques et médicinales, agrumes, raisins).

Autre potentialité

De nombreuses coopératives, dont 10 apicoles.

Potentialité de création de nouveaux hébergements et d'activités associées

En fonction du potentiel touristique de la Province, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, comme :

- l'hébergement près des barrages pour profiter des sports nautiques ou de la pêche en eau douce, près de la réserve pour la chasse.
- Autres activités : visiter des élevages, des coopératives apicoles, des oliveraies, faire le tour des kasbahs, les spectacles de danses, chants et fantasias, etc. (pour les touristes de Saïdia) ;
- la restauration d'une kasbah et sa transformation en hébergement reproduisant la vie d'antan, avec les femmes tissant les tapis et pratiquant les activités vernaculaires pour un dépaysement total (l'investissement est important mais il va créer des emplois divers) ;
 - une maison d'artistes, pour vivre avec des artistes des troupes folkloriques et réaliser un séjour culturel avec des spectacles de chants, danses et fantasias.

Provinces de Nador et Driouch

Chef-lieu	Nador	Driouch
Situation	Limitée au Nord par la Méditerranée et Mellilia, à l'Est avec la Province de Berkane, au Sud par la Province de Taourirt et à l'Est par celle de Driouch	Limitée au Nord par la Méditerranée, à l'Est avec la Province de Nador, au Sud par la Province de Taza et à l'Ouest par la Province de El Hoceïma.
Relief	Des montagnes, des plaines et des plateaux.	Des montagnes, des plaines et des plateaux.
Atouts de la Province	<ul style="list-style-type: none"> • Plus de 100 km de façade maritime. • 2 ports, Beni Ansar et Ras El Ma, ce dernier dédié à la pêche maritime. • Voisinage avec Mellilia. • Deuxième place financière en dépôts bancaires après Casablanca. 	<ul style="list-style-type: none"> • 70 km de façade maritime. • Des plages avec abris de pêche et des vues panoramiques. • Densité d'habitants la plus forte de la Région, avec 75,79 habitants / km².
Espace géographique	<ul style="list-style-type: none"> • La plus longue côte de la Région. • Des plages magnifiques à l'état naturel. 	

Sites à potentiel touristique dans ces deux Provinces :

- les plages qui s'étendent sur des kilomètres (Ras El Ma, Kariat Arekmane, Miami Plage, Pointe Negri, Oued Kert, etc.) ;
- la lagune Sebkhia Bou Arg, classée SIBE ;
- les criques ;
- le Cap des trois fourches ou Ras Kerk, classé SIBE (décors naturels, mer et montagne) ;
- de nombreux sites archéologiques et historiques :
 - les ruines romaines de Sidi Messaoud et Farkhana ;
 - le fort de Moulay Ismaïl, à Selouane, du XVII^{ème} siècle ;
 - la caserne fortifiée entre Nador et Bni-Ansar ;
 - le camp fortifié de Dar Kabdadi ;
 - les remparts de Tasoda à Guelia ;
 - les vestiges de la cité phénicienne Aghram près de Tamsamane ;
 - la kasbah de Ferkhana ;
- plusieurs sources thermales (Aïn Chifa, Aïn Messaouda et Hammam El Bali) ;
- les montagnes, dont le volcan Jbel Gourougou surplombant Nador, classé SIBE, et les montagnes de Driouch (chaîne Kbdana) ;
- le village de pêcheurs de Tibouda ;

- la kasbah de Selouane ;
- la ville de Cap de l'eau (Ras El Ma) avec son marché aux poissons et ses restaurants de spécialités maritimes.

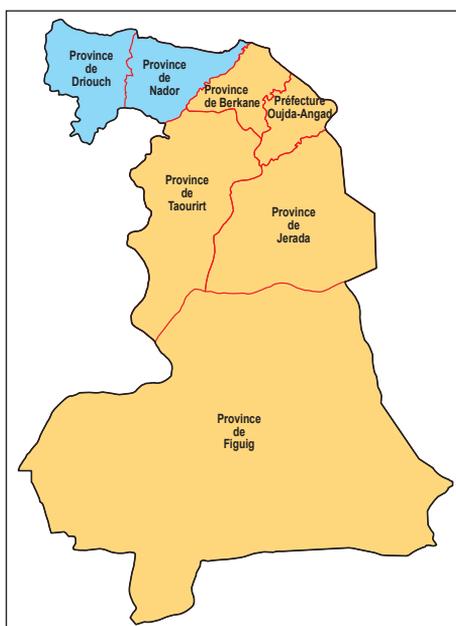
Potentiel culturel à vocation touristique :

Festival des cultures immatérielles méditerranéennes.

Potentialité de création de nouveaux hébergements et d'activités associées

En fonction du potentiel touristique de la Province, on peut identifier des possibilités de créer de nouveaux hébergements avec activités associées, comme :

- l'hébergement dans des villages de pêcheurs, comme celui développé à Tibouda ;
- l'hébergement à proximité des plages et des montagnes pour réaliser des activités balnéaires et des randonnées alentour, notamment dans la Province de Drriouch.



2.4.3 Synthèse des potentialités touristiques par Province

Il existe un potentiel de développement touristique très important dans toute la Région.

Oujda Angad	La Préfecture d'Oujda-Angad recèle un potentiel important ; elle est attractive au plan touristique et dispose d'un important patrimoine matériel et immatériel, riche et diversifié.
Berkane	La Province de Berkane est la plus touristique de l'Oriental, grâce à une plage de renommée internationale. Le tourisme a un rôle majeur dans le développement économique de la Province en raison des richesses du territoire et de la diversité des paysages.
Figuig	Le tourisme représente une activité d'avenir pour la Province de Figuig, car les différentes localités regorgent de ressources et de sites touristiques riches et variés : un tourisme de désert en premier lieu.
Jerada	Le tourisme est peu développé dans la Province malgré de nombreux atouts, dont l'existence de plusieurs produits de niches touristiques.
Taourirt	Un potentiel touristique inexploité malgré des atouts touristiques, dont un patrimoine historique comportant de nombreux sites dotés d'un intérêt certain dans la Province, comme les kasbahs.
Nador et Drriouch	Un potentiel touristique fort qui peut devenir une vraie richesse. Les Provinces de Nador et Drriouch se caractérisent par leur littoral méditerranéen avec ses longues plages, ses falaises, ainsi que par ses massifs montagneux et autres curiosités.

2.5 RÉGLEMENTATION TOURISTIQUE

2.5.1 Situation actuelle

Dans la réglementation touristique marocaine, il existe des décrets, arrêtés et/ou des normes qui régissent les hébergements touristiques de manière générale. Les normes de classement des hébergements touristiques actuelles sont parfaitement applicables aux hébergements ruraux classiques (gîtes, auberges, etc.). Toutefois, après une étude qualitative de l'existant, il a été décidé de revoir l'ensemble de la réglementation relative aux hébergements touristiques. D'après la Fédération Nationale du Tourisme, de nouvelles normes de classement devront répertorier l'ensemble des catégories d'hébergement touristique existantes, qui n'apparaissent pas dans la réglementation actuelle. Elles prendront également en considération de nouvelles dimensions telles que le développement durable (environnement, économie sociale, etc.).

Malgré la réglementation actuelle, de nombreux hébergements informels existent en milieu rural, qui n'obéissent à aucune règle : tels que l'hébergement chez l'habitant, ou en chambre d'hôte, ou encore les bivouacs sous tente. Il existe un grand nombre d'hébergements non classés qui remplissent une fonction économique indispensable mais qui échappent à tout contrôle.

On peut dire qu'au Maroc en général et dans la Région de l'Oriental en particulier, de nombreux hébergements ruraux ne sont pas classés.

D'après le Décret n° 2-02-640 du 2 chaâbane 1423 (09 octobre 2002) pris pour application de la Loi 61-00 portant statut des établissements touristiques, les établissements touristiques au Maroc sont :

- les hôtels et motels ;
- les résidences touristiques ;
- les villages de vacances ;
- les auberges ;
- les maisons d'hôtes ;
- les pensions ;
- les sites de camping-caravaning ;
- les restaurants ;
- les relais ;
- les gîtes et refuges ;
- les centres ou palais de congrès.

Les établissements touristiques concernés par la présente étude sont en priorité les gîtes, puis, si nécessaire afin de compléter l'offre d'hébergement de la Région de l'Oriental : les maisons d'hôtes, les auberges et les campings, mais également des logements non officiels tels que bivouacs sous tente, logement chez l'habitant (chambre d'hôte), etc.

2.5.2 Normes de classement des établissements touristiques en vigueur

L'Arrêté du Ministre du Tourisme N° 1751.02 du 23 chaoual 1424 (18 décembre 2003), fixant les normes de classement des établissements touristiques, prévoit les dispositions pour chaque catégorie d'établissement touristique.

Définition d'un gîte rural : « *Le gîte est un établissement touristique d'hébergement implanté en milieu rural, de capacité réduite (30 places maximum), situé sur des circuits de randonnées ou à proximité de sites touristiques. Il peut offrir des repas simples ou permettre aux clients de cuisiner leur nourriture. Il doit remplir les conditions suivantes :*

- *le gîte est caractérisé par son style architectural traditionnel local, tant au niveau de la répartition des volumes qu'au niveau des matériaux locaux utilisés ;*
- *le gîte est aménagé à l'intérieur de la résidence du propriétaire ou construit en annexe de celle-ci ;*
- *le propriétaire du gîte doit être originaire des lieux ;*
- *le propriétaire ou le gérant doit parler outre la langue arabe, une langue étrangère ;*
- *le propriétaire ou le gérant doit avoir suivi un stage de formation spécifique à l'accueil et à l'hygiène ;*
- *une permanence doit être assurée de jour comme de nuit ;*
- *le gîte doit comprendre un hall d'entrée ou un patio pour l'accueil, où seront affichés les tarifs homologués des prestations offertes et les cartes topographiques de la Région indiquant les différents circuits de randonnées possibles à partir du gîte. »*

Définition d'une maison d'hôtes : « *La maison d'hôtes classée " Première catégorie " est un établissement caractérisé par son architecture marocaine traditionnelle, sa décoration et son ameublement de style typique marocain. Les prestations et le confort doivent être de qualité. Le service du petit déjeuner est obligatoire. Les chambres, suites et les locaux communs doivent dénoter un aspect luxueux sur le plan de l'aménagement et de l'équipement. La maison d'hôtes « première catégorie » doit également présenter les caractéristiques suivantes :*

- *avoir une situation bien sélectionnée ;*
- *avoir une entrée accueillante, bien éclairée la nuit et signalée par un panonceau portant le nom et la catégorie de l'établissement ;*
- *disposer d'un parking gardé jour et nuit ».*

Définition d'un bivouac : « *Le bivouac est un campement installé provisoirement dans une étape de randonnée itinérante en montagne, dans le désert ou dans tout site rural présentant un intérêt touristique et réservé à cet effet. Le lieu d'implantation du bivouac est situé à l'écart des agglomérations et à distance acceptable de tous les points d'eau, sources, puits et lacs. Les sites réservés aux bivouacs doivent être identifiés et homologués au préalable par une commission locale compétente . Le site du bivouac doit être situé en dehors des aires de pâturage et de tout lieu pouvant nuire à la flore et à la faune . Il doit être en dehors de toute zone présentant un risque potentiel (crues, avalanches, éboulements, falaises, gorges, etc.) »*

D'après le Décret n° 2-02-640 du 2 chaabane 1423 (09 octobre 2002) pris pour application de la Loi 61-00 portant statut des établissements touristiques, le bivouac nécessite une autorisation à demander au Délégué du Tourisme, d'après l'Article 12 : « *Les demandes d'autorisation de bivouacs sont adressées au Délégué du Tourisme, par lettre recommandée avec accusé de réception ou déposée auprès de lui contre récépissé. Elles doivent mentionner les informations nécessaires sur le bénéficiaire, l'itinéraire prévu, le lieu d'installation choisi, l'effectif des participants, la nature des équipements envisagés, la durée de séjour et comporter en annexe l'engagement exprès de respecter les conditions particulières d'exploitation des bivouacs, visées à l'Article 2 du présent Décret. »*

Définition d'une auberge : « L'auberge classée "1^{ère} catégorie" est un établissement d'hébergement et de restauration caractérisé par le grand confort de ses installations et de ses équipements. Elle doit présenter les caractéristiques suivantes :

- être implantée hors des agglomérations urbaines, dans un cadre naturel ;
- avoir un service de restauration à caractère gastronomique de grande qualité ; correspondant à un restaurant classé dans la catégorie 2 fourchettes ;
- avoir le chauffage et la climatisation ;
- avoir de l'eau chaude en permanence ;
- avoir un nombre de chambres qui ne doit pas être inférieur à 15 ;
- disposer d'un parking abrité, gardé et dont la capacité correspond à celle de l'établissement ;
- avoir une entrée clients qui doit être spacieuse, signalée, bien éclairée la nuit, abritée des intempéries et séparée de l'entrée de service ;
- disposer d'un ascenseur si l'établissement comporte plus de 3 étages ;
- les couloirs et passages entre les différents bâtiments et chambres doivent avoir une largeur minimum de 1,20 m ;
- offrir des services de distraction, notamment des salles de jeux ».

2.6 HÉBERGEMENTS RURAUX EXISTANTS ET POTENTIELS DANS LA RÉGION

2.6.1 Méthodologie adoptée

Suite à la collecte documentaire et aux premières réunions avec les acteurs publics et privés, les associations et les personnes ressources, ont été collectées de nombreuses informations très pertinentes, traitées et analysées afin de permettre :

- de connaître la stratégie en termes de tourisme rural et la réglementation touristique ;
- d'avoir une vue globale de la Région et des informations plus précises sur l'offre touristique par Province ;
- de localiser les hébergements ruraux existants et d'identifier les porteurs de projets potentiels.

Les travaux de benchmark ont été réalisés en parallèle avec le travail d'établissement de l'état des lieux. Les informations issues de ce benchmark ont aussi été des éléments d'entrée pour l'étape suivante d'évaluation des hébergements ruraux existants et potentiels dans la Région, phase pour laquelle ont été élaborés les documents de travail et d'analyse suivants :

- un circuit des hébergements existants et potentiels à visiter ;
- une fiche détaillée à renseigner par hébergement visité prenant en compte les informations issues du benchmark et de l'état des lieux (réglementation, etc.) ;
- une base de données des hébergements existants et potentiels identifiés ;
- une cartographie des hébergements.

Le choix du circuit des hébergements existants et potentiels à visiter s'est fait en fonction :

- des recommandations émises par les acteurs rencontrés ;
- de la clarté de la recommandation émise (précision de l'emplacement ou coordonnées du porteur du projet) ;
- de la cohérence avec le potentiel touristique du lieu ;
- du besoin identifié en hébergement ou en développement d'un lieu donné ;
- de la représentativité en terme de type d'hébergement, de la Province, etc.

Le circuit des hébergements à visiter comportait :

- des hébergements existants, anciens ;
- des hébergements récemment créés et faiblement développés ;
- des porteurs de projets avec des hébergements en cours de création ou en projet.

2.6.2 Modèle de la base de données à renseigner

Critères à renseigner dans la base de données par hébergement ou projet d'hébergement :

- Etat actuel de l'hébergement (existe ou en projet ou potentiel)
- Province
- Localisation
- Type d'hébergement
- Nom de l'hébergement
- Thématique
- Capacité
- Chambres
- Sanitaires
- Restauration
- Services
- Activités proposées
- Prix
- Langue(s) étrangère(s) parlée(s)
- Particularités
- Nom du contact sur place
- Coordonnées
- Site web ou autres moyens de communication
- Association qui soutient
- Autre activité gérée par le porteur de projet
- Fiche détaillée existante ou pas.

Les critères ne sont pas systématiquement renseignés, l'information n'étant pas toujours disponible, surtout pour les projets d'hébergements qui n'existent donc pas encore.

2.6.3 Circuits des visites réalisées

35 hébergements ont été sélectionnés dans la Région de l'Oriental, dont 30 ont pu être effectivement visités. Parmi les projets en difficulté :

- 1 a été arrêté suite aux plaintes des voisins qui ne souhaitent pas la présence de touristes ;
- 2 sont arrêtés et renvoyés devant la Justice pour des raisons diverses, dont un pour des problèmes administratifs.

Les organismes ayant participé à dresser la liste sont nombreux et diversement implantés, ce qui a favorisé la complétude de l'échantillon. On peut citer notamment : l'Agence de l'Oriental, l'ANAP, l'association Les Amis de Aïn Sfa, l'ONG Cars, la GIZ, le CTP de Berkane, l'association Les Amis de Tafoughalt, l'étude CEFIR, la Commune de Figuig et l'Institut Français de l'Oriental.

L'échantillon des hébergements pris en compte est ainsi réparti :

Province	Nombre d'hébergements
Oujda	5
Jerada	4 (dont 2 à Aïn-Bni-Mathar)
Taourirt	3 (dont 2 à Debdou)
Berkane	4
Nador	4
Figuig	15
Total	35, dont 30 visités

2.6.4 Besoins identifiés

Au cours de la visite des hébergements touristiques ruraux et lors des rencontres de porteurs de projets en cours, les besoins identifiés concernent majoritairement :

1. L'aide à la construction ou à l'extension.
2. L'aide à l'équipement des hébergements.
3. La formation des gérants et du personnel.
4. L'aide à la communication autour des gîtes.

D'autres besoins divers ont été identifiés, pas toujours liés à l'hébergement touristique.

Un total de 28 jeux de fiches complets a pu être dressé suite aux visites effectuées et aux entretiens tenus avec les responsables et/ou les propriétaires lorsqu'ils sont distincts.

Besoins en construction

Un besoin en construction est exprimé pour un hébergement sur 2. Pour 5 projets, c'est un besoin d'« aide au financement » pour la construction du projet dans sa totalité ou pour les nouveaux aménagements projetés. Les constructions à entreprendre sont de différentes natures :

- extension ;
- rénovation/réhabilitation ;
- création de prestations nouvelles hors hébergement stricto sensu ;
- bâtiments nécessaires au projet à partir de rien ou presque.

Un même hébergement peut cumuler plusieurs besoins. La moitié des hébergements ne déclarent aucun besoin de construction.

Besoins en équipement

20 hébergements expriment un besoin d'équipement ; donc 8 aucun. Il s'agit de :

- équiper des chambres (mobilier et/ou décoration) ;
- installer des sanitaires et/ou salles de bains ;
- placer des climatiseurs dans les chambres ;
- installer une connexion à Internet et/ou la télévision ;
- mettre l'eau chaude à disposition.

Un tiers des hébergements souhaitant des équipements déclarent le besoin d'une « aide du financement » pour ce faire ; certains sites cumulent plusieurs besoins d'équipement.

Le projet de tentes nomades mobiles à Laamour présente des besoins d'équipement particuliers liés à ses spécificités qui le rapprochent plus du camping que de l'habitat en dur.

Besoins en formation

Les compétences en « gestion touristique », comme discipline de base, sont ressenties comme un besoin par pratiquement 30% des hébergements. Une meilleure maîtrise des « langues étrangères » (français et anglais sont cités) est perçue comme un besoin pour la moitié des hébergements. Parmi les autres besoins exprimés :

- la connaissance des réglementations, surtout celles liées à la sécurité ;
- la prise en compte du caractère spécifique de ce type de tourisme et d'hébergement, évoquant des formations dédiées au tourisme rural, notamment comportementales ;
- la qualité de service et la communication (surtout événementielle) n'ont été citées qu'une seule fois.

Besoins en communication

Près de 2 hébergements sur 3 évoquent la publicité à faire pour l'offre ; un seul évoque uniquement le besoin d'un site Internet. Parmi les attentes les plus citées :

- la promotion de la Région toute l'année en tant que destination ;
- la participation à l'organisation d'un (ou la participation à des) salon(s) dédié(s) aux gîtes et autres formes d'accueil du tourisme rural ;
- d'autres actions obligeant à une promotion coordonnée (un « Guide des gîtes » est cité) ;
- les hôtels de Saïdia, les agences de voyage, et les tours opérateurs sont mentionnés comme des cibles potentielles intéressantes.

Autres besoins

Les plus fréquemment exprimés sont les suivants :

- l'instauration d'une sorte de labellisation des gîtes ;
- l'aménagement des accès par pistes et routes ;
- le développement de la coordination et des échanges entre hébergements ruraux ;
- le développement de l'offre de transport ;
- la création d'activités spécifiques pour les enfants ;
- un environnement d'offres de produits de terroir, d'artisanat et d'agriculture biologique que demanderaient les touristes ;
- certains profils qualifiés et/ou leur formation (guide, infirmier, femme de chambre, etc.) ;
- la réhabilitation de certains équipements (source thermale par exemple).

2.6.5 Sites potentiels

Les fiches par projet et la base de données des hébergements touristiques ruraux identifiés dans la Région reprend les hébergements existants ou en projet, c'est-à-dire en démarrage ou en cours de réalisation. Il existe toutefois aussi un potentiel de création de nouveaux hébergements, issu des recommandations des acteurs rencontrés :

- les acteurs ont recommandé des emplacements où le besoin en hébergements se fait ressentir ou bien des emplacements où le tourisme pourrait être développé ;
- à travers l'état des lieux et le benchmark sont ressortis des types d'hébergement ou des sites d'intérêt touristique qui mériteraient d'être développés.

Les sites mentionnés par les acteurs pour développer de nouveaux hébergements sont :

- plusieurs emplacements sur la côte méditerranéenne pour les touristes venus profiter de la plage, pour lesquels, en été, il n'y aurait pas assez d'hébergements (Ras Kebdana, Kariat

Arekmane, la côte entre Bni Chiker et Laazanene, etc.) où des activités pourraient être développées (baignade, pêche, randonnées, découvertes, sports nautiques, etc.) ;

- à Madagh, où se trouve la Zaouïa Boutchichia, le rassemblement des pèlerins à l'occasion de la fête du Mawlid souligne le manque d'hébergements et des chambres d'hôtes pourraient être développées pour l'occasion (l'étude sur le tourisme culturel évoque le manque d'infrastructures touristiques de base dont souffre le tourisme religieux) ;
- des hébergements auprès des sources thermales (si toutefois les sources sont réhabilitées pour pouvoir accueillir les touristes) ;
- le triangle de verdure et de montagne autour de Tancherfi, Taghilleset et Dada Ali, où la nature est magnifique, sans aucun hébergement touristique pour inciter les randonneurs ;
- l'Ouest de la Province de Figuig, où l'hébergement touristique est quasiment inexistant et qui ne manque pourtant pas d'attraits.

Voir également la liste des exemples d'opportunités d'investissements en Annexe 1.

2.6.6 Hébergements susceptibles d'être soutenus dans leur développement

L'ensemble des hébergements visités et des projets présentés ci-avant sont gérés de façon sérieuse et engagée. Tous les responsables de ces hébergements ont souhaité :

- pouvoir bénéficier de formations en gestion d'hébergement touristique et en apprentissage d'une langue étrangère ;
- avoir de l'aide pour communiquer sur leurs hébergements et sur la Région.

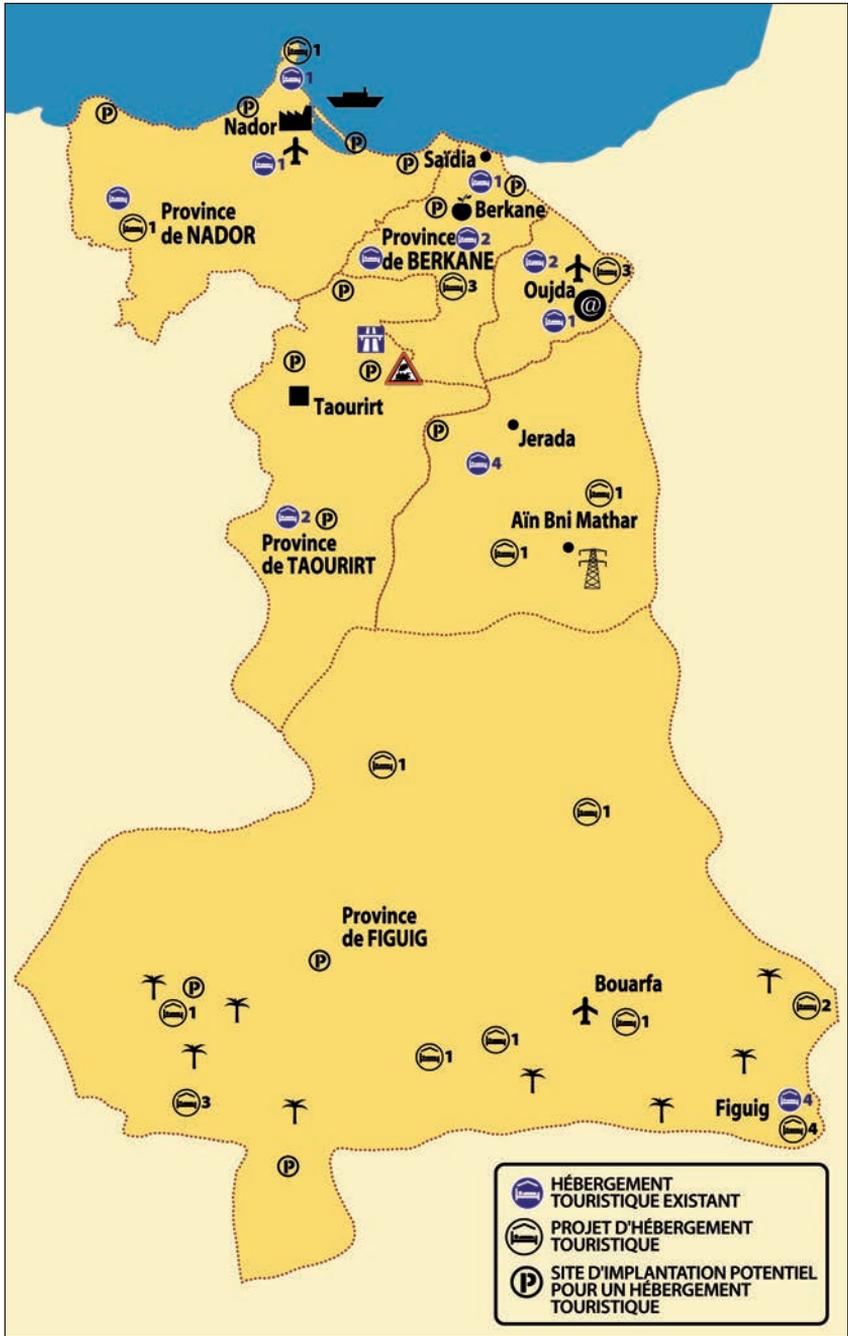
De nombreux gîtes ont besoin d'aide pour compléter ou améliorer leur équipement.

Quelques -uns souhaitent être aidés pour agrandir leur hébergement.

Afin de cibler les hébergements susceptibles d'être soutenus de façon prioritaire dans leur développement, les critères de sélection suivants ont été appliqués :

- la nécessité d'une présence d'hébergements touristiques sur l'ensemble de la Région, sans privilégier une Province en particulier ;
- des hébergements dans des lieux comportant des sites d'intérêts touristiques ;
- des hébergements (ou projets) porteurs et novateurs ;
- des sites potentiels où la construction d'un hébergement touristique permettrait de créer une dynamique de développement dans une partie enclavée de la Région ;
- des emplacements présentant un potentiel de développement touristique ;
- des porteurs de projet ayant sollicité une aide.

2.6.7 Cartographie des gîtes



Cartographie de l'ensemble de l'hébergement touristique rural dans la Région de l'Oriental

2.7 ANALYSE SWOT : FORCES, FAIBLESSES, MENACES ET OPPORTUNITÉS

Au terme de cet état des lieux, une synthèse des résultats de l'analyse-diagnostic est élaborée à travers l'outil stratégique d'analyse SWOT.

Cet outil va permettre de reprendre de manière synthétique :

- les principales forces et les atouts distinctifs des hébergements ruraux dans la Région ;
- les principales faiblesses ou les handicaps qui ont pu être identifiés ;
- les opportunités favorables au développement de l'hébergement rural dans la Région ;
- les menaces qui pourraient entraver ce développement.

La matrice SWOT se présente comme suit.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs initiatives d'hébergement en zone rurale ces dernières années dans l'Oriental, malgré les problèmes d'enclavement de la Région. • Offre rurale régionale avec des hébergements diversifiés (gîtes, auberges, bungalows, chambres d'hôtes, campings, bivouacs sous tente, etc.). • Des hébergements gérés par des propriétaires d'origines diverses apportent des regards contrastés : étrangers, MRE, habitants de la Région, etc. • Sites choisis en fonction d'un centre d'intérêt spécifique (sur un circuit de randonnée, près d'un lieu touristique, d'un site naturel particulier, etc.). • Les hébergements existants maintiennent pour la plupart leur empreinte d'origine et leur cachet culturel d'hébergements traditionnels de la Région. • Hébergements pour la plupart dotés du minimum requis (chambre, WC, salle d'eau, etc.). • Hébergeurs ouverts aux aides et suggestions, avec une réelle volonté d'améliorer leur hébergement. • Certains hébergeurs proposent des cartes de la Région, informent les touristes des activités dans la Région, développent de nouveaux services en fonction des attentes des touristes, etc. • La plupart des hébergeurs ne sont pas financièrement dépendant de l'hébergement touristique et exercent également une autre activité. • Certains hébergeurs exercent ainsi des activités qui peuvent attirer les touristes (agriculteurs, éleveurs, apiculteurs, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Faiblesse de la capacité d'accueil. • Nombre de lits insuffisant dans les hébergements existants, notamment pour l'accueil des groupes. • Absence d'hébergements dans certaines zones éloignées (comme l'Ouest de la Province de Figuié). • Faiblesse générale en matière d'aménagement et d'équipement des hébergements : toilettes et douches communes, parfois absence de lits, absence d'intimité (chambres communes), absence de décoration, etc. • Manque de respect des normes d'hygiène, de sécurité et des conditions sanitaires. • Faibles compétences des ressources humaines, pour l'accueil, l'accompagnement du touriste durant son séjour, la gestion d'un hébergement, etc. • Manque d'activités proposées par les hébergeurs. • Manque d'animation et de loisirs proches des hébergements. • Faiblesse des services proposés par les hébergeurs. • Les gîtes ne répondent pas toujours aux attentes des touristes. • Quasi-absence de moyens de communication et de promotion de ces hébergements. • Enclavement de certains gîtes (aucun chemin vers la route). • Méconnaissance des touristes étrangers et de leur mode de vie par les hébergeurs. • Faiblesse des revenus générés par l'hébergement touristique .

Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Développement mondial du tourisme rural ou écotourisme : besoin de nature et d'authenticité. • La Vision 2020 se réfère au développement durable, ce qui incite au développement du tourisme rural. • Région à vocation touristique, en plein essor et à fort potentiel : 32 sites à potentiel touristique identifiés dans toutes les Provinces de la Région. • Des produits touristiques diversifiés encore à développer : tourisme balnéaire, de montagne, archéologique, rural, culturel, thermal, sportif, etc. • Forte culture et traditions régionales, enrichissantes pour les touristes nationaux aussi bien qu'étrangers. • Patrimoine naturel riche et préservé : montagnes, grottes, désert, sources, faune et flore importantes... • Nombreux sites historiques (anciennes médinas, kasbah, ksours, etc.). • Nombreux et riches sites archéologiques. • Le désert (ses dunes, ses palmeraies et ses oasis). • Longue côte méditerranéenne avec des plages parmi les plus belles du Maroc. • Des activités diverses peuvent être proposées à proximité des sites d'hébergement en zone rurale (randonnées, sports nautiques, visites de sites, etc.). • Station balnéaire de Saïdia et sa relance. • Randonnées régionales, telle que « La Traversée de l'Oriental ». • Un film promotionnel a su attirer des tours opérateurs allemands qui ont visité la Région. • Proximité géographique avec l'Europe. • Région émergente (investissement accessible). • Mise en oeuvre des Pays d'Accueil Touristiques de Berkane et Figuig concernant l'hébergement, les circuits, l'animation et l'environnement touristique. • Excellents réseaux, terrestre, maritime et aérien. • Infrastructures de bon niveau. • Investissements sociaux inclusifs pour améliorer le niveau de vie des plus démunis. • Presque toute l'agriculture est biologique (produits de terroir bio, etc.) : potentiel touristique à valoriser. • Chaque Province présente des caractéristiques spécifiques, à valoriser (dont patrimoine culturel). • Volonté de l'Agence de l'Oriental de soutenir les hébergeurs et porteurs de projets pour développer leurs gîtes et le développement du tourisme rural. • Rénovation ou réaffectation d'anciennes demeures telles que les kasbah ou ksours. • Développement des énergies renouvelables. • Partenariat avec la Fédération française de randonnée pédestre pour promouvoir la Région. • Partenariat avec « Accueil Paysan » (France) pour conseiller et former des hébergeurs en milieu rural. • Grand nombre d'institutions, associations, coopérations décentralisées et partenariats internationaux pour soutenir le tourisme rural dans la Région. 	<ul style="list-style-type: none"> • Région pas encore vraiment touristique (trop peu de touristes pour que l'hébergement puisse devenir une activité très rentable). • Dans certains villages, les autochtones redoutent les touristes et peuvent être un frein au développement des hébergements ou dans leur voisinage. • Évolution des attentes des touristes : recherche d'habitations plus confortables et luxueuses. • Concurrence des hôtels, plus organisés et plus sûrs : les hôteliers de Saïdia ne souhaitent pas voir leur clientèle partir vers l'arrière-pays et refusent de promouvoir les hébergements ruraux envers leur clientèle. • Réglementation pas toujours adaptée aux réalités du terrain ou absente dans certains cas (campings, chambres d'hôte, etc.). • Sites archéologiques ni protégés, ni aménagés pour faciliter l'accueil des touristes. • Patrimoine architectural (ksours et kasbah) non classé et sans aucune intervention de sauvegarde et de réhabilitation malgré son intérêt culturel certain. • Absence de « vrais » guides touristiques professionnels dans la Région. • Faible implication des agences de voyage dans le tourisme rural. • Faiblesse des transporteurs touristiques. • Enclavement : de nombreuses zones restent isolées. • Informel : alternative au manque d'opportunités locales, générateur de ressources financières. • Investissements des MRE uniquement mobilisés dans la construction. • Grand flux migratoires vers l'Europe et les grandes villes marocaines • Insuffisance de ressources humaines qualifiées dans le domaine du tourisme. • Faiblesse des infrastructures pour développer la randonnée (balisage, panneaux, etc.) : la population enlève les rares panneaux existants. • Infrastructure culturelle déficitaire : conservatoires, cinémas, complexes culturels, salles d'expositions, musées, bibliothèques, etc. • Défaut d'organisation et d'équipement des troupes locales de danses et chants participant pourtant à de nombreuses manifestations (y.c nationales) . • Peu de coopératives d'artisanat : artisanat limité aux foyers et à la femme. • Insuffisance, voire absence totale (ex : Figuig) de réseaux d'assainissement et de stations de traitement de l'eau potable. • Faiblesse des équipements de santé. • Manque de coordination des actions et des acteurs dans le secteur du tourisme rural dans la Région.

L'état des lieux et l'analyse-diagnostic ont fait clairement ressortir un réel potentiel à exploiter et des opportunités très intéressantes pour le développement touristique en zone rurale dans la Région de l'Oriental.

Pendant, de nombreux handicaps subsistent, dont :

- le manque d'hébergements en termes de capacité d'accueil ;
- le mauvais état dans lequel se trouvent la plupart des hébergements ;
- le manque de formation en accueil et gestion touristique des hébergeurs ainsi que de leur personnel.

Aussi, malgré l'intérêt réel suscité par la Région et son fort potentiel d'attractivité en matière de tourisme rural, les touristes ne sont pas encore suffisamment nombreux et ne sont pas toujours satisfaits par leur séjour.

Le Plan d'actions défini au Chapitre 4 ci-après s'attachera donc en particulier à proposer des actions concrètes et opérationnelles pour améliorer et développer durablement les hébergements touristiques ruraux dans la Région et leur permettre d'exploiter au mieux le potentiel touristique de la Région en matière de tourisme rural.



Les hébergements existants dans l'Oriental sont de qualité inégale

L'objectif du benchmark est d'identifier les bonnes pratiques et les enseignements à tirer des expériences marocaines et étrangères à partir des actions suivantes :

- définir les cibles de benchmark (Région marocaine ayant entamé une démarche similaire, pays disposant d'offres similaires ou concurrentes en matière de gîtes ruraux) ;
- définir les critères d'analyse comparatives à prendre en compte (type d'hébergements, localisation, thématiques, services proposés, activités proposées, modes de communication, qualité des infrastructures, soutien et partenariat, fourchettes de prix, etc.) ;
- identifier les « best practices » et enseignements à tirer pour le développement ou la mise en place de gîtes ruraux dans la Région de l'Oriental.

Approche du benchmark

Dans cet esprit, une analyse de benchmark du développement de l'hébergement en milieu rural a été réalisée sur trois pays concurrents du bassin méditerranéen ainsi que sur une Région concurrente du Maroc.

Dans le cadre du temps imparti et du budget alloué pour l'étude, une approche qualitative a été privilégiée, visant avant tout à donner un premier aperçu introductif des best practices et tendances en matière de développement d'hébergements ruraux, illustré par des exemples ciblés. Les informations sur le développement de l'hébergement rural en général et sur le soutien de l'État et/ou des Collectivités ou Institutions territoriales ne sont pas systématiquement disponibles mais diverses sources sont accessibles, soit auprès des sites d'hébergement, soit dans les rapports, les communiqués et les articles collectés sur Internet.

Cible du benchmark

Des cibles retenues pour ce benchmark sont la France, l'Espagne, l'Italie, et la Région de Chefchaouen au Maroc, reconnues comme des concurrentes potentielles de la Région de l'Oriental, et le dispositif « Eurogîtes » en Europe.

Les critères de benchmark :

- type d'hébergement ;
- localisation ;
- thématique ou spécificité ;
- services proposés ;
- activités proposées,
- qualité des infrastructures d'accueil et d'hébergement ;
- tarifs pratiqués ;
- soutiens et partenariats ;
- moyens de communication ;
- autres, etc.

3.1 EN FRANCE, PRÈS DE 70 ANS D'EXPÉRIENCE

3.1.1 Histoire et clientèle

Le tourisme rural désigne un tourisme local, voulu et maîtrisé par les gens du pays, un tourisme de rencontre et de partage, puisant ses arguments dans la richesse des terroirs et la convivialité des habitants. Il occupe en France une place de premier plan dans l'économie touristique et représente en 2007 :

- une consommation touristique globale de 117,6 milliards d'euros ;
- 20,8% de la consommation touristique des résidents et 33,4% de leurs nuitées.

Les gîtes ruraux se sont développés avec l'exode rural après la seconde guerre mondiale, à partir des nombreux bâtiments abandonnés. Lorsque les campagnes se vident, l'habitat est délaissé : il y a donc risque d'abandon et de ruine.

En parallèle, les citadins ont une envie croissante de week end à la campagne, une sorte de retour aux sources. La logique est donc d'utiliser les demeures délaissées pour accueillir les citadins à la campagne. Le tourisme rural se développe en France comme un peu partout en Europe et donne une seconde vie aux anciennes bâtisses, permettant de les entretenir et de maintenir une activité dans les villages.

Trois types de clientèles peuvent être identifiés en France :

- **la clientèle des « retours au pays » ;**

Ces personnes ont conservé des liens ou des biens matériels sur les lieux de leurs « racines campagnardes ». Elles pratiquent un tourisme non marchand en se rendant chez des parents ou amis, ou dans leur résidence secondaire.

- **la clientèle du tourisme social et associatif ;**

Elle est liée au fort développement des villages de vacances et centres d'accueil durant les décennies 60 et 70. Aujourd'hui, faute d'adaptation suffisante, la plupart de ces structures souffrent d'un faible niveau qualitatif de leurs prestations et d'un grave déficit d'image.

- **la clientèle des amateurs de campagne ;**

Clientèle récente, enthousiaste et rémunératrice, en hausse croissante, consommatrice de l'ensemble des prestations disponibles, relativement aisée, de jeunes retraités, de couples sans enfant, de célibataires (randonneurs, sportifs) et d'étrangers du Nord de l'Europe (surtout allemands, hollandais et anglais) incluant alors des familles avec un ou deux enfants. Ce dernier type est à l'origine d'une image positive renouvelée de l'espace rural, renouant avec les origines du tourisme rural. Cette clientèle est exigeante et attend de la campagne une grande qualité de prestations. Elle y vient non par obligation familiale ou sociale, mais par choix.

3.1.2 Caractéristiques de l'offre

Le tourisme dans l'espace rural français est caractérisé par une offre diffuse mais dont la tendance est à la structuration et à la professionnalisation. En 2008, on dénombre en France, en nombre d'établissements :

- 7 900 campings ;
- 163 900 meublés de tourisme ;
- 37 600 chambres d'hôte ;
- 1 400 villages de vacances et maisons familiales ;
- 1 800 résidences de tourisme.

Les formes d'hébergements touristiques spécifiques au milieu rural (chambres d'hôte, gîtes ruraux, etc.) connaissent un succès croissant auprès des clientèles étrangères et françaises. Les agriculteurs contribuent pour une part importante au développement du tourisme en zone rurale. Cet accueil touristique au sein d'une exploitation agricole constitue souvent un complément de revenu significatif pour les agriculteurs qui le pratiquent et confortent ainsi leur activité, freinant de ce fait la déprise du monde rural. Leur offre vient compléter les prestations des cafés, restaurants, hôtels et hôtellerie de plein air.

Définition du gîte rural français : « *Le gîte rural est un logement indépendant (soit dans la maison du propriétaire soit sous la forme d'une maison individuelle) disposant d'espaces extérieurs* ». En France, les gîtes sont des meublés de tourisme qui peuvent obtenir un classement officiel en Préfecture ; d'autres sont référencés par des associations (comme Gîtes de France, Accueil Paysan, Clévacances, etc.), d'autres sont loués de particulier à particulier sans classement ni référencement. Seuls les agriculteurs professionnels peuvent prétendre au référencement « Bienvenue à la ferme ».

Toutes ces marques, appellations et sigles, dont l'obtention dépend du suivi d'un cahier des charges, permettent un référencement par les Syndicats d'initiative des Communes. Les vacanciers sont parfois logés dans la maison du propriétaire - aile indépendante - ou à proximité immédiate, mais ce n'est pas obligatoire. Il peut s'agir d'une maison située dans la même Commune, par exemple celle de parents décédés dont les habitants ont hérité. Certains gîtes sont distingués par des labels écologiques, tels les gîtes sous l'éco-label européen ou les gîtes Panda labellisés par le WWF (Fonds mondial pour la nature) ; certains sont réservés aux naturistes et reconnus par la Fédération Française de Naturisme.

Critères de confort du gîte

En France, le gîte doit comprendre une ou plusieurs chambres ainsi équipées :

- un lit ;
- des toilettes intérieures ;
- une salle de bains, comprenant un lavabo et une douche ;
- un coin-cuisine équipé (évier, cuisinière, réfrigérateur, table et chaises) ;
- une salle commune meublée ;
- l'alimentation électrique, l'adduction à l'eau potable courante, froide et chaude ;
- un système de chauffage.

Pour répondre à la demande croissante d'un tourisme rural actif, l'offre d'hébergement s'enrichit souvent de séjours à thème qui proposent aux hôtes de découvrir la nature : balade à cheval, randonnée, cueillette de baies et recherche de champignons, découverte du terroir (cours de cuisine, dégustation de foie gras, de vin, etc.) ou activité artistique (aquarelle, atelier d'écriture, etc.). Les prestations proposées sont nombreuses et variées :

- randonnée à pied, cheval ou vélo ;
- sports nautiques (canoë-kayak, rafting, canyoning) ;
- sports aériens (parapente, aile-delta, cerf-volant, montgolfière) ;
- escalade ou spéléologie ;
- activités de loisirs d'eau (baignade, pêche) ;
- visites culturelles (musées ruraux, écomusées) ;
- découverte du patrimoine et de l'artisanat, visites de fermes, gastronomie.

3.1.3 Soutien de l'État

Pour soutenir les dynamiques d'initiative rurale et encourager l'innovation, l'État a labellisé en 2006, 379 pôles d'excellence rurale. Ces projets innovants, créateurs d'emplois directs et indirects s'inscrivent dans l'un des quatre domaines d'excellence que sont :

- la valorisation et la gestion des bio-ressources ;
- l'offre de services et l'accueil de nouvelles populations ;
- les technologies pour les productions industrielles, artisanales et de services localisés ;
- la promotion des richesses naturelles, culturelles et touristiques.

Les États européens incitent leurs agriculteurs à développer cette activité d'hébergement, afin de compenser la baisse des revenus provenant de leur activité traditionnelle (culture et élevage). Ainsi, la FNSEA, principal syndicat agricole français, prévoit qu'en 2012 environ 25 % des revenus des agriculteurs français seront directement liés au tourisme rural.

Les associations et regroupements professionnels jouent un rôle majeur et sont devenus les interlocuteurs de l'État pour porter le développement de ce secteur.

3.1.4 Association « Gîtes de France »

« Gîtes de France » est un mouvement de développement de l'hébergement touristique à domicile créé dans les Basses-Alpes par un sénateur à la fin de la seconde guerre mondiale. Cette initiative intervenait dans une logique d'aménagement du territoire pour lutter contre la désertification des campagnes.

La Fédération Nationale des Gîtes de France est une association privée de promotion et de commercialisation d'hébergements touristiques qui décerne des notations non officielles de qualité aux logements de tourisme répondant à un cahier des charges.

Ces notes sont accompagnées d'une classification et d'une publicité qui informe objectivement le consommateur sur les prestations offertes. Le label « Gîtes de France » s'est développé au fil des années pour devenir le premier réseau en Europe d'hébergement chez l'habitant. Il a fêté ses 50 ans en 2005. Son dispositif :

- en France, une équipe de plus de 600 personnes est au service des propriétaires et des clients à travers la Fédération Nationale et ses 95 relais départementaux ;
- à l'étranger, « Gîtes de France » est présent depuis près de 20 ans sur les principaux marchés européens, en collaboration avec de nombreux tour opérateurs.

Chiffres-clés de l'Association « Gîtes de France » :

- 44 000 propriétaires, 60 000 hébergements, 35 millions de journées de vacances, pour un chiffre d'affaires direct de plus de 450 millions d'euros (un apport à l'économie des Régions de 750 millions d'euros), dont un tiers en devises (20% de clients étrangers) et 230 millions d'euros investis en rénovation du patrimoine bâti ;
- 44 000 gîtes ruraux, 2 500 créations par an, pour un coût moyen d'investissement de 58 400 euros, avec une durée moyenne de location de 16 semaines par an, un taux d'occupation moyen sur l'année (rapport nombre de semaines louées/période d'ouverture), de 43,4%, un prix moyen par semaine de 440 euros en haute saison, 290 euros hors saison, et 180 euros par week end ;



- 10 200 maisons d'hôte, 500 nouvelles adresses par an (soit 1 500 chambres), pour un coût moyen d'investissement de 42 000 euros, avec une durée moyenne de location de 16 semaines par an et 3 nuits par séjour, au prix moyen de 54 euros la nuit pour deux personnes, petit déjeuner inclus, et 17 euros le repas en table d'hôte.

Présentation synthétique des différentes offres parrainées par « Gîtes de France » qui en vérifie les qualités et les contenus effectifs :

Types d'hébergement	<ul style="list-style-type: none"> • Gîtes ruraux : location à la semaine, au week end ou pour de courts séjours. • Chambres d'hôte : chambres chez l'habitant, « the French Bed and Breakfast », louées à la nuit avec petit déjeuner (ferme, mas, gentilhommière, château, etc.). • City break : locations (maisons, appartements) et chambres d'hôte. • Location vacances en camping : camping « nature » sur les terrains herbeux de moins de 25 emplacements, les campings « tradition » comprennent moins de 150 emplacements avec des animations, équipements de loisirs, etc. • Location vacances en chalets : villages de chalets et/ou mobil-homes en pleine nature. • Location vacances en gîtes de groupes : gîtes de grande capacité (12 à 50 personnes) adaptés aux amis et aux familles pour un séjour le temps d'un week end ensemble et pour tout événement en groupe. • Gîtes d'enfants : des familles agréées accueillent les enfants de 4 à 15 ans à la campagne, à la mer ou à la montagne lors des vacances scolaires. • Insolites : cabanes dans les arbres etc. 		
Services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • Hébergement. • Restauration. • Vente de guides, documentation sur la Région. 		
Activités proposées	Très variées en fonction de la thématique (activités sportives, de loisirs, culturelles, etc.).		
Modes de communication	<p>Site Internet de « Gîtes de France » : présentation des types d'hébergements par Région, type, thématique, par offre promotionnelle.</p> <p>Pour chaque offre, une fiche reprend : type d'hébergement, noms et coordonnées de l'hôte, photos, plan d'accès, capacité, nombre de chambres, superficie, descriptif (chambre, séjour, cuisine, garage, jardin, etc.), équipements (lave linge, chauffage, TV, lits, barbecue, draps, etc.), descriptif de l'emplacement, activités proposées (randonnée, dégustation, etc.), loisirs à proximité avec mention de la distance (golf, plage, etc.), caractéristiques (adaptés aux bébés, enfants, animaux acceptés, etc.).</p> <p>Accessibles : classement, disponibilités, coordonnées pour réserver, conditions de paiement et, pour certains, la réservation en ligne.</p> <p>Moteur de recherche par critères.</p>		
Qualité des infrastructures	Classification des gîtes en épis selon leur confort, les prestations offertes et la situation.		
Tarifs pratiqués	Gîte : 440 euros la semaine en haute saison (prix moyen). Maison d'hôtes : 50 euros / nuit pour 2 personnes (prix moyen), 17 euros en table d'hôte.		
Thématiques	A la ferme, Bien-être, Charme Ecogîte Enfants Insolite Jardin Panda WWF	Pêche Ski de fond Ski de piste Campagne OEnologie Randonnée Sport sensation VTT-cyclo	Cueillette Equitation Golf Gourmet Mer Montagne Moto Tropiques



La ferme et ses animaux domestiques : un grand succès notamment auprès des enfants

3.1.5 Réseau « Bienvenue à la Ferme »

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » est composé de :

- plus de 6 400 agriculteurs adhérents ;
- des relais « Bienvenue à la Ferme » régionaux et départementaux qui, dans chaque Département et dans une vingtaine de Régions, conseillent les agriculteurs dans leur activité, garantissent la qualité des produits et activités, informent sur les possibilités d'accueil et d'activités sur les exploitations, assurent la promotion du réseau ;
- un service de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture.

Les valeurs communes sont exposées dans la charte éthique du réseau « Bienvenue à la Ferme »

Pour les agriculteurs adhérents au réseau, accueillir sur leur exploitation est toujours un plaisir.

En adhérant au réseau, ils s'engagent à respecter les chartes de qualité « Bienvenue à la Ferme » et garantissent ainsi la qualité de leurs prestations touristiques et agricoles.



Soutien apporté par le réseau « Bienvenue à la Ferme »	<p>Le développement de l'agritourisme et le conseil aux agriculteurs avec notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'apport de références économiques pour permettre aux agriculteurs de réaliser les choix les plus pertinents en termes d'activités d'accueil ; • un accompagnement pour le montage de leur projet, l'apport de connaissances juridiques, fiscales et sociales. <p>Le développement de la politique qualité. La promotion du réseau.</p>
Types d'hébergement	<p>Hébergement à la ferme :</p> <ul style="list-style-type: none"> • planter sa tente dans une aire de camping aménagée à la ferme (300 m²), disposant du confort nécessaire (équipement sanitaire, aires de jeux, activités variées) ; • s'installer dans une chambre d'hôte (cadre familial et tranquille) ; • passer ses vacances en gîte rural : découverte gastronomique, baignades, découverte culturelle. <p>Maison (ou logement indépendant), d'une ou plusieurs chambres, entièrement équipée.</p>
Spécificité	<p>Hébergement à la ferme, restauration avec des produits de la ferme ou de la Région, activités autour du thème de la ferme, et activités sportives.</p>
Services proposés	<p>Gastronomie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • repas, goûter, apéritif ou dégustation de produits fermiers du terroir (charcuteries, fruits et légumes, fromages, vins, etc.) ; • sacs de pique-nique prêts à la dégustation accompagnés de vins et jus de fruits naturels. • cours de cuisine avec des produits de terroir ; • vente directe de produits frais et fermiers, du producteur au consommateur : à la ferme ou au marché, certains produits issus de l'agriculture biologique ; • dégustation de vins chez le viticulteur ; • activité traiteur (vente de plats à emporter ou prise en charge de buffets, menus à base de recettes locales ou régionales, n'utilisant que des ingrédients fermiers).
Activités proposées	<ul style="list-style-type: none"> • visite de la ferme ou d'une exploitation agricole ; • apprendre à traire une vache, chasser les oeufs de pâques, traquer la perdrix, faire une ballade à cheval, connaître les techniques de vinification ; • visite de la Région, découverte des sites touristiques et de sa gastronomie ; • foot, pétanque, piscine, tennis, VTT, activités équestres, jeux ou animations ; • initiation à l'équitation, randonnées ou promenades à dos de mulets ; • promenade en charrette ; • fermes pédagogiques (apprendre la fabrication du fromage, l'élevage bovin, la culture des céréales, etc.) ; • baignades en rivière ; • découverte culturelle ; • activités proposées aux écoles (classes vertes, de découverte, etc.) ; • chasse et ses activités parallèles (entraînement des chiens, piégeage etc.) ; • vacances d'enfants (activités éducatives, de loisir et d'éveil, etc.) ; • location de salle de fêtes.
Amélioration de la qualité de service	<ul style="list-style-type: none"> • une charte éthique et des cahiers des charges, pour clarifier les engagements liés à l'adhésion au réseau « Bienvenue à la Ferme » ; • le suivi des fermes avec des commissions de suivi régionales ou départementales composées de représentants du réseau et de différents organismes partenaires ; • l'organisation de sessions de formation pour les agriculteurs ayant une activité d'accueil.
Modes de communication	<p>« Printemps Bienvenue à la Ferme », chaque année, qui permet aux visiteurs de découvrir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les multiples activités proposées par les agriculteurs ; • l'ensemble des guides régionaux et départementaux « Bienvenue à la Ferme » ; • la participation à certaines foires régionales et à quelques grands rendez-vous nationaux ou internationaux (dont à Paris : Salon « Pari Fermier », Salon International de l'Agriculture). Des sites Internet.

3.1.6 Réseau « Accueil Paysan »

En 2011, ce réseau est présent sur l'ensemble du territoire français, dans 2 Départements d'outre-mer et dans 28 pays (Europe occidentale et de l'Est, Afrique et Amérique du Sud).

La Fédération nationale regroupe plus de 800 adhérents en France et 200 dans les 28 autres pays, dont le Maroc⁴. Elle est structurée en 15 associations régionales et 35 associations départementales.

« Accueil Paysan » est un groupement de paysans qui, prenant appui sur leur activité agricole, mettent en place un accueil touristique et social en relation avec tous les acteurs du développement local. Sa vocation est l'accueil dans le monde rural par des hommes et des femmes qui vivent dans la ruralité et veulent faire découvrir leurs activités agricoles et le milieu dans lequel ils vivent.

« Accueil Paysan », fondé en 1987, s'est développé en proposant une alternative au modèle de développement intensif de l'agriculture et autour de réflexions portant sur la désertification du monde rural et les problèmes liés à l'environnement.

Les principes éthiques du mouvement sont consignés dans une Charte qualité « Accueil Paysan » où l'on peut relever l'ambition suivante : « *Notre volonté est de faire découvrir aux accueillis notre métier, notre mode de vie et notre environnement, tant naturel que culturel, au travers d'un accueil caractérisé par la convivialité et l'échange réciproque* ».

Cette offre originale répond aujourd'hui à une demande croissante des citadins et se présente en complémentarité de l'offre touristique pré-existante.



4- « Accueil Paysan » a signé une convention avec l'Agence de l'Oriental.

Face à la recherche de cadres apaisants, conviviaux, « Accueil Paysan » se veut fédérateur de lieux de rencontre et de cultures partagées. Dans le type d'accueil défendu par « Accueil Paysan », le paysan n'est pas seulement celui qui reçoit, il est aussi celui qui engage une relation pédagogique avec les personnes accueillies comme le précise également la Charte : « *Au-delà du confort matériel, la notion même de bien-être s'impose : l'accueilli doit se sentir bien chez nous, il doit pouvoir se reposer, découvrir et s'épanouir à partir des richesses immatérielles que nous lui offrons et que nous partageons* ».

Spécificité	Faire découvrir le métier de paysan, son mode de vie et son environnement. Au rythme des saisons, le paysan vous invite au bonheur d'être « nature ».
Types d'hébergement « Accueil Paysan »	<ul style="list-style-type: none"> • la chambre : nuit à la ferme, chez un hôte, petit déjeuner maison ; • l'accueil familial en gîte et relais : gîte installé dans une demeure attenante ou proche de la ferme pour un séjour à son gré, en toute indépendance, le relais étant destiné aux randonneurs et autres sportifs pour des séjours de 3 jours au maximum ; • l'auberge : en famille ou avec des amis, autour d'un repas préparé par les paysans « aubergistes » à partir des produits de la ferme ; • le camping : à proximité de la nature, la faune et la flore.
Services proposés	<ul style="list-style-type: none"> • restauration : déguster à la table familiale les produits fermiers, les spécialités des hôtes et des producteurs voisins (d'autres formules existent comme les goûters à la ferme, le casse-croûte paysan, etc.) ; • accueil d'enfants : groupes ou classes d'enfants sont accueillis sur la ferme pour découvrir son activité au quotidien ainsi que la vie d'une famille en milieu rural ; • produits paysans : achat en vente directe des produits de qualité, diversifiés, de la ferme.
Activités proposées	<ul style="list-style-type: none"> • partager un savoir-faire (jardinier, éleveur, bûcheron, paysagiste, etc.) ; • partager ses connaissances sur la ruralité (histoire, géographie, économie, etc.) ; • partager sa compétence (sur la vie des sols, des plantes et des animaux, etc.) ; • pratiquer les activités d'une ferme équestre (équitation, attelage, poneys, etc.).
Moyens de communication	Site Internet « Accueil Paysan » : présente l'offre par département et type d'hébergement, avec pour chaque hébergement une fiche descriptive (coordonnées, photos, situation géographique, capacité, prix par saison ou WE, descriptif de l'offre, des activités sur place et aux alentours, caractéristiques (telles que animaux acceptés), accès pour handicapés, langues parlées, produits paysans, camping-caristes acceptés etc. Lien vers site web de l'hébergeur.
Partenaires	Différents Ministères et Secrétariats d'État (Agriculture, Aménagement du Territoire, Tourisme, Solidarité, Coopération) et des associations issues de l'éducation populaire ou du monde rural (comme « Peuple et Culture »).

3.2 EN ESPAGNE, DES INITIATIVES RÉGIONALES

3.2.1 Associations locales taillées à la mesure des territoires

L'Espagne, deuxième destination touristique mondiale, est très en avance par rapport au Maroc. Elle est reconnue par son offre touristique riche et de qualité : ses châteaux, sa côte méditerranéenne, ses montagnes, ses fleuves, ses forêts sa gastronomie, sa culture, ses traditions, son sens de la fête, etc.

En Espagne, les initiatives privées en matière de tourisme rural ont démarré avec la montée en puissance des Régions. De très nombreuses fédérations et associations se sont constituées dans les différentes Régions pour promouvoir le tourisme rural. Les associations régionales de presque toutes les communautés autonomes sont indépendantes.

Par exemple dans la Région Aragon qui comporte 3 Provinces :

- la Fédération Aragonaise de Tourisme Rural présente la Région et le tourisme rural dans toute la Région et fédère l'ensemble des associations (www.ecoturismoaragon.com) ;
- la Province de Huesca, composée de 10 Communes, représentée par l'Association Tural, a son propre site web de réservation en ligne ;
- la Province de Teruel, composée de 10 Communes, où co-existent 7 associations locales de tourisme rural (presque une association par Commune), certaines avec leur site web, mais la plupart avec une page web sur le site de la Fédération Aragonaise ;
- la Province de Zaragoza, avec 4 associations de tourisme rural.

Une offre très variée, avec une ébauche d'organisation des porteurs de projets regroupés en associations. Chacune reprend une offre variée d'établissements : de maisons simples jusqu'à de petits hôtels ruraux accueillants. Toutefois, ce trop grand nombre d'associations empêche le touriste d'y voir clair.

3.2.2 Fédération des initiatives au sein d'une association nationale

En 2002, l'association de tourisme rural « ASETUR » a été créée en tant qu'organisation à but non lucratif. Elle a réuni l'ensemble des fédérations et associations régionales et locales de tourisme rural en Espagne.

Son rôle étant la promotion et le développement du tourisme rural en Espagne, en apportant son soutien au développement de l'offre en hébergement et en activités complémentaires.

« ASETUR » a lancé un projet de classification, par épis, pour permettre au touriste d'y voir plus clair dans l'offre existante.

Pour savoir où se trouve les hébergements ruraux, connaître leurs services, la qualité de leurs installations, « ASETUR » attribue de 1 à 5 épis aux établissements afin de mesurer le niveau de confort et d'équipement des hébergements ruraux en Espagne.

La norme adopte des termes similaires aux classifications réalisées pour les établissements touristiques en zone urbaine (hôtels et restaurants) : 5 épis est synonyme d'excellence et 1 épi signifie un service digne, mais sans luxe aucun.

Le consommateur, en choisissant un hébergement classé par des épis, a l'assurance de sélectionner un hébergement rural garanti, vérifié par des audits réguliers, et de connaître le détail de l'équipement minimum qui lui sera proposé.

Un site web dédié au tourisme rural regroupe l'ensemble de l'offre en matière de tourisme rural en Espagne : www.ecoturismo.com. Les hébergements y sont classés à partir de leur notation en épis.



Types d'hébergement	Maison rurale : location de toute la maison Maison rurale à louer : location des chambres Hôtel rural Appartement Camping Auberge
Qualité des infrastructures d'accueil et d'hébergement	Classification en épis de 1 à 5 par Asetur Certains hébergements usent de méthodes certifiant leur qualité de natures différentes : • Certificat EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) norme européenne d'amélioration continue, étiquette écologique de l'union européenne ; • label « qualité touristique » ; • garantie de la qualité de l'environnement ; • garantie qualité du gouvernement ; • contenu de qualité, biosphere house, compromis de qualité touristique ; • vidéo sur le web.
Services proposés	Équipements : air conditionné, animaux, lit de bébé, coffre fort, bibliothèque, barbecue, mixeur, cafetière, cafétéria, cuisine, Internet, machine à laver, piscine, TV, four, lave-vaisselle, micro-ondes, équipement musical, sèche-cheveux, sèche-linge, toasteur, lecteur vidéo, parking, cheminée, etc. Services : petit déjeuner, nettoyage, demi-pension, accessibilité aux handicapés, pension complète, animaux, etc.
Fourchette de prix	< 30 euros de 30 à 100 euros > 100 euros
Activités proposées	De très nombreuses activités proposées en fonction du lieu de l'hébergement. Sports : randonnées, parapente, VTT, 4x4, saut à l'élastique, escalade, course, pêche, natation, chasse, etc. Découverte : spéléologie, observation des étoiles, mycologie, découverte de la truffe, visite de sites archéologiques, visite de réserves, etc. Restauration
Moteur de recherche d'hébergement rural en Espagne sur le web	Site web (www.ecoturismorural.com) avec un moteur de recherche des hébergements ruraux en fonction des critères suivants : • localisation (communauté autonome, province, canton, localité) ; • données générales (capacité, ordre de prix, type d'hébergement, classification en épis) ; • disponibilité, services, certificats. Pour chaque hébergement sont affichés : • données générales (association à laquelle l'hébergement est rattaché, capacité, accès en voiture ou pas, distance au village, prix minimum à la journée) ; • description de l'hébergement avec photos (détail par étages, chambres, vue fenêtres, accès à l'extérieur, chauffage, etc.) ; • localisation (adresse, coordonnées géographiques, googlemap, itinéraire, distances au port / l'aéroport, parking, centre de santé, commerces, plage, restaurants, bibliothèque etc.) ; • description des pièces par étage (nombre de chambres, nombre et types de lits, salle de bain, WC, électroménager, animaux, cheminée, contenu de la cuisine, piscine, etc.) ; • autres services (informations sur la Région, activités, restauration, organisation d'événements) ; • vidéos ; • formulaire de réservation en ligne, par téléphone, par email ; • calendrier des disponibilités ; • point de rencontre avec le bailleur si l'hébergement est difficile d'accès ; • promotions s'il y a lieu ; • lien vers le site web de l'hébergement s'il y a lieu. Informations sur les routes de randonnées, les événements de la Région, les musées et monuments avec coordonnées, heures de visite, coordonnées des Offices du tourisme.

Agriturismo.it

Bien que l'Italie propose une large offre pour le tourisme rural (160 000 lits dans plus de 12 500 maisons de campagne), la demande de l'étranger est essentiellement orientée vers les Régions les plus connues, qui concentrent le flux touristique durant les mois de grande affluence, et laisse de côté de charmants endroits et territoires non encore inscrits dans les grands circuits touristiques.

« Agriturismo » est l'une des associations les plus importantes de tourisme à la ferme en Italie, la première association en Italie (l'association qui « a inventé » l'agritourisme en Italie) créée à Rome le 10 février 1965. L'acte de la fondation a été signé dans la salle Protomoteca du Capitole, où fut il y a quelques années paraphée la Constitution européenne : c'est dire l'importance qui lui a été accordée.

L'Italie est le seul pays au monde à avoir, dès 1985, promulgué une loi spéciale sur l'agrotourisme. Dans cette loi, le logement à la ferme devient une sous-activité de l'agriculture ayant pour but de favoriser les produits typiques des Régions, de réutiliser les vieux bâtiments ruraux qui ne sont plus utilisables pour l'agriculture, et d'augmenter le revenu des agriculteurs.

En Italie, on utilise couramment les termes "agriturismo", "turismo rurale", "turismo verde", "vacanza o vacanze in fattoria".

« Agriturismo » délivre également un label de qualité : il figure sur le site aux côtés de la présentation des établissements d'hébergement rural auxquels il est attribué.



Le site de l'Association « Agriturismo » est destiné également à ceux qui veulent créer un hébergement touristique. Il leur permet de connaître :

- ce qu'est l'agrotourisme ;
- la ferme ;
- les bâtiments ;
- les exigences à respecter ;
- l'activité agrotouristique ;
- les normes comptables et administratives ;
- les exigences réglementaires et légales ;
- les normes de l'agrotourisme de chaque Région.

Types d'hébergement	Au choix, appartement ou chambre dans les établissements suivants : <ul style="list-style-type: none"> • ferme • demeure historique • villa • relais • bed & breakfast • maison de vacances
Thématiques	Artistique et culturelle : <ul style="list-style-type: none"> • avec enfants • écologique • gastronomique • romantique • sportive
Services et équipements proposés	Restaurant, piscine, travaux manuels, animaux, handicapés, TV, vente de produits du terroir, paiement par cartes, Internet, espace de jeux pour enfants, barbecue, climatisation, salle de conférence, cabine de massage, réfrigérateur, TV par satellite, sauna, bain turc, blanchisserie, linge de maison, boissons, parking, eau, électricité, gaz, etc.
Fourchette de prix	De 50 à 100 euros (voire plus)
Activités proposées	Piscine, golf, bois, VTT, équitation, parc de jeux, randonnées, excursions, trekking, pêche, golf, tennis, sports nautiques, escalades, etc. (selon l'emplacement, activités différentes).
Moteur de recherche d'hébergement rural en Italie	Site web (www.agriturist.it/) avec moteur de recherche des hébergements ruraux en fonction des critères suivants : <ul style="list-style-type: none"> • région ; • province ; • situation (mer, lac, montagne, colline) ; • budget (peu importe, bas, moyen, élevé) ; • services (piscine, restaurant, travaux manuels, animaux, services aux handicapés) ; • formule (pension complète, demi-pension, hébergement et petit déjeuner, hébergement seul) ; • type de structure (ferme, demeure historique, villa, relais, bed & breakfast, maison de vacances) ; • type de logement (appartement et chambre) ; • type de vacances (artistique et culturelle, avec enfants, écobioécologique, gastronomique, romantique, sportive). Affichés sur chaque hébergement : <ul style="list-style-type: none"> • description de l'hébergement et de son emplacement ; • sites d'intérêt touristique à proximité : site historique, réserve naturelle etc. ; • services et équipements (voir liste de la rubrique ci-avant) ; • restaurant (menu végétarien, menu pour maladie coeliaque, menu pour enfant, cuisine traditionnel, menu avec produits locaux, pizzeria, etc.) ; • détails de chaque chambre avec photos et prix par type de chambre, par saison, par nuit ou par semaine, selon la formule choisie ; • photos du lieu et des ses environs ; • activités proposées par l'hébergeur (piscine, golf, bois, VTT, équitation, parc de jeux, randonnées, excursions) ; • activités à proximité (trekking, pêche, golf, tennis) ; • distances avec chaque centre d'intérêt ; • plan de situation, plan d'accès et période d'ouverture et de fermeture ; • commentaires des clients ; • contact par mail, téléphone, lien vers le site web de l'hébergeur ; • liens vers ce qui est à voir dans la Province (autres hébergements proches, offres spéciales).

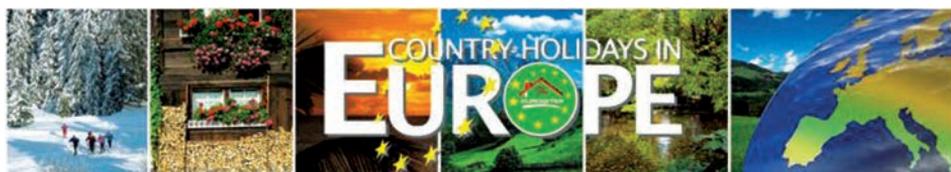
3.4 « EUROGÎTES », UNE FÉDÉRATION POUR 28 PAYS D'EUROPE

3.4.1 Nature et objectifs

« Eurogîtes », Fédération européenne pour l'accueil touristique chez l'habitant à la campagne, à la ferme et au village, propose un large choix dans 28 pays d'Europe. Par la mise en réseau de 35 associations professionnelles de tourisme rural, « Eurogîtes » a notamment pour objectif d'orienter les démarches et de sécuriser les choix.

D'après les statuts datant de 2010, « Eurogîtes » :

- apporte un soutien financier, culturel et social à ses membres ;
- a pour objectif la promotion de la connaissance et de l'expérience de la diversité de l'héritage culturel, social, historique et naturel, à travers un concept de tourisme basé sur un contact et une interaction directs avec la population locale, dans un contexte de développement durable et de tourisme durable ;
- définit également le concept du tourisme rural en Europe, protégé par un nom de marque autour duquel elle communique à travers le monde afin d'avoir une terminologie commune permettant une meilleure communication ;
- facilite l'accès des produits aux clients par une stratégie commerciale qui permettra une meilleure distribution des offres, spécialement auprès des professionnels du tourisme ;
- promeut la formation de ses membres ;
- recherche et prospecte les nouvelles tendances.



3.4.2 Actions réalisées

Des organismes de 28 pays différents sont membres d'« Eurogîtes » : Allemagne, Autriche, Belgique, Biélorussie, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Chypre, Croatie, Espagne, France, Géorgie, Grèce, Hongrie, Israël, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Norvège, Pologne, Portugal, Tchéquie, Roumanie, Royaume-Uni, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suisse.

Parmi plus de 100 000 logements en milieu rural réunis dans l'offre d'« Eurogîtes », on trouve des chambres d'hôtes avec petit-déjeuner "maison", des gîtes à la ferme (ou individuels, avec cuisine équipée), des pensions traditionnelles, de petits hôtels familiaux et une vraie cuisine du terroir, ainsi que de nombreuses activités de plein air.

Un label de qualité « Eurogîtes » et des outils pour l'assurance-qualité dans le tourisme rural sont en cours de mise en oeuvre.

En 2005, des normes comportant les critères minimaux requis relatifs à l'équipement, l'environnement, les services fournis dans l'hébergement et à proximité, les aspects humains

comme la disponibilité du personnel et la sécurité dans les hébergements ruraux ont été approuvées par « Eurogîtes » et intégrées depuis par les différents membres dans leurs normes nationales.

En décembre 2010, des outils qualité, « Qualitool », ont vu le jour, qui permettent d'évaluer la conformité d'un hébergement avec les normes minimales internationales de qualité d'« Eurogîtes ». Un manuel a également été élaboré pour la mise en oeuvre de chaque critère avec des exemples par pays.

L'Association « Gîtes de France » présentée ci-avant est co-fondatrice de « Eurogîtes ».



3.4.3 Attentes des touristes européens

« Eurogîtes » a réalisé une enquête en 2009-2010 dans 55 pays, en majorité européens, pour identifier les besoins et préférences du marché afin de les intégrer dans le contenu des formations de « Qualitool ». 86% des personnes enquêtées ont déjà eu une expérience de tourisme rural. L'enquête a ressorti plusieurs informations-clés résumées ci-après.

Le mode de réservation le plus populaire :

- 1- Directement auprès du propriétaire ;
- 2- A travers Internet ;
- 3- A travers une association.

Le mode de réservation le plus impopulaire : l'agence de voyages.

Les sources d'information les plus fiables : 3 sont classées ex æquo, à savoir Internet, l'expérience personnelle et l'expérience des amis et de la famille.

L'information en provenance des utilisateurs sur Internet est également importante. L'information en provenance des agences de voyages et guides touristiques est rarement utilisée.

L'évaluation de la qualité la plus reconnue : l'appréciation des utilisateurs avant toute forme de classification, suivie par les certifications les plus reconnues.

L'affiliation à une marque ou une chaîne n'a pas d'impact majeur sur le choix de l'hébergement, sauf pour les français qui connaissent très bien certains labels comme « Gîtes de France », WWF et « Eurogîtes ». Les autres utilisateurs ont un faible niveau de connaissance des certificats.

Ce qui permet de savoir si un hébergement est de qualité et à un prix adéquat : 70% des répondants ont cité l'environnement attractif en premier ou deuxième choix. Un autre critère important était la qualité des chambres et de l'ameublement.

Facteurs pouvant affecter le choix de l'hébergement de vacances : le facteur le plus important est "une nature et un paysage attrayants", ensuite le prix, les informations sur l'hébergement et son emplacement. Le niveau d'équipements obtient un score important, en corrélation avec l'importance de la qualité de l'ameublement. Cela explique également l'importance des informations et commentaires en provenance des amis, collègues, ou tout simplement des clients.

Le plus important dans la première impression lors de l'arrivée : un accueil chaleureux et amical des hôtes et du personnel.

A leur arrivée, les touristes vérifient l'information qu'ils ont obtenues par la communication qui leur a été faite, d'où l'importance d'une information réaliste et appropriée sur l'hébergement. La qualité des équipements est le troisième facteur. Une belle vue de la fenêtre est le quatrième facteur.

Pour des vacances réussies, les facteurs importants : un sentiment de sécurité, un personnel et un service fiables, ainsi que plusieurs paysages et des activités potentielles dans le voisinage.

Également à prendre en compte : les aspects tels que la vie rurale, les traditions, l'hospitalité de la population locale, la possibilité d'acheter des produits locaux, etc.

Le plus important lors du retour chez soi : de bons souvenirs à 96%, mais aussi l'envie de revenir, l'affirmation et la réalisation de soi et, surtout, des choses à raconter à ses amis.

3.5 AU MAROC, LES PRÉMISSSES RÉGIONALES D'UNE RÉUSSITE NATIONALE

Au Maroc, le tourisme rural est encore très peu développé. On remarque toutefois de très nombreuses initiatives à l'échelle nationale.

La Région de Marrakech est l'une des plus développée au plan touristique, depuis longtemps, au point que la présence des touristes fait partie du quotidien de la population. L'activité touristique fait vivre une grande partie des habitants et la ville est une légende internationale. Le tourisme rural s'est naturellement développé autour de ce flux permanent. Cette spécificité n'offre donc pas un bon benchmark pour notre étude.

Les Régions où les PAT ont été mis en oeuvre ont connu une création importante d'hébergements touristiques ruraux : Ida Outanane, Chefchaouen, Ifrane et Azilal.

Chefchaouen et alentour, dont le PAT a débuté en 2003, est considérée l'une des meilleures expériences de PAT par la SMIT. La zone, jadis très enclavée, s'est ouverte au monde par le développement du tourisme de montagne, pour les visiteurs nationaux et étrangers.

Ici, la Délégation du Tourisme a soutenu l'accompagnement technique de la population volontaire et le classement des établissements. Une association PAT a été mise en place

pour assurer le suivi au plan local de la mise en oeuvre du PAT et les porteurs de projets se sont mobilisés. Des ONG internationales, surtout espagnoles, ont aussi participé au développement de Chefchaouen. On peut voir des signalétiques indiquant clairement l'emplacement des hébergements, qui sont par ailleurs bien tenus. De nombreuses activités se sont développées autour du tourisme.

3.5.1 De grandes similitudes entre Chefchaouen et l'Oriental

Les faiblesses et problèmes de Chefchaouen et de l'Oriental sont très similaires :

- des zones enclavées, centrées sur elles-mêmes, avec très peu d'axes routiers, et certaines Communes avec les taux de pauvreté parmi les plus mauvais du pays ;
- des populations très conservatrices, redoutant l'afflux des touristes (risque de non respect des coutumes locales, de la culture, des traditions, etc.) ;
- premiers hébergements réalisés par des étrangers (auberge Dardara) ou par des professionnels du tourisme (Casa Hassan, un ancien guide), et non par la population locale ;
- une concurrence balnéaire importante (Tanger-Tétouan pour Chefchaouen) nécessitant un produit porteur pour se démarquer ;
- des populations très renfermées, allant rarement en ville, ne connaissant pas les habitudes ou les attentes des touristes nationaux ou internationaux ;
- des normes de sécurité et d'hygiène nullement respectées ;
- peu de communication / promotion de la Région à l'échelle nationale et internationale ;
- des potentiels naturels et écologiques méconnus.



3.5.2 Atouts réunis par l'offre touristique rurale de Chefchaouen

Les forces de Chefchaouen aujourd'hui :

- une Province qui soutient ardemment l'ensemble des projets permettant la création d'activités génératrices de revenus ;
- une Province très proche de ses habitants, bonifiant leurs projets par la construction de routes et de chemins permettant le développement des localités ;

- une Province développant un nombre important de partenariats, notamment avec des organisations et Régions espagnoles qui ont apporté des formations, de l'accompagnement technique et du financement de projets ;
- une population sensibilisée à l'impact du tourisme sur l'économie de la Province ;
- un développement du tourisme parallèle à celui d'autres activités, les hébergements en milieu rural étant créés autour d'une activité existante (par exemple des maisons d'hôte chez un apiculteur), afin que l'hébergement touristique ne soit pas l'activité principale mais une source complémentaire de revenu ;
- le développement à succès du tourisme de montagne (randonnées, canoë kayak, escalade, etc.), des activités nombreuses qui ont séduit les touristes nationaux et étrangers, un produit différent du tourisme balnéaire et qui fonctionne toute l'année ;
- une mise en oeuvre du PAT qui a mobilisé les autorités locales, les associations, les organisations, ce qui a incité la population volontaire à concrétiser des projets touristiques ;
- la mise en oeuvre du PAT (incitation à la création d'hébergements, développement de circuits de randonnées, valorisation et développement d'une animation spécifique, formation des ressources humaines, promotion et commercialisation de l'offre touristique, etc.) ;
- une dynamique locale, avec la création de coopératives, en grande majorité féminines, autour des hébergements, permettant la vente de leurs produits aux touristes ;
- les femmes du milieu rural, auparavant enfermées chez elles, se sont révélées les plus actives dans le développement d'activités génératrices de revenus en tous genres et dans le respect des normes d'hygiène et de sécurité qui leur ont été inculquées.

3.6 BEST PRACTICES ET ENSEIGNEMENTS À TIRER

3.6.1 Contexte général

Le tourisme rural est né, entre autres, suite :

- à l'exode rural, qui a permis l'utilisation des demeures abandonnées ;
- aux pertes endurées par les agriculteurs et éleveurs, manques à gagner qu'il a fallu compenser par une activité secondaire génératrice de revenus, comme l'hébergement rural ;
- au besoin des citadins de venir à la campagne pour se détendre et fuir le stress de la ville.

3.6.2 Contexte économique

Les agriculteurs contribuent fortement au développement du tourisme rural, en offrant des prestations spécifiques qui complètent celles offertes par les hôtels ou restaurants.

En 2012, 25% du revenu global des agriculteurs est directement lié au tourisme rural en France. Le tourisme rural apporte des ressources importantes à l'économie des Régions (750 millions d'euros pour les hébergements relevant de l'Association « Gîtes de France », dont un tiers en devises avec 20% de clients étrangers). Le tourisme rural génère également un investissement important en rénovation du patrimoine bâti (230 millions d'euros pour « Gîtes de France »).

3.6.3 Porteurs de projets et propriétaires

L'information des porteurs de projets potentiels est capitale (sur ce qu'est l'hébergement touristique en milieu rural, les types d'hébergement existants, la méthode pour créer un hébergement touristique, les exigences à respecter, la procédure à suivre, etc.).

Les propriétaires des hébergements touristiques ont choisi de se regrouper dans un premier temps en associations de développement local pour la promotion et la commercialisation de leurs hébergements (comme en Espagne) : l'initiative a donc été privée.

3.6.4 Place et rôles des associations

Lorsque le touriste voulait rechercher un hébergement rural, il trouvait un trop grand nombre d'associations. Elles ont fini par se grouper en une seule association, fédératrice au niveau national, qui oeuvre au développement du tourisme rural dans tout le pays pour le cas de l'Espagne, ou encore, dans le cas français, en quelques associations nationales de poids, telles « Gîtes de France », « Accueil Paysan », « Bienvenue à la Ferme », etc. Pour progresser encore, ces associations nationales ont choisi de se regrouper pour travailler en synergie à l'échelle du continent européen avec la création récente d'« Eurogîtes ».

L'adhésion démontre l'engagement de l'hébergeur à respecter les chartes de qualité et garantit ainsi aux clients potentiels la qualité de leurs prestations touristiques et agricoles.



3.6.5 En France, l'apport décisif des associations

Des relais « Bienvenue à la Ferme » régionaux et départementaux qui, dans chaque Département d'une vingtaine de Régions, conseillent les agriculteurs dans leur activité, l'accompagnent pour monter le projet, apportent des connaissances juridiques, fiscales et sociales, ainsi que des références économiques pour permettre aux agriculteurs de réaliser les choix les plus pertinents en terme d'activité d'accueil, garantissent la qualité des produits et activités, informent sur les possibilités d'accueil et d'activités sur les exploitations, assurent la promotion du réseau.

Les gîtes sont classés de manière officielle en Préfecture ou référencés à travers les associations, telles que « Gîtes de France » ou « Accueil Paysan » et d'autres sont loués de particulier à particulier sans classement officiel.

3.6.6 Qualité, labels, certificat, classements

Certains gîtes ont des labels : labels écologiques ou label panda (WWF). Certaines associations décernent des notations non officielles de qualité aux logements de tourisme répondant à un cahier des charges. Ces notes sont accompagnées d'une classification et d'une publicité qui informe objectivement le consommateur sur les prestations offertes.

La classification des gîtes en épis, ou la labellisation des gîtes par des organismes reconnus, permet au touriste d'y voir plus clair et de choisir en connaissance de cause. Il aura l'assurance de prendre un hébergement rural garanti, vérifié par des audits réguliers et connaîtra le détail de l'équipement minimum qui lui sera proposé.

Les associations organisent également des sessions de formation pour les membres.

3.6.7 Nature et attentes de la clientèle

La clientèle est variée (des citadins amateurs de la campagne, des sportifs, des célibataires, des familles avec enfants, des jeunes retraités, des étrangers, etc.), avec des âges et situations diverses, et donc des attentes différentes. Des services et des équipements très variés sont donc proposés aux touristes : ils font la différence entre les hébergements et vont permettre au touriste de se décider entre 2 hébergements similaires. Il y a aussi des services indispensables à certains types de clientèle (animaux acceptés, services aux handicapés, lit de bébé, connexion Internet, etc.).

La première impression étant la plus forte, la première chose perçue par les touristes est l'état de l'hébergement et de son ameublement.

Parmi les activités très variées pouvant répondre aux attentes de touristes différents :

- activités de découverte (visites, sites touristiques) ;
- activités pédagogiques (apprendre à traire une vache, à faire du fromage, etc.) ;
- activités sportives (foot, VTT, équitation, randonnées, etc.) ;
- activités culturelles (danses, chants, etc.) ;
- activités gastronomiques (dégustation, vente de produits du terroir, table d'hôte, apprentissage de la cuisine, etc.) ;
- activités pour enfants (activités d'éveil, éducatives, de loisirs) ;
- activités de loisirs (jeux, baignades, etc.) ;
- activités de chasse et pêche (piégeage, entraînement des chiens, guide, initiation à la pêche, etc.) et autres liées à la faune ;
- activités pour tous les âges et tous les centres d'intérêt.



3.6.8 Communication & Promotion

Les modes de communication sont variés mais les sites Internet dominant et restent les principaux vecteurs de promotion et de communication des hébergements touristiques en Europe (selon l'enquête « Eurogîtes »). Les sites web doivent comporter des informations très exhaustives, détaillées et illustrées sur l'hébergement et aussi sur ce qui existe à proximité. Il est important de tout faire ressortir dans le site (description de l'hébergement, activités, services, restauration, prix, plan d'accès, photos, activités à proximité, etc.). L'information sur les sites doit être fiable, complète, mise à jour régulièrement (sites des associations locales, sites par hébergement), car Internet domine largement en tant que moyen de communication le plus performant.

Des guides régionaux sont également réalisés, des dépliants d'autres gîtes sont présents chez les gîteurs, dans les hôtels.

En matière d'événements, « Bienvenue à la ferme » organise un « Printemps Bienvenue à la Ferme » chaque année, qui permet aux visiteurs de découvrir les multiples activités proposées par les agriculteurs, diffuse des guides régionaux et départementaux « Bienvenue à la Ferme », participe à certaines foires régionales et à quelques grands rendez-vous nationaux ou internationaux (à Paris, Salon « Pari Fermier », Salon International de l'Agriculture notamment), des sites Internet, etc.

3.6.9 Conditions propices et facilitations diverses

Le soutien de l'État, des Provinces et/ou Communes, des ONG, des associations, reste très important pour le développement des hébergements.

Développer des partenariats avec des ONG, des représentations des pays européens chargées de lutter contre l'immigration, peut aider au développement des hébergements touristiques en tant qu'activité génératrice de revenus.

Au Maroc :

- la population rurale reste très conservatrice, une sensibilisation sur l'apport du tourisme est nécessaire, voire aussi celle des touristes au respect des us et coutumes locaux ;
- le développement des hébergements touristiques doit se faire en parallèle avec d'autres activités pour permettre des sources de revenus différentes ;
- développer des produits phares propres à la Région et recherchés par les touristes, tel que le tourisme de montagne, en travaillant de concert avec la mise en oeuvre des PAT ;
- faire participer les femmes au développement des hébergements touristiques en particulier et du tourisme rural en général, par la création de coopératives féminines artisanales et par leur grande implication dans la gestion de l'hébergement (hygiène, restauration, service en chambre, développement d'activités tel que le tissage, l'apprentissage de la cuisine, etc.).

4.1 OBJECTIF ET CONTENU DU PLAN D' ACTIONS

Le Plan d'actions et les recommandations sont établis sur la base de l'état des lieux et du benchmark qui précèdent. Ces travaux ont permis de dégager des axes stratégiques d'intervention pour soutenir la filière naissante et des priorités.

Le Plan d'actions comporte tout aussi bien des mesures transverses, en matière de formation ou de communication par exemple, que des interventions ciblées, pour notamment développer des projets de nature à compléter l'offre existante en matière de tourisme rural dans la Région. Les Recommandations visent essentiellement à créer les conditions favorables à la réussite du Plan d'actions.

4.2 AXES STRATÉGIQUES

L'État des lieux et le benchmark ont permis d'identifier des problématiques d'hébergement touristique entravant fortement le développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental.



L'hébergement touristique en milieu rural : un maillon faible

Il fragilise toute initiative de développement touristique dans la Région de l'Oriental : un cercle vicieux.



La nécessité de mettre en oeuvre un Plan d'actions concret et opérationnel

Il doit porter remède efficacement et durablement aux problématiques d'hébergement et de développement du tourisme rural dans la Région.

Le Plan d'actions proposé devra permettre de passer d'une situation de référence à une situation cible où l'hébergement touristique en milieu rural s'effectuera dans des conditions satisfaisantes pour les touristes nationaux et étrangers visitant la Région. Le schéma ci-après représente cette évolution.

Situation de référence :

- offre en hébergements touristiques insuffisante ;
- aménagement et équipement des hébergements pas toujours conformes à la réglementation et aux attentes des touristes ;
- non respect des normes d'hygiène et de sécurité dans certains établissements ;
- compétences des hébergeurs en accueil et en gestion touristique très insuffisantes ;
- méconnaissance par les hébergeurs des besoins réelles des touristes ;
- manque d'activités, d'animation et de loisirs autour des lieux d'hébergement ;
- absence de moyens de communication et de promotion des hébergements ;
- instabilité et insuffisance des revenus générés par l'hébergement touristique en milieu rural.

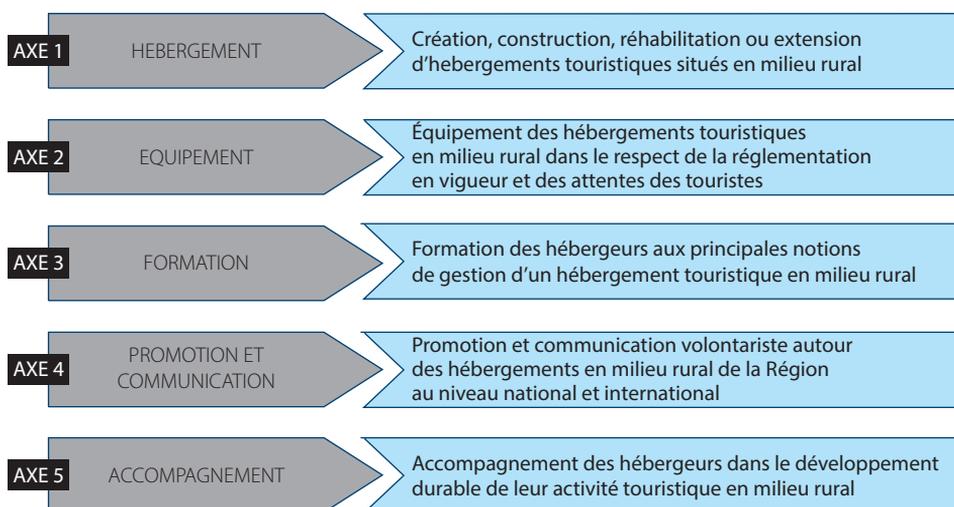
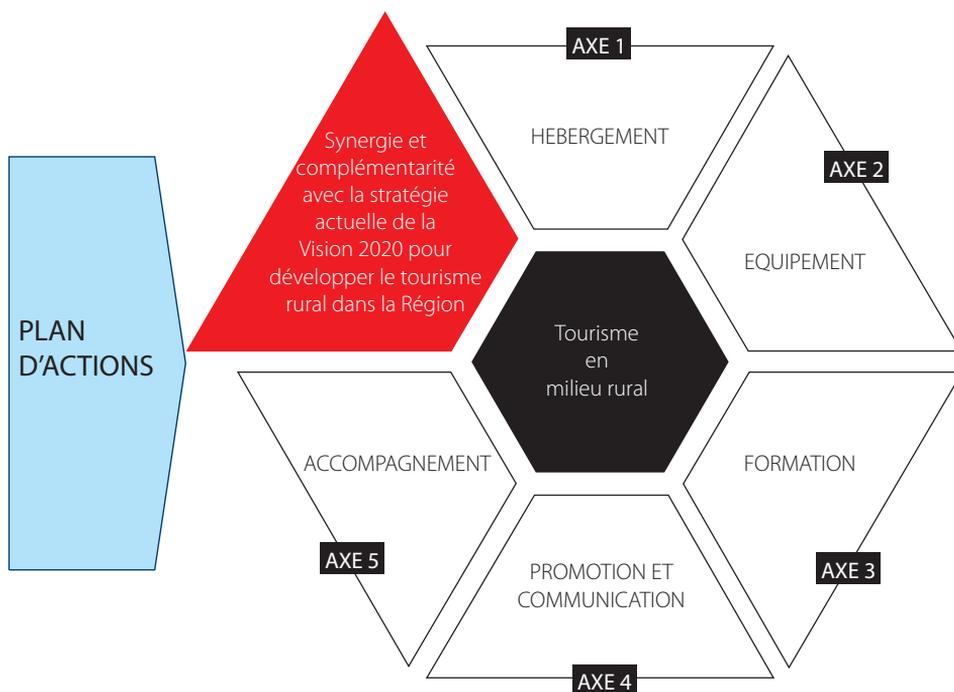


Situation cible :

- offre en hébergements variée et suffisante ;
- hébergements bien équipés, conformément à la réglementation en vigueur et aux besoins des touristes ;
- ressources humaines formées et compétentes ;
- offre variée en activités et services proposés aux touristes sur les lieux d'hébergement ou à proximité ;
- moyens de communication et de promotion fonctionnels et performants ;
- revenus suffisants et réguliers pour les hébergeurs en milieu rural.

4.2.2 Axes stratégiques d'intervention

Sur la base des principes directeurs énoncés ci-avant et des travaux d'analyse effectués (diagnostic et benchmark), le Plan d'actions à mettre en oeuvre est formulé autour de 5 axes d'intervention forts :

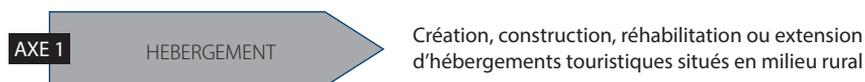


4.3 COMPOSITION DU PLAN D' ACTIONS

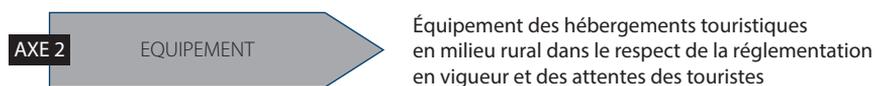
De façon synthétique, le Plan d'actions peut être ainsi schématisé :

5 AXES :	Répartition des projets du plan d'actions par axe stratégique d'intervention	Nombre de projets
HEBERGEMENT	Axe 1. Création, construction, réhabilitation ou extension d'hébergements touristiques situés en milieu rural	3
EQUIPEMENT	Axe 2. Équipement des hébergements touristiques en milieu rural dans le respect de la réglementation en vigueur et des attentes des touristes	2
FORMATION	Axe 3. Formation des hébergeurs aux principales notions de gestion d'un hébergement touristique en milieu rural	3
PROMOTION & COMMUNICATION	Axe 4. Promotion et communication volontariste autour des hébergements en milieu rural de la Région au niveau national et international	5
ACCOMPAGNEMENT	Axe 5. Accompagnement des hébergeurs dans le développement durable de leur activité touristique en milieu rural	5
	Nombre total de projets	18 projets

Le Plan d'actions pour le développement des hébergements touristiques ruraux de la Région de l'Oriental comporte au total 18 projets, répartis sur 5 axes d'intervention complémentaires. Le contenu des axes détaillés en projets se présente ainsi :



Réf.	Intitulé du projet
HEB1	Construction de nouveaux hébergements en milieu rural
HEB2	Réhabilitation d'anciennes demeures en hébergements touristiques
HEB3	Extension d'hébergements touristiques existants



Réf.	Intitulé du projet
EQU11	Équipement des hébergements touristiques dans le respect de la réglementation
EQU12	Conseils en décoration d'intérieur.

AXE 3**FORMATION**

Formation des hébergeurs aux principales notions de gestion d'un hébergement touristique en milieu rural

Réf.	Intitulé du projet
FOR1	Formation des porteurs de projets actuels et futurs à la gestion d'un hébergement touristique
FOR2	Formation en management et marketing pour les plus avancés
FOR3	Incitation des hébergeurs à l'apprentissage d'une langue étrangère

AXE 4**PROMOTION & COMMUNICATION**

Promotion et communication volontaristes autour des hébergements en milieu rural de la Région au niveau national et international

Réf.	Intitulé du projet
COM1	Assister les hébergeurs à développer leurs propres supports publicitaires
COM2	Réaliser une plateforme commune de promotion des offres en hébergement rural
COM3	Communiquer à l'échelle nationale
COM4	Communication à l'international
COM5	Sensibiliser la population à l'apport du tourisme

AXE 5**ACCOMPAGNEMENT**

Accompagnement des hébergeurs dans le développement durable de leur activité touristique en milieu rural

Réf.	Intitulé du projet
ACC1	Recherche de partenaires pour l'accompagnement des hébergeurs
ACC2	Création d'une Association de Développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental
ACC3	Conseil et accompagnement personnalisés des propriétaires et gestionnaires de gîtes
ACC4	Assistance technique des hébergeurs en milieu rural
ACC5	Développement d'une Charte et d'un Label de promotion du tourisme rural propre à la Région

4.4 PARTENAIRES, ACTIONS A MENER ET IMPACTS ATTENDUS

4.4.1 Axe 1 : Création, construction, réhabilitation ou extension d'hébergements touristiques en milieu rural

Intitulé du projet	Construction de nouveaux hébergements touristiques en milieu rural	Référence projet : HEB1
Objectif et consistance du projet	Compléter l'offre en hébergements touristiques en milieu rural de la Région, en incitant à la construction d'hébergements sur des sites à fort potentiel touristique ou dans des zones ne comportant pas d'hébergement en nombre suffisant.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Porteurs de projets de construction d'hébergements touristiques ruraux. • Populations locales vivant à proximité des hébergements à construire. 	Agence de l'Oriental (supervision et accompagnement des projets) Wilaya et Région de l'Oriental, CRI, Délégation du Tourisme, Délégation du Ministère de l'Habitat. Associations de développement local Représentants locaux de pays étrangers, Consulats du Maroc à l'étranger, Communautés des MRE à l'étranger, etc.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>Construction de nouveaux hébergements dans les sites à potentiel touristique ou les zones ne comportant pas suffisamment d'hébergements (Cf. rapport d'état des lieux).</p> <p>1. Chercher des porteurs de projets prêts à construire des hébergements sur les sites potentiels identifiés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • par appel à manifestation d'intérêt dans la Région auprès des habitants ; • auprès des associations de développement local et associations de gîtes existants ; • auprès des MRE à l'étranger à travers les Communautés des MRE à l'étranger, les ONG et associations étrangères officiant au Maroc (et dans la Région en particulier) ou auprès des Consulats et Services d'Ambassade du Maroc à l'étranger (Allemagne, France, Espagne, etc.). <p>Les porteurs de projet devront de préférence avoir déjà un métier qui leur permette de subvenir à leurs besoins, afin que l'hébergement touristique complète leurs revenus sans devenir leur activité principale.</p> <p>2. Assister les porteurs du projet, avec l'aide d'architectes, afin que la construction respecte le style architectural vernaculaire (répartition des volumes, matériaux locaux utilisés, type d'hébergement, capacité litière recherchée, exigences de la réglementation touristique - procédures de classification à respecter par catégorie d'hébergement - et attentes des touristes), mais aussi pour minimiser le coût de la construction (GIZ a fait faire par un architecte allemand des propositions de construction traditionnelle avec de la boue et de la paille conformément aux constructions d'origine, propositions à étudier).</p> <p>3. Faire connaître et proposer les possibilités d'aide financières dont pourraient bénéficier les porteurs de projet (micro-crédits pour les petits projets auprès des banques partenaires ou financement des projets de gîtes importants à travers le FIRO⁵ qui peut contribuer jusqu'à 30 à 35% du montant de l'hébergement, etc.).</p> <p>4. Assister les porteurs de projet pour la construction des hébergements (appui technique). Envoi d'un chef de chantier sur les travaux en cours, afin de minimiser les problèmes pouvant être liés à un manque de connaissance de la construction d'hébergements touristiques par les porteurs de projets.</p>		
Impacts attendus		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Augmenter le nombre d'hébergements touristiques en milieu rural dans la Région. 2. Construire des hébergements touristiques conformes à la réglementation touristique, aux attentes des touristes et à l'image de la Région (préservation du cachet culturel de la Région). 		

5- Le FIRO finance les projets productifs, créateurs de valeurs et d'emplois qualifiés, et ayant un impact sur le développement économique et social de la Région. Il favorise l'émergence d'un tissu économique compétitif à fort potentiel de croissance et contribue à l'éclosion d'une dynamique de croissance durable au niveau des secteurs porteurs. Il réalise des investissements en fonds propres et quasi-fonds propres de 1 MDh à 30 MDh.

Intitulé du projet	Réhabilitation des anciennes demeures en hébergements touristiques	Référence projet : HEB2
Objectif et consistance du projet	Restaurer les anciennes demeures en hébergements touristiques. Instaurer une dynamique locale autour de cet hébergement afin de créer des emplois générateurs de revenus.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Porteurs de projets de réhabilitation de demeures anciennes. • Populations locales vivant au voisinage des futurs hébergements. 	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, CRI, Délégation du Tourisme, Délégation du Ministère de l'Habitat. Associations de développement local, etc.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Les sites potentiels identifiés où des demeures pourraient être réhabilitées sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le ksar de Talsint ; • 2 anciennes demeures dans la kasbah de Debdou (ou de El-Aïoun), une pour l'hébergement et une pour la reproduction de la vie traditionnelle, à faire visiter par les touristes (la seconde maison permettrait de recréer le décor ancien, la promotion de l'artisanat local - coopératives travaillant sur place et salle d'exposition/vente des produits d'artisanat et du terroir à part - et de préserver la culture par la reproduction de scènes de la vie passée ; création de plusieurs emplois pour l'hébergement et l'animation) ; • la ferme des amandiers (Oujda) en une ferme pédagogique, avec cours d'ateliers culinaires et initiation à la vie à la ferme (rénovation du bâtiment, des chambres, WC et cuisine) ; • une ancienne demeure avec hammam beldi dans la médina d'Oujda. <p>2- Définir les apports en financement pour la mise en oeuvre des projets de réhabilitation (montant à allouer par projet selon leurs spécificités et budgets mobilisables au niveau des institutions, du FIRO, de partenaires éventuels, coopération internationale et micro-crédits).</p> <p>3- Rechercher un porteur de projet à travers le réseau des associations locales ou étrangères et des partenaires institutionnels.</p> <p>4- Rechercher une ancienne demeure à réhabiliter dans l'ancienne médina d'Oujda (par annonce) pour trouver une ancienne maison à vendre, de construction traditionnelle, suffisamment spacieuse et éclairée pour accueillir des touristes, dans un cadre typique de l'ancienne médina et proche des principaux monuments, point de départ pour un touriste qui vient d'atterrir pour découvrir la Région ou en fin d'un séjour rural, qui profite des avantages de la ville mais toujours dans un thème traditionnel.</p> <p>5- Obtenir l'autorisation de réhabilitation (autorisation plus facile à obtenir que pour l'autorisation de construire).</p> <p>6- Réaliser une étude pour retrouver l'état d'origine et essayer de réhabiliter en s'y conformant au maximum.</p> <p>7- Réhabiliter les anciennes demeures avec des architectes spécialisés dans la restauration des demeures anciennes.</p> <p>NB : Le gîte Aïn Tafrent est classé, bien équipé, actuellement à l'arrêt depuis 2007 pour un problème juridique. Après résolution du problème, les propriétaires espèrent une aide pour rénover le gîte.</p>		
Impacts attendus		
<p>1- Créer des hébergements avec des thématiques traditionnelles qui permettraient d'attirer davantage de touristes.</p> <p>2- Créer une dynamique dans des zones reculées à travers la création d'un hébergement touristique adapté et attrayant (ex : Talsint ou Debdou) pour les touristes étrangers et nationaux.</p>		

Intitulé du projet	Extension d'hébergements touristiques existants	Référence projet : HEB3
Objectif et consistance du projet	Afin d'accroître l'activité ou mettre à niveau les hébergements existants, certains hébergeurs actuels auraient des besoins d'agrandissement ou d'amélioration de leur hébergement touristique. Ce projet vise à aider et soutenir les hébergeurs à concrétiser ces projets, afin de rehausser la qualité de l'offre d'hébergements en milieu rural de la Région et d'augmenter les capacités d'accueil.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires d'hébergement touristiques nécessitant une extension ou des actions d'amélioration spécifiques. 	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, CRI, Délégation du Tourisme, Délégation du Ministère de l'Habitat. Associations de développement local, etc.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Identifier les besoins en travaux d'agrandissement ou d'amélioration des hébergements touristiques. Les besoins identifiés au cours de cette étude sont notamment (cf. détail des fiches descriptives des hébergements et de leurs besoins spécifiques en Annexes) de construire de nouvelles chambres (extension), une cuisine, des WC, des douches, un jardin, un parking.</p> <p>2- Préciser davantage leurs besoins spécifiques avec les hébergeurs, notamment au niveau des caractéristiques techniques (dimensions, matériaux, quantités, installations nécessaires, notamment pour la cuisine, les toilettes et les douches).</p> <p>3. Identifier les prestataires de services locaux qui peuvent concrétiser les besoins des hébergeurs (ouvriers qualifiés dans le bâtiment et la construction) et demander des devis (les prestataires doivent veiller à préserver la cohérence avec le reste de la construction; pour cela, au moins une visite de l'hébergement est nécessaire avant remise du devis pour définir clairement les travaux à réaliser).</p> <p>4. Après validation des devis, définir les apports en financement pour la mise en oeuvre des projets d'extension identifiés (montant à allouer par projet selon leurs spécificités et les budgets mobilisables au niveau des institutions, du FIRO ou de partenaires éventuels, coopération internationale et micro-crédits).</p> <p>5- Lancer les travaux d'extension des hébergements touristiques.</p> <p>6- Réceptionner les travaux en présence du prestataire de service et de l'hébergeur.</p>		
Impacts attendus		
Améliorer le fonctionnement de l'hébergement en accueillant davantage de touristes et en satisfaisant au mieux à leurs exigences spécifiques.		

4.4.2 Axe 2 : Équipement des hébergements touristiques en milieu rural

Intitulé du projet	Équipement des hébergements touristiques	Référence projet : EQU11
Objectif et consistance du projet	Equiper les hébergements dans le respect des exigences réglementaires et légales et selon les besoins exprimés par les clients, afin de pouvoir entamer la procédure de classification et de satisfaire aux attentes des touristes.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
• Propriétaires d'hébergements nécessitant certains équipements.	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, Délégation du Tourisme.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Par type d'hébergement, lister les équipements exigés par la réglementation et voulus par les clients :</p> <ul style="list-style-type: none"> • lister les équipements exigés par la réglementation (mobiliers, équipements de cuisine, toilettes et douches, draps, couvertures, matelas, accès à l'eau, accès à l'électricité, chauffe-eau, chauffage si nécessaire, etc.) ; • supports d'informations à afficher dans les halls d'accueil des hébergements, tels que par exemple les cartes topographiques de la Région indiquant les différents circuits de randonnée à partir du gîte) ; • lister les équipements répondant aux besoins des touristes (climatiseurs, connexion Internet, ordinateur, télévision, équipement cuisine, draps de rechange, etc.) ; • lister les équipements dédiés aux hébergeurs (ordinateur, connexion Internet, fax, chauffe-eau solaire, etc.) ; • lister les équipements répondant à d'autres types de besoins, comme talkie-walkie dans les zones hors réseau, glacière pour le transport de nourriture pour les bivouacs sous tente, mules pour le transport, équipements cuisine pour ateliers culinaires, etc. <p>2- S'informer sur les coûts des équipements requis auprès des fournisseurs concernés.</p> <p>3- Après validation des devis, définir les apports en financement pour la mise en oeuvre des projets d'équipement identifiés (montant à allouer par projet selon leurs spécificités et les budgets mobilisables au niveau des institutions, du FIRO ou de partenaires éventuels, coopération internationale et micro-crédits).</p> <p>4- Aider les hébergeurs à l'achat des équipements leur permettant de répondre aux exigences réglementaires et légales pour les encourager à lancer la procédure de classification :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mobilier (lits, armoires) ; - sanitaires (toilettes, douches, lavabos) ; - couvertures, draps, rideaux ; - climatiseurs ; - accès à l'électricité et à l'eau potable ; - chauffe-eau pour l'eau chaude ; - connexion Internet ; - télévision ; - talkie-walkie ; - véhicule tout terrain ; - équipement informatique ; - appareil photo, caméra, jumelles ; - glacières pour le transport de la nourriture (bivouac) ; - équipement de cuisine pour ateliers culinaires de cuisine européenne et ateliers d'hygiène. <p>5- Réaliser des cartes topographiques de la Région indiquant les différents circuits de randonnée à partir du gîte, ceci étant exigé par la réglementation relative aux gîtes.</p> <p>6- Orienter les hébergeurs vers les microcrédits pour les équipements non exigés par la réglementation et demandés par les touristes pour améliorer le confort du gîte.</p>		
Impacts attendus		
<p>1- Satisfaire aux besoins des clients, les fidéliser et augmenter le nombre de nuitées.</p> <p>2- Etre équipé conformément à la réglementation afin de démarrer la procédure de classification.</p>		

Intitulé du projet	Conseils en décoration d'intérieur	Référence projet : EQUI2
Objectif et consistance du projet	Améliorer l'aménagement des hébergements touristiques afin de les rendre plus attrayants et mieux adaptés aux goûts des touristes étrangers.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
• Propriétaires des hébergements touristiques.	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, CRI, Délégation du Tourisme.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Rechercher des prestataires de service en décoration d'intérieur soucieux du respect de l'architecture traditionnelle, sachant allier traditions et bon goût au moindre coût.</p> <p>2- Identifier des gîtes modèles à décorer avec goût afin de les présenter en tant que références pour les autres hébergeurs. Décorer ces gîtes avec des décorations à prix abordable, simples et de préférence d'origine locale.</p> <p>3- Conseiller les hébergeurs dans la décoration d'intérieur pour allier tradition avec esthétique et propreté, les sensibiliser à l'importance de l'aménagement intérieur, de l'état de leur hébergement et de l'image que leur hébergement reflète. Les sensibiliser à l'importance que les touristes accordent à la première impression, aux conditions de l'hébergement et de ses équipements.</p> <p>La décoration joue un rôle important pour garder les touristes et les faire revenir.</p>		
Impacts attendus		
Faire en sorte que les touristes apprécient les hébergements touristiques ruraux, souhaitent y passer plus de temps et y revenir régulièrement, ou les recommandent auprès de leurs amis et contacts.		



Le tourisme rural : respectueux des populations locales et au plus près d'elles

4.4.3 Axe 3 : Formation des hébergeurs aux principales notions de gestion d'un hébergement touristique

Intitulé du projet	Formation des porteurs de projets actuels et futurs aux bases de gestion d'un hébergement touristique	Référence projet : FOR1
Objectif et consistance du projet	Améliorer les compétences des hébergeurs et de leur personnel en gestion d'un hébergement touristique	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires d'hébergements touristiques, leur personnel. • Porteurs de projets d'hébergements touristiques. 	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, CRI, Délégation du Tourisme.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Identifier les formations de base nécessaires à la bonne gestion d'un établissement d'hébergement touristique en milieu rural. Cette identification pourrait se faire dans le cadre de la convention signée avec « Accueil Paysan » qui prévoit sa participation aux formations liées à la pratique du tourisme rural. Des formations sur des sujets variés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • accueil du touriste ; • gérer un hébergement touristique et assurer le service quotidien dans un hébergement touristique (faire les chambres, servir à table, etc.) ; • la réglementation en vigueur (les équipements nécessaires, les formations exigées, etc.) ; • les règles d'hygiène (nettoyage, préparation des repas, etc.) ; • les normes de sécurité, notamment pour les hébergement isolés ; • les tarifs en vigueur (homologués) ; • savoir gérer son argent ; • les services à assurer au touriste ; • les activités pouvant être développées ; • comment orienter le touriste (carte, explications, savoir présenter sa région, etc.). <p>2- Rechercher les formateurs les plus aptes de réaliser ces formations en collaboration avec le Ministère du tourisme et les écoles hôtelières. Ces formations devront être assurées en arabe dialectal, de préférence dans le dialecte de la Région. Des formations simplifiées pour être comprises et assimilées par tous, même par les analphabètes (Mme Elissaoui, chef cuisinier - projet Ferme des Amandiers - s'est proposée pour donner des cours de cuisine internationale, des cours d'hygiène et des cours de français).</p> <p>3- Assurer les formations de base nécessaires à la bonne gestion d'un établissement d'hébergement touristique en milieu rural. Ces formations pourront être réalisées pour l'ensemble des hébergeurs et porteurs de projet n'ayant pas de notions de base dans le tourisme, sous forme d'un séminaire de quelques jours. Des membres du personnel pour les hébergements existants depuis un certain temps pourront se joindre aux participants afin de bénéficier de la formation. A la fin du séminaire, il faudra évaluer le (ou les) formateur(s), demander aux participants de donner leur avis sur le déroulement de la formation et sur les compétences du (ou des) formateur(s) afin de s'assurer du bon déroulement de la formation.</p> <p>4-Evaluer l'impact de ces formations en notant, quelques mois plus tard, auprès des hébergeurs les améliorations que la formation aura apporté à leur quotidien.</p>		
Impacts attendus		
Améliorer les compétences touristiques des hébergeurs touristiques et la gestion des hébergements		

Intitulé du projet	Formation en management et marketing pour les plus avancés	Référence projet : FOR2
Objectif et consistance du projet	Améliorer la qualité de la prestation d'hébergement touristique en formant les propriétaires des hébergements touristiques à quelques outils pratiques de management et de marketing.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
• Propriétaires d'hébergements touristiques.	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, Délégation du Tourisme, OFPPT.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>Cible : pour les propriétaires disposant de connaissances en gestion d'un établissement touristique ou pour ceux ayant bénéficié de la première formation, une formation plus approfondie pourra être réalisée pour améliorer la qualité de la prestation d'hébergement touristique.</p> <p>1- Rechercher des formateurs en management et marketing appliqués au tourisme (dans les écoles de tourisme), qui devront préparer des supports adaptés à leurs interlocuteurs, gérants d'hébergements touristiques en milieu rural. Ces formations devront être assurées en arabe dialectal, de préférence dans le dialecte de la région. Des formations simplifiées pour être comprises et assimilées par tous.</p> <p>2- Réaliser les formations en donnant des exemples concrets, en faisant participer les participants, etc.</p>		
<p>Les thèmes de formation qui pourraient être abordés sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • connaître les besoins de ses clients et leur mode de vie (peut-être faire venir un MRE qui a quitté la Région et qui raconte ses premières impressions à l'étranger, les différences entre les étrangers et la population locale, mais également par un étranger venu s'installer dans la Région, ce qui l'a choqué en arrivant, ce qu'il a apprécié, ce que lui et ses compatriotes ne tolèrent pas, ce qu'il recherche dans la Région, etc.) ; • types de touristes venant dans la Région : nationaux et internationaux (de quels pays, quelles régions du Maroc), quel tourisme (le randonneur n'a pas les mêmes attentes que les autres touristes qui viennent se reposer et est plus exigeant) ; • être à l'écoute des touristes (prendre note de leurs demandes et leurs remarques, avant, pendant et après leur séjour, leur faire remplir un questionnaire de satisfaction pour demander leur avis sur l'ensemble des services offerts par l'hébergement) ; - connaître la concurrence (qui sont ses concurrents directs, à qui on aimerait ressembler, savoir ce qu'ils font de mieux que soi, et pourquoi) ; - développer et améliorer son hébergement (rechercher toujours l'amélioration en continu, ne jamais s'endormir sur ses acquis, développer ses services, ses activités, améliorer en fonction des attentes des clients, apprendre à anticiper les attentes, par exemple en introduisant les notions de développement durable) ; • quelques notions de développement durable, protection de l'environnement, écotourisme, etc. <p>4. Evaluer l'impact de ces formations en notant, quelques mois après, auprès des hébergeurs, les améliorations que la formation a apporté à leur quotidien.</p>		
Impacts attendus		
<p>1- Renforcement des capacités managériales et de marketing des hébergeurs.</p> <p>2- Créer une dynamique d'amélioration des hébergements par la prise de conscience et l'implication des propriétaires dans l'amélioration de leurs projets.</p>		

Intitulé du projet	Incitation des hébergeurs à l'apprentissage d'une langue étrangère	Référence projet : FOR3
Objectif et consistance du projet	Apprendre une langue étrangère (français, anglais, allemand, espagnol en fonction des clients les plus fréquents).	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
• Propriétaires d'hébergements touristiques.	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, Délégation du Tourisme, Centres de langues, ou association « Thaqafat » et les associations de développement local.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Signer une convention avec un centre de langues dans la Région pour assurer la formation en langues étrangères des hébergeurs et porteurs de projets d'hébergements à un tarif préférentiel. Un apport de financement extérieur pourrait prendre en charge la moitié du prix des cours de langue pour atteindre un niveau moyen de compréhension de la langue. Le bénéficiaire perd ce droit s'il échoue à l'examen de passage entre les niveaux, à moins d'avoir une raison objective sérieuse.</p> <p>2- Chaque hébergeur peut bénéficier d'une formation dans une seule langue, son choix devant se faire sur la base de l'origine des touristes qu'il reçoit, l'objectif étant également que les langues des touristes les plus nombreux soient représentées : français, espagnol, allemand et anglais. Privilégier la langue anglaise permettant de se faire comprendre par la majorité des touristes.</p> <p>La connaissance d'une langue étrangère figure dans les exigences de classification d'un gîte selon la réglementation touristique. En outre, elle rassure le client et peut l'orienter vers un hébergement plutôt qu'un autre.</p>		
<p>3- Autre proposition d'actions</p> <p>L'association marocaine « Thaqafat » (Thaqafat.org.ma) place au niveau des associations marocaines des étrangers (européens, américains, asiatiques, etc.) volontaires pour apporter leur aide de façon bénévole. En fonction des besoins des associations, ces étrangers les aident dans leur travail quotidien mais également à travers des formations en langue étrangère, des formations à l'informatique, des créations de site web, etc. La présence de ces étrangers dans un village peut également permettre aux hébergeurs et à la population de se familiariser avec les étrangers et leur mode de vie, d'échanger avec eux, de comprendre leurs attentes au quotidien, de bénéficier de leurs idées en terme de décoration d'intérieur, d'équipements, de connaître les produits de terroir susceptibles d'intéresser les touristes, etc.</p>		
Impacts attendus		
<p>1- Connaissance d'une langue étrangère permettant d'améliorer la communication entre hébergeurs et touristes, donc aussi de mieux comprendre ainsi leurs attentes.</p> <p>2- Rassurer les touristes dans le choix des hébergements (cf. préférences portées à des hébergements dont le personnel d'accueil parle l'anglais).</p>		

4.4.4 Axe 4 : Promotion et communication autour des hébergements au niveau national et international

Intitulé du projet	Assister les hébergeurs à développer leurs propres supports de promotion	Référence projet : COM1
Objectif et consistance du projet	Renforcement de la capacité des hébergeurs à promouvoir leur hébergement en les aidant à se doter d'outils performants de communication, en partenariat avec les acteurs du tourisme et les autorités locales. Aider les hébergeurs à rendre disponible et à structurer l'information sur les hébergements ruraux existants aux niveaux régional et local.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires d'hébergements touristiques ruraux. • Porteurs de projets d'hébergements touristiques ruraux. 	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, Délégation du Tourisme, ONMT, acteurs privés du tourisme.	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Assistance technique à l'élaboration d'un plan de communication simplifié :</p> <ul style="list-style-type: none"> • aide à l'identification des cibles directes et prescripteurs ; • aide à l'élaboration de partenariats entre les hébergeurs et les prescripteurs (ONMT, agences de voyages, grands hôtels, associations de randonnées, organismes consulaires) ; • aide aux choix des supports de communication à réaliser (dépliants, sites internet, réseaux sociaux, campagne de référencement dans moteurs de recherche de gîtes et maisons d'hôtes nationaux et étrangers (tourismerrural.com; hotstels.com ; homelidays.com ; etc.) ; • aide à la formulation des messages et textes promotionnels ; • choix des événements auxquels assister (lieux touristiques, commerces de la Région, etc.) ; • identification des lieux de diffusion des supports de communication (id. ci-avant) ; • réalisation de workshop dans chacune des Provinces ; • financement de modules de formation (1/2 journée par hébergement). <p>2- Assistance technique à la conception et à la réalisation des outils de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • identification et sélection d'un prestataire expert / agence de communication pour réaliser les outils de communication à développer pour les hébergeurs ; - négociation de tarifs préférentiels avec un prestataire expert/agence pour la réalisation des outils de communication de l'ensemble des hébergeurs qui bénéficieront de ce mécanisme d'assistance qui pourrait être mis en place par l'Agence de l'Oriental ; • aide au financement de la réalisation de ces outils (montant à allouer par l'hébergeur et ses partenaires et soutiens éventuels en fonction de la spécificité des besoins en communication des hébergeurs) ; • aide au financement des hébergeurs pour participer à des salons, foires ou événements. <p>3- Assurer l'information et la promotion des hébergements au niveau local :</p> <ul style="list-style-type: none"> • créer un « guichet accueil information tourisme rural » pour informer les touristes sur l'offre en tourisme rural dans la Région (possibilité de l'intégrer dans la maison du PAT ou dans les Offices de Tourisme) ; • mise à disposition de chaque comité provincial du tourisme de la base de données des gîtes de la Province ; • installation de panneaux de signalisation de l'hébergement à l'entrée de la ville et en ville. 		
Impacts attendus		
1- Renforcement de la capacité des hébergeurs à communiquer autour de leur hébergement. 2- Démarche proactive des hébergeurs pour la promotion de leur gîte. 3- Meilleure disponibilité et meilleure structuration de l'information sur les hébergements ruraux existants aux niveaux régional et local.		

Intitulé du projet	Réaliser une plateforme commune de promotion des offres en hébergement touristique rural	Référence projet : COM2
Objectif et consistance du projet	Réalisation d'une plateforme commune interactive d'information et de géo-localisation des hébergements ruraux dans la Région	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
• Propriétaires des hébergements touristiques ruraux.	Agence de l'Oriental Wilaya et Région de l'Oriental, Délégation du Tourisme, ONMT, acteurs privés, associations de développement local, association de gîtes, Association de Développement du Tourisme Rural de la Région de l'Oriental (à créer, cf. Projet ACC1)	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Création de la structure juridique et de l'équipe d'animation de la plateforme :</p> <ul style="list-style-type: none"> • définition de la structure juridique, désignation du chef de projet pour la conception et de l'équipe d'animation de la plateforme ; • concertation entre l'Agence de l'Oriental, la Délégation Régionale du Tourisme et le Conseil Régional de l'Oriental. <p>2- Conception et développement de la plateforme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financement de la réalisation de la plateforme • Rubriques du site : présentation de l'association / présentation de la Région / recensement et description des sites d'intérêt touristique et écologique par Province / présentation des circuits de randonnées / carte interactive de la Région avec les infrastructures de transport, les sites d'intérêt, les circuits de randonnées et les hébergements recensés (apparition du nom et d'un lien vers la fiche du gîte) / base de données des hébergements existants. • Moteur de recherche des hébergements. Critères : Région / Province / situation (mer, lac, montagne, désert) / budget (peu importe, bas, moyen, élevé) / services (piscine, restauration, travaux manuels, animaux, services aux handicapés) / formule (pension complète, demi-pension, hébergement et petit déjeuner, hébergement seul) / type (ferme, maison d'hôte, gîte, relais) / logement (appartement, chambre) / type de séjour (artistique et culturelle, avec enfants, écologique, gastronomique, romantique, sportive. • Fiche de renseignement des gîtes / Fiche d'inscription. Champs : nom de l'hébergement / contact (adresse / téléphone / fax / e-mail / site web / personne contact) / positionnement sur la carte interactive (zoom) / description / photos du gîtes, des chambres et de ses environs / description des chambres / prix des chambres / services proposés / activités proposées / activités à proximité / sites d'intérêt touristique et écologique à proximité / avis des clients : espace commentaire et note (nombre d'étoiles). • Page de résultats des recherches. Champs : nom (interactif, renvoyant à la fiche) / contacts / emplacement de l'hébergement / note / carte interactive <p>Charte du site. Contenu : Code de bonne conduite</p> <p>3- Recruter un responsable web pour l'animation du site</p> <p>Il aura pour mission l'animation du site web, l'intégration des informations à jour, etc. La plateforme pourra évoluer par la suite en plateforme de réservation.</p> <p>4- Campagne de communication autour de la plateforme auprès des hébergeurs non référencés, des clients ciblés, des prescripteurs et partenaires.</p> <p>Financement de l'élaboration des supports par une agence de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • réalisation d'outils de promotion de la plateforme (flyers, insertion dans les médias online et offline, affichage 4x3, capsule TV et radios, e-mailing) et diffusion auprès des partenaires du tourisme rural dans la Région (Accueil Paysan, Gîtes de France) ; • référencement de la plateforme sur différents sites Internet ; • campagne d'inscription des hébergement ruraux non encore référencés (par e-mailing, phoning et par le biais des associations locales et des Délégations du Tourisme). 		
Impacts attendus		
<p>1- Augmentation du nombre de nuitées dans les hébergements ruraux.</p> <p>2- Facilité pour les touristes de planifier leur voyage.</p>		

Intitulé du projet	Campagne de communication nationale	Référence projet : COM3
Objectif et consistance du projet	Réaliser une campagne de communication multicanal sur l'ensemble du pays pour promouvoir l'offre d'hébergements ruraux de l'Oriental en se dotant d'outils, en menant des actions médiatiques à l'échelle nationale et en nouant des partenariats entre les hébergeurs et l'ensemble des prescripteurs du pays.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires d'hébergement touristique. 	Agence de l'Oriental Délégation Régionale du Tourisme Office National Marocain du Tourisme	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Réalisation d'un guide touristique de l'hébergement rural Financement d'une équipe / projet pour la réalisation du guide et sa diffusion :</p> <ul style="list-style-type: none"> • réalisation et impression d'un guide de l'hébergement rural et carte des gîtes (version sur papier de la plateforme d'information et de communication sur les hébergements ruraux dans l'Oriental, action COM2) ; • identification des principaux prescripteurs de l'hébergement rural et diffusion du guide via l'Association de développement du tourisme rural de la Région de l'Oriental à créer. <p>2- Partenariats avec des prescripteurs Conseil auprès de l'Association de développement de l'hébergement rural dans l'Oriental pour la rédaction et la négociation des partenariats :</p> <ul style="list-style-type: none"> • conventions avec des agences de voyages nationales et régionales, généralistes et thématiques (culture - comme l'agence Kulturen à Rabat -, sports, religion) et avec des associations de randonnées (comme le Club Alpin Français) pour inclure les hébergements ruraux de l'Oriental dans les circuits ; • invitations des prescripteurs pour des voyages de repérage. <p>3- Sensibilisation des guides touristiques et associations de développement local Actions de proximité auprès des guides en formation (actuellement, il n'existe pas de guides agréés dans la Région) et des associations de développement locales, telles que l'envoi de documentation et l'invitation à des voyages de repérage.</p> <p>4- Référencement de l'offre d'hébergement rural de l'Oriental auprès des partenaires institutionnels marocains. Assistance technique auprès de l'association à créer pour la campagne de référencement (1j) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • envoi de la documentation disponible (ensemble des dépliants, base de données) ; • référencement de la plateforme commune interactive d'information et de communication sur les hébergements ruraux dans l'Oriental. <p>5- Campagne de communication institutionnelle sur le tourisme rural dans l'Oriental :</p> <ul style="list-style-type: none"> • négociations avec l'ONMT pour l'élaboration et la diffusion d'un film promotionnel thématique sur le tourisme rural dans la Région de l'Oriental (présentation de la Région, activités touristiques rurales, hébergements) à diffuser sur les chaînes nationales, les sites Internet d'informations, sur les réseaux sociaux (Facebook, Youtube, Dailymotion) ; • négociations avec l'ONMT pour l'élaboration d'affiches 4x3 sur le tourisme rural dans l'Oriental (à diffuser sur des emplacements stratégiques dans les grandes métropoles). <p>6. Organiser un salon à Casablanca ou Rabat sur le potentiel de la Région de l'Oriental :</p> <ul style="list-style-type: none"> • vente de produits du terroir et d'artisanat, offre en hébergements, activités proposées (randonnées, films promotionnels, spectacles de chants et danses, vente de guides, informations sur moyens d'accès et durées, photos de la Région, etc.) ; • bien communiquer autour du Salon, offrir un séjour dans la Région. 		
Impacts attendus		
1- Reconnaissance de l'Oriental comme Région privilégiée du tourisme rural au Maroc. 2- Augmentation de la demande de séjours dans les hébergements ruraux de la part des touristes nationaux.		

Intitulé du projet	Campagne de communication internationale	Référence projet : COM4
Objectif et consistance du projet	Réaliser une campagne de communication multicanal sur les principaux pays émetteurs de touristes au Maroc pour la promotion de l'offre d'hébergements ruraux de l'Oriental en se dotant d'outils, en menant des actions médiatiques à l'échelle internationale et en nouant des partenariats entre les hébergeurs et l'ensemble des prescripteurs de pays émetteurs de touristes.	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires d'hébergements touristiques. • Porteurs de projets d'hébergements touristiques. 	Agence de l'Oriental Wilaya et Conseil Régional de l'Oriental Délégation Régionale du Tourisme Office National Marocain du Tourisme	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Traduction et diffusion du guide touristique de l'hébergement rural Financement d'une équipe / projet pour la réalisation du guide et sa diffusion :</p> <ul style="list-style-type: none"> • diffusion du guide auprès des partenaires internationaux du tourisme rural au Maroc (Accueil Paysan, Gîtes de France) ; • diffusion du guide auprès des principaux tours opérateurs proposant des circuits au Maroc ainsi qu'aux agences de voyages spécialisé dans l'éco-tourisme et le tourisme d'aventure, dans les principaux pays émetteurs de touristes à destination du Maroc ; • diffusion du guide dans l'ensemble des bureaux de l'ONMT dans le monde ; • diffusion du guide dans les consulats localisés dans les principaux pays où habitent les MRE issus de la Région de l'Oriental. <p>2- Partenariats avec des prescripteurs Conseil auprès de l'Association de développement de l'hébergement rural dans l'Oriental pour la rédaction et la négociation des partenariats :</p> <ul style="list-style-type: none"> • conventions avec des agences de voyages internationales généralistes et thématiques (par exemple, sur la culture, les agences Intermedes, Terres d'aventures, RTA East-West, ICTAM, etc.) pour inclure les hébergements ruraux de l'Oriental dans leurs circuits au Maroc ; • invitations des prescripteurs pour des voyages de repérage. <p>3- Mobilisation du réseau de partenaires internationaux Mobilisation du Conseil Régional de l'Oriental. Diffusion des guides et flyers auprès des services de coopération internationale, des organismes partenaires avec la Région de l'Oriental et de l'ensemble des ONG intervenant dans la Région.</p> <p>4- Campagne de communication institutionnelle internationale sur le tourisme rural dans la Région de l'Oriental / co-financement des supports de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • négociations avec l'ONMT pour élaborer et diffuser un film promotionnel thématique sur le tourisme rural dans l'Oriental (présentation de la Région, activités touristiques rurales, hébergements) à diffuser sur les chaînes d'information internationales (France 24, Euronews, TV5 monde), sur les réseaux sociaux (Facebook, Youtube, Dailymotion, Vimeo) ; • négociations avec les compagnies aériennes marocaines ou desservant le Maroc pour l'insertion d'un reportage sur le tourisme rural dans l'Oriental ; • négociations avec l'ONMT pour l'élaboration d'affiches 4x3 sur le tourisme rural dans la Région de l'Oriental (à diffuser dans les gares ferroviaires et maritimes ainsi que les aéroports internationaux du pays ; • participer à des événements phares à l'échelle internationale, tels que le Salon International du Tourisme Rural et Agricole, le Salon International de l'Agriculture, etc. 		
Impacts attendus		
1- Reconnaissance de l'Oriental comme Région privilégiée du tourisme rural au Maroc. 2- Augmentation de la demande de séjours dans les hébergements ruraux de la part de touristes étrangers.		

Intitulé du projet	Sensibiliser la population à l'apport du tourisme rural	Référence projet : COM5
Objectif et consistance du projet	Sensibilisation des populations locales aux bénéfices du tourisme rural en termes de revenus directes et indirectes tout en protégeant le patrimoine écologique et culturel de la Région	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires des hébergements. • Associations de développement local. 	Agence de l'Oriental Association pour le développement de l'hébergement rural dans l'Oriental (à créer, cf. Projet ACC1) INDH - Division de l'Action Sociale de la Wilaya Associations et coopératives locales	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1. Sensibilisation des associations et coopératives de développement locales sur le tourisme rural en tant que levier de développement / assistance technique pour l'élaboration de supports pédagogiques et organisation d'actions de sensibilisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • à la création de valeur drainée par le tourisme rural ; • aux besoins des touristes ruraux ; • à la valorisation et à la sauvegarde du patrimoine écologique et culturel ; • des hébergeurs à l'impact de leur projet sur la population autour et à l'incitation de leurs voisins à développer des activités génératrices de revenus pour profiter des touristes. <p>2- Structuration d'activités génératrices de revenus autour du tourisme rural / assistance technique à l'élaboration des supports pédagogiques, pour l'organisation et l'animation d'ateliers de travail :</p> <ul style="list-style-type: none"> • identification d'activités génératrices de revenus pour répondre aux besoins des touristes (ventes de produits locaux, prestations de services à la personne, création d'activités ludiques et culturelles) ; • étude des synergies entre artisans, coopératives et associations de développement local pour la commercialisation de ces produits et services. <p>3- Rédaction d'une charte de l'accueillant et de l'accueilli / assistance technique pour l'élaboration de la « Charte de l'Accueillant et de l'Accueilli »</p> <p>Organisation d'un atelier de réflexion sur les codes de bonne conduite à adopter de la part des hébergeurs et des touristes pour assurer un accueil honnête, respectueux et de qualité dans l'esprit des valeurs véhiculées par le tourisme rural. Cette charte devra également énoncer les codes de bonne conduite attendus d'un touriste en milieu rural, axé autour du respect de l'environnement et des populations locales. Cette charte pourra être affichée à l'entrée de chaque hébergement rural et être diffusée dans la plateforme commune d'information et de géo-localisation de l'hébergement rural dans l'Oriental (à créer, action COM2).</p>		
Impacts attendus		
<ul style="list-style-type: none"> 1- Intégration des hébergements dans les économies locales. 2- Augmentation des offres de produits et services périphériques au séjour des touristes. 3- Valorisation et respect du patrimoine écologique et culturel des localités accueillant des hébergements. 		

4.4.5 Axe 5 : Accompagnement des hébergeurs au développement de leur activité touristique

Intitulé du projet	Recherche de partenaires	Référence projet : ACC1
Objectif et consistance du projet	Identifier les partenaires pouvant assister l'Agence de l'Oriental à la mise en oeuvre du Plan d'actions	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Hébergeurs. • Porteurs de projet d'hébergement. 	Agence de l'Oriental Association de développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental Associations de développement local	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Identifier les principaux acteurs du tourisme rural, du tourisme et de l'économie sociale dans la Région et à l'échelle nationale pouvant apporter leur aide pour la mise en oeuvre de l'étude : Ministère du Tourisme, SMIT, Conseil Régional et son Département de coopération internationale qui reçoit les offres d'aide des ONG, Wilaya, CRI, associations de développement local, ONG intervenant dans la Région et à l'échelle nationale, représentations étrangères actives (GTZ, IFO, PNUD, USAID, Accueil Paysan, etc.).</p> <p>2- Faire également appel à des organismes étatiques pouvant apporter leur aide sur certains projets, tel que l'INDH pour l'équipement, l'Agence de Développement Social (développement d'AGR), l'Entraide nationale (formation), etc.</p> <p>3- Réaliser une présentation des résultats de l'étude auprès de ces partenaires éventuels afin de la leur faire connaître.</p> <p>4- Inciter ses acteurs à s'impliquer dans la mise en oeuvre et/ou le financement du Plan d'actions.</p> <p>5- Mobilisation d'autres types de partenaires pouvant apporter une aide sur certains projets, tels Accueil Paysan pour le projet de labellisation, ou l'association Thaqafat sur les projets de formation notamment en langue étrangère.</p> <p>6- L'Association de développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental pourra par la suite continuer à rechercher des partenaires.</p>		
Impact attendu		
Faire participer de nombreux acteurs à la mise en oeuvre du Plan d'actions.		

Intitulé du projet	Création d'une Association de développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental	Référence projet : ACC2
<p>Objectif et consistance du projet</p>	<p>Fédérer l'ensemble des acteurs privés du tourisme rural de la Région de l'Oriental au sein d'une association à but non lucratif dédiée au développement du tourisme rural dans la Région. Cette association devra regrouper l'ensemble des hébergeurs de la Région et professionnels opérant dans le secteur du tourisme rural, toutes formes d'hébergement en milieu rural confondues (gîte, auberge, maison d'hôtes, camping, bivouac, logement chez l'habitant, etc.).</p> <p>Cette association aura pour objet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • la défense des intérêts des hébergeurs et professionnels du secteur du tourisme rural dans la Région, notamment auprès des autorités locales, des pouvoirs publics et organismes institutionnels divers ; • la promotion de l'offre de la Région, en mutualisant les efforts des hébergeurs dans ce domaine, et en favorisant les synergies et rencontres entre hébergeurs et tours opérateurs, agences de voyage, etc. (l'association sera également chargée de la gestion de la plateforme internet de promotion de l'offre en tourisme rural de la Région, cf. projet COM2) ; • l'écoute et l'accompagnement personnalisés des hébergeurs dans la mise à niveau, l'amélioration et le développement de leurs hébergements, selon les critères de classement en vigueur ; • le recueil des besoins en formations de leurs membres et la mise en place de sessions de formation adaptées à ces besoins ; • le conseil, l'accompagnement et le suivi des porteurs de projets de création d'hébergements en milieu rural, en veillant notamment à les sensibiliser dès le départ à mettre en conformité leur projet avec les exigences réglementaires et légales relatives à la classification des hébergements en milieu rural ; • la veille sur le secteur (attentes des touristes, réalisations des pays concurrents, réalisations des Régions concurrentes, etc.) et la diffusion d'informations et statistiques régulières sur le secteur auprès de ses membres, dont les informations de nature juridico-légale et réglementaire concernant l'encadrement du secteur ; • toutes autres actions servant l'intérêt des hébergeurs et professionnels du secteur et permettant de soutenir le développement durable du tourisme rural dans la Région. 	
<p>Bénéficiaires du projet</p>	<p>Acteurs envisagés</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Propriétaires et gérants d'hébergements en milieu rural. • Porteurs de projets de création de gîtes ou hébergements en milieu rural. • Professionnels du secteur. 	<p>Agence de l'Oriental (sensibilisation et fédération des acteurs, accompagnement à la création de l'association)</p> <p>Hébergeurs en milieu rural et porteurs de projets</p> <p>Associations de gîtes et hébergements existants</p> <p>Professionnels du secteur</p> <p>Associations de développement local</p> <p>Délégation Régionale du Tourisme</p>	

Intitulé du projet	Création d'une Association de développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental (suite)	Référence projet : ACC2
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1- Organisation de réunions de sensibilisation, concertation et dialogue, avec les propriétaires et gestionnaires de gîtes et autres hébergements en milieu rural dans la Région et les professionnels du secteur en vue de fédérer les acteurs et les encourager à la création d'une Association de développement du tourisme rural de la Région de l'Oriental, dont l'Agence de l'Oriental et la Délégation Régionale du Tourisme seront des partenaires privilégiés (rédaction des supports de présentation éventuels avec un argumentaire détaillé défendant l'intérêt du projet de création de l'Association pour les acteurs concernés).</p> <p>2- Rédaction des statuts de l'Association (objet social, activités, organisation, etc.) en coordination et concertation étroite avec les acteurs locaux concernés.</p> <p>3- Désignation concertée du bureau provisoire de l'Association en vue de sa création.</p> <p>4- Suivi, conseil et accompagnement du bureau provisoire tout au long du processus de constitution de l'Association (procédures administratives, cadre juridique à respecter, informations légales, etc.).</p> <p>5- Définition d'un mode de soutien et d'accompagnement durable post-création (comme des aides financières pour le démarrage de l'Association, subventions budgétaires annuelles, assistance technique, mise en place d'un mode de partenariat et de suivi, etc.) par des partenaires institutionnels souhaitant s'impliquer dans l'accompagnement durable de l'Association.</p> <p>6- Mise en place du mode de soutien et d'accompagnement durable par les partenaires de l'Association en vue d'en assurer la pérennité et le bon fonctionnement.</p> <p>Contractualisation de ce dispositif sous forme d'une convention de partenariat comprenant la liste des engagements à respecter par chaque partie. Suivi et contrôle du bon respect des engagements contractuels et ajustements éventuels en cas de dysfonctionnements.</p>		
Impacts attendus		
<p>1- Fédération des hébergeurs et professionnels du secteur.</p> <p>2- Amélioration de la coordination des acteurs et des actions, et développement des synergies entre les hébergeurs et professionnels du secteur et leurs partenaires institutionnels.</p> <p>3- Professionnalisation et structuration du secteur.</p> <p>4- Amélioration de la visibilité de l'offre d'hébergements en milieu rural, et développement durable du tourisme rural dans la Région.</p>		

Intitulé du projet	Conseil et accompagnement personnalisés des propriétaires et gestionnaires de gîtes dans le développement et à l'amélioration continue de leurs hébergements	Référence projet : ACC3
<p>Objectif et consistance du projet</p>	<p>Mettre en place un dispositif de conseil et accompagnement personnalisés des propriétaires et gestionnaires des principaux hébergements en milieu rural nécessitant une intervention et un soutien prioritaires selon les préconisations issues de l'état des lieux et du diagnostic effectués sur le terrain dans le cadre de la présente étude.</p> <p>Ce dispositif d'accompagnement personnalisé aura pour objectif d'aider au développement et à l'amélioration continue des hébergements prioritaires, en vue de rehausser durablement la qualité, la cohérence et la visibilité des hébergements concernés, et de tirer vers le haut l'ensemble du secteur.</p> <p>Dans le cadre de ce dispositif d'accompagnement, les hébergeurs concernés seront notamment aidés et conseillés par rapport aux aspects suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • adaptation de l'offre d'hébergement aux besoins et attentes réelles des touristes ; • identification d'une ou plusieurs thématiques phares par hébergement permettant de mieux positionner et valoriser l'offre de l'hébergement proposé aux touristes, notamment étrangers ; • développement de services et activités autour de ces thématiques retenues, et ce, en vue d'accroître la visibilité, la cohérence et la valeur ajoutée de l'offre d'hébergement proposé ; • développement d'activités spécifiques complémentaires en lien avec les activités touristiques proposées : par exemple, pour un hébergeur qui est aussi agriculteur et hébergeur (activité de visite de la ferme, explications de l'activité de la ferme, dégustation de produits fermiers ou produits du terroir, participation du touriste aux activités de la ferme s'il le souhaite, etc.) ; • développement d'activités secondaires génératrices de revenus ou aide au maintien des activités principales ou parallèles de l'hébergeur (hors tourisme) si l'activité d'hébergement seule ne suffit pas à assurer des revenus suffisants à l'hébergeur ; • identification des besoins en formation, ou équipement, ou réaménagements éventuels, et accompagnement et conseil personnalisé de chaque hébergeur pour prioriser les actions à mettre en oeuvre en vue d'améliorer durablement son hébergement, aide au suivi des actions lors de leur mise en oeuvre et proposition de réajustements éventuels en cas de dysfonctionnements identifiés, etc. 	
<p>Bénéficiaires du projet</p>	<p>Acteurs envisagés</p>	
<p>• Propriétaires et gérants d'hébergements en milieu rural selon les priorités identifiées lors de l'étude (14 hébergements retenus en priorité pour un soutien personnalisé dans le cadre du présent Plan d'actions).</p>	<p>Agence de l'Oriental Délégation Régionale du Tourisme Experts accompagnateurs</p>	

Intitulé du projet	Assistance technique aux hébergeurs		Référence projet : ACC4
Objectif et consistance du projet	Faire bénéficier les hébergeurs des 14 gîtes identifiés comme prioritaires d'une expertise pour l'ensemble des aspects de leur activité		
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés		
<ul style="list-style-type: none"> • 14 gîtes identifiés comme prioritaires. 	Agence de l'Oriental Délégation Régionale du Tourisme Association de développement du tourisme rural dans la Région de l'Oriental Associations de développement local		
Actions à mettre en oeuvre			
<ul style="list-style-type: none"> • Assistance technique aux hébergeurs • Elaboration des termes de référence relatif à l'assistance technique pour divers domaines d'expertise répondant aux besoins recueillis pour les 14 gîtes prioritaires identifiés dans l'étude. Domaines concernés : l'accompagnement à la classification et l'accompagnement sur plusieurs aspects de leur activité (juridiques, gestion, ressources humaines, comptabilité et finance, marketing et communication). • Sélection des experts • Planification et réalisation des interventions au niveau de chaque gîte bénéficiaire ; • Suivi et évaluation des résultats et des améliorations concrètes perceptibles par rapport à la situation de départ. • Financement et mise en place de l'assistance technique. 			
Impacts attendus			
1- Renforcement de la capacité des hébergeurs dans la gestion de leur activité. 2- Contribution à la mise à niveau et à la professionnalisation de la profession d'hébergeurs en milieu rural.			



Intitulé du projet	Développement d'une charte et d'un label propre à la Région	Référence projet : ACC5
Objectif et consistance du projet	Création d'un cadre de référence du développement des gîtes ruraux dans le respect des valeurs du tourisme rural, par la création d'une Charte du Tourisme Rural dans l'Oriental et d'un label régional de l'offre d'hébergement rural : « Gîtes de l'Oriental »	
Bénéficiaires du projet	Acteurs envisagés	
<ul style="list-style-type: none"> • Hébergeurs actuels. 	Agence de l'Oriental Association française « Accueil Paysan » Association de développement du tourisme rural dans l'Oriental Direction Régional du Tourisme Associations locales de développement	
Actions à mettre en oeuvre		
<p>1. Rédaction d'une Charte de l'hébergement rural Organisation de workshop pour l'élaboration du contenu de la Charte :</p> <ul style="list-style-type: none"> • élaboration d'une charte de l'hébergement rural fixant les grands principes à respecter par les hébergeurs à savoir : respect de l'environnement, authenticité du gîte, respect du patrimoine culturel local, intégration des populations locales et développement durable ; • cette charte sera issue d'une démarche participative de dialogue et de formation avec l'ensemble des professionnels, des hébergeurs, des institutionnels et des associations de développement opérants dans le Tourisme Rural dans la Région ; • la signature de la charte sera un pré requis indispensable dans le cadre du processus de labellisation. <p>2. Création d'un Label Organisation de workshop :</p> <ul style="list-style-type: none"> • élaboration de l'identité graphique du Label par une agence de communication ; • élaboration d'un Label promotionnel pour apporter une plus grande visibilité à l'offre d'hébergements en milieu rural dans la Région et son développement, en partenariat avec l'association française « Accueil Paysan » (une convention est déjà signée) ; • élaboration de l'identité graphique du Label, création de supports de communication (logo, dépliants de la charte, autocollants, etc.) et intégration du logo dans les supports de communication élaborés dans les actions (COM3 et COM4). <p>3. Création d'une procédure de labellisation Assistance technique pour l'élaboration des procédures de soumission, d'évaluation, d'attribution et de suivi du Label :</p> <ul style="list-style-type: none"> • désignation de l'organisme attributaire et garant du Label ; • définir le périmètre d'éligibilité des hébergeurs soumissionnaires (localisation en milieu rural, catégorie d'hébergement, classés ou en cours de classification, ancienneté) ; • définir la procédure de soumission (dossier de demande à retirer, grille d'évaluation par critères, organisation de visites sur place, comité mixte d'évaluation, délais de réponse) ; • définir la procédure d'attribution du Label impliquant la contractualisation des engagements à respecter par les hébergeurs labellisés ; • définir la procédure de suivi, contrôle et retrait éventuel du Label si les engagements pris par l'hébergeur ne sont plus respectés. 		
Impacts attendus		
1- Structuration de l'activité d'hébergement rural dans la Région. 2- Développement de l'hébergement rural respectueux du développement durable.		

4.5 PLANNING DE MISE EN OEUVRE DES ACTIONS

Priorité des actions en fonction de leur impact sur le développement des hébergements et selon leur programmation souhaitable au fil du temps.

AXE 1 **HEBERGEMENT** Création, construction, réhabilitation, extension d'hébergements touristiques en milieu rural

Réf.	Intitulé du projet	Priorité*	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
HEB1	Construction de nouveaux hébergements	Haute					
HEB2	Réhabilitation d'anciennes demeures en hébergements touristiques	Haute					
HEB3	Extension d'hébergements touristiques existants	Moyenne					

* Priorité par rapport au degré d'impact attendu du projet

AXE 2 **ÉQUIPEMENT** Équipement des hébergements touristiques dans le respect de la réglementation et des attentes des touristes

Réf.	Intitulé du projet	Priorité*	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
EQUI1	Équipement des hébergements	Haute					
EQUI2	Conseils en décoration d'intérieur	Faible					

AXE 3 **FORMATION** Formation des gîteurs aux principales notions de gestion d'un hébergement touristique

Réf.	Intitulé du projet	Priorité*	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
FOR1	Formation des porteurs de projets actuels et futurs aux bases de gestion	Haute					
FOR2	Formation en management et marketing pour les plus avancés	Moyenne					
FOR3	Incitation des porteurs de projets à apprendre une langue étrangère	Faible					

AXE 4**PROMOTION &
COMMUNICATION**Promotion et communication des hébergements
aux niveaux national et international

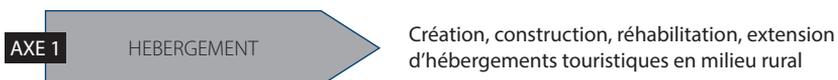
Réf.	Intitulé du projet	Priorité*	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
COM1	Assister les hébergeurs à développer leurs propres supports publicitaires	Moyenne					
COM2	Réaliser une plateforme commune de promotion des offres en rural	Haute					
COM3	Communiquer à l'échelle nationale	Haute					
COM4	Communiquer à l'échelle internationale	Haute					
COM5	Sensibiliser la population à l'apport du tourisme rural	Haute					

AXE 5**ACCOMPAGNEMENT**Accompagnement des gîteurs au développement
de leur activité touristique

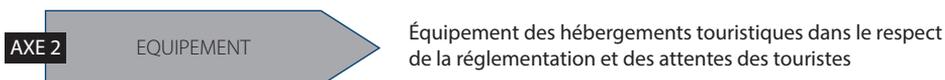
Réf.	Intitulé du projet	Priorité*	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
ACC1	Recherche de partenaires pour l'accompagnement des hébergeurs	Haute					
ACC2	Création d'une association de développement du tourisme rural	Haute					
ACC3	Conseil et accompagnement personnalisés des gestionnaires	Moyenne					
ACC4	Assistance technique des hébergeurs en milieu rural	Moyenne					
ACC5	Développement d'une Charte et d'un Label propres à la Région	Moyenne					

4.6 INVESTISSEMENTS NÉCESSAIRES À TITRE INDICATIF

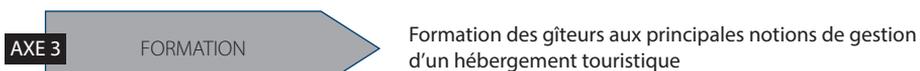
On trouvera ci-après l'estimation des enveloppes minimales qu'il faudrait investir pour atteindre les objectifs correspondant aux différents axes du Plan d'actions.



Réf.	Intitulé du projet	Invest. (en MDh)
HEB1	Construction de nouveaux hébergements dans les sites à potentiel touristique	2
HEB2	Réhabilitation d'anciennes demeures en hébergements touristiques	5
HEB3	Extension d'hébergements touristiques existants	2
Investissement minimal total AXE 1		9



Réf.	Intitulé du projet	Invest. (en MDh)
EQUI1	Équipement des hébergements touristiques	2
EQUI2	Conseils en décoration d'intérieur	0,5
Investissement minimal total AXE 2		2,5



Réf.	Intitulé du projet	Invest. (en MDh)
FOR1	Formation des porteurs de projets actuels et futurs aux bases de gestion	0,2
FOR2	Formation en management et marketing pour les plus avancés	0,2
FOR3	Incitation des porteurs de gîtes à l'apprentissage d'une langue étrangère	0,6
Investissement minimal total AXE 3		1

AXE 4**PROMOTION & COMMUNICATION**

Promotion et communication des hébergements aux niveaux national et international

Réf.	Intitulé du projet	Invest. (en MDh)
COM1	Assister les hébergeurs à développer leurs propres supports publicitaires	2
COM2	Réaliser une plateforme commune de promotion des offres rurales	1,5
COM3	Communiquer à l'échelle nationale	3
COM4	Sensibiliser la population à l'apport du tourisme	4
COM5	Sensibiliser la population à l'apport du tourisme	1
Investissement minimal total AXE 4		11,5

AXE 5**ACCOMPAGNEMENT**

Accompagnement des gîteurs au développement de leur activité touristique

Réf.	Intitulé du projet	Invest. (en MDh)
ACC1	Recherche de partenaires pour l'accompagnement des hébergeurs	1
ACC2	Création d'une association de développement du tourisme rural	1
ACC3	Conseil et accompagnement personnalisés des gestionnaires	1
ACC4	Assistance technique des hébergeurs en milieu rural	1
ACC5	Développement d'une Charte et d'un Label propres à la Région	2
Investissement minimal total AXE 5		6

Synthèse

5 AXES :	Répartition des projets du Plan d'actions par axe stratégique d'intervention	Invest. (en MDh)
HÉBERGEMENT	Axe 1. Création, construction, réhabilitation, extension... d'hébergements touristiques ruraux	9
ÉQUIPEMENT	Axe 2. Équipement des hébergements touristiques dans le respect de la réglementation et des attentes des touristes	2,5
FORMATION	Axe 3. Formation des gîteurs aux principales notions de gestion d'un hébergement touristique	1
PROMOTION & COMMUNICATION	Axe 4. Promotion et communication autour des hébergements aux niveaux national et international	11,5
ACCOMPAGNEMENT	Axe 5. Accompagnement des gîteurs au développement de leur activité touristique	6
Estimation de l'investissement minimal total		30

4.7 RECOMMANDATIONS FINALES

4.7.1 Principales recommandations

Les principales recommandations sont présentées et classées ci-après selon les cibles prioritaires destinataires.

Au plan institutionnel :

- travailler en complète cohérence avec les PAT ;
- donner accès aux ressources de la Région à travers le centre de ressources de l'Agence de l'Oriental dans la Région ;
- mettre en place un mode de gouvernance et de pilotage des projets du Plan d'actions pour créer des hébergements ruraux, afin de garantir la mise en oeuvre efficace sur le terrain, en concertation avec l'ensemble des intervenants concernés, afin de coordonner les actions, fédérer et mobiliser les acteurs et atteindre les objectifs fixés à l'horizon 2015 ;
- institutionnaliser à travers ce dispositif de pilotage des comités et des réunions de concertation et de suivi du Plan d'actions aux niveaux régional et local ;
- développer la coopération décentralisée pour accompagner le tourisme rural.



Trekking dans l'Oriental : la Région offre de nombreux paysages appropriés à cette activité sportive, de plein air, et de découverte

Pour stimuler les investissements :

- inciter au développement des filières touristiques, tels que les transporteurs touristiques, les loueurs de voitures ou encore les agences de voyages intégrant le tourisme rural ;
- créer un fonds de soutien pour le développement du tourisme rural regroupant les financements des différents partenaires, fonds qui permettra d'attirer les porteurs de projets ou les hébergeurs et les incitera à se développer ;
- inciter au développement de l'écotourisme (ex : création d'un village écologique) ;
- identifier le potentiel en activités sportives dans la Région et les développer (randonnées, escalades et autres sports de montagne, sports nautiques, parachute, etc.) et aider les porteurs de projets à développer ces activités ;
- développer des points d'exposition et de vente des produits de terroir et d'artisanat à proximité des hébergements touristiques avec des dépliants explicatifs de l'origine et/ou l'utilisation de chaque produit ;
- inciter au développement de l'économie sociale et solidaire (groupement en coopératives) et développement des activités typiques de la Région avec le double objectif de générer des revenus aux membres des coopératives et de créer une activité intéressante pour le touriste (découverte des activités de la Région et achat de souvenirs) ;
- inciter au développement de l'écotourisme, au respect de l'environnement, à l'intégration des énergies renouvelables, à l'agriculture biologique etc. ;
- inciter au développement d'un tourisme thématique (tourisme de montagne, sportif, nomade, plantes aromatiques et médicinales, culinaire, élevage, etc.) ;
- continuer à développer la randonnée (avec la Fédération Française de Randonnée Pédestre, La Traversée de l'Oriental, les circuits de randonnée, etc.), développer des cartes topographiques, la signalétique des circuits de randonnée (proposition intéressante de signalisation par la GIZ : au lieu des panneaux de signalisation que la population enlève, peindre des signes sur les arbres et les pierres) et baliser les circuits en tenant compte des composantes environnementales ;
- mobiliser davantage le secteur privé dans le développement du tourisme rural (notamment à travers le partenariat ou le financement de projets).

Envers les populations locales en général :

- Sensibiliser la population locale au tourisme, à ses apports, au comportement avec le touriste, informer les habitants des avancées de la Région ces dernières années et des répercussions de ces avancées sur leur quotidien et celui de leurs enfants, les sensibiliser à leur rôle, en tant que citoyens, au maintien et au développement de ces améliorations (à travers les chaînes télévisées, Internet, les journaux de la Région) ;
- impliquer la population locale pour vérifier la fiabilité de l'information de la Région sur certains sites touristiques.

Pour les chercheurs d'emplois et les opérateurs déjà actifs :

- former des guides, accompagnateurs, guides de montagnes, etc. (éventuellement, créer une école de guides touristiques dans la Région) et créer pour cela une école dédiée aux métiers du tourisme, avec option "tourisme rural" ;
- recruter et former des animateurs locaux pour accompagner les hébergeurs au développement.



L'artisanat, sa valorisation, sa créativité : un champ d'activités économiques

En matière de valorisation du patrimoine :

- restaurer les monuments historiques et les enrichir pour attirer les visiteurs (pièce relatant l'histoire du monument, pièce avec des personnages reproduisant la vie de l'époque, des mobiliers typiques de la période, etc.), développer d'autres activités près de ces monuments pour inciter le touriste à se déplacer (musée, village d'artisans, ferme à visiter, etc.) ;
- identifier et regrouper l'ensemble des oeuvres relatives à la Région de l'Oriental en tant que patrimoine à préserver et les promouvoir à travers les sites Internet de l'Agence de l'Oriental et de la Région ainsi que dans le futur site Internet prévu dans le Plan d'actions ;
- mettre en place des panneaux signalétiques attrayants sur les sites d'intérêt touristique de la Région avec des informations à valeur ajoutée sur les sites ;
- aménager, réhabiliter les sites d'intérêt touristiques pour accueillir les touristes (grottes, SIBE, sources thermales qui sont en mauvais état avec des conditions d'hygiène laissant à désirer), nommer une entité gestionnaire des sources, garante de leur bon fonctionnement, aménager les grottes et les sécuriser ;
- développer les activités culturelles (inciter au développement de troupes de chants, musiques, fantasias, conférences sur des thèmes intéressant les touristes en groupes, etc.).

En matière de communication

- accompagner les projets relatifs au développement du tourisme rural par les médias (presse spécialisée et médias audiovisuels, tout particulièrement Internet) ;
- développer un film promotionnel sur le tourisme rural et le diffuser sur différents canaux (Internet, médias).

Annexes

PRÉFECTURE D'OUJDA-ANGAD

En fonction du potentiel touristique de la Préfecture d'Oujda-Angad, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, autres que ceux qui existent déjà, comme le montrent les exemples suivants.

Exemple 1 : Au niveau de l'ancienne médina d'Oujda, une maison traditionnelle rénovée avec cuisine traditionnelle et hammam beldi (inclus ou à proximité). L'idéal serait une maison d'hôte afin d'avoir en permanence l'impression de vivre dans une véritable maison traditionnelle pleine de vie. Activités de visite de la ville, excursions dans la montagne, apprentissage de la cuisine marocaine, dégustation de produits du terroir typiques de la Région de l'Oriental. Pièce pour exposition et vente de l'artisanat local. Soirées musicales avec des instruments et de la musique typiques (gharnatie). Une halte reposante avant ou après une tournée dans la Région.

Exemple 2 : Au niveau de la Commune de Aïn Sfa, près du SIBE, un hébergement rural typique des montagnes, restauration légère et cuisine à disposition des touristes. Activités de promenade, d'escalade, de chasse à proximité de la ville d'Oujda pour profiter des avantages de la ville et voir la ville de loin à travers le panorama de Maâfa. Peut également être un lieu pour le week end des oujdis, ce qui permettrait de le faire vivre toute l'année. Pour les oujdis, il faut développer des activités pour les enfants pour un séjour plus long.

PROVINCE DE BERKANE

La Province de Berkane se caractérise par le grand projet balnéaire de Saïdia et par le souhait exprimé par les acteurs publics de développer le tourisme de l'arrière-pays. Les richesses de la Province demeurent un attrait non négligeable pour inciter les touristes à visiter l'arrière-pays de Saïdia, malgré le caractère saisonnier de ce type de tourisme.

Plusieurs problèmes existent pour la mise en valeur de ce patrimoine : accès et aménagement limités, insuffisance d'infrastructures d'accueil, d'auberges, d'équipements de campings et de gîtes. D'après le PAT de Berkane, les anciennes demeures abandonnées depuis longtemps suite à l'exode rural seraient dans un état délabré qui ne permettrait pas de les réhabiliter : il faudrait donc en construire de nouvelles.

En fonction du potentiel touristique de la Province, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, autres que ce qui existe déjà (gîte Tagma, Tafoughalt, etc.), comme le montre l'exemple suivant.

Exemple : Maison d'agriculteur avec un hébergement en chambre d'hôte avec la famille, ou en camping dans un espace aménagé près de la ferme, ou en gîte proche de la maison principale, avec cuisine traditionnelle à partir des produits de la ferme.

Les activités comporteraient l'initiation à l'agriculture, surtout la culture des oranges et des clémentines typiques du lieu, la visite d'élevages, de serres de production de tomates, des arganiers et de l'association « Ennajah mahjoubia » qui produit de l'huile d'argan.

Un local de vente et de dégustation serait dédié aux produits du terroir (oranges, clémentines, huile d'olive, tagine de légumes locaux, etc.).

Pour la clientèle touristique de Saïdia, qui veut visiter l'arrière-pays mais est en mode « all inclusive », il faut prévoir des activités à la journée, sans hébergement.

PROVINCE DE FIGUIG

De nombreux projets sont en cours au niveau de l'oasis de Figuig et de son environnement proche ; le reste de la Province est délaissé et mérite également d'être développé. En fonction du potentiel touristique de la Province de Figuig, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, comme le montrent les exemples suivants.

Exemple 1 : Réhabiliter des anciennes demeures en terre à l'intérieur de la Province, dans les zones montagneuses, Bni Tadjite, Talsinnt et même Bouarfa. Développer des activités en montagne, des activités de chasse et de randonnées, visite des anciennes mines, visite de ksar, etc. Si la réhabilitation d'un ksar et sa transformation en auberge est possible, cela pourrait inciter les touristes à faire le déplacement jusqu'à ce coin reculé de la Province, ne serait-ce que pour habiter dans un ksar. La proximité avec la ville d'Errachidia, permettrait également d'intégrer l'Ouest de la Province dans un circuit en provenance d'Errachidia.

Exemple 2 : Des terrains de camping à créer dans les montagnes, en tant qu'étapes dans les circuits de randonnées. La mise à disposition par les associations locales de tentes adaptées est envisageable. Des randonnées en VTT sont possibles.

Exemple 3 : Tentes au village de Laâzib pour vivre avec les éleveurs et partager des moments avec les nomades au cours de leurs passages dans le village.

Plusieurs activités sont possibles à développer dans la Province de Figuig : vie nomade, élevage de moutons, tissage de tapis, confection des djellabas, cure contre les rhumatismes, exploitation des dattes, transformation des PAM, etc.

PROVINCE DE JERADA

En fonction du potentiel touristique de la Province de Jerada, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, comme le montre l'exemple suivant.

Exemple : Hébergement pour vivre avec les éleveurs en chambre d'hôte ou camping, avec cuisine traditionnelle et équipement de cuisine à disposition.

Activités : initiation à la vie avec les éleveurs de moutons Bni Guil, visite des mines, du futur musée minier, du village des artisans, des grottes et cascades, randonnée, collecte des plantes aromatiques et médicinales, visite par exemple de la coopérative Beni Yaala Zekara de Jerada qui produit du romarin (huiles essentielles, feuilles séchées), etc.

PROVINCE DE TAOURIRT

Les hébergements sont quasi-inexistants dans la Province de Taourirt, qui recèle pourtant un potentiel encore méconnu. En fonction du potentiel touristique de la Province de Taourirt, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, comme le montrent les exemples suivants.

Exemple 1 : Hébergement (pour les touristes de Saïdia) près des barrages (pour profiter des sports nautiques ou de la pêche en eau douce) et près de la réserve pour la chasse. Autres activités : visite des élevages, des coopératives apicoles, des olivieraies, le tour des kasbahs, les spectacles de danses, chants et fantasias.

Exemple 2 : Restauration d'une demeure traditionnelle et d'une partie de la kasbah, pour sa transformation en hébergement avec des annexes reproduisant la vie d'antan, avec des salles où les femmes tissent les tapis, des activités reproduisant les activités vernaculaires pour un dépaysement total ; un investissement important qui créerait des emplois divers.

Exemple 3 : Maison d'artistes : vivre avec des artistes, des troupes folkloriques, et réaliser un séjour culturel avec des spectacles de chants, danses et fantasias.

PROVINCES DE NADOR ET DRIOUCH

En fonction du potentiel touristique de la Province de Nador et de la Province Driouch, on peut identifier des possibilités de création de nouveaux hébergements et d'activités associées, comme montrent les exemples suivants.

Exemple 1 : Hébergement dans des villages de pêcheurs à l'image de ce qui a été développé à Tibouda.

Exemple 2 : Hébergement à proximité des plages et des montagnes de Driouch pour réaliser des activités balnéaires et des randonnées dans la Région.

ANNEXE 2 : ENQUÊTE AUPRÈS DES HÉBERGEMENTS RURAUX

Modèles des fiches à renseigner par (et avec) les hébergements ayant fait l'objet de l'enquête de proximité réalisée dans la Région de l'Oriental pour asseoir l'étude et ses conclusions sur des réalités vérifiées.

Localisation de l'hébergement	
Province	Oujda-Angad, Taourirt, Nador, Driouch, Figuig, Jerada, Berkane
Commune	
Adresse détaillée	Adresse la plus détaillée possible
Accessibilité	A-t-il un plan d'accès ? L'accès a été facile ou compliqué ? Y avait-il des indications ?
Coordonnées	Téléphones, portable et fixe, email
Site web	S'il existe
Identification du porteur de projet	
Nom du porteur du projet	
Origine du propriétaire	Le propriétaire est-il originaire des lieux ?
Nom et fonction de la personne rencontrée	Si la personne rencontrée n'est pas la propriétaire, est-ce le gérant ?
Compétences touristiques	Le propriétaire et/ou le gérant ont-ils suivi une formation spécifique tel que l'accueil des touristes, l'hygiène, etc.
Langues parlées	Arabe - Amazigh - Français - Anglais - Espagnol, etc.
Autres activités réalisées par le porteur de projet	En dehors de l'hébergement, que fait le porteur de projet pour gagner sa vie : éleveur, agriculteur, artisan, apiculteur ? Question très importante sachant que le tourisme n'est pas encore très développé dans la Région, ils ne doivent pas compter uniquement le tourisme.
Gagner-vous bien votre vie ?	Êtes-vous content de votre investissement ? Pensez-vous maintenir et améliorer le gîte ou arrêter cette activité un jour ?
Nombre ressources humaines	Nombre et fonction des personnes qui travaillent.
Associations de soutien	Est-il soutenu par une association ou organisme quelconque ? A-t-il bénéficié d'une aide ?

Description de l'hébergement ou du projet d'hébergement	
État actuel	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'années d'existence. • En cours de mise en place. • En projet, pas encore réalisé
Type d'hébergement	Gîte (maison indépendante), chambre d'hôte (faisant partie de l'hébergement du porteur de projet), camping, auberge, riad, bivouac, hébergement chez l'habitant, etc.
Spécificité de l'hébergement	Ferme avec chambre d'hôtes, ferme avec terrain de camping, campement de nomades, maison de pêcheur, maison traditionnelle, ancienne gare rénovée, maison d'artistes, etc.
Particularité de l'hébergement	Par exemple : au sommet de la montagne, à plus de 500 m d'altitude, sur un volcan, dans un ksar, vue magnifique, adapté aux personnes à mobilité réduite, décoration typique dans un village de pêcheur, bâti daté du XV ^{ème} siècle, dans une oasis, hébergement écologique, etc.
Thématique	Randonnées, pêche à la ferme, désert, vie nomade, etc.
Capacité de l'hébergement	Nombre de personnes pouvant être hébergées. Si info disponible : superficie du gîte.
Chambres et séjour	Nombre et types de chambre (doubles, simples), chambres individuelles, dortoirs, absence de chambres, tentes, etc. Y a-t-il un espace commun type salon, séjour ? Y a-t-il des lits ou des nattes pour dormir ?
Sanitaires	Disponibilité et nombre de : <ul style="list-style-type: none"> • toilettes (occidentales ou pas). • douches. • SDB. • eau potable. • eau chaude... Communs ou individuelles ?
Restauration	Selon l'existant : <ul style="list-style-type: none"> • Restaurant ? Si oui, type de cuisine (traditionnelle, internationale, française, etc.). • Cuisine familiale, repas pris avec la famille. • Espace cuisine équipé à la disposition des touristes pour cuisiner leur repas, etc.
Services	Récapitulatif des services offerts : <ul style="list-style-type: none"> • hébergement. • restauration. • vente et/ou dégustation de produit de terroir. • visite de la Région, Guide. • informations et/ou documentation sur la Région (cartes pour les touristes), etc.
Activités proposées par le gîteur	Activités proposées : <ul style="list-style-type: none"> • randonnées pédestres à dos d'âne, de cheveaux, de dromadaires, VTT, etc. • initiation à la vie à la ferme, visite de la ferme, initiation à l'élevage, à l'agriculture. • initiation et/ou accompagnement à la pêche ou la chasse. • organisation de visites de la Région. • cours de cuisine. • spectacle de musique, fantasia. • jeux pour enfants. • autres activités sportives ou culturelles, etc.
Tarifs / prix	Préciser le prix de la nuit, en haute et basse saison s'il y a une différence. En pension complète, demi-pension ou hébergement seul. Y a-t-il un tarif affiché ?
Réglementation	Agrément du Ministre du Tourisme ? Si contrôle par le Ministère, dénomination légale de l'hébergement ? A-t-il besoin d'assistance juridique ?

A proximité de l'hébergement	
Sites d'intérêt à proximité	Proche d'un site touristique.
Service à proximité	<ul style="list-style-type: none"> • Restauration. • Hammam.
Activités à proximité de l'hébergement	<ul style="list-style-type: none"> • Montagnes : circuits de randonnée pédestre, VTT, équestre, quads, vélos, escalade, etc. • Plages, lacs : baignades et sports nautiques. • Désert : randonnées en chameaux, cure contre les rhumatismes dans le sable. • Visite des fermes coopératives, artisans, etc. • Visite des villes et villages, oasis, ksours, monuments historiques, centre d'artisanat, gravures rupestres, anciennes mines, etc. • Visite des grottes, forêts, montagnes, palmeraie, cascades, etc. • Vente de produits du terroir. • Spectacles de chants, fantasias. • Sources thermales. • Autres activités sportives ou culturelles pouvant attirer les touristes, etc.

Clientèle & communication	
Types de touristes intéressés	Exemple, si le gîte est en montagne : des randonneurs, des touristes de la Région, nationaux, internationaux, amoureux de la nature, qui recherchent le dépaysement, etc.
Fréquentation	Activité saisonnière ou annuelle ? Combient de visiteurs par mois ?
Communication & Promotion	<p>Comment fait-il pour faire connaître son hébergement :</p> <ul style="list-style-type: none"> • site web personnel ou autre ? • supports imprimés (brochures, dépliants, etc.) ? • sur le site touristique rural de l'Agence de l'Oriental ? • à l'occasion de La Traversée de l'Oriental ? • à travers les agences de voyages, guides / faux-guides ? • ne fait aucune communication.
Motivation	Pour qu'un touriste le choisisse, quels sont les atouts de cet hébergement ?
Satisfaction	Les attentes des touristes sont-elles satisfaites ?
D'après le responsable, faiblesse de son hébergement ?	<p>Que faut-il améliorer dans son hébergement ?</p> <p>Quelles sont les attentes des touristes qu'il ne parvient pas à satisfaire ?</p>
Y-a-t-il d'autres hébergements ruraux proches ?	<p>Si oui, lesquels ? (obtenir quelques informations pour réaliser une BDD de l'ensemble des hébergements ; toute information est la bienvenue).</p> <p>Sont-ils concurrents.</p> <p>Ont-ils plus de touristes ?</p> <p>Preignent-ils vos touristes ?</p> <p>Si oui, pourquoi ?</p>

Besoins en amélioration	
A-t-il besoin d'aide ?	<p>Quels sont les besoins exprimés par le responsable ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • pour réaliser son projet, construction, rénovation, réhabilitation, dans le cas d'un nouveau projet (rénovation ancienne maison, construction d'un gîte dans un endroit ayant du potentiel ; • pour améliorer un hébergement existant (construction de sanitaires, extension de l'hébergement avec création d'une nouvelle chambre, ou de plusieurs, etc.) ; • pour équiper un hébergement ; • pour développer des services ou activités touristiques ; • pour rendre son site écologique (utilisation des énergies renouvelables, construction d'un puits, etc.) ; • en matière de formation (pour accueillir les touristes, gérer un gîte, langue étrangère, développement d'activité, etc.) ; • pour obtenir son agrément, sa classification en gîte, ou autre ; • pour communiquer et assurer la promotion de l'hébergement. <p>Merci à l'enquêteur d'inscrire les réponses du porteur de projet mais également ses impressions personnelles après avoir visité le gîte.</p>
Cas d'un projet	Quand le promoteur compte-t-il le réaliser ?

Autres informations qui semblent utiles.

ANNEXE 3 : ÉVALUATION DES HÉBERGEMENTS

Le tableau ci-après évalue chaque hébergement visité eu égard aux critères qui fondent son importance en matière de contribution apportée à l'intérêt général, en particulier sous l'angle du développement du secteur et celui de l'apport à l'économie locale.

Site	Peu d'hébergements proches	Proximité de lieux touristiques	Projet novateur	Zone enclavée	Potentiel de développement touristique	Besoins d'aide
Riad Diyafat Bladi		X	X		X	
Aïn Sfa : gîte de la famille Haddad	X	X			X	XX
Chambre d'hôtes de la famille Miri		X				X
Ferme des amandiers	X	X	X		X	X
Auberge de Tafoughalt		X	X		X	X
Gîte de Tagma		X	X		X	X
Projet gîte Rislane	X	X			X	XX
Ferme équestre	X	X	X		X	X
Projet de gîte à Mrija	X	X	XX	X	X	XX
Projet de Gîte à Aïn-Bni-Mathar	X		XX			X
Gafaït	X	X			XX	X
Gîte touristique Aïn Tafrent	X	X	X	X	X	X
Riad Oriental	X	X	X	X	X	XX
Gîte Azzaïfen	X	X	X		X	
Gîte Cap des 3 fourches	X	X	XX	X	X	X
Projet de gîte à Tibouda	X	X	XX	X	X	XV
Projet d'auberge Bni Tadjite 1	XX	X	X (Source thermale)	XX	X	XX
Projet Bni Tadjite 2	XX	X		XX	X	XX
Projet Bni Tadjite 3	XX	X		XX	X	XX

Talsinnt	XX	X		XX	X	XX
Tentes nomades	XX	X	XX	XX	X	XXX
Maison d'hôte Nanna		XX	X (jardin)		XX	X
Maison d'hôte Oasis		XX			XX	X
Projet de maison d'hôtes de la famille Merzouki		XX			XX	XX
Auberge au ksar Loudaghir		XX			XX	XX
Projet Maison d'hôte chez Majid	X	XX	XX (ferme)		XX	XX
Auberge municipale Figuig		XX			XX	Déjà aidé
Chambre d'hôtes à lch	XX	XX	X	X	XX	Déjà aidé
Tentes nomades à lch	XX	XX	X	X	XX	Déjà aidé
Chambres d'hôte à Aïn Chair	XX	X	X	X	X	XX

Ce tableau montre que la moitié des hébergements ou projets d'hébergement présentent un intérêt pour le développement général du secteur et, plus largement, pour l'essor des économies locales auxquelles ils participent, bien qu'au delà de leur périmètre d'activité stricto sensu. Ce sont précisément ces hébergements, dont l'importance est de fait plus « stratégique », qui devraient être les plus soutenus (financements, facilités, etc.) pour concrétiser leurs projets de développement, que ce soit pour l'équipement, la construction ou l'extension, ou encore les activités.

Les besoins en termes de formation et de communication devraient concerner l'ensemble des hébergements touristiques ruraux de la Région.

COLOPHON

- Directeur de Publication :
Mohamed Mbarki,
Directeur Général de l'Agence de l'Oriental
 - Directeur de Rédaction :
Ahmed Lamrini,
Consultant auprès de l'Agence de l'Oriental
 - Rewriting, maquette et crédit
photographique : agence TOPIC
 - Ce livre réunit l'ensemble des rapports
produits dans le cadre des études :
 - « Valorisation et développement
du tourisme culturel dans la Région
de l'Oriental », réalisée par le bureau
d'études HORWATH HTL pour la Partie I ;
 - « Plan d'actions pour le développement
et la mise en place de gîtes ruraux dans
la Région de l'Oriental », réalisée par le bureau
d'études UCOTRA Consulting pour la Partie II.
- Achévé d'imprimer en février 2015*

Toutes les publications de l'Agence
de l'Oriental sont consultables sur :
www.oriental.ma