

# Stratégie pour un développement durable du tourisme oasien : Expérience des oasis du Sud Maroc



Août 2008

## SOMMAIRE

|   |    |
|---|----|
| Abstract/Résumé : .....   | 3  |
| I. introduction : .....   | 4  |
| 1. Le tourisme, un marché en pleine expansion.....  | 4  |
| 2. Les pays du nord, bénéficiaires de cette croissance .....  | 4  |
| 3. Le tourisme durable réaction logique .....   | 5  |
| II. Contexte et justifications du projet.....   | 7  |
| 1.1. Contexte du projet.....  | 7  |
| 1.2. Problèmes à résoudre par le projet.....  | 8  |
| 1.3. Bénéficiaires, participants et principaux acteurs.....   | 10 |
| 1.4. Stratégie d'intervention .....   | 10 |
| III. Description de l'intervention et réalisations.....   | 12 |
| 2.1. Objectif général .....   | 12 |
| 2.2. Objectifs spécifiques .....  | 12 |
| 2.3. Résultats attendus .....   | 13 |
| Réunions de concertation avec les acteurs locaux pour structurer les opérateurs touristiques<br>en Groupement d'Intérêt Touristique. .... | 17 |
| 2.5. Partenariat.....   | 17 |
| IV. conclusion.....   | 17 |
| 4.2. viabilité et pérennité du projet .....   | 19 |

## ABSTRACT/RESUME :

Ce document a pour objet de faire un premier point sur une approche qui ne prétend pas être novatrice dans le domaine du développement local, centrée d'une part sur le pouvoir de décision et le savoir faire des populations locales et d'autres part sur le rôle effectif des communes. La présente communication met l'accent plus concrètement sur la réalisation d'un projet de tourisme oasien dans la région de GUELMIM ES SMARA relevant du bassin d'oued Noun, qui a pour objectif d'améliorer les conditions de vie de ces populations locales grâce à l'effet de levier du tourisme solidaire. Ce genre de tourisme permet une bonne répartition des revenus sur l'ensemble des acteurs intervenant dans la chaîne touristique : hébergeurs, guides locaux, chameliers, ...etc.



Le document a été élaboré à partir de diverses sources. Nous avons, essentiellement puisé dans la documentation interne du programme.



Le document est organisé en 4 parties. En premier lieu sont présentées des statistiques relatives à l'activité du tourisme international. Le lecteur est brièvement informé sur la situation actuelle du tourisme mondial, son évolution probable et les perspectives qui en découlent.

Les trois dernières parties précisent la stratégie mise en œuvre pour asseoir un projet fédérateur et ascendant : objectifs, résultats attendus, et réalisations effectives. Il est cependant intéressant de souligner que parmi les réalisations importantes de cet ample projet, la professionnalisation des acteurs locaux aux métiers du tourisme durable et solidaire demeure une condition sine que non pour la réussite du projet.

## MOT CLE :

DEVELOPPEMENT DURABLE DES OASIS, TOURISME DURABLE ET SOLIDAIRE,  
GESTION RATIONNELLE DES RESSOURCES

## I. INTRODUCTION :

### 1. LE TOURISME, UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

S'agissant du tourisme international, l'année 2007 a dépassé les attentes avec des arrivées atteignant de nouveaux chiffres sans précédent proches des **900 millions**<sup>1</sup>. Les résultats confirment à la fois la croissance soutenue des dernières années et l'élasticité du secteur face aux facteurs extérieurs. Cet essor est favorisé par la robustesse de l'économie mondiale qui, depuis plus de deux décennies, connaît sa plus longue période de croissance régulière.

**Thématique:      Tourisme international**

**Taux de croissance de 6 %**

52 millions d'arrivées internationales de plus qu'en 2006

### 2. LES PAYS DU NORD, BÉNÉFICIAIRES DE CETTE CROISSANCE

Ces cinquante dernières années ont été marquées par le développement du tourisme de masse fondé sur des investissements lourds en infrastructures (hôtels, aéroports, routes, golfs, clubs nautiques, remontées mécaniques etc.) et sur le rôle central des agences de voyages et autres tours opérateurs. Ce secteur s'est caractérisé par une forte concentration spatiale (bords de mer, stations de montagne, sites historiques ou géographiques spécifiques) et par une forte concentration économique du secteur entre les mains de quelques acteurs, tels que groupes hôteliers, compagnies de transport aérien (charters), tours opérateurs, dont une bonne part opère maintenant à l'échelle mondiale.

Le tourisme international est bien l'affaire des pays du Nord qui drainent plus de 75% des flux touristiques comme des recettes engendrées par le tourisme.

---

<sup>1</sup> OMT, [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

En parallèle, s'est développé, surtout depuis ces vingt dernières années, un tourisme plus individuel, même s'il se pratique en général par petits groupes de personnes liées entre elles (couples, famille, amis). Ce tourisme, favorisé à l'étranger par des entreprises comme Nouvelles Frontières ou Le Routard, a permis le développement d'un « tourisme interstitiel » dont les adeptes fuient les lieux investis par le tourisme de masse. Ce tourisme pénètre progressivement tous les recoins de la planète. Plusieurs réactions sont nées suite à cette croissance exponentielle du tourisme de masse, comme réactions légitimes et en guise de contre poids elles se cristallisent petit à petit pour amortir les chocs et les impacts négatifs générés par les consommateurs de ce type de service.

### 3. LE TOURISME DURABLE REACTION LOGIQUE

Le concept de développement durable qui a permis à ces économies locales de se développer a émergé au moment de la publication du rapport Bruntland, en 1987. C'est le Sommet mondial de la terre de Rio de Janeiro, en 1992, qui popularisera le concept.

Le développement durable prend en compte, de manière simultanée, trois dimensions : la dimension écologique, la dimension économique et la dimension sociale.

Le concept de tourisme durable et solidaire, qui en dérive, pourrait être précisé de la façon suivante :

- Il est réalisé au profit des populations locales et avec leur entière participation ;
- Il conforte ces sociétés locales qu'il aide à s'organiser et à qui il fournit des moyens humains et financiers. Il met l'accent sur le capital social et renforce les ressources humaines ;
- Il facilite les synergies entre acteurs locaux du développement : les organisations de base, les collectivités territoriales, les ongs, les services déconcentrés de l'Etat, le secteur privé ;
- Il minimise l'impact écologique, culturel sur le milieu environnant ;
- Il joue un rôle d'éducation au développement pour les populations du Nord.

La démarche du « tourisme équitable et solidaire<sup>2</sup> » s'appuie sur deux éléments stratégiques:

- (1) Les populations du Sud concernées, constituent le maillon faible de la filière face aux autres acteurs qui cherchent à maximiser leur profit alors que la concurrence écrase les bénéficiaires. Le processus doit prioritairement chercher à les conforter, grâce à des dynamiques économiques autonomes, pour qu'elles se constituent réellement en forces de contestation et de résistance au modèle touristique dominant et en forces de proposition d'alternatives à ce modèle;
- (2) Une part croissante des voyageurs du Nord, des ONGs, comme certaines entreprises « citoyennes » sont prêts à étayer ces processus de renforcement des sociétés locales et à maximiser les retombées économiques au bénéfice direct de ces populations, tout en favorisant la découverte de l'autre dans le respect de son identité et de ses valeurs.

Le projet présenté dans ce qui suit a été élaboré dans le cadre d'une approche solidaire et participative qui remet les populations locales au centre du processus de décision ; c'est un projet qui s'appuie sur l'effet de levier du « tourisme solidaire » axé sur le pouvoir et le savoir faire locale. C'est un tourisme qui peut se définir en 5 points:

1. il est réalisé au profit des populations locales et avec leur entière participation ;
2. il conforte ces sociétés locales qu'il aide à s'organiser et à qui il fournit des moyens humains et financiers ;
3. il facilite les synergies entre acteurs locaux du développement ;
4. il minimise l'impact écologique, culturel sur le milieu environnant et
5. il joue un rôle d'éducation au développement pour les populations du Nord.

---

<sup>2</sup> « Tourisme contre pauvreté ? Quel tourisme pour les populations locales des pays du sud ? » - Jean-Marie Collombon – GRET – Paris novembre 2002.

## II. CONTEXTE ET JUSTIFICATIONS DU PROJET

### 1.1. CONTEXTE DU PROJET

La zone d'intervention du programme concerne 3 provinces du sud marocain : Tata, GUELMIM, et Assa. De peuplement sahraoui et amazigh, les oasis de plaine et de montagne, vivent encore d'une agriculture traditionnelle fondée sur l'autosubsistance. Croissance démographique forte et sécheresse endémique se sont combinées, depuis des décennies, qui ont entraîné un processus de désertification irréversible et une paupérisation des populations locales.

En 2006, le pays n'a accueilli que 5 millions de touristes (chiffre annoncé officiellement dans les dernières assises nationales des professionnelles du tourisme tenue à Agadir 2006) alors que l'objectif fixé dans le Plan National de Développement Touristique est de 10 millions de touristes à l'horizon 2010.

Le potentiel touristique des oasis du sud est pourtant considérable : paysages et panorama magnifiques des oasis, Oasis construit en pisé, Ksour, vie rurale traditionnelle, produits de terroir spécifiques (dattes, henné et élevage d'ovin), gastronomie locale, qualité de l'hospitalité. La liste est longue des atouts de cette région largement ignorée par les tours opérateurs et donc méconnue des voyageurs.

Le projet de Tourisme oasisien concerne la zone des oasis de plaine et de montagnes de peuplement sahraoui et amazigh des provinces de Tata, GUELMIM et Assa. Le projet a pour finalité de permettre la diversification des sources de revenu des populations des oasis par l'accueil de groupes de voyageurs, principalement européens. Mais le projet vise également les marocains encore peu nombreux à faire du tourisme intérieur.

Dans la province de GUELMIM, située à deux heures de route du pôle touristique balnéaire d'Agadir, attire un public de visiteurs passagers qui ne restent pas sur place. Dans son ensemble, la province ne profite pas de ses potentialités touristiques.

Le projet Tourisme Oasien POS/APDS/PNUD a débuté en 2006 par une étude de faisabilité du développement touristique de la zone. Cette étude action, menée par le POS, a permis la réalisation d'un diagnostic d'ensemble puis la sélection de 7 sites ayant un fort potentiel touristique, présentant un bon degré d'organisation et ayant une bonne motivation pour le projet. Les hébergements qui seront construits ou réhabilités afficheront une capacité d'hébergement de 120 lits (une moyenne de 6 lits par établissement / 20 prévus pour cette année 2008).

Après une phase d'information et de sensibilisation réalisée par le prestataire responsable du diagnostic de concert avec l'équipe du POS dans les Oasis concernés, les associations locales et les porteurs de projet individuels ont été informés de la nécessité à souscrire une *Charte du tourisme oasien solidaire qui est en cours d'élaboration* et à signer une *Convention de partenariat* avec le POS.

Le projet de Tourisme Oasien a permis le démarrage de la construction d'infrastructures d'accueil touristiques dans l'oasis de TIGHMERT / Commune Rurale d'ASRIR/ Province de GUELMIM. Ces trois structures d'accueil sont en cours d'achèvement.

Trois guides locaux ont été identifiés dans l'Oasis de TIGHMERT et ont bénéficié d'une première action de formation ainsi que les jeunes porteurs de projet.

## 1.2. PROBLEMES A RESOUDRE PAR LE PROJET

Le projet a pour objectif de pallier aux écueils suivants :

Le premier problème vient du fait que ni les responsables des structures touristiques d'accueil appelées « accueil chez l'habitant » ni le personnel qui y travaille, ou qui va y travailler, n'ont d'expérience dans le domaine de l'accueil touristique. Il s'agit, en général, de membres de la famille des porteurs de projet qui vont travailler dans l'établissement. Ce sont des ruraux qui ont l'habitude de l'hospitalité telle qu'elle se pratique en milieu traditionnel sahraoui ou amazigh mais qui connaissent encore peu les touristes et la manière de les traiter. Outre les problèmes de gestion, les questions qui se posent concernent l'hygiène, la sécurité, l'alimentation, entre autres. Il en est de même des responsables des associations villageoises qui ignorent à peu près tout du tourisme, alors qu'ils ont ou qu'ils auront bientôt un point d'accueil touristique dans leur oasis ;



Le deuxième problème, qui revêt une importance capitale, est celui de l'accès au marché. Le marché touristique intérieur marocain est encore très peu développé, même si la classe moyenne de Rabat, Casablanca ou Agadir commence à se déplacer dans le pays pour ses loisirs. Mais Elle va rarement dans les zones de l'oasis, préférant les plages du littoral. Compte tenu des conditions locales et des tendances socio-culturelles profondes de la société européenne en matière de consommation de loisirs, c'est donc principalement la clientèle européenne et, peut être plus particulièrement, celle de l'Europe du sud, France, Italie, Espagne, qui fréquentera ce type d'établissement. Le problème est donc d'assurer la promotion de ces nouvelles destinations et de commercialiser les produits et les circuits.

Le troisième problème concerne l'aménagement intérieur de ces structures d'accueil. Celui-ci doit en effet être conforme aux normes du ministère du tourisme marocain. Si cet aménagement n'est pas conforme, elles n'obtiendront pas l'agrément et ne pourront pas accueillir de touristes. Un suivi de la part de l'architecte doit se faire pendant la phase d'aménagement intérieur;

Le quatrième problème concerne l'accès aux oasis touristiques. Dans les « oasis d'accueil touristiques » aucune signalisation n'est installée ce qui crée de grandes difficultés aux voyageurs, à pied ou en voiture pour se rendre seuls dans les oasis et trouver les auberges, gîtes ou maison d'hôte ;

Le cinquième problème concerne la mise en place d'un système de suivi évaluation par le POS afin d'anticiper et d'assurer un management cohérent et pragmatique. Les 20 structures d'accueil sont en effet dispersées sur une zone assez vaste. Un bon suivi requiert une présence régulière sur place du chargé de mission tourisme du POS. Cela permettrait de suivre de près l'état d'avancement des projets et d'éviter tout dérapage lors de l'opérationnalisation des actions. Par ailleurs, les auberges doivent obtenir des autorités de tutelles une autorisation pour exploiter l'établissement. Cela représente un important travail de médiation entre chacune des auberges et le ministère. En parallèle, ces entreprises de tourisme devront s'organiser pour assurer collectivement certaines fonctions

centrales comme le contrôle mutuel sur la qualité des prestations, afin de garantir une qualité totale de l'ensemble du réseau. Cela représente, de la part du POS, un travail d'appui à la concertation et à l'organisation du réseau des prestataires.

### 1.3. BÉNÉFICIAIRES, PARTICIPANTS ET PRINCIPAUX ACTEURS

#### Bénéficiaires

Les bénéficiaires directs du projet sont les responsables et le personnel des 20 structures touristiques. Le projet bénéficiera, plus globalement, aux communes urbaines et rurales de la région, représentant environ 425 211 Habitants Réparti comme suit :

|                 |         |
|-----------------|---------|
| <b>Masculin</b> | 203 131 |
| <b>Féminin</b>  | 222 080 |

Source haut commissariat au plan - Maroc

Mais il est clair que le projet bénéficiera, par effet induit, également à d'autres oasis touristiques de la zone.

#### Acteurs

Le projet mobilisera les catégories suivantes d'acteurs :

- Les responsables et le personnel des unités d'hébergement (chez l'habitant)
- Les associations villageoises des oasis concernés
- Les communes rurales (élus communaux) des zones concernées
- Les services déconcentrés de l'Etat, susceptibles d'avoir un apport spécifique pour le projet (par exemple : Délégation du Tourisme, de l'Equipement, la DAS organe de suivi et de mise en œuvre de l'INDH)
- Les institutions élues : CR, CRT, et CPT
- Les prestataires spécialisés comme l'OFPPT
- 

### 1.4. STRATEGIE D'INTERVENTION

Afin de contribuer à résorber les diverses difficultés signalées au paragraphe 1.2. « Problèmes à résoudre », le POS s'est engagé dans un ambitieux plan d'action annuel pour cette année 2008 :

***Plan d'action pour accompagner les porteurs de projets, investisseurs dans le domaine du tourisme***

La stratégie d'intervention peut se résumer également en 5 points :

- (1) En première phase 20 hébergements seront construits ou réaménagés pour cette année 2008. Cela augmentera substantiellement la capacité d'hébergement de 120 lits environs.

Le tableau suivant décrit la répartition des projets par province

| Provinces      | Sites         | Intitulé du projet        | Partenaires                                       |
|----------------|---------------|---------------------------|---|
| <b>ASSA</b>    | - Oasis       | - 3 projets d'hébergement | Associations                                      |
|                | - Ksar        | - 8 projets d'hébergement |   |
|                |               | - 1 musée                 |   |
| <b>TATA</b>    | - FOUM ZGUID, | - 1 projet d'hébergement  | Associations et jeunes promoteurs                 |
|                | - LAAYOUN,    | - 1 gîte rural            |   |
|                | - AKKA,       | - 1 musée                 |   |
| <b>GUELMIM</b> | - TIGHMERT    | - 3 hébergements          | Associations, investisseurs et femme individuelle |
|                |               | - 1 musée                 |   |
|                | - TAGHJIJT    | - 2 hébergements          |   |
|                | - IFRANE      | - 2 hébergements          |   |
| <b>TOTAL</b>   |               | - 20 hébergements         |   |
|                |               | - 3 musées                |   |

- (2) Le plan d'action 2008 donne la priorité au renforcement des capacités des responsables des unités d'hébergement et de la restauration et du personnel spécialisé qui y sera employé et formera, en même temps les dirigeants des associations de l'Oasis qui accueillent, ou accueilleront, une auberge afin d'établir une synergie entre l'établissement et le Oasis. Les actions de formation devront

tendre vers une « qualité totale » ce qui ne peut être obtenu que par la mobilisation de tous au niveau d'un territoire ;

- (3) Il vise à remplir les hébergements de clients ce qui constitue le meilleur service à leur rendre. Le projet met l'accent sur la réalisation d'outils de promotion (site Internet, brochure, dépliants) et sur le démarchage auprès de prescripteurs, en particulier celui des agences associatives de tourisme et des comités d'entreprises, afin de ne pas introduire de décalage avec le choix initial du programme, de s'orienter vers un « tourisme durable » ;
- (4) Il cherchera à améliorer certaines situations, comme le manque d'autorisation d'exploiter, cette autorisation ne pouvant être délivrée que par le ministère du tourisme à condition, toutefois, que l'établissement soit conforme aux normes. Ceci implique de mobiliser un peu plus l'architecte. Il en est de même de la signalisation routière dont l'absence constitue un handicap pour les Oasis touristiques, difficilement repérables par les touristes, surtout les étrangers qui ne parlent pas la langue locale ;
- (5) Ce présent plan d'action permettra entre autre, en complément aux actions déjà citées, de mobiliser les acteurs locaux, et régionaux de développement institutionnel autour de projets facilitateurs du développement des oasis touristiques. Il s'agira principalement de nettoyage des Oasis, d'aménagement de sentiers de randonnée, de mise en place de Bureau d'Information du Tourisme Oasien BITO.

### III. DESCRIPTION DE L'INTERVENTION ET REALISATIONS

#### 2.1. OBJECTIF GENERAL

Ce plan d'action a pour finalité d'améliorer le niveau de vie des populations oasiennes et d'améliorer leurs conditions de vie.

Son objectif général est de renforcer le dispositif de développement du tourisme oasien et solidaire dans la zone afin d'améliorer la qualité des services proposés aux clients.

#### 2.2. OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Améliorer le niveau de formation des responsables et du personnel des auberges
- Améliorer les conditions d'accueil
- Faciliter le déplacement des touristes

- Améliorer la promotion et l'accès au marché
- Améliorer le suivi des projets des porteurs de projets

### 2.3. RESULTATS ATTENDUS

#### ***R1 – Le niveau de formation des dirigeants et du personnel des auberges a été amélioré : 60 apprenants***

- Les responsables des 23 structures touristiques ont amélioré leur capacité de gestion des auberges;
- Le personnel de base des auberges a amélioré ses connaissances dans les domaines spécifiques liés à leur activité professionnelle : accueil, cuisine, sécurité, hygiène, accompagnement. Le projet a permis une formation de base pour 60 personnes ;
- Les responsables tourisme des associations villageoises des villages touristiques (oasis) ont également reçu une formation de base.

### 2.4 RESULTATS ATTEINTS

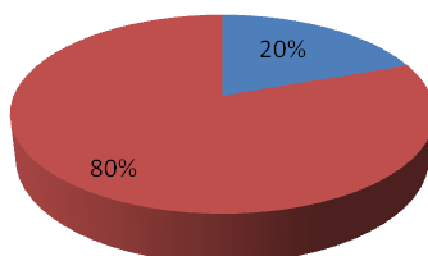
La formation s'est étalée sur 15 jours à MIRELEFT, Province de TIZNIT, dans l'institut de technologie appliqué de tourisme. Elle a porté sur 15 modules pratiques selon une méthodologie de simulation et de mise en situation. Les fonctions principales qui constituent le corps du métier d'un professionnel du tourisme oasisien ont été enseignées par des professionnels : cuisinier, restaurateur et enseignant universitaires. Les guides interprètes se sont focalisés sur l'interprétation de l'environnement, faune, flore, cartographie ainsi que la communication, les gérants sur les techniques de gestion et enfin les cuisiniers sur la gastronomie locale, l'hygiène et le service de salle.

Apprenants entrain de préparer le repas

un groupe de bénéficiaires en plein exercice de nettoyage

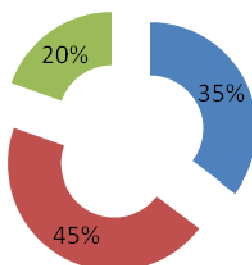
## répartition de la formation en fonction du genre

■ femme 10 ■ homme 41



## répartition des bénéficiaires par provinces

■ TATA ■ ASSA ■ GUELMIM ■



***R2 – L'aménagement intérieur des auberges a été amélioré et il est conforme aux normes marocaines***

Chacune des 20 structures d'accueils achevées, ou en cours d'achèvement, a été suivie par l'architecte afin d'améliorer la qualité de l'aménagement intérieur ;

***R3 – Le déplacement des touristes dans les « pays d'accueil touristique » est facilité ( cette action est encours d'étude).***

- La signalisation routière a été réalisée, en français et en arabe, aux principaux carrefours, à partir des grands axes (routes nationales) afin que les touristes puissent trouver seuls l'accès aux villages ;
- Dans chaque village, une signalisation spécifique a également été mise en place afin de faciliter l'accès à l'auberge ;

***R4 – La promotion de la destination est assurée et les produits touristiques sont commercialisés***

Des outils spécifiques permettant d'assurer la promotion du réseau des structures touristiques ont été élaborés et ils sont diffusés ;

Maquette de présentation de l'oasis de TIGHMERT

12 circuits sont élaborés et deux topoguides encours de réalisation ;

Exemples de circuits réalisés

Les circuits seront également commercialisés par des tours opérateurs et par des comités d'entreprises, en particulier de grandes entreprises par le biais d'éducteurs qui seront réalisés en septembre;

***R5 – La qualité et la densité du suivi assuré par le POS ont été améliorés***

Le travail de concertation et d'appui du POS auprès des investisseurs a permis de préparer la création du réseau capable d'assurer des fonctions de synergie telles que la concertation sur les prix et un contrôle interne sur la qualité des prestations ;

Il a également permis de préparer la mise en place d'une structure commerciale destinée à assurer par la suite la fonction d'agence réceptive locale qui aura pour rôle principale :

- Fonction d'information, et de mise en contact
- Fonction de conception des forfaits touristiques et l'analyse de la qualité
- Fonction de promotion et de commercialisation des produits touristiques

Le Bureau d'Information Du Tourisme Oasien – BITO à Tata et à GUELMIM Structuré en G.I.E permettra de créer des forfaits et de structurer l'offre locale en fonction des besoins et des désirs de la clientèle aussi bien nationale qu'internationale.





Réunions de concertation avec les acteurs locaux pour structurer les opérateurs touristiques en Groupement d'Intérêt Touristique.

## 2.5. PARTENARIAT

En fonction des tâches à assurer, le POS a établi des partenariats ad hoc. Ceux-ci ont été établis, par exemple, avec les partenaires suivants :

Conseils régionaux ;

Conseils provinciaux ;

Communes rurales ;

Services extérieurs ;

OFPPT qui a été chargé de la formation spécialisée en tourisme ;

Bureau d'études et association spécialisée en marketing touristique pour le volet promotion et commercialisation ;

Les associations locales des oasis ainsi la fédération des porteurs de projet de ASSA.

## IV. CONCLUSION

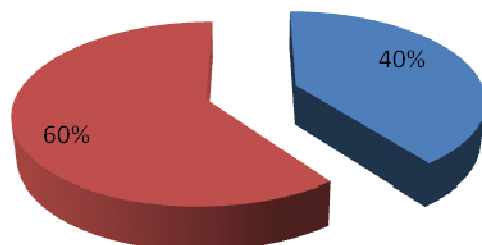
### 4.1. QUALITE ET VIABILITE DU PROJET

#### Réduction de la pauvreté :

Le projet a un rôle essentiel pour attirer vers ces zones marginalisées et leurs oasis, des touristes dont les dépenses resteront pour l'essentiel dans les villages. A raison de 5 emplois par structures touristiques, le projet devrait créer une centaine d'emplois directs. Une dépense direct dans les prestations d'hébergement et de restauration dans une localité rurale génère autant en valeur nominale sous forme de vente de produits de terroir aux touristes (tapis, et produits agricoles de terroirs) ; La multiplication des expériences des voyages solidaires et la croissance exponentielle de la demande dite écotouristique a même suscité le Conseil économique et social de l'ONU à décréter l'année 2002 l'Année internationale de l'écotourisme.

## effet multiplicateur du tourisme

- Dépenses en euros : restauration et hébergement
- Recettes village en euros : produits de terroir agricoles



### Technologies appropriées :

Les auberges ou maisons d'hôte rurales sont construites en matériaux locaux tels que le pisé. Ces matériaux bioclimatiques offrent une ambiance paisible et confortable aux clients d'une part, et conserve le savoir local des artisans maçons ;

### Egalité hommes/femmes :

En favorisant l'investissement familial dans ces structures, le projet donne la possibilité aux propriétaires de confier des responsabilités nouvelles aux femmes de la famille ou du village. Le projet a également formé une dizaines de femmes. Il y a, cependant, encore beaucoup de travail à faire dans ce domaine ;

### Protection de l'environnement :

Le projet vise, par la formation et la sensibilisation, à la fois des responsables tourisme des oasis, des responsables des auberges et des employés, à faire en sorte que tous se sentent responsables de la « qualité globale » de l'environnement et de sa sauvegarde comme du respect des cultures et des traditions. Les touristes sont de plus en plus concernés par la conservation et l'économie des ressources, par le changement climatique et ses impacts. Ils adoptent fréquemment une attitude de « consommation citoyenne ». Les

villageois, comme les investisseurs, devront être sensibilisés et informés sur ces questions afin de ne pas se trouver en trop fort décalage avec les touristes ;

#### 4.2. VIABILITE ET PERENNITE DU PROJET

##### Participation et partenariat :

Le choix du projet de fonder son approche et ses méthodes sur la participation et de travailler en étroit partenariat avec les Administrations, les communes rurales ainsi que la société civile notamment les associations locales, constitue un facteur de pérennité, au de-là de la fin du projet ;

##### Rentabilité économique :

Un gros potentiel de clientèle existe dans les marchés émetteurs en particulier en France et en Europe pour des destinations comme les oasis du Maroc rural à condition que les prestations proposées respectent les normes de qualité.

Le projet est sans nul doute conscient du challenge à relever et par conséquent il apporte aux populations concernés un appui technique et financier pour ré inscrire les initiatives locales dans une logique de marché toutefois cadrées, par les concepts clés de l'économie solidaire. Il a en effet formé les membres du groupement d'intérêt économique qui joueront le rôle de technico-commercial capable de commercialisation la destination des oasis du Sud une fois le projet terminé.