

٤- تقرير آني حول اتجاهات السياحة في المنطقة

الفهرس

٣	أ- التقييم العام
٣	أ.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤
٤	أ.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥
٥	ب. قطاع الطيران
٥	ب.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤
٥	ب.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥
٦	ج. قطاع الفنادق
٦	ج.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤
٧	ج.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥
٨	د. توزيع السفر
٨	د.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤
٩	د.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥
٩	هـ. القطاعات والمنتجات السياحية
١٠	هـ.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤
١١	هـ.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥
١٢	و. الأسواق المصدرة للسياح
١٢	و.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤
١٣	و.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

- و.٣. السوق (العربي) بين الأقاليم- الاتجاهات، والتحديات والفرص ١٥
- و.٣. ١. الاتجاهات الرئيسية ١٥
- و.٣. ٢. الميزات العامة للسوق ١٥
- و.٣. ٣. المسائل والقيود الرئيسية ١٦
- و.٣. ٤. الفرص الرئيسية ١٩
- و.٣. ٥. التوصيات ٢٠
- ز. الإستثمارات المُخطَّط لها ٢٠
- ح. تدابير إنعاش/تحفيز الطلب ٢١
- ط. آفاق السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ٢٤
- ط. ١. التوقعات لعام ٢٠١٥ ٢٤
- ط. ٢. التوقعات على المدى الطويل (آفاق ٢٠٣٠) ٢٤
- ي. التحديات الرئيسية الواجب معالجتها ٢٥

ألف - التقييم العام

- بلغ عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الشرق الأوسط ٥٠ مليون سائح عام ٢٠١٤، بنسبة نمو بلغت ٤ في المائة بعد ثلاث سنوات من الأداء السلبي.
- شهدت منطقة شمال أفريقيا نمواً ضعيفاً، حيث ازداد عدد السياح الدوليين الوافدين بنسبة ١ في المئة فقط عام ٢٠١٤ مقارنةً مع عام ٢٠١٣.
- تُظهر الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥ تراجعاً في عدد السياح الدوليين الوافدين إلى شمال أفريقيا، فيما لا معطيات بعد بشأن المقاصد الرئيسية في الشرق الأوسط .

١. استقبلت منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ٧٠ مليون سائح دولي وافد عام ٢٠١٤، ما يشكّل ارتفاعاً مقارنةً بعددهم الذي بلغ ٦٨ مليون في العام ٢٠١٢. وفي حين أظهرت السياحة الدولية في الشرق الأوسط (+٤ في المئة) بوادر انتعاش ترافقت بتسجيل نتائج جيدة في معظم المقاصد، كانت حركة السياح الوافدين إلى شمال أفريقيا ضعيفة (+١ في المئة) مقارنةً بنسبة نمو بلغت ٦ في المئة عام ٢٠١٣ مقابل العام ٢٠١٢.

٢. تُظهر المؤشرات الرئيسية للشهرين الأولين من عام ٢٠١٥ تراجعاً في السياحة في شمال أفريقيا، حيث انخفض عدد السياح الدوليين الوافدين في المغرب وتونس. أما في الشرق الأوسط فلا معطيات بعد بشأن المقاصد الرئيسية، علماً أن النتائج أولى تُظهر استمرار الانتعاش في السياحة في مصر ولبنان في أواخر عام ٢٠١٤ وطيلة شهر يناير/كانون الثاني ٢٠١٥.

٣. استناداً إلى الاتجاهات الحالية ومؤشر الثقة الخاص بمنظمة السياحة العالمية، تتوقع المنظمة نمواً متواضعاً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، نظراً إلى درجة عالية من الريبة إزاء البيئة الجيوسياسية في المنطقة.

١.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤

٤. أظهر عدد السياح الدوليين الوافدين في الشرق الأوسط بوادر انتعاش (+٤ في المئة)، بعد ثلاث سنوات من الأداء السلبي. فقد جذبت المنطقة مليوني سائح إضافي، ما رفع إجمالي عدد السياح إلى ٥٠ مليون، حيث سجّلت معظم المقاصد نتائج إيجابية.^١

٥. كان المقصدان الرئيسيان في المنطقة اللذان سجّلا نمواً ثنائي الأرقام هما المملكة العربية السعودية (+١٣ في المئة) وسلطنة عمان (+٢٩ في المئة). وأما قطر، فقد شهدت زيادة ملحوظة بنسبة ٨ في المئة في عدد الوافدين عام

^١ عدد كانون الثاني/يناير من بارومتر السياحة العالمية الصادر عن منظمة السياحة العالمية

٢٠١٤، حيث تضاعفت الأرقام تقريباً خلال السنوات الخمسة الأخيرة (من ١,٥ مليون عام ٢٠٠٩ إلى ٢,٨ مليون عام ٢٠١٤). وعلى العكس، شهد كلٌّ من الأردن (+٣ في المئة)، وفلسطين والإمارات العربية المتحدة (٢ في المئة في البلدين) نمواً معتدلاً، بعد أربع سنوات من النتائج الجيدة. وأمّا مصر فقد أظهرت انتعاشاً في النصف الثاني من العام، بعد تراجع في عدد السياح في النصف الأول منها. كذلك، عاد لبنان وسجّل نمواً (+٦ في المئة) بدءاً من الفصل الثالث من السنة رغم تراجع كبير في الأرقام عام ٢٠١٣ (١,٣ مليون سائح دولي وافتد) مقارنةً بنسبة ٢,٢ في المئة من السياح الدوليين الوافدين عام ٢٠١٠.

٦. في المقابل، سجّلت منطقة شمال أفريقيا (+١ في المئة) نمواً ضعيفاً، حيث ارتفع عدد السياح الدوليين الوافدين في المغرب بنسبة طفيفة بلغت ٢ في المئة في حين تراجع عدد الوافدين في تونس بنسبة ٣ في المئة.

٧. لم تتغيّر الإيرادات عام ٢٠١٤ في العديد من المقاصد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، غير أن البلدان التي قدمت بيانات سجّلت نمواً إيجابياً في إيراداتها. أفادت مصر عن زيادة بنسبة ٢٤ في المئة في إيرادات السياحة الدولية عام ٢٠١٤، وهي نتيجة مرحّبة بعد أدائها السلبي عام ٢٠١٣ (-٣٩ في المئة) في حين سجّل أيضاً كل من قطر (+٣٣ في المئة)، ونونس (+١٢ في المئة) والأردن (+٦ في المئة) نتائج إيجابية تفوّقت على النمو في عدد الوافدين إلى هذه البلدان.

٢.١. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

٨. استمر عدد السياح الوافدين إلى تونس في التراجع (-١٤ في المئة) حتى شهر مارس/آذار ٢٠١٥ مقارنةً بالفترة ذاتها من العام الماضي. كما أن الهجوم الإرهابي على متحف باردو في تونس في شهر مارس/آذار سدّد ضربة قوية لصناعة السياحة؛ فقد ألغت شركتان رئيسيتان على الأقل للخطوط البحرية رحلاتهما إلى تونس للفترة المتبقية من السنة.

٩. بالمقابل، شهدت مصر زيادة بنسبة ٦ في المئة في عدد السياح الدوليين الوافدين في شهر يناير/كانون الثاني ٢٠١٥ مقارنةً بالنسبة التي سجّلتها في الشهر ذاته في عام ٢٠١٤. كذلك، ارتفعت أعداد السياح في لبنان بنسبة ٢١ في المئة في الأشهر الثلاثة الأولى مقارنةً بالفترة ذاتها من عام ٢٠١٤، في حين أن مهرجان التسوق السنوي في دبي جذب ١٢ في المئة أكثر من الزوّار في الشهر الأول من السنة.

١٠. في ما يلي عرضٌ لأبرز عناوين اتجاهات الأداء في مختلف القطاعات ضمن قطاع السياحة والسفر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عام ٢٠١٤ وخلال الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥:

^٢ الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (CAPMAS)
^٣ <http://www.lebaneseexaminer.com/2015/02/21/winter-lebanon-attracting-tourists-year/>

ب. قطاع الطيران

- سجّلت شركات الطيران في الشرق الأوسط أعلى نسبة إرتفاع في حركة الركاب (+١٣ في المئة) في العام ٢٠١٤ مقارنةً بالعام ٢٠١٣. ولقد شهد الطلب مزيداً من الإرتفاع بنسبة ٩ في المئة في الشهرين الأولين من عام ٢٠١٥.
- كان الطلب على شركات الطيران الأفريقية الأضعف بين جميع الأقاليم، حيث ارتفع حجمه بنسبة ١ في المئة فقط عام ٢٠١٤ مقارنةً بالعام ٢٠١٣. كما تراجع حجم الطلب بنسبة ١ في المئة من سنة لأخرى في فبراير/شباط ٢٠١٥.

ب.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤

١١. تظهر المعطيات المتعلقة بالنقل الجوي والصادرة عن الإتحاد الدولي للنقل الجوي أن شركات الطيران الشرق أوسطية سجّلت أكبر زيادة في حركة الركاب عام ٢٠١٤، مع ارتفاع بنسبة ١٣ في المئة مقارنةً بالعام ٢٠١٣.

١٢. استفادت شركات الطيران في منطقة الشرق الأوسط من نمو متين في التجارة ما ساهم في توسع في السفر المرتبط بالأعمال على الدرجة الممتازة. كما أن اقتصادات المنطقة في موقع يسمح لها التصدي لهبوط الإيرادات النفطية فيما استمرت شركات الخطوط الجوية في المنطقة في اكتساب حصّة من السوق. وبقيت القدرة الإستيعابية بنسبة ١١ في المئة عام ٢٠١٤، أي نقطتين مؤبقتين دون النمو في الطلب، الأمر الذي رفع معدّلات الإشغال بنسبة ٧٨ في المئة في العام ٢٠١٤ مقارنةً بنسبة ٧٧ في المئة في العام المنصرم.

١٣. كان الطلب الدولي على شركات الطيران الأفريقية الأضعف بين جميع الأقاليم، حيث ارتفع الحجم بنسبة ١ في المئة فقط في العام ٢٠١٤ مقارنةً بالعام ٢٠١٣. وتُعتبر الآثار المباشرة لتفشي مرض إيبولا طفيفة؛ فقد أُعيق النشاط الاقتصادي والطلب على السفر الجوي بفعل الضعف في الاقتصادات الأفريقية الأكبر، بما في ذلك الاقتصاد النيجيري، الذي يعتمد إلى حدّ بعيد على الإيرادات النفطية. أما توسع القدرة الإستيعابية بنسبة ٣ في المئة فكان أعلى من نمو حركة الركاب، ما أفضى إلى تقلص معدّلات الإشغال التي بلغت ٦٨ في المئة مقارنةً بنسبة ٦٩ في المئة عام ٢٠١٣.

ب.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

١٤. شهدت شركات الطيران في الشرق الأوسط ارتفاعاً في الطلب بنسبة ٩ في المئة في الشهرين الأولين من عام ٢٠١٥، وهي نسبة النمو الأقوى بين جميع الأقاليم. كما ارتفعت القدرة الإستيعابية بنسبة ١١ في المئة، فبلغت معدّلات الإشغال ٧٨ في المئة، متخطيةً بشكل طفيف المعدل العالمي.^٤

^٤ <http://www.iata.org/whatwedo/Documents/economics/passenger-analysis-feb-2015.pdf>

١٥. استمر طلب الركاب على شركات الطيران الأفريقية في التراجع حيث انخفض حجمه بنسبة ١ في المئة سنة بعد سنة في فبراير/شباط ، وكان الإقليم الوحيد الذي سجّل نمواً سلبياً. وقد تمّ خفض القدرة الإستيعابية لتتماشى مع مستوى أدنى للطلب، فبقي معدّل الإشغال بنسبة ٦٦ في المئة، وهو المعدّل الأدنى في أي إقليم من الأقاليم.

١٦. يتوقع الإتحاد الدولي للنقل الجوي نمو الأرباح الصافية بعد اقتطاع جميع الضرائب في شركات الطيران الشرق أوسطية لتبلغ ١,٦ مليار دولار أميركي عام ٢٠١٥ (بعد أن بلغت ١,١ مليار دولار أميركي عام ٢٠١٤). أما شركات الطيران الأفريقية، فمن المتوقع أن تحقق أرباحاً إيجابية (٢٠٠ مليون دولار أميركي عام ٢٠١٥، وهو تحسّن مقارنة بالأداء عند التعادل عام ٢٠١٤).^٥

ج. قطاع الفنادق

- سجّلت الفنادق في الشرق الأوسط نتائج إيجابية من حيث نسب الإشغال (+٣ في المئة)، ومتوسط السعر اليومي (+١ في المئة)، وإيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+٤ في المئة) عام ٢٠١٤. وشهد الشهران الأولان من عام ٢٠١٥ انخفاضاً في مستويات أداء هذه المؤشرات الثلاث.
- شهدت الفنادق في شمال أفريقيا نمواً في مستويات أداء المؤشرات الثلاث: مستويات إشغال الغرف (+١٢ في المئة) وإيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+١٥ في المئة)، ومتوسط السعر اليومي (+٣ في المئة) عام ٢٠١٤. غير أن مستويات إشغال الغرف بلغت نسبة ٥٢ في المائة فقط. كذلك، سجّلت في الشهرين الأولين من عام ٢٠١٥ نتائج إيجابية لأداء هذه المؤشرات الثلاث.

ج.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤

١٧. أظهرت الفنادق في الشرق الأوسط نتائج إيجابية في ما يتعلق بكفاءة مؤشرات الأداء الثلاث: نسب إشغال الغرف (+٣ في المئة)، ومتوسط السعر اليومي (+١ في المئة)، وإيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+٤ في المئة). وكانت إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة التي بلغت ١٤٠,٥٢ دولار أميركي هي الأعلى في العالم.^٦ لقد شهد الشرق الأوسط أحد أدنى مستويات النمو من حيث الإمداد خلال السنوات الستة الأخيرة. فالإمداد الأدنى، الذي ترافق بزيادة ٩ في المئة في الطلب، أدّى إلى وقع إيجابي على نسبة الإشغال الذي حفّز نمو إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة.

١٨. أنهت الفنادق في دبي عام ٢٠١٤ بأعلى المعدلات في نسب الإشغال ومتوسط سعر الغرف في ديسمبر/كانون الأول الذي شهد مستويات عامة في الأداء فاقت المستويات المسجّلة عام ٢٠١٣. وقد حفّز هذه الزيادة ارتفاع بنسبة ٢ في المئة في متوسط السعر اليومي، غير أن السوق شهد تراجعاً طفيفاً في معدّلات الإشغال بنسبة ٠,٢ نقطة مئوية فأقلّت السنة بنسبة ٨٠ في المئة.^٧

^٥ <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2014-12-10-01.aspx>

^٦ http://www.hotelnewsnow.com/media/File/PDFs/Monthly_charts/GlobalHotelReview_Media_December_2014.pdf

^٧ <http://www.hoteliermiddleeast.com/19357-dubai-hotels-report-top-profits-for-fourth-year/#.U0QX5maoXIU>

١٩. والجدير بالذكر أن فنادق دبي استقبلت أكثر من ١١,٦ مليون زائر عام ٢٠١٤ - مسجلةً بذلك ارتفاعاً بنسبة ٦ في المئة مقارنةً بالسنة الفائتة، رغم التراجع في عدد الزوار الروسيون - نتيجة الوضع الجيوسياسي وانخفاض قيمة الروبل. كذلك، فإن النمو المطرد الناجم عن الأسواق التقليدية المصدرة للسياح مثل المملكة العربية السعودية والهند، والمملكة المتحدة، والنمو الملحوظ في نزلاء الفنادق القادمين من الصين ساهم في إجمالي النتائج الإيجابية التي سجلها العام.

٢٠. الأسواق الثلاثة التي أفادت عن نمو ثنائي الأرقام في مؤشرات الأداء الثلاثة كانت أبو ظبي، والدوحة وبيروت. وشهدت الفنادق في بيروت انتعاشاً قوياً في مستويات الأداء خلال الجزء الأخير من عام ٢٠١٤، فانتهت السنة بنمو بلغ ٥ في المئة في هوامش الربح. وأنقذت فنادق المنامة بفعل طلب أعلى على السياحة الترفيهية من المملكة العربية السعودية بفضل استقرار سياسي أكبر. وشهدت إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة نمواً بنسبة ٥ في المئة بعد أن ارتفع معدل الإشغال بنسبة ٦ في المئة، في حين انخفض متوسط معدل الغرفة بنسبة ١ في المئة عام ٢٠١٣.^٨

٢١. وفي ظل هدوء التوترات السياسية، وعودة السواح إلى البلاد، سجلت الفنادق في مصر أداءً أفضل بكثير.

٢٢. شهدت الفنادق في شمال أفريقيا نمواً في مؤشرات الأداء الثلاثة: الإشغال (+١٢ في المئة)، وإيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+١٥ في المئة)، ومتوسط السعر اليومي (+٣ في المئة) عام ٢٠١٤؛ غير أن مستويات الإشغال بلغت ٥٢ في المئة فقط.

ج.٢. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

٢٣. شهدت فنادق الشرق الأوسط انخفاضاً هذا العام حتى تاريخه في مؤشرات الأداء الثلاثة في شهر فبراير/شباط ٢٠١٥. تراجع الإشغال بنسبة ١ في المئة، وإيرادات الغرفة الواحدة المتاحة بنسبة ٢ في المئة، ومتوسط السعر اليومي بنسبة -٠,٢ في المئة. ومن ناحية أخرى، ارتفعت معدلات الإشغال في شمال أفريقيا بنسبة ٩ في المئة، وإيرادات الغرفة الواحدة المتاحة ومتوسط السعر اليومي بنسبة ١٩ و ٩ في المئة على التوالي. إنما ورغم أن إقليم شمال أفريقيا يسجل تحسناً كبيراً، كان معدل الإشغال دون ٥٠ في المئة في الإقليم الفرعي.^٩

٢٤. ومن بين البلدان الرئيسية في الإقليم، شهدت مصر زيادات ملحوظة في إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+٣٣ في المئة إلى ٣٦,٧٥ دولار أمريكي) وفي متوسط السعر اليومي (+٢٩ في المئة إلى ٧٨ دولار أمريكي). وأفادت القاهرة عن الزيادة الأعلى في معدل الإشغال (+٤٠ إلى ٥١ في المئة) وفي إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+٤٤ في المئة إلى ٥٢,٨٨ دولار أمريكي)

^٨ http://www.trimideast.com/upload/documents/HotStats_MENA_Chain_December_2014.pdf
^٩ http://www.hotelnewsnow.com/media/File/PDFs/Monthly_charts/GlobalHotelReview_Media_February_2015.pdf

٢٥. بالإضافة إلى القاهرة، سجّل سوقان رئيسيان آخران زيادة بأكثر من ٢٠ في المئة في مؤشرين أساسيين: فقد سجّلت بيروت ارتفاعاً في معدّل الإشغال (+ ٢٤,٧ إلى ٤٩ في المئة) وفي إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+٣٠ في المئة إلى ٧٣,٢٨ دولار أمريكي)، كما سجّلت أبو ظبي زيادة ثنائية الأرقام في متوسط السعر اليومي (+٢٧ في المئة إلى ١٨٧,٦٣ دولار أمريكي) وفي إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة (+٢٩ في المئة إلى ١٥١,١٥ دولار أمريكي). أما عمان (-١٩ في المئة) ومسقط (-١٠ في المئة) فقد شهدا تراجعاً ثنائي الأرقام في إيرادات الغرفة الواحدة المتاحة.

د. توزيع السفر

- استمر قطاع السياحة والسفر في دول مجلس التعاون الخليجي من الاستفادة من زيادة إجمالية في الطلب على السياحة عام ٢٠١٤. وقد استفادت المؤسسات السياحية في مصر ولبنان من الانتعاش في قطاع السياحة، في حين بقيت شركات السفر في الأردن تواجه الصعوبات.
- تواصل إتجاهاً مشابه في الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥، رغم أن دبي أظهرت بعض علامات التباطؤ.

١.١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤

٢٦. استمر قطاع السياحة والسفر في دول مجلس التعاون الخليجي من الاستفادة من الزيادة الإجمالية في الطلب على السياحة، رغم أن مداخليل القطاع التي اعتمدت على السوق الروسي تعرّضت لصعوبات حادة، وبخاصة في دبي. كذلك، سجّلت الشركات التي تسيّر رحلات مؤجرة وتعمل مع كبار مشغلي الجولات السياحية تراجعاً بنسبة ٣٠ في المئة أو أكثر، بهوامش تعرّضت للضغوطات بفعل تزايد التنافس.^{١٠}

٢٧. في المشرق، سجّل قطاع السياحة والسفر في لبنان نتيجة أفضل عام ٢٠١٤ حيث شهدت السياحة انتعاشاً في النصف الأخير من السنة. في البتراء، الأردن، استمر هذا القطاع يعاني من تراجع في عدد الزوّار السنويين الذي انخفض بنسبة ٥٠ في المئة منذ عام ٢٠١٠. فاضطر أصحاب الفنادق على إغلاق أبوابهم أو تسريح الموظفين في ظلّ انخفاض عدد زوّار المبيت؛ وبالتالي، فقدت ١٥٠٠ وظيفة في قطاع السياحة.

٢٨. وفي مصر، بالنسبة إلى آلاف المصريين الذين تعتمد مداخليلهم على السياحة، تجدد الأمل حين شهدت أعداد السياح ارتفاعاً ملحوظاً في النصف الثاني من السنة بعد ظهور بوادر الاستقرار السياسي.

^{١٠} <http://www.oxfordbusinessgroup.com/overview/sustaining-growth-innovative-strategies-are-being-employed-improve-offerings>

٢.د. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

٢٩. يستفيد قطاع السياحة والسفر في سلطنة عمان من بداية إيجابية عام ٢٠١٥ ويتوقع سنة جيدة، ومن المرتقب أن تشهد السياحة في سلطنة عمان أحد أكبر التحسّنات في العالم هذه السنة. كذلك، أبلّى كلّ من البحرين وقطر بلاءً حسناً في بداية العام، حيث استقطب مهرجان ربيع الثقافة في البحرين الذي جرى في شهر مارس/آذار الكثير من المديح. وكلّ هذا حفز قطاع السياحة والسفر في هذه المقاصد.

٣٠. شهد لبنان موسم تزّج ممتاز هذا الشتاء، حيث ارتفع عدد الزوّار القادمين من الأسواق التقليدية. ومن ناحية أخرى، عانت الأردن تراجعاً في الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥، حيث أقلت الفنادق في البتراء بفعل معدلات إشغال بائسة. كما شهد كلّ من المغرب وتونس نكسةً مماثلة. وهذا يؤثر سلباً على قطاع السياحة والسفر، بعد أن ظهرت بعض بوادر الأمل في تجدد السياحة عام ٢٠١٤.

٣١. كانت بداية العام في مصر جيدة حيث تواصل التحسن الذي شهدته في النصف الثاني من عام ٢٠١٤، وارتفع عدد السياح القادمين من أسواقها التقليدية. تُعتبر أرقام ٢٠١٤، وبفارق كبير، الأفضل منذ عام ٢٠١١، ويرى قطاع السياحة والسفر أن عام ٢٠١٥ يجب أن يسجّل نتيجةً أفضل في حال استمر الاستقرار السياسي. وقد استفادت فنادق القاهرة بشدة في الفصل الرابع من عام ٢٠١٤، ومن المتوقع أن يتواصل هذا الاتجاه طوال عام ٢٠١٥. وهذه أخبار طيبة بالنسبة إلى قطاع السياحة والسفر الذي تهدّم بفعل آثار الربيع العربي في السنوات الأخيرة.

هـ. القطاعات والمنتجات السياحية

- نما قطاع السياحة الترفيهية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في معظم المقاصد، في حين شهدت قطر والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة نمواً متواصلًا في قطاع سياحة الأعمال.
- تأثرت السياحة الدينية في المملكة العربية السعودية بسبب القيود على القدرة الاستيعابية المتعلقة بتوسيع الجامع الكبير في مكة المكرمة وغيرها من البنى التحتية الحاسمة المتصلة بمناسك الحج^{١١}، ولكن من المتوقع أن ترتفع هذه المعدلات بصورة منتظمة خلال السنوات القادمة.
- استمرت السياحة النهرية تعاني صعوبات في مصر، في حين حققت نمواً متيناً في بلدان مجلس التعاون الخليجي.
- تأثرت السياحة الطبية في لبنان، في حين كانت أكثر قدرة على الصمود في الأردن وهي تشكل حالياً مجال تركيز في الإمارات العربية المتحدة.
- حافظ الأداء في الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥ في دول مجلس التعاون الخليجي على ثباته في مختلف القطاعات والمنتجات السياحية. وشهد كلّ من تونس والمغرب والأردن تراجعاً في أعداد السياح في مختلف القطاعات، في حين بدا الطلب على قطاع السياحة الترفيهية في مصر متزايداً.

^{١١} <http://www.oxfordbusinessgroup.com/overview/sustaining-growth-innovative-strategies-are-being-employed-improve-offerings>

هـ. ١. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤

٣٢. تشكل السياحة الترفيهية الركيزة الأساسية لغالبية المقاصد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ففي شمال أفريقيا، سجّل المغرب نمواً متواضعاً بنسبة ٢ في المئة في أعداد السياح الدوليين الوافدين لعام ٢٠١٤، وغالبيتهم يأتون لأغراض السياحة الترفيهية، في حين سجّلت تونس تراجعاً (-٣ في المئة) عام ٢٠١٤. وشهد هذان المقصدان تراجعاً كبيراً في أعداد السياح الوافدين من فرنسا في نهاية السنة. ولقد أظهرت السياحة الترفيهية في مصر علامات تحسّن ملحوظ في النصف الثاني من العام، حيث ساد الاستقرار السياسي ورفعت البلدان الرئيسية المصدرة للسياح التحذيرات على السفر التي كانت فرضتها.

٣٣. في لبنان، إن الاستقرار النسبي الذي تلا تشكيل الحكومة في شهر فبراير/شباط ٢٠١٥، وما استتبعها من إطلاق حملات ترويجية ورفع الحظر على السفر من جانب بلدان مجلس التعاون الخليجي قبل موسم الصيف، ساعد في إعادة إحياء السياحة الترفيهية. أما في الأردن، فبقيت السياحة الترفيهية تعاني من تراجع تدفق السياح بسبب الاضطرابات الإقليمية، وتفاقم هذا الوضع بفعل مضاعفة الرسوم على التأشيرات السياحية في مارس/آذار ٢٠١٤.^{١٢}

٣٤. استمرت دول مجلس التعاون الخليجي بالاستفادة من تزايد تدفق السياح الإقليميين والدوليين. ففي المملكة العربية السعودية بلغت أعداد الحجّاج ذروتها بحوالي ٤ ملايين شخص عام ٢٠١٣، إنما بسبب مشروع إعادة التجديد في مدينة مكّة، لم تصل أعدادهم في العام ٢٠١٤ إلى مليوني شخص.^{١٣}

٣٥. شهد قطاع سياحة الأعمال نمواً مستداماً في أبرز دول مجلس التعاون الخليجي وتحديداً قطر والمملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، حيث سجّلت هذه الدول نمواً سنوياً إيجابياً في سياحة الأعمال وسياحة الإجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض. ويتواصل النمو في أعمال تطوير البنية التحتية وبخاصة في دبي، حيث ما زالت أنشطة البناء المتنامية تجذب المستثمرين والموردين إلى معارضها وفعاليات إطلاق مشاريعها.

٣٦. استضافت قطر والإمارات العربية المتحدة، وهما من المقاصد الرئيسية للسياحة الرياضية، العديد من الفعاليات الرياضية في المواعيد المحددة. في البحرين، أعطى سباق "الفورمولا وان" الذي نُظّم على مدى ثلاثة أيام دفعاً للقطاع السياحي حيث تخطت معدلات إشغال الفنادق نسبة ٨٥ في المئة في الفنادق من فئة الأربع والخمس نجوم، بزيادة بلغت ١٥ في المئة من سنة لأخرى.^{١٤} وفي الإمارات العربية المتحدة، استقطبت سباق سيارات "الفورمولا وان" في أبو ظبي المزيد من الزوّار الدوليين فيما عزّز المنظمون القدرة الاستيعابية لتلبية الطلب المتنامي.

^{١٢} <http://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/middleeast/jordan/10739113/Jordans-visa-fee-doubled-despite-drop-in-tourist-numbers.html>

^{١٣} <http://www.hotelnewsnow.com/Article/14960/Saudi-religious-tourism-changes-spark-growth>

^{١٤} <http://www.moc.gov.bh/en/mediacenter/news/2014/April2014/Name,11259,en.html>

٣٧. بقيت سياحة الرحلات النهرية تعاني صعوبات في مصر عام ٢٠١٤، كما انخفض عدد هذه الرحلات في تونس. وفي الإمارات العربية المتحدة، استقبلت دبي ٣٥٨ ألف راكب على متن ٩٤ سفينة سياحية رست في موانئها عام ٢٠١٤، فيما رست في موانئ أبو ظبي حوالي ٢٥ في المئة أكثر من السفن السياحية و١٦ في المئة أكثر من الركاب خلال العام. أما سلطنة عمان التي برزت كمقصد ممتاز للرحلات البحرية، فقد سجّلت وصول ٣٠٠ ألف سائح بحري عام ٢٠١٤. ومن المتوقع أن تتعزز السياحة البحرية بفعل تأشيرة الدخول المتعدد الجديدة التي اعتمدها الإمارات العربية المتحدة، والتي من المتوقع أن تسهل سفر السياح البحرينيين بين الإمارات العربية المتحدة والدول المجاورة لها.^{١٥}

٣٨. درّت السياحة الطبية أكثر من مليار دولار أمريكي عام ٢٠١٤، إذ بلغ إجمالي عدد المرضى الأجانب الذين قصدوا الأردن للعلاج ٢٥٠ ألف مريض، وهو عدد مماثل تقريباً للذي سجّله السنة الفائتة، وفقاً لجمعية المستشفيات الخاصة في الأردن. ويرافق كل مريض شخصان، ما رفع إجمالي عدد الأشخاص المرافقين للمرضى إلى حوالي نصف مليون شخص.^{١٦} وفي دبي، التي تهدف إلى أن تصبح مركزاً للسياحة الطبية في منطقة الخليج، وصل عدد السياح الذين قصدوها للعلاج إلى ١٣٥ ألف شخص عام ٢٠١٤، بعد أن كان ١٢٠ ألف شخص عام ٢٠١٣. وتهدف دبي إلى استقطاب ٥٠٠ ألف سائح لأغراض طبية بحلول عام ٢٠٢٠.^{١٧}

٢.٥. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

٣٩. عانت السياحة الترفيهية وسياحة الرحلات النهرية في المغرب وتونس صعوبات، سيما أن هذين البلدين يعتمدان إلى حد بعيد على سياحة الرحلات النهرية. غير أن هذه السياحة انتعشت مجدداً في النيل، وثمة تصور عام بأنه إذا استمر الاستقرار السياسي، فإن معظم السفن التي كانت تبحر على النيل قبل اندلاع الثورة، والتي بلغ عددها ٣٥٠ ألف سفينة، سوف تعود لتستأنف نشاطها.

٤٠. في دبي، أنجز مشروع بارز من خلال افتتاح محطة حمدان بن محمد الجديدة لسفن الرحلات البحرية، حيث رست ٥ سفن بالتزامن في شهر يناير/كانون الثاني ٢٠١٥ وكان على متنها ٢٥ ألف راكب.

٤١. تشهد دبي ارتفاعاً في الطلب على قطاع السياحة الطبية، وبخاصة من داخل الأسواق العربية.

٤٢. بفضل الاستقرار النسبي في البحرين، استمر الأداء الجيد في قطاعات السياحة الترفيهية، والرياضية وسياحة الأعمال. وقد لاقى مهرجان ربيع الثقافة الذي جرى تنظيمه في مارس/آذار صدىً جيداً، كما من المتوقع أن يشكّل سباق سيارات "الفورمولا وان" في البحرين دفعةً لرفع معدلات الإشغال في الفنادق. وتحافظ الأسواق في بلدان الخليج الأخرى على أداء ثابت في مجال القطاعات والمنتجات السياحية.

^{١٥} <http://www.thenational.ae/business/travel-tourism/record-month-for-new-cruise-terminal-in-dubais-mina-rashid>
^{١٦} <http://www.phajordan.org/EN/News/NewsDetails/tabid/71/ArticleId/139/Medical-tourism-generates-over-JD1-billion-in-2014-PHA.aspx>
^{١٧} <http://www.thefirstgroup.com/en/news/2015/1/dubai-hospitals-go-high-tech-to-attract-medical-tourists.aspx>

و. الأسواق المصدرة للسياح

- استمر السياح الدوليون بالسفر إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عام ٢٠١٤، علماً أن الأرقام اختلفت باختلاف المقاصد.
- ما زال الطلب على السياحة بين بلدان الإقليم إلى دول مجلس التعاون الخليجي يبني على الأداء الإيجابي في العام المنصرم. وارتفع أيضاً عدد الزوّار العرب إلى مصر ولبنان.
- في الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥، تراجع إقبال السياح الأوروبيين على تونس والمغرب. أما في دول مجلس التعاون الخليجي، فحافظت حركة السياح القادمين من آسيا والشرق الأوسط على زخم النمو الذي حقّفته في السنة الفائتة.

١.٥. نتائج السنة بأكملها - ٢٠١٤

٤٣. شهد الطلب على السفر الجوي من آسيا والمحيط الهادئ باتجاه أفريقيا والشرق الأوسط نمواً بنسبة ١٧ في المئة عام ٢٠١٤، رغم أنه سجّل تباطؤاً في نهاية السنة. كما ازداد السفر الجوي من القارة الأمريكية وأوروبا بنسبة ٦ في المئة و١ في المئة على التوالي، رغم أن الأشهر الأربعة الأخيرة شهدت انخفاضاً في الطلب بسبب النزاع الإقليمي والتطرف.^{١٨} كما ازداد الطلب على السياحة بين الأقاليم بنسبة أقل (١ في المئة).

٤٤. في حين شهدت المغرب نمواً عاماً عام ٢٠١٤ مقارنةً بالعام ٢٠١٣، ظهرت طلائع قائمة حين سجلت فرنسا، التي تشكل السوق الأهم بالنسبة إليها من حيث تصدير السياح، تراجعاً في الحجوزات بنسبة ٤٦ في المئة في شهر ديسمبر/كانون الأول ٢٠١٤ مقارنةً بالحجوزات في ديسمبر/كانون الأول ٢٠١٣. ويُعزى هذا التراجع إلى الأعمال الإرهابية الموجهة ضد مواطنين فرنسيين في بلدان مجاورة.^{١٩} كذلك، توافد إلى تونس عدد أقل من المواطنين الفرنسيين (- ٦ في المئة).

٤٥. حتى شهر سبتمبر/أيلول، شهد الأردن هبوطاً بنسبة ١٣ في المئة في زوّار النهار من الإقليم، ونمواً بنسبة ٣ في المئة في زوّار المبيت يتصدّهم الزوّار الوافدون من أوروبا، مقارنةً بالعام ٢٠١٣. وفي لبنان، ارتفع عدد الزوّار العرب بنسبة ١٥ في المئة، وعلى رأسهم العراقيون. أمّا التراجع الذي تسجّل في الفصل الأول من العام فقد تعوّض إلى حدّ كبير في الأشهر اللاحقة، وبخاصة بعد أن رفعت حكومات دول مجلس التعاون الخليجي الحظر على السفر.

٤٦. في مصر، ارتفع عدد الوافدين من الأسواق التقليدية المصدرة للسياح في أوروبا الغربية، وأوروبا الشرقية والشرق الأوسط بنسبة ٧٠ في المئة في الفصل الثالث من عام ٢٠١٤ مقارنةً بالفترة المقابلة لها في العام ٢٠١٣. بشكل عام، قام حوالي ١,٦ مليون سائح عربي بزيارة مصر في العام ٢٠١٤، أي بزيادة بلغت ١٦ في المئة مقارنةً بالسنة الفائتة. على الرغم من قرب دول مجلس التعاون الخليجي الجغرافي من مصر، فإن نسبة السياح الوافدين منها لزيارة مصر، مقارنةً بإجمالي عدد السياح، لم تتجاوز نسبة ٢٠ في المئة في أي شهر من عام ٢٠١٤.^{٢٠}

٤٧. أما في دول مجلس التعاون الخليجي، فيعكس نمو عدد السياح الدوليين الوافدين من كافة مناطق العالم نتائج الأداء القوي، حيث شهد الطلب على السياحة بين الأقاليم نمواً مطرداً. وبالنسبة إلى دبي، لم تتغير الأسواق العشرة الأولى المصدرة للسياح عام ٢٠١٤ مقارنةً بالعام ٢٠١٣ حيث حلت المملكة العربية السعودية في المرتبة الأولى. وشكّل كل من الهند والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية وإيران وسلطنة عُمان والصين والكويت وروسيا وألمانيا الأسواق الأخرى الأهم المصدرة للسياح الوافدين إلى دبي. كذلك، سجّلت أعداد السياح الصينيين الوافدين إلى دبي نمواً ملحوظاً بنسبة ٢٥ في المئة عام ٢٠١٤ مقارنةً بالسنة المنصرمة. وازداد إجمالي عدد نزلاء الفنادق بنسبة ٦ في المئة رغم التراجع في عدد الزوّار الروسيين - نتيجة الوضع الجيوسياسي الحالي والتراجع في قيمة الروبل.^{٢١}

٤٨. في قطر، ازداد عدد الزوّار القادمين من دول مجلس التعاون الخليجي، وهو السوق الأكبر المصدّر للسياح، بنسبة ٣ في المئة ليصل إلى ١,٢ مليون سائح وافد. وشهد عدد الوافدين من آسيا ارتفاعاً حاداً (+ ٢٠ في المئة)، فوصل إجمالي عددهم إلى ٧٨٢,٩٠٤ زائر. وازداد إجمالي عدد الزوّار بنسبة ٨ في المئة ليصل إلى ٢,٨٣ مليون زائر.^{٢٢}

٤٩. وسجّلت سلطنة عمان، وهي من بين المقاصد الرئيسية للعطل القصيرة بالنسبة إلى السياح من دول مجلس التعاون الخليجي، نمواً بنسبة ١٧ في المئة من حيث أعداد السياح الوافدين من دول الخليج في نهاية الفصل الثالث من العام ٢٠١٤. وكانت الأسواق الأوروبية الثلاثة الأكثر تصديراً للسياح هي المملكة المتحدة (+٤ في المئة)، وفرنسا وألمانيا. أما إيطاليا (+ ٢٢ في المئة) التي حلت في المرتبة الرابعة، فقد برزت كأحد الأسواق المصدرة للسياح الذي سجّل الأداء الأفضل من بين جميع الأسواق الأجنبية التي تساهم في قطاع السياحة في البلاد.^{٢٣}

٢.٠. المؤشرات الرئيسية للأشهر الأولى من عام ٢٠١٥

٥٠. تمثّلت العوامل الأهم التي أثّرت على السفر إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥ في المخاوف من تنظيم داعش وغيرها من الأعمال الإرهابية، وهبوط قيمة اليورو والروبل، ما رفع كلفة السفر إلى حدّ كبير بالنسبة إلى الوافدين من هذه الأسواق المصدرة للسياح.

^{٢٠} <http://www.albawaba.com/business/checking-or-out-egypt-and-arab-tourism-through-2014-675956>

^{٢١} <http://gulfbusiness.com/2015/03/dubai-hotel-guests-cross-11-6m-5-6-2014/#.VSTkdfmUeSo>

^{٢٢} <http://dohanews.co/qatar-hotel-options-multiply-2015-amid-rising-visitor-numbers/>

^{٢٣} <http://www.muscatdaily.com/Archive/Oman/Oman-received-1.47mn-tourists-in-2014-3ww1>

٥١. ويظهر هذا الأثر بشكل واضح بفعل تراجع حجوزات الفرنسيين لقضاء العطلة في المغرب في شهر يناير/كانون الثاني بنسبة ٦٠ في المئة؛ وقد سجّلت الحجوزات الفرنسية إلى جميع المقاصد تراجعاً بنسبة ١٤ في المئة. والمغرب هو البلد الذي تأثر على النحو الأكبر بين جميع المقاصد في العالم.^{٢٤} في حال استمرّ هذا الاتجاه، سوف تتأثر السياحة في المغرب بصورة ملحوظة سيما أن الفرنسيين يشكلون أغلبية السياح الأجانب الذين يقصدون المغرب.

٥٢. أدى الهجوم الإرهابي الذي طال متحف باردو في قلب العاصمة تونس في ١٨ مارس/آذار إلى شلّ السياحة التونسية. فقد علّق المشغل الإيطالي للرحلات البحرية Costa Crociere رحلاته إلى تونس، ومن المتوقع أن تحذو شركات أخرى حذوه. وإثر تهديدات إرهابية، أصدرت عدة بلدان تحذيرات على سفر رعاياها إلى بعض المقاصد، أو إلى مناطق محددة في هذه المقاصد.

٥٣. تأثر سفر الروسيون بهبوط قيمة الروبل. فتراجعت أعداد الزوّار الوافدين من روسيا إلى دبي بنسبة ٣٦ في المئة في شهر فبراير/شباط ٢٠١٥ مقارنة بالسنة الفائتة، وشهدت تراجعاً أكبر في مارس/آذار. وأدى ذلك إلى هبوط في نسب إشغال الفنادق، وهو هبوط كان حاداً في مدينة لطالما اعتادت على مستويات عالية في الإشغال، وإلى هبوط في بيع السلع الراقية في متاجر التجزئة. بالمقابل، ارتفعت السياحة الروسية إلى مصر بنسبة ١٥ في المئة في الأشهر الأولى من عام ٢٠١٥، ويُعزى هذا الأمر إلى التعاون الوثيق بين مشغلي الجولات السياحية في مصر وروسيا، ما ضمن تدفقاً ثابتاً للسياح الوافدين إلى البلاد، وإلى توجّه الروسيين أكثر فأكثر إلى حزم الرحلات الشاملة وهو من مجالات اختصاص مصر.^{٢٥}

٥٤. حافظت حركة السياح القادمين من آسيا والشرق الأوسط إلى دول مجلس التعاون الخليجي على زخم النمو الذي حقّقته في العام ٢٠١٣، رغم أن الهند خسرت مرتبتها الثانية عام ٢٠١٤ لاصلاح المملكة المتحدة من حيث جنسيات المسافرين الوافدين إلى دبي. بفضل هذا الدعم، والدور الذي تستمر دبي في تأديته حيث أنها تصبح بشكل متنامٍ مركزاً للسفر حول العالم، أطاح مطار دبي الدولي بمطار هيثرو في لندن بوصفه المطار الأكثر استقبالية للمسافرين الدوليين في العالم في عام ٢٠١٤، حيث وصلت أعداد الركاب إلى ٧٠,٤٧ مليون شخص.

٥٥. وسجّل المسافرون المتجهون من الولايات المتحدة الأمريكية إلى الشرق الأوسط زيادةً بنسبة ١٦ في المئة في يناير/كانون الثاني ٢٠١٥، مقارنةً بالشهر ذاته في عام ٢٠١٤.^{٢٦}

^{٢٤} <http://www.morocoworldnews.com/2015/02/152660/number-french-tourists-morocco-decreases-60-january/>
^{٢٥} http://www.todayzaman.com/business_report-number-of-russian-tourists-to-turkey-to-increase-in-2015_376156.html
^{٢٦} <http://travel.trade.gov/tinews/archive/tinews2015/20150324.html>

و.٣. السوق (العربي) بين الأقاليم - الاتجاهات، والتحديات والفرص

و.٣.١. الاتجاهات الرئيسية

٥٦. شهدت السياحة داخل الأقاليم في الشرق الأوسط زيادة مطردة من ٦٦ في المئة عام ١٩٩٥ إلى ٧٥ في المئة عام ٢٠١٠. لكن منذ أحداث الربيع العربي، أفضت البيئة الجيوسياسية السائدة إلى تراجع ملحوظ في السياحة داخل المنطقة. وتحظى السياحة بين الأقاليم بحصة متدنية (٤٢ في المئة من إجمالي السياح الدوليين الوافدين) مقارنة بالحصة التي سجّلتها أقاليم أخرى مثل أوروبا، وآسيا والقارة الأمريكية (التي تمثل أكثر من ٧٠ في المئة من إجمالي السياح الوافدين).

٥٧. عانت السياحة إلى المقاصد الترفيهية التقليدية مثل سوريا، ولبنان، ومصر والأردن صعوبات كبيرة. ويتركز النموّ اليوم بشكل رئيسي في مقاصد دول مجلس التعاون الخليجي، حيث تأتي في الصدارة السياحة الترفيهية وسياحة الأعمال في الإمارات العربية المتحدة، والسياحة الدينية في المملكة العربية السعودية.

و.٣.٢. الميزات العامة للسوق

٥٨. بغض النظر عن العديد من الروابط والخصائص المشتركة بين البلدان العربية، فإن قطاعات السوق العربية، أكانت اقتصادية، أو اجتماعية، أو ثقافية، أو جغرافية، تملّي تباينات في المواقف وأنماط السفر. وربما كان المزج بين الأعمال والترفيه هو الهدف الأكثر شيوعاً في السفر إضافةً إلى زيارة الأقران والأصدقاء.

٥٩. الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح في الشرق الأوسط هي البلدان الست في مجلس التعاون الخليجي التي تمثل أكثر من ٦٠ في المئة من حجم التجارة، و٧٥ في المئة من نفقات السفر في الإقليم. ويهدف أكثر من ثلثي الرحلات إلى الترفيه وزيارة الأصدقاء والأقارب، وربعها إلى الأعمال و٧ في المئة منها يتم لأغراض دينية أو صحية أو غيرها.

٦٠. يشكل المواطنون العرب ٦٠ في المئة من المسافرين إلى الشرق الأوسط في حين أن ٤٠ في المئة هم من المغتربين المقيمين. وعدد الذكور يفوق عدد الإناث من المسافرين؛ كما أن نصفهم من الشباب (١٨-٣٤ سنة) والمتقنين، وأكثر من نصفهم متزوج ولديهم أولاد وأسر، ويتقاضون دخلاً مرتفعاً. وهم يسافرون مع عائلاتهم، ضمن مجموعات كبيرة، ويذهبون في عطل طويلة (٢٠ ليلة وأكثر) وينفقون مبالغ كبيرة من المال.

٦١. ويتجه هذا السوق المريح للسفر بشكل متزايد إلى آسيا والمحيط الهادئ وأوروبا، ليس فقط بسبب الوضع الاجتماعي والسياسي السائد في المنطقة إنما أيضاً بسبب بعض القيود التي تحول دون السفر بين بلدان الإقليم.

و.٣.٣. المسائل والقيود الرئيسية

٦٢. تُحدّد العوامل الرئيسية التي تفرض عامّة القيود على تنمية السياحة بين بلدان الإقليم في المنطقة العربية على النحو التالي:

- سوء الترابط في مجال عبور الحدود والنقل
- قاعدة منتجات سياحية ضيقة وغير متكيفة على نحو ملائم بحيث تكون مصممة لتلبية حاجات السوق بين بلدان الإقليم
- تسويق وترويج غير ملائمين على الصعيدين القطري والإقليمي
- سوء جودة المنشآت والخدمات السياحية مقارنةً بتلك التي تقدمها مقاصد تنافسية في أقاليم أخرى
- غياب إحصاءات وبيانات عن الأثر الاقتصادي تكون شاملة وموثوقة وقابلة للمقارنة وحسنة التوقيت
- ترويج محدود للاستثمارات في مجال السياحة
- ضعف سياسات وبرامج التعليم والتدريب التي لا تلبّي حاجات سوق العمل في مجال السياحة

و.٣.٣.١ عبور الحدود

٦٣. إن صعوبة الحصول على تأشيرات دخول بسبب شروط تجهيزها المزعجة، وفي بعض الحالات، إن الرسوم المرتفعة لتأشيرات الدخول التي تثبط السفر بين البلدان العربية، تشكل عائقاً رئيسياً أمام السفر بين بلدان المنطقة العربية. ووفقاً للبحوث التي أجرتها منظمة السياحة العالمية حول تيسير عملية الحصول على تأشيرات الدخول، تبين أن التقنيات الأكثر شيوعاً لتيسير هذه العملية والتي طبقتها السلطات الوطنية تندرج ضمن ٥ مجالات:

- تحسين توفير المعلومات
- تسهيل العمليات الحالية للحصول على تأشيرات دخول
- المعاملة المتميزة لتسهيل سفر السياح
- إقامة برامج لتأشيرات الدخول الالكترونية
- إبرام اتفاقات إقليمية

٦٤. أمّا المبادرات الأخرى الرامية إلى تيسير تحركات السياح العرب عبر الحدود والتي يمكن أخذها في الاعتبار، فتتضمن خفض تكلفة تأشيرات الدخول، ومنح تأشيرات الدخول لدى الوصول والمخالصة قبل المغادرة.

و.٣.٣.٢ الربط في النقل

٦٥. تشكل خدمات النقل غير الكافية- وبخاصة الخدمات الجوية بين الأسواق المصدرة للسياح والمقاصد، إضافة إلى ترتيبات معالجة الركاب في المطارات ومنع دخول شركات طيران إقليمية تسير رحلات بكلفة متدنية ورحلات مؤجرة، عوائق رئيسية أمام نمو السياحة بين بلدان المنطقة العربية.

٦٦. ينبغي معالجة أربع مسائل رئيسية من أجل تسهيل الربط الجوي الموسع بين بلدان الإقليم:

- اعتماد نهج أكثر ليبرالية إزاء الربط والتنظيم الاقتصادي؛
- ضمان أن تكون الضرائب ورسوم أخرى متوازنة وغير موجّهة ضد صناعة الطيران؛
- اعتماد قواعد إلزامية ترعى حقوق وواجبات السياح المستهلكين ومنظمي السفر؛
- وضع إطار استراتيجي متكامل لتيسير ربط النقل الجوي داخل المنطقة.

و.٣.٣.٣ تطوير المنتجات

٦٧. توجد منتجات سياحية محدودة وضيقة نسبياً ليست شاملة أو مصممة للأسواق داخل بلدان المنطقة العربية. فالمنتجات الرئيسية في السياحة الترفيهية مثلاً في المنطقة (التي تشمل منتجعات ساحل شمال أفريقيا، والبحر الأحمر والخليج العربي؛ والمنتجعات المدنية في الإمارات العربية المتحدة، والبحرين، ومصر، ولبنان، والمغرب وتونس؛ إضافة إلى عدد محدود من المنتجات المتصلة بالرياضة، والمغامرة، والسياحية البيئية والقائمة على المجتمع المحلي) قد كُيفت مع حاجات الأسواق الغربية والآسيوية وليس مع الحاجات الخاصة بالأسواق داخل بلدان المنطقة العربية.

٦٨. كذلك، إن تطوير وتسويق منتجات الإقامة القصيرة والأطول المتكيفة مع حاجات أجيال الشباب وكبار السن الذين يمثلون أكثر من ٤٠ في المئة من السكان في المنطقة العربية، محدود في الوقت الحاضر ويتركز بصورة رئيسية في دول مجلس التعاون الخليجي.

و.٣.٣.٤ معايير الجودة

٦٩. يبرز تباين كبير من حيث جودة وعدم اتساق المعايير المتصلة بالمشآت والخدمات التي توفرها المنطقة في مجال الإقامة الفندقية، والمطاعم، والترفيه وتبضع السائحين. فإن وضع نهج لقياس المعايير على نطاق المنطقة يأخذ في الاعتبار الحاجات الخاصة بالأسواق العربية قد يساعد في رفع مستوى الجاذبية العامة للمنطقة كمقصد ليس فقط بالنسبة إلى الأسواق العالمية، إنما إلى الأسواق داخل المنطقة العربية بصورة خاصة.

و.٣.٣.٥ إحصاءات السياحة وقياس الأثر الاقتصادي

٧٠. معظم البيانات المتصلة بالسياحة الدولية والمحلية، ما خلا بعض الاستثناءات، ووقعها الاقتصادي، غير كافية وغير موثوقة لاتخاذ القرارات.

٧١. من الضروري تسهيل عملية جمع إحصاءات كافية وموثوقة وحسنة التوقيت حول السياحة، وتقييم أثر السياحة على اقتصادات البلدان من أجل التخطيط الفعال، وتثبيت الاستثمارات في البنية التحتية والمنشآت والخدمات السياحية، والحفاظ على ميزانيات التعاون الوطني والإقليمي لأغراض التسويق والترويج.

و.٣.٣.٦ الترويج للاستثمارات في قطاع السياحة

٧٢. إن الاستثمار في قطاع السياحة، رغم أهميته الملحوظة في عدد من البلدان، محدود عامة وموجه بالطلب المحلي. كما أن غياب توجه محدد بشكل واضح لتنمية قطاع السياحة، وعدم وجود نظام شامل للحوافز الضريبية وغير الضريبية وحافظات الاستثمار في المشاريع، وغياب قواعد وأنظمة متينة في مجال الأعمال، والترويج المحدود للاستثمارات هي من بين الأسباب الرئيسية لمستوى الاستثمارات المتدني في هذا القطاع.

و.٣.٣.٧ إمكانيات التسويق والترويج

٧٣. يبقى المستوى الحالي لأنشطة التسويق والترويج الموجهة إلى الأسواق داخل بلدان المنطقة العربية محدوداً نوعاً ما على الصعيدين الوطني والإقليمي. كما أن غياب المعارف، والمهارات، والموارد في القطاع العام، وعلاقات الشراكة غير الكافية مع القطاع الخاص تشكل بعض الأسباب الرئيسية لهذا الوضع.

٧٤. تجدر الإشارة إلى أن منتديات التجارة الإقليمية التي لاقت نجاحاً كبيراً في أقاليم أخرى مثل أوروبا وآسيا غير موجودة في حين أن الأنشطة المتصلة بالتجارة، والإعلام والترويج للمستهلكين لا تأخذ في الاعتبار في معظمها في قوة الشبكات الاجتماعية ومحركات البحث النافذة القادرة على الربط بين وكالات السفر عبر الانترنت ومحركات الحجز مثل Agoda, Expedia، من بين محركات أخرى.

و.٣.٣. ٨ قدرات الإدارات الوطنية للسياحة

٧٥. يتمثل عائق رئيسي أمام تنمية السياحة داخل المنطقة العربية في القدرات المحدودة لدى الإدارات الوطنية للسياحة لتنفيذ برامج تعاون إقليمية وإقليمية فرعية في مجالات البحث والإحصاءات، والسياسة والتخطيط، وتطوير المنتجات وتوزيعها، والتسويق والترويج، وتعزيز الاستثمارات، وتحسين النفاذ والربط وإدارة الجودة.

و.٣.٣. ٩ مؤسسات التعليم والتدريب في مجال السياحة

٧٦. ثمة مسألة رئيسية بالنسبة إلى القطاع الخاص- وبخاصة الإقامة، والطعام والشراب، والنقل، ومشغلي الجولات السياحية- في أقل البلدان نمواً في الإقليم، وهي أن معظم الداخلين الجدد الذين يتخرجون من مؤسسات التدريب والتعليم في مجال السياحة غير ملائمين للوظائف التي يتقدمون بطلب لشغلها، وهم يحتاجون إلى تدريب مكثف أثناء العمل ليصبحوا منتجين.

٧٧. في الوقت ذاته، تبرز مستويات المهارات المتدنية للوظائف الإشرافية والإدارية من بين الأسباب الرئيسية لسوء جودة الخدمات في العديد من المؤسسات السياحية في المنطقة.

٧٨. ويتمثل التحدي الأكبر لرفع مستوى جودة التعليم والتدريب في قطاع السياحة في المنطقة في غياب نهج منسق إزاء معايير الكفاءة المهنية يكون مقروناً بمشاركة محدودة من جانب القطاع الخاص في صياغة وتوفير التعليم والتدريب في قطاع السياحة. بالتالي، يصبح من الأصعب على مؤسسات التعليم والتدريب في قطاع السياحة أن تلبي على نحو فعال حاجات أسواق العمل في مجال السياحة.

و.٣.٤ الفرص الرئيسية

٧٩. يشكل إقليم الشرق الأوسط أحد أصغر الأقاليم العالم من بين الأقاليم المصدرة للسياح، إنما المنتمية بشكل سريع. فالسفر باتجاه هذا الإقليم تضاعف أكثر من أربع مرات وارتفع من ٩ ملايين عام ١٩٩٥ إلى أكثر من ٤٠ مليون عام ٢٠١٣، ووفقاً لتوقعات منظمة السياحة العالمية في الأجل الطويل بالنسبة إلى السياحة بحلول عام ٢٠٣٠، سوف تدرّ المنطقة مليوني سائح إضافي سنوياً حتى عام ٢٠٣٠.

٨٠. وتحظى مقاصد الشرق الأوسط بفرصة في اكتساب حصة أكبر من هذا النمو من خلال الاستفادة من الإمكانيات الكامنة في السياحة داخل المنطقة. فالمقاصد التي تتراصف على الصعيد الإقليمي لإقامة الشبكات والتعاون في ما بينها يمكنها أن تعزز تنافسيتها في مجال السياحة بما يؤدي إلى تنمية اقتصادية واجتماعية شاملة في اقتصاداتها.

٨١. وتشمل بعض المنافع الرئيسية المتأتية عن التآزر والتعاون ودعم وفورات الحجم وخفض التكاليف من خلال تجميع الموارد، وتطوير منتجات عابرة للحدود، وتقاسم المعارف وتنمية رأس المال البشري، وإقامة تواصل أكثر فعالية. كما يمكن أن تستفيد المقاصد الأكثر شهرةً من الصورة الإيجابية التي تتمتع بها مقاصد أكثر شهرة في الإقليم.

و.٣.٥ التوصيات

٨٢. يوصى بمعالجة المسائل الرئيسية التالية، وتفعيلها في المدى القصير (في السنوات الخمسة المقبلة مثلاً) لتنمية السياحة داخل الإقليم:

- تسهيل ترتيبات تأشيرات الدخول، وتحسين الربط الجوي بين البلدان المصدرة والمستقبلة للسياح، وتحسين المرافق الرئيسية في المطارات بما في ذلك المحطات الطرفية السريعة البناء للخطوط الجوية المتدنية الكلفة والرحلات المؤجرة؛
- تنوع وتكثيف المنتجات السياحية الموجودة في مقاصد مختارة في البلدان المستقبلة للسياح في المنطقة، والمصممة لتلبية متطلبات أسواق السفر العربية داخل المنطقة.
- تعزيز عمليات التسويق والترويج التي تركز على تسويق وترويج مقاصد رئيسية ومنتجات تجارية من المرجح أن تستقطب السياح داخل الإقليم؛
- تحسين جودة المنشآت والخدمات السياحية لتلبية متطلبات السوق داخل المنطقة؛
- تعزيز قدرات مؤسسات التعليم والتدريب في قطاع السياحة لتلبية حاجات التدريب على المهارات في الأجل القصير؛
- تحسين نطاق وموثوقية إحصاءات السياسة واعتماد هيئة سلامة النقل، وبخاصة تعزيز التوعية على أهمية البيانات الجيدة وتنظيم الدعم والموارد الخاصة بالوزارات ذات الصلة؛
- رفع مستوى الترويج للاستثمارات في قطاع السياحة؛ و
- استخدام برامج التدريب القائمة ووضع برامج جديدة وعمليات مصممة لتعزيز قدرات الموظفين في الإدارات الوطنية للسياحة من أجل تنفيذ المبادرات أعلاه بالشراكة مع القطاع الخاص.

ز. الإستثمارات المُخطَّط لها

٨٣. تضم المشاريع الفندقية قيد الإنشاء في الشرق الأوسط وأفريقيا ٦٤٠ فندقاً، ما يوازي ١٤٩,٧٩٩ غرفةً فندقية وفقاً لتقرير شركة STR Global لشهر فبراير/شباط ٢٠١٥ حول مشاريع الإنشاءات قيد التنفيذ. وتستحوذ الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية ومصر ثلث الغرف الفندقية قيد الإنشاء في المنطقة.

٨٥. باشرت المغرب مشروع بقيمة ٢٨ مليون يورو لإعادة تجديد المدينة القديمة التاريخية في الدار البيضاء، وهو جزء حيوي من تاريخ المدينة وأحد المعالم الأكثر استقطاباً للسياح. يشكل المشروع جزءاً من مشروع ميناء الدار البيضاء الذي تبلغ قيمته ٥٣٠ مليون يورو، والذي سيحوّل منطقة ميناء ومرافئ الدار البيضاء ويساعد في إعادة المدينة إلى سابق عهدها لتصبح مجدداً جوهرة المغرب.

٨٦. تسعى المملكة العربية السعودية إلى البناء على صناعة السياحة الموجودة فيها وتوسيع نطاقها، حيث يجري تنفيذ مشاريع لتنمية السياحة بقيمة ١١,٦ مليار دولار أمريكي. والمشاريع الجارية تزيد بصورة ملحوظة القيمة الإجمالية للسياحة المحلية والدينية، بما يصل مجموعه إلى ٤٥,٣ مليار دولار أمريكي. كما أن مشروع الحرمين للسكك الحديدية الفائقة السرعة، والذي تبلغ قيمته ٦,٧ مليار يورو (٧,١٩ مليار دولار أمريكي)، والذي سوف ينقل ما يصل إلى نصف مليون حاج مسلم كل يوم على مسافة ٤٥٠ كلم بين المدينة ومكة المكرمة، قيد الإنشاء ومن المتوقع أن يُنجز بحلول شهر ديسمبر/كانون الأول ٢٠١٦.

٨٧. وإثر النهوض في قطاع السياحة عام ٢٠١٤، يجري إنشاء العديد من المشاريع السياحية التي تساوي قيمتها ٥,٣ مليار دولار أمريكي في مصر. وتؤدي وزارة الآثار الدور الرائد في ضخ الاستثمارات في الإرث الثقافي المصري، حيث تعمل على تنفيذ مخططات التنمية الثلاثية في مرحلة مشروع متحف مصر الكبير التي تبلغ قيمتها ٨١٠ مليون دولار أمريكي.

٨٨. أعلنت الهيئة العامة للسياحة في قطر تخصيص مبلغ يصل حتى ٤٥ مليار دولار أمريكي لتطوير صناعتها السياحية بحلول عام ٢٠٣٠ في إطار الاستراتيجية الوطنية لقطاع السياحة ٢٠٣٠.

٨٩. وفي الإمارات العربية المتحدة، تمثل المشاريع السياحية العشرة الأهم استثمارات جماعية تربو قيمتها على ٤٠ مليار دولار أمريكي. وفي المجموع، تعترم الإمارات العربية المتحدة تطوير ١٨ متحفاً ومبادرة ثقافية، و٨٨ متجرًا للبيع بالتجزئة، و٢٤ حديقة مواضيعية، و١٥ مدرجاً رياضياً، و١٧ مركزاً للمؤتمرات و٧ مسارح.^{٢٧}

ح. تدابير إنعاش/تحفيز الطلب

٩٠. سعت الحكومة المصرية جاهدة لتحسين الأداء في قطاع السياحة عامةً، واستهداف السياح العرب خاصة. فقد أطلقت، طيلة عام ٢٠١٤ والأشهر الأولى من عام ٢٠١٥، حملات عديدة لتسويق السياحة من أجل اجتذاب السياح العرب:

○ ضمت هذه الحملات حملة "وحشتونا" التي تم إطلاقها في شهر أبريل/نيسان ٢٠١٤ وتوجّهت إلى السياح من المملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة والكويت. وأدت هذه الحملة إلى زيادة بنسبة ١٥٠ في المئة في عدد السياح الوافدين من هذه البلدان بين يوليو/تموز وديسمبر/كانون الأول ٢٠١٤.

^{٢٧} <http://www.leadersme.com/numbers-stack-up-for-uae-tourism-sector-as-2020-approaches/>

- تضمّنت حملة أخرى بعنوان "مصر قريبة" أغنية مدتها خمس دقائق تشجع السياح العرب على زيارة مصر، وشارك في تأديتها عدد من الممثلين والممثلات من مصر. وقد تمّ إطلاق الحملة في أوائل هذا العام.
- علاوةً على ذلك، وسعيًا لتحفيز السياحة من الاتحاد الروسي، تمّ إعفاء السياح الروس من رسوم تأشيرات الدخول بصورة مؤقتة، بدءاً من شهر يناير/كانون الثاني ٢٠١٥.^{٢٨}

٩١. كذلك، اتخذت الحكومة الأردنية سلسلةً من التدابير لتحفيز الطلب على السياحة:

- تمّ إلغاء الرسوم والضرائب على مطار العقبة من أجل إعادة استقطاب الرحلات الجوية المؤجرة والخطوط الجوية المتدنية الكلفة.
- قدّمت الشركة الوطنية لخطوط الجوية Royal Jordanian حسومات على بعض تذاكر السفر، في محاولة لاستهداف زوّار محتملين من أوروبا ودول الخليج.
- في هذه الأثناء، استضاف مجلس السياحة عشرات الكتاب والمدوّنين ورحبت الملكة رانيا بالمجموعة.
- في فبراير/شباط ٢٠١٤، قامت جمعية وكلاء السياحة والسفر الأردنية بإحضار "سياحة التأمل" إلى شواطئ البحر الميت.
- وقّعت هيئة تنشيط السياحة الأردنية مذكرة تفاهم مع الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لتعزيز الترويج للأردن كمقصد سياحي في أسواق أوروبا، وأمريكا الشمالية والمكسيك.

٩٢. وأما وزارة السياحة اللبنانية، فقد اتخذت التدابير الرئيسية التالية:

- إطلاق حملة "عش وحب لبنان" Live, Love, Lebanon والاعتماد على المواطنين اللبنانيين للترويج لها ونشرها على شبكات التواصل الاجتماعي وعلى كافة المنصات الإلكترونية.^{٢٩}
- إطلاق برنامج الترويج للسياحة الموجّه إلى المغتربين اللبنانيين (أنا) والذي يستهدف ١٤ مليون لبناني يعيشون في الخارج، ويشجعهم على زيارة لبنان مرةً على الأقل في حياتهم.
- إطلاق مبادرة "طريق الفينيقيين" التي ترمي إلى وضع مسارات سياحية ثقافية والترويج لها عبر ١٨ بلداً شرقاً وأوسطياً وأكثر من ٨٠ بلدة يعود منشأها وثقاتها إلى العهد الفينيقي.
- إطلاق استراتيجية السياحة الريفية التي تمتد على ٥ سنوات وترمي إلى تعزيز الفرص الاقتصادية في المناطق الريفية اللبنانية من خلال تحسين تنافسية سلاسل قيمة محدّدة، بما في ذلك السياحة الريفية ومجموعة أخرى من القطاعات الزراعية والمنتجات الغذائية.

^{٢٨} http://www.thecairopost.com/news/133207/inside_egypt/russian-tourists-exempted-from-egypt-entry-visa-fee
^{٢٩} <http://www.hoteliermiddleeast.com/22874-market-update-lebanon/3/>

○ تطوير مشروع مسار الجبال اللبنانية بوصفه المسار الأول للرحلات الطويلة سيراً على الأقدام في لبنان وهو يرمي إلى اكتشاف جمال لبنان الخفي، وتعزيز السياحة المسؤولة اجتماعياً التي تحافظ على الإرث الطبيعي، والثقافي والتاريخي على طول المسار.

○ خفض خطوط طيران الشرق الأوسط لحملها الإضافي السابق من الوقود من ١٥ إلى ٧,٥ في المئة بعد الهبوط في أسعار النفط.

٩٣. في تونس، أطلق ودعم الديوان الوطني التونسي للسياحة العديد من حملات الترويج، واعتمد إلى حدّ بعيد على شبكات التواصل الاجتماعي لنشرها في البلاد:

○ تمّ تأسيس العديد من صفحات الفايستوك التي نشرت صوراً لأجمل المناطق السياحية في تونس، مثل صفحة "أنا ذاهب إلى تونس"، وهي مبادرة من أجل عودة السياح الفرنسيين إلى تونس.^{٣٠}

○ تعاون الديوان الوطني التونسي للسياحة مع النادي الجديد في البلاد لمحبي Star Wars من أجل تنظيم اللقاء الأول حول مجموعة أفلام Star Wars، وقد شاركت فيه نوادٍ للمعجبين من كافة أنحاء أوروبا وتمّ عرض أفلام Star Wars في مواقع في الصحراء. بدأت الحملة بشريط فيديو أنتجته تونس لفيلم فاريل ويليامز 'Happy' ظهرت فيه شخصيات Star Wars وهي ترقص حول مواقع سياحية تونسية ومسارح السينما. تمّت مشاهدة هذا الفيديو أكثر من مليوني مرة منذ أن نُشر في شهر مارس/آذار ٢٠١٤.^{٣١}

○ بالتعاون مع الخطوط الجوية التونسية-مارسيليا CTN في فرنسا، استضاف الديوان أيضاً جولة تعليمية لأصحاب المهنة والإعلام في ٢٧-٣٠ مارس/آذار في العاصمة تونس، وحمامات، وموناستير، ما سمح بالوقوف بأبّ العين على نهوض البلاد.^{٣٢}

○ في أكتوبر/تشرين الأول ٢٠١٤، تمّ الإعلان عن ضريبة جديدة على السياح بقيمة ٣٠ ديناراً (حوالة ١٣ يورو)، يدفعها جميع الأشخاص غير المقيمين (بغضّ النظر عن جنسيتهم، وباستثناء التونسيين المقيمين في الخارج) لدى مغادرة تونس. وتأمّل وزارة السياحة أن تدرّ لها هذه الضريبة إيرادات بقيمة ٤٠ مليون دينار تونسي (حوالي ١٧,٥ مليون يورو) عام ٢٠١٤، وبقيمة ١٢٠ مليون دينار (ما يربو على ٥٢,٥ مليون يورو) عام ٢٠١٥، ما يساعد البلاد في أن تعيد المداخل السياحية إلى مستوياتها ما قبل الثورة.^{٣٣}

٩٤. أما في المغرب، فقد اتخذت الحكومة أيضاً تدابير خاصة لتعزيز البلاد كمقصد سياحي. وشملت هذه التدابير:

○ فرض ضريبة جديدة بقيمة ١٢ دولار أمريكي على كلّ راكب في الدرجة السياحية عام ٢٠١٤ لدرّ أموال من شأنها تحسين الترويج للمغرب في الخارج.

^{٣٠} <http://www.eturbonews.com/44800/tunisia-promoting-new-image-its-tourism>

^{٣١} <http://www.dailymail.co.uk/travel/article-2616758/Tunisia-turns-Star-Wars-boost-tourism.html>

^{٣٢} http://www.tourmag.com/Tunisia-Djerba-and-Resort-Clubs-boosters-for-the-recovery-of-the-French-market_a66454.html

^{٣٣} <http://hospitality-on.com/en/news/2014/08/28/la-tunisie-taxe-les-touristes-sur-le-retour/>

- تخصيص مبلغ ١٠٠ مليون درهم (٩,٢ مليون يورو) لتنفيذ خطة تتضمن إجراءات في الأجل القصير لتعزيز الترويج للمغرب كمقصد في الأسواق الرئيسية التي تصدّر لها السياح، والتخفيف من الآثار السلبية المتأتية عن الهجوم على مجلة *Charlie Hebdo* في باريس على قطاع السياحة في المغرب.^{٣٤}
- إطلاق نسخة ٢٠١٤ لدليل *Meet Morocco*، وهو دليل جديد من ٩٢ صفحة يتضمن كلّ الميزات الفريدة التي تجذب إلى المغرب كمقصد للاجتماعات، والحوافز، والمؤتمرات والمعارض، إضافةً إلى خصائص المناطق الرئيسية في المملكة، وأنشطة الزوار، والتطورات الجديدة في البنية التحتية، ومرافق الاجتماعات وقائمة شاملة بالفنادق ومزودي الخدمات المحليين.^{٣٥}
- تنظيم عدة فعاليات لمشغلي الجولات السياحية والصحافة في فرنسا وبريطانيا خلال معرض سوق السفر العالمي لطمأنة مشغلي الجولات السياحية بشأن سلامة السياح في المغرب.
- عقد اتفاق مدته ثلاث سنوات (٢٠١٤-٢٠١٦) مع المنظمين لاستضافة الحفلات الثلاثة القادمة للتصفيات النهائية لجوائز السفر العالمية في مراكش، وفاس والدار البيضاء، باعتبارها فرصة عظيمة للترويج لهذه المقاصد التاريخية، وتعزيز أهميتها على الصعيد العالمي.^{٣٦}

ط. آفاق السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

ط.١. التوقعات لعام ٢٠١٥

٩٥. تتوقع منظمة السياحة العالمية ازدياد أعداد السياح الدوليين الوافدين بنسبة ٣ إلى ٥ في المئة في أفريقيا، و٢ إلى ٥ في المئة في الشرق الأوسط. لكن هامش التنبؤ في هذه المنطقة أوسع نظراً لدرجة الريبة المرتفعة ومخاطر الخلل.

ط.٢. التوقعات على المدى الطويل (آفاق ٢٠٣٠)

٩٦. إن التوقعات على المدى الطويل لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا جدّ إيجابية إذ يُتوقع أن يصل عدد السياح الدوليين الوافدين إلى ١٩٥ مليون سائح عام ٢٠٣٠.

٩٧. من المتوقع أن يشهد الشرق الأوسط ارتفاعاً في نمو أعداد السياح الوافدين من ٧٠ مليون عام ٢٠١٤ إلى ١٤٩ مليون عام ٢٠٣٠، أي بمعدل نمو سنوي متوسط يبلغ ٤,٦ في المئة. ومن المتوقع أن تنمو منطقة شمال أفريقيا بمعدل سنوي مماثل، مع ارتفاع أعداد السياح الدوليين الوافدين إلى ٤٦ مليون عام ٢٠٣٠ (بعد تسجيل ٢٠ مليون سائح عام ٢٠١٤).

^{٣٤} <http://www.tourism-review.com/morocco-eur92-million-invested-in-promotion--news4449#JlvMR0lwxiBcuz1T.99>

^{٣٥} <http://www.tourism-review.com/morocco-eur92-million-invested-in-promotion--news4449#JlvMR0lwxiBcuz1T.99>

^{٣٦} <http://www.breakingtravelnews.com/focus/article/morocco-unveils-ambitious-plans-for-global-destinations>

ي. التحديات الرئيسية الواجب معالجتها

٩٨. شهد أداء السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تحسناً في معظم المقاصد خلال السنة المنصرمة، غير أن الوضع ما زال هشاً.

٩٩. إن البيئة الجيوسياسية المضطربة والمُدركات السلبية المتعلقة بالسلامة والأمن، فضلاً عن "تأثير الجيرة" الذي يؤدي إلى وقوع أحداث في جزء واحد وحتى بعيد من الشرق الأوسط، كلّها عوامل تؤثر على التدفقات السياحية في منطقة واسعة ومتنوعة جداً.

١٠٠. لا تزال مُدركات الزوار بشأن السلامة الشخصية والأمن الشخصي تؤثر سلباً على الطلب على السياحة في بعض المقاصد السياحية. كما إستمرت الدعاية السلبية وتحذيرات السفر الصادرة عن الحكومات بردع السياح الأجانب عن زيارة هذه المقاصد، على الرغم من بذل جهودٍ تسويقية وترويجية عدّة لإستعادة الثقة وإنعاش الطلب على السياحة.

١٠١. تتمثل التحديات الرئيسية في شمال أفريقيا بتحسين جودة وتنوع المنتجات السياحية وتعزيز صورة المقاصد فيها، في حين:

- لا تزال شركات الطيران الوطنية تكافح لكي تنافس الشركات الدولية التي تفوقها أهميةً والتي تنقل السواد الأعظم من الركّاب من وإلى القارة ككل.
- يضطر المطوّرون السياحيون الذين يلَبون إلى حدّ كبير إحتياجات السوق لناحية السياحة الشاطئية ("الشمس، الرمال والبحر") إلى التنافس مع مقاصد مماثلة في منطقة المتوسط، ما أدى إلى تخفيض الأسعار وهوامش الربح.
- جعل الإعتتماد المفرط على الأسواق المُصدّرة الأوروبية هذه المقاصد عرضةً لتأثير الأوضاع الإقتصادية في أوروبا، ما أدى إلى استقطاب سياح يبحثون عن التوفير في الأسعار، ولقد أفضى تراجع مستوى الإنفاق الخاص بهؤلاء السياح إلى تراجع مداخيل الشركات السياحية المحلية.

١٠٢. من ناحيةٍ أخرى، وفي منطقة الخليج التي تشهد نمواً سريعاً، لا يزال النمو مدفوعاً بشركات طيران الخليج الثلاث - أي طيران الإمارات، والإتحاد للطيران، والخطوط الجوية القطرية - ومدعوماً بإستثماراتٍ ضخمة في تطوير البنى التحتية بما في ذلك المطارات والفنادق العالمية المستوى، والمتاجر الضخمة، بالإضافة إلى مشاريع التسلية والترفيه.

١٠٣. وأخيراً، يواجه قطاع السياحة في دول مجلس التعاون الخليجي العديد من التحديات الخاصة الناجمة إلى حدّ ما، أقلّه جزئياً، عن تطوره السريع والناجح.

- قد تفضي الخطط التوسيعية الضخمة للأساطيل التابعة لكبرى شركات الطيران المتمركزة في دول مجلس التعاون الخليجي إلى حصول فائضٍ في القدرة في القطاع ما إن يتم تسليم الطائرات الجديدة.
- إن إزدحام المجال الجوي مسألة أساسية قد تهددّ بكمج النمو المتوقع لشركات الطيران في المنطقة.
- قد يشكّل الإمتثال لمجموعةٍ لا حصر لها من المعايير والسياسات البيئية الموضوعة من قبل الجهات الناضمة للطيران في العالم تحدياً لشركات الطيران في المستقبل.
- أوجه القصور في تطوير المنتجات والجاذبية المحدودة للعروض السياحية.
- سيحتاج قطاع السياحة في دول مجلس التعاون الخليجي إلى عددٍ متزايد من الموظفين والعمال من ذوي المهارات. وسيكون توفير اليد العاملة من القضايا الأساسية.
- تواجه دول مجلس التعاون الخليجي "خطراً يتمثّل بشحّ المياه في المستقبل القريب (وهي أصلاً من أكثر البلدان في العالم التي تعاني من ندرة المياه). وسيشكّل ذلك تحدياً رئيسياً لناحية التنمية والإستدامة السياحيين.
- ركّزت دول مجلس التعاون الخليجي حتى الآن على السياحة الفاخرة وتطوير الإنشاءات الفندقية. وتطغى القطاعات الفاخرة والراقية على المشاريع الفندقية الإنشائية المستقبلية قيد الإعداد، ما قد يحدّ الطلب من الأسواق المصدّرة الناشئة في آسيا وأفريقيا.