Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Universidad Autónoma de Madrid

ULPGC Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

AMENET

Africa, the Mediterranean and Europe in the era of global integration

Procceedings of the SECOND INTERNATIONAL CONFERENCE ON REGIONAL INTEGRATION

"Enabling tourism to integrate ame economies to cope with climate change: special focus on the african societies"

Any communication or publication related to this action, made by the beneficiaries in any form and using any means, reflects only the author's view and the European Commission and the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA), are not responsible for any use that may be made of the information it contains.

COORDINATORS:

RICHARD CLOUET (University of Las Palmas de Gran Canaria)
JAVIER DE LEÓN (University of Las Palmas de Gran Canaria)
JOSÉ MARÍA MELLA (Autonomous University of Madrid)
OMAR BELKHEIRI (Encgt – Tanger, Université Abdelmalek Essaâdi)
MATÍAS MANUEL GONZÁLEZ HERNÁNDEZ (University of Las Palmas de Gran Canaria)
YEN E. LAM GONZÁLEZ (University of Las Palmas de Gran Canaria)
CHAITANYA SUÁREZ ROJAS (University of Las Palmas de Gran Canaria)
JOSÉ BOZA CHIRINO (University of Las Palmas de Gran Canaria)
CASIANO MANRIQUE DE LARA PEÑATE (University of Las Palmas de Gran Canaria)
JUAN HERNÁNDEZ GUERRA (University of Las Palmas de Gran Canaria)
MARÍA VICTORIA RUÍZ MALLORQUÍ (University of Las Palmas de Gran Canaria)
CONCEPCIÓN ROMÁN GARCÍA (University of Las Palmas de Gran Canaria)
VICENTE JAVIER DÍAZ GARCÍA (University of Las Palmas de Gran Canaria)
GERMÁN SANTANA PÉREZ (University of Las Palmas de Gran Canaria)
ROSA MARÍA BATISTA CANINO (University of Las Palmas de Gran Canaria)
GINÉS DE RUS MENDOZA (University of Las Palmas de Gran Canaria)
ALAIN KIKANDI (Université Libre Des Pays Des Grands Lacs-Goma)
LUIS COLLADO CUETO (Autonomous University of Madrid)
JULIMAR DA SILVA BICHARA (Autonomous University of Madrid)
MBUYI KABUNDA (Autonomous University of Madrid)
ASTERIS HULIARAS (University of Peloponnese)
CHRISTIAN MABI LUKUSA (Université Protestante Au Congo)
DANIEL KWABENA TWEREFOU (University of Ghana)
JORGE SOUSA BRITO (Unversidade Jean Piaget de Cabo Verde)
JEAN-MARC TROUILLE (University of Bradford)
JEAN-PIERRE DOMECQ (Université De Pau)
MARTA PACHOCKA (Warsaw School of Economics)
SALEM ABEIDNA (Université De Nouakchott Al Aasriya)
BIRAHIM BOUNA NIANG (Université Cheikh Anta Diop De Dakar)
VWIMA NGEZIRABONA STANY (Université Evangelique En Afrique)

ISBN:
978-84-09-29104-5

Jean Monnet Network AMENET
Universidad Autónoma de Madrid
28049 Madrid

+ 34 91 497 5241 / +34 91 497 4039

www.amenet.eu

info@amenet.eu

CITATION:

Collado, L. et al. (2021).. *Enabling tourism to integrate AME economies to cope with climate change: special focus on the african societies. Procceedings of the Second International Conference AMENET. Madrid, Jean Monnet Network AMENET, Universidad Autónoma de Madrid.*

ACKNOWLEDGEMENTS

The Jean Monnet AMENET Network would like to thank the team of the University of Las Palmas de Gran Canaria for the excellent work done in the organization and celebration of the Second International Congress on Regional Integration of the Network, starting with its Vice-Chancellor of Internationalization and Cooperation, Richard Clouet, and continuing with the group of professors who have actively participated in the organization of this Congress : Javier de León Ledesma, Matías Manuel González, Yen E. Lam González and Chaitanya Suárez Rojas.

In addition, we also want to thank the speakers who shared their knowledge and experience with all the attendees in a brilliant and very motivating way: Carmelo J. León González (University of Las Palmas de Gran Canaria), Sergio Moreno Gil (University of Las Palmas de Gran Canaria), Noemí Padrón Fumero (University of Las Palmas de Gran Canaria), Stroma Cole (University of the West of England), Ginés de Rus (University of Las Palmas de Gran Canaria) Lucy McCombes (Leeds Beckett University, England), Haretsebe Manhwa (North-West University, South Africa) and Jesús Olivero Verbel (University of Cartagena, Colombia) and all participants in the parallel sessions.

Finally, the AMENET Network wants to make a special mention of the institutional support of the Autonomous University of Madrid as the leader of the project, in the person of its Vice-Chancellor of International Relations, Carmela Calés Bourdet, and the faculty members Luis Collado, Julimar da Silva, José Miguel Rodríguez-Antón, Luis Rubio-Andrada, and José M Mella. Sincere appreciation also goes to the group of professors from all the universities that are part of AMENET for their essential collaboration; in particular, Prof. Omar Belkheiri (University of Tangier-Tetouan), Daniel Kwabena Twerefou (University of Ghana-Legon) and Jean-Marc Trouille (University of Bradford). In addition, it deserves to mention the tireless and efficient effort of the secretary of AMENET, Mrs. Esther Alarcón.

1 DETERMINANTS OF SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES IN SUB-SAHARAN AFRICA: EVIDENCE FROM GHANA 8
Daniel Kwabena Twerefou; Kwadwo Danso-Mensah

2 ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL IMPACT OF RELIGIOUS TOURISM IN SOUTH AFRICA: A CASE OF ZION CHRISTIAN CHURCH (ZCC) PILGRIMAGE 10
Ndivhoniswani Aaron Tshidzumba

3 TOURISM AND SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT: MAINSTREAM AND CRITICAL VIEW 12
Olivia Joseph-Aluko

4 THE POTENTIAL OF THE WHALE WATCHING TOURISM IN CAPE VERDE. A FIRST APPROACH 14
Chaitanya Suárez-Rojas; Matías González Hernández; Carmelo J. León González

5 OPPORTUNITÉS DES PLATEFORMES WEB DANS LE SUIVI-ÉVALUATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE TERRITORIALE DE L'AFRIQUE DU NORD 16
Ilyes Boumahdi; Nouzha Zaoujal; Abdellali Fadlallah

6 LE TOURISME DE MONTAGNES ET SON IMPACT SUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL. LE CAS DE L'AURÈS 20
Abdennacer Guedjiba

7 LE TOURISME RURAL COMME UN LEVIER DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ET L'AMÉLIORATION DE LA GOUVERNANCE LOCALE DANS LA COMMUNE ARBAA SAHEL EN PROVINCE DE TIZNIT 22
Achraf El Filali; Noufissa El Moujaddidi

8 INSTITUTIONAL AND POLICY GAP ANALYSIS OF CLIMATE SERVICES IN WEST AFRICA: A STAKEHOLDERS´ PERSPECTIVE 24
Yen. E. Lam-González

9 DÉVELOPPEMENT DES PME MAROCAINES : ÉTUDE DES EFFETS DES PROGRAMMES D'APPUI SUR LA CRÉATION DE L'EMPLOI ET LE RENFORCEMENT DU POSITIONNEMENT ÉCONOMIQUE DU PAYS 28
Zineb Benlbrikia; Ahmed Belfahmi; Sarah Ennmer; Tahar Elqour

10 INTERNET PENETRATION AND INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM EXPENDITURE: THE ROLE OF FOREIGN EXCHANGE CONTROL 30
Laura Vanesa Lorente-Bayona; María del Rocío Moreno; Enguix, Ester Gras-Gil

11 2030 AGENDA AND TOURISM COMPETITIVENESS IN AFRICA 32
José Miguel Rodríguez-Antón; Luis Rubio-Andrada

12 ANALYSE DE L'OFFRE DE LA FORMATION EN TOURISME À L'ÈRE DE LA DIGITALISATION AU MAROC
ÉTUDE EXPLORATOIRE PAR LA MÉTHODE APC DU PROFESSIONNEL « E-COMMERCE EN GESTION TOURISTIQUE » 34
Sara Yassine

13 LA PLACE DE L'IDENTITE
DANS LE MARKETING TOURISTIQUE 36
Yasmine Alaoui

14 LES COOPÉRATIVES AGRICOLES ENTRE LES DÉFIS DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ET LES ENJEUX D'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE DANS LA RÉGION TANGER TÉTOUAN AL HOCEIMA 38
Saleheddine El Azzouzi; Pr Mhamed BOUDOUAH

15 THE ANGLO-EUROPEAN DIVORCE AND THE IMPLICATIONS OF BREXIT FOR AFRICA FROM TOURISM TO TRADE, INVESTMENT AND GEOPOLITICS 40
Saleheddine El Azzouzi; Mhamed Boudouah

16 INTERACTIONS BETWEEN TOURISM, PROTECTED AREAS AND SURROUNDING COMMUNITIES IN BENIN 42
Gloria Stéphanie Boko Agbo

17 LA POLITIQUE D'AIDE À L'ENTREPRENEURIAT, LEVIER POUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES DIPLÔMÉS UNIVERSITAIRES AU MAROC ? 44
Abdelhamid Boulaksili; Mhamed Hamiche; Abdelfattah Lahiala; Yousra El Hajel

18 ADOPTION DE LA COMPTABILITÉ ENVIRONNEMENTALE PAR LES ENTREPRISES MAROCAINES : CAS DE LA COMPTABILITÉ CARBONE 48
Khalid Oulad Seghir; Ikram Senhadji

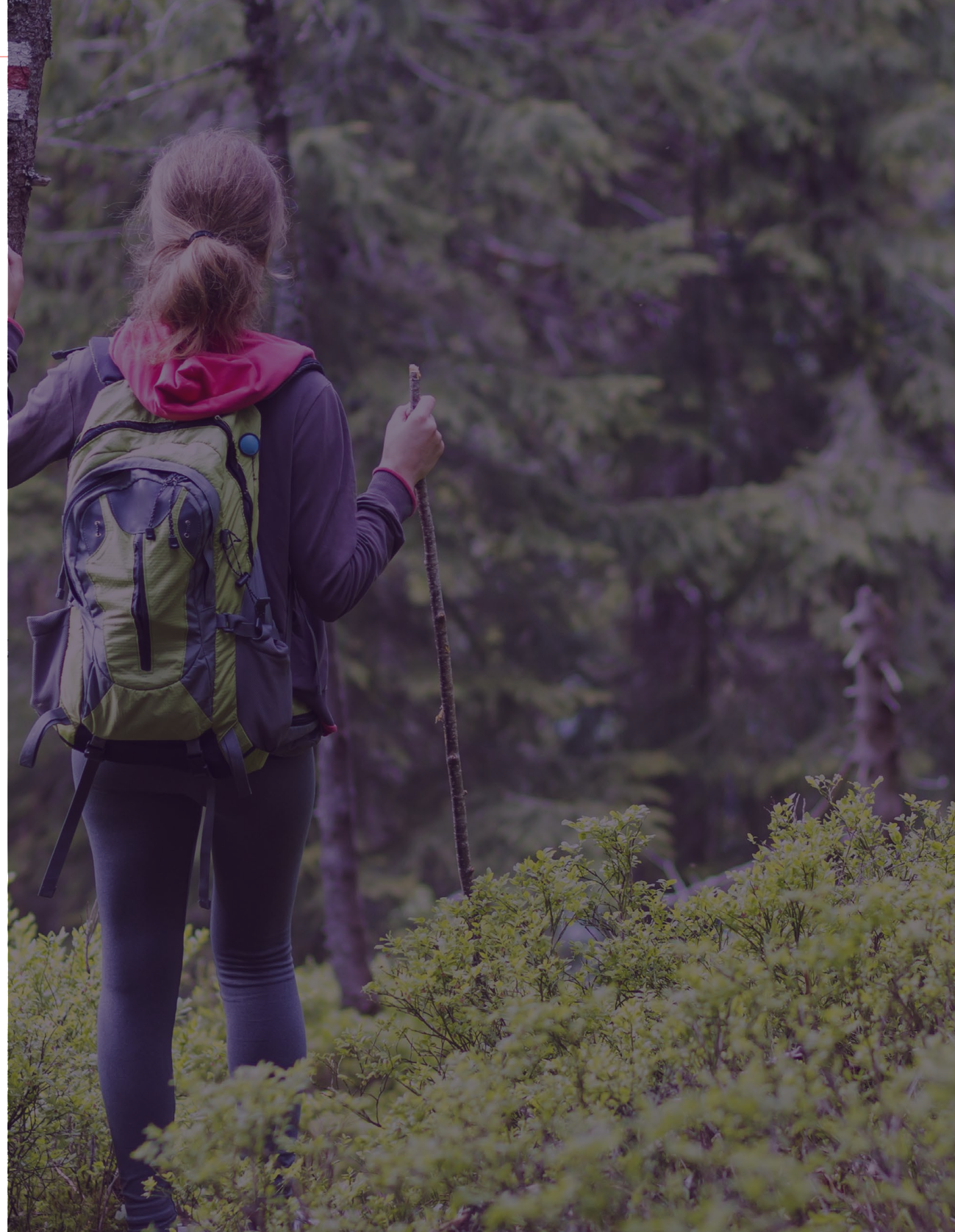
19 LES MÉTHODES INNOVANTES DE GESTION DU PERSONNEL DANS LES PME 50
Mohamed Amine Loukili

20 TOURISM, EDUACTION AND ENTREPRENEURSHIP. TOWARDS ENHANCED TRIANGULATION 52
Hamid Ait Lemqeddem; Jihane Chouay

INTRODUCTION

This international conference was part of a series of events organised by the Jean Monnet Network "THE EUROPEAN UNION, MEDITERRANEAN AND AFRICA INTEGRATION IN THE GLOBAL AGE" (AMENET). This research and training project is a major Jean Monnet activity supported by the European Commission. It brings academic partners and institutions together from the ECOWAS countries, Mediterranean African countries and Europe. It aims at improving EU-Africa cooperation and at contributing to building sustainable societies in Africa in coordination with the European Union. The Network's main focus lies on studying the relations between the European Union and Africa, with particular emphasis on the regional economic integration in/with the Economic Community of West African Countries (ECOWAS).

This second international conference on regional integration was entitled "ENABLING TOURISM TO INTEGRATE AME ECONOMIES TO COPE WITH CLIMATE CHANGE: SPECIAL FOCUS ON THE AFRICAN SOCIETIES", and had as the main goal to provide sound insights into the potential of sustainable tourism to promote human sustainable development in North-western African countries by contributing to economic integration at local and regional levels, and leading local economies to build resiliency against climate change impacts. Due to the COVID19 pandemic, the event, hosted by the University of Las Palmas de Gran Canaria Event, was celebrated in an online format and broadcast via streaming. The event emphasised the challenges to regional and continental integration in Africa in a comparative perspective, and with a specific focus on the ECOWAS. Ample time was devoted to engaging the debate between speakers (including academics, policymakers and other stakeholders) and the audience.



1
DETERMINANTS OF SUSTAINABILITY OF ENTERPRISES IN SUB-SAHARAN AFRICA: EVIDENCE FROM GHANA

Daniel Kwabena Twerefou
University of Ghana, Ghana

Kwadwo Danso-Mensah
University of Ghana, Ghana

Keywords: Sustainability, enterprises, Ghana, innovation, technology.

Introduction: Global objective to achieve sustainable development has gingered enterprises to expand their accountability systems beyond economic considerations to social and environmental considerations to ensure sustainability. Many potential factors are vital in influencing the economic, environmental and social sustainability decisions of enterprises. These factors may vary from energy and water-saving practices, image, reputation, relational marketing, organizational commitment, information technology, cost and risk reduction, sales or profit margin and innovation capabilities, among others. Despite the potential contributions that enterprises can make to the achievement of sustainable development, very little is known about the factors that facilitate or otherwise the attainment of sustainable development at the enterprise level in Sub Saharan Africa. Perhaps enterprises' management practices in technology, research and innovation, finance and exports can influence economic, environmental and social sustainability. This study emanates from such speculation. The paper assesses Ghanaian enterprises' management practices in technology, research and innovation, finance and exports that influence economic, social and environmental sustainability with the view to drawing inferences for the sub-region. Analysis of these issues is important because it will enable Governments in Sub-Saharan Africa countries, especially the government of Ghana to have good knowledge of the nature and types of incentives required to drive investment in economic, social and environmental sustainability. This is in line with Sustainable Development Goals 9 and 12 that aims at building resilient infrastructure and ensuring sustainable consumption and production patterns.

Methodology: We use the United States National Institute of Standards and Technology comprehensive categorization of enterprises' sustainability indicator to identify indicators for economic, environmental and social sustainability. Specifically, we use the ratio of total annual cost of fuel and electricity to total sales of all products and services as a proxy for environmental sustainability, productivity defined as the total revenue per employee to measure economic sustainability and the share of full-time skilled labour in total paid employees that are contracted for at least one year and/or have a guaranteed renewal of their employment contract to measure social sustainability With regards to independent variables we used several independent variables relating to enterprise-level management practices in technology, research and innovation, finance and exports. Specifically, there were 4 proxies to represent technology, 8 to represent research and innovation, 5 to represent finance and 2 to represent exports. Control variables used included the number of years the enterprise has been in business, the years of experience of the top manager and whether or not the enterprise's top manager is a female.

Separate regressions were estimated for each broad category of independent variables using Ordinary Least Squares estimation techniques and the control. For example, variables in the technology category enter the model one-at-a-time to determine their independent impact on each sustainability indicator while maintaining the controls. This was done for all the independent variable categories and for all the model equations. This procedure helps to avoid estimation problems associated with over-fitting of the model and multi-collinearity. Data for the study comes from the World Bank Enterprise Survey conducted for Ghana between December 2012 and July 2014.

Results: We find that that mobile money use is the only variable that significantly affects environmental sustainability though negatively. While the use of emails and websites positively influence economic sustainability, mobile money use exerts a negative effect on economic sustainability. Social sustainability is observed to significantly improve with improvement in the use of foreign technology, email and websites. However, the reverse was observed with regards to mobile money use.

With regards to innovation and research, in almost all cases, the variables are insignificant in determining environmental sustainability except for improved marketing methods and new approaches and ideas. Even in these cases, the impact is weak. For example, enterprises adopting improved marketing methods, products and services reduce environmental sustainability by increasing the environmental cost; but the impact is very weak. Except for research and development in both social and economic sustainability and improved manufacturing methods in the case of economic sustainability, all the variables have the expected positive impact on economic and social sustainability with majority exerting a highly significant effect.
The results on financial control and access show that enterprises owning current accounts and having access to overdrafts and loans tend to have a significantly negative impact on economic and social sustainability. Also, enterprises that have access to credit sales and credit purchases exert significant influence on all the three sustainability measures. The impact is unambiguously positive and significant for economic and social sustainability but that on environmental sustainability is negative for credit purchases and positive for credit sales. The worsening effect on environmental sustainability by credit sales is however weak.

Where enterprises adopt indirect export strategies, environmental and economic measures of sustainability are positively enhanced but social sustainability is insignificant although positive. However, where enterprises directly export their products and services, social and economic sustainability improves but its relationship to environmental sustainability is insignificant.

Main conclusions: Mobile money use significantly negative effect all the various components of sustainability possibly as a result of poor use of digital payment platforms resulting from criminal cyber activities. The use of emails and websites positively influence economic sustainability. However, social sustainability improves with improvement in the use of foreign technology, email and websites. Research and innovation-related variables positively impacted on economic and social sustainability, suggesting that innovation and research adopted by enterprises are related to economic and social sustainability.

Financial control and access negatively affect economic and social sustainability, possibly due to the high cost of such facilities. Consequently, credit sales and purchases drive economic and social sustainability. The adoption of indirect export strategies enhances environmental and economic sustainability while direct export strategies improve social and economic sustainability.

2

ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL IMPACT OF RELIGIOUS TOURISM IN SOUTH AFRICA: A CASE OF ZION CHRISTIAN CHURCH (ZCC) PILGRIMAGE

Ndivhoniswani Aaron Tshidzumba
North West University, South Africa

Keywords: Pilgrimage, Religious tourism, Pollution, Economic benefits, Environmental impacts.

Background: The study focus on religious tourism as is described as having many acronyms such as spiritual tourism, sacred tourism or faith tourism. In South Africa, the biggest religious pilgrimage are the Zion Christian Church (ZCC) in Limpopo – a province North of the country and the Shembe in Kwazulu Natal – a province by the coast, south of the country. It is estimated that the membership of the church is most likely between 8 and 10 million. Annually, around Easter holidays from Good Friday, members of the ZCC converge at Boyne – Moria located in the Limpopo Province of South Africa. The pilgrimage attracts not only South African members but also members from neighbouring countries such as Botswana, Lesotho, Namibia, Malawi, Swaziland, Zimbabwe, Zambia. Making it the biggest religious pilgrimage in the Southern African region. This has attracted the attention of researchers for a long time. Of interest has been the impacts of the religious pilgrimages on visited destinations. However, the impacts of religious tourists in South Africa has received cursory attention from researchers.

Objective: The objective of the study was to assess the impacts of religious tourism in South Africa. There is dearth of studies to assess the impacts the ZCC pilgrimage has on the economy as well the environment of villages, people and the town surrounding ZCC headquarters.

Method: A qualitative research methodology was used for this study. Data was collected from congregants, villagers of Mankweng village, few church officials, local municipality officials, local business owners, academics from University of Limpopo. The data collection instrument used were semi-structured interview schedule consisting of open-ended questions. Data obtained from these participants were analysed using content analysis.

Results: The results of the study show that whilst there are negative environmental impacts including air, noise and land pollution, over-crowding, littering and excessive road traffic, ZCC has also made efforts to mitigate the negative impacts. It took the church members to clean the place two days and disband all pollution as expressed during the pilgrimage. More importantly, there is a number of positive economic impacts such as job creation, new start-ups business, and infrastructure development.

Conclusion: The study concludes by suggestions on how similar pilgrimages in the Southern African region could learn from the Z CC case study to militate possible negative environmental impacts arising from hosting such events.

3
TOURISM AND SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT: MAINSTREAM AND CRITICAL VIEWS

Olivia Joseph-Aluko
Reinvent3r (Migration and Law), United Kingdom

Keywords: Socio-economic development, Pro-poor tourism, Sustainability, Entrepreneurship, Climate change adaptation.

Introduction: As highlighted in three of the seventeen Sustainable Development Goals (SDGs), tourism can be an effective means of fostering economic growth and creating job inclusion, particularly in developing countries. Africa has the second fastest growing tourism industry behind Asia and the Pacific, growing 5.6% in 2018 compared with a global average of 3.9%. Travel and tourism in Africa contributed USD$194.2 billion to the region's economy, representing 8.5% of the continent's GDP, as well as 24.3 million African jobs, or 6.7% of total employment in 2018.

However, tourism creates problems for sustainability, particularly environmental preservation and social cohesion. For example, tourism is a significant contributor of global greenhouse gas (GHG) emissions, and it can exacerbate problems related to water consumption and waste management. Climate change and adaptation strategies have increasingly become critical issues in tourism development, particularly in many parts of Africa, where the tourism industry is largely based on the natural environment and wildlife. Moreover, African citizens and communities have not enjoyed substantial shares of the benefits of tourism. Only a small proportion of tourist dollars reaches local communities, which are also often excluded from tourism governance and decision-making. As such, many communities have not been fully engaged in efforts to balance tourism activities with natural resource management or other efforts to adapt the tourism industry to the effects of climate change. Moreover, the recent Covid-19 pandemic has wreaked havoc on African tourism and hospitality industries, thereby representing a significant threat to economic development.

This study examines factors that have promoted and hindered socioeconomic development deriving from tourism in Africa from the lens of "pro-poor" local economic development theory. It presents several case studies of countries that have been most and least successful in harnessing the economic power of tourism, and it discusses the economic, environmental, and social sustainability of tourism in local communities in the face of climate change. In addition, the impacts of the Covid-19 pandemic on African tourism industries is examined. On the basis of the findings, several recommendations are offered regarding ways that tourism can further empower and promote socio-economic development in local African communities.

Method: This study utilized a descriptive technique that involved analyzing and interpreting raw data concerning tourism and economic development from the World Trade and Tourism Council (WTTC), the World Bank, and the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) for the years 2015-2020. The analysis and findings were also informed by a review of data and policy documents regarding country-level and international measures to develop, regulate, and govern tourism while also adapting the industry to the constraints imposed by climate change. Major measures included tourism levels and contribution to GDP and employment, as well as local level impacts on social and environmental conditions and community empowerment.

Results: Africa's tourism sectors are at different stages of development. Ethiopia is currently leading the region, growing at a rate of 48.6% with a value of 7.4 billion in 2018. Overall, Sub-Saharan African countries tend to rank lower on tourism and travel competitiveness indices; however, notable exceptions include South Africa, Mauritius, and Seychelles. South Africa has particularly devoted efforts to implementing measures and programs that promote pro-poor local economic development from tourism, and it has been a leader in emphasizing the need for solutions to climate change that promote GHG reductions while also fostering socioeconomic development.

Sustainable tourism development in African countries remains hindered by several constraints, including security issues, limited access to and overly expensive aviation services, poor investment climate, taxes and visa requirements, low development of tourism skills, non-standard accommodations, lack of security, underdeveloped infrastructures, crime and safety problems, and bureaucratic barriers. One ongoing issue in many countries is the lack of sufficient regulation, which has led to negative environmental and socio-cultural impacts. Many countries are hampered by capacity and financial constraints, and local areas struggle to plan and adapt to emerging environmental issues. However, tourism may also represent a viable means of promoting ecological conservation and helping communities to sustainably deal with the effects of climate change.

Tourism has been demonstrated to be an effective vehicle for local entrepreneurship and empowerment for youth and women along with other community members. However, in many regions, both the tourism sector and natural resources management are run through top-down governance, with limited inputs from members of impacted communities. Foreign investors' gains and politicians' priorities often far outweigh local communities' benefits. In many cases, the bulk of profits have gone to authorities and private sector operators, with limited revenue being directed toward local development and resource management.

The Covid-19 pandemic has exposed the existential risk to African tourism industries posed by infectious diseases. The imposition of international travel bans on more than 90% of the world population and wide-spread restrictions on public gatherings and mobility have led to a precipitate decline in tourism worldwide. The pandemic has highlighted African countries' high level of dependence on tourism for economic growth and the importance of income of international travelers for sustaining conservation efforts. As countries prepare to reopen their borders, they confront the need to enhance their attractiveness to compete with other destinations while also establishing more intensive health and safety measures to reduce the risk of reigniting local infection rates.

Conclusion: Enhancing stability and establishing related infrastructures are key to further enhancing tourism's contribution to socioeconomic development in African countries while also adapting to the ravages of climate change. South Africa's recently enacted carbon tax should be implemented on a wider scale, and the revenue can be invested in programs that provide access to cleaner and safer energy to communities as well as educate them regarding sustainable living. The economic power of Africa's tourism industry can be further enhanced by partnerships between the public and private sectors, which should collaborate to develop ways to enhance the adaptability of African tourism to changing environmental conditions and invest more tourism profits into local communities. Measures such as sponsored hospitality and ecological training and education can benefit local participants, solidify their commitment to conservation, and lead to the attraction of more visitors. Supporting local tourist-aimed entrepreneurship with micro-credit and similar programs is another means of empowering local communities–including women and youth– to directly benefit from expanding tourism. A critical element of creating environmentally, economically, and socially sustainable tourism is to promote multi-stakeholder governance and development.

4
THE POTENTIAL OF THE WHALE WATCHING TOURISM IN CAPE VERDE. A FIRST APPROACH

Chaitanya Suárez-Rojas
University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain

Matías M. González Hernández
University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain

Carmelo León González
University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain

Keywords: Whale-watching, Cape Verde, potential tourists, destination choice.

Introduction: Whale-watching has become one of the most popular non-consumptive forms of marine wildlife exploitation since the declaration of the whaling moratorium three decades ago (Chen, 2011; Mallard, 2019; Orams, 2000; Parsons & Rawles, 2003; Tkaczynski & Rundle-Thiele, 2018). In 2008, more than 13 million people did whale-watching worldwide, generating around 2.1 billion dollars in revenues, and approximately 13,000 employs within the tourism sector (O'Connor, Campbell, Cortez & Knowles, 2009). Thus, whale-watching is considered a significant tourism segment that provides socio-economic benefits to the local communities (Mallard, 2019). Whale-watching operators have the challenge to ensure tourist satisfaction, increase their business profitability and diversify tourism supply. To achieve it, operators should know their target markets, i.e. customers' profile characteristics, their preferences and motivations, their level of experience or even the commitment to the activity (Jonas, Radder & van Eyk, 2019).

Cape Verde is a 10-islands archipelago located in the eastern North Atlantic Ocean, where tourism is at a development stage, focused on resorts and all-inclusive holiday packages (Sánchez-Cañizares & Castillo-Canalejo, 2014). Whale-watching in Cape Verde is mainly focused on Humpback whales (Megaptera novaeangliae) seasonal sightings from early March to late May (Stewart, Irwin & Wilson, 2017; Wenzel et al., 2020). Although the activity is still developing, whale-watching is rapidly expanding. According to Ryan et al. (2013), the number of whale-watching tourists increased from 300 in 2008 to 5,000 in 2012. However, there is scarce research regarding the potential of whale-watching tourism in the archipelago. Thus, this research aims to analyse the socio-demographic profile of tourists that would potentially do whale-watching in Cape Verde. Results will enable to develop efficient marketing strategies to position Cape Verde as a significant whale-watching destination.

Methodology: The research instrument was the on-line questionnaire. Data were collected from individuals of the three main outbound tourism countries of tourists to Cape Verde, from UK, Germany, and Portugal. Questions covered socio-demographic characteristics (gender, age, education level, occupation, and income) as well as information regarding previous visits to Cape Verde, or previous experience on watching whales. Respondents were invited to choose between two tourism packages with specific activities to do/practice at different island destinations during a 5 day-holidays, with good accessibility and good weather conditions. The possibility of doing whale-watching in Cape Verde for 150€/day per person was always included in one of the two options. Target population was defined as 18-year-old and above individuals who travelled during 2018 or 2019 to a coastal or island destination for maritime recreation. The final sample was composed by 372 tourists: 122 from UK, 125 Germans and 125 Portuguese. Frequency analysis and Chi-square test were implemented for data processing, to first identify the percentage of tourists that would be willing to do whale-watching in Cape Verde, and second, to characterize this sample group. Within the sample, 52.7% of the individuals chose the Cape Verdean 5 day-holiday and the possibility of doing whale-watching at the destination, thus, defining this group as potential visitors.

Results: Potential visitors (52.7% of the total sample) are represented by 30.1% of British respondents, 30.1% of Germans and 39.8% of the Portuguese. Potential visitors are mainly young and middle-aged (between 18-34 years= 32.1%, between 35-55= 40.8%). At least 50.0% of the potential visitors are employed by wages or self-employed (15.3%). The 52.0% are male, and almost half of them have a university degree. Around 30.0% earn annually between 12,000-24,000€. The 30.1% of the potential visitors had visited Cape Verde, while 38.3% have watched whales before.

Main conclusions: Results show that whale-watching in Cape Verde has a high potential to attract middle-age workers that have a university degree. According to Jonas et a. (2019), if the whale-watching industry knows who their customers are, this would enable to design personalised marketing strategies to ensure the visit of these potential tourists. This kind of strategies would also lead, once the experience has been consumed, to guarantee tourist's satisfaction, their willingness to recommend whale-watching in Cape Verde to others, or even to build customers loyalty. Finally, the strengthening of whale-watching tourism in Cape Verde will lead to a multiplier effect on the local communities.

5
OPPORTUNITÉS DES PLATEFORMES WEB DANS LE SUIVI-ÉVALUATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE TERRITORIALE DE L'AFRIQUE DU NORD

Ilyes Boumahdi
l'Institut National de Statistique et d'Économie Appliquée (INSEA), Maroc

Nouzha Zaoujal
l'Institut National de Statistique et d'Économie Appliquée (INSEA), Maroc

Abdellali Fadlallah
l'Institut National de Statistique et d'Économie Appliquée (INSEA), Maroc

Mots clés : Tourisme, politique publique, territoire, scrapping, text mining

Introduction : En plus de leurs opportunités commerciales, les plateformes web d'hébergements seraient un outil complémentaire important de suivi-évaluation du secteur touristique. Aussi, nous exploitons leurs données massives afin de mettre en évidence l'appréciation différenciée la plus récente des touristes dans les territoires de l'Afrique du Nord en contournant le retard de publication et les limites d'accès aux données « conventionnelles ». L'objectif de notre étude est de proposer certains axes stratégiques orientant au mieux les actions publiques locales dans le secteur du tourisme en Afrique du Nord.

Méthode : Nous avons extrait les données de 1852 hébergements, mises à jour au 3 février 2020, des six pays de l'Afrique du Nord (Maroc, Mauritanie, Algérie, Tunisie, Libye, et Egypte) d'une plateforme web d'hébergements. Les données concernent 40 variables diversifiées (numérique, alphanumérique, binaire et géodésique). Nous avons créé un SIG territorial des six pays de l'Afrique du nord, puis, nous avons géoréférencé l'emplacement régional de chaque établissement (10 des 12 régions du Maroc, 3 Wilayas de la Mauritanie, 26 des 48 Wilayas de l'Algérie, 13 des 24 Gouvernorats de Tunisie, 1 région de la Libye et 15 des 27 Mohafazats de l'Egypte).

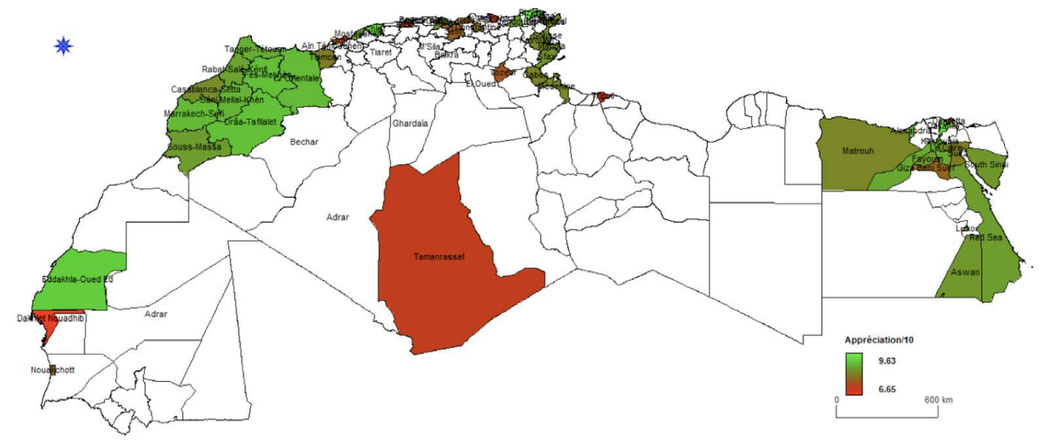
Nous avons extrait, aléatoirement de 10% des hébergements, les commentaires textuels des touristes ayant séjourné effectivement dans les destinations phares de l'Afrique du Nord (Marrakech-Safi, Tunis et le Caire), soit 700 commentaires en 30 langues de touristes de 67 nationalités. Après traduction et nettoyage des commentaires, nous en avons fait l'analyse textuelle, la corrélation des mots les plus récurrents avec ceux ayant une connotation positive ou négative ainsi que l'analyse des sentiments ressentis.

Résultats : L'offre touristique territoriale sur le web de l'Afrique du nord est globalement concentrée exerçant une pression sur certains territoires avec une prépondérance des hébergements non classifiés (69%). La concentration la plus importante concerne le Maroc avec 57% des hébergements à Marrakech-Safi alors qu'elle est la moins importante en Egypte (31% au Caire, 19% au Red Sea et 18% à Giza). Marrakech-Safi (43%), Souss (64%), Sfax (78%) et le Caire (57%) se caractérisent par une part plus importante des 5 étoiles.

Le prix moyen des hébergements en Afrique du Nord est de 1406 € pour un séjour de 2 adultes de six nuitées, du 1er au 7 août, réservé le 3 février 2020. Cette moyenne est tirée par le tarif important de la Tunisie (2770 €) notamment à Nabeul (3831 €). Les prix au Maroc et en Egypte sont alignés à 675 € avec des tarifs plus dispersés en Egypte (1054 € au Red Sea contre 505 € pour Giza).

Tous les territoires sont aussi bien appréciés que la moyenne de l'Afrique du Nord (8,5) mis à part l'Algérie (7,7) et la Mauritanie (7,6). Le Maroc est légèrement mieux apprécié (8,8), notamment, au Drâa-Tafilalet qui est le territoire le mieux coté de l'Afrique du Nord (8,6).

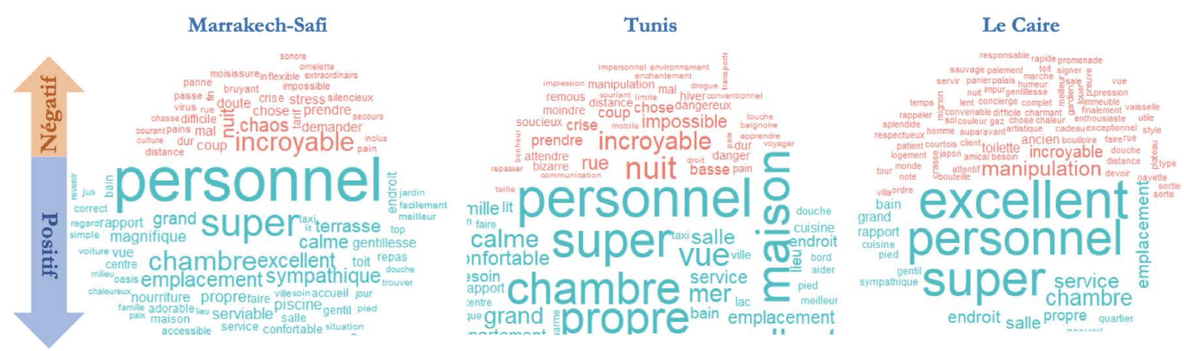
Graphe 1 : Appréciation de l'offre touristique territoriale web des destinations nord africaines (2020)



Source : Auteurs, données extraites du Web

Les offres non classifiées de l'Afrique du Nord sont mieux appréciées (8,7) que celles classifiées (8,0), notamment, au Maroc à Drâa-Tafilalet (9,1), en Egypte à Giza (9,0) et en Tunisie à Sousse (9,0).

Graphe 3 : Nuage des mots des commentaires selon leurs polarités de l'offre touristique territoriale web des destinations phares nord africaines (2020)



Source : Auteurs, données extraites du Web

L'appréciation globale du Caire (8,2), au-dessous de l'Egypte (8,5), revient à celle du rapport qualité/prix (7,8), de l'équipement (8,0), du petit-déjeuner (7,6) et du Wi-Fi (7,4). Sur ce dernier, les trois territoires ont une appréciation qui grève leurs réputations. Le Caire est, par contre, mieux apprécié pour l'attention du personnel (8,6), la propreté (8,3) et le confort (8,3) au même titre que les autres territoires.

Le mot qui revient le plus dans les commentaires est « personnel », 177 occurrences, associé à des mots à connotation positive (serviable et sympathique avec des coefficients de corrélation de 35%). En plus, « petit déjeuner » (129) et « emplacement » (92) sont associés respectivement à excellent et délicieux (25%) et central et médina (21%).

L'analyse des sentiments des commentaires révèle la prépondérance des mots à connotation positive à hauteur de 92% en Afrique du Nord. Les nationaux apprécient mieux que les non-résidents les destinations nord africaines, notamment, pour le Maroc. Les touristes français ont une appréciation plus négatives relativement aux autres nationalités. Il en va de même pour le Royaume-Uni pour Marrakech-Safi et Tunis à l'encontre des allemands qui apprécient plus ces destinations.

Conclusion : L'offre d'hébergement des territoires nord africains est diversifiée couvrant des types d'hébergement non classifiés (appartements, gîtes, maisons d'hôtes, …) mieux appréciés qui améliorent l'offre touristique authentique des territoires. Aussi, toute politique publique touristique, centrale ou déconcentrée, devrait tenir compte de ces petites structures, compte tenu de leur importance dans l'attractivité des territoires, en mettant à contribution les attentes de la clientèle révélées par notre étude. Il s'agit, notamment, de la mise à niveau d'équipement, notamment, en connectivité et de l'amélioration du rapport qualité/prix.

Les territoires nord africains pourraient, également, promouvoir leurs offres marquées par l'authenticité et la durabilité. En effet, les touristes sont moins exigeants par rapport à certains aspects d'hébergement en faveur de plus de responsabilité écologique des entreprises hôtelière. Aussi, la labélisation verte de certaines petites structures hôtelières pourrait relativement contrer certaines défaillances. Dans ce sens, les collectivités locales pourraient solliciter les plateformes web pour soutenir la promotion touristique de leurs territoires en mettant à contribution leurs outils de référencement.

6
LE TOURISME DE MONTAGNES ET SON IMPACT SUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL. LE CAS DE L'AURÈS

Abdennacer Guedjiba
Université Abbes Laghrour Khenchela, Argelia

Mots clés : Aurès–Potentialités naturelles-Tourisme local–Montagnes- Développement durable.

Introduction : Le tourisme connait, depuis des décennies, une croissance exponentielle à l'échelle planétaire. En plus de sa vocation de distraction et de plaisance, il est aussi l'un des vecteurs de contacts culturel et civilisationnel entre les nations. Sur le plan économique, le tourisme est le moteur du développement florissant, tant au niveau de création d'emplois, de croissance économique que de contribution à la balance des échanges commerciaux.

Il y a une panoplie de formes de tourisme : tourisme balnéaire, tourisme saharien, tourisme de montagnes, … Ces dernières sont, depuis toujours, des lieux d'émerveillement des hommes et leurs sources d'inspiration. Contrairement à la mer et au Sahara, ces lieux attirent des millions de touristes et de visiteurs, durant les quatre saisons de l'année. A travers le monde, cette interaction entre l'homme et la montagne, fait preuve de développement durable de l'environnement montagneux
Cette intervention se penche, sur l'étude du tourisme en montagnes en Algérie. Elle s'intéresse aux liens entre l'épanouissement de cette activité et le développement économique durable de ces régions. Elle porte, essentiellement, sur l'Aurès, un massif montagneux, situé à l'Est de Algérie, au centre du pays chaoui.

Method : L'étude s'inscrit dans le sillage d'une approche socio-économique. Son intérêt est de souligner les liens entre l'épanouissement du tourisme de montagnes et le développement économique durable des communautés hôtes. La démarche de recherche adoptée, dans ce travail, est basée sur la technique d'investigation. Une démarche qui permet d'apporter un éclairage sur l'implication de ces acteurs, dans le choix de la destination touristique et leur contribution dans le développement local.
L'investigation se fonde sur l'exploitation des données d'une enquête de terrain menée auprès des visiteurs et des visités sur les lieux. Elle met l'accent sur le rôle de cette activité touristique dans la dynamique du développement local.

Vingt-cinq chefs de famille et soixante-quinze représentants de groupe d'amis sont contactés en milieu des visiteurs. Côté visités, vingt-quatre responsables locaux (pour s'enquérir sur leur rôle dans le développement de cette activité touristique), quatre-vingt-trois chefs de familles et quatre-vingt-huit jeunes personnes sont approchés. Les questions des entretiens portent, en gros, sur les raisons de fréquentation de ces lieux, l'utilité d'une telle activité touristique, son impact sur les populations hôtes. L'enquête a duré plus de six mois. Elle a eu lieu entre avril et décembre 2019.

Results : Au terme de l'analyse des réponses des enquêtés, il ressort que le tourisme local, dit aussi « tourisme social » est la forme privilégiée dans les montagnes de l'Aurès. Il est privilégiée parce qu'il inclut les dimensions économiques, sociales et culturelles.

Sur le plan économique, parce que c'est un tourisme à bon marché. A l'inverse du tourisme de masse qui ne profite, en réalité, qu'aux actions des promoteurs, tant au niveau national que régional et local, le tourisme social « tente de trouver un équilibre entre les activités touristiques, le développement économique, la protection de l'environnement et la satisfaction des touristes et des résidents locaux » tient à souligner S. PARENT (2013 : 76).

Sur le plan social, parce qu'il est fondé sur des valeurs qui font référence à la conscience sociale des visiteurs et des visités. Lesquelles références reposent, principalement, sur l'intégration des prestations touristiques à la vie des deux communautés (urbains/ruraux) et sur la liaison par des actions de solidarité entre elles. Les visiteurs et les visités entretiennent entre eux des interactions sociales privilégiées établies sur la solidarité dans les échanges.

Sur le plan culturel, parce qu'il prend en considération la protection de la culture et de l'environnement local, à travers une mise en valeur des ressources humaines et matérielles. S. PARENT écrit à juste propos : « Ce type de tourisme vise à préserver le patrimoine naturel, culturel et social et à assurer la durabilité de la ressource et la mise en valeur des résultats de son exploitation au profit des collectivités locales et non pas à leurs dépens. » (2013 : 75)

Conclusions : Le choix des montagnes comme destinations touristiques privilégiées des chaouis des villes s'explique par l'absence de lieux de loisirs en milieux urbains. Les montagnes restent leurs seuls lieux de distraction. Elles leur procurent à longueur d'année, des services collectifs amnétaires et font le bonheur des personnes avides d'air pur et d'eau de source. La situation de ces endroits à proximité des villes voisines est un autre facteur qui milite en faveur du renforcement de ce rapport privilégié avec les hauteurs. Le massif de l'Aurès est à une distance presque égale de Batna, Biskra et Khenchela (entre 60 et 80 kms, soit une heure à une heure trente de route). Cela rend plus faciles les déplacements des visiteurs du monde urbain vers ces lieux de divertissement.

En définitive, le tourisme de montagnes, à travers le monde, est l'un des leviers les plus puissants de la croissance économique de ces régions. Néanmoins, dans l'Aurès, ce secteur est encore loin de répondre aux attentes des populations locales en dépit des atouts touristiques, aussi bien patrimoniaux que naturels, que recèle la région. Les recherches scientifiques, sur le sujet, et les investissements économiques, dans le secteur, au niveau local, enregistrent des années de retard et ne semblent pas, encore, relever des préoccupations des instances concernées.

7

LE TOURISME RURAL COMME UN LEVIER DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ET L'AMÉLIORATION DE LA GOUVERNANCE LOCALE DANS LA COMMUNE ARBAA SAHEL EN PROVINCE DE TIZNIT

Achraf El Filali
Université Mohamed V- Rabat, Maroc

Noufissa El Moujaddidi
Université Mohamed V- Rabat, Maroc

Mots clés : Tourisme rural, développement local, gouvernance territoriale, contexte rural, parties prenantes.

Introduction : Au Maroc le potentiel touristique rural est considérable ; mais non encore commercialisé en tant que produit remarquable de la destination. Pourtant sa valorisation placerait la destination nationale sur le marché du tourisme culturel et de découverte avec une forte capacité concurrentielle. Une offre de tourisme rural pourrait non seulement participer à la réactivation du produit balnéaire marocain vieillissant bien qu'actuellement en cours de relance, en le rendant plus compétitif par rapport à ses concurrents méditerranéens ; mais également davantage diffuser les retombées directes du tourisme au fin fond des campagnes et contribuer ainsi au développement humain au niveau local.

Mais en même temps, pour de nombreux acteurs, le tourisme rural est perçu de plus en plus comme l'une des activités les plus prometteuses en mesure de générer des revenus dans les campagnes en difficultés, voire y constituer un facteur de développement.

Le tourisme rural pourrait aussi influencer les règles du jeu territoriales, dans le sens où ça pourrait changer des lois qui gouvernent un territoire donné, en vue d'attirer les investissements dans ce secteur ou pour attirer directement les touristes, donc on parle sur la gouvernance territoriale, donc à ce niveau, on soulève la problématique suivante : « A quel point le tourisme rural peut être un levier du développement local et le cœur des règles de gestion territoriale ? ».

Méthodologie : La méthodologie de recherche adoptée se base sur une approche qualitative visant trouver lien entre les paramètres, en procédant à recueillir des données secondaires pour la recherche théorique, puis en second lieu des données primaires tirés d'après un guide d'entretien élaboré avec l'ensemble des intervenants sur le champ territorial en question, notamment la société civile et la commune territoriale de Larbaa Sahel qui se trouve en province de TIZNIT.

Résultats : Les résultats obtenus montrent que le tourisme rural est considéré la première composante du développement de la commune Larbaa Sahel, ce territoire est considéré comme une destination très importante aux européens compte tenu de sa position stratégique et pour ses produits terroir. Le Plan d'Action Communal de cette entité territoriale a prévu des infrastructures touristiques, en construisant plus de locaux, notamment des auberges dans la zone montagneuse de la commune et des hôtels sur la mer, également l'aménagement et l'entretien de la plage Sidi Boufdail qui est compté comme une façade atlantique qu'elle compte bien mettre en valeur au profit de ce secteur , ce projet aussi à vocation écologique assurera des objectifs à plusieurs niveaux : économique, touristique et social, en proposant un lieu de repos tout en assurant convivialité, développement harmonieux et protection de l'environnement dans un lieu dédié aux loisirs et à la détente.
La commune met en valeur la composante culturelle en vue d'attirer plus de tourisme, en se focalisant sur la promotion des coopératives arganiers, ce qui a permis de développer de la notoriété du produit terroir sur le plan régional, national et international, ce dernier (produit) est fortement présent dans les festivals d'agriculture au Maroc, il est exporté aussi en France, cette reconnaissance à la production locale du territoire Larbaa Sahel a fait que plusieurs partenaires à l'échelle national et mondial ont entrepris des partenariats pour l'amélioration de la productivité et la commercialisation de l'argan sur plusieurs plateformes.

Sur le plan commercial, Les associations étudient actuellement la possibilité d'une requalification du marché hebdomadaire qui se tient tous les mercredis, par l'aménagement de sa part Ouest afin d'accueillir un projet touristique, économique et commercial sous la forme d'un complexe touristique intégré, dans l'espoir de redynamiser le centre communal et créer l'essor économique et touristique qui lui manquait depuis un certain temps.

Afin de réaliser l'ensemble de ces projets, la commune territoriale de Larbaa Sahel a adopté une approche participative avec l'ensemble des parties concernées ,en concrétisant cette orientation à travers des discussions et des débats qui ont montré la nécessité de la requalification du tourisme comme un promoteur du développement local et un des leviers du programme de mandat du conseil communal , pour cela une réorientation forte et une mobilisation accrue sont mises en place pour la réussite de ce chantier , à travers la facilitation de la procédure d'investissement touristique dans le territoire, l'aménagement des espaces susceptibles à acquérir des projets touristiques et l'ouverture sur les suggestions de l'ensemble des intervenants pour une émergence de ce secteur.

Conclusions Principales : Le tourisme dans le monde rural peut être considéré comme une base pour le développement local dans une commune, il peut être une source de revenu permettant de financer un ensemble de programmes liés à la construction et l'amélioration des infrastructures et l'investissement dans le capital immatériel, ce qui développera par la suite le sentiment d'appartenance et à l'éducation d'une génération qui prendra la relève. Ainsi, ce secteur peut créer des opportunités en investissement dans le secteur industriel et commercial suite à l'augmentation de la demande lors de la résidence sur le territoire.

Afin d'atteindre ces objectifs ambitieux, la commune territoriale devrait mobiliser l'ensemble des acteurs du territoire sur les opportunités que la zone géographique offre, adopter la démocratie participative dans les débats publiques à propos de ce sujet et le recours aux partenariats et la fédération des principes du marketing territorial avec la totalité des institutions publiques pour la promotion de son image.

L'ensemble des mesures citées nécessitent un changement des mentalités de gestion, en mettant en priorité l'avenir du territoire et la considération d'autres acteurs comme des protagonistes non pas des antagonistes.

8

INSTITUTIONAL AND POLICY GAP ANALYSIS OF CLIMATE SERVICES IN WEST AFRICA: A STAKEHOLDERS´ PERSPECTIVE

Yen. E. Lam-González
University of Las Palmas de Gran Canaria, Spain

Keywords: Climate Services, Climate Change, Adaptation, Africa.

Abstract: Climate services are crucial to support sustainable development and adaptation to climate change, although their use is still considered limited. The main aim of this research is to identify regulatory and institutional barriers affecting climate services provision and use in support policy-making for tourism in West African countries. To this aim, 48 high level representatives and experts, most of them working on the areas related to environment protection and Climate Change, in Mauritania, Senegal, Togo, Côte d´Ivoire and Benin were interviewed. As a result, it was found significant differences between national authorities and research organizations regarding i) their perception of the legislation for climate services ii) their level of knowledge of the mechanisms already in place to provide feedback to the specialized agencies about the type of climate data and information needed locally, iii) their level of information about the national Early Warning System, and iv) their capacity to identify providers and potential users of climate services at national/local level. The study identifies a set of potential measures of high priority with great usefulness to develop multi-country projects and programmes.

Introduction: Climate services involve the generation, provision, and contextualization of tailored climate-related knowledge and information derived from climate research for decision making at all levels of society (Vaughan & Dessai, 2014), thus crucial to support sustainable development and adaptation to climate change.

However, understanding how to provide effective decision support for climate adaptation remains a key goal in global climate-change research, and possess a challenge for countries regarding the enabling of formal and informal linkages between scientists and decision makers thus strengthening science-policy interface (McNie, 2012; Pyke et al. 2007).

This is so important for the case of African countries where remains a lack of understanding of the importance of climate-related information and forecasting, and exists other key barriers that impede their effective provision and implementation (Antwi-Agyei, Dougill, & Stringer, 2013), although the existence of several Climate Service Organizations.

Over the last decade, different conceptual frameworks and methodologies were developed with a view to conceptualizing those barriers and finding ways to overcome them. Barries can be grouped into three main areas; i) understanding the problem, ii) planning the developments, iii) implementation of actions (Matasci et al., 2014). Under this approach, the main aim of this research is to identify regulatory and institutional barriers affecting climate services provision and use in support policy-making in West African countries.

Method: Forty-eight high level representatives and experts, most of them working on the areas related to tourism, environment protection and Climate Change, in Mauritania, Senegal, Togo, Côte d´Ivoire and Benin were interviewed.

Using a structured survey, interviewees expressed their opinions and perceptions of the institutional and regulatory framework for climate services governance in their countries, and the decentralization schemes for climate services´ provision and use for tourism planning. Respondents also identified the type of data, according to their knowledge, that was more frequently analysed and routinely integrated in sectoral planning or climate resilient strategies.

Summarising, the interview aimed to find a response to the following research questions:

- Are climate services understood in a broad sense, including climate change-related forecasts?
- Identification of drivers encouraging policy makers to use climate services (efficiency, effectiveness, innovation)
- Are providers of climate services easily identified by national/local policy makers?
- Do policy makers use updated and reliable climate/weather information on decision making, policies, regulations, etc.
- Perceived difficulties for integrating new climate-related information in the institutional procedures, etc.
- Proposition of activities to reinforce or initiate national capacity to generate or use existing climate information.

Results: It was found significant differences between national authorities and research organizations regarding i) their perception of the legislation for climate services ii) their level of knowledge of the mechanisms already in place to provide feedback to the specialized agencies about the type of climate data and information needed locally, iii) their level of information about the national Early Warning System, and iv) their capacity to identify providers and potential users of climate services at national/local level.

In each of the five countries, almost half of respondents was not aware of the existence of protocols for Integrated Management of natural resources, a climate service that is often supported by the National Office of Meteorology in each country. Additionally, most of the stakeholders demonstrated a low level of knowledge about the specific legislation and the mechanisms or protocols to centralise, and coordinate (National to Local) the provision and use of climate services.

In many cases, policy makers were not able to identify final users of climate information at national/local level and the available sources/channels to obtain reliable weather and forecasts information. Finally, respondents were able to identify four to six climate services organizations from a list of 24 already providing information in their countries.

CURRENT SITUATION	STAKEHOLDERS'PERCEPTION
National Meteorological service: YES Hydro-meteorological Service: YES	• The majority of respondents are not aware of the existence of the available protocol for Integrated Water Resources Management
National committee or platform in place at the national or sub-national levels, which coordinates Disaster Risk Reduction activities: YES	• There are not sufficient and available financial resources for climate-related research activities relevant to coastal tourism management. • Weak collaboration between public institutions/ ministries and research institutions in research networks and projects on CC
Multi-Hazard Early Warning System (MHEWS) in place in the country: YES SENEGAL-NO	• Stakeholders do not easily identify the providers and users of climate information services at national/ local level and the available sources/channels to obtain reliable weather and forecasts information
Percentage of local governments in the country having a plan to act on early warnings	• 50 % are not aware of the Action Plans or protocols to coordinate climate information
Hazard, exposure and vulnerability information used in country as an input into emergency planning and the development of warning messages: YES	• Stakeholders rarely use first hand climate data and forecasts because of the lack of reliability at local level, secondly, because the official reports and regulatory considerations and instructions prevail
Number of marine meteorological and oceanographic observing stations operated in the country: 5	• There is not a mechanism for periodic accountability of the potential CC risks and impacts that have to be faced in coastal areas and their effects on key tourism activities

Conclusions: The study proposes a set of potential measures with great usefulness for promoting multi-country projects and programmes. First, the development of a communication strategy at national level for better access and use of climate services and an observatory for tourism is proposed. More importantly, it is proposed that tourism practitioners should participate in the design of CC strategies, and to implement mechanisms to mainstream from local to national level,

It is also crucial to promote partnership agreements with research institutions and universities to better predict climate impacts in coastal zones, and their socio-economic implications (production/consumption), with focus on interventions. University-level education and applied research in fields related to CC, climate/climate services and socio-economic impacts.

A ¨Roadmap for Adaptation and resilience of coastal areas¨, with applicability to tourism sector.
Empower coastal management institutions and tourism practitioners to propose and participate into CC national policy and planning. This requires to include CC capacity-building programs (EIAs, risks, services, solutions, etc.) into training and research curricula for local authorities.

Implementation of mechanisms for continuous revision of key national level strategies to deepen the inclusion of mid- and long-term climate risks for key coastal economic sectors.
Empower coastal management institutions to propose and participate in CC national policy and planning.
Establishment of a channel of communication between the agrometeorological service and community media.

9
DÉVELOPPEMENT DES PME MAROCAINES : ÉTUDE DES EFFETS DES PROGRAMMES D'APPUI SUR LA CRÉATION DE L'EMPLOI ET LE RENFORCEMENT DU POSITIONNEMENT ÉCONOMIQUE DU PAYS

Zineb Benlbrikia
Université Abdelmalek Essaadi, Tanger, Maroc

Sarah Ennmer
Université Abdelmalek Essaadi, Tanger, Maroc

Ahmed Belfahmi
Université Abdelmalek Essaadi, Tanger, Maroc

Tahar Elqour
Université Abdelmalek Essaadi, Tanger, Maroc

Mots clés : PME, développement, programmes d'appui, création de l'emploi

Résumé : Face au potentiel non négligeable que représente la PME marocaine, cette dernière se place au centre des préoccupations gouvernementales. Composantes essentielles du tissu économique marocain, les PME représentent à elles seules plus de 98% des entreprises et participent considérablement à la création des nouveaux emplois.

A cet effet, bon nombre de programmes d'appui ont été mis en place afin de renforcer la capacité des PME et assoir leurs volontés de se développer.
Dans ce papier, le but est d'analyser la relation entre la mise en place de ces programmes et la création d'emploi.

Introduction : Les petites et moyennes entreprises représentent l'essentiel du tissu entrepreneurial marocain d'où cet intérêt grandissant à leur égard et à la volonté de les accompagner et de dynamiser davantage leur contribution dans la création de la valeur et de l'emploi.
Notre travail se penche ainsi ces programmes d'appui mis en place par l'état afin de guider les PME dans leur réussite.
Le recours à ces programmes nous amène à nous poser la question suivante : quel est l'incidence de la mise en place de ces programmes d'appui sur le processus de développement des PME et la création de l'emploi ?
Le but de ce travail est de présenter les accomplissements de la collaboration entre les PME et les entités génératrices de programmes d'appui dans le processus d'accroissement de la valeur et de l'emploi.

Méthodologie : La posture épistémologique régissant notre étude est positiviste (observation d'une réalité).
L'hypothèse principale autour de laquelle s'articule notre travail repose sur l'existence d'un effet de causalité qui va de la mise en place des programmes à la croissance économique et à la création d'emplois. Ce qui soutient l'idée que ces programmes favorisent le renforcent du positionnement du Maroc sur le plan économique. C'est à travers l'approche qualitative qui a été utilisée à l'aide d'entretiens individuels semi-directifs avec le personnel des entités génératrices des programmes, complétés par une analyse documentaire que nous avons tenté d'explorer cette hypothèse.

Effets de la mise en place des programmes d'appui.

Mise en place des programmes : Les programmes (Imtiaz et Moussanada) de MAROC PME
Après une étape de consolidation des acquis enregistrés depuis plus d'une décennie en matière d'accompagnement des PME, l'Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise a entamé en 2015 un nouveau cycle de développement axé sur le développement d'écosystèmes compétitifs et sur les spécificités des catégories d'entreprises, en particulier, les très petites entreprises.

Maroc PME dispose depuis d'un bon nombre de programme dédié aux entreprises selon leurs tailles ainsi que leurs besoins dont : IMTIAZ, ISTITMAR, MOUSSANADA, TAHFIZ, INMAA…
Cependant, il apparait que les deux programmes les plus pertinents en matière d'accompagnement de la PME marocaine sont les programmes IMTIAZ et MOUSSANADA.
Le programme IMTIAZ a pour objectif de sélectionner et de soutenir les PME en phase d'amorçage ou de croissance. Le programme Moussanada quant à lui vise à accompagner les PME marocaines dans leur démarche de modernisation et d'amélioration de leur système d'informations.

Le Résultats des programmes de Maroc PME

Les résultats des interviews ont permis de dresser un bilan de l'ensemble des projets menées par MAROC PME.

Depuis le déploiement des nouvelles mesures, le bilan en fin 2018 fait état d'un accompagnement de 1508 projets TPME pour un investissement global de 7,1 milliards d'investissement et qui ont permis la création de 75984 emplois directs et indirects.
Avec l'avènement des nouvelles directives les résultats sont de plus de plus encourageants, l'agence est plus connue de grands publics et les demandes d'accompagnement par Maroc PME affluent comme jamais « nous totalisant plus de 100 000 inscrits sur notre plateforme avec une moyenne de 100 nouveaux inscrits par jour… »

Toutefois, l'intervention de plusieurs instances dans les processus de validation retardent les projets et affaiblissent les taux de réalisation.
L'idée d'une instance de coordination souple parait souhaitable pour concrétiser les projets par effet de synergie dans les bons délais.

Conclusion : L'accompagnement des PME est un sujet fortement traité en économie et constitue la préoccupation majeure des professionnels et des gouvernements.

Notre contribution lors de cet article a montré la pertinence globale du processus de soutien des PME reposant sur une forte politique économique appuyée par des directives gouvernementales.

L'importance de cette étude est de montrer l'effet de synergie entre facteurs internes (composantes de l'entreprise) et externes (amélioration de l'environnement et mise en place des programmes d'appui) pour la création de la valeur, de l'emploi et le renforcement du positionnement économique du pays.

Nous pensons qu'il s'agit d'une voie à examiner pour consolider l'image du Maroc et agrandir le spectre de son modèle de développement.

10

INTERNET PENETRATION AND INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM EXPENDITURE: THE ROLE OF FOREIGN EXCHANGE CONTROL

Laura Vanesa Lorente-Bayona
University Autonoma of Madrid, Spain

María del Rocío Moreno
University Autonoma of Madrid, Spain

Enguix, Ester Gras-Gil
University Autonoma of Madrid, Spain

Keywords: E-commerce, Internet penetration, Tourism expenditure, Foreign exchange control, E-internationalization barrier.

Abstract: Total amount of digital travel sales worldwide increases significantly every year, and previous studies about outbound tourism expenditures have not long discussed the role of foreign exchange control. In the era of the e-commerce, residents of more than 40 economies are not allowed to buy or pay foreign products by Internet. This paper, with data from 95 economies in the period 2012-2017, concludes Internet penetration development increases international tourism expenditure. On the other hand, currency exchange control affects the effect. Therefore, foreign exchange control is clearly a barrier.

Introduction: Tourism is one of the most important sectors in terms of e-business volume. New forms of e-Business are offering major opportunities for all tourism destinations and suppliers, whether large or small, to improve their business and remodel it in new and more cost-effective ways (WTOBC, 2001). The use of the internet allows a fast, efficient and low-cost relationship between companies in the tourism sector and their potential clients (Buhalis, 1998; Anckar and Walden, 2001).

Internet and social media provide tourists of 21st century with the information they need in an increasingly sophisticated sources (WTO, 2001; Xiang and Gretzel, 2010). New global markets and international partnerships can be accessed, resulting in new business models that add customer value and increase profitability, as well as more effective segmentation, targeting, and positioning strategies (Akehurst, 2009). Subsequently, online travel bookings and associated travel services are recognized as one of the most successful e-commerce implementations.

Digitalization is changing the way citizens consume, and the way companies offer, charge and deliver their services and products. We work now in a digital market where several variables should be studied under a multidisciplinary perspective. Thanks to the use of the internet, today, more than ever before, it is much easier to buy and sell goods and services to customers from all over the world (Xiang and Jing, 2014), and the transfer of money and data to execute transactions internationally. Particularly, mobile commerce makes it possible for consumers to do purchase at anytime from anywhere (Pantano and Priporas, 2016). We can talk about a real e-internationalization. However, different challenges and problems must be analyzed. Companies should tailor for different languages, currencies, brand representation online, logistic, as well as seasonal trends, between others.

Besides, although historically most movements were carried out from north to north, this reality is changing and it is expected that departures from Africa, the Middle East and Asia-Pacific will grow exponentially in the coming decades (WEF, 2017). Therefore, we should place importance on the particular environment of developing countries.

According to the IMF, in 2017, more than 40 economies were subject to some degree of exchange restrictions and/or multiple currency practices and their residents are not totally allowed to buy or pay foreign products by Internet. So, we could hypothesize that foreign exchange control may affects international tourism expenditures (and receipts).
Under this framework, this paper performs an empirical analysis, in the period 2012-2017, with a sample of 95 economies, to evaluate the effects internet penetration on expenditure of outbound visitors. Besides, it is included as a moderating variable a political and governmental inhibitor not greatly studied before, the foreign exchange control.

Methodology: The complete biennial data set yield a six-year panel. Which provides us with a total of 285 observations. The panel is therefore unbalanced.
Controls variables are included in accordance with the literature -GDP per capita; international tourism receipts; population density; country's size; quality of the education system; price competitiveness; as well as cultural resources and business. Finally, we also introduced dummies. Some of the variables analyzed have a large standard deviation compared to its mean, thus, instead of working directly with the data, the statistical analysis was carried out on the logarithms of the data.
Main hypotheses and conceptual model are given below:

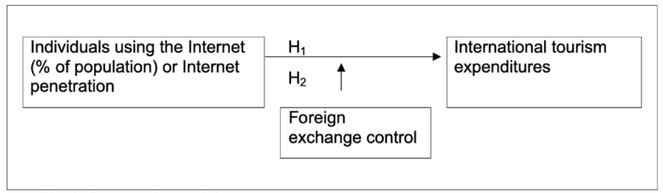


Fig.1. Research model

Results: Both, OLS as well as fixed effects estimates that a higher internet penetration is clearly related to a higher international tourism expenditure. Foreign exchange control moderates the relationship. Other key factors confirmed regardless of the model are GDP per capita, international tourism receipts as well as price competitiveness.

Conclusions: Although the impact is weak, regression results show that a higher level of internet penetration is associated with significantly a higher level of international tourism expenditures. Besides, when Eusing is high, countries with no exchange restrictions reports higher levels of international tourism expenditure than do countries with exchange restrictions. The effect of Eusing on international tourism expenditure is more pronounced in countries with no presence of exchange restrictions. Thus, foreign exchange control moderates the relationship between using internet and international tourism expenditure.
Those countries, especially developing, that are focused on tourism as the main source of income, should promote the use of e-reservation, e-payments, and others, and foreign exchange controls hinder the ability to trade in local markets. From the point of view of international e-business, countries that today are subject to currency exchange control are an important potential market, which as soon as they can access to make purchases over the internet, will modify the volume of electronic transactions.
Many are possible future researches in this line, such as study the effect of foreign exchange controls on other ecommerce sectors, such as clothing retail. It could be also interesting to analyze if foreign exchange controls and internet penetration is related to a higher desire to access to available but not accessible goods and service, which may in turn be related to other problems including money laundering and the creation and development of black markets in currencies. Besides, all payments and collections made through the internet are easily verifiable by Public Administrations and it could be a useful tool to reduce the risk of tax fraud. The use of the bitcoin or other digital and global money system currencies should be even analyzed.

11
2030 AGENDA AND TOURISM COMPETITIVENESS IN AFRICA

José Miguel Rodríguez-Antón
Universidad Autónoma de Madrid, Spain

Luis Rubio-Andrada
Universidad Autónoma de Madrid, Spain

Keywords: Tourism competitiveness, Sustainable Development Goals, 2030 Agenda, Africa, tourism destination.

Introduction: Although Africa, as a tourist destination, presents weak data both in terms of international tourist arrivals and income from tourism, its growth potential is undoubtedly due to the enormous set of attractions within its countries (Rodríguez-Antón, 2020). But, the fact that Africa, with a 4.78 percent world market share of tourist entries, barely achieves a world market share of tourist income of 2.62 percent, is a symptom of the reduced tourism competitiveness of the African continent.

Analysing the possible causes of the reduced tourist competitiveness of the African continent, we can consider that one of the reasons may be related to how African countries approach the challenge of sustainability. These antecedents, and the UNWTO's own affirmation, lead us to try to deepen the existing relationship between tourism competitiveness and sustainability. Thus, this paper asks the following research question: Is there a statistically significant correlation between the level of tourism competitiveness in African countries and their degree of compliance with the SDGs?

Methodology: With the aim of calculating the correlation between the tourist competitiveness of African countries and compliance with the 2030 Agenda, this study will analyse a) the 14 pillars into which the World Economic Forum (WEF, 2019), in its report breaks down its Tourism Competitiveness Index, and b) what is the position of the 32 main African countries receiving international tourism. Next, an exploratory factor analysis will be carried out to deepen the understanding of the number of factors or components included in these 14 pillars of tourism competitiveness.

Next, the degree of compliance with the 17 Sustainable Development Goals (Sachs et al., 2019) by these 32 African countries will be studied, and then an exploratory factor analysis (EFA) will be carried out to deepen the understanding of how many factors or components are found in those goals.

Lastly, a statistical analysis will be carried out, using the Pearson correlation coefficient, which allows us to answer the research question and determine whether there is a statistically significant correlation between tourism competitiveness and compliance with the 2030 Agenda in Africa.

Results: The pillar that is significantly correlated with a greater number of the other pillars is the Prioritization of Travel and Tourism, that it is with nine. Next, there are six pillars that are with eight pillars (Business Environment; Health and Hygiene; ICT Readiness; Air Transport Infrastructure, Ground and Port Infrastructure, and Tourist Service Infrastructure). Also it has been possible to verify that there are four factors that explain 76.337 percent of the total variance, and there are four factors in the 17 SDGs that explain 73.773 percent of the total variance.

Given that the first factor extracted from the EFA carried out on the pillars that determine the tourism competitiveness index and on the components of the 2030 Agenda explain a high percentage of the total variance—in the first case, 43.024 percent, and in the second, 39.986 percent—these first two explanatory factors for tourism competitiveness and compliance with the SDGs have been taken and an analysis of the correlations between them has been carried out, offering, for the 32 African countries considered, a statistically significant correlation at a bilateral level of 0.01.

In addition, to complete the analysis of the relationships between tourism competitiveness and the 2030 Agenda in Africa, the individualized correlation, between each of the 14 pillars of tourism competitiveness and the fulfilment of each of the 17 SDGs, has been analysed. There are quite a few statistically significant correlations between these two sets of indicators. First of all, the correlations between each of the SDGs and each of the Pillars, it can be verified that five of the 17 SDGs are strongly correlated with the pillars of tourism competitiveness. From the opposite point of view, four of the fourteen pillars of tourism competitiveness are strongly correlated with a considerable number of SDGs.

All these high statistical correlations seem to indicate that, effectively, the research question formulated in this paper can be answered in the affirmative, ensuring that there is a statistically significant correlation between the level of tourism competitiveness of African countries and their degree of compliance with the SDGs.

Main conclusions: One of the reasons for the relatively low tourism competitiveness on the African continent, as the UNWTO points out (2019: 5), is the presumed relationship between sustainability and tourism competitiveness. Consequently, our research question was whether there is a statistically significant correlation between the level of tourism competitiveness of African countries and their degree of compliance with the SDGs.

To answer this question, a study has been carried out, applied to the 32 main African countries that receive international tourism, comparing the latest available data regarding the competitiveness of tourism in these countries and the fulfilment of the Sustainable Development Goals included in the 2030 Agenda. For this, two EFAs and a correlation analysis have been carried out, and it has been possible to demonstrate the existence of a statistically significant correlation between sustainability and tourism competitiveness in the African continent. Furthermore, it has been found that of the three aspects that make up sustainability—environmental, economic and social—it is the latter that most influences tourism competitiveness, which is why the governments of African countries interested in improving their capacity for tourist attraction should strive to include in their government plans policies to ensure healthy lives and promote well-being, to ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities, to build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation, to make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable, and to promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels.

12

ANALYSE DE L'OFFRE DE LA FORMATION EN TOURISME À L'ÈRE DE LA DIGITALISATION AU MAROC

ÉTUDE EXPLORATOIRE PAR LA MÉTHODE APC DU PROFESSIONNEL « E-COMMERCE EN GESTION TOURISTIQUE »

Sara Yassine
Université Hassan II, Casablanca, Maroc

Mots clés : Compétence, Ingénierie de formation, E-commerce, Gestion touristique, E-tourisme, professionnalisation.

Introduction : Le développement effréné des réseaux sociaux et du web participatif a bouleversé les modes de consommation, d'une part, et différentes approches de commercialisation et de marketing, d'autre part. Cet état de fait a propulsé les réseaux sociaux et les plateformes en ligne au-devant de la scène du e-commerce dans tous les secteurs. Les produits touristiques n'ont pas échappé à cette nouvelle donne.

Ainsi, les consommateurs, via internet, produisent systématiquement commentaires, avis et conseils et interfèrent dans les réseaux de ventes. Les professionnels du tourisme ont été obligé de prendre en considération cette nouvelle réalité et s'engager dans une relation client participative. Il devient donc impératif pour les professionnels de pendre compte des avis de leurs clients, d'afficher une transparence totale et une réactivité à toute épreuve pour pérenniser leurs produits. Dans ces conditions, il importe de saisir cette dynamique interne de l'activité commerciale en ligne, d'analyser les besoins en formation et de proposer une offre de formation tenant compte de ce bouleversement technologique.

C'est dans cette perspective que l'ambition de ce présent travail est d'analyser de près les besoins de formation des produits touristiques en faisant appel aux méthodes d'ingénierie de formation selon l'Approche par Compétences APC. Ainsi, l'objectif premier est de réaliser une étude préliminaire de la fonction de travail du professionnel « E-commerce en gestion touristique », afin de décrire la fonction de travail, et de cerner la réalité de l'offre de formation en lien avec cette fonction de travail au Maroc.

Méthodologie : Dans un premier temps, le présent travail a tenté de cerner la notion de compétence dans le monde d'éducation et ses différentes composantes. Dans un deuxième temps, il a présenté, le contexte d'émergence, la philosophie et les principaux outils de l'ingénierie de formation selon l'APC. Dans un troisième temps, ce travail a explicité la méthodologie de recherche adoptée sur le terrain pour la collecte des données. En effet, il a fait appel à l'ingénierie de formation APC en se basant sur une méthodologie admise à l'échelle internationale pour développer les programmes professionnelles et techniques. Ainsi, la démarche adoptée dans ce travail a puisé dans deux principaux guides méthodologiques le guide méthodologique d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle au Québec, Canada(Côté, 2009a, 2009b, 2009c, 2009d; Proulx, Normandeau, & St-Jean, 2005) et le cadre méthodologique d'élaboration des programmes de formation professionnelle selon l'approche par compétences développés par le Ministère de l'Éducation Nationale et de la Formation Professionnelle en collaboration avec le Ministère des Affaires, Étrangères, Commerce et Développement Canada. (Adan & Marchessault, 2015a, 2015b, 2015c).

Dans ce sens, il a été procédé à une analyse documentaire qui a été complétée par la suite par une collecte d'information via un ensemble d'entrevues avec les représentants des organismes du secteur touristique et hôtelier, à savoir les Centres Régionaux de Tourisme (CRT) et la Fédération National de l'Industrie hôtelière (ONMT) et les délégués des régions ciblées par l'enquête terrain. Cette dernière a permis d'analyser les métiers et les professions liés à la fonction sujet de notre étude, auprès d'un échantillon d'entreprises touristiques représentatifs. Cet échantillon est composé d'une quarantaine d'entreprise, arrêté d'une manière raisonnée. Il a pris en compte divers facteurs distinctifs des entreprises de tourisme, en respectant plusieurs critères (exhaustivité, taille de l'entreprise, la destination touristique). Ainsi, l'échantillon a arrêté deux entreprises dans chaque couple Région/Activité. L'information a été recueillie directement auprès des employeurs, des employés (directeurs d'hôtels, responsable marketing, responsable e-commerce, responsable revenue management, responsable vente et évènementiel, community manger, directeurs d'agences de voyages, présidents d'associations touristiques, directeurs de fédération, etc.) et des teneurs de poste dans la perspective d'obtenir la description la plus complète de la fonction de travail (missions et tâches). Il est pertinent de mentionner qu'un questionnaire a été élaboré pour la circonstance. Il a couvert les aspects suivants : renseignements généraux de l'entreprise, processus du service, tâches majeures de la fonction de travail, compétences requises pour les réaliser, outils et équipements utilisés, désignation de la fonction de travail, responsabilités et conditions de travail, formation et qualifications requises pour exercer la fonction de travail, évolution prévisible de la fonction, la tendance de l'effectif employé dans la fonction.

Dans un dernier temps, ce travail a présenté les principaux résultats des investigations et les principales discussions afférentes.

Principaux résultats : La notion de compétence nous renvoie vers le savoir agir complexe à l'intérieur d'une famille de situations. Ce savoir agir est un ensemble intégré de ressources cognitives, socioaffectives et sensorimotrices auxquelles fait appel un individu dans le cadre d'une famille de situations. De même l'ingénierie de formation selon l'APC peut se présenter comme un moyen pour identifier les compétences nécessaires pour l'exercice d'un métier ou d'une profession. Ces compétences sont traduites par la suite en projet d'études puis en un programme de formation qui privilégie la formation action.

En adoptant la méthodologie de l'ingénierie APC, les investigations ont permis de conclure sur la nécessité d'une offre de formation spécialisée en e-commerce touristique afin de répondre aux mutations technologiques rapides et aux changements des modes de consommation, d'une part. Elles ont permis d'identifier les principales tâches du tenant de poste « E-commerce en gestion touristique » et les conditions d'exercice de la fonction, d'autres part.

Il est pertinent de mentionner que ce travail a permis aussi de dresser une liste des domaines complémentaires que la formation devrait découvrir, à côté des tâches identifiées, comme webmarketing, législation net, management stratégique des destinations, sociologie des usages des technologies, marketing comparateur des prix, création de la visibilité sur internet, bases de données, marketing des réseaux sociaux.

En somme, la digitalisation n'est ni un luxe ni un effet de mode. La formation, notamment professionnelle au Maroc doit prendre en considération cet impératif pour deux raisons essentielles. La première est que le canal numérique est aujourd'hui un moyen incontournable pour drainer des visiteurs qui sont des clients potentiels. La deuxième est que ce canal constitue également un dispositif nécessaire à leur fidélisation.

13
LA PLACE DE L'IDENTITE DANS LE MARKETING TOURISTIQUE

Yasmine Alaoui
ESCA Ecole de management, Casablanca, Maroc

Mots clés : identité, identité territoriale, attractivité, démarche du marketing touristique, Tanger.

Introduction : Face au nouveau contexte territorial empreint profondément d'une vive concurrence mondiale, la question désormais n'est plus de penser aux stratégies qui permettront de développer les territoires, mais à celles qui en assureront la survie. Aussi chercheurs et praticiens prennent-ils conscience de la pertinence, voire l'exigence de promouvoir l'identité locale comme marque distinctive, autrement dit tenter de se différencier via l'identité pour être différencié. En fait, l'identité territoriale, issue d'une articulation intelligente entre ce qu'est le territoire et ce qu'il veut être, pourrait constituer la clé primordiale d'une démarche marketing en vue de créer une attractivité territoriale enracinée, crédible et durable.

À cet effet, notre contribution porte sur l'analyse du lien théorique et empirique existant entre l'identité et le marketing touristique. Le but est de déterminer les soubassements de la problématique aussi bien prégnante qu'innovante née de l'interrogation de savoir dans quelle mesure l'identité territoriale peut jouer un rôle central dans la démarche du marketing touristique pour une attractivité réussie.

Or, étant donné que la théorie s'est timidement prononcée sur le rapport entre l'identité du territoire et son attractivité, l'enjeu naturel de notre contribution est d'essayer de développer un cadre théorique et conceptuel mettant en évidence ce lien. Ensuite, si nous avons pris le territoire de Tanger comme terrain d'étude c'est parce que nous l'avons jugé propice à la recherche et riche de potentialités quant à notre objet de recherche.

Method : Méthodologiquement, nous nous sommes inscrits dans une posture épistémologique qui tend vers un socioconstructivisme. Ainsi avons-nous jugé nécessaire d'opter pour une méthodologie qualitative basée sur des guides d'entretiens non-directifs, des guides d'entretien semi-directifs et des focus groups. Notre choix de la démarche abductive nous aura permis de faire des allers retours réguliers entre la théorie et la pratique, la réflexion et l'action.

Results : Donc, la recherche a fini par explorer, confirmer et proposer les éléments mettant l'identité au commencement et au commandement de toute réflexion et de toute action territoriale touristique, de même elle a insisté parallèlement sur la place cruciale de l'identité dans chaque étape des phases de la démarche.

Ces résultats nous ont permis enfin de construire, au profit de la ville de Tanger, un modèle ou une ébauche de ce que serait une démarche marketing territorial touristique articulée sur l'identité territoriale. L'objectif visé est d'éclairer sur l'importance d'inscrire l'identité de la ville de Tanger dans la vision marketing de la ville afin bien la faire rayonner, mais surtout avec l'ambition ultime d'œuvrer en faveur de son développement touristiqye harmonieux, permettant de respecter son patrimoine passé, pour mieux vivre son présent, et mieux appréhender son futur.

14

LES COOPÉRATIVES AGRICOLES ENTRE LES DÉFIS DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ET LES ENJEUX D'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE DANS LA RÉGION TANGER TÉTOUAN AL HOCEIMA

Saleheddine El Azzouzi
Université d'Ibn Tofail à Kenitra, Maroc

Mhamed Boudouah
Université d'Ibn Tofail à Kenitra, Maroc

Mots clés: Développement territorial rural, économie sociale et solidaire, Produits du terroir, Agro-écologie, Ecotourisme rural.

Introduction: Le Maroc a lancé la stratégie nationale d'économie sociale et solidaire « vision 2010 -2020 » pour le développement de l'économie sociale et solidaire qui favorise la création d'emplois dont l'objectif est de lutter contre la pauvreté, la précarité et l'exclusion. Ce qui contribue à l'aboutissement des différentes stratégies et programmes sectoriels.

Dans le cadre de la mise en œuvre de cette stratégie, une assise nationale sur L' ESS a été organisée par le secrétariat d'Etat chargé de l'Artisanat et de l'économie sociale en 2018 à Skhirat, qui a abouti à la naissance de la loi-cadre d'économie sociale et solidaire.

La région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima (RTTA) s'étend sur une superficie de 17 262 km2, représentant 2,43% du territoire national, avec sa situation stratégique au nord du Royaume et la présence de deux façades maritimes donnant sur l'Atlantique et la Méditerranée, son enracinement dans l'histoire et sa diversité culturelle et naturelles , sont autant d'atouts qui offrent à cette région une importante potentialité bio culturelle.

Le secteur agricole de la région TTA possède une richesse importante qui se caractérise par sa diversité et sa l'originalité des produits via la dynamique des coopératives agricoles, également le volet de l'écotourisme rural contribue à la promotion des produits de terroirs et des services afin de créer une synergie entre les acteurs socioéconomiques territoriaux.

Cependant, certains défis au grand territoire de cette région restent à relever : comment faire face à la dégradation des espaces qui sont de plus en plus fragiles, la montagne est menacée par la déforestation et l'érosion. Tout ceci impacte négativement la biodiversité locale. Les sols, comme les peuplements forestiers se dégradent, l'eau se raréfie. Les rendements baissent. L'agriculture traditionnelle ne répond plus aux besoins et exigences socio-économiques des paysans et l'exode rural vers les villes…etc.

Pour atteindre les objectif d'ESS, Il est donc devenu nécessaire voire urgent de remédier à cette situation en préservant la biodiversité par le renforcement et l'amélioration des activités de déférent secteurs d'économie sociale et solidaire notamment au monde rural afin de favorise le développement territorial durable.

Le territoire rural de la RTTA connaît une dynamique des acteurs socioéconomique importante au niveau de plusieurs secteurs comme : L'agriculture, l'artisanat, le tourisme et le service qui sont bien structurées dans des coopératives de produits de terroirs, Groupes d'intérêts économique (GIE), des unions et des auto-entrepreneurs.

Parmi les initiatives pilotes qui sont initiées dans la RTTA en terme d'ESS pour le développement humain et territorial, on trouve des coopératives des produits de terroirs (Miels, Figues, Huile d'olive, PAM, Amandes, Figues Barbarie, Couscous, Fromage, tissage, Poterie …), ainsi que la présence des Gîtes ruraux et des fermes d'hôtes qui complètent un circuit de consommation localisé.

Dans cette communication nous allons présenter des expériences pilotes en développement économique et sociale notamment dans monde rural. A titre d'exemple des coopératives et des GIE en agro-écotourisme (Coop agricole Belllota, Coop Jnane Rif, GIE Jnane Ouezzane, Coopérative Al Mesdakia, Union Rif Chaouen d'apiculture, Coopérative Aghsane, Coopérative Rwaz , coop Rayhane…). également dans le secteur de tourisme on trouve le réseau Gîtes Chamal de l'écotourisme rural qui montre comment les initiatives engagées peuvent sauver le patrimoine naturel et culture.

Méthodologie

Les acteurs territoriaux ruraux jouent un rôle très important pour le développement et la promotion de l'économie sociale et solidaire afin d'amélioration des conditions de vie de la population locale à travers des activités agricoles, artisanales, touristiques et de services.

La mission des acteurs pour la promotion des produits agricoles issus de l'agro-écologie, offre des circuits en écotourisme rural, implication des petits producteurs locaux (coopératives agricoles et artisans) par l'organisation de rencontres et de vente directe des produits ainsi que le développement des animations.

Ces structures d'ESS ont pour objectifs de développer et de promouvoir le patrimoine bio-culturel autour des aires protégées du Nord du Maroc (Parc naturel de Bouhachem, Parc national de Talasemtane, Parc national d'AL Hoceima, site naturel de Brikcha, zone humide de Tahaddart, site naturel de Tidghine).

Actions et résultats

Durant une assez longue période, nous avons accumulé une grande expérience, au niveau personnel en tant que doctorant chercheur et qu'au niveau associatif, par l'enquête de recherche , l'exécution et le suivi de projets de développement socioéconomique auprès de la population locale dans le grand territoire de la région TTA, notamment dans les provinces (Ouezzane, Chefchaouen, Tétouan, Larache, AL Hoceima et Mdiq-Fnideq).

Conclusion

Les actions ainsi menées nous ont permis d'acquérir une expérience de terrain et d'élargir notre champ de vision concernant le développement territorial rural durable. Nous comptons mettre cette expérience à l'épreuve de l'analyse scientifique en examinant en profondeur les différents acteurs, les résultats obtenus et les retombées effectives de chaque type d'action sur les conditions de vie des populations concernées ainsi que sur les espaces naturels. C'est l'objet de notre travail de recherche en cours. En perspective, et pour alimenter notre recherche, nous envisageons de mener les actions suivantes :

- Compléter les travaux théoriques par d'autres actions de terrain en agriculture durable, l'agro-et l'écotourisme rural.
- Questionner le Réseautage des acteurs territoriaux en tirer le bilan
- Capitaliser et partager les bonnes pratiques en développent territorial rural dans la Région et entre pays voisins.
- Appréhender le sujet sous l'angle de la culture de l'humanisme et des valeurs de la solidarité active surtout en ces temps de pandémie.

15

THE ANGLO-EUROPEAN DIVORCE AND THE IMPLICATIONS OF BREXIT FOR AFRICA

FROM TOURISM TO TRADE, INVESTMENT AND GEOPOLITICS

Saleheddine El Azzouzi
Université d'Ibn Tofail à Kenitra, Maroc

Mhamed Boudouah
Université d'Ibn Tofail à Kenitra, Maroc

Keywords: Brexit, Integration, Investment, Tourism, Trade.

Introduction: L Four years after the 2016 referendum, the divorce between the United Kingdom (UK) and the European Union (EU) is becoming reality. In every respect, Brexit appears to be a game changer. First, for the UK, which is confronted with the need to renegotiate more than 750 trade arrangements with 168 countries, and whose trade, economy and currency are most likely to be severely hit by leaving the Single Market and the Customs Union. Second, for the EU, which loses a major net contributor to its budget and a key security partner. Furthermore, for developing countries, not least in Africa, many of whom have close economic relations with the UK, where the City remains a major worldwide FDI provider.

At the same time, post-Brexit UK, despite claims of becoming a sovereign 'Global Britain', will, paradoxically, be more isolated, whilst most African countries are on a path towards deeper regional integration.

Research questions: In this new context, relations between Africa and the UK are entering uncharted territory. How will the Anglo-European divorce affect sub-Saharan African countries? What impact of Brexit can be foreseen on African countries? How will tourism, a substantial source of income in sub-Saharan Africa, be affected? What will UK-Africa relations look like from 2021 onwards? Is Brexit going to blow a hole in EU-Africa relations? Will EU and UK become competitors in Africa? Numerous questions beg answer.

Methodology: To address these questions, this paper investigates, first, economic, trade and investment data in a comparative perspective to ascertain the respective weights of the EU-27 and the UK as partners for sub-Saharan Africa. Second, it examines the extent to which UK positions will be affected by Brexit. Third, the paper assesses the current state of affairs with regards to replicating EPAs between the UK and African countries.

Results and conclusions: The paper then evaluates opportunities and challenges for the UK, the EU, and sub-Saharan Africa in terms of trade and investment between Europe and Africa, and more generally, the geopolitical implications of Brexit for the parties concerned. It considers the likely implications of this new international context on UK-Africa trade and investment relations on the one hand, and on EU-Africa relations on the other. Finally, it draws conclusions as to the positives and negatives of Brexit as a game changer between Europe and Africa.

16

INTERACTIONS BETWEEN TOURISM, PROTECTED AREAS AND SURROUNDING COMMUNITIES IN BENIN

Gloria Stéphanie Boko Agbo
Université d'Abomey-Calavi, Bénin

Keywords: Tourism, Protected areas, Riparian communities, Participatory management, Relationship.

Introduction: In 2011, international tourist arrivals increased by 4% and this rate is still growing year after year (UNWTO, 2011). In fact, tourism is one of the fastest growing sectors in the world economy. While the majority of tourists want to experience indigenous cultures, a significant proportion of travellers are much more interested in nature, fauna, flora and the impact of tourism on the environment. Sacred forests, classified forests, sanctuaries and nature reserves under the generic name of "protected areas" are destinations of choice for these environmentally conscious travellers.

The IUCN (2018), defines protected areas as "clearly defined geographical areas that are recognized, dedicated and managed, through legal or other means, to promote the long-term conservation of nature and related ecosystem services and cultural values." While protected areas are an ideal springboard for the development of a more responsible and sustainable form of tourism, especially after the Rio 92 Summit, it should also be noted that this has implications for the communities surrounding these areas.

Indeed, while tourism can contribute to the socio-economic development of a region, it also has an important impact not only on the region itself but also on the communities surrounding protected areas.

Methodology: The methodological approach followed is summarized in the following activities: documentary research and review, interviewing resource persons and field work.

Data and Methods: Several types of data were used in this study. These were :

- Geospatial data on protected areas;
- Tourism statistics for the study area;
- Demographic and socio-economic data on communities bordering protected areas.

Data collection tools and techniques

Several tools and techniques were used during the investigations to collect data/information.

Data collection tools: The following materials were used for data collection:

- an administrative map of the region;
- interview guides for the investigation of the actors involved in the daily management of the park;
- a questionnaire developed for the local population;
- a digital camera for taking pictures;
- a GPS (Global Positioning System) to record geographical coordinates;
- an observation grid;
- a notebook for taking notes.

Data collection methods

They include documentary research, interviews with resource persons and field visits.

- Documentary research

It is based on the existing bibliography available in libraries and documentation centres of public and private administrations at the national level. Within this framework, several documentation centres and websites were visited. The information sought was geographical and geomorphological data on the study area, demographic and economic data and tourism statistics from previous years.

Field surveys: Data collection in the field is done through direct observations, interviews with resource persons, and surveys (of communal and local authorities, populations living near protected areas and tourists). The objective is to get in touch with the realities of the environment and to collect information specific to tourism in the protected areas, their management and the level of involvement of the riparian communities.

Data processing: Data processing concerns the processing of survey files and observation guides. At this stage, an overall reading of the questionnaires was made. This made it possible to distribute the data according to their nature and the objectives set. The results of the analysis completed the statistical data collected. These data constitute an exploratory database that was processed and analysed.

Several types of software were used to process the data collected. Word and Excel software was used to process the demographic and tourism data collected during the surveys and made it possible to produce tables and graphs relating to demographics and economic activities of tourist interest.

Analysis of the results: The data collected through the different channels mentioned above were processed and the results were analysed using the SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats) analysis method.

Results: Tourism activities in and around protected areas have an impact on the socio-economic life of the riparian communities:

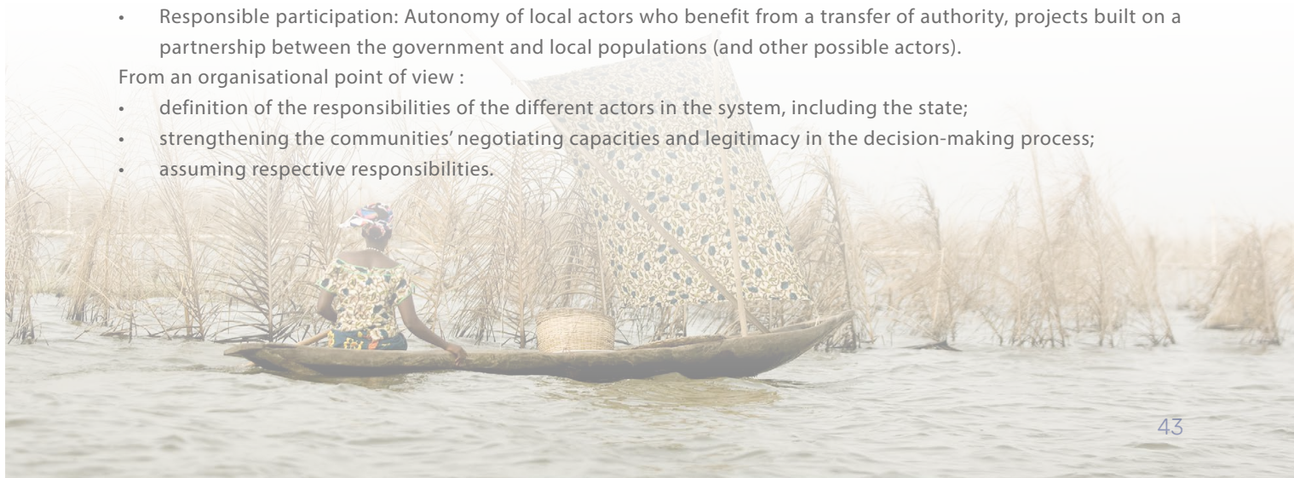
- Job creation for young people;
- Decreased income for farmers due to the loss of arable land;
- Limitation or restriction of access to resources;
- Institutional factors enabling sustainable management by local communities.

Key findings: Actions to strengthen the institutional status of local communities :

- Reinforcement of the rights of local actors towards the resource;
- Reinforcement of negotiation capacities, fostering autonomous involvement and strengthening their role in decision-making.
- Responsible participation: Autonomy of local actors who benefit from a transfer of authority, projects built on a partnership between the government and local populations (and other possible actors).

From an organisational point of view :

- definition of the responsibilities of the different actors in the system, including the state;
- strengthening the communities' negotiating capacities and legitimacy in the decision-making process;
- assuming respective responsibilities.



17

LA POLITIQUE D'AIDE À L'ENTREPRENEURIAT, LEVIER POUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES DIPLÔMÉS UNIVERSITAIRES AU MAROC ?

Abdelhamid Boulaksili
Université Abdelmalek Essaâdi, Tanger, Maroc

Mhamed Hamiche
Université Abdelmalek Essaâdi, Tanger, Maroc

Abdelfattah Lahiala
Ecole Normale Supérieure de Tétouan, Maroc

Yousra El Hajel
Université Mohamed V, Rabat, Maroc

Mots clés : Politique d'aide, entrepreneuriat, insertion professionnelle, la culture entrepreneuriale, diplômés universitaires.

Introduction : Malgré une documentation de plus en plus abondante et rigoureuse, aucune définition de l'entrepreneuriat ne fait l'unanimité au sein de la communauté scientifique, et la notion est souvent utilisée de façon imprécise. Certains travaux tentent de comprendre qui est l'entrepreneur et ce qui le caractérise, ils présentent l'entrepreneuriat comme étant un phénomène résultant d'une dialectique entre individus, entrepreneurs et une organisation. Tandis que d'autres recherches s'intéresseront plus particulièrement à l'impact de l'entrepreneuriat sur le système socioéconomique. Ces derniers limitent l'idée de l'entrepreneuriat à la création d'entreprises (Gartner, 1990).

Toutefois, l'entrepreneuriat est considéré comme l'un des facteurs les plus importants qui contribuent au développement économique et social, c'est-à-dire qu'il est le principal levier de la création d'emplois et de la richesse nationale. Si l'entrepreneur -figure emblématique chez les schumpétériens- est un individu innovateur et moteur du développement économique des nations, plusieurs recherches indiquent que la plupart des individus tels que les jeunes et les diplômés, dans les pays en développement, qui souhaitent devenir entrepreneurs, le font par crainte du chômage (Fatoki, 2010).

Avec l'augmentation du nombre des nouveaux lauréats, le taux de chômage des diplômés issus des formations supérieures ne cesse d'accroitre. En effet, le chômage exerce un impact indirect sur l'intention entrepreneuriale des jeunes hautement qualifiés. Ainsi, les difficultés d'insertion professionnelle des diplômés universitaires marocains sur le marché de l'emploi peuvent se manifester aussi par une exposition de la population active à une situation d'inadéquation entre les qualifications et les exigences de l'emploi. Selon l'enquête nationale sur l'emploi (Haut-Commissariat au Plan, 2019), le taux de chômage des diplômés au niveau national en 2019 voisine 17,4%.

Partant du constat que les actions visant à promouvoir l'esprit entrepreneurial ne sont pas développées dans l'enseignement au Maroc, le développement de la culture entrepreneuriale en tant que manifestation destinée à soutenir la croissance économique reste toujours une nécessité pour faire face au problème d'exclusion social, et surtout le chômage des jeunes diplômés. En effet, la capacité des nouvelles entreprises à générer de la croissance économique, des emplois et de l'innovation a été prouvé par de nombreuses études.

Donc, l'encouragement à la création d'entreprises est une vision stratégique prometteuse pour renforcer le tissu entrepreneurial. Dans ce sens, la mise en place des politiques d'accompagnement et d'aide pour encourager les lauréats de l'enseignement supérieurs semblent un appui déterminant. En parallèle, l'Etat doit aussi œuvrer pour rendre le dispositif universitaire plus performant en termes de l'adéquation de la formation aux besoins du marché du travail, de sensibilisation et d'accompagnement des jeunes porteurs d'idées et de projets. L'accent doit être centré sur les attitudes à l'égard de la création d'entreprise, la culture entrepreneuriale et le rôle de la politique d'aide poursuivie par le Maroc dans ce domaine.

Toutefois, Depuis les années 1980, de nombreux programmes de soutien à la création d'entreprises par des jeunes ont été installés. Avec l'augmentation du taux de chômage et de la pauvreté suite à la mise en application d'un Programme d'Ajustement Structurel (PAS), la politique des autorités marocaines s'est orientée vers l'encouragement de la création et le développement d'entreprises par les jeunes entrepreneurs à travers une stratégie publique de promotion d'auto-emplois. Le salariat a commencé à perdre en popularité et à ne plus être vu comme la voie professionnelle unique qui s'offre aux lauréats de l'enseignement universitaire. L'entrepreneuriat, à l'antinomie, est devenu une alternative de plus en plus attirante chez ces derniers. Etant donné que les universités ont aussi un rôle de préparer les étudiants à la carrière professionnelle, celles-ci ont nécessairement dû prendre en compte le nouvel engouement suscité par l'entrepreneuriat et ont commencé à mettre sur pied des formations professionnelles qui lui sont spécifiques.

La création des nouveaux programmes visant à soutenir les jeunes diplômés en leur facilitant l'accès aux prêts bancaires pour financer leurs projets demeure encore un dispositif très important pouvant assurée une meilleure insertion professionnelle et économique des jeunes. Les chercheurs en entrepreneuriat s'accordent à aviser que nul n'est programmé génétiquement pour devenir entrepreneur ; on ne nait pas entrepreneur, mais on le devient car l'entrepreneuriat est un mode de comportement -c'est une attitude qui peut être favorisée et contrariée- mais on peut apprendre à modifier son comportement et on peut y arriver.

Ainsi, la décision d'entreprendre est personnelle, souvent influencée par des facteurs environnementaux, ayant un rapport direct avec le vécu familial et professionnel des jeunes diplômés, tels que leurs formations, les orientations et les aides dont ils bénéficient, qu'elles soient financières, matérielles ou encore psychologiques.

Ceci est dit, l'objectif de ce travail de recherche est d'analyser les rapports entre la politique d'aide à l'entrepreneuriat et l'insertion des jeunes diplômés marocains issus des formations des cycles universitaires supérieurs. Par ailleurs, **cette politique d'aide est-elle à l'origine de l'émergence de l'esprit d'entreprise chez les jeunes diplômés issus des universités marocaines ?**

Dans ce sens, plusieurs questions peuvent être posées :

- Les lauréats issus de l'enseignement supérieur disposent-ils de capacités intrinsèques suffisantes pour faire face au marché du travail ?
- Quelles stratégies faudrait-il mettre en place pour favoriser l'insertion professionnelle des diplômés du cycle supérieur de l'enseignement supérieur ?
- Quel impact peut exercer une telle politique d'aide à l' entrepreneuriat sur le développement de l'esprit entrepreneurial chez les diplômés universitaires marocains ?
- Une politique d'aide à la création d'entreprise peut-elle donner le goût d'entreprendre aux jeunes diplômés des universités marocaines et quelles sont ses capacités à développer l'esprit d'entreprise ?

Les réponses à ces questions nous ont permis de faire des propositions concrètes pour ce qui concerne l'insertion professionnelle des jeunes lauréats de l'enseignement universitaire dont l'effectif ne cesse de croître d'année en année (118427 en 2019 , 111843 en 2018 et 103173 en 2017) plutôt que de chercher à réduire cet effectif étant entendu que selon l'approche des ressources humaine, tout accroissement du capital humain a un impact positif sur la développement économique et social. Pour atteindre cet objectif, il faudrait donc que les connaissances et les compétences acquises soient mises en pratique. Cela ne pourrait se concrétiser que lorsque lesdits détenteurs de ces connaissances et compétences décrochent un emploi.

En s'appuyant ainsi sur le concept d'intention entrepreneuriale des jeunes qui est largement mobilisée pour comprendre et prévoir les facteurs influant sur les comportements entrepreneuriaux, nous nous focalisons sur l'évolution de cette intention chez les jeunes lauréats des universités marocaines. Notre supposition de départ est la suivante : la politique d'aide et

d'accompagnement à la création d'entreprise peut contribuer à insuffler l'esprit d'entreprendre.

Méthodologie d'investigation : La méthode d'approche qui nous a permis de mener ce présent travail est basée sur deux volets :

- La recherche documentaire : cette recherche a porté principalement sur les questions de l'emploi, du chômage, d'entrepreneuriat, de l'enseignement supérieur-marché du travail. Comme le rappellent Muller & Surel (1998, p. 14) dans le premier quart de leur livre : « une politique publique est un construit social et un construit de recherche », ce qui signifie qu'en tant qu'objet particulier, les politiques publiques posent des problèmes d'identification et d'interprétation. Toutefois, si la recherche documentaire a permis d'identifier de nombreux programmes visant à développer l'esprit d'entreprendre dans notre pays, le nombre de travaux d'évaluation et d'études d'influence de ces dispositifs et de la perception des entrepreneurs parait cependant encore relativement limité.

- Echantillon et méthode d'analyse : l'échantillon de l'étude porte sur des jeunes promoteurs ayant bénéficié de soutien, en termes de financement et de garantie, notamment des deux programmes publics d'appui à l'insertion et à la création d'entreprises par les jeunes diplômés. Il s'agit notamment du Programme Crédit Jeunes Promoteurs et du Programme MOUKAWALATI. Nous avons disposé d'une base de données de 200 promoteurs de projets financés, sur lesquels nous avons pu joindre uniquement 60 jeunes lauréats pour des raisons d'absence d'informations sur eux. Nous avons ainsi apprécié le processus d'appuis et d'accompagnement des jeunes lauréats/promoteurs. Par ailleurs, nous avons élaboré une enquête sur un échantillon des jeunes lauréats universitaires marocains pour savoir s'il existe une proportion d'étudiants envisageant déjà faire une carrière dans l'entrepreneuriat. Pour ce faire, nous avons interrogé 1000 lauréats et nous n'avons pu récupérer que 202 réponses, soit un taux de réponse d'environ 20%. Notre questionnaire a été envoyé soit par e-mail ou via les réseaux sociaux à une série de listes des jeunes diplômés. Notre échantillon comporte les lauréats de Bac+3, de Bac+5 et de Bac+8 répartis entre les institutions universitaires marocaines notamment : les Facultés des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, les Faculté des Sciences et Techniques, les Facultés des Sciences, les Ecoles Nationales de Commerce et de Gestion et les Ecoles Nationales des Sciences Appliquées.

Résultats : Les statistiques descriptives montrent que plus de 90% des interrogés considèrent que l'idée de créer une entreprise est très séduisante. Toutefois, sauf 20% des répondants pensent sérieusement à démarrer leurs propres projets. Suite à l'inexpérience et à l'absence de la culture entrepreneuriale, 80% supposent que la probabilité de création durant leur première année est très faible. Pour eux, **la recherche de décrocher un poste du travail au sein de la fonction publique reste leurs priorités principales, alors qu'elle est forte dans les cinq prochaines années.**

Ce résultat peut être considéré comme l'un des principales sources de défaillance des différents programmes d'appui à l'entrepreneuriat des jeunes. En effet, les efforts d'accompagnement pré et post création d'entreprise fournis par les conseillers de l'Agence Nationale de Promotion d'Emploi et des Compétences, les fonctionnaires des Chambres de Commerce ou les agents des Associations de Microcrédit n'ont pas été suffisants et plus ou moins inadéquats. De même, l'accompagnement effectué a été majoritairement centralisé sur le business plan, alors qu'uniquement 30% des jeunes promoteurs ont bénéficié de conseils, ou ont bénéficié des formations pratiques par des spécialistes dans l'appui en entrepreneuriat.

Ainsi, plus de 85% des jeunes promoteurs qui ont bénéficié du Programme MOUKAWALATI ont exprimé que les procédures administratives de la création d'entreprises ont été très lourdes et très compliquées. Ce résultat montre, que malgré les efforts déployés pour assouplir les procédures d'entreprendre, ces dernières demeurent pénalisantes pour les jeunes entrepreneurs. A cet effet, près de 92% des jeunes lauréats qui tentent prendre une telle aventure ont mis en cause le caractère contraignant du processus de sélection et de déblocage des fonds en termes de délai et de pièces à fournir. Donc ce type de mesures décourage plus de 80% des jeunes entrepreneurs dès le début de leur processus entrepreneurial et peut même pénaliser ceux qui se sont engagés avec des fournisseurs ou des bailleurs de fonds.

Par ailleurs, on constate à travers les résultats obtenus que le dispositif d'aide à l'entrepreneuriat n'a pas d'influence significative sur la motivation entrepreneuriale des jeunes promoteurs. Ainsi, l'hypothèse de départ n'est pas supportée. Plusieurs facteurs peuvent être derrière un tel résultat. Premièrement, l'absence de l'esprit entrepreneurial de la majorité des individus de notre échantillon peut avoir causé une mauvaise perception de ces facteurs et de leur importance sur leur motivation pour créer leurs propres entreprises. Ensuite, la décision d'entreprendre est personnelle, il est peu probable que les politiques et les règlements gouvernementaux les plus favorables en matière d'entrepreneuriat les motivent assez s'ils ne sont pas ambitieux et surtout s'ils ont une aversion au risque.

Ainsi, presque 95% de notre échantillon global ont déclaré que les institutions financières et bancaires marocaines n'ont pas pu adhérer à la logique sociale et citoyenne qui est à l'origine du programme MOUKAWALATI et continuaient à favoriser la logique de la prudence et l'esprit purement capitaliste.

Conclusions principales : L'objectif de cette contribution est de mesurer l'impact de la mise en place des diverses aides à l'entrepreneuriat sur développement de la culture entrepreneuriale chez les jeunes diplômés marocains. L'hypothèse de départ était donc, les programme d'appui et de soutien à la création d'entreprise, peuvent contribuer à épauler et insuffler l'esprit d'entreprise chez les universitaires. Cependant, un de nos principaux objectifs de recherche a été de vérifier si des dispositifs d'aide à l'entrepreneuriat influencent l'esprit d'entreprise des jeunes lauréats.

La recherche documentaire nous a permis d'avouer que les bilans des deux dispositifs mises en place pour insuffler l'esprit entrepreneurial démontrent des résultats très faibles. Ces résultats trouvent leur explication dans les failles intrinsèques liées à ces programmes (procédures administratives, intervenants, opportunisme, environnement entrepreneurial, etc.). Ainsi, à côté de l'insuffisance des ressources, le système de formation adopté au niveau des cycles universitaires souffre de décalage énorme entre la théorie et l'opérationnel. L'entrepreneuriat des jeunes pour assurer une insertion professionnelle des diplômés et dynamiser le marché d'emploi en particulier et l'économie en général reste une idée louable. Mais, il est nécessaire de mettre la lumière sur les insuffisances antérieures afin de les dépasser et ne pas répéter les mêmes erreurs lors des futurs programmes.

En somme, on peut considérer que les jeunes lauréats universitaires marocains constituent un vivier d'entrepreneurs potentiel. En effet, presque de 80% des étudiants ont une idée de créer leurs propres projets. Cette intention s'explique essentiellement par la situation du marché d'emploi d'une part, et d'autre part, par la capacité de ces étudiants à entreprendre malgré la quasi absence des programmes de formations en entrepreneuriat. En effet, le poids de cette variable dans l'explication de l'intention est remarquable avec un ratio qui voisine 0.85%.

Ainsi, il fort de souligner que le recours à la politique d'appui ne constitue pas la motivation principale, car sur l'ensemble des réponses qu'on a recueilli 20% seulement estiment que les avantages qu'offre celle-ci comme première motivation. Par ailleurs, la motivation personnelle, l'aide publique et le développement de l'esprit et de l'environnement entrepreneurial demeurent des préoccupations de la première nécessité pour déclencher et passer à l'acte.

The original text has been summarised by the editors in order to keep balance with the rest of chapters

18

ADOPTION DE LA COMPTABILITÉ ENVIRONNEMENTALE PAR LES ENTREPRISES MAROCAINES : CAS DE LA COMPTABILITÉ CARBONE

Khalid Oulad Seghir
Université Abdelmalek Essaâdi, Maroc

Ikram Senhadji
Université Abdelmalek Essaâdi, Maroc

Mots clés : Comptabilité environnementale, instruments, comptabilité carbone, cadre réglementaire, Entreprise marocaines.

Introduction: La comptabilité environnementale est une innovation managériale qui se diffuse de plus en plus dans les entreprises. C'est une nouvelle forme de pratique comptable qui intègre les principes du développement durable et de la responsabilité sociétale dans les systèmes de gestion des entreprises. Les pressions institutionnelles ou sociales, les problèmes environnementaux majeurs (pollution, catastrophes environnementales…) et l'élargissement de la responsabilité des entreprises vis à vis de la société expliquent en grande partie l'émergence de cette pratique (Renauld 2014, Marquet - Pondeville 2003). Si les prémices de ce phénomène remontent aux années 1970 aux pays développés, notamment les Etats-Unis et la Suisse (Renauld 2014, Christophe 1995, Ricahrd 2013), la problématique est encore très récente au Maroc.

Récemment, les pouvoirs publics ont mis en place un ensemble dispositifs juridiques et institutionnels pour encourager les pratiques en matière de développement durable et de responsabilité sociétale des entreprises. Nous pouvons citer par exemples : la charte nationale de l'environnement et de développement durable, la création de la fondation Mohammed V de la protection de l'environnement et la ratification de plusieurs conventions et protocoles internationaux relatifs à l'environnement. La Confédération Générale des Entreprises (CGEM) a également fait le choix de promouvoir les pratiques environnementales en adoptant certaines dispositifs : la charte de responsabilité sociale, le label RSE, guide des déchets industriels et guide de management environnemental. Toutefois, ces mesures sensibilisent les entreprises aux problèmes environnementaux mais ne les forcent pas à intégrer les pratiques de la comptabilité environnementale. Celles-ci demeurent volontaires et ne revêtent nullement un caractère obligatoire.

Suite à l'impulsion de la COP 22, organisée à Marrakech en 2016, de plus en plus d'organisations prennent au sérieux la responsabilité écologique et adoptent la comptabilité verte, notamment la technique de la comptabilité carbone. On peut citer l'OCP, l'ONCF, l'ONDA (aéroports de Marrakech-Menara et Casablanca-Mohammed V), l'ONA, la BCP, BMCE Bank of Africa, Attijariwafa Bank, des unités agro-industrielles, l'Université de Béni Mellal… et la région Marrakech-Safi comme première collectivité territoriale . Cette méthode vise à mesurer les émissions de gaz à effet de serre dans les organisations.

Méthodologie : Dans l'objectif de discuter ces pratiques de la comptabilité environnementales en mettant en évidence les expériences de certaines entreprises marocaines. Nous utilisons une méthodologie documentaire visant à exploiter les rapports et documents internes de ces entreprises. Une lecture préalable théorique s'avère indispensable pour se familiariser avec le concept de la comptabilité environnementale et ses outils sans oublier d'évoquer le cadre réglementaire.

Résultats attendus :

- Pratiques : L'influence positive du bilan carbone (contrôle de gestion environnemental) sur la gestion des entreprises marocaines.
- Cadre réglementaire marocaine : L'implication du Maroc dans la pratique du contrôle de gestion environnementale ou comptabilité environnementale.

Conclusion principale attendue : Savoir si le champ de savoir de la comptabilité carbone est déjà constitué ou encore loin d'être institutionnel et pratiqué au Maroc.

19
LES MÉTHODES INNOVANTES DE GESTION DU PERSONNEL DANS LES PME

Mohamed Amine Loukili
Université Mohammed Premier Oujda, Maroc

Mots clés : Gestion du personnel, Innovation, Développement, PME innovante, Entreprise.

Introduction : La force d'une PME réside dans son dynamisme, sa flexibilité, sa capacité à réagir rapidement aux changements de la situation du marché, à définir de nouvelles tâches et à trouver d'autres approches et moyens. D'où la rapidité de prise de décision et la dynamique des changements dans le travail, qui est exigée au personnel des PME. La gestion du personnel est une composante indispensable de la gestion et développement de toute organisation. Pour un fonctionnement efficace de l'entreprise, la gestion du personnel doit être fondée sur des principes scientifiquement fondés, l'utilisation de méthodes et de technologies optimales qui correspondent aux principes qui la sous-tendent, et qui ne contredisent pas non plus le concept général de développement de l'entreprise. L'amélioration de la gestion du personnel est un processus complexe qui nécessite la prise en compte de nombreux composants.
Les innovations de gestion, à leur tour, devraient être considérées comme une solution organisationnelle, une procédure ou des méthodes de gestion qui diffèrent considérablement de la pratique établie et sont utilisées pour la première fois dans une entreprise donnée.

Méthodologie : l'article analyse les PME innovantes et leurs atouts dans l'économie moderne grâce à la gestion du personnel. Le système de mise en œuvre de l'innovation est également considéré comme la partie la plus difficile du développement. Cette recherche consiste à étudier les dimensions de l'innovation et de la gestion du personnel et à montrer leur impact sur le développement des PME. L'étude sera basée sur une revue de la littérature.

Résultats : Les particularités des innovations en matière de gestion du personnel sont: une nature spécifique (un point de référence vers les objectifs stratégiques et tactiques de l'entreprise), le risque (incertitude du résultat), le conflit (entre l'ancien et le nouveau) et l'interdépendance des changements dans la gestion d'une PME. La structure de l'innovation dans la gestion du personnel peut être définie comme suit (Fig.1).
Le besoin d'innovation peut être créé sous la pression à la fois de facteurs externes (concurrence accrue, changements dans l'économie, émergence de nouveaux actes législatifs, etc.) et internes (baisse de la productivité du travail, présence de situations de conflit, etc.). Ensuite, vous devez effectuer une étude et une analyse de l'état actuel de la gestion du personnel afin d'identifier les véritables causes des problèmes. Pour éliminer les problèmes identifiés, un groupe d'employés est créé, capable de rechercher de nouvelles solutions et de développer des innovations.
Le développement des innovations nécessite sa mise en œuvre. Pendant la mise en œuvre, le contrôle peut être utilisé pour corriger des processus insatisfaisants, améliorant ainsi leur mise en œuvre. Par conséquent, au cours du processus de mise en œuvre, l'innovation peut subir des changements afin d'atteindre une plus grande efficacité. Dans le processus d'introduction des innovations, il est nécessaire d'obtenir le soutien et l'acceptation du personnel de l'entreprise.

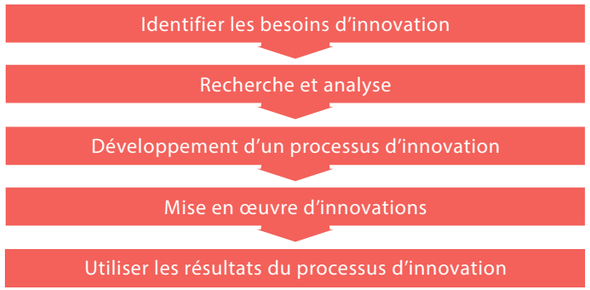


Fig 1. La structure du processus d'innovation dans la gestion du personnel

La gestion du personnel en tant qu'innovation a ses propres caractéristiques:

- les changements dans la gestion du personnel visent à résoudre certains problèmes liés à la stratégie de développement de l'entreprise;
- il est impossible de déterminer à l'avance le résultat auquel ils peuvent aboutir;
- l'innovation peut conduire à des situations de conflit liées à la résistance des travailleurs qui ne les acceptent pas;
- les changements dans la gestion du personnel entraînent des changements dans l'ensemble du système de gestion de l'entreprise du fait qu'ils concernent la principale composante de l'entreprise - son personnel.

Il faut garder à l'esprit que le personnel peut résister à l'innovation, ce qui est dû aux raisons suivantes:

l'incertitude, un sentiment de perte et la conviction que le changement n'apportera rien de bon. Il est également nécessaire de prendre en compte les facteurs influençant l'activité innovante du personnel, qui peuvent être présentés sous la forme de trois blocs (tableau 1).

Tableau 1
Facteurs d'innovation du personnel

Blocs de facteurs	Leur contenu
De soutien	• Offrir la liberté de créativité, fournir les ressources et l'équipement nécessaires, le soutien de la direction; • Mener des discussions, échanger des idées avec des collègues, d'autres départements, des consultants externes; • Compréhension mutuelle entre le personnel de l'entreprise.
Améliorer	• Accompagnement de la direction des collaborateurs en quête du développement continu de leurs compétences professionnelles; • Réunions régulières des groupes de travail; • Maintien continu d'une atmosphère de réceptivité au changement.
Retenant	• Méfiance du leadership vis-à-vis des idées avancées et suivi constant des innovateurs; • La nécessité de nombreux accords sur de nouvelles idées; • Prise de décision par un seul homme sur une proposition innovante.

Conclusions principales : La mise en œuvre est l'étape la plus difficile du processus d'innovation. Il existe des critères par lesquels vous pouvez analyser la complexité de la mise en œuvre de l'innovation: la différence entre le nouveau et l'ancien; l'ampleur et l'interdépendance du changement; la nécessité d'un programme clair pour l'introduction des innovations, ainsi que les problèmes imprévus.Cependant, le facteur décisif pour la mise en œuvre efficace de l'innovation est le personnel de l'entreprise et son attitude à son égard. Le chef d'entreprise doit former le personnel prêt à réaliser la production et la nécessité économique de la mise en œuvre des innovations, ainsi que les moyens d'implication personnelle dans la mise en œuvre des innovations.

- La gestion du personnel en tant qu'innovation a les caractéristiques et les caractéristiques de l'innovation en général. Par conséquent, tout en développant et en mettant en œuvre des changements dans la gestion du personnel, il est nécessaire d'évaluer leur opportunité, leur possibilité et leur efficacité, de faire tout ce qui est nécessaire pour que la résistance du personnel soit aussi faible que possible et que l'efficacité de l'innovation soit la plus élevée possible.

20
TOURISM, EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP. TOWARDS ENHANCED TRIANGULATION

Hamid Ait Lemqeddem
Université Ibn Tofail, Kénitra, Maroc

Jihane Chouay
Université Ibn Tofail, Kénitra, Maroc

Mots clés : Verticale AME, Tourisme, Éducation, Entreprenariat, Sociétés africaines.

Introduction : Depuis l'aube de l'humanité, nos sociétés ont toujours été bousculées par l'arrivée de nouvelles idées. C'est leur circulation qui nous a obligé à changer notre façon de voir les choses et nous pousser à penser collectivement. En effet, face aux nouvelles menaces et opportunités communes, l'Europe œuvre en faveur d'une coopération renforcée avec l'Afrique, sous forme d'une nouvelle stratégie se basant principalement sur cinq axes, à savoir : une transition verte et un accès à l'énergie, une transformation numérique, une croissance et des emplois durables, de la paix et de la gouvernance et en matière de migration et de mobilité. Plusieurs accords et conventions à l'international viennent renforcer ce pas, tels que les Objectifs de développement durable, l'Accord de Paris, l'agenda 2063 de l'Union africaine. L'investissement majeur au niveau de l'Afrique concerne donc principalement la jeunesse, l'éducation, la santé, l'intégration régionale, l'égalité des genres, le climat des affaires ainsi que les droits de l'homme.

Une stratégie doit être mise en place pour une meilleure coordination en matière d'actions afin d'atteindre un objectif clair. Les démarches entamées que ça soit en éducation, en tourisme ou encore en entreprenariat, renvoient vers un seul et unique objectif à savoir le développement économique et social de chaque continent. La question qui se pose concernant la verticale AME, est est-ce possible de combiner les efforts fournis au niveau des trois secteurs dans le but de renforcer l'intégration au sein de la verticale AME ?

I. LA VERTICALE AME DANS LA LUTTE CONTRE LE CHANGMEMENT CLIMATIQUE

En 2049, prévisionnellement, la Chine va finaliser les routes reliant l'Afrique et l'Europe aux intérêts asiatiques. Des projets comme celui-là, nécessitant des prévisions à long terme dans le monde où l'on vit, sont un réel défi à relever. Dans le même sens, le président du Ghana apporte une nouvelle vision d'une Afrique liée à l'Europe dans un rapport jugé équilibré. Le Maroc à son tour a réintégré l'Union africaine et travaille sur des projets tels que le gazoduc venant du Nigeria ainsi que la rocade atlantique d'Agadir à Dakar.

Le 29 Août 2017, le président de la république française Emmanuel Macron a fait part une première fois devant les ambassadeurs de France du besoin d'arrimage entre les deux continents à savoir l'Europe et l'Afrique, et une seconde fois le 27 Novembre 2017 à Ouagadougou et à Abidjan. Il a affirmé : « la stratégie que je veux mettre en œuvre consiste à créer un axe intégré entre l'Afrique, la Méditerranée et l'Europe… Nous devons arrimer ensemble, enfin, les continents européen et africain, à travers la Méditerranée, le Maghreb restera pour cela une priorité centrale pour la France… C'est en Afrique que se joue largement l'avenir du monde ».

Selon le président du think tank euro-méditerranéen IPEMED (Institut de Prospective Economique du monde Méditerranéen), la vision d'un axe AME commun est une combinaison de réalisme face aux défis existants (terrorisme, l'immigration non contrôlée, le réchauffement climatique) et d'ambition pour les raisons suivantes :

- D'un point de vue commercial, l'Europe est déjà considérée comme le premier investisseur et client en Afrique. En effet, 75% du commerce international de l'union européenne se réalise avec les pays sud-méditerranéens, la Russie et l'Afrique. Avec ce dernier, les positions commerciales se dégradent face à l'offensive chinoise. Cette internationalisation mène de façon indirecte à une régionalisation d'activités qui ont un avantage de proximité géographique ou encore de complémentarité économique.
- D'un point de vue démographique, l'Europe compte aux alentours de 500 millions d'habitants, chose qui la pousse à s'orienter vers l'Afrique pour un développement accéléré comptant 2.5 milliards d'habitants en 2050. Le meilleur moyen de contribuer à son développement est donc de nouer un partenariat économique et industriel avec l'Afrique à l'aide de la contribution active des diasporas, ayant comme but la transformation locale de ses immenses ressources naturelles et humaines.

La création de la Verticale Afrique – Méditerranée – Europe constitue l'un des programmes de travail de l'IPEMED. Il s'agit de mettre en avant l'idée que la création d'une grande région « Afrique – Méditerranée – Europe » est une perspective réaliste pour les raisons préalablement citées, et donc pour accélérer cette intégration régionale, plusieurs outils doivent être mis en place, dont une fondation.

Selon la Présidente de la Fondation La Verticale AME, cette dernière a pour objectif principal la contribution par l'économie à l'arrimage entre l'Europe et l'Afrique, via la Méditerranée. Dans ce même sens, la Fondation La Verticale AME divise son objectif principal en deux :

- En premier lieu, mettre en œuvre un développement disposant en avant des projets utiles à la population du Sud. Chose qui va notamment aider à accélérer la transition économique des pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée ainsi qu'aux pays subsahariens.
- En second lieu, l'objectif est de faire de La Verticale le foyer de la réflexion économique et politique de la régions « **Afrique- Méditerranée- Europe** ». Pour ce fait, il faudra promouvoir l'intégration régionale AME par l'instauration de politiques publiques ainsi que la création d'un environnement régional rendant la Méditerranée le trait commun entre l'Europe et l'Afrique, chose qui encourage la mobilité, la coproduction et le développement. La finalité est donc de passer de la vision au concret, de façon à ce que le développement économique européen passe par une intégration avec son Sud mais qu'aussi le futur de la Méditerranée et de l'Afrique se jouera dans un ancrage à l'Europe.

Quant à la valeur ajoutée de cette coopération, elle est caractérisée par plusieurs aspects. D'une part, prospectivement, la vocation entrepreneuriale de l'action, prend en compte des secteurs de l'économie considérés comme prioritaires, en vue d'organiser des filières intégrées et de promouvoir des politiques publiques sur les grands enjeux économiques de la région. Ça consiste donc à anticiper et à agir au présent pour construire un futur qui privilégie le long terme sur le court terme. Ajoutons qu'historiquement, cette approche a donné des résultats en Méditerranée avec IPEMED. D'autre part, géographiquement, ayant un centre comme la Méditerranée, tout en appuyant sur le rôle des pays tel que le Maroc, l'Algérie, la Tunisie, l'Egypte et la Turquie compte tenu de leur rôle politique et économique en Afrique et en Europe, ainsi que les pays du Golfe du fait de leur rôle grandissant dans le développement des pays de la région, va contribuer grandement à la gestion et à l'organisation internationale paritaire Nord-Sud de la Fondation, en promouvant toujours l'équilibre Nord-Sud dans ses instances et ses décisions.

La lutte contre le changement climatique : La centrale de la verticale AME est considérée, depuis les années 2000, comme un « hot spot » du réchauffement climatique dans le monde. Ajoutons également que d'ici 2030, l'Afrique australe fera partie des régions du monde dont le secteur agricole en termes de productions sera le plus affecté, notamment dû à la baisse des précipitations. Ce changement climatique a de graves conséquences notamment la provocation d'événements météorologiques dévastateurs comme les cyclones ou encore les ouragans. Le graphique

ci-dessous met en avant l'évolutions de ces événements au fil du temps.

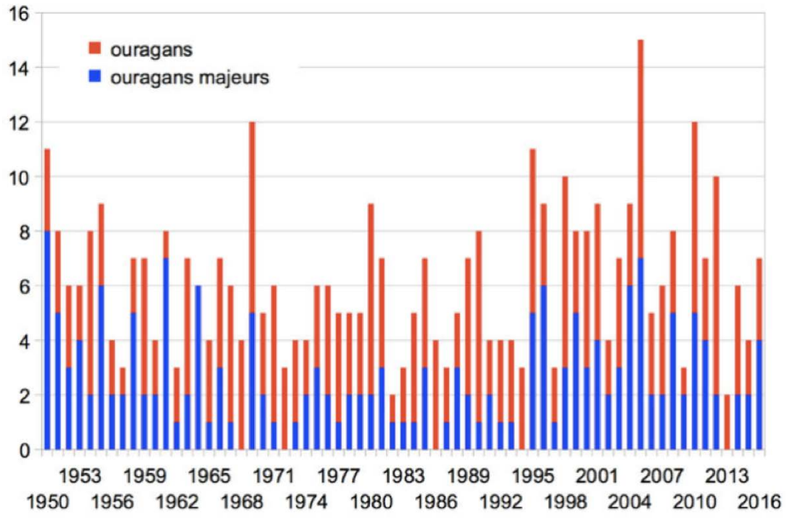


Figure 1 : Nombre annuel de cyclones tropicaux ou ouragans dans l'Atlantique (catégories 1 à 5 sur l'échelle de Saffir-Simpson), et des ouragans les plus forts (catégories 3 à 5 sur la même échelle). Données de la Division de recherches sur les ouragans de l'Administration fédérale américaine pour l'océan et l'atmosphère (NOAA). [Source : Gilles Delaygue (UGA)].

La Verticale Afrique- Méditerranée- Europe enregistre parmi ses priorités une adaptation au changement climatique qui comprend un aménagement urbain et rural durable ainsi qu'un développement énergétique et une transition vers des filières économes en ressources.
En effet, les secteurs d'eau, d'énergie et d'agriculture sont prioritaires, stratégiques, et doivent être traités de manière simultanée car ils sont liés entre eux. Bien que les énergies renouvelables soient une option à considérer, chaque secteur a des caractéristiques qui lui sont propres. Le secteur de l'eau à titre d'exemple demeure un enjeu de taille, vu la difficulté de son transport ainsi que son appartenance au triptyque stratégique qui combine l'agriculture à l'énergie.

II- TRIANGULATION RENFORCEE : TOURISME, EDUCATION ET ENTREPREUNARIAT

Tourisme : Lindustrie touristique au Maroc s'agit d'un un secteur jugé économiquement important vu qu'il représente 8% à 10 % du PIB national. Les atouts touristiques dont dispose le Maroc à savoir son climat, sa culture, ses villes impériales et sa position géographique jouent un rôle indéniable. Cependant et malgré ces avantages, le secteur du tourisme au Maroc connaît de sérieuses fluctuations dernièrement. En effet, au terme des six premiers mois de 2020, le secteur touristique a affiché un recul de 33,2 % estimé à 11,1 milliards de dirhams, expliqué par une baisse de la valeur ajoutée de 7% et ce malgré le déconfinement.

Selon l'Organisation Mondiale de Tourisme (OMT), le retrait du flux des arrivées internationaux est estimé entre 60% et 80%, chose qui mènera à une baisse des dépenses touristiques mondiales de 60%, soit entre 800 et 1000 milliards de dollars par rapport à l'année précédente.

Mondialement, la Méditerranée est la première région touristique qui concentre 3 des 4 plus grands récepteurs de touristes au monde à savoir la France, l'Espagne et l'Italie, comptant aux alentours de 260 millions de touristes par an. Néanmoins et malgré son développement touristique, cette région souffre également de la crise sanitaire qui a causé une chute remarquable des touristes. Il est à noter également que ce même développement touristique ne respecte pas la gestion traditionnelle de l'espace méditerranéen. Prenons l'exemple de l'eau qui se fait rare en été, considérée comme la haute saison touristique. Ajoutons la surexploitation des ressources qui affecte les structures d'assainissement. En Tunisie par exemple, les conflits d'usage sont fréquents et la concurrence forte pour l'eau entre l'irrigation des cultures et les douches ou piscines des touristes. La forte concentration de population entraîne aussi de la pollution.

Plus spécifiquement, l'Union Européenne (UE) à elle seule draine 40% de touristes selon des statistiques en 2017 réalisées par l'OMT , ce qui vaut aux alentours de 530 millions de touristes venus du monde entier. Depuis plusieurs années, l'UE jouit d'apports économiques dont le taux de croissance a connu une augmentation ces cinq dernières années de 4%.
Néanmoins, une baisse a été constatée par l'office statistique de l'union européenne de 75% en juin comparé au mois de février, et ce dû à la pandémie de COVID-19.
Cette baisse concerne principalement les agences de voyage dont le chiffre d'affaire a reculé de 83,6%, les établissements de restauration (38,4%), le transport aérien (73,8%), les établissements d'hébergement (66,4%).
Toutefois et suite au déconfinement, une reprise a été observée en juin par rapport au mois d'avril, dont le secteur de la restauration qui a enregistré la reprise la plus forte, suivi par le secteur de l'hébergement. Les transports aériens n'ont connu qu'une faible reprise, tandis que les agences de voyage se trouvent en juin au même niveau qu'au mois d'avril.

Education : L'éducation est considérée comme tout acte ou expérience qui forme l'esprit, le caractère ou la capacité d'une personne. C'est donc un processus qui sert à transmettre les connaissances, les compétences ainsi que les mœurs d'une génération à une autre. Elle est considérée comme un facteur clé du développement social et économique de quelconque pays, puisqu'elle influence les capacités des individus et l'autonomisation de ces derniers.
En Afrique, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture affirme que 258 millions d'enfants et de jeunes ne vont toujours pas à l'école, que 617 millions d'enfants et d'adolescents sont dans l'incapacité de lire ou d'effectuer des calculs jugés simples, et que près de quatre millions d'enfants et de jeunes réfugiés ne sont pas scolarisés. Quant au pourcentage des filles en Afrique subsaharienne qui vont au bout leur scolarité secondaire est estimé à moins de 40 %. Ces chiffres selon l'UNESCO portent atteinte à leur droit fondamental à l'éducation.
Actuellement et partout dans le monde, les systèmes éducatifs passent par une phase difficile dû à la pandémie du Covid-19, en particulier dans les pays en voie de développement. En effet, les systèmes éducatifs africains dont la situation est déjà critique, se voient dans une impasse. Malgré le fait que 80% des enfants soient inscrits à l'école primaire, seule une minorité savent lire selon les critères des standards internationaux à la fin du primaire. Réellement, les résultats de l'évaluation PASEC réalisée sur 10 pays francophones, dont le Sénégal et la Côte d'Ivoire, montrent que 60% des élèves n'atteignent pas ces standards de fluidité et de compréhension. Loin d'être la cause engendrant ces chiffres, la crise actuelle met seulement en exergue les disfonctionnements latents du système.

Quant à l'Europe, sa progression vers l'objectif Europe 2020 estimé à 10% est régulière. En effet, depuis 2002, l'abandon prématuré de l'éducation et de la formation est en baisse constante au sein de l'union européenne, pour les hommes ainsi que pour les femmes. En 2018, le taux est arrêté à 10.6% alors qu'il était de 17% en 2002. Malgré la

bonne progression des chiffres en-dessus, la crise a fait ressortir des inégalités existantes au sein du système éducatif européen. En effet, l'éducation en ligne nécessite un haut débit, des ordinateurs ainsi qu'un environnement favorable pour se concentrer sur l'apprentissage. Choses qui ne sont malheureusement pas disponibles dans tous les foyers.

Entreprenariat : Au sens large, l'entreprenariat consiste en la capacité à concrétiser une idée et de la transformer en un projet.Au sens strict, il s'agit de l'action de créer de valeur ajoutée, de la richesse et de l'emploi soit en créant ou en reprenant une entreprise.

En termes de création d'emploi, l'Afrique a enregistré en 2009 la pire performance. En Afrique subsaharienne, un taux de 77% d'employés occupant un travail non permanent, tandis qu'en Afrique du Nord, le chômage était monté jusqu'à 13%. Ces chiffres trouvaient leur explication dans la crise financière qu'a connu le monde en 2008. N'ayant pas les mêmes origines, puisque celle que vit le monde actuellement est une crise sanitaire, l'effet est semblable sur les chiffres liés au chômage. Cet effet pourrait influencer positivement comme négativement sur l'entreprenariat en Afrique, car les personnes ayant perdu leur travail au temps de cette crise pourraient éventuellement penser à entreprendre leur propre projet. Cependant, l'environnement culturel est défaillant en Afrique, puisque l'entreprenariat est perçu comme une activité secondaire plutôt que principale. Ajoutons aussi le fait que l'environnement des affaires lui-même n'est pas encourageant car pour démarrer un projet l'entrepreneur retrouve plusieurs obstacles à surmonter avant d'arriver à son objectif. En effet, l'association Global Entrepreneurship Research a affirmé dans son rapport annuel 2017-2018 que « l'Afrique est la région du monde avec le plus faible pourcentage d'entrepreneurs s'attendant à créer plus de six emplois dans les cinq premières années de leur activité ».

En Europe, la situation n'est pas similaire. En effet, selon l'OCDE, la majorité des pays européens enregistrent un taux d'emploi non salarié dépassant les 15%. Cette étude a été réalisée auprès de plus de 5000 personnes, à savoir 1065 en France, 1004 en Allemagne, 1034 en Espagne, 1010 au Royaume-Uni avant le Brexit et enfin 1001 en Pologne.

L'envie d'entreprendre au sein de l'Europe est donc belle et bien existante, reste à chercher à développer les projets déjà existants ou en voie. Parmi les aspects à développer on trouve la mise en place d'un modèle d'entreprise durable et responsable. L'intégration très progressive de la responsabilité et de la durabilité au sein des gouvernances et des projets d'entreprises en Europe se fait par le biais de plusieurs dispositifs à savoir les investissements responsables, le respect des droits fondamentaux et bien d'autres. Même s'il reste encore minoritaire, il convient de l'encourager pour en faire un socle déterminant de la contribution européenne à la solution des enjeux à venir.

Démarches : Dans le cadre d'une meilleure intégration interrégionale, plusieurs démarches ont été entreprises dans les trois secteurs.
Dans le cadre du développement de la coopération Afrique-Méditerranée- Europe, plusieurs accords et programmes d'application ayant trait aux différents volets de l'activité touristique ont été conclus avec différents partenaires de la communauté internationale aussi bien bilatéraux que multilatéraux. On cite parmi ces accords :

- **Organisation Forum des Ministres Africains du Tourisme en marge de la COP.22 :** Le Département du tourisme a organisé le Forum des Ministres africains du tourisme qui fut marqué par l'adoption de la Déclaration de Marrakech sur « les enjeux tourisme et climat en Afrique » portant adhésion à la Charte Africaine du Tourisme Durable et Responsable. Ce Forum a connu la participation de 24 Etats africains membres de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), ainsi que de deux responsables de l'OMT.
- **Organisation de la quatrième Conférence Ministérielle du Dialogue 5+5 Tourisme :** Cette conférence a connu la participation de dix pays riverains du bassin occidental de la Méditerranée à savoir les cinq pays de l'Union du Maghreb Arabe (le Maroc, la Mauritanie, la Tunisie, l'Algérie et la Libye) ainsi que cinq pays de l'Europe Occidentale, (l'Espagne, la France, l'Italie, Malte et le Portugal) a été couronnée par la signature de la Déclaration de Casablanca sur « le tourisme et les changements climatiques, sous le thème « Le tourisme et les changements climatiques ».

Loin des accords et coopérations, le tourisme est également lié à la qualité qu'offre le continent en question. L'amélioration de l'assainissement et la réduction de la pollution dans le bassin méditerranéen en fait partie. La sensibilisation à cette problématique est en conséquence primordiale, dans le but de mener un projet intégré mettant en avant les échanges ainsi que l'insertion des bonnes pratiques environnementales communes pour contribuer à la dépollution du bassin méditerranéen. En ce sens, la promotion du Pavillon Bleu pourrait être un vecteur de coopération régionale.

Les réformes éducatives touchent à l'emploi public et comportent par conséquent des risques politiques. L'existence de carences au sein du système éducatif est un problème qui touche directement toutes les familles. Chose qui amène à s'interroger sur l'efficacité des pratiques enseignantes, des ambitions trop élevées des programmes scolaires qui sont censés être exécutés au très court terme et permettre une vraie maîtrise des apprentissages.
D'une part, au niveau de l'Afrique, selon un rapport de l'UNICEF, les défis rencontrés au cours de la réforme du programme ont été largement documentés dans de nombreux pays d'AEA (Afrique de l'Est et Australe), comme la Namibie, l'Afrique du Sud, le Botswana, l'Éthiopie, le Malawi et l'Ouganda. La réforme des programmes scolaires est complexe et sa réussite dépend d'une série de facteurs interdépendants. Afin qu'elle réussisse, il faut opérer des changements sur l'ensemble du système de prestations. Selon l'UNICEF :

- Le contexte et la culture qui entourent l'éducation sont à prendre en considération, à défaut de produire des programmes davantage ambitieux que réalistes.
- Il convient de consacrer beaucoup plus de temps et de ressources en phase initiale pour examiner la capacité du système à s'adapter aux changements nécessaires.
- Eviter la surcharge du programme et se concentrer sur les premières années d'école, sur lesquelles repose l'apprentissage ultérieur.
- Réformer le programme afin qu'il reflète ce qu'une nation souhaite transmettre à la nouvelle génération et le monde dans lequel grandissent les enfants est important. Plaider en faveur d'une actualisation des programmes mérite bien que l'on s'y attèle. Il est toutefois essentiel que les personnes qui travaillent à la réforme des programmes avec les gouvernements veillent à ce qu'elle soit menée de manière adaptée par rapport au système éducatif en place, et qu'elle n'alourdisse pas les complexités et les défaillances de systèmes éducatifs déjà poussés à leur limite en Afrique de l'Est et australe.
-

D'autre part, il y a aussi les pays du Maghreb dont les réformes des systèmes éducatifs sont au cœur de l'actualité. Au Maroc, le ministre de l'Education a présenté le 14 Janvier 2019 un bilan d'étape de la réforme du système éducatif lors de la 15ème session du Conseil supérieur de l'éducation, de la formation et de la recherche scientifique (CSEFRS). Ce bilan a comporté principalement les avancées concernant l'accès à l'éducation, la mise en place d'un projet « Tayssir » combattant l'abandon scolaire, l'éducation non formelle, la surpopulation en classe, la formation professionnelle, le renforcement de langues et bien d'autres points. L'importance de ces derniers éléments demeure la même en Tunisie où des études ont été menées afin de prévoir la population scolaire à l'horizon 2030-2031 basées sur les naissances, ainsi qu'en Algérie.

Les expériences précédentes comme celle de la région Est-asiatique, ont démontré que l'entreprenariat est à l'origine de l'intégration productive. Cette dernière est accompagnée par une coopération entre les régions. La mise en place d'un mouvement semblable au sein de l'AME s'avère donc une nécessité. Dans ce même sens, l'EMACF (Euro-Middle

East-Africa Competitiveness Forum) ouvrira la porte aux chefs d'entreprise d'exposer et faire part de leurs propositions aux décideurs politiques leur vision de l'intégration régionale. Un nombre important de chefs d'entreprise des trois espaces européen, méditerranéen et africain sera rassemblé alors, ayant en commun la même conviction que l'avenir de la région AME passe par un modèle commun de développement productif, régulé, solidaire et durable, ainsi que la même exigence éthique de responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise. Cette coopération entrepreneuriale sera bénéfique dans le sens où les partenariats et alliances stratégiques entre régions seront renforcés, en d'autres termes, l'approfondissement des réflexions stratégiques entre les chefs d'entreprise autour des enjeux Nord-Sud et Sud-Sud de coproduction industrielle.

Conclusion : La Verticale AME est donc un partenariat entre l'Europe et l'Afrique ayant comme point de liaison la Méditerranée, profitant aux trois continents. Suite aux démarches entreprises dans ce même sens, on remarque la maintenance d'une logique de coopération Nord-Sud et Sud-Sud. A titre d'exemple, cette logique de coopération a été inscrite dans le préambule de la Constitution de 2011 du Maroc, un pays du Maghreb, où il y a eu lieu d'une coopération Sud-Sud. Dès lors, ses échanges avec les autres pays africains qui ne représentaient que 5% de son commerce extérieur, ont grimpé faisait du Maroc le second investisseur africain en Afrique et le premier en Afrique de l'Ouest.

L'émergence de chaque continent est déterminée par des secteurs clés qui disposent d'un impact important économiquement et socialement. Le tourisme, l'éducation et l'entreprenariat sont des secteurs qui affectent de manière directe le développement socio-économique de chaque continent à part et de la région en général. Leur renforcement est donc prioritaire. Cependant, une triangulation renforcée interrégionale (Afrique-Méditerranée-Europe) serait une parmi plusieurs stratégies à arborer. En effet, le renforcement de ce triangle est susceptible de créer plus bien de possibilités que de défis, car par exemple le développement de l'entreprenariat en Afrique aiderai à baisser le taux de chômage de manière directe car non seulement la personne qui décide d'entamer le projet ne sera plus sans travail mais elle pourra créer des postes à pourvoir, et pour cela il doit y avoir des personnes pouvant assumer ces responsabilités et ayant les diplômes adéquats, d'où l'importance de l'éducation. Quant à l'importance du secteur touristique, elle réside dans son influence économique puisqu'il impact le taux de croissance économique de chaque continent, il pourrait même participer à l'attraction d'investisseurs étrangers, et donc est bénéfique pour les sociétés africaines. L'accompagnement par un développement des infrastructures est également important.

En guise de conclusion, l'engagement d'une diplomatie socio-économique active est la clé pour une émergence progressive de l'Afrique. Le renforcement de cette grande région réduira donc la proximité existante, qui pour le moment, se fait sentir au niveau de la connexion entre les territoires sud-méditerranéens et l'Europe.

The original text has been summarised by the editors in order to keep balance with the rest of chapters

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

UAM
Universidad Autónoma
de Madrid

ULPGC
Universidad de
Las Palmas de
Gran Canaria

https://www.amenet.eu/