

Mémoire de Fin d'Etudes

Pour l'obtention du diplôme de Master :

Développement Durable des Territoires

Sous le thème :

**Mise en écotourisme du territoire soutenable du Géoparc
Jbel Bani(TSGJB)**

Réalisé par : **Sous l'encadrement de :**

Nixon DOUDOUTE

Mr.Zerhouni LAQRIB Youness

(Enseignant-chercheur, FSJES Meknès)

Coencadrant : Mr.patrick SIMON

(Président de l'AMDJB)

Membre du jury :

Président : Dr.Abdelilah BAGUARE

Membre : Dr.Zerhouni LAQRIB Youness

Membre : Dr.Abdelali Lahrech

Année universitaire 2020-2021

Remerciements

Nous tenons tout d'abord à remercier le Dieu de l'univers pour le début et la fin de ce cursus et également pour tous ces bienfaits.

Nos sincères remerciements vont à nos encadreurs en l'occurrence ; MR.Patrick SIMON et Dr.Zerhouni LAQRIB Youness, qui malgré leurs occupations ne manquaient même pas une seconde de nous guider et nous prodiguer des conseils pour la concrétisation de notre travail.

Nous associons à ces remerciements nos professeurs, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé nos réflexions, spécialement Dr.Abdelilah BAGUARE, le coordonnateur de notre master du "Développement Durable des Territoires" qui a donné corps et âme pour la réussite de ce cursus.

Nous remercions ensuite l'ensemble des membres du jury, qui nous ont fait l'honneur de bien vouloir étudier avec attention notre travail.

Nous exprimons notre profonde gratitude à tous les jeunes, les familles et les personnes-ressources dans le TSGJB, qui ont accepté de nous rencontrer, de répondre à nos questions durant notre recherche, nous leur remercions du fond du cœur pour leur hospitalité.

Nous remercions enfin, toutes les personnes qui nous ont aidées de près ou de loin à élaborer pour accomplir ce travail spécialement notre aimable Professeur Mr. Samir EL JAAFARI pour sa disponibilité et son hospitalité du début jusqu'à la fin de ce travail.

Dédicaces

A ma chère maman, Marie Carolle LIZAIRE

A Mon unique frère, Daniel DOUDOUTE

A mes deux sœurs, Marie Katia DOUDOUTE et Maruthsa DOUDOUTE

A ma chère tante, Marie Monise DOUDOUTE

A tous mes ami (e) (s)

Résumé

Notre mémoire consiste à déterminer la place accordée aux jeunes et aux femmes à entreprendre des activités dans le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB) et comment le renforcement de leurs capacités entrepreneuriales et managériales peut être un facteur important pour sa promotion et sa mise en écotourisme. Après avoir évoqué les aspects théoriques et conceptuels relatifs à l'écotourisme, le tourisme, le développement territorial, le développement durable et l'entrepreneuriat à l'aide d'une revue de littérature et un travail d'investigation a été mené auprès des personnes-ressources, les jeunes et les femmes compris entre moins de 25 à 30 ans du TSGJB.

En terme de notre enquête de terrain, nous avons constaté que, malgré l'existence des incubateurs et des centres de formations, la place accordée aux jeunes et aux femmes et leurs capacités entrepreneuriales dans le TSGJB sont insuffisantes. Ainsi, un plan d'action pour renforcer leurs capacités entrepreneuriales et managériales a été proposé.

Mots clés : *Ecotourisme, Tourisme, Développement territorial, Entrepreneuriat et Capacité entrepreneuriale.*

Abstract

Our memory consists of determining the place given to young people and women to undertake activities in the Sustainable territory of the Jbel Bani Geopark (STJG) and how the strengthening of their entrepreneurial and managerial capacities can be an important factor for its promotion and implementation ecotourism. After discussing the theoretical and conceptual aspects relating to ecotourism, tourism, territorial development, sustainable development and entrepreneurship with the help of a literature review, an investigative work was carried out with people -resources, young people and women under 25 to 30 years of the TSGJB.

In terms of our field survey, we found that, despite the existence of incubators and training centers, the place given to young people and women and their entrepreneurial capacities in the TSGJB are insufficient. Thus, an action plan to strengthen their entrepreneurial and managerial capacities has been proposed.

Keywords: *Ecotourism, Tourism, Territorial Development, Entrepreneurship and Entrepreneurial capacity.*

SOMMAIRE

Introduction Générale

Partie I : Historique, définitions et enjeux de l'écotourisme

Chapitre I : Généralité sur l'écotourisme

Section I : Définitions et histoire de l'écotourisme

Section II : Ecotourisme et le développement durable

Chapitre II : Entrepreneuriat et Ecotourisme

Section I : Aperçu sur le phénomène de l'entrepreneuriat

Section II : Entrepreneuriat et la mise en écotourisme d'un territoire

Conclusion de la première partie

Partie II. Développement du Maroc : Entre territoire et Ecotourisme

Introduction de la deuxième partie

Chapitre I : Développement territorial au Maroc

Section I : Cloisonnement du monde rural et urbain

Section II : les limites du développement territorial au Maroc

Chapitre II : L'écotourisme au Maroc

Section I : Les potentialités touristiques de l'écotourisme au Maroc

Section II : Les mesures et les contraintes du développement de l'écotourisme au Maroc

Conclusion de la deuxième partie

Partie pratique

Etudes de cas : Territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB)

Section I : Présentation du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani

01- Le TSGJB dans son ensemble

02- Ce que représente le TSGJB (Analyse SWOT)

03- Démarche et vision stratégiques de l'AMDJB

Section II : L'entrepreneuriat des jeunes et des femmes dans le TSGJB

- 01- Analyses et résultats des compétences entrepreneuriales et managériales des jeunes dans le TSGJB
- 02- Impacts du renforcement des capacités entrepreneuriales sur la mise en écotourisme du TSGJB
- 03- Proposition d'un plan d'action pour le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes de TATA.

Conclusion générale

Références Bibliographiques

Introduction générale

Pour faire face aux répercussions négatives de la globalisation (dimension exclusivement macroéconomique de développement), un nouveau paradigme a vu le jour sur la base d'une approche « territoriale ». Cette dernière se voit alors, comme une interprétation majeure du local et émerge ainsi comme un niveau pertinent de réflexion et d'actions économique (Courlet, Ferguen, 2004). On assiste alors à un processus de mobilisation des acteurs de développement et de valorisation des ressources territoriales à travers une approche de développement basée sur les initiatives locales et la mise en place d'un écosystème d'entrepreneuriat local innovant.

Le tourisme est une activité économique majeure qui connaît un développement dynamique et qui a des implications sociales, culturelles et environnementales. C'est une source de création de richesse, d'emplois et de revenus durables, engendrant des effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'activité économique (Agriculture, artisanat, culture, transport, services, industrie...). L'activité touristique vise à tirer parti des potentialités environnementales, patrimoniales et culturelles d'un territoire donné. Le lien de l'activité touristique, à un lieu, impose la concentration des entreprises qui exploitent une ressource touristique donnée (transport, hébergement, restauration, animation, services divers...). Ces entreprises sont spécialisées autour d'un métier qui est le tourisme et fabriquent le produit touristique. Ainsi, la filière touristique procède à la manière d'une filière industrielle, « transformant » un espace géographique ou un site touristique en une destination. « Le tourisme, secteur du transversal, de l'interculturel et de l'entrepreneuriat local est reconnu comme un outil compétitif du développement durable intensif en emplois »

Cependant, depuis l'apparition de la Covid19, crise sanitaire qui a fait et continue à faire couler beaucoup d'encre dans le monde entier, pose une problématique spatiale, c'est-à-dire que les gens ne peuvent pas se déplacer d'un milieu vers un autre, les frontières sont bloquées par mesure de précaution pour empêcher la propagation du virus. De ce fait, le tourisme interne par la découverte du milieu rural en valorisant les richesses culturelles, patrimoniales archéologique, géologique, touristique, historiques et surtout le vernaculaire est à encadrer. Ce qui permettra de contribuer à la réduction des jeunes et des femmes sans emploi dans le monde rural à travers l'innovation des activités génératrices de revenu, d'où en partie l'idée de la mise en œuvre du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB) qui englobe trois régions à savoir : la région de Guelmim Oued Noun avec quatre provinces, la région de Souss Massa avec trois provinces et la région de Draa Tafilalet avec deux provinces et 144

communes sur une superficie de 120000 km²s'étendant de Zagora jusqu'à Tan-Tan. Sa principale vision est d'apporter de la nouveauté et remettre en cause la stratégie de marketing et d'attractivité des territoires.

Prime abord, selon la charte du réseau Géoparc, « il s'agit d'un territoire aux limites bien définies qui a une superficie assez étendue pour contribuer au développement économique local. Il comprend un certain nombre d'héritages géologiques (à différentes échelles) ou une mosaïque d'entités géologiques d'importance scientifique particulière, pour leur rareté ou leur beauté représentative d'un lieu et de son histoire géologique. Il ne doit pas seulement avoir une signification géologique mais aussi écologique, archéologique, historique ou culturelle. L'importance géologique devra être reconnue par les autorités scientifiques du territoire compétentes en la matière ¹»

Notre objectif à travers cette recherche, est de cerner l'articulation entre le développement territorial et le tourisme, voir au niveau du TSGJB comment développer l'attraction et l'attractivité de ce territoire pour favoriser le développement du tourisme. Aussi chercher à identifier la place accordée par les jeunes et les femmes dans le TSGJB à entreprendre ainsi que les problèmes auxquels ils font face pour la mise en œuvre des activités génératrices de revenu afin d'aboutir à la contribution de la dynamique entrepreneuriale du développement de ce territoire pour répondre à l'un des 17 objectifs du développement durable fixés dans l'agenda de 2030 qui est l'objectif numero8(travail décent et croissance économique).

Figure1. Schéma des 17 objectifs du développement durable de l'agenda 2030



Source : <https://www.agenda-2030.fr/17-objectifs-de-developpement-durable/>

¹ Définitions du Géoparc selon la charte du réseau Géoparc cité par Romain vallon

Le mémoire a également pour but de déterminer les mesures dans lesquelles le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes peut être un facteur pour la mise en écotourisme du TSGJB.

De ce fait, la problématique à laquelle nous aurons à apporter des éléments de réponses est la suivante : **Dans quelles mesures le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes peut contribuer à la mise en écotourisme du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB)?**

De là découle les questions suivantes :

Quelle est la liaison qui existe entre le secteur touristique et le développement territorial ?

Quelle est la place accordée par les jeunes et les femmes dans le TSGJB à entreprendre ?

Quelles sont les contraintes pour les jeunes et les femmes dans le TSGJB à innover des activités ?

Quel plan d'action adapté au renforcement des capacités entrepreneuriales de ces jeunes et ces femmes pour y remédier ?

Pourquoi le choix de cette thématique ?

Elle s'inscrit dans le cadre de notre formation master intitulé : "Développement durable des territoires" qui englobe un peu tous les modules que nous avons suivi tout au long du cursus.

Elle est également un sujet d'actualité que ce soit au niveau national et international.

Notre vision s'inscrit dans le cadre d'une mise en œuvre d'esprit entrepreneurial chez les jeunes et les femmes surtout dans le monde rural tout en mettant en exergue les potentialités dont dispose leur territoire respectif qui feront l'objet de création des activités innovantes, attractives et compétitives dans le futur.

Méthodologie de recherche

Pour réaliser ce travail et répondre par conséquent aux questions posées, nous avons choisi une démarche méthodologique comportant deux grandes parties, conceptuelle et empirique.

La première partie consiste à faire le point sur la question au plan théorique. Pour ce faire, nous avons procédé à une recherche bibliographique et documentaire en se basant sur la lecture des ouvrages, travaux et thèses déjà réalisés sur le sujet, les publications des instances concernées, revues et périodiques, sites web pour bien cerner le sujet de notre étude.

La deuxième partie porte sur ;

La présentation du TSGJB, ses actions, son engagement et sa vision.

Les résultats de notre enquête de terrain dont nous avons réalisé de la manière suivante :

Des entretiens face à face auprès des incubateurs dont le guide d'entretien découle de notre problématique de recherche, comportant des questions ouvertes auxquelles l'acteur enquêté peut répondre librement.

Un questionnaire adressé aux jeunes et aux femmes afin de recueillir les informations concernant l'entrepreneuriat dans le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB).

Justification du plan

Notre mémoire vise tout d'abord un cadrage conceptuel de la notion de l'écotourisme, son histoire, ses définitions et son intérêt ainsi que son lien avec la notion du développement durable là où nous allons voir les stratégies adaptées dans le contexte de l'écotourisme pour enfin déboucher sur l'entrepreneuriat comme étant un vecteur de la mise en écotourisme d'un territoire à travers la valorisation, l'innovation et la communication de ce que dont dispose ce dernier comme produits spécifiques. L'ensemble de ces éléments feront l'objet des deux premiers chapitres de la première partie.

La deuxième partie de notre mémoire vise spécifiquement le territoire marocain en termes de développement territorial urbain et rural, détecter les écarts, les potentialités touristiques de l'écotourisme dans le monde rural surtout, tout en se basant sur le **territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB)** dans la partie pratique comme un modèle de développement qui se base sur la prise en compte et la valorisation de la diversité des richesses naturelles et culturelles et surtout le vernaculaire de la population locale. Sans doute, on ne peut pas travailler sur un tel sujet sans se focaliser sur la problématique du secteur touristique au Maroc qui est encore en retard en termes de structure par rapport à d'autres pays. Enfin, en se basant sur les résultats de nos analyses, on avancera la proposition d'un plan d'action pour le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes dans le **territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani** afin de les aider à acquérir les compétences nécessaires pour innover des activités génératrices de revenu et de les empêcher qu'ils partent en ville à la recherche d'emploi alors que ceux qui y sont déjà ne peuvent même pas en trouver.

Première partie

Chapitre I : Généralité sur l'écotourisme

L'écotourisme mérite une attention particulière, non seulement parce que c'est le secteur de l'industrie du voyage qui a la croissance la plus rapide au cours des dernières décennies, mais aussi parce qu'il constitue une nouvelle approche alliant la protection des zones naturelles et le développement des communautés locales.

Ce présent chapitre porte sur deux sections, la première sur l'histoire, définitions et perspectives de l'écotourisme afin de bien assimiler le concept et une deuxième section qui porte sur le lien de l'écotourisme et le développement durable, déterminer les groupes cibles et voir quelles stratégies adaptées pour trouver un consensus entre l'écotourisme et le développement durable.

Section1: Histoire, définitions et perspectives de l'écotourisme

I-1-1: Histoire de l'écotourisme

L'écotourisme s'est développé dans la foulée du mouvement environnemental qui est apparu au début des années 1970. L'intérêt croissant du public pour l'environnement et les voyages orientés vers le plein air, couplé avec la croissante insatisfaction envers le tourisme de masse, a montré à l'industrie du tourisme qu'il y avait une place pour l'écotourisme.

De même, la compréhension et l'acceptation des principes de conservation de la nature et de durabilité par une portion grandissante de la population ont également participé à l'évolution du terme écotourisme.

Il n'y a pas de consensus sur l'origine du terme écotourisme. Selon certains auteurs, il serait apparu pour la première fois en langue anglaise dans un article de ROMERIL (1985)². Cependant, l'écologiste mexicain CEBALLOS-LASCURA a utilisé le mot espagnol « ecoturismo »³ encore plus tôt, alors que le Service National des Forêts du Canada faisait, dès 1973, la promotion d'écotours le long de la Transcanadienne.

C'est BUDOWSKI (1976) qui est généralement cité comme le pionnier concernant le concept même d'écotourisme. Dans son article « Tourism and Environmental Conservation : Conflit,

²Romeril, M. 1985. "Tourism and the Environment - Towards a Symbiotic Relationship". *International Journal of Environmental Studies*, vol. 25, p. 215-218.

³Ceballos-Lascurain, H. 1987. *Estudio de Prefectabilidad Socioeconomica del Turismo Ecologico y Anteproyecto Arquitectonico y Urbanistico del Centro del Turismo Ecologico de Sian Ka'an, Quintana Roo*. Étude réalisée pour SEDUE, Mexico

Coexistence or Symbiosis ? »⁴ BUDOWSKI reconnaît que la relation entre le tourisme et l'environnement naturel tend à être conflictuelle, mais que le potentiel existe pour une relation basée sur les bénéfices mutuels. Sa description de la relation symbiotique qui pourrait s'en suivre ressemble à l'idée contemporaine qu'on se fait de l'écotourisme, sans toutefois utiliser le terme. La dissémination du terme et du concept est souvent associée à BOO.

Par ailleurs, il apparaît que cette prise de conscience des populations « indigènes » est liée à une conscientisation plus générale centrée sur la relation « homme – nature », qui n'est pas le seul fait des populations occidentales, mais aussi des populations du tiers monde. Elle peut s'exprimer soit par l'acceptation, soit par le rejet du développement de l'écotourisme selon les types d'acteurs et leur implication dans la relation tripartite : tourisme, environnement, développement.

En somme, l'écotourisme est un concept ambigu qui, selon le point de vue adopté, se définit comme une activité, une philosophie ou une stratégie de développement. Donc l'écotourisme semble endosser non pas une définition officielle unique, mais plusieurs.

I-1-2 : Définitions de l'écotourisme

Une des premières définitions du concept est celle proposée dans les années 80 par Hector Ceballos-Lascurain, un architecte mexicain. « Forme de tourisme qui consiste à visiter des zones naturelles relativement intactes ou peu perturbées, dans le but d'étudier et d'admirer le paysage et les plantes et animaux sauvages qu'il abrite, de même que toute manifestation culturelle (passée et présente) observable dans ces zones »

Une décennie plus tard, la société internationale d'écotourisme (TIES) rédige une définition faisant aujourd'hui office de référence. « Voyager de manière responsable dans des sites naturels tout en préservant l'environnement et le bien-être des populations locales ⁵»

Une autre définition comme celle de Ceballos-Lascurain (1987) met l'emphase sur une proximité recherchée avec la nature par les touristes, les définitions plus récentes (voir celle de Honey) ont plutôt cherché à mettre en lumière une variété de principes associés au concept de développement durable (Blamey, 2001). S'inscrivant dans ce courant, les participants au premier Sommet mondial de l'écotourisme, qui s'est tenu à Québec en 2002, ont reconnu que l'écotourisme englobe les principes du tourisme durable en ce qui concerne les impacts de

⁴Budowski, G. 1976. "Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence or Symbiosis?". *Environmental Conservation*, vol. 31, no 1, p. 27-31.

⁵ Définition de l'écotourisme par la société internationale d'écotourisme(TIES)

cette activité sur l'économie, la société et l'environnement et qu'en outre, il comprend les principes particuliers suivants qui le distinguent de la notion plus large de tourisme durable (Organisation mondiale du tourisme (OMT) et Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), 2002) :

- L'écotourisme contribue activement à la protection du patrimoine naturel et culturel;
- L'écotourisme inclut les communautés locales et indigènes dans sa planification, son développement et son exploitation et contribue à leur bien-être;
- L'écotourisme propose aux visiteurs une interprétation du patrimoine naturel et culturel;
- L'écotourisme se prête mieux à la pratique du voyage individuel ainsi qu'aux voyages organisés pour de petits groupes.

Dans le cadre de notre mémoire, la définition retenue et qui rassemble l'ensemble des éléments qui sont liés à notre thématique est celle de la charte du tourisme durable (PNUE 1995) qui est la suivante : « L'écotourisme, appelé également tourisme vert, est un voyage responsable dans des espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être de la population locale sur le plan social et économique. Il permet également d'acquérir des connaissances et une meilleure compréhension des valeurs culturelles et naturelles⁶ »

I-1-3 : Intérêts et perspectives de l'écotourisme

L'écotourisme minimise les impacts négatifs sur l'environnement naturel et incite à sa protection. Il cherche à valoriser et à promouvoir la conservation des zones naturelles ou des sites culturels menacés. Il s'agit aussi d'avantages financiers pour la conservation : lorsque les gens dépensent de l'argent dans le tourisme vert, une partie de celui-ci est consacrée aux efforts de conservation, tels que les projets de reboisement et de repeuplement des espèces en voie de disparition. Essentiellement, plus l'argent consacré au tourisme responsable sera important, plus il sera facile de financer des projets de conservation.

Enfin, il apporte des avantages en termes de gestion des ressources naturelles. En effet, dans une économie mondiale où de nombreuses entreprises exploitent les ressources naturelles à des fins personnelles, l'écotourisme introduit l'idée de gestion des ressources naturelles. Au lieu d'épuiser les ressources pour faire face à une forte demande, l'écotourisme suggère

⁶ Définitions de l'écotourisme par la charte du tourisme durable (PNUE 1995)

d'adopter un état d'esprit consciencieux. Cela permettra d'extraire les ressources naturelles de la manière la plus efficace et durable possible.

L'objectif est de développer un environnement, des hébergements touristiques, des activités, profitant à toutes les personnes concernées – la flore / faune locale, la population locale, les acteurs de l'industrie du voyage et les voyageurs. En prenant en compte ces critères, un certain nombre de principes ont émergé :

- ❖ Minimiser les impacts physiques, sociaux, comportementaux et psychologiques du tourisme sur l'environnement et tout ce que cela comporte.
- ❖ Participer à la prise de conscience des enjeux culturels et environnementaux du site visité.
- ❖ Apporter des expériences positives pour le visiteur et pour les populations hôtes.
- ❖ Apporter des financements directs nécessaires à la préservation de l'environnement.
- ❖ Générer des retombées économiques pour les populations locales.
- ❖ Impliquer le visiteur et le sensibiliser aux questions politiques, sociales et environnementales des pays visités.
- ❖ Concevoir des équipements ayant un faible impact socio-environnemental.
- ❖ Reconnaître les droits et les croyances des communautés locales et travailler en collaboration avec elles afin de favoriser leur « autonomisation ».

Section 2 : Ecotourisme et le développement durable

Dans la section précédente, on a vu un peu le concept de l'écotourisme, comme une branche du tourisme qui vise à mieux rapprocher l'homme et la nature afin de mieux contribuer à sa protection et profiter les retombées qui en découle dans un contexte de développement d'économie locale. Dans cette présente section, nous allons chercher la liaison qui existe entre ce concept de l'écotourisme et la notion du développement.

I-2-1 : Développement croissance et l'environnement

Depuis des années, des forums nationaux et internationaux, soulèvent la gravité de la détérioration de l'écosystème à cause des abus environnementaux dénoncés sur la place publique.

Ainsi depuis les années 70, un rapport publié par le club de Rome critiquait l'impératif à la croissance à tout prix, qui impose une pression insoutenable de l'écosystème.

Dans les années 80 et plus particulièrement en 1983, l'assemblée générale des nations Unies votait, la mise sur pied de la commission mondiale sur le développement et l'environnement. Dans son rapport publié en 1988, ladite commission expose le défi que notre planète doit relever. Les menaces qui pèsent sur l'écosystème, sont hors contrôle, à savoir ; la pollution atmosphérique et marine, la désertification et la déforestation.

Chaque année, à cause de l'intervention humaine, 6 millions d'hectares deviennent désertiques, 11 millions d'hectares de forêts sont détruits. Afin de redresser la situation, la commission propose une coopération internationale pour relever le nouveau de vie des pays pauvres les plus touchés par la désertification et pour favoriser la régénération de leur milieu de vie.

En général, les solutions de la commission impliquent le contrôle de la croissance des populations, l'implantation de politique agricole aux principes de la conservation des sols et la protection des espèces menacées pour préserver la diversité biologique de la planète. Ces politiques énergétiques doivent être axées sur les économies d'énergie et environnementales et les activités industrielles ne devraient plus mettre en danger l'eau, la terre, la faune et la flore. L'approche du développement durable qui est compatible avec la protection de l'écosystème est l'un des grands défis mondiaux.

I-2-2 : Les groupes cible de l'écotourisme et le développement des attractions

Pour des fins de promotion et développement de l'écotourisme, il est primordial de connaître le fond structurel de la demande. D'après les études qui ont été faites à ce sujet, les principales caractéristiques de la clientèle des produits "nature", est le fait qu'elle soit cultivée, elle dispose de revenus élevés, et voyage le plus souvent individuellement à la recherche de l'espace et du contact avec les éléments naturels, d'autant plus que cette demande révèle une attitude active voire créatives et pleine de contemplation.

En outre, on distingue deux catégories :

- I. Les spécialistes scientifiques ;
- II. Universitaires assez âgés, fidèles et qui se déplacent seul ou en couple ;

Le tourisme dit "naturaliste" de l'observation des espaces sauvages, est destiné à des touristes naturophiles, fortement motivés et avertis. Ces touristes ne comptent pas les kilomètres parcourus, mais le nombre d'espaces rares observés, ils partagent dans la boue à la

recherche des oiseaux rares, se lèvent aux aurores, ou passent la nuit à la belle étoile pour ne pas manquer le passage de l'animal convoité.

Ainsi, on constate que le client typique de l'écotourisme est bien cultivé, ne craint pas les dépenses, il s'intéresse moins au confort et aux infrastructures en contact avec la nature et la réalité vécue mais à l'originalité et l'authenticité des sites naturels.

Les principales caractéristiques et les attentes des naturophiles, sont le calme, le maintien des traditions et les découvertes culturelles. Leurs activités sont les promenades dans la nature, la visite de musées et monuments historiques, et la pratique de sports nautiques. Quant à l'hébergement, il peut se faire dans l'habitat traditionnel, hôtellerie typée, ou gîtes. Cette pratique touristique se fait dans l'intersaison.

Parmi les activités les plus pratiquées on trouve : les randonnées pédestres, vélo tout terrain, sport équestre, sport d'eaux vives, escalades, canyoning, sports aériens,...etc.

En définitive, on peut conclure qu'il y a une différence des caractéristiques et des attentes entre les deux types de la clientèle de l'écotourisme à savoir les spécialistes et les amateurs. Ceci dit, en ce qui concerne le profil, les spécialistes sont des découvreurs des sites, propagateurs, cautionneurs, déterminés. Alors que les amateurs sont impulsifs dans leurs décisions. Quant à leurs critères de choix, les spécialistes optent pour la richesse du milieu naturel, la qualité des accompagnateurs, l'existence d'une information détaillée, la variété des paysages et richesse, la notoriété culturelle et patrimoniale, sans oublier le prix qui est un facteur non négligeable. En ce qui concerne les amateurs, ils sont attirés par la richesse du milieu naturel, la renommée et la notoriété du site, l'approche physique de la nature, la richesse culturelle de la destination.

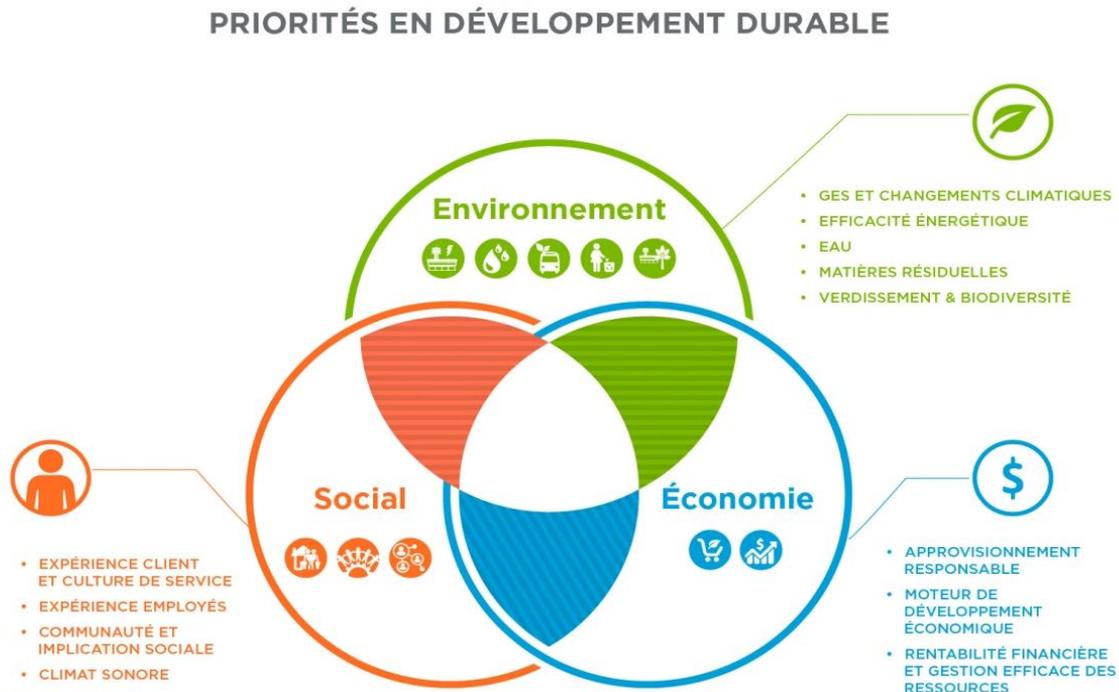
Pour ce qui est des attentes, les amateurs exigent des cartes détaillées, des sentiers balisés, des circuits flèches et une animation de première main, d'autant plus que les deux groupes ciblés, préfèrent un hébergement plus ou moins confortable et isolé, et une gastronomie particulière. Ces derniers achètent des guides d'aventure et de voyages, s'abonnent à des revues spécialisées considérées par les tours opérateurs.

I-2-3 : Développement durable ; quelles stratégies à entreprendre dans le contexte de l'écotourisme ?

Comme il a été bien défini dans le rapport de Gro Harlem Brundtland en 1989, « le développement durable, c'est un modèle de développement qui répond aux besoins de la

génération présente sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs »⁷. Ce model répond aux trois piliers à savoir l'économie, le social et l'environnement.

Figure 2 : les piliers du développement durable



Source : Priorités en développement durable : admtl.com

L'usage du concept de développement durable est actuellement particulièrement répandu dans le secteur touristique. Tout projet d'envergure tend désormais à intégrer dans sa planification ou dans son cahier des charges la recherche des normes et principes de développement durable. Cependant, les pratiques touristiques qu'on a depuis des années entraînent une dégradation accrue de l'environnement. Donc, c'est une évidence que l'écotourisme dépend étroitement de la nature comme on l'a bien défini dans les sections précédentes, et tant que cette dernière est endommagée, la notion du développement durable elle-même serait peu envisageable.

⁷ Définition du développement durable par Go Harlem Brundtland dans le rapport à la conférence de la terre à Rio en 1989.

Le tourisme entraîne plusieurs entraves pour l'environnement qui sont essentiellement dues à la pollution des lieux fréquentés par les visiteurs de plus en plus élevée bien qu'avec le confinement cautionné par la covid19 il n'y a pas trop de mobilité des visiteurs et cela a fait régressé carrément le niveau de pollution, au type de construction, aux problèmes de déforestation et aussi de désertification ainsi que de déboisement. Donc l'écotourisme avec la perception du rapprochement de l'homme et la nature peut être un mécanisme pour la société de couvrir certains couts, si toute fois cet écotourisme est bien étudié avec une conscience de ces couts sociaux et environnementaux. Il s'agit là d'un processus de construction qui tient compte des aspects écologiques et comprend notamment l'utilisation de l'énergie solaire, le recyclage des déchets, la captation des eaux pluviales, la ventilation naturelle, l'utilisation d'un matériel local de construction en s'inspirant des habitations des autochtones pour créer une adaptation entre les constructions et les sites naturels.

Ainsi, il est évident de planifier l'écotourisme et de le développer tout en sachant qu'il est à la fois écologiquement sensible et économiquement productif. Ainsi il est important de faire comprendre aux visiteurs qu'il ne s'agit pas de détruire la nature mais bien au contraire de contribuer au respect de certaines règles à la conservation des zones et parcs conçus pour eux. Les éléments qui traduisent un développement de l'écotourisme durable se résument dans le tableau suivant :

Tableau 1 : Les volets du développement durable à prendre en compte dans l'écotourisme

Volet du développement durable	Stratégies par volet
Social	Valoriser et communiquer le patrimoine culturel de l'artisanat.
Social	Soutenir et multiplier les manifestations culturelles.
Social et environnemental	L'expérience à gagner par un touriste doit être enrichissante de manière à apprécier la nature et contribuer à sa protection.
Environnemental	Trouver les moyens efficaces de gestion des ressources naturelles et humaines.
Social	Soutenir le maintien des coutumes et des mœurs ainsi que les dialectes régionaux.
Environnemental	Limiter les impacts négatifs environnementaux et esthétiques.
Environnemental	Sensibiliser les écotouristes aux respects des cultures des

	autochtones.
Environnemental	Protéger la faune et la flore
Environnemental	Préservation de l'intégrité géophysique du milieu (l'eau, l'air, le sol...)
Environnemental et social	Limiter le niveau de la fréquentation des sites et des parcs des écotouristes.
Economique	Création des emplois
Economique	Planification efficace des stratégies de développement
Economique	Développer des projets écotouristiques ciblés et adaptés

Source : tableaux constitué à partir de la lecture de plusieurs documents

En revanche, afin de trouver une meilleure cohérence entre le développement durable et l'écotourisme, il est nécessaire de mettre l'accent sur une bonne gestion des ressources humaines, grâce à la formation et le perfectionnement continu, l'investissement naturel et environnemental grâce à l'amélioration et la protection des supports écologiques et naturels.

Chapitre II : Entrepreneuriat et l'écotourisme

Le champ de la recherche en entrepreneuriat a connu un essor considérable ces deux dernières décennies. Ce développement considérable s'est traduit, entre autres, par la prise en compte de l'individu entrepreneur, en tant qu'acteur essentiel au déroulement du processus entrepreneurial et par l'identification des déterminants du succès entrepreneurial. Donc la dynamique entrepreneuriale parait comme un facteur de développement économique à travers une approche territoriale basée sur les initiatives locales par la valorisation des richesses d'un territoire donné.

Jusqu'à la fin des années 1980, les recherches ont mis en avant que les facteurs psychologiques et les traits de personnalité de l'entrepreneur étaient les seuls facteurs déterminants de la réussite ou de l'échec d'une entreprise nouvellement créée, et ce dans le cadre d'une approche purement descriptive. Selon les tenants de cette approche par les traits, il s'est avéré qu'il semble impossible de trouver chez un seul individu toutes les qualités que l'on exige de lui pour réussir (Fonrouge, 2002 ; Bayad, Boughattas et Schmitt, 2006, 2007). Sexton et Bowman (1985), Brockhaus et Horwitz (1986), Stevenson et Jarillo (1990), Baron (1998) ainsi que Lorrain et Dussault (1998) affirment d'ailleurs que les traits de personnalité et les motivations ne discriminent pas les entrepreneurs qui réussissent de ceux qui échouent.

Dans les années 1990, les recherches se sont orientées vers la définition des entrepreneurs par ce qu'ils font, c'est-à-dire par leurs actions et leurs comportements plutôt que par leurs traits personnels. L'approche comportementaliste a ainsi vu le jour (Verstraete, 1999, Schmitt, 2003). Elle suggère que ce sont les compétences qui constituent les meilleurs prédicteurs de la performance des entrepreneurs (Chandler et Jansen, 1992 ; Herron et Robinson, 1993). La perspective de recherche engagée ces dernières années a consolidé la posture des tenants de l'école béhavioriste, mais en prônant une approche cognitive à visée processuelle. Le phénomène entrepreneurial représente désormais un processus d'apprentissage dynamique et évolutif dans le temps, cumulateur et générateur de compétences individuelles et collectives. Cette posture mobilisée permet d'appréhender le comportement de l'entrepreneur en tant que processus qui se construit graduellement au fil du temps, au fur et à mesure de son évolution. En nous inscrivant dans cette voie comportementaliste, nous nous focalisons sur la question du développement des compétences entrepreneuriales requises tout au long du processus entrepreneurial. Prenant appui sur le modèle du processus de création d'entreprise élaboré par Bruyat (1993), notre contribution s'intéresse aux trois phases du processus entrepreneurial à savoir le déclenchement, l'engagement et la survie-développement. Elle se focalise, d'autre part, sur les facteurs individuels qui facilitent l'acquisition et le développement des compétences entrepreneuriales aboutissant à la phase de survie-développement des entreprises nouvellement créées.

Ce chapitre vise à comprendre le concept de l'entrepreneuriat et ses notions proches ainsi que son processus, tous ces éléments feront l'objet d'une première section. Ensuite pour traiter l'entrepreneuriat dans le secteur de l'écotourisme dans une deuxième section.

Section 01 : Aperçu sur le phénomène entrepreneuriale

Soutenir l'entrepreneuriat dans la société est de plus en plus important pour améliorer les chemins d'accès au marché du travail pour les jeunes. Face au défi du chômage des jeunes et la conjoncture actuelle, l'entrepreneuriat peut leur offrir des opportunités pour créer des emplois, pour eux-mêmes et pour d'autres afin de valoriser les produits spécifiques de leur territoire et de le promouvoir. Par contre, l'entrepreneuriat recouvre de nombreuses acceptions qu'il faut clarifier.

II.1.1 : Définitions des notions proches de l'entrepreneuriat

C'est l'économiste Joseph Schumpeter (1950) qui est à l'origine de la compréhension de l'entrepreneuriat. Pour ce dernier, un entrepreneur est un homme ou une femme qui va être

capable de modifier une idée en une innovation gagnante. L'entrepreneuriat doit mener vers une « destruction créatrice » donc, pour lui l'entrepreneur est l'innovateur qui engendre une activité innovante et l'entrepreneuriat se voit comme un acte propre à l'entrepreneur et à la dynamique entrepreneuriale qui est l'ensemble des processus qui tend à favoriser la création et le développement des entreprises.

❖ **Entrepreneuriat**

VERSTREATE et FAYOLLE 2005 définissent l'entrepreneuriat selon quatre paradigmes à savoir : le paradigme d'opportunité, le paradigme de la création d'une organisation, le paradigme de l'innovation et enfin le paradigme de la création de valeur⁸.

Selon eux, pour exploiter une opportunité d'affaires, il convient tout d'abord d'organiser les ressources nécessaires qu'il faut, dans le but d'assurer la durabilité de cette organisation, on doit songer à fournir aux parties prenantes la valeur qu'elles attendent au fonctionnement de ces ressources. A l'origine de cette valeur apportée, il y a une innovation qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale et donc cette innovation pourrait correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché à la fourniture d'un nouveau produit ou service avec l'apparition nouvelle d'une organisation au sein d'un marché ou d'un secteur qui favorisera les interactions créatives nécessaires à cette innovation. Enfin, ils font comprendre qu'une opportunité n'est exploitable que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur.

Pour Frank Knight (1967) et Peter Drucker (1970), l'entrepreneuriat consiste à prendre des risques. L'entrepreneur est une personne qui est prête à mettre en jeu sa carrière et sa sécurité financière pour mettre en œuvre une idée, à mettre son temps et son capital dans une entreprise risquée. Une autre définition de l'entrepreneuriat décrit le processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation d'occasions. Ainsi un entrepreneur peut être défini comme « quelqu'un qui agit non en fonction des ressources qu'il contrôle actuellement, mais qui poursuit inlassablement une occasion » (Jeffrey Timmons).

Différemment, pour Bruyat (1993), l'entrepreneuriat est un dialogique individu - création de valeur nouvelle, dans une double dynamique de changement, pour l'individu et pour l'environnement concerné par la création de valeur nouvelle. Bruyat (1993, p.57) affirme que

⁸Verstreate et Fayolle 2005 « revue de l'entrepreneuriat vol 4, n° 1, 2005

« L'objet scientifique dans le champ de l'«Entrepreneurs hip est le dialogique individu /création de valeur ».

❖ Entrepreneur

Au sens économique du terme, l'entrepreneur et le principal acteur de l'entrepreneuriat, il innove en fonction des opportunités qui se présentent. Mais aussi il accorde entre les ressources pour produire et commercialiser. L'entrepreneur, moteur du progrès technique eu égard à son ampleur dans la littérature économique.

Schumpeter (1953) pour lui, « l'entrepreneur devient une figure centrale du développement économique avec la publication de la Théorie de l'évolution économique. Pour Fillion (1971), Schumpeter peut être qualifié de père du champ de l'entrepreneuriat. L'entrepreneur schumpétérien est avant tout un innovateur et un agent de changement. L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise »⁹. Selon les chercheurs, la compréhension du champ de l'entrepreneuriat nécessite la connaissance de son acteur qui est l'entrepreneur ; « une personne qui prend l'initiative de rassembler certains moyens dans une certaine forme et pour un certain but. Cette entité dispose d'une relative autonomie et la personne qui en a eu l'idée la dirige et en prend le risque». (Hernandez (2001)).

Un entrepreneur peut-être défini aussi comme étant une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée ou une invention à une innovation réussie.

De ces définitions citées ci-dessus, l'entrepreneur doit posséder un certain nombre de caractéristiques qui sont : la prise de risque, le sens de l'innovation, la saisie d'opportunités ainsi la prise de décision.

II.1.2 : Définition de l'esprit d'entreprendre et la création d'entreprise

II.1.2.1 : L'esprit d'entreprendre

P-A Julien, M Marchesnay (1996) définit ; « l'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux,..., consistant à apporter quelque chose de neuf... »¹⁰

⁹Fayolle A. (2005). Introduction à l'entrepreneuriat, Edition DUNOD, Paris, p 10

¹⁰JULIAN .P-A, Marchesnay.M, (1996), « l'entrepreneuriat », Economica, Paris. P8

L'esprit d'entreprise ou entrepreneuriat, peut à tort être pris pour quelque chose qui ne concerne que les activités économiques et la création d'entreprise. Et pourtant, c'est beaucoup plus que cela. Elle désigne la capacité d'une personne à identifier et à saisir des opportunités, à passer de l'idée à la réalisation et à planifier et gérer des processus pour atteindre des objectifs. Ou de manière brève, C'est l'aptitude singulière qu'à une personne de percevoir ou d'anticiper des opportunités commerciales là où les non entrepreneurs ne voient que des problèmes.

II.1.2.2 : Création d'entreprise

La création d'entreprises présente, comme toute œuvre humaine, des risques, des sacrifices, mais aussi des satisfactions. La réussite, elle, présente une démarche volontaire et consciente, qui privilégie l'essentiel et se base sur les fondements solides des entreprises performantes : la qualité des hommes et des relations humaines dans l'entreprise afin d'offrir au client du produit/service de qualité. Toute démarche de la création réussie, doit converger vers ce même but.

II.1.2.2.1 : Les étapes de la création d'entreprise

La réussite de la création d'une entreprise exige une démarche rigoureuse et consciente, elle suppose de la part du futur entrepreneur des qualités et des capacités entrepreneuriales pour conduire de manière progressive et efficiente les différentes étapes du processus de création : Chercher une bonne idée de création d'entreprise, vérifier si cette idée constitue réellement une opportunité exploitable, transformer cette opportunité en une entreprise viable qui, dès son démarrage maximise son potentiel de rentabilité et de croissance, tel est le but de tout créateur d'entreprise. Nathanaël Lonkame dans article publié en 2013 explique dix étapes clés pour la création d'une entreprise ;

1- Mûrir l'idée de Créer Son Entreprise

Toute entreprise part d'une idée. Si vous décidez de créer votre entreprise, vous devez prendre le temps de mûrir votre idée. Vous devez avoir une idée claire de votre entreprise. Par exemple, vous devez savoir si vous voulez vous lancer sur l'internet ou si c'est une entreprise réelle. Vous devez être sûre que vous disposez de tous les atouts favorables pour ne pas arrêter en cours de route.

2- Ajuster son Projet Personnel de créer son entreprise

Comment créer son entreprise si on n'a pas les moyens? Avez-vous les capacités requises pour pénétrer ce genre de marché ? L'ajustement de votre projet personnel vous permettra d'analyser les contraintes liées à votre future activité.

3- Réaliser son Etude de Marché avant de créer son entreprise

L'étude de marché est une étape très importante pour créer son entreprise. C'est elle qui déterminera le nombre de clients potentiel présent dans votre niche.

Elle déterminera ce que veulent vos clients potentiels et ce qu'ils ont déjà sur le marché. Elle vous dira si vous avez seulement besoin d'innover ou si votre niche n'est pas rentable.

L'étude de marché vous fournira le nombre de concurrents potentiels qui sont présents dans votre niche. Ce qu'ils offrent et quels sont les politiques commerciales mises en place.

4- Formaliser son Business Plan et son Budget Prévisionnel pour créer son entreprise

Le business plan est un document qui vous permet de connaître votre plan d'attaque. Tout entrepreneur ou web entrepreneur qui ne réalise pas avant de créer son entreprise un business plan est comparable à un fermier qui met la charrue devant les bœufs.

Le budget prévisionnel définit le montant exact dont vous avez besoin pour vous lancer. Il vous permet également de savoir si vous pouvez tenir jusqu'à l'obtention des premiers profits de votre future entreprise. Il doit être évalué sur une période d'un an.

5 Obtenir le Financement pour Créer son Entreprise

Cette étape devient nécessaire si vous n'avez pas la capacité de financer sur fonds propre votre entreprise. Elle vous permet de mettre en place les différentes institutions auprès desquelles vous pouvez faire une demande de crédit. On doit avant de créer son entreprise savoir le type de financement dont on a besoin.

Il s'avère indispensable d'écrire un bon projet de demande de financement avant de créer son entreprise.

6- Trouver les Aides et Subventions pour créer son entreprise

L'étape de la recherche d'aide vous permettra de savoir si vous êtes en mesure de recevoir des aides pour vous accompagner. S'il existe des aides, ou les trouvées et comment en profiter ?

À titre informatif, il existe trois types d'aide pour accompagner les entrepreneurs :

La première regroupe les aides issues de l'État (subventions);

Secundo, on a les aides des collectivités territoriales

Pour finir on trouvera les aides régionales.

Ces trois catégories d'aides peuvent être à caractère financier.

7- Choisir son Statut Juridique de Votre Future Entreprise

Il s'agit avant de créer son entreprise de définir son statut juridique. À ce niveau sachez qu'il existe deux types de statut juridique pour une entreprise auxquels sont assignés quatre types de dénomination. On peut citer :

Le statut d'autoentrepreneur pour créer son entreprise individuelle,

Le statut pour les sociétés.

À ces deux types de statut sont assignés quatre types de dénomination que sont :

La SARL : la société Anonyme à responsabilité limitée

LA SASU : Société par Actions Simplifiée Unipersonnelles

L'EIRL : l'entreprise Individuelle à responsabilité limitée

L'EURL : l'entreprise Unipersonnelle à responsabilité Limitée

8- Réaliser les Formalités pour Créer son Entreprise

Créer son entreprise nécessite le remplissage des formalités ci-après:

Déclarer votre activité et à demander votre immatriculation :

Au Registre du Commerce et des Sociétés

A entrer en relation avec les services fiscaux et les organismes sociaux qui seront en contact avec vous pendant la durée de vie de votre entreprise.

9- Installation de Votre Entreprise

L'installation de votre entreprise consiste en sa mise en place. Elle doit être minutieusement réalisée si vous n'avez pas envie de le refaire dans le futur suite à une mauvaise installation et à un mauvais positionnement.

10- Réussir le Lancement de Votre Entreprise

On ne lance pas une entreprise comme un tennis ni comme une balle de ping-pong. Pour réussir le lancement de votre entreprise, il va falloir monter une bonne stratégie d'attaque. Une stratégie qui dans un délai très court vous rapportera vos premiers bénéfices.¹¹

II.1.3 : Processus entrepreneurial

Après avoir suivi ces étapes de la création d'entreprise tout n'est pas fini, l'entrepreneur doit suivre un processus et se doter des certaines compétences pour pouvoir assurer la réussite et la pérennité de cette entreprise créée. De ce fait, Bruyat(1993), dans une perspective diachronique du processus entrepreneurial stipule que « le processus de création d'une entreprise ne se déclenche que si et seulement si l'entrepreneur se situe au niveau de la zone de cohérence de sa Configuration Stratégique Instantanée Perçue -CSIP- pour que son projet puisse apparaître et se développer (Bruyat, 1993 ; Fayolle, 2005 ; Fayolle et Lassas-Leclerc, 2005).

Fayolle (2005, p.91) reprend la définition de Bruyat de la CSIP en stipulant qu'elle « exprime des buts et des objectifs perçus à travers l'analyse conjointe de ses aspirations, de ses compétences et ressources, et enfin, des possibilités de l'environnement. La zone de cohérence de la CSIP correspond donc à des actions qui sont perçues par l'individu comme étant souhaitables et possibles ».

Dans cette lignée, nous reprenons la modélisation du processus de création d'entreprise conçue par Bruyat (1993). Cette modélisation stipule que la démarche entrepreneuriale est progressive et évolutive dans le temps. Nous postulons, à cet effet, que le processus se déroule dans un laps de temps plus ou moins long et qu'il peut suivre une grande diversité de trajectoires. Articulant autour de trois phases, le processus entrepreneurial se décline alors comme suit:

Déclenchement du processus entrepreneurial : il survient suite à un changement interne à l'entrepreneur (désir d'indépendance, insatisfaction professionnelle) et /ou externe, provenant de l'environnement (rencontre avec un client potentiel, licenciement), se traduisant par des tensions au niveau de la CSIP de l'entrepreneur. Ces tensions doivent être suffisamment fortes et menaçantes pour que l'action de créer soit perçue positivement par l'entrepreneur.

Engagement total du créateur : il se réalise lorsque l'entrepreneur consacre la plupart de son temps, de son argent et de son énergie au montage de son projet. Selon Bruyat (1993),

¹¹ Nathanael Lonkpame « les dix inévitables étapes pour créer son entreprise, publié dans entreprendre 2013 »

l'engagement du créateur suppose que les résistances au changement ne soient pas trop élevées en regard de la possibilité de créer une entreprise et de la préférence donnée à cette option.

Survie - développement de l'entreprise créée : nous estimons qu'à partir du moment où l'entreprise nouvellement créée se trouve au-dessus de son seuil de rentabilité, elle devient viable et peut prospérer, renforçant la cohérence CSIP de l'entrepreneur/projet d'entreprise nouvelle

Pour assurer le bon déroulement, l'avancement dans le temps et la maturation du projet d'entreprise créée, suivre les étapes requises en parallèle avec le processus en trois étapes suggéré par le model de Bruyat sont certes nécessaires, mais l'entrepreneur doit également mobiliser des compétences pour mener à bien son projet de création et le réaliser en termes de développement et de rayonnement visés afin de permettre une meilleure cohérence de la dialogique entrepreneur/projet créé.

II.1.3.1: Compétences entrepreneuriale

Plusieurs chercheurs comme (Bird, 1995 ; Kiggundu, 2002) ont plaidé vigoureusement en faveur des tests rigoureux des études qualitatives et quantitatives. Seules quelques études de ce type ont été entreprises (Georgellis, Joyce, & Woods, 2000) pour comprendre les différences de compétences managériales. Il a également été constaté dans les PME (par exemple, les PME indépendantes et des établissements multi-nécessités) des compétences plus universelles, en particulier celles liées aux domaines fonctionnels (par exemple, la gestion des personnes, des finances et de production). Plus précisément, une analyse factorielle a identifié deux compétences importantes: les compétences personnelles et les compétences techniques et de gestion. Compétences personnelles comprenaient les qualités personnelles du promoteur comme une personnalité extravertie, l'honnêteté, la confiance, le goût du risque, la créativité, prêchant par l'exemple, ayant une préoccupation pour les normes de rendement, avoir de l'ambition pour soi-même. Les Compétences managériales et techniques incluent expérience de la gestion et connaissance de l'industrie. (Georgellis et al. 2000) ont examiné comment le comportement entrepreneurial à travers les compétences, la capacité de planifier à l'avance et la capacité d'innover influent sur la performance des entreprises. L'approche par les compétences entrepreneuriales ainsi présentée, a longtemps été mobilisée par la communauté scientifique pour apporter des solutions aux individus désireux de créer une activité, ou aux entrepreneurs désireux d'inscrire leurs activités dans la

durée. Toutefois, l'impossibilité d'établir un stéréotype d'entrepreneurs, capables de mener à bien la création des activités et la survie de celles-ci, a suscité l'émergence d'un nouveau courant de pensée qui prône l'étude des actions que pose l'entrepreneur pour le distinguer des autres individus de la société.

Section 02 : Entrepreneuriat et la mise en écotourisme d'un territoire

Le tourisme est depuis longtemps un sujet sociologique, géographique ou culturel. Ce n'est que depuis une décennie que l'innovation dans le secteur du tourisme devient un sujet de recherche en économie (Peters, Pikkemaat, 2006). À partir du milieu des années 1980, l'intensification de la compétition internationale pousse les entreprises du tourisme ainsi que les destinations touristiques à adopter une stratégie combinée d'optimisation des coûts et d'exploitation de nouveaux débouchés. La présence de concurrents locaux et internationaux entraînant des effets externes et des effets de réseaux façonne l'attractivité du territoire (Fabry, Zeghni, 2006). Le secteur du tourisme s'oriente de plus en plus vers l'innovation pour chercher de nouvelles forces (Ritchie, Crouch, 2000). Les études portent sur l'activité économique (Weiermair, 2006), sur l'apprentissage des connaissances, et sur le déterminant de l'espace de la production et la diffusion de connaissance (Alvarez, Gonzalez Morales, 2006), sur le cluster et l'innovation des produits (Nordin, 2003 ; Paget *et al.* 2010), ou sur l'entrepreneuriat et le tourisme durable. De ce fait, on peut retenir deux dimensions de l'analyse dans l'innovation du tourisme (Hjalager, 2010) :

L'innovation du tourisme est un phénomène de réseau ou les acteurs du cluster du tourisme interagissent pour innover.

Les activités touristiques sont enracinées par les « destinations » qui attirent des touristes pour capitaliser et valoriser des richesses (naturelle, patrimoine, culturelle, etc.). Une destination attractive implique plusieurs éléments repérables tant du côté de l'offre que de la demande. Dans un contexte international concurrentiel intensif, les acteurs du tourisme (entreprises, collectivités territoriales) doivent chercher une synergie pour renforcer leur compétitivité (Crouch, Ritchie, 1999). En effet, la démarche du cluster est particulièrement adaptée au secteur du tourisme qui est composé en majorité par des petites et moyennes entreprises dans des activités variées. Par exemple, Fabry (2009) pense que le cluster de tourisme relève d'une logique plus construite liée directement à la valorisation d'une destination et s'apparente à un « écosystème d'affaires ». De leur côté, Novelli *et al.* (2006) en étudiant le réseau des PME dans le *Healthy Lifestyle Tourism Cluster* du Sud-Est de l'Angleterre démontrent que le

développement du cluster touristique n'est pas un processus simple et spontané dû à la nature des entreprises concernées, mais plutôt un processus très complexe qui résulte d'une forte collaboration entre les acteurs concernés. Paget *et al.* (2010) appliquent quant à eux le concept du « réseau de l'acteur » pour étudier comment les PME dans une destination touristique (les stations de ski à Grenoble) utilisent les ressources existantes pour créer un produit unique et innovant.

Les activités du tourisme sont à la fois très diversifiées et transversales.

Avec l'arrivée des nouvelles technologies, le secteur touristique a connu une transformation radicale ces dernières années. Céreq (2006) inclut dans les activités touristiques :

- ✓ Organisation de voyages et réception de touristes : Organismes de tourisme, agences de voyages, guides interprètes,
- ✓ Hébergement : Hôtels, camping,
- ✓ Restauration : traditionnelle, rapide, collective,
- ✓ Transports : Transport aérien, maritime, routier de voyageurs, urbain, location de voitures, remontées mécaniques,
- ✓ Loisirs : Activités récréatives, culturelles et artistiques, activités liées au sport, thermalisme et thalassothérapie, casinos, remontées mécaniques.

Le produit touristique est considéré comme la prestation d'une combinaison de services compliquée (Chiadmi *et al.* 2009). De leur côté, Caccomo et Solonandrasana (2006) considèrent que la nature combinatoire du produit touristique se révèle à deux niveaux : D'une part, il combine des biens et des services privés avec des biens et des services publics (patrimoines et espaces naturels, infrastructures...); d'autre part, il se présente comme un ensemble composé de produits et services marchands (réservation, transport, hébergement, restauration, visites...).

Les innovations dans le secteur du tourisme impliquent des changements graduels et des améliorations incrémentales souvent non technologiques (Sundbo *et al.* 2007). En plus des innovations « classiques » de produit, de processus, organisationnels ou managériaux, le secteur du tourisme innove notamment dans la distribution ou dans le changement institutionnel (Hjalager, 1997). En appliquant la définition du manuel d'Oslo, Hall (2009) et Hjalager (2010) développent une typologie de l'innovation des entreprises du tourisme selon les quatre catégories suivantes :

Innovation de produit ou de service : apparaît quand les changements peuvent être observés directement par les consommateurs quel que soit le produit/service. Par exemple, nous pouvons citer la diversification de l'hébergement touristique qui offre une expérience nouvelle aux touristes.

Innovation de procédé : implique très souvent l'adaptation de nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) par les entreprises du tourisme. De nos jours, les touristes naviguent sur les sites web de voyages et interagissent, partagent leurs expériences, si bien qu'ils influencent directement la perception et les choix des autres utilisateurs et voyageurs potentiels. C'est pour cette raison que les destinations et les entreprises touristiques adoptent les technologies les plus avancées pour non seulement développer leurs activités sur Internet, mais aussi pour offrir aux utilisateurs une meilleure expérience ainsi que les outils nécessaires pour interagir avec l'offre et avec les autres utilisateurs.

Innovation de commercialisation : ce sont les innovations dans le marketing comme la coproduction des marques dans le tourisme gastronomique (Hankinton, 2004) en conjuguant une marque d'un produit gastronomique avec une destination.

Innovation organisationnelle ou « institutionnelle » : telles que la franchise, la labellisation et la certification qui englobent une nouvelle structure collaborative/organisationnelle ou un nouveau cadre juridique (Hjalager, 1997). Cette catégorie d'innovation peut être notamment observée dans le domaine du tourisme social ou du tourisme durable où les autorités publiques ou les organisations non-gouvernementales mettent en place des pratiques respectant les objectifs sociaux et/ou environnementaux pour orienter les choix des consommateurs.

En somme, la définition des typologies d'innovation des entreprises du tourisme du manuel d'Oslo, Hall (2009) et Hjalager (2010) semble très pertinent dans le mesure où le monde s'évolue à une vitesse de la lumière et qu'on doit s'adapter à chaque évolution et ce n'est rien qu'à travers l'usage des compétences acquises et l'innovation qu'on peut concrétiser cette adoption et se mettre en phase d'une projection future. la contribution de l'entrepreneuriat à la mise en écotourisme d'un territoire doit certes prendre ces aspects mais aussi les activités à entreprendre doivent viser les produits spécifiques comme les produits de terroir de ce territoire à communiquer et promouvoir comme identité auprès de l'extérieur ce qui va non seulement faire découvrir ce dernier avec ses potentialités mais aussi contribuer à la création des activités génératrices pour diminuer le chômage des jeunes et femmes.

Conclusion de la première partie

L'écotourisme, comme on l'a bien défini dans le premier chapitre, c'est un modèle de tourisme qui cherche un rapprochement entre l'homme et nature dans le but d'augmenter les avantages et à réduire les menaces. Il vise aussi à éduquer et à impliquer tous les acteurs engagés quant à leur rôle au niveau de la préservation de l'environnement, et ainsi à promouvoir l'utilisation durable des ressources naturelles. De ce fait, pour développer l'écotourisme sur un territoire, il faut tout d'abord songer à travailler sur la côté attractive de ce dernier afin de pouvoir attirer les touristes et des investisseurs, impliquer la population locale dans toutes les décisions tout en mettant un accent fort sur la liaison du model développement visé avec leur culture, leur habitude etc.

L'entrepreneuriat est défini comme étant la capacité d'une personne à détecter des opportunités là où les autres voient le problème où encore comme quelqu'un qui n'as pas peur de prendre le risque. Ce terme est souvent associé à la création des entreprises, de richesses et d'emplois pour faire face aux problèmes de chômage. Pour ce faire, un ensemble de compétences est requise pour les acteurs qui s'y exercent.

Par contre le secteur du tourisme qui est devenu l'une des activités économique importante, l'entrepreneuriat requiert des compétences particulières pour pouvoir innover et détecter les opportunités. Ainsi en cherchant à adapter les produits ou les services à offrir avec la cible afin de répondre à leurs attentes et de leur aider à vivre une expérience particulière par la mise valeur des spécificités, la culture, l'histoire...etc. Propres à un territoire donné afin de promouvoir sa mise en écotourisme.

Deuxième partie

Introduction de la deuxième partie

Cette deuxième partie devrait être consacrée spécifiquement à notre cas pratique du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani, mais à priori, le TSGJB s'entend sur seulement trois régions au sud du Maroc et ces trois régions ne peuvent certainement pas faire l'objet d'un résumé de l'ensemble des potentialités touristiques de l'écotourisme dont dispose le Maroc en général.

Partant de cette réflexion, nous nous consacrons deux chapitres avant de passer à la présentation du TSGJB et nos analyse, l'un portera sur le développement territorial du Maroc, là ou essayera de voir le mode de développement territorial adopté et quelles sont les limites et les difficultés de ce modèle. Un deuxième chapitre qui abordera l'écotourisme au Maroc en incluant ses potentialités touristiques et ses contraintes ainsi que les mesures de développement pour promouvoir l'écotourisme.

En effet, nous considérons ces deux chapitres comme une introduction du projet de TSGJB ou encore l'idée de sa mise en œuvre qui est un modèle de développement territorial dans le secteur de l'écotourisme qui pourraient en quelques sortes palier à certaines limites que font face le développement territorial surtout en milieu rural comme par exemple, le problème de disparité territorial, le chômage en milieu rural, la valorisation des produits spécifiques d'un territoire(produit du terroir, la culture, le vernaculaire etc....) , la préservation de l'environnement et de son écosystème, la promotion de l'écotourisme etc...

Chapitre I : le développement territorial au Maroc

Aujourd'hui, nous vivons dans un monde complètement globalisé, là où ceux qui ont plus de poids sur le marché mondial ou encore plus compétitif dominant ceux qui sont le plus faible et qui impact lourdement l'économie nationale d'un pays par rapport à un autre. Pour faire face à ces difficultés, la bonne gouvernance territoriale semble être un gage sérieux ou encore un facteur nécessaire pour relever ce défi. Courlet et Bernard Pecqueur dans leur analyse des territoires, montre que « Le développement se déploie à partir d'un système d'interrelations, de circulation d'information, de production et de reproduction vers des valeurs qui caractérisent un mode de production. Cela signifie que les facteurs critiques du développement, sont historiquement enracinés dans la réalité sociale locale et ne sont donc pas facilement transférables à d'autres espaces : le développement apparaît en définitive, comme un processus social et non comme un processus uniquement technique. Le territoire devient ainsi un facteur privilégié du développement dans la mesure où il inclut tous ces facteurs ; historiques, culturelles et sociaux qui sont à la base de modèles spécifiques d'organisation de la production (Courlet et Pecqueur, 1997)¹².

Ce que Courlet et Bernard veulent faire comprendre à travers leur analyse, est que chaque territoire dispose de ses spécificités propres et nécessite une politique de valorisation adaptée à la réalité culturelle et historique de ce dernier, ce qui nous semble logique.

Partant de cette logique, nous allons consacrer ce chapitre sur deux grandes sections, la première sera consacrée sur le phénomène de cloisonnement entre le monde rural et urbain ou encore les disparités qui existent entre ces deux mondes et aussi lister ses impacts sociaux-économiques et environnementaux entraînés par ce phénomène. Dans la deuxième section, on abordera les limites de développement territorial au Maroc dont ce problème de disparité rural et urbain à priori.

Section 01 : Cloisonnement du monde rural et urbain au Maroc

Avant de parler de la problématique du monde rural et urbain au Maroc, Il est nécessaire et même impératif de voir les efforts conjugués par le gouvernement marocain pour faire face à ce phénomène.

I.1.1 La régionalisation avancée

¹² Bernard Pecquet et Courlet « Développement des territoires » 1^{ère} Edition 1997

« Dès son intronisation, Sa Majesté le Roi Mohammed VI a inscrit la régionalisation au cœur des priorités nationales. Lors de son discours du 12 octobre 1999, devant les responsables des régions, wilayas, préfectures et provinces, il enjoint le gouvernement à « s’atteler, dans les plus brefs délais, à l’élaboration d’un ensemble de textes d’application de la loi régissant la Région afin que cette institution puisse participer à l’œuvre de développement ». Depuis, Sa Majesté fait régulièrement mention de la régionalisation avancée dans ses messages à la Nation.

C’est dans le discours du 3 janvier 2010, à l’occasion de création de la Commission Consultative de la Régionalisation (CCR), que la feuille de route du projet est fixée. Le Roi insiste notamment sur la nécessité de créer un modèle « Maroc-marocain de régionalisation ». Dans le cadre de ses travaux, la CCR est invitée à adopter une approche participative en procédant à une écoute de l’ensemble des parties prenantes. Le discours pose également les quatre grands principes qui guideront le projet de régionalisation avancée : l’unité de la Nation, la solidarité entre les régions, l’harmonisation et l’équilibre dans la répartition des compétences et des moyens, et la déconcentration »¹³

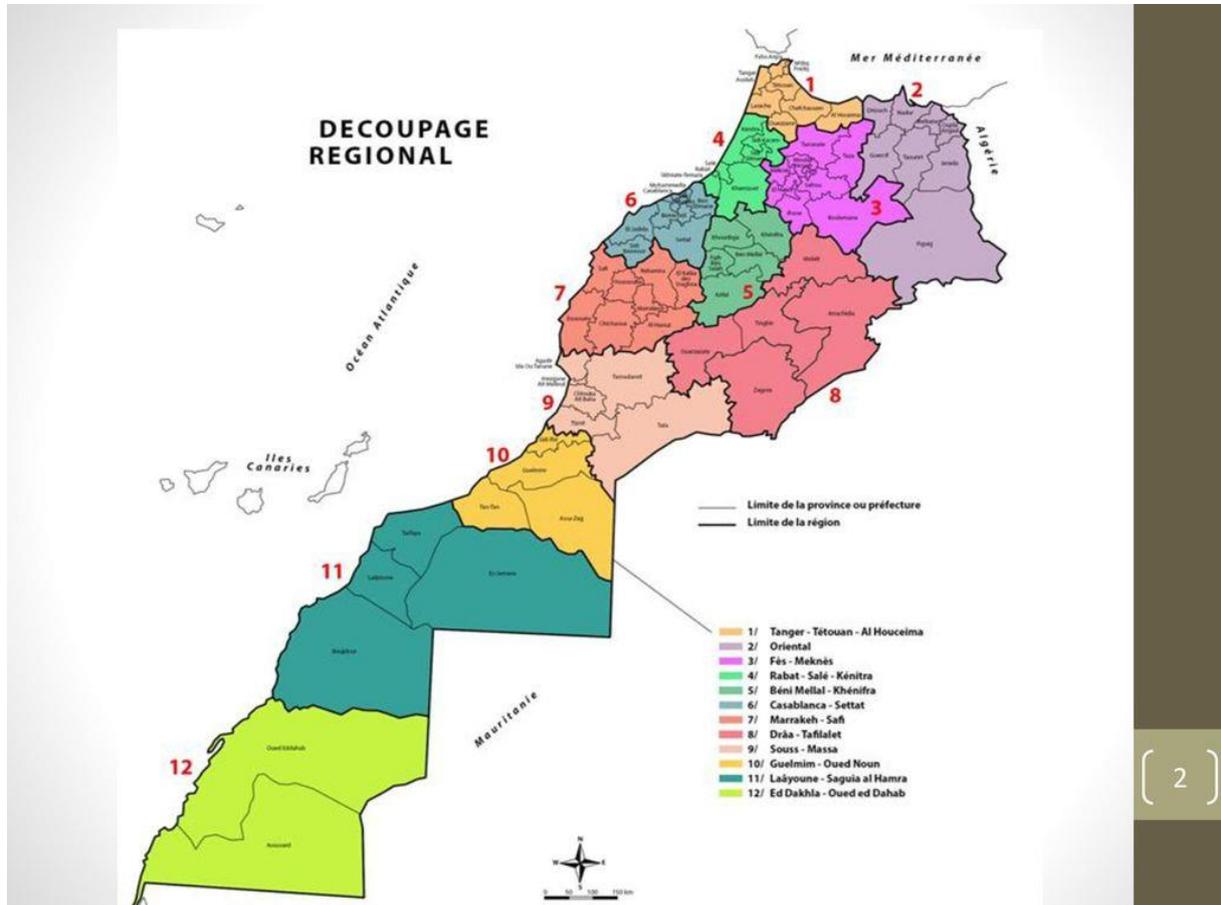
La régionalisation avancée est d’abord un choix royal que Sa Majesté avait annoncé au début de son règne, plus précisément en 2008. Un choix stratégique pour une territorialisation des politiques publiques et de meilleurs convergence et ciblage de ces politiques. L’objectif est d’assurer un meilleur développement du Royaume et lutter contre les disparités territoriales et sociales, tout en optimisant la répartition de l’effort de l’Etat sur l’ensemble des territoires.

En 2015, une réforme de cette régionalisation a adopté un nouveau découpage régional pour passer de 16 à 12 régions dont l’objectif est de constituer des régions plus cohérentes et compétitives. Ainsi, cette reconfiguration selon (Hallaouy, 2016) a été faite sur la base d’un certain nombre de critères axés sur les principes d’efficience, d’homogénéité, de proportionnalité, d’équilibre, d’accessibilité et de proximité. Ce troisième découpage régional de 2015 au Maroc a été proposé par la Commission Consultative de la Régionalisation (CCR) et approuvé ensuite par le parlement et le conseil gouvernemental visant selon (Pradel-Lepage, 2012) deux finalités essentielles à savoir : l’émergence de conseils démocratiques disposant des prérogatives et des ressources adéquates et la conduite de la dynamique du

¹³ Cite par ; Nadia Kabbaj Journaliste : Maroc, de la régionalisation administrative à la régionalisation avancée, article publié le 2 Novembre 2014 consulte le 09 Juin 2021.

développement économique et social intégré par les régions. D'où la figure suivante montre l'organisation des régions¹⁴ :

Figure 3 : Carte du découpage territorial des 12 régions au Maroc



Source : Ministère de l'intérieur (découpage territorial 2015)

La mise en œuvre de la réforme de régionalisation avancée depuis 2015 a donné lieu à une redéfinition des relations entre l'État central et les régions nouvellement élues dotées d'une part plus importante des compétences et des ressources. Son implémentation est à la fois un défi et une opportunité pour le Maroc qui affiche la volonté d'instaurer un modèle de gouvernance et de développement plus inclusif et durable.

Dans le cadre de ce projet, le rôle de la région serait de contribuer de façon effective au développement économique, politique, social, culturel et environnemental, sachant que cette entreprise ne peut se concrétiser sans la mobilisation de nouvelles ressources, la mise à niveau des ressources humaines et la mise en place de fonds de soutien financier ayant pour objectif de réduire les disparités entre les régions.

¹⁴ Cite par AÏT LEMQEDDEM Hamid et TOMAS Mounya « territorial governance in Morocco : what evolution ? Dans revue du contrôle de la comptabilité et de l'audit N°8 Mars 2019 »

I.1.1.1 : Allocation des compétences et ressources

Pour renforcer l'opérationnalisation de la régionalisation avancée, la clarification des compétences et l'alignement avec leur financement sont tentés. Trois catégories de compétences sont ainsi prévues par les lois organiques de 2015 qui régissent les collectivités locales :

Les compétences propres font référence aux prérogatives exercées exclusivement par les différents échelons territoriaux.

Les compétences transférées concernent des prérogatives transférées par l'État sur la base du principe de la subsidiarité. À cette fin, tout transfert de compétence doit être accompagné par un transfert des ressources nécessaires à leur exercice. L'article 140 de la Constitution de 2011 précise que c'est l'État qui décide des compétences transférables aux collectivités locales.

Les compétences partagées sont des prérogatives exercées notamment dans le cadre de la contractualisation avec l'État. Les régions sont les collectivités prééminentes notamment en matière de conception de stratégies de développement économique et d'aménagement du territoire.

Les provinces/préfectures sont les collectivités intermédiaires et ont pour vocation la promotion du développement social, notamment en milieu rural, et le renforcement de la mutualisation et la coopération entre les communes appartenant à leur territoire. Enfin les communes constituent l'espace de mise en œuvre du développement local ; elles ont pour vocation la prestation des services de proximité aux citoyens.¹⁵

I.1.2 : Le Plan Maroc vert

Le plan Maroc vert, c'est une stratégie très ambitieuse qui vise à faire du secteur agricole marocain un véritable levier du développement socio-économique au Royaume. Cette stratégie est lancée en Avril 2008 par le ministre de l'Agriculture **Aziz Akhannouch** **Sous l'autorité de sa majesté le Roi Mohammed VI.**

Quels sont les objectifs de cette stratégie ?

¹⁵ Cite par : DIALOGUE MAROC-OCDE SUR LES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL OCDE © 2018.P.27

Le plan Maroc vert dès le départ de son lancement en Avril 2008, a été fixé avec deux grands piliers qui sont les suivants :

Tableau 2 : les piliers du plan Maroc vert

Plan Maroc vert	Piliers
	1- Une agriculture Moderne
	2- Une agriculture solidaire

Le pilier I concernant l'agriculture moderne, vise à développer une agriculture performante, adaptée aux règles du marché, grâce à une nouvelle vague d'investissements privés, organisés autour de nouveaux modèles d'agrégation équitables.

Quant à l'agriculture solidaire Pilier II, l'objectif est de développer une approche orientée vers la lutte contre la pauvreté, en augmentant de manière significative le revenu agricole des exploitants les plus fragiles, notamment dans les zones périphériques.

Ainsi les projets menés dans le cadre du PMV sont gérés par l'agence nationale pour le développement agricole, qui voit le jour en 2009 dans le but de favoriser la mise en œuvre de cette stratégie du plan Maroc vert. D'autres institutions soutiennent la mise en œuvre en place du projet ;

Tableau 3: les autres institutions qui soutiennent le PMV

Ministère de l'agriculture
Les offices régionaux de mise en valeur agricole (ORMVA)
Office national du conseil agricole (ONGA)

Le Plan Maroc Vert vise à faire du secteur agricole le principal moteur de la croissance économique du pays. De manière spécifique, ce plan prévoit intensifier la production agricole; promouvoir l'emploi en milieu rural (créer 1,5 Millions d'emplois supplémentaires); accroître la valeur des exportations agricoles; contribuer à la lutte contre la pauvreté en milieu rural; et améliorer le niveau de sécurité alimentaire. Pour atteindre ces objectifs, le Plan Maroc Vert est bâti sur sept fondements qui se résument dans le tableau suivant¹⁶ :

Tableau 4 : les principaux fondements du plan Maroc vert

¹⁶Ministère de l'agriculture et la pêche maritime « Plan Maroc Vert 2009

Fondements	Visions
Fondements 1	faire de l'agriculture le principal levier de croissance sur les 10-15 prochaines années
Fondement 2	adopter l'agrégation comme modèle d'organisation de l'agriculture
Fondement 3	assurer le développement de l'agriculture marocaine dans son ensemble sans exclusion aucune
Fondement 4	promouvoir de l'investissement privé
Fondement 5	adopter une approche contractuelle pour réaliser le Plan Maroc Vert
Fondement 6	pérenniser le développement de l'agriculture marocaine
Fondement 7	préparer la refonte du cadre sectoriel

Source : Ministère de l'agriculture et la pêche maritime « Plan Maroc Vert 2009 »

Le Plan Maroc Vert envisage à améliorer le niveau de sécurité alimentaire à partir de la production agricole nationale à travers le développement des agropoles dédiés au secteur agroalimentaire. Au plan institutionnel, il a suscité la création de l'Office national de sécurité sanitaire des produits alimentaires par la loi n°25-08. L'office a pour objet de faire respecter par les organes compétents de l'office les dispositions de la présente loi, en particulier celles relatives aux missions qui lui sont réparties. Et, de manière générale, de veiller à l'application de la législation et de la réglementation concernant les établissements publics.

De ce fait, malgré tous ces efforts conjugués par le gouvernement marocain pour ne citer que le programme du plan Maroc vert et la régionalisation avancée. Qui sont des stratégies de grandes envergures, sans oublier le lancement de l'initiative national pour le développement humain, qui a été le point le plus marquant de cette dernière décennie, qui vise l'instauration d'une dynamique en faveur du développement humain, la réduction de la pauvreté et de l'exclusion sociale à travers la mise en place des moyens de financements dédiés aux activités génératrices de revenu. Le soutien à l'accès aux équipements et aux services sociaux de base, les actions d'animation sociale, culturelle et sportive. Ils ne lui ont pas permis d'atteindre tous les objectifs escomptés de manière efficace dont les plus ultimes sont l'amélioration des conditions de vie des citoyens et la réduction des disparités entre les espaces Marocains, à cause de la déclinaison des stratégies du développement telles qu'elles sont conçues au niveau central à l'échelle des régions.

Déjà pour ce qui a trait avec la régionalisation avancée au niveau de la décentralisation et performance des services publique, elle caractérisée par un cadre juridique trop faible ;

« Pour que les institutions locales puissent mener à bien leurs missions, celles-ci doivent être d'abord encadrées par un cadre juridique cohérent, établissant une correspondance entre des missions définies, des ressources financières et humaines. Cependant Les lois organiques adoptées en 2015 sont peu claires sur les prérogatives de chacun des échelons. « Si le principe de subsidiarité est inscrit dans la Constitution, rien ne précise le partage des responsabilités, des compétences et des ressources aux niveaux vertical et horizontal. En témoigne l'énoncé évasif des compétences propres, partagées et transférées établies par les lois organiques »¹⁷.

Ceci étant dit, qu'il y a un manque de partage effectif du pouvoir entre les Elus et les administrations centrales à tous les niveaux qui empêche que cette stratégie au niveau régional soit efficace pour remédier concrètement aux problèmes des disparités des espaces Marocains comme il a été fixe au début.

En ce qui a trait au plan Maroc vert, la cohérence entre les objectifs qui ont été fixes et la réalité, sont très faible ;

Au Maroc, la loi n°28_07 est relative à la sécurité sanitaire des produits alimentaires. Or, à la lecture du programme du plan Maroc vert, le constat est consternant ; sur les 40 millions de consommateurs marocains qu'il faut nourrir, il n'y a rien dans ce programme qui entame le début du commencement d'une stratégie de sécurité alimentaire pour ce pays. A titre d'exemple, on trouve même des gens qui vendent des pesticides au marché dans des bidons, à lorsque cette pratique est non seulement interdite par la loi mais aussi très dangereux pour la santé et l'environnement.

En ce qui a trait à notre sujet ou encore le problème de disparités dans le monde rural, Selon le rapport de la commission chargée pour évaluer le programme, le financement bancaire des projets agricoles est problématique : « la part des agriculteurs ayant bénéficié des crédits bancaires ne dépasse pas les 18%.En outre, celle-ci estime que l'aide adressée au secteur ne représente que 8% des revenus des agriculteurs. L'aide étatique à l'agriculture dépasse les

¹⁷Cite par the journal of North african Studies « régionalisation avancée, rapport d'étape, publie le 12 Novembre 2018 et consulté le 15 Mai 2021.

70% dans d'autres pays, ce qui pesé sur la compétitivité mondiale de l'agriculture marocaine »¹⁸.

D'autre en plus selon un article publié par H24info.ma le 18 octobre 2018, « le PIB a connu une augmentation de 60% par rapport à 2008, année du lancement du PMV, a précisé M.AZIZ Akhannouch »¹⁹. Mais quand au pilier II du programme qui vise une agriculture solidaire, la majorité de la population dans les zones rurales est toujours marginalisée, le programme prône une agriculture moderne, à lorsque, les petits agriculteurs dans le milieu rural travaillent encore de manière traditionnelle pour gagner leur vie. Quant au respect des normes et de l'environnement et en matière de développement durable, le plan Maroc vert est loin d'être en cohérence a précisé la même source.

De ce fait, malgré ces panoplies de programme de développement au Maroc, la marginalisation de la population local persiste toujours, et entraine beaucoup d'impacts ;

Au Maroc, le monde rural a toujours occupé un poids socio-économique important. « Il pèse environ 20 % du PIB, recèle 43 % des actifs du pays, assure plus de 72 % des besoins en céréales du pays, 87 % des besoins en lait et 100 % en viandes ou encore en fruits et légumes. C'est dire l'importance du monde rural pour un développement intégré du pays doit être primée. Toutefois, occupant plus de 90 % de la superficie du Royaume, le monde rural accuse un retard notable en termes d'indicateurs de développement (faiblesse des infrastructures, enclavement, faible accès aux services de base, précarité, analphabétisme).

Ces faiblesses structurelles, la pauvreté et les sécheresses qui affectent de temps en temps le Royaume, ont fortement contribué à l'exode rural.

Ainsi, alors qu'en 1956, 70 % des Marocains vivaient en milieu rural, sous l'effet surtout de l'exode rural, les régions rurales du Royaume représentent, selon le dernier recensement de 2014, moins de 40 % de la population marocaine, estimée à 33,84 millions d'habitants. En effet, le monde rural compte désormais 13,42 millions d'habitants »²⁰. Cet exode a fragilisé les équilibres vivriers dans la mesure où l'accroissement considérable du nombre de consommateurs urbains ponctionne une part importante des forces vives de l'agriculture qui continue à assurer plus du tiers des emplois du pays.

¹⁸ Mohammed Abdou « le plan Maroc vert ; une stratégie de développement agricole qui peine encore », publié le 17Novembre 2017 et consulté le 25 Mai 2021.

¹⁹H24info.ma « le produit intérieur brut du secteur agricole »18 Octobre 2018 à 19h50 « les chiffres clés (2018-2019) du plan Maroc vert présenté au Roi.

²⁰Cite par Rachid Alaoui « le monde rural au Maroc ; entre progrès significatifs et déficit chronique » publie le 26 Juin 2015, consulte le 10 Juin 2021.

Pour ajouter à l'analyse faite par Alaoui, le manque d'infrastructure, enclavement, faiblesse des services de base dans le rural ont certes provoqué un exode rural exorbitant. Mais dans son analyse, l'accent est mis plus sur le côté agricole qui est aussi important d'ailleurs, mais il ne faut pas aussi oublier la quantité de richesses culturelles, naturelles, patrimoniales qui pourraient être des sources de revenus pour ces populations. Cet exode rural joue aussi sur la pauvreté, l'exclusion sociale, la précarité, le chômage, la délinquance... dans les villes sans oublier les impacts environnementaux de cette intensification urbaine entraînés tout par une urbanisation non planifiée et le manque de valorisation des ressources diverses dans le milieu rural à savoir la pollution, la dégradation etc...

En revanche, pour palier à ces problèmes, une prise en compte du milieu rural doit être effectuée par la valorisation et la communication tout en développant l'attractivité et booster la compétitive de ce que dont dispose chaque territoire pour créer un sentiment d'appartenance ou encore une fierté chez les gens du monde rural et inciter les investisseurs à venir y investir.

Section 02 : les limites du développement territorial au Maroc

Avant d'aborder les limites du développement territorial au Maroc, il est nécessaire de faire une aperçue sur l'ensemble des notions qui vont avec.

I.2.1 : Développement territorial

« L'objectif majeur du développement territorial est de rendre les territoires attractifs et compétitifs, de leur donner une chance dans la compétition internationale, par la valorisation des ressources territoriales, grâce au rôle majeur des acteurs de ces territoires, en combinant les préoccupations économiques, sociales et environnementales et en intervenant sur les structures spatiales » (GUY et al. 2011, p18)²¹.

I.2.2 : Attractivité d'un territoire

L'attractivité d'un territoire peut être définie comme la capacité à attirer sur ce territoire les activités nouvelles et les facteurs de production mobiles (capitaux, équipements, entreprises, travailleurs qualifiés, etc.). Mais, l'attractivité a aussi un aspect défensif via la capacité à retenir les entreprises existantes.

I.2.3 : Compétitivité d'un territoire

²¹B.GUY, C.GUY, B. MERENNE-SCHOUMAKER(2011) « Le développement territorial en Europe. Concepts, enjeux et débats », Rennes, Presses Universitaires de Rennes, collection Didact Géographie, 281 pages.

La compétitivité d'un territoire est une notion plus complexe qui combine des performances économiques à un objectif d'amélioration du niveau de vie et du bien-être social. L'observatoire européen des territoires LEADER retient la définition suivante : « un territoire devient compétitif s'il peut affronter la concurrence du marché tout en assurant une durabilité environnementale, économique, sociale et culturelle fondée sur des logiques de réseau et d'articulation interterritoriale » (FARRELL et al. 2001, p.5).

I.2.4 : Ressources territoriales

Les ressources territoriales correspondent non seulement à des ressources matérielles mais encore à des ressources immatérielles. Des facteurs intangibles comme le savoir chercher, la capacité d'innover, la sécurité et la « rassurance », le climat entrepreneurial, la capacité d'accueil, etc. sont très souvent plus importants que les facteurs tangibles tels les ressources naturelles, les voies de communication, les terrains et les bâtiments disponibles, les aides financières et fiscales, etc. En outre, ces ressources territoriales ne sont pas des dotations initiales mais plutôt le résultat d'acquisitions progressives. D'où le rôle déterminant des acteurs des territoires.

I.2.5 : Mise en œuvre du développement territorial

Pour pouvoir initier le développement territorial et le piloter, il est indispensable de disposer de données fiables à la fois sur l'état initial du territoire et sur les impacts de ses actions.

Le Maroc a mis en place plusieurs programmes et stratégies sectorielles avec la contribution de l'Etat, des entreprises publiques et des collectivités locales. « Parmi les principales stratégies sectorielles présentant des déclinaisons territoriales, on trouve le Plan Maroc Vert (2008-2020) dans l'agriculture, le Plan Rawaj (2008-2020) dans le commerce, le Plan Halieutis (2009-2020) dans la pêche, la Stratégie énergétique (2009-2030), la Vision 2020 pour le tourisme (2010-2020), le Plan d'Accélération Industrielle (2009-2015) et (2014- 2020) et la Stratégie de promotion de la logistique (2015-2030). De grands projets intégrés ont vu le jour tel que le projet de Tanger-Med dont les travaux ont démarré en 2004 et l'opérationnalisation était en 2007 ou le projet « Noor » pour la production des énergies renouvelables dont les travaux ont commencé en 2013 et l'entrée en service en février 2016.

L'implémentation de ces stratégies a pour objectif le renforcement de l'attractivité et la compétitivité de certains territoires et du système productif »²².

Cependant, le développement territoriale au Maroc freine encore par certaines limites ;

- ✚ A ce jour le Maroc est à son troisième découpage territorial avec le dernier qui a été effectué avec la réforme de la régionalisation avancée en 2015 qui divise le Royaume en 12 régions, or cette régionalisation avancée, le plan Maroc vert, l'initiative national de développement humain et la plupart des autres programmes qui ont été mise en œuvre, relèvent encore des résultats incomplets en terme de disparités territoriales.
- ✚ Ces limites que font face les différents type de programme de développement territorial au Maroc ont aussi un lien avec le manque cohérence de la réalité (la culture, la population, sa position géographique etc....) du pays et les programmes choisis.
- ✚ Manque d'efficacité des reformes du dialogue entre les parties prenantes et les institutions qui coordonnent les actions publiques en terme de partage d'information et des objectifs.
- ✚ Manque de clarification des allocations de compétences et de ressources sur la base de données objectives, pour assurer la mise en œuvre et l'évaluation des politiques publiques en mobilisant l'ensemble des parties prenantes.

Les limites mentionnées ci-dessous ne sont pas exhaustives bien évidemment mais en quelques sortes, ce sont des éléments ou encore des manques sensibles qui empêchent les différents types de développement territorial au Maroc de répondre aux objectifs escomptés.

Conclusion du chapitre

Aujourd'hui l'intensification urbaine provoquée par l'exode rural accru auquel fait face le Maroc est provoquée par ce phénomène de disparité entre l'urbain et le rural. Souvent fois les motifs du déplacement sont : la recherche d'une vie meilleur, d'emploi, de formation, de santé etc... les 90 % des gens du monde rural qui partent en ville sont quasiment pour ces raison citées. Une fois arrivé en ville, le chômage, la pauvreté, la délinquance, la précarité et l'exclusion sociale se multiplient. Parce que déjà l'Etat ne pourrait pas répondre aux besoins de ceux qui y étaient et ajouté à ceux qui viennent du monde rural fait empirer la situation et donne ces résultats précités.

²² Cite par ; A.CHERVEAU(2017) « Dialogue Maroc-OCDE sur les politiques de développement territorial. Synthèses et recommandations », Unité des Dialogues Territoriaux, OCDE, 27 pages.

Cependant, le milieu rural au Maroc comporte pleins de ressources naturelles, culturelles, patrimoniales et touristiques qui pourraient aider à solutionner ce problème de migration du milieu rural vers le milieu urbain. Ainsi à travers la valorisation, l'innovation et la communication des spécificités de chaque territoire, voilà l'une des solutions qu'il faut envisager qui est un retour vers le milieu rural.

Tout d'abord, il faut viser un projet de territoire qui doit prendre en compte la valorisation de l'ensemble des ressources du territoire dans un contexte de mondialisation, ce qui favorisera un surplus aux produits du terroir, et ensuite cherche à instaurer une culture entrepreneuriale chez les jeunes et les femmes pour favoriser la rétention et l'attrance chez eux.

Envisager une nouvelle forme de création et d'innovation territoriale résiliente profitable à tous dans un cadre structurelle par la mise en place des nouvelles technologies et de l'information dans l'urbain comme dans le rural par l'inclusion des jeunes, des femmes, de la société civile et aux niveaux des outils mise en œuvre par sa majesté Mohammed VI, exemple de l'INDH dans un langage d'échange et sur un plan du partage.

Enfin, chercher à mieux coordonner les actions publiques en clarifiant les compétences et les moyens de chacun ainsi que les interactions nécessaires par la mise en place d'un dialogue territorial pluri-niveaux ce qui permettra d'améliorer la gouvernance au niveau des territoires.

Chapitre II : L'écotourisme au Maroc

Le Maroc, par sa position géographique dispose d'une potentialité écotouristique avec une diversité énorme ; son climat de quatre saisons, les lacs, les montagnes, les forêts, le désert du Sahara, les côtes atlantiques et méditerranéennes, sa diversité biologique exceptionnelles et j'en passe devraient faire du Maroc une destination naturelle pour les écotouristes. Mais malheureusement ces ressources sont encore largement inexploitées et doivent être protégées contre les dégâts nocifs de la pollution, de la mauvaise exploitation et aussi contre les phénomènes naturels du genre la déforestation, la désertification, l'incendie et autres.

Dans ce chapitre, nous allons évoquer les potentialités touristiques de l'écotourisme dont dispose le Maroc dans une première section et de manière non exhaustive bien évidemment pour ensuite traiter les mesures et les contraintes du développement de l'écotourisme au Maroc dans une deuxième section.

Section I : Potentialités touristiques de l'écotourisme au Maroc

Pour reprendre ce qu'on a déjà dit le chapitre I à la première section de notre travail, l'écotourisme ou le tourisme vert est défini comme une des formes du tourisme durable. Il est plus centré sur la découverte de la nature (écosystèmes, agrosystèmes, tourisme rural...etc.), voire d'écologie urbaine (réserves naturelles urbaines, espaces verts écologiques, jardins écologiques ...etc.). Il est défini par la Société International de l'Ecotourisme (TIES) comme un voyage responsable dans des environnements naturels où les ressources et le bien-être des populations sont préservés. A ce point, on se demande quelles sont les potentialités touristiques de l'écotourisme dispose-t-on le Maroc ?

❖ La biodiversité Marocaine

Le Maroc dispose une biodiversité riche et diversifiée avec une particularité importante en écologie et caractérisée par une très grande diversité des écosystèmes du genre forestiers, agricoles, zones humides continentales, marins et côtiers, grottes, saharien et désertiques etc...

« Le taux d'endémisme global est de 11% pour la faune et de 20% pour les plantes vasculaires, taux presque sans égal au niveau de tout le bassin méditerranéen. Cette richesse confère au Maroc la deuxième place après la Turquie, à l'échelle de la Méditerranée. Les régions montagneuses du Rif et des Atlas sont les zones les plus importants en matière d'endémisme »²³.

❖ La flore marocaine

Du côté floristique, le Maroc dispose environ 7000 espèces connues. Au sein des écosystèmes forestiers, la flore vasculaire est représentée en grand nombre, l'écosystème forestier abrite de deux tiers des espèces et le tiers restant se partage surtout entre les formations steppiques et les biotopes humides. Les deux secteurs les plus importants en matière d'endémisme sont les régions montagneuses du rif et des Atlas.

❖ La faune marocaine

Le Maroc a une variété riche en faune avec environ 25000 espèces identifiées, dont 11% sont endémiques du Maroc. la faune marocaine est répartie en différentes catégories :

Tableau 5 : variétés de la faune au Maroc

²³ Ministère de l'énergie des mines et de l'environnement, département de l'environnement.

Espèces	Quantités
Mammifères	113
Oiseaux	317
Reptiles	98
Amphibiens	11
Poissons	1189
Invertébrés	17893

Source : tableau constitué à partir des données du ministère de l'énergie des mines et de l'environnement

❖ Les Aires protégées au Maroc

Le Maroc dans sa politique de protection de son écosystème, via le département des Eaux et Forêts a élaboré un Plan directeur des aires protégées en 1996 comptant 154 sites d'intérêt biologique et écologique repartis sur une superficie de 2.5 millions d'hectares et 10 parcs naturels qui sont les suivants :

Le Parc National de Toubkal (1942) ; le Parc National de Tazekka (1950) ; le Parc National Souss-Massa (1991) ; le Parc National d'Irki (1994) ; le Parc National d'Al Hoceima (2004) ; le Parc National de Talassemrane (2004) ; le Parc National d'Ifrane (2004) ; le Parc National du Haut Atlas Oriental (2004) ; le Parc National Khnifiss (2006) et le Parc National de Khénifra (2009).

« En plus de ce réseau de parcs nationaux, le Maroc s'est doté de quatre Réserves de Biosphère, qui viennent promouvoir des solutions réconciliant la conservation de la biodiversité et son utilisation durable. Il s'agit de :

- La Réserve de Biosphère de l'Arganeraie ;
- La Réserve de Biosphère des Oasis du Sud du Maroc ;
- La Réserve de la Biosphère Intercontinentale de la Méditerranée ;
- La Réserve de Biosphère de la Cédraie dans le Moyen Atlas.
- Concernant les zones humides, quatre sites ont été classés sites Ramsar en 1980. Il s'agit du Réserve de Merja Zerga, Réserve de Sidi Bou Ghaba, Réserve de la lagune

de Khnifiss, Réserve du lac Aguelmame Afenourir. Depuis, 26 autres sites ont été inscrits sur la liste Ramsar. ²⁴»

❖ Forêt marocaine

Les formations forestières, en majorité domaniales, s'étendent sur une surface d'environ « 9.037.714 ha, dont plus de 3 millions d'hectares de nappes alfatières, soit 12,7% du territoire national. Elles sont riches en espèces d'arbustes et d'herbacées endémiques ayant des vertus médicinales et aromatiques ²⁵».

Les forêts marocaines sont constituées de forêts naturelles de feuillus (chêne vert, chêne-liège, chêne tauzin, arganier, caroubier, acacias, ...) et de résineux (cèdre de l'Atlas, thuya de berbérie, pin d'Alep, pin maritime, pin noir, genévrier thurifère, genévrier rouge...), réparties entre les différents étages bioclimatiques, du semi-aride à l'humide.

Par régions, la cédraie occupe les zones de montagne dans le Moyen Atlas et le Rif, les chênaies occupent les plaines et piémonts de montagnes, tandis que la seule sapinière du Maroc trouve refuge à Talassemrane dans les altitudes du Rif occidental, près de Chefchaouen.

Au sud-ouest, l'Arganeraie, espèce endémique, occupe des zones semi-arides et arides du Haut Atlas occidental et de l'Anti-Atlas. Et plus au sud, les acacias constituent des climax pré-steppiques et pré-forestiers, dans les zones à bioclimats aride et saharien.

Figure 14 : forêt du Maroc ; chêne liège

❖ Grottes et spéléologie

Le Maroc, en plus de ses richesses en diversité biologique, dispose également un patrimoine spéléologique riche en cavité souterraine qui pour faire de lui une destination pour les écotouristes au nord comme dans le sud du pays. A titre d'exemple ; pendant notre visite de terrain dans le territoire Soutenable du Géoparc Jbel Bani, on a eu a visité les grotte messalistes que les Tataouis appellent la cascade sèche, c'est un site touristique qui dispose d'énorme potentialité à découvrir, il abrite des espèces comme des pigeons, la chauve-souris et diverses espèces de flore a côté etc. les chemins d'accessibilité de chaque caravane est

²⁴ Toutes les informations en chiffres concernant la biodiversité marocaine sont recueillies sur le site du département du ministère de l'énergie des mines et de l'environnement du Maroc <http://www.environnement.gov.ma/fr/biodiversite> et les images illustratives sur le site marocecotourisme.com

²⁵Haut-commissariat aux Eaux et Forêt à la lutte contre la désertification

extraordinaire et se trouve au beau milieu des montagnes là où on peut découvrir ses différentes couleurs au coucher du soleil, mais dommage il y a un manque d'exploitation de ce merveille naturel. Voyons en image ces grottes ;

Figures 4: Grottes messalistes de Tata



Source : Prise de photo lors de notre visite

Enfin, on ne peut certainement pas croire qu'on pourrait parler de toutes les richesses touristiques de l'écotourisme dont dispose le Maroc dans ce travail car personne ne peut prétendre rassembler un océan dans une piscine. On a voulu juste donner un aperçu sur les richesses de cette catégorie du Maroc. Mais si non, Maroc dispose encore plein de ressources qu'on a pas exposé dans notre travail, comme les cascade qui est l'une des destinations préférées par les touristes, les montagne, le désert tous sont des destinations touristiques à forte potentialité au Maroc qui sont méconnus.

L'écotourisme par la découverte de la diversité de la nature est une branche du tourisme qui rapporte à l'économie nationale. Mais afin d'éviter de bénéficier seul le côté économique et bannir le côté de préservation de ces ressources, une structure bien calculée doit être au premier plan qui vise à éviter la surexploitation des différents site. Ainsi, la mise en place d'un système éducatif et de sensibilisation aux visiteurs est nécessaire, afin de les faire savoir que la responsabilité de protection et de préservation des endroits fréquentés reviennent à eux en grande partie, pour ne pas empêcher ceux du futur de jouir ce droit d'épanouissement et de découverte dont ils bénéficient aujourd'hui, d'où la perception du développement durable.

Section 2 : Les mesures et les contraintes du développement de l'écotourisme au Maroc

II.2.1 : Le cadre juridique de l'environnement au Maroc

Le Maroc, depuis son indépendance a fait de l'environnement une préoccupation majeure dans ses politiques publiques. Dans le but de protéger sa biodiversité et de trouver un équilibre écologique et également promouvoir le côté écotouristique du pays. La volonté du pays de protéger l'environnement se fait voir à travers les différentes actions, comme par exemple, l'élaboration des lois qui sont liées à la protection et la mise en valeur de

l'environnement, la participation dans les différentes conférences environnementales comme celle de Rio en 1992, la COP22 aussi qui a eu lieu à Marrakech etc. Il a aussi élaboré plusieurs stratégies et actions pour soutenir les lois, comme par exemple : la stratégie nationale de développement durable(SNDD), charte nationale de l'environnement et du développement durable (CNDD) et j'en passe...

D'abord c'est quoi l'environnement ?

« L'environnement est tout ce qui nous entoure. C'est l'ensemble des éléments naturels et artificiels au sein duquel se déroule la vie humaine » (Volcy Shelday 2011)²⁶.

Ici dans cette définition, c'est comme si l'environnement représente la deuxième maison collective de l'homme. Donc cette maison nécessite un entretien afin qu'elle soit agréable et durable non seulement pour la génération présente mais aussi pour celle du futur, ce qui fait référence à la définition de développement durable (Brundtland 1987).

Dans le cas du Maroc, pour rationaliser le rapport entre l'homme et sa deuxième maison qui est l'environnement, il a élaboré des lois afin de limiter les comportements abusifs sur l'environnement et tout ce qu'il contient (l'eau, l'air, le sol, faune, flore etc....).

- **La loi 11-03 relative à la protection et la mise en valeur de l'environnement**

Cette loi (No 11-03) publiée en Juin 2003 fixe le cadre général de la protection de l'environnement au Maroc. Cette loi de portée générale, répond au besoin d'adopter une démarche globale et intégrée assurant le meilleur équilibre possible entre la nécessité de préservation de l'environnement et les besoins de développement économique et social du pays en précisant :

Les principes de la protection de l'environnement liée aux établissements humains et à la protection de la nature et des ressources naturelles.

Les principes de normes de rejets et la définition des sources de nuisances.

Les instruments de gestion et de protection de l'environnement qui sont liés aux études d'impact sur l'environnement, les plans d'urgence, les normes et standards de qualité de l'environnement et les incitations financières et fiscales.

Les règles de procédures définissant les responsabilités et les obligations dans le cas de préjudices²⁷.

²⁶Volcy Shelday « Environnement et la vie humaine » 1^{ère}Edition 2011, P.54

▪ **Loi 12-03 relatives aux études d'impact sur l'environnement**

La préservation de l'environnement et des ressources en eau est l'une des tâches prioritaires que se sont fixées les différentes institutions étatiques du Royaume, et notamment en assujettissant tous les projets susceptibles de générer des impacts environnementaux et sociaux négatifs à une étude d'impact sur l'environnement.

Ces études d'impacts visent l'harmonisation des procédures d'élaboration et d'examen des études d'impacts au niveau national. Elle délimite le champ d'application de la loi opposable aux projets publics et privés qui, en raison de leurs dimensions ou de leur nature, sont susceptibles d'avoir un impact sur l'environnement. Elle définit les objectifs et le contenu d'une étude d'impact et conditionne l'octroi de toute autorisation pour la réalisation desdits projets à l'obtention d'une décision « d'acceptabilité environnementale ». Elle prévoit également un contrôle de conformité et des sanctions en cas de violation de la loi ou des textes pris pour son application.

Les projets soumis à l'étude d'impact sur l'environnement sont fixés par la loi et sont classés en cinq catégories :

- I. Les établissements insalubres, incommodes ou dangereux classés en première catégorie.
- II. Les projets d'infrastructures, dont les installations de stockages ou d'élimination de déchets et les projets d'assainissement liquides.
- III. Les projets industriels.
- IV. Les projets agricoles.
- V. Les projets d'aquaculture et de pisciculture²⁸.

▪ **Loi 13-03 relative à la lutte contre la pollution de l'air et ses décrets d'application**

La présente loi vise la prévention et la lutte contre les émissions des polluants atmosphériques susceptibles de porter atteinte à la santé de l'homme, à la faune, au sol, au climat et au patrimoine culturel. Elle s'applique à toute personne physique ou morale soumise au droit public ou privé, possédant, détenant, utilisant ou exploitant des immeubles, des installations,

²⁷Loi no 11-03 relative à la mise en valeur et la protection de l'environnement promulguée par le Dahir No 1-03-59 du 12 mai 2003

²⁸La loi 12-03 relative aux études d'impact sur l'environnement promulguée par le Dahir no1-03-60 du 10 rabii I 1424 (12 Mai 2003)

des véhicules, des engins, des appareils, exceptes les installations qui relèvent des autorités militaires ainsi que celle soumis²⁹.

Au niveau internationale lors du Sommet de la Terre à Rio, en 1992, la Communauté Internationale a adopté la Convention sur la Diversité Biologique(CBD).Au cours de ce sommet, le Royaume du Maroc a signé la Convention sur la Diversité Biologique (CBD) en 1992 et l'a ratifié le 21 août 1995 afin de souligner l'extrême importance que le pays attache à sa richesse vivante et à ses ressources biologiques, y compris les écosystèmes et les espèces vivantes.

La CBD a pour objectifs :

1. Conservation la diversité biologique ;
2. Utilisation des ressources biologiques de manière durable ;
3. Partage des avantages découlant de l'utilisation des ressources génétiques de manière juste et équitable.

La CDB estime que la conservation de la diversité biologique est une "préoccupation commune à l'humanité" et même si les éléments constitutifs de la biodiversité se trouvent à l'intérieur des frontières nationales, que la biodiversité est essentielle pour toute la vie sur Terre, nous devons travailler ensemble afin d'assurer sa conservation. Elle opte pour une approche préventive et demande que des mesures soient prises pour anticiper et prévenir les causes de la perte de la diversité biologique. Cela veut dire que l'absence de certitude scientifique ne peut être une raison valable pour retarder les mesures visant à éviter ou minimiser les menaces pesant sur la biodiversité³⁰.

II.2.2 : les programmes de développement de l'écotourisme au Maroc

L'organisation mondiale du tourisme(2004), reconnaît l'activité touristique comme un secteur qui fait profiter les pauvres directement ou indirectement à travers la création de petites, moyennes ou microentreprises touristiques, ventes des biens et des services aux touristes, la création d'emploi etc....

De ce fait, l'adoption de l'écotourisme peut aussi être un facteur de compétitivité pour un territoire par la mise en œuvre d'un développement progressif. Partant de cette idée, le Maroc comme

²⁹La loi 13-03 relative à la lutte contre la pollution de l'air promulguée par le Dahir No 1-03-61 du (12 Mai 2003)

³⁰ La conférence du sommet de la terre à Rio de 1992 sur la préservation et la protection de la biodiversité.

étant un pays avec une forte proportion rurale et ayant un indice de développement humain assez faible, fait de l'écotourisme un facteur stratégique de conservation et réduction de la pauvreté et également un mode de développement et de valorisation des territoires.

La reconnaissance de l'écotourisme comme un facteur stratégique de valorisation et de développement des territoires ruraux au Maroc a été faite au début des années 1970. Mais en vrai, ce n'était que dans les années 1980, le véritable projet de développement de l'écotourisme a été effectué surtout avec le projet de développement du tourisme de montagne dans la région d'Azil en 1983, suite après, on est venu avec le programme de développement du tourisme en montagne (PDTM) dans les années 1987. Le Maroc a mis en place des programmes de promotion de l'écotourisme qui a été associé au développement des aires protégées. Par la suite la stratégie va changer vers la promotion de l'écotourisme, dans une démarche Bottom-up (Lapeyre et al, 2007), à travers le processus de transmission des ressources naturelles aux communautés locales principalement dans le haut Atlas oriental, le Toubkal, le Saghro, le Sirwa et les massifs présahariens.

« La promotion du tourisme au Maroc est du ressort de l'Office national marocain du tourisme (ONMT) en vertu des dispositions du Dahir portant loi n°1-74-16 du 28 avril 1976. Il lui a été assigné, en outre, la création, l'aménagement et la gestion des équipements qui contribuent au développement du tourisme, notamment les infrastructures d'hébergement. La gestion du secteur du tourisme a pris un tournant décisif avec la signature, en 2001, de l'accord-cadre 2001-2010 et de son accord d'application, ce qui a permis de jeter les premiers jalons pour instaurer une gestion par la contractualisation autour d'un contrat programme pour la période 2001-2010 »³¹.

En 2003, la stratégie de développement du tourisme rural au Maroc qui fait du concept du pays d'accueil touristique « PAT » son pilier central a été mise en œuvre. C'est dans ce contexte que l'écotourisme a connu un réel développement avec une nette évolution du nombre de randonneurs qui est passé de 60 000 en 1998 à 145 000 en 2009. C'est le cas aussi des agences spécialisées dans le tourisme rural et des gîtes ruraux.

« Avant l'apparition de la crise sanitaire de la Covid19 qui a tout gâché, le nombre d'arrivées de touristes non-résidents aux postes frontières a atteint 12.9 millions de touristes soit une progression de +5% par rapport à l'année 2018. Parallèlement, le nombre de nuitées enregistrées dans les établissements d'hébergement touristique classés s'est établi à 25.2 millions en 2019,

³¹Loi n° 1-74-16 du 12 avril 1976 (12 avril 1976) relatif à l'Office national marocain du tourisme

enregistrant une hausse de +5% par rapport à l'année précédente(+3.2% pour le tourisme récepteur et +9.4% pour le tourisme interne) »³².

II.2.3 : les contraintes des mesures de la préservation de l'environnement et de développement de l'écotourisme au Maroc

Le Maroc, malgré ces efforts depuis les années 1970 dans le développement, la promotion de l'écotourisme et la préservation de ses ressources naturelles à travers l'élaboration des lois et des stratégies, se heurte encore à certaines contraintes. Ces contraintes sont relatives aux facteurs socioéconomiques, réglementaires, infrastructurels, organisationnels et professionnels. La promotion du tourisme national passe par une volonté politique qui doit certes être accompagnée de mesures concrètes, susceptibles de la soutenir. Les secteurs public et privé sont appelés à s'impliquer davantage dans la planification d'un programme de réalisations d'infrastructures d'accueil nécessaires pour le tourisme social, en tenant compte des contraintes sociales (familles, familles nombreuses) économiques (revenus) et environnementales (capacité de charge) bien qu'il y a une réduction nette au charge depuis le début de l'année 2020 avec la crise sanitaire qui prend le dessus de tout.

II.2.3.1 : Dégradation des ressources naturelles et la biodiversité

Le Maroc ne se base pas seulement sur les lois mais aussi, sur la charte, sur la stratégie, sur des planifications, car les lois seules ne peuvent pas remplir les objectifs fixés. Cependant, malgré tous ces efforts, le Maroc subit toujours des effets néfastes de l'environnement comme par exemple : l'inondation, l'augmentation excessive du niveau des mers, sècheresses comme celle qu'a connu le pays en 2015 et qui a gravement impacte l'économie du pays.

- 1670 espèces de plantes, 610 espèces animales dont 85 espèces de poissons et 98 espèces d'oiseaux sont menacés d'extinction
- Dégradation importante due à une absence quasi-totale de contrôle des zones d'exploitation minière et des carrières (sables, graviers etc...) avec des techniques d'extraction nocives pour l'environnement.
- Une chute des rendements agricoles pouvant atteindre 50% dans les années de sècheresses.
- Une régression des activités agricoles dans les zones côtières en raison de la forte salinité de l'eau.

³²Indicateurs du secteur touristique 2019 du ministère du tourisme, de l'artisanat, du transport Aérien et de l'économie sociale Maroc

II.2.3.2 : Pollution des eaux de surface, souterraine et marine

- 90% des eaux usées sont déversées sans traitement et 52% sont jetés dans les mers (370m³ des eaux urbaines et 940m³ des eaux industrielles).
- 2% des déchets ménagers seulement sont recyclés ou jetés dans des décharges contrôlées³³.

II.2.3.3 : Cout de la dégradation de l'environnement au Maroc

Selon la conclusion d'une étude engagée par le ministre de l'environnement en coopération avec la banque mondiale au Maroc, le cout de la dégradation de l'environnement du Royaume est estimé à 33MMDH ou 3.52% du PIB en 2014. Les couts des émissions du gaz à effet de serre sont estimés à 1.62% à la même période³⁴.

Quant aux différents programmes mise en place pour promouvoir l'écotourisme dans le milieu rural et faire de ce secteur un levier pour la lutte contre la pauvreté, non seulement il n'y a pas un résultat satisfaisant en termes de la création d'emploi mais aussi un manque de mobilisation des acteurs de proximités.

L'écotourisme vise aussi à associer valorisation/protection de l'environnement et développement local. Au Maroc, le lien tourisme-conservation semble inexistant et les projets écotouristiques n'ont pas encore atteint la soutenabilité économique.

Conclusion du chapitre

Le Maroc a certes, fait beaucoup d'efforts à travers les différents programmes pour développer et promouvoir l'écotourisme sur son territoire et à travers les textes législatifs, les stratégies et les actions accompagnés de ces textes de loi pour préserver son écosystème. Par contre, il lui reste beaucoup à faire pour un écotourisme durable qui se ferait dans une démarche participative, inclusive et durable là où il y aura une politique global d'aménagement du territoire qui tiendrait compte des équilibres régionaux, de la diversification des revenus en milieu rural, la prise en compte des impacts des activités du secteur sur l'environnement, d'une standardisation et une harmonisation des interventions.

³³Rapport du secrétaire d'état charge de l'eau et l'environnement en 2017

³⁴Source : le cout de la dégradation de l'environnement au Maroc. Leila Croitoru et Maria Sarraf (éditeurs).Janvier2017 chef d'équipe de travail : Maria Sarraf Banque mondiale Numéro de rapport de groupe 105633-M.147 (pages 10)

Pour se faire, il faut songer à mettre en place une réglementation adéquate en se basant sur la législation existante et celle en cours de révision. Au Maroc, il ne manque pas des textes de lois ni des stratégies et des actions, mais la publication d'une loi dans le journal officiel ne suffit pas pour qu'elle soit effective. A cet effet il est nécessaire de mettre les moyens financiers disponibles qu'il faut pour pouvoir contrôler l'application de ces lois.

La compétence est le dénominateur commun de tout, et elle ne s'acquiert qu'à travers la formation. De ce fait, la formation des ressources humaines pour l'ensemble des acteurs, des personnels jusqu'aux cadres de haut niveau sera nécessaire pour mieux gérer les activités qui sont liées à l'écotourisme.

Enfin, pour mieux développer l'écotourisme au Maroc, la mobilisation des acteurs du secteur et les Elus locaux ou encore l'existence d'une harmonisation réelle et d'un dialogue fort centrés sur l'avancement et l'intérêt du territoire doivent être primés sur une politique de désaccord. Car, on peut avoir une multitude d'idéologies politiques mais on a et on aura un seul Maroc. Donc le point commun qui doit être existé dans toutes ces idéologies est celui de l'intérêt du territoire Marocain.

D'où la base de la mise en œuvre du TSGJB que nous mentionnons à chaque fois et nous allons enfin présenter et développer.

Cas pratique : Présentation du territoire soutenable Géoparc Jbel Bani(TSGJB)

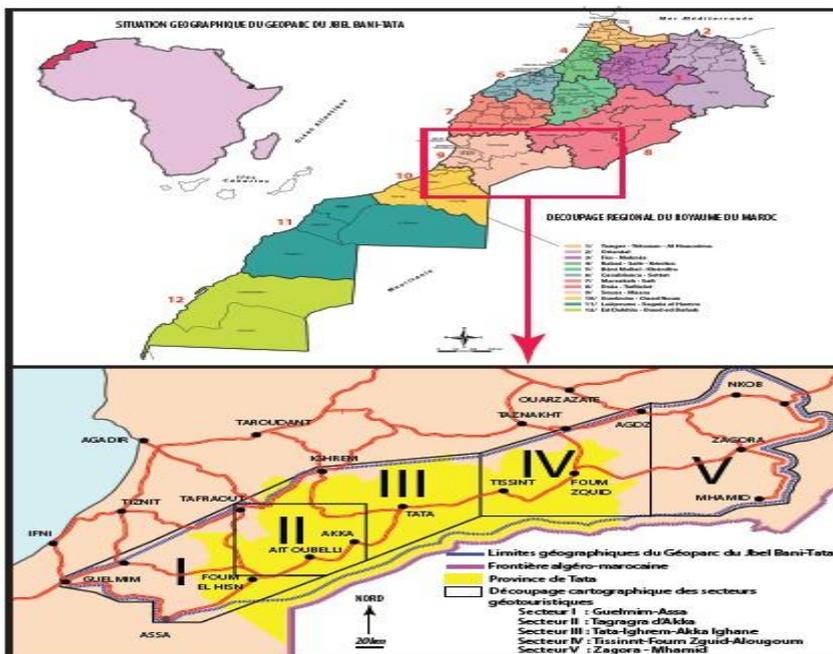
Section I : Présentation du TSGJB

I-1 : TSGJB dans son ensemble

Selon l'UNESCO, « les Géo parcs sont des territoires valorisant leurs différents patrimoines : Géologique, naturel, culturel et immatériel. Un Géoparc est un territoire bien délimité et de taille suffisante pour contribuer au développement économique local, il comprend un certain nombre de sites géologiques et géomorphologiques de tailles diverses qui sont les témoins de l'histoire de la terre et de la vie ainsi que de l'évolution des paysages. Ils peuvent être complétés par des sites de valeurs écologiques, archéologiques, historiques ou autres³⁵ ».

En suivant ce standard, le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani, est un territoire bien délimité et de taille adaptée pour contribuer au développement géo-agro-éco-sociétal et touristique équilibré grâce aux qualités complémentaires qu'il apporte par l'ensemble de sites de valeurs touristiques, écologiques, archéologiques, historiques, avec un patrimoine culturels matériels, immatériels et autres qui le constituent.

Figure 5 : Situation géographique du Géoparc Jbel Bani



Travaux du Pr Driss Fadli Laboratoire de Géologie Appliquée - Université Rabat Mohammed V

³⁵ Définition du Géoparc selon l'UNESCO

Le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani s'étend sur une superficie de 120.000 km² avec une population de 1.3 millions d'habitants recensée en 2014. Il comprend 9 provinces et 144 communes réparties sur 3 régions :

Région Guelmim Oued Noun : 4 provinces

Région Souss Massa : 3 provinces

Région Draa Tafilalet : 2 provinces

Ce territoire qui est devenu Territoire Soutenable du Géoparc Jbel Bani, a été un espace oublié, avec une diversité de richesses culturelles, géologiques, archéologiques, patrimoniales etc. Historiquement les habitants ont eu tendance en ville à la recherche d'emplois, de l'éducation, de l'industrie, la santé afin de mieux assurer leur survie. Cependant cette concentration de masse au niveau urbain entraîne de nombreux impacts sur le plan social, économique et environnemental.

- Sur le plan social ; l'exode rural vers le milieu urbain, s'intensifie la bidonvilisation, la pauvreté, l'exclusion sociale, la délinquance dans les villes.
- Sur le plan économique : Elle augmente le chômage, car au niveau urbain, les institutions publiques et privés sont incapables d'absorber tous ceux qui sont dans la nécessité du travail.
- Enfin sur le plan environnemental : Cette situation intensifie l'augmentation des déchets dans les villes et les bidonvilles, ce qui provoque d'avantage la dégradation de l'environnement, réchauffement du climat, catastrophe naturelle etc...

Donc, tous les points que l'on vient d'énumérer vont à l'encontre des objectifs du développement durable.

De ce fait, l'idée de la mise en œuvre du Géoparc Jbel Bani est de palier à cette problématique d'intensification urbaine avec tous les impacts socioéconomiques et environnementaux qu'il traîne derrière, en incitant les développements et retours vers le monde rural par un développement géo-agro-éco-sociétal qui passe par la valorisation des ressources spécifiques qui sont d'ailleurs communes sur les trois régions du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani. Ainsi pour mettre en œuvre ces actions le TSGJB s'appuie sur l'association marocaine de développement du Géoparc Jbel Bani (AMDJB) nait officiellement en Avril 2014 à TATA, ayant pour objectifs principaux de faire valoir les intérêts scientifiques pour leur raretés et

leurs valeurs pédagogiques, les intérêts historiques en tant qu'attraction et attractivité du territoire afin de conforter les capacités écotouristiques de développement.

I-2 : Ce que représente le TSGJB

Le TSGJB dispose d'une potentialité forte et particulière par son paysage, son patrimoine culturel, naturel et historique, son climat, l'artisanat permettant d'envisager un développement de l'écotourisme, mais également grâce aux immensités territoriales et par un constat de ses capacités en ressources en eau, les possibilités de développement de l'agriculture par la plantation des plantes médicinales et aromatiques, amenant à celui de apiculture et enfin par un bilan favorable pour le domaine minier et celui des ressources en énergies renouvelables(solaire, éolien, biomasse, H2). Par contre, malgré des potentialités existantes dans le TSGJB qui pourraient faire de lui une destination pour les écotouristes par la découverte de son paysage, de son espace du désert, pour les scientifiques afin d'effectuer des recherches de par sa potentialité géologique, pour les amateurs du film par l'exploitation de ses géomorphosites(tels que des grottes messalistes à Tata), des investisseurs touristiques etc....il reste encore contraint par certains obstacle, qui exige de dresser un diagnostic.

Pour effectuer ce diagnostic, nous allons nous baser sur les données et les informations collectées lors des visites des différents sites, les entretiens directs avec les acteurs locaux notamment ceux réalisés avec le point d'informations touristiques de Tata(PIT) qui représente en cette fonction, un lien important avec le terrain et les constats extrêmes du TSGJB, en plus des données disponible sur les sites web du TSGJB. Pour ce faire, l'analyse SWOT de l'anglais ;(Strengths, weaknesses, opportunities and threats) semble être la méthode la plus efficace pour effectuer un tel diagnostic.

Tableau 6 : La matrice SWOT du TSGJB en général

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Importance des ressources naturelles • Patrimoine naturel, historique et culturel • Diversité des produits touristiques • Climat ensoleillé presque toute l'année • Production artistique et artisanale 	<ul style="list-style-type: none"> • Problème du foncier pour la mise en œuvre des projets • Faiblesse de l'infrastructure de transport (le territoire est enclavé) • Equipement touristique peu adapté • Manque d'unité spécialisé dans l'animation touristique

<p>particulière en grande quantité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présence des sites touristique (grottes messalistes, campement Tiznit...) • Disponibilité des mains d'œuvre aux prix non exorbitants • L'existence d'un savoir-faire particulier en artisanat • Qualité des produit surtout les dattes et les tapis • Richesse et diversité du potentiel minier • L'existence en abondance des matériaux de construction locale (pierre, argile ...) • L'existence d'une superficie agricole fertile et favorable pour la plantation des plantes médicinales et aromatiques • L'existence d'eaux dans les oueds 	<ul style="list-style-type: none"> • Absence de mise en valeur des sites touristiques • Complexité des procédures administratives (foncier, labellisation...) • Hausse du cout de transport à cause de l'éloignement des lieux de destination • Dépendance des aléas climatiques • Manque de structure de stockage, de conservation et de conditionnement(les dattes par exemple) • Manque de communication des potentialités du TSGJB • La non reconnaissance par l'UNESCO (pas encore labélisé)
<p>Opportunités</p>	<p>Menaces</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Proximités des grands marchés des pays de l'Afrique • La qualité des produits (dattes, tapis et les autres produits du terroir) • La croissance du marché national malgré la pandémie de la Covid19 • Croissance de la demande étrangère pour les dattes, grenade, couscous etc.... • Disponibilité des terrains pour des projets touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté de l'obtention de la labélisation des produits • Concurrence d'autres régions disposant les mêmes particularités par l'absence de la propriété intellectuelle (ex : les tapis de Marrakech) • Manque de coordination entre les Elus et les porteurs de projets pour la promotion du territoire

<ul style="list-style-type: none"> • Importance du fusionnement des trois régions • Existence des richesses encore inexploitées • La présence des 5 aéroports internationaux qui jouxtent le TSGJB 	
---	--

Source : Données collectées avec soin auprès des personnes-ressources responsables du TSGJB

Le TSGJB a une homogénéité physique avec un paysage désertique dans la zone présaharienne ou domine Acacias Radiana et Palmiers pour l'arboriculture, les montagnes pour la randonnée, un paysage oasien dans les endroits où le potentiel hydrique est facilement exploitable. Le potentiel hydrique du Géoparc Jbel Bani est constitué par des eaux des oueds et des eaux souterraines, les crues en période de pluie constituent une ressource importante pour l'agriculture vivrière et l'enrichissement des nappes phréatiques.

L'agriculture est basée sur la plantation des palmiers dattiers avec plus de 150 variétés, selon ce que nous rapporte la coopérative AFRA qui s'est spécialisée dans la valorisation et la transformation des dattes. Les plus représentatives du point de vue commercial sont : Boufgouss, Bytoubé, Bousakri et Iljihl mais malgré cette disponibilité, le Maroc producteur de 120.000T en 2020 importe encore 100.000T par an de dattes de la Tunisie.

L'artisanat est considéré comme l'une des principales activités économiques dans le TSGJB. Ce secteur joue un rôle très important en terme d'emplois, il couvre la vannerie, l'argenterie, le tissage, la poterie etc. Mais ce qui est malheureux, est que ceux qui travaillent dans ce secteur ne gagnent pas un revenu qui pourrait les aider à satisfaire leur besoin par manque de valorisation et de communication de ces produits. (Voir les différentes images liées aux différents produits artisanaux dans le TSGJB, sachant que les photos sont prises lors de notre visite)

Figure 6 : les différents produits artisanaux de Tata



Source : Photos prises lors de notre visite dans le TSGJB

Les sols du Géoparc Jbel Bani recèlent une grande richesse minière dont l'exploitation est en mesure de booster considérablement l'économie de ses régions. Parmi les mines s'identifiées à fort potentiel selon les études effectuées : on trouve l'or, le cuivre, l'argent, le cobalt ainsi que d'importantes carrières de marbre de haute qualité.

Figure 7 : image du sol de la zone minière du TSGJB



Source : Photo prise lors de notre visite avec le guide dans le TSGJB

Les potentialités écotouristiques du GJB sont caractérisées par des richesses naturelles qui abondent, avec des paysages grandioses invitant à un tourisme de nature ou de sports extrêmes, d'immenses palmeraies pourvoyeuses de matières premières pour l'artisanat et la construction traditionnelle et un patrimoine matériel et immatériel exceptionnel. Il dispose beaucoup d'espace pour développer des structures d'accueils touristiques écologiques, et beaucoup de soleil propice à toutes les activités de plein air.

L'existence des six aéroports internationaux jouxtant le TSGJB, en l'occurrence Agadir, Ouarzazate, Marrakech, Tan-Tan, Guelmim et Zagora lui confère de grandes opportunités de développement touristique nature/culture en se positionnant comme une offre complémentaire pour les trois arrière-pays qu'il couvre. Cette offre peut se décliner en un tourisme de niche culturel, solidaire, oasien, sport et scientifique etc.

Enfin, la diversité ethnique dans le GJB est à l'origine d'une richesse inestimable des traditions et des coutumes ancestrales et millénaires. La cohabitation des amazighs et des arabes, des nomades et des sédentaires a donné lieu à une richesse culturelle artistique qui se traduit entre autre par des chants et des danses spécifiques. Les chants et les danses font partie des arts populaires qui insufflent une grande dynamique aux traditions dans le GJB. Pour les

villageois, tous les événements pour chanter et danser, les styles musicaux témoignent véritablement d'influences multiples et anciennes.

Figure 8 : le folklore de la région de Tata



Source : Photos prises lors de notre participation aux différentes cérémonies folklorique de Tata

Le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani a les potentialités qu'il faut pour développer une attraction et une attractivité pour faire venir à la fois des investisseurs, des touristes. L'AMDJB se donne pour mission d'aider les jeunes et les femmes pour innover des activités génératrice de revenu par la valorisation et la communication des produits du terroir, les produits touristiques, les produits artisanaux etc...permettant ainsi de lutte contre le chômage en milieu rural.

I-3 : Démarches et vision stratégiques de l'AMDJB

En dépit de l'ensemble des potentialités et les menaces du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani que l'on vient d'énumérer, l'association marocaine du développement du Jbel Bani qui a à charge la gestion du TSGJB est conscient de l'ensemble de ces difficultés et entraves.

Pendant notre discussion avec Mr. Simon Patrick qui préside l'AMDJB, on l'a beaucoup interrogé sur sa vision de lien entre le TSGJB et la régionalisation avancée, il nous a convaincu que Le TSGJB (qui englobe trois régions) n'est pas à l'opposé de la régionalisation avancée au contraire, car en visant un développement interrégionale qui se caractérise entre autre chose par une culture vernaculaire oasisienne homogène et reconnue dans sa globalité du territoire défini par la chaîne montagneuse du Jbel Bani ; par ses limites géographiques, géologiques déterminant une unité humaine répartie entre Océan, Désert, Plaines et Oasis.

Vu que les régions du TGJB restent encore enclavées, par le manque de mobilité aérienne, il est convaincu par la lecture historique qui liee ses trois régions par ce qu'il a défini par la « Voir Royale Oasis » qu'il existe en cela une véritable connexion entre les trois régions. De ce fait ce modèle de développement interrégional agit avec la régionalisation avancée en

facilitant le développement par l'attraction et l'attractivité humaine, sociale, régionale pour faire venir des investisseurs permettant ainsi la volonté de réalisation de projets pilotes pour :

- ✓ Favoriser une cohésion interrégionale,
- ✓ Intensifier des liens humains et sociaux territoriaux,
Réinterpréter et réorienter actuelle vers de l'économie verte et circulaire partagé avec les divers acteurs sociaux locaux, provinciaux et régionaux afin de créer des emplois,
- ✓ Provoquer des actions inclusives et intégrées permettant de garantir le droit des personnes et agir auprès des divers acteurs sociaux afin d'être en partage et à leur écoute sans exclusion.

De ce fait, l'AMDJB-Géoparc Jbel Bani vise un développement transversal, inclusif, intégré et durable qui se doit d'apporter de la nouveauté et remettre en cause la stratégie marketing et d'attractivité des territoires dans le but d'attirer des individus et ménages, exercer une attraction sur les investisseurs, créer des clusters, agissant ainsi tant que pôle de compétitivité destinés à renforcer la coopération entre tous les acteurs Public/Privé de l'ensemble du territoire soutenable, pour une meilleure attractivité du territoire du TSGJB.

Pour convaincre, l'AMDJB-Géoparc Jbel Bani, a réalisé divers projets pilotes dont trois qui génèrent des emplois directs et indirects et qui permettent à de nombreux visiteurs à venir découvrir le territoire. Ces concrétisations démontrent parfaitement la réussite en milieu rural et démontrent qu'il est possible d'aller plus loin pour promouvoir ce territoire.

Projet I : Dar Infiane/ Douar Infiane

Figure 9 : Chambre et spatio de Dar Infiane



Source : Photos prises lors de notre séjour à Dar Infiane

Durant notre stage, Dar Infiane maison d'hôtes classée deuxième catégorie et labélisée "clef verte", premier label environnemental marocain et international pour l'hébergement touristique écologique dont le siège est à Tata, a été notre maison d'accueil. C'est un

hébergement touristique écologique avec 9 chambres. D'une ruine de cinq siècles d'âge réhabilité avec beaucoup d'amour et passion pour accueillir en hébergement touristique classé des visiteurs. C'est une maison d'hôte authentique avec ses couleurs, ses chambres pleines de charmes avec ses plafonds typique et propre à la région de Tata. Cette maison d'hôtes est culturellement conçue pour respecter les conditions de vie en climat aride et milieu oasien avec une ventilation passive.

Projet II : Maison chez Lahcen

Figure 10 : La vue panoramique sur le oued et le spatio de la mais chez Lahcen

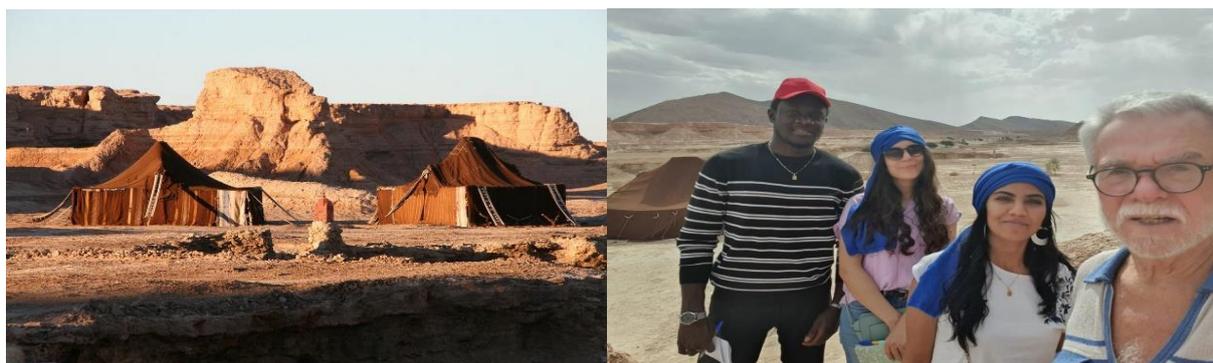


Source : Prises de photo lors de notre visite d'inspection avec Mr. Patrick SIMON

La maison d'hôte chez Lahcen est aussi labélisée "clef vert". C'est une chambre d'hôtes, traditionnel, qui a été restauré avec des matériaux locaux et situé au sein du Douar Akka Nait sidi, Tiznit sis à 62 km de Tata. C'est un douar situé au milieu d'une oasis plantée de palmiers dattiers donnant d'excellentes dattes de diverses qualités et cette région est riche également en gravures rupestres. Elle comprend quatre chambres spacieuses de 1 à 4 personnes bien équipées. Elle a une vue panoramique sur l'Oued, la palmeraie et le douar à travers ses patios.

Projet III : Campement Akka Nait Sidi

Figure 11 : Les tentes et l'espace du désert du campement Akka Nait Sidi



Source : Prises de photo lors de notre visite d'inspection avec Mr. Patrick SIMON

Le campement Akka nait Sidi, se trouve au milieu de nulle part, encore un espace qui a été abandonné, sans vie, donc avec l'installation de ces tentes bien équipées (douche, toilettes...) et quelques aménagements pour la mobilité des visiteurs, il est devenu un espace attractif.

A l'extérieur de ces tentes, il y a tous les équipements qu'il faut avec cuisine, sanitaire pour permettre aux visiteurs de passer des moments agréables et inoubliables. L'espace se trouve au beau milieu d'un désert avec un ciel étoilé, des couchés de soleil uniques aux couleurs ocre rouge, jaune, pourpre etc.

L'AMDJB-Géoparc Jbel Bani, à travers ses trois projets pilotes, ils ont créé les emplois qui sont repartis comme suit :

Tableau 7 : Emplois directs et indirects en chiffre de l'AMDJB

AMDJB à travers ses trois projets pilotes	
type d'emploi	Effectif
Directs	10
Indirects	17

Source : Données recueillies auprès du Président de l'AMDJB

Dans le but de développer un circuit touristique inclusive, ils ont aussi mise en œuvre le Réseau du Tourisme Durable et Rural du Géoparc du Jbel Bani(RTDRGJB) qui compte :

- 75 circuits touristiques interactifs
- 149 établissements touristiquement classés
- 3700 chambres touristiquement agréés sur le territoire du Jbel Bani
- 10000 chambres pour les villes des aéroports périphériques desservant ce territoire

L'AMDJB est consciente de la potentialité et des opportunités offertes par les nouvelles technologies qui permettent surtout d'avoir une projection sur le futur et également une meilleure communication avec l'extérieur.

Grace à ses efforts, ils sont classés dans le TOP 1% par Google Alexa Amazon qui gère en fin d'Avril 2021 1MM840 millions de sites web de par le monde, ce qui permet de déduire que leurs sites web, portails réseaux sociaux etc. sont très touchés par les internautes, ce qui joue en faveur du TGJB en terme de communication avec l'extérieur.

Ils ont également mis en œuvre un GIE (groupement d'intérêt économique) avec par exemple la coopérative AJIAI pour mieux valoriser les « tapis de Tata » en faisant bénéficier cette coopérative de l'usage de leur site d'internet pour lui permettre de faire la promotion et vendre par correspondance. L'objectif de ce GIE est de permettre aux femmes une rémunération plus attractive.

Le développement durable qui vise une utilisation rationnelle des ressources par la génération présente dans le but de ne pas empêcher ceux du futur de jouir également de ces ressources, est couronné par 17 objectifs qui ont été fixés en 2015 pour l'agenda de 2030.

Le TSGJB à travers l'AMDJB vise à progresser dans ce contexte par la mise en place de clubs des ODD(s) pour former des jeunes en tant que formateurs sur les objectifs du développement durable.

Un autre projet en cours, consiste la mise en œuvre d'un Mooc qui fera l'objet d'un canal d'échanges sur les sujets qui portent sur le TSGJB et l'écotourisme et aussi une prévision de formation des jeunes en métier du tourisme et agro-éco-tourisme, ce qui leur permettra de créer des emplois pour les jeunes du milieu rural et promouvoir un tourisme rural dans la perspective d'un développement rural transversal, inclusif et durable.

Tableau 8 : Prévision d'emplois directs et indirects de l'AMDJB en chiffre

Prévision de l'AMDJB sur 2 ans en agro-éco-tourisme	
Types d'emploi	Effectif
Directs	600
Indirects	600

Source : Données recueillies auprès du Président de l'AMDJB

En guise de conclusion, les concrétisations et la prévision de l'AMDJB en matière de promotion du tourisme rural, la valorisation des ressources spécifiques (patrimoine, culture...) du territoire et la création d'emploi ont certes exprimées la volonté et la dynamique de cette équipe à donner une image et une perception différente au monde rural. Cependant, malgré les arguments avancés par le président de l'AMDJB pour montrer la pertinence du fusionnement de trois régions du GJB afin de favoriser un développement intégré, inclusif et durable, on reste encore réticent par rapport à cela. Car, l'un des principes de la régionalisation avancée, est celui de la 'non tutelle entre les collectivités territoriales' qui a été instauré dans le but d'empêcher toute tentative de hiérarchisation entre les collectivités territoriales affirmé par la loi 47-96 relative à l'organisation de la région³⁶. Nous réaffirmons cette affirmation surtout avec les problèmes qui existent entre les Elus locaux que ce soit d'ordre politique, personnel ou autre qui peuvent cautionner la dépendance d'une région par rapport à une autre. Ainsi, cela n'empêche pas également d'accepter l'importance de cette harmonisation humaine et ce modèle de développement unique basé sur l'homogénéité des ressources de ces régions visé par le GJB.

Section II : Entrepreneuriat des jeunes et des femmes dans le TSGJB

L'AMDJB comme étant une structure de droit marocain qui se charge à la gestion du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB).Grâce à ses efforts et à travers ses trois projets pilotes, a généré des emplois directs et indirects et aussi permettre à certains jeunes de bénéficier des formations dans le domaine du tourisme comme l'exemple concret, Mr.Abdelmajid OUCHIKH qui est devenu l'actuel secrétaire général adjoint de l'AMDJB et le responsable de point d'information touristique, également le 'Restaurant El Jaouhara' référence de Tata, qui bénéficie de la formation et l'accompagnement auprès de l'AMDJB. Mais la formation et la création d'emploi en grand nombre reste dans un cadre de prévision.

Ainsi dans le territoire, il y a pleins d'autres associations, coopératives, incubateurs et centre de formations qui nous ont permis d'analyser les compétences et la place accordée aux jeunes et aux femmes à innover des activités entrepreneuriales à travers des entretiens directs, des focus groupe et un questionnaire que nous avons réalisé pendant notre stage au sein du TSGJB..

³⁶Loi no 47-96 du 27 mars 1997 relative à l'organisation de la région, promulguée par dahir no 1-97-84 du 2 avril 1997.

II-1 : Résultats et analyses sur l'enquête des compétences entrepreneuriales des jeunes et des femmes dans le TSGJB.

II-1.1 : Enquête de terrain et méthodologie adoptée

Pour les fins de notre étude, nous avons eu à réaliser des enquêtes auprès des jeunes et les personnes responsables pour pouvoir déterminer les intentions entrepreneuriales de ces jeunes et savoir aussi les freins qui les empêchent d'aller vers l'avant dans le TSGJB. De ce fait, deux grands moyens d'enquête ont été adoptés :

- 1- Enquête par entretien : Dans cette catégorie, une série d'entretiens semi-directifs ont été réalisés. Les personnes-ressources interrogées occupent des fonctions de responsabilité liées à l'action entrepreneuriale dans le TSGJB. Elles s'exercent dans les structures suivantes :(voir le tableau numéro 9)

Tableau 9 : Structures d'accompagnement et centre de formation interviewés

Structure	Objectif	Fonction de la Personne interviewée
MAYA Motiv	Son objectif consiste à former, accompagner et réaliser le suivi pour les créateurs ou repreneurs d'entreprise.	Mr. Abdessadek BOULAKHBAR : Directeur "Maya Motiv" et Mme Zineb OUBENMOU : Enseignante en marketing à l'OFPPPT de Tata et consultante du "Maya Motiv"
Association marocaine de développement du Géoparc Jbel Bani(AMDJB)	Son objectif consiste à promouvoir le tourisme rural et l'entrepreneuriat des jeunes dans une perspective de développement inter-régional intégré, durable et inclusif.	Mr. Patrick SIMON : Président de l'AMDJB Mr.Abdelmajid OUCIKH : Secrétaire général adjoint de l'AMDJB
Association Féminine de développement	Son objectif consiste à former les jeunes femmes pour mieux intégrer la vie	Mme Aicha : Présidente de l'association féminine de développement

	active et diminuer leur précarité.	
Makanatha de Tata	Ils ont pour objectif la formation, l'accompagnement et le suivi des créateurs ou repreneurs d'entreprise.	

Source : Etabli par nous même à partir des renseignements des incubateurs

En vue de mener à bien les entrevues, un guide d'entretien a été préparé (Voir l'annexe 1). Les questions posées se rattachaient principalement aux opportunités qui sont offertes aux jeunes en termes de formation, l'accompagnement, le suivi et également les difficultés auxquelles ils font face. Ainsi une question leur a été adressée sur leur vision. Notre objectif à travers ces entretiens est de savoir la place accordée aux jeunes à entreprendre, les secteurs d'activités convoités et l'efficacité de leur accompagnement.

Annexe 1

Focus groupe avec les incubateurs

- 1- Votre centre existe depuis combien de temps et quels sont vos objectifs ?
- 2- Quelles sont les opportunités offertes aux jeunes et aux femmes en termes d'innovation des activités entrepreneuriales :

Formation :

Accompagnement :

Financement :

Suivi :

- 3- Comment procédez-vous pour sélectionner ceux qui doivent bénéficier la formation, est-ce seulement ceux qui ont déjà un projet ?
- 4- Quels sont les secteurs d'activités les plus convoités par les jeunes ?
- 5- Combien de jeunes qui ont réussi à monter leur entreprise suite après une formation offerte et est-ce que ces entreprises créées fonctionnent encore ? si non quelles en sont les causes selon vous ?
- 6- Quels sont selon vous les atouts du TSGJB à entreprendre et quel votre vision ?

En ce qui concerne le traitement des données, nous avons utilisé la méthode d'analyse du contenu. Cette dernière nous a aidés, grâce au logiciel Excel, à repérer, à classifier, à analyser et à interpréter les informations à partir des entretiens retranscrits.

1.1 Résultats et Analyse de l'enquête par entretien

❖ **Incubateur Maya Motiv**

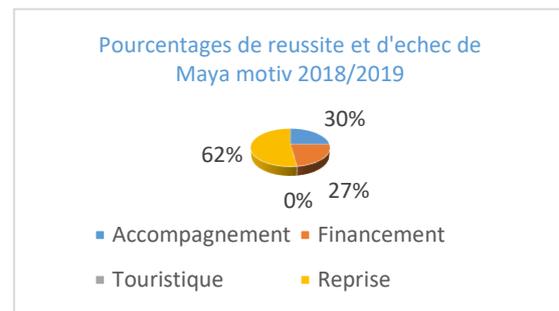
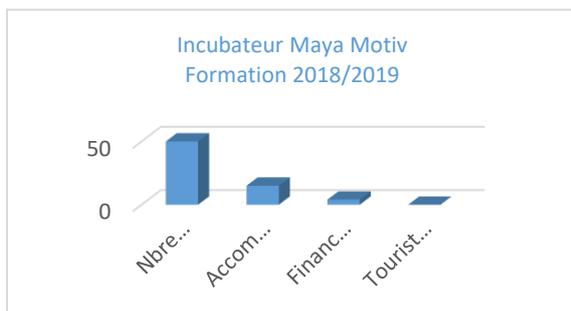
A la date du 25 Mai 2021, on a eu un entretien au siège de "Maya Motiv" avec Mr. Abdessadek, le directeur et Mme Zineb, consultante en présence de Mr. Abdelmajid OUCIKH qui nous a aidé avec la traduction.

Maya Motiv existe depuis 2016, à cette époque il s'exerce dans la formation mais à partir de 2018, il s'oriente vers l'accompagnement et le suivi pour les jeunes créateurs ou repreneurs d'entreprise.

La sélection se fait sur la base d'un entretien dans le but de juger la pertinence du projet souhaité mettre en œuvre. Les catégories de jeunes ciblés sont ; ceux qui ont déjà une idée de projet, ceux qui n'ont aucune idée et enfin ceux qui ont déjà un projet en cours. Ainsi, dans un premier temps, ils font l'étude du projet pour passer à la formation qui est l'un des atouts pour bénéficier le financement et enfin ils font le business plan et l'étude financière du projet avant de le présenter aux bailleurs de fonds pour la demande du financement.

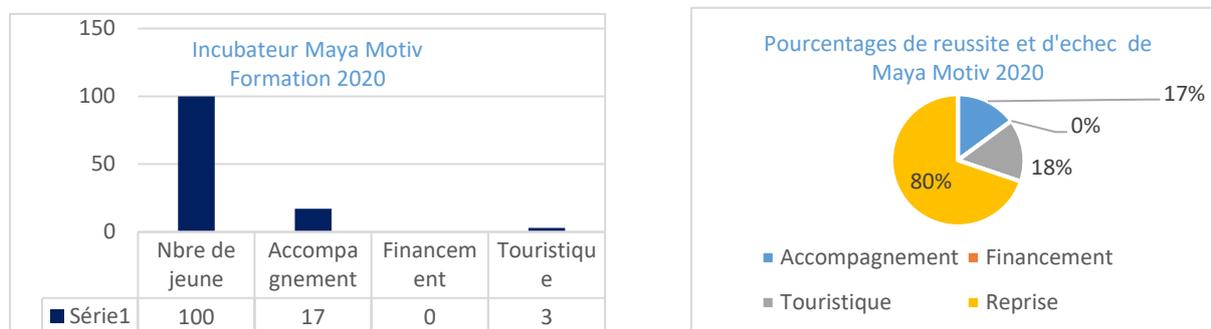
Ainsi pour l'exercice 2018-2019, ils ont fait l'entretien pour 50 jeunes et 15 seulement ont été retenu pour bénéficier de l'accompagnement et il n'y avait que 4 jeunes parmi eux qui ont eu à bénéficier du financement. (Voir les graphiques ci-dessous)

Figures 12 : Effectifs et résultats de l'incubateur Maya Motiv pour l'exercice 2018/2019



Pour l'exercice 2019-2020 qui traîne jusqu'en 2021 à cause de la pandémie Covid19 qui retarde le processus, sur 100 jeunes sélectionnées il n'y a que 17 qui sont en cours d'accompagnement et ils n'ont pas encore présenté ses projets aux bailleurs de fond pour savoir s'ils vont bénéficier du financement ou non. Ainsi les informations présentées dans les graphiques de l'exercice 2019-2020 sont considérées comme étant des résultats préliminaires (Voir les graphiques ci-dessous)

Figures 13 : Effectifs et résultats de l'incubateur Maya Motiv pour l'exercice 2020



Quant au bailleur de fond, il existe l'INDH, Tata initiative, Souss massa initiative etc. Qui sont là pour financier les projets mais l'une des conditions nécessaires pour pouvoir obtenir le financement est celle de la pertinence du projet.

Que sous-entendent les résultats de l'incubateur Maya Motiv pour les deux exercices ?

Toutefois, il convient de rappeler qu'un individu peut être motivé et désireux de démarrer une nouvelle entreprise, mais se heurte parfois à de grands obstacles. A cet effet, la recherche en entrepreneuriat tend à montrer qu'il existe une panoplie de facteurs pouvant altérer l'action entrepreneuriale chez l'individu, entrepreneur réel soit-il ou bien un aspirant entrepreneur (Singh Sandhu et al 2011).

Ainsi, les travaux menés par les chercheurs confirment la présence de nombreux obstacles auxquels font face les jeunes dans leur élan entrepreneurial. Selon Gheorghe et ses collègues(2012), les jeunes entrepreneurs sont parfois freinés particulièrement en raison d'un manque de financement (dû principalement à la méfiance des prêteurs, des banques et autres institutions financières), d'un environnement économique défavorable aux start-ups, d'un manque de main-d'œuvres qualifiées ou encore des préoccupations concernant la corruption et les difficultés administratives.

Cependant dans le cas de l'incubateur "Maya Motiv" et Vue que notre problématique qui porte sur la mise en écotourisme du TSGJB, la toute première analyse qu'on doit faire, est que dans les deux exercices de l'incubateur "Maya motive" il y a un manque d'innovation des activités touristiques voir une absence puisque c'est seulement dans l'exercice 2020 il y avait trois projet liés aux activités touristique qui représente seulement 18% .Cependant, selon l'économie mondiale, le secteur du tourisme joue un rôle important en termes de réduction de

la pauvreté, de l'exclusion sociale et des inégalités territoriales. Il génère des effets multiplicateurs sur le volet social, culturel et environnemental et est perçu comme un excellent vecteur pour le développement économique des territoires à travers l'innovation des activités dans le secteur.

D'autre part selon le témoignage de Mr. Adessadek et Mme Zineb ce manque d'innovation des activités touristiques est caractérisé par une absence d'esprit entrepreneuriale chez les jeunes. Il y a ceux qui entendent parler de l'entrepreneuriat que lorsqu'ils arrivent au centre de "Maya Motiv" est c'est ce qui est à l'origine de l'échec des résultats du nombre de projet réussi et le nombre de projet financé respectivement 27 % financé sur un accompagnement de 30% en 2018 et 17% de 100 jeunes sélectionnés au début, arrivent à constituer leur projet et en cours d'accompagnement pour 2020 qui ne sont pas encore présentés aux bailleurs de fond.

Enfin, en ce qui concerne l'effectif sélectionné, par exemple seulement 50 jeunes en 2018 et 100 en 2020 qui selon nous très minime. Toujours d'après ce que nous témoigne Mme Zineb, est que, dans un premier temps, y a un problème de proximité pour les jeunes, comme on l'a déjà mentionné dans notre diagnostic le TSGJB est encore enclavé, les gens habitent dans les montagnes, dans les douars et la distance des douars est de minimum 2 à 3Km par marche ce qui pose un problème d'assiduité des jeunes au cours de la formation et des fois il est difficile pour les jeunes de trouver une idée de projet innovante. D'autre part y a un problème de communication, ce problème de distance entre les douars fait qu'il y a des jeunes qui ne sont même pas au courant s'il existe un incubateur ou un centre de formation en entrepreneuriat à leur disponibilité.

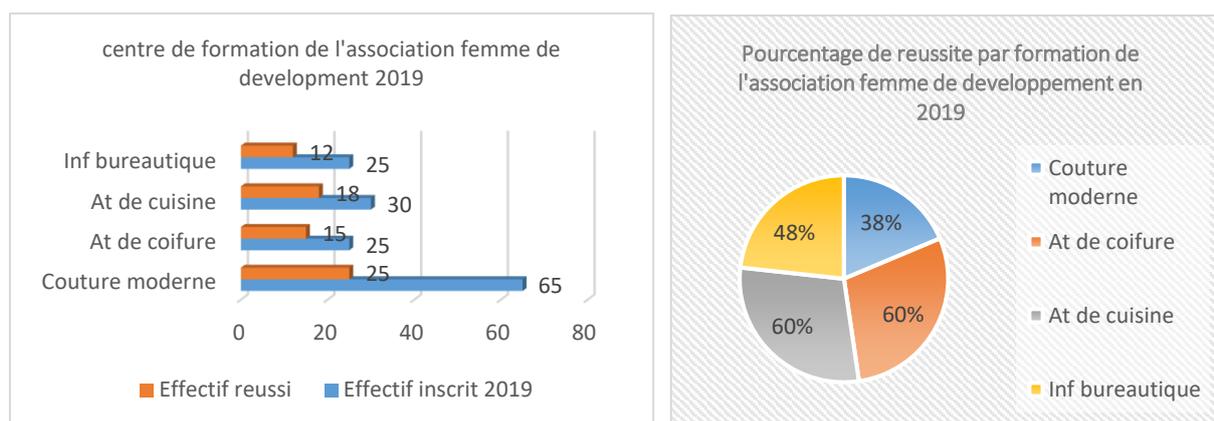
❖ **Association de développement Féminine**

Le 30 Mai 2021, on a eu à discuter avec la présidente de l'association de développement féminine en l'occurrence Mme Aicha OUSSKOU. Cette association a pris naissance en 2002 et elle est spécialisée dans la transformation et vente des produits du territoire, le couscous de différentes variétés et également la formation des femmes dans les filières suivantes : Informatique bureautique, atelier de cuisine, atelier de coiffure de la femme, couture moderne et le tissage. La durée de formation des différentes filières est d'une année et à la fin du cursus, une délégation de l'entraide nationale est venue pour évaluer les jeunes femmes des différentes filières. Ainsi, à la fin, un diplôme professionnel venant du ministère de l'éducation nationale est délivré en fonction des résultats de l'évaluation effectué par la délégation de l'entraide nationale.

L'administration de cette association est gérée par une présidente, un directeur général, une assistante sociale, une secrétaire et un comptable. Ils ont un local avec des salles bien équipées pour toutes les filières respectives. Du côté financier, ils bénéficient le support de l'INDH pour faire fonctionner l'administration. Ainsi leur objectif consiste à diminuer la précarité des femmes et valoriser les produits du terroir.

Pour l'association féminine de développement présidée par Mme Aicha OUSSKOU au niveau de la formation des femmes dans les différentes, notre étude est portée seulement sur les deux dernières années, à savoir ;l'année 2019 est celle de 2020. Ainsi selon les données recueillies de la part de l'administration, on est conclu avec les résultats suivants ;(voir les graphiques en dessous).

Figures 14: les filières avec les effectifs et les résultats de l'exercice 2019 de l'association féminine de développement ;



Avant toute analyse, on doit faire la différence entre l'objectif d'un centre de formation et un incubateur.

La finalité d'un centre de formation vise sous la base d'une évaluation, la libération d'un certificat, d'une attestation ou d'un diplôme qui justifie une formation suivie pendant une période donnée. Par contre la finalité d'un incubateur vise la concrétisation ou la mise en œuvre d'un projet quelconque.

Ainsi comme sa dénomination l'indique, l'association féminine de développement a tout simplement une partie liée à la formation qui est loin d'exercer le métier d'un incubateur. En ce qui concerne les métiers du tourisme, toutes les filières de 'l'Association Féminine de Développement' y sont liées ;

L'informatique bureautique pourrait aider les jeunes femmes à décrocher des emplois dans des hôtels, dans des restaurants etc.

L'atelier de coiffure est également important car, cela va permettre aux jeunes femmes de mettre sur pied des studios pour desservir les visiteurs et pourquoi pas les habitants de la région également.

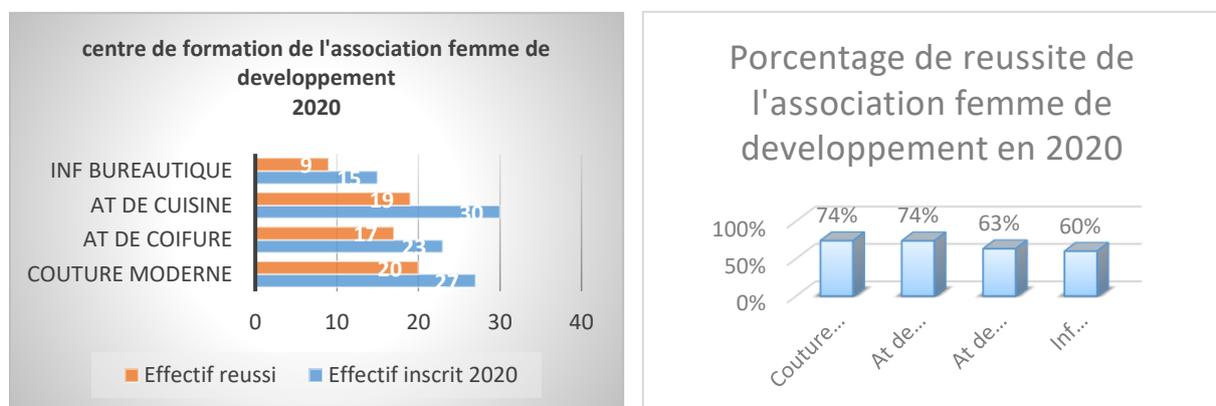
Une formation en atelier de cuisine est vraiment nécessaire pour savoir préparer les différents plats nationaux et également adapter à chaque culture en matière de gastronomie.

Enfin, la couture moderne qui a une importance capitale pour générer des revenus et promouvoir le vestimentaire traditionnel auprès de visiteurs. D'où la pertinence de centre de formation au développement des compétences aux services liés à l'activité touristique qui a en quelques sortes une grande importance pour la promotion du TSGJB.

En terme de résultats pour l'exercice 2019, on a constaté que les jeunes femmes sont beaucoup plus performantes en atelier de cuisine et en atelier de coiffure avec des résultats en pourcentage respectifs de 60% chacun. Par contre, elles ont moins avancé en informatique bureautique et la couture moderne avec des résultats respectifs de 48% et 38%.

Dans le but de faire une comparaison pour mieux juger la performance de ce centre formation, on avait aussi effectué un traitement des données de l'année 2020, qui nous donne les résultats suivants (voir les graphiques ci-dessous) ;

Figures 15: les filières avec les effectifs et les résultats de l'exercice 2019 de l'association féminine de développement ;



Les résultats de l'exercice de 2020 ont amélioré dans toutes les filières principalement dans la couture moderne et l'atelier de coiffure avec des pourcentages respectifs 74% chacun.

L'augmentation de la réussite de l'atelier de coiffure est de 26% et celle de la couture moderne est de 36% en 2020 par rapport à 2019 malgré la pandémie de la Covid19. Mais la filière informatique bureautique reste toujours au bas de l'échelle même lorsqu'elle génère une augmentation en 2020 de 12% par rapport à 2019. Ce déficit en informatique est le résultat de l'absentéisme des jeunes lors des séances, d'après ce que nous a rapporté la présidente de l'association.

1.2 : Résultats et analyses de l'enquête par questionnaire

Une enquête par questionnaire a été effectuée auprès de jeunes. En ce qui concerne le contenu de ce dernier, il a été réparti en quatre parties (voir l'annexe 2).

Notre objectif était de savoir l'intention entrepreneuriale des jeunes du TSGJB, les difficultés auxquelles ils font face, les opportunités qui leur ont offert et enfin savoir s'ils ont les compétences nécessaires pour gérer leur entreprise après la création et d'assurer sa pérennité en se basant sur questions principales listées dans l'annexe 2.

Renforcement des capacités entrepreneuriales et managériales des jeunes et des femmes

Objectif : Nous travaillons sur la problématique des capacités entrepreneuriales et managériales des jeunes et des femmes dans le TSGJB. Ainsi, afin de mener à bien notre étude, ce questionnaire vous est adressé dans le but d'évaluer les acquis et les manques en capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes du TSGJB. Nous vous remercions par avance pour votre collaboration.

1^{ère} partie : Questions personnelles

1- Nom complet :

2- Sexe :

3- Vous vous situez dans quelle tranche d'âge

Moins de 25 ans de 25 à 30 ans 30 ans au plus

4- Etes-vous :

Fonctionnaire Entrepreneur Chômeur

5- Avez-vous une idée de projet ?

Oui Non

6- Quel est/quel serait le secteur d'activité dont vous exercez/vous souhaiteriez exercer ?

Touristique Commerce Artisanat Services Autres..... (Précisez)

7- Quel est votre niveau d'études ?

Lycée Universitaire Autre..... (Précisez)

8- Avez-vous déjà bénéficié une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise ?

Oui Non

9- Sentez-vous avoir les compétences nécessaires pour monter et gérer une entreprise ?

Oui Non

10- Quel est/quel serait votre motivation à entreprendre ?

Expérience Formation Besoin d'autonomie Autre..... (Précisez)

11- Les problèmes qui vous empêchent de passer à l'action sont d'ordres ;

Financiers Fonciers Juridiques Autres..... (Précisez)

12- Avez-vous une maîtrise des nouvelles technologies d'information et de communication ?

Oui Non

Merci de votre collaboration

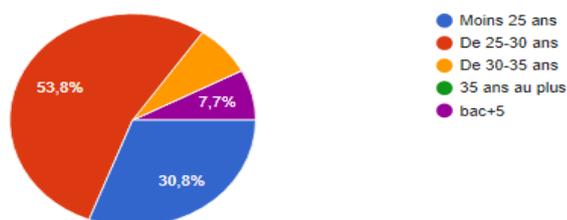
Quant au mode d'administration du questionnaire, nous avons privilégié la diffusion électronique en ligne. Ainsi, après sa conception à l'aide de l'outil Google Forms, le questionnaire a été envoyé via un lien électronique aux jeunes et aux femmes du TSGJB. De surcroît, nous avons partagé le lien électronique du questionnaire sur les principaux groupes des jeunes sur Facebook et WhatsApp grâce au contact qu'on a eu avec eux durant notre de stage. L'objectif de cette sous-section est de caractériser le comportement des jeunes enquêtés en matière d'entrepreneuriat.

II.1.2 : Description de l'échantillon

Notre échantillon est composé de 50 jeunes ayant répondu au questionnaire. Ainsi, notre objectif à travers cet échantillon, est de savoir les difficultés auxquels ils font face pour monter leurs entreprises, leur niveau de formation, leur tranche d'âge, leur genre, leur motivation etc....ce qui nous permettra de déterminer le climat entrepreneurial en termes d'opportunité dans le TSGJB.

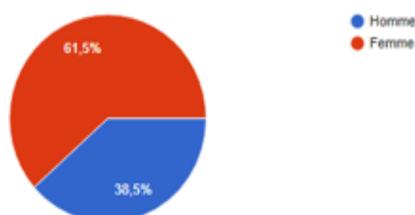
Les principaux résultats relatifs à leurs données sociodémographiques sont résumés comme suit :

- Environ la moitié (53,8%) est des jeunes adultes située dans la tranche d'âge entre 25 et 30 ans.



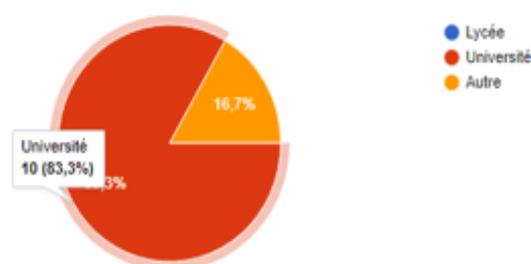
Les données obtenues du questionnaire relèvent que 53.8% de jeunes se trouve entre 25 et 30 ans. Ce résultat sous-entend que les jeunes semblent être très attirés par la création ou la reprise d'une nouvelle affaire. Ainsi ce constat nous a également été fait à partir des entrevues réalisées avec certains responsables. En effet, les responsables interviewés ont noté que la tranche d'âge des personnes s'orientant vers l'entrepreneuriat ne dépasse pas 35 ans.

- Plus que la moitié (65,5%) est de sexe féminin et seulement 38% est de sexe masculin



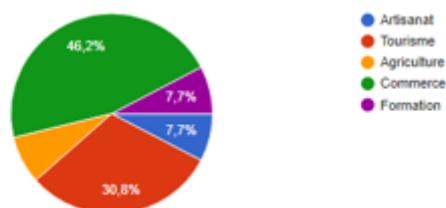
En se penchant sur leur profil, on s'aperçoit que les femmes représentent la majorité (61.5%). Ce qui signifie que dans le TSGJB, les femmes sont beaucoup plus motivées par le domaine entrepreneuriale. L'explication est que, selon nos discussions avec les personnes-ressources, les femmes s'orientent plus vers la transformation des produits du terroir qui sont d'ailleurs en grande quantités et elles agissent en association que les hommes qui cherchent plutôt à se lancer dans le secteur du commerce avec une faible innovation qui les empêche à avoir le financement ce qui suscite leur découragement.

- Quant à leur niveau d'études, on a eu 12 réponses 83,3% d'entre eux ont un niveau universitaire.



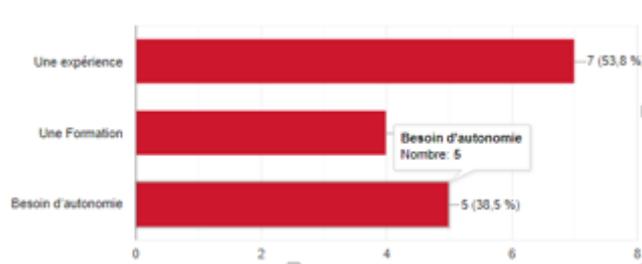
Les étudiants expriment en grande nombre (83.3%), leur ambition de vouloir créer ou reprendre une entreprise contre ceux du lycée qui n'expriment même pas leur envie de se lancer en entrepreneuriat. Cette absence des jeunes lycéens en entrepreneuriat est caractérisée par une absence de culture ou d'esprit entrepreneuriale de base chez les jeunes. Ainsi cela a été confirmé par Mme Zineb Consultante de l'incubateur "Maya Motiv" à travers leur entretien pour détecter les idées de projet des jeunes, les 100% des jeunes interrogés ont au fait, l'intention d'entreprendre mais qui n'ont malheureusement pas une idée de projet pertinent. La majorité veulent ouvrir un café ou un restaurant et à la question pourquoi ? Leur réponse n'est autre que parce que ça marche bien.

- Pour la question sur le secteur d'activité nous avons recueilli que la plus forte proportion préférerait s'exercer dans le secteur du commerce et celui du tourisme avec des résultats en pourcentage respectifs de 46,2% et 30,8%.



La question sur le secteur d'activité a été adressée aux jeunes dans le but de savoir le secteur d'activité le plus convoité par les jeunes et leur motivation dans le secteur du tourisme. Ainsi le constat qu'on a pu faire, est que un bon nombre d'entre eux investit et/ou souhaiterait investir dans le secteur du commerce (46,2%) contre 30,8% qui investit et/ou souhaiterait investir dans le secteur du tourisme, un échantillon (secteur du tourisme) qui selon nous très faible, manifesté par les jeunes pour promouvoir l'écotourisme du TSGJB. Cependant Le tourisme constitue un pilier majeur de la croissance économique marocaine. « En 2019, le Maroc a accueilli 12.9 millions de touristes aux postes frontières. Il a contribué à hauteur de 7% au PIB et 20% aux exportations des biens et services. Sa contribution à l'emploi est estimée à 550 000³⁷, soit 5% de la population active (OT, 2020)³⁸. Ce qui explique que le secteur du tourisme à une forte potentialité que les jeunes entrepreneurs devraient envisager à entreprendre, ce qui n'est pas le cas dans le TSGJB.

En ce qui concerne leur motivation, la plus forte proportion se réside en expérience vécue et besoin d'autonomie avec des valeurs respectifs de 53,8% et 38,5%.



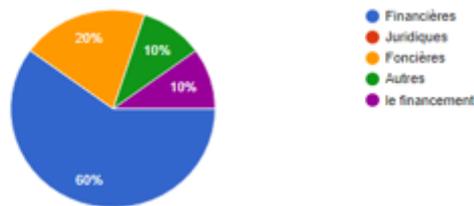
De l'analyse des motivations, à la base de l'entrée en entrepreneuriat des jeunes du TSGJB en fonction de notre échantillon, il en ressort que l'expérience(53,8%) et le besoin d'autonomie(38%) sont les principales motivations qui leur pousse à entreprendre une activité entrepreneuriale. Cependant, pour eux la formation suivie (7.7%) ne représente pas trop dans leur motivation. Par contre, dans un rapport publié par l'OCDE intitulé « Mesurer l'innovation ; un nouveau regard » en Mai 2019, ils ont affirmé que, dans le domaine de l'entrepreneuriat, la formation joue un rôle essentiel, en le présentant comme une évolution de carrière possible et en apportant les compétences nécessaires pour créer et développer des entreprises³⁹.D'où en quelque sorte, l'origine du manque de sens d'innovation chez les jeunes du TSGJB.

³⁷Selon le bilan de la vision 2010 (audition MTATAES 2020), le secteur a créé 450 000 emplois directs

³⁸Ce chiffre a été récemment confirmé par les données du contrat programme signé en 2020.

³⁹Rapport de l'OCDE « mesurer l'innovation ; un nouveau regard », publié en Mai 2019

- Sur cet échantillon de 50 jeunes, un effectif de 60% a répondu qu'ils font face à des difficultés financières et une tranche de valeur 20% font face à des difficultés foncières.

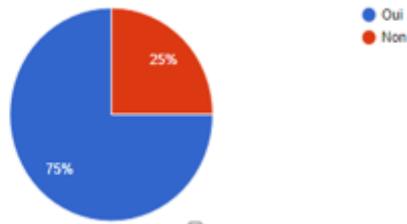


De manière générale, les freins à l'entrepreneuriat peuvent être liés à des facteurs endogènes comme ; le comportement de la personne face à la prise de risque, la peur de l'échec, le manque de compétences et de connaissances dans le domaine de l'entrepreneuriat ou à des facteurs exogènes comme ; l'accès au financement, la présence de réseaux professionnels, ou l'existence d'un tissu des affaires favorable etc. Donc selon notre échantillon, les jeunes font face aux difficultés financières (60%) et également le problème foncier (20%) qui sont considérés comme des freins exogènes .Cependant dans le but de promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes, plusieurs programmes de financement existent au niveau national pour financer les porteurs de projets à savoir :

- Programme du " crédits jeunes promoteurs" qui existe depuis 1997, son objectif, est d'encourager les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur ou professionnel à créer entreprises grâce à des conditions de financement très avantageuses.
- Programme intégré du " Fonds Hassan II" a comme objectif de faciliter l'accès au financement des jeunes porteurs de projets et de très petites entreprises.

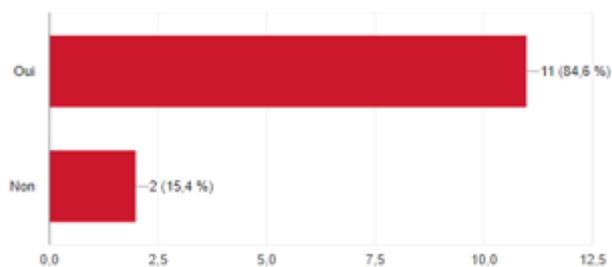
D'autre part au niveau des régions du TSGJB, il y a des programmes de financement des porteurs de projets comme par exemple ; l'INDH, Tata initiative, Souss Massa initiative etc....pour ne citer que cela, on se demande pourquoi les jeunes se retrouvent face à ce problème de financement ? Pour répondre à cette question, les personnes-ressources qui ont été interviewées, nous rapportent que la source de ce problème de financement vient dans le manque de la pertinence des projets en termes d'innovation, ils veulent tous faire la même chose.

- Les trois quart (3/4) bénéficient une formation en entrepreneuriat ou en création d'entreprise



Notre échantillon rapporte que les trois quart (75%) ont suivi une formation en création d'entreprise, ce qui est d'après nous une bonne chose, Par contre d'autre part une forte proportion déclare que cette formation suivie ne constitue pas réellement une source de motivation pour eux. Selon les incubateurs, la majorité des jeunes qui suivent la formation à 100%, sont ceux qui ont déjà leur projet et ils viennent assister la formation pour pouvoir bénéficier de l'accompagnement car c'est l'une parmi les critères exigés par les bailleurs de fond.

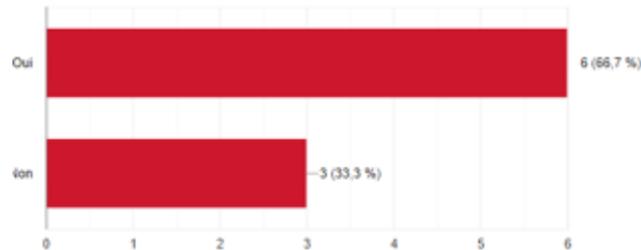
- Quant à l'utilisation des nouvelles technologies d'information et de communication qui a une importance capitale en termes de communication et marketing, par exemple ; l'usage d'un site web, une proportion de 84,6% en fait l'usage.



La technologie constitue une source d'avantage concurrentiel pour les entrepreneurs (Erno Tornikoski 2007)⁴⁰. La crise sanitaire de la covid19, réaffirme l'importance des nouvelles technologies et encore plus dans le domaine de l'entrepreneuriat en matière de communication et d'innovation. Notre échantillon révèle que la quasi-totalité (84.6%) des jeunes enquêtés en faire l'usage, ce qui constitue un atout pour les jeunes du TSGJB.

⁴⁰Erno Tornikoski « Entrepreneuriat, comment la technologie peut devenir un avantage concurrentiel » article publié le 28 Sept 2017 et consulté le 29 Juin 2021 à 00 :10

- Enfin, une question sur l'accompagnement leur a été adressée qui selon notre étude très importante. Ainsi, comme le montre le graphique ci-dessous, plus que la moitié ont bénéficié d'un accompagnement.



Selon nous, le résultat à cette question de l'accompagnement de 66.7% des jeunes qui déclarent avoir bénéficié un accompagnement n'est trop pertinent malgré cela dépasse la moitié de l'échantillon. Car, La réussite et la pérennité d'une entreprise sont couronnées par plusieurs facteurs à savoir ; la formation, l'accompagnement, le financement et le suivi. Mais, parmi eux l'accompagnement et le suivi ont une importance capitale dans le sens que ces deux facteurs vont permettre au créateur ou repreneur d'entreprise d'assurer la rentabilité et la pérennité de l'entreprise créée ou reprise comme l'a affirmé Mr. Abdelmounaim Madani, directeur général de L'ANAPEC en disant que l'accompagnement est considéré comme étant le nerf de guerre de l'entrepreneuriat ou encore le maillon fort de son écosystème⁴¹.

En guise de conclusion de notre enquête, les efforts conjugués par l'Etat à travers la présence de l'INDH dans presque toutes les régions et à travers pleins d'autres programmes pour promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes et également les incubateurs et les centre de formation dans le TSGJB, on a constaté que la place accordé aux jeunes dans le territoire du Géoparc Jbel Banni est acceptable. Cependant ils se trouvent bloqués par plusieurs obstacles qui s'emboitent les uns dans les autres, à savoir :

- Le manque d'esprit ou encore manque de la culture entrepreneuriale à la base chez les jeunes qui conditionne le manque de leur capacité à innover.
- La méthodologie adoptée par les incubateurs pour sélectionner ceux qui doivent suivre la formation est non adaptée car cela profite seulement à ceux qui ont déjà un projet. Par contre aucun effort n'est conjuguée pour aider ceux qui ont la difficulté de faire sortir leur idée de projet malgré leur envie d'entreprendre, Pourtant, « La promotion de l'entrepreneuriat ne doit pas seulement viser le financement mais doit se faire à travers

⁴¹Cité par Souad Badri« l'accompagnement entrepreneurial, le maillon fort de son écosystème » Le, Matin.ma, Publié le 18 Avril 2020 et consulté le 12 Mai 2021

l'enseignement et la formation dans le but de faire développer l'état d'esprit et les compétences appropriés pour l'entrepreneuriat »⁴².

- A partir de l'enquête par questionnaire, c'est le manque de capital de départ qui représente l'obstacle majeur dans le processus d'entrepreneuriat du TSGJB pour les jeunes. Il est cité par 60%, ce qui paraît paradoxale avec l'existence des panoplies de programmes de financement pour l'entrepreneuriat des jeunes. Ainsi, ce résultat confirme les conclusions établies lors du Forum Economique Mondiale qui dans son rapport « The Africa Competitiveness(2017) », pointe le manque d'accès au financement comme un des principaux obstacles à la création d'entreprises au Maroc (Robichaud et al 2010). Pour le cas des jeunes du TSGJB, n'est-ce pas plutôt un problème de structure des projets soumis ? parce que si le porteur de projet n'a pas les compétences qu'il faut pour gérer ce fond demandé, on aura toujours des résultats pareils. D'où un problème d'accès au financement caractérisé par un d'accompagnement non pertinent.

Enfin, concernant la promotion ou encore la mise en écotourisme du TSGJB, à part l'AMDJB qui souhaiterait former des jeunes dans le métier du tourisme, les autres incubateurs ne font pas une orientation pour les jeunes dans ce secteur. D'où la nécessité de la mise en œuvre d'un autre modèle d'accompagnement en entrepreneuriat des jeunes qui doit mettre l'accent sur une formation qui vise à les aider à développer leur esprit entrepreneurial en tenant compte de l'opportunité touristique du TSGJB, cela doit se faire dans une démarche participative avec les Elus, les acteurs du secteur et la population dans le but de promouvoir l'écotourisme du TSGJB.

Ainsi avant la proposition de ce plan d'action pour un autre modèle d'accompagnement dans le TSGJB afin de mieux aider les jeunes à développer leur capacité à détecter des opportunités , il nous est nécessaire de voir les impacts de la formation offertes par les incubateurs sur les capacités entrepreneuriales des jeunes pour la création et l'innovation des activités génératrices de revenus afin de promouvoir le TSGJB.

⁴² INFORM « Autonomiser la prochaine génération des jeunes entrepreneurs » Publié en Juillet 2014 et consulté le 17 Janvier 2020.

II.2 : Impacts du renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes sur la mise en écotourisme du TSGJB

Les formations données par les centres de formation et les différents incubateurs malgré leur insuffisance, ont entraîné d'une façon ou d'une autre des impacts positifs sur la mise en écotourisme du TSGJB :

- L'AMDGB, la structure qui se charge à la gestion du TSGJB, se charge aussi à former et sensibiliser les jeunes sur les ODD(s), ce qui leur permettrait de devenir des personnes responsables et leaders au sein des communautés.

Ainsi, à travers ses trois projets pilotes, qui génèrent 10 emplois directs et 17 emplois indirects, tous ces personnels ont reçu leur formation chez l'association, par exemple en restauration pour les visiteurs, en administration en création sites d'internet etc...

D'autre part, ils font de l'accompagnement et la promotion pour les associations à travers un groupement d'intérêt économique (GIE), et sur leurs différents sites d'internet, comme exemple concret, on a la coopération AJIAL qui est reconnu au niveau international grâce à la promotion et aux efforts de l'AMDJB.

Enfin, les sites d'internet de l'AMDJB qui communiquent le TSGJB vers l'extérieur font partie des 1% mondial du Google Alexa⁴³, ceci étant dit, beaucoup des gens connaissent le territoire à travers l'internet.

Donc toutes ces actions contribuent grandement à la création d'emplois et à la promotion pour la mise en écotourisme du TSGJB.

- Maya Motiv et Makanatha des incubateurs qui ont pour objectif de former et d'orienter des jeunes vers l'entrepreneuriat en leur dotant des capacités nécessaires afin de réduire la pauvreté et la précarité des jeunes et des femmes en valorisant les ressources spécifiques à travers la création ou la reprise des entreprises.

Ceux qui bénéficient de la formation et de l'accompagnement chez Maya Motiv, arrive à monter leur entreprise, comme par exemple , la mise en place du restaurant "Jaouhara" qui offre une gastronomie diversifié au visiteurs et aussi la mise en place du "Tata Bio" qui a un standard de super marche qui réunit les produits(produits artisanaux, produits du terroir

⁴³Toutes les informations concernant le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB), nous ont été parvenues de la part du président de l'AMDJB en l'occurrence Mr. Patrick SIMON et de Mr.Abdelmajid OUCHKI, Secrétaire général adjoint de l'AMDJB et également à travers son site d'internet du www.portailsudmaroc.com

etc....) de 48 coopératives dans un seul point de vente pour mieux servir les visiteurs et les offrir une expériences différentes.

- Association Féminine de Développement oriente les femmes à travers la formation qu'elle offre à ces jeunes femmes dans des filières différentes et qui sont surtout liées au secteur du tourisme ont une grande importance pour la promotion du TSGJB.

Promouvoir la mise en écotourisme du TSGJB ne suffit pas seulement d'élaborer des stratégies pour faire le faire découvrir mais il faut également créer les conditions nécessaires pour leur accueillir. Parmi ces conditions, la formation des gens pour leur restauration, leur hébergement et les autres services est un facteur important. Ainsi la formation donnée dans toutes les filières chez "l'Association Féminine de Développement" contribue d'une façon ou d'une autre à la mise en écotourisme du TSGJB car, la rétention des visiteurs ne va pas seulement être caractérisée par la beauté du territoire mais aussi de la qualité des services offerts, de l'accueil et de l'expérience vécue.

- Enfin, Centre Info Energie (CIE) de Tata, qu'on a eu à visité et discuté avec les responsables sur leur objectif, oriente les jeunes en matière d'efficacité énergétique, l'utilisation et la valorisation des énergies renouvelables, a aussi un impact important sur la mise en écotourisme du TSGJB, surtout pour les jeunes qui ont des projets qui consomment beaucoup d'énergies.

En somme, Vue les impacts des efforts de ces centre de formations et de ces incubateurs , la formation des jeunes qui vise à mieux les aider à développer une culture entrepreneuriale innovante, a une grande importance pour la mise en écotourisme du TSGJB

De ce fait, selon notre cursus en "développement durable des territoires", on a compris que, La mise en écotourisme du TSGJB nécessite la rencontre de trois grands facteurs :

- La mobilisation de l'ensemble des acteurs du territoire et la prise en compte de l'ensemble de la population dans une approche participative et intégrée, ce qui permettra d'éviter les conflits dans la mise en œuvre des différents projets au sein du territoire. Car « Tout ce qui fait pour moi, sans moi, est fait contre moi », disaient Gandhi et Nelson Mandela. Nous nous permettrons d'interpréter cette citation dans notre cas en disant que, tout ce qui fait pour la population, sans la population, est contre la population.

- Une stratégie de marketing qui permet de communiquer ce territoire vers l'extérieur tout en développant l'attraction, l'attractivité et son image de marque.
- En dernier lieu, c'est de développer l'entrepreneuriat innovant à travers une formation qui tient compte de l'ensemble des potentialités du TSGJB et adaptée aux jeunes qui ont des difficultés de faire sortir leur idée de projet, le seul facteur qui pourrait jouer en faveur des jeunes et des femmes par l'innovation et la mise en œuvre des activités visant à valoriser les ressources spécifiques et la réduction du chômage de ces derniers. Comme l'a affirmé Verstraete et Saporta, « la création d'entreprise apparaît comme un grand réservoir d'emplois et une réponse au problème de chômage : elle permet une réinsertion sociale et professionnelle des personnes longuement sans emploi (Verstraete et Saporta, 2006, P 78)⁴⁴ ».

Par conséquent, l'entrepreneuriat innovant qu'on parle et qui doit pouvoir contribuer à la mise en écotourisme du TSGJB, doit se faire par le renforcement des capacités entrepreneuriales innovantes des jeunes du territoire soutenable du GJB.

D'abord qu'est-ce qu'on entend par la capacité entrepreneuriale ?

Saporta(2006), a présenté la compétence entrepreneuriale comme « un comportement intentionnel informé d'un individu ou d'une équipe, s'appuyant sur un éventail donné de ressources et sur une volonté explicite de les utiliser, et qui a pour résultat final le succès d'une initiative entrepreneuriale »⁴⁵.

D'autre part, Man et al (2002) mettent en avant que les compétences entrepreneuriales pourraient être appréhendées comme l'ensemble des caractéristiques de haut niveau, représentant la capacité de l'entrepreneur de réussir dans son métier. Ces compétences se traduisent donc en termes de traits de personnalité, d'aptitudes et de connaissances influencées par l'expérience, la formation, le statut social et d'autres variables d'ordre démographique.

Lampel (2001), quant à lui, stipule que les compétences entrepreneuriales représentent une combinaison d'expérience et de compréhension intuitive des besoins des clients afin de tester et de développer des opportunités, évaluer des situations fluides et complexes et vendre des solutions orientées aux clients.

⁴⁴VERSTRAETE.T et SAPORTA.B (2006), « CREATION D'ENTREPRISE ET ENTREPRENEURIAT, », Editions de l'ADREG, janvier, 2006.

- ⁴⁵ Cité par ; Amina Omrane, Alain Fayolle, Olfa Zeribi Ben-Slimane « Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneuriale : une approche dynamique »

Ces différentes définitions appellent à l'identification des connaissances, savoir-faire et habiletés nécessaires au bon déroulement du processus entrepreneurial, dans le cadre d'une perspective de recherche cognitive axée sur l'analyse de la façon dont pense et agit l'entrepreneur au niveau de chaque phase du phénomène entrepreneurial.

Ainsi, l'accompagnement, le suivi et la facilité d'accès au financement des porteurs de projets, sont également des facteurs qui peuvent susciter les jeunes à entreprendre des activités pérennes visant à créer des emplois pour d'autres jeunes. La formation entrepreneuriale des jeunes du TSGJB pour renforcer leur capacité à entreprendre, doit en quelque sorte viser à les aider à savoir comment exploiter les opportunités touristiques ou encore sur le métier du tourisme afin qu'ils contribuent à la mise en écotourisme de ce territoire par la valorisation et la communication de ses produits.

Donc, selon nos entretiens avec les responsables et certains jeunes, également selon notre questionnaire, les jeunes du TSGJB ont une nécessité de formations qui peuvent les aider à transformer leur idée en projet. Ainsi, à cause de l'enclavement du territoire, ils ne trouvent pas de propositions d'emplois. Donc, le renforcement de leurs capacités entrepreneuriales à travers la formation, l'accompagnement, le financement de leur projet et le suivi de leur entreprise créée dans le but de les aider à devenir des personnes innovatrices ayant la capacité d'analyser son environnement et d'y apporter sa contribution et également pour assurer la pérennité peut grandement jouer en faveur de la promotion du TSGJB à travers :

- La création d'emplois
- La valorisation des produits du terroir et leur vente à l'extérieur
- L'innovation dans le secteur du tourisme
- L'augmentation de la compétitivité envers d'autres territoires
- L'augmentation de la notoriété du territoire via l'exportation de ses produits.

En somme, la promotion de l'entrepreneuriat est une nécessité pour la mise en écotourisme du TSGJB car, c'est un facteur pertinent qui lui permettra de participer à la dynamique économique.

II.3 : Plan d'action pour le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes du TSGJB

Les entrepreneurs, en tant qu'acteurs privilégiés du développement socioéconomique, jouent un rôle essentiel dans l'avancement et développement économique d'un territoire.

Ils sont reconnus comme étant des créateurs d'emplois et bâtisseurs de sièges sociaux d'entreprises influentes, ils déterminent ce que nous produisons, comment nous le produisons, ce qui nous distingue et qui nous sommes.

Ainsi, soutenir l'entrepreneuriat, c'est donc encourager le foisonnement des idées, le dépassement de soi dans la concrétisation de projets et la création d'emploi à valeur ajoutée

Afin de propulser une culture entrepreneuriale chez les jeunes du TSGJB, notre plan d'action en entrepreneuriat mettra sur la formation et l'innovation en soutenant des projets originaux qui permettent de contribuer à la promotion et la mise en écotourisme du TSGJB.

Vision

Tenant compte des résultats de nos entretiens avec les personnes ressources et du diagnostic qu'on arrive à établir sur les potentialités du TSGJB, notre vision consiste à faire du TSGJB, un vecteur d'innovation des talents et de développement économique entrepreneurial durable et social pour les jeunes et les femmes qui s'y trouvent.

Orientations

Trois grandes orientations sont fixées pour promouvoir le TSGJB et renforcer les capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes.

Orientations et objectifs

Miser sur le savoir et le talent

Objectifs :

- ❖ Renforcer les compétences des jeunes et des femmes pour améliorer le climat entrepreneurial.
- ❖ Assurer l'attraction et la rétention des talents dans le TSGJB.

Stimuler l'entrepreneuriat

Objectifs :

- ❖ Stimuler la création d'entreprises.
- ❖ Soutenir la croissance des créations/reprises d'entreprises
- ❖ Assurer le suivi des entreprises créées pour leur pérennité.

Promouvoir le TSGJB

Objectifs :

- ❖ Renforcer la notoriété du TSGJB comme place d'investissement et territoire d'accueil
- ❖ Attirer des investisseurs extérieurs dans le TSGJB et les visiteurs

Trois secteurs d'activités à haut potentiel pour assurer les orientations, le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes et la promotion du TSGJB ;

Notre plan d'action pour le renforcement des capacités entrepreneuriales de jeunes et des femmes et pour la promotion du TSGJB vise à s'assurer que les conditions soient mises en place pour favoriser tous les secteurs d'activités génératrices de revenus. Cependant, elle priorise trois secteurs, dont l'important potentiel permettra de contribuer à la mise en écotourisme et la compétitivité du TSGJB.

1. Artisanat ;

L'artisanat est la transformation de produits ou la mise en œuvre de service grâce à un savoir-faire particulier et hors contexte industriel de masse.

Ainsi, les jeunes du TSGJB disposent un savoir-faire énorme en la matière avec une disponibilité des matières premières qui méritent d'être valorisée et communiquée vers l'extérieur dans ce secteur à caractère unique et diversifié.

2. Tourisme

Pour une mise en écotourisme du territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB), le secteur du tourisme qui est considéré comme étant une locomotive du développement économique, est l'un des secteurs qui a le plus de potentialités à travers la disponibilité des sites touristiques inexploités, le paysage, l'histoire, la culture et climat dont il dispose. Ainsi, pour que le TSGJB soit devenu un choix de destination pour les touristes, la sensibilisation et la formation des jeunes dans les métiers de ce secteur auront une importance capitale pour

promouvoir le territoire à travers les activités qui vont être créées et à travers son apport en devise et la création d'emplois.

3. Agriculture

Les régions du TSGJB offrent une grande diversité agricole en acacia, henné, palmiers, légumes, produits du terroir, plantes aromatiques et médicinales. On peut promouvoir le TSGJB en mettant particulièrement cette richesse naturelle en avant et placer les orientations sur la valorisation de l'agriculture oasienne et le positionnement de TSGJB dans la production des dattes, ainsi que la promotion d'une agriculture oasienne diversifiée.

Ainsi, le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes doit être une priorité, un catalyseur de créativité et d'innovation pour concrétiser la vision et les orientations afin de promouvoir la mise en écotourisme du TSGJB.

Pourquoi un plan d'action du renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes du TSGJB ?

Le TSGJB offre aux jeunes et aux femmes beaucoup d'opportunités à entreprendre des activités innovantes et génératrices de revenus qui pourraient contribuer à la réduction de leur précarité et leur niveau de chômage. Cependant, malgré les efforts conjugués par les incubateurs et les programmes de financements existants selon notre enquête menée sur le terrain, ils se trouvent bloquer par leur manque d'esprit entrepreneuriale à détecter des opportunités. Voilà le pourquoi de la proposition de ce plan d'action qui vise à instaurer une culture entrepreneuriale chez eux dans le but de promouvoir la mise en écotourisme du TSGJB basé essentiellement sur quatre grand axes.

Axes	Stratégies
1- Sensibiliser	<ul style="list-style-type: none">• Promotion de l'entrepreneuriat auprès des jeunes et des femmes• Promotion des services, des ressources et des outils.
2- Propulser	<ul style="list-style-type: none">• Développer des programmes de soutien financier pour les projets innovants.• Soutenir et bonifier les programmes

	<p>d'accompagnement existants.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accélérer et développer la commercialisation vers le marché national et international.
3- Renforcer les compétences	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcer les compétences entrepreneuriales des jeunes et des femmes. • Développer le mentorat.
4- Innover toujours plus	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir et valoriser les initiatives innovantes qui répondent de façon innovante aux besoins et aux défis des jeunes et des femmes à entreprendre.

Axe 1 : Sensibiliser

Bien que selon notre questionnaire qui leur a été adressé, l'échantillon montre que la quasi-totalité déclare avoir l'intention à entreprendre (84.6%), mais d'autre part, les personnes ressources qui ont été interrogées, nous renseignent que les jeunes dans certains douar ne sont pas au courant de l'existence des centres de formation à l'entrepreneuriat. D'où la nécessité de procéder à une campagne publicitaire pour les informer.

Stratégies	Actions	Indicateurs de performance
Promotion de l'entrepreneuriat auprès des jeunes et des femmes du TSGJB.	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir l'entrepreneuriat auprès des jeunes et des femmes • Soutenir les initiatives qui visent à sensibiliser et accompagner les jeunes, les femmes et les startups. • Lancer une campagne de sensibilisation à 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de jeunes sensibilisés • Nombre d'initiatives soutenus • Niveau d'atteinte des jeunes et des femmes par cette campagne de sensibilisation.

	l'entrepreneuriat en organisant des grands évènements.	
Promotion des services, des ressources et des outils	<ul style="list-style-type: none"> • Mobiliser l'écosystème entrepreneurial autour des grands évènements pour permettre aux futurs entrepreneurs de passer à l'action. • Soutenir des initiatives visant à faciliter le parcours des entrepreneurs en les informant efficacement sur les outils et les ressources mises à leur disposition 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'entrepreneurs mobilisés. • Nombre d'initiatives soutenues

Sensibiliser les jeunes et les femmes à l'entrepreneuriat, nécessite tout d'abord de développer des outils qui vont leur permettre de mieux comprendre les enjeux et les aider à avoir la capacité de développer des idées innovantes :

En termes d'outils, nous en proposons les deux suivant qui peuvent adapter à ces jeunes et ces femmes :

- **Design Thinking** : C'est un outil innovants permettant aux individus (jeunes, femmes, citoyens), de développer des capacités d'analyses et permettant de trouver des idées innovantes à l'entrepreneuriat d'un secteur donnée.

Ex : pour un secteur quelconque, on peut organiser des ateliers avec les jeunes et les femmes, tout en créant des « équipes-projets », là où ils vont proposer un ensemble d'idée à entreprendre et après on va sélectionner parmi celles-ci, celles les plus innovantes. Enfin, disons que c'est exercice qui vise à stimuler les jeunes à développer des idées entrepreneuriales innovantes.

- **Manuel d'entrepreneuriat** : Ce manuel sera dédié exclusivement aux jeunes et aux femmes du TSGJB, ayant pour but de présenter les potentialités et les atouts des différents secteurs (Artisanat, Agriculture et Tourisme...), dans lesquels ils peuvent entreprendre des activités génératrices de revenus, il aura également pour objectif d'inculquer l'esprit entrepreneurial des jeunes et des femmes du TSGJB. Il serait judicieux que ce manuel soit élaboré par l'ensemble des acteurs faisant partie de l'écosystème entrepreneurial du TSGJB. Sachant que ceci aurait être disponible en deux versions, dont l'une numérique disponible sur les portails de l'AMDJB et l'autre en version imprimée disponible dans tous les établissements (école, centre d'incubation, centre culturel, librairie etc....)

En ce qui concerne les campagnes de sensibilisation des jeunes et des femmes à l'entrepreneuriat, elles consistent à organiser des événements annuels (Foire, Festival, Forum, Conférence, Séminaire, atelier-débat), ces événements seraient organisés et soutenus par les opérateurs culturels, touristiques et agricoles de concert avec les centre d'incubation et les autorités locales avec la participation éventuelle des entreprises privés/publiques sur des thématique relatives à l'entrepreneuriat.

Pour ce qui est la promotion des startups, il s'agirait de mettre en œuvre des politiques incitatives visant à octroyer des fonds d'investissement avec des avantages fiscaux, ce qui permettrait d'inciter les jeunes et les femmes à entreprendre.

Selon ces chercheurs, '*l'écosystème entrepreneurial*' est considéré comme " un ensemble d'acteurs et de facteurs interdépendants coordonnés de manière à permettre un entrepreneuriat productif (Stam et Spigel, 2016)⁴⁶

En somme, se référant à la définition du concept de l'écosystème entrepreneuriale ci-dessus-mentionnée, il consiste dans notre cas à mobiliser l'ensemble des acteurs locaux du TSGJB(les Elus, acteurs des trois secteurs visés, les établissements Public/Privé, centre

⁴⁶Stam E., and Spigel B., (2016). « Entrepreneurial Ecosystem ». Discussion Paper series nr. 16-17 Utrecht School of Economics Tjalling Koopmans Research Institute discussion Paper series.

régional d'investissement). Afin d'activer ces derniers à jouer leur rôle indépendamment de leur mission au sein de ce territoire.

Axe 2 : Propulser

L'entrepreneuriat dans le TSGJB est soutenu par un écosystème complexe composé par des acteurs, d'initiatives, de programmes etc. Ainsi, par ce plan d'action, on vise à simplifier, à bonifier et à promouvoir d'avantage cet écosystème afin qu'il réponde mieux aux besoins des jeunes et des femmes dans tous les secteurs d'activité et que ceux-ci soient soutenus de façon plus adéquate aux divers stades de leurs projets.

Stratégies	Actions	Indicateurs de performance
Développement de programmes de soutien financier ciblant des besoins non formulés par l'offre actuelle	<ul style="list-style-type: none"> Lancer un nouveau programme d'aide à la commercialisation qui vise à soutenir les entreprises dans leurs efforts dès le stade du démarrage jusqu'au développement des nouveaux produits ou marché. 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre d'entreprise soutenue financièrement
Soutenir et bonifier les programmes existants	<ul style="list-style-type: none"> Soutenir et bonifier « Maya Motiv, Makanatha, AMDJB... » pour accélérer la croissance des jeunes et femmes en terme de création ou reprise d'entreprises. 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre d'entreprises participantes.

<p>Accélérer la commercialisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir des initiatives visant à stimuler la commercialisation au niveau national et international des entreprises actives dans les secteurs prioritaires • Accélérer la commercialisation en offrant aux entreprises créées ou reprises la possibilité d'utiliser de manière temporaire des espaces vacants (commerces, bâtiments, terrains) • Mettre en place des outils destinés à la valorisation et au développement de la propriété intellectuelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'entreprises accompagnées • Nombre d'initiatives soutenues
---------------------------------------	---	---

La certification de qualité des produits d'une entreprise qui vise à rassurer les consommateurs de la qualité de ce qu'il consomme et la propriété intellectuelle pour aider cette dernière à faire face à la concurrence, sont tout d'abord, deux facteurs importants pour la commercialisation des produits d'une entreprise. Ainsi la facilité des processus pour l'obtention de ces deux documents devrait être une priorité de la part des instances concernées. A cette égard, ce programme d'aide à la commercialisation devrait viser à aider ces petites entreprises à exporter ces produits vers des grandes agglomérations tout en mettant

à leur disponibilité des équipements nécessaires et également les aider à rapprocher leurs produits au plus près des clients à travers un centre qui facilite la transaction de la commercialisation des produits pour plusieurs entreprises. En l'espèce, de « Tata bio » qui réunit les produits de 48 coopératives avec la disponibilité des espaces et des équipements nécessaires à la conservation de ces produits. Selon notre enquête (Focus groupe), il existerait près de 250 coopératives et pleins d'autres jeunes et des femmes qui travaillent individuellement et qui sont dans ce problème de commercialisation de leurs produits. D'où la nécessité de développer plus des structures comme Tata Bio pour aider et encourager ces jeunes et femmes.

En ce qui a trait à la bonification des incubateurs, il s'agirait de supporter ces centres en matière d'équipement (matériels informatiques, matériels de bureau, de fonctionnement), plus d'espaces dans le but d'accueillir plus de jeunes et de femmes, les aider à avoir des subventions en collaboration bien évidemment avec les Elus locaux et en partenariats avec OFPPT existant dans le TSGJB. Et enfin, inciter les jeunes et les femmes à entreprendre dans les secteurs prioritaires en organisant des concours de projets liés spécifiquement à ces secteurs.

Axe 3 : Renforcer les compétences

- Les jeunes du TSGJB sont en manque d'une formation efficace qui pourrait incarner en eux un esprit entrepreneurial qui leur permettrait de découvrir une opportunité ainsi qu'à un environnement technologique qui transforme grandement les modèles d'affaires. Par conséquent, ils doivent acquérir les compétences qui leur permettront de tirer pleinement profit des occasions et de contrer efficacement les menaces et les défis.

Stratégies	Actions	Indicateurs de performance
Renforcement des compétences entrepreneuriales	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir des nouvelles formations et bonifier celles qui sont présentement offerts. • Soutenir des initiatives visant à renforcer les 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de participants aux formations et aux initiatives de renforcement des compétences.

	compétences managériales des jeunes dans les secteurs prioritaires (comme la vision de l'AMDJB à former des jeunes dans les métiers du tourisme)	
Développement du mentorat	<ul style="list-style-type: none"> • Élargir l'offre en mentorat disponible pour les jeunes du TSGJB dans les secteurs prioritaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de mentors • Nombre des bénéficiaires.

Le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes, est la base de notre recherche. De ce fait, il s'agirait dans ce cas, de viser une formation de base en entrepreneuriat qui permettrait aux jeunes et aux femmes d'avoir une certaine habileté quand il s'agit de découvrir une opportunité tout en élaborant un mentorat assigné pour une période donnée, des services de conseils dans les secteurs prioritaires et des sessions de discussion avec des mentors. Il s'agirait également de renforcer et soutenir les structures et les initiatives existantes afin de leur permettre de profiter le maximum possible de l'ensemble des potentialités dont disposent les trois secteurs dans le TSGJB.

A cet effet, l'exemple de la création d'un Mooc qui vise à sensibiliser et apprendre aux jeunes, aux femmes, et à tous les acteurs concernés par le TSGJB, à travers des diverses thématiques les atouts, les potentialités et comment en profiter, c'est un projet qui peut stimuler les jeunes à entreprendre.

Axe 4 : Innover toujours plus

L'innovation est au cœur des compétences entrepreneuriales. Le plan d'action pour renforcer les capacités entrepreneuriales des jeunes et femmes du TSGJB, veut tirer pleinement profit des solutions innovantes dans la manière de répondre aux besoins des entrepreneurs.

Stratégies	Actions	Indicateurs de performance
-------------------	----------------	-----------------------------------

<p>Soutenir et valoriser les initiatives qui répondent de façon innovante aux besoins et aux défis des jeunes à entreprendre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir des initiatives créatives et innovantes visant à stimuler l'entrepreneuriat des jeunes. • Soutenir des projets de mutualisation de services ou de produits dans des secteurs prioritaires. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'initiatives. • Nombre d'entreprises accompagnées.
---	--	---

Les jeunes du TSGJB font face à un problème d'esprit innovant en entrepreneuriat, comme exemple d'initiative innovante qui peut palier à ce point, est la mise en œuvre d'une plateforme d'atelier d'idée de projet. Les jeunes vont être sollicités a proposé des idées de projet suite après des séances de formations suivies sur le comment faire sortir une idée de projet, c'est quoi une idée de projet etc. Ainsi à la fin, les projets les plus innovants vont avoir une garantie de financement après le montage du business plan.

C'est un exercice qui pourrait aider beaucoup de jeunes à être plus performant surtout avec la finalité de la garantie du financement ou d'une prime.

En guise de conclusion, par ce plan d'action au renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes, on peut faciliter, inspirer et soutenir les initiatives innovantes des jeunes, des investisseurs et de tous les autres acteurs qui contribuent à l'essor et rayonnement du TSGJB dans une perspective de développement intégré, inclusif et durable.

Si l'entrepreneuriat a actuellement le vent dans les voiles, il doit toutefois être accessible à tous. Autant auprès des plus jeunes, des femmes dans le TSGJB afin de réduire le chômage et contribuer à sa mise en écotourisme.

Au-delà de la sensibilisation à l'entrepreneuriat, avec l'implication des acteurs et leur mobilisation, le plan peut accélérer la croissance des entreprises existantes afin celles-ci puissent stimuler l'activité économique et devenir un modèle pour le futur.

Conclusion générale

Le territoire soutenable du Géoparc Jbel Bani(TSGJB), un territoire riche en potentialités touristiques, agricoles et artisanales de plus pour ce qui est de patrimoine naturel, les régions du GJB comportent une multitude de paysages touristiques, une valeur inestimable qui pourraient être des atouts pour les jeunes et les femmes à entreprendre des activités et susciter les investisseurs de venir y investir et les visiteurs à travers le développement d'une attraction et une stratégie de communication afin de promouvoir la mise en écotourisme de ce dernier.

Par contre, le manque d'esprit et capacités entrepreneuriales des jeunes, des femmes et l'enclavement du territoire font que les potentialités de ce territoire ne sont pas exploitées et valorisées de manière satisfaisante.

Ainsi, le développement des territoires qui recèlent des potentialités touristiques, constitue de plus en plus une préoccupation majeure de l'ensemble des acteurs à la recherche de solutions innovantes et adaptées permettant la promotion du tourisme qui est considéré actuellement comme un secteur générateur de richesse et grand pourvoyeur d'emploi et des activités qui seront induites. Dans ce sens, le TSGJB dispose de grandes richesses qui une fois valorisées et mettre en place de formations adaptées vont lui permettent d'être une destination touristique à grande valeur ajoutée pour sa population locale dont les jeunes et les femmes.

Fort de ce constat le projet du TSGJB serait un facteur permettant aux régions d'atteindre certains objectifs du développement durable(ODD) (s), tels que l'objectif 8 se rapportant aux travaux décent et croissance économique en valorisation les trois secteurs d'activités du TSGJB a fort impacts économique, sociale et environnementale. Egalement celui du numéro 17 se rapportant à l'éducation de qualité à travers les clubs des jeunes qui visent à former les jeunes et des formateurs en ODD(s),celui du numéro 10 qui vise à réduire les inégalités à travers la vision de l'AMDJB visant à former 600 jeunes sur 2 ans avec la garantie d'emploi.

Références bibliographiques

A

- A.CHERVEAU(2017) « Dialogue Maroc-OCDE sur les politiques de développement territorial. Synthèses et recommandations », Unité des Dialogues Territoriaux, OCDE, 27 pages.
- ALVAREZ, G., ANTONIO, J., MORALES, G. (2006), L'apprentissage, l'innovation et la compétitivité dans les clusters touristiques : une étude comparée entre l'Espagne et l'Italie, *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, octobre, 551-574.

B

- B.GUY, C.GUY, B. MERENNE-SCHOUMAKER(2011) « Le développement territorial en Europe. Concepts, enjeux et débats », Rennes, Presses Universitaires de Rennes, collection Didact Géographie, 281 pages.
- Bennana, L. : Favoriser le tourisme rural au Maroc dans un contexte de développement durable local, rapport de l'association Tiwizi Chtouka Ait Baha le 21/12/2003. 19 p.
- Blamey, R.K. 2001. Principles of Ecotourism. Dans *The Encyclopedia of Ecotourism*. Oxon, UK, New York, NY: CABI Pub, p. 5-22.
- Boo, E. 1990. Ecotourism: the Potentials and Pitfalls. Washington, D.C: *World Wildlife Fund*, 72 p
- Bruyat, C. & Julien, P.A. (2001), Defining the Field of Research in Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165-180.
- Bruyat, C. (1993), Création d'entreprises : Contributions épistémologiques et modélisation, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France, Grenoble.
- Bruyat, C. (1994), Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat, *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre.
- Bureau international du travail Genève « Entrepreneuriat, renforcement des capacités et finance »

C

- CACCOMO, J. L., SOLONANDRASANA, B. (2006), *L'innovation dans l'industrie touristique*, Paris, L'Harmattan.
- Caccomo, J.L. : Fondements d'économie du tourisme, acteurs, marchés et stratégies, éditions De Boeck université 2007. 223 p.
- Ceballos-Lascurain, H., 1987. *Estudio de Prefactibilidad Socioeconomica del Turismo Ecologico y Anteproyecto Arquitectonico y Urbanistico del Centro de Turismo Ecologico de Sian Ka'an Roo. Mexico City: SEDUE.*
- CEREQ (2006), *Les métiers et formations du tourisme*, note n°233, septembre, Centre d'études et de recherches sur les qualifications, Paris.
- CROUCH, G., RITCHIE, B. (2000), The competitive destination: A sustainability perspective, *Tourism Management*, 21(1), 1-7.

F

- FABRY, N. (2009), Clusters de tourisme : compétitivité des acteurs et attractivité des territoires, *Revue Internationale d'Intelligence Économique*, 1(1), 55-66.
- FABRY, N., ZEGHNI, S. (2006), How former communist countries of Europe may attract inward Foreign Direct Investment? A matter of Institutions, *Communist and Post-communist Studies*, June.
- Fayolle, A., & Vestreat T., (2005), Paradigmes et entrepreneuriat, *Revue de Française de Gestion*.

G

- G. FARRELL et al. (2001) « La compétitivité des territoires ruraux à l'échelle globale. Construire une stratégie de développement territorial à la lumière de l'expérience LEADER », Cahiers de l'innovation n°6, fascicule 5, Observatoire européen LEADER, 57 pages.
- Georgellis, Y., Joyce, P. Y & Woods, A. (2000), Entrepreneurial action, innovation and business performance: the Small independent business, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7 Issue: (1), 7-17.

H

- HALL, C. M. (2009), Tourism firm innovation and sustainability, in S. Gössling, C. M. Hall, D. B. Weaver (eds), *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*, New York, Routledge, 282-298.
- HANKINTON, G. (2004), Relational network brands, *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 109-121.
- Harif, R., 2006 : L'écotourisme dans le parc national du Souss Massa (Maroc). Mémoire de master 2 recherche, université du Maine, 81 p.
- HJALAGER, A. M. (1997), Innovation patterns in Sustainable Tourism: an analytical typology, *Tourism Management*, 16 (3), 35-41.
- HJALAGER, A. M. (2010), A review of innovation research in Tourism, *Tourism Management*, 31, 1-12.

J

- Jolibois, A. : Le parc national de Souss Massa, premier parc à s'ouvrir sur l'écotourisme. Etude de l'impact sur les ressources naturelles. CFPPA du lycée nature, 85 000 La Roche sur Yon. 2002/2003. 54 P.
- Jonathan Tardif, «Écotourisme et développement durable», *Vertigo - la revue électronique en sciences de l'environnement* [En ligne], Volume 4 Numéro 1|mai 2003, mis en ligne le 01 mai 2003. URL: <http://vertigo.revues.org/4575>; DOI: 10.4000/vertigo.457<https://www.abime-concept.com/blog/2019/04/24/l-ecotourisme-pour-un-tourisme-responsable/>
- Julien, P. A. & Marchesnay, M. (1996), *L'entrepreneuriat*, Paris : Editions Economica/gestion poche.

K

- Kiggundu, M. N. (2002), *Managing Globalization in Developing Countries and Transition Economies: Bulding Capacities for a Changing World*. Praeger.

L

- Lampel. J. (2001), « The core competencies of effective Project execution: the challenge of diversity», *International Journal of Project Management*, Vol 19, pp 471-483, www.sciencedirect.com ;

- Lapeyre, R., Andrianambinina, D., Requier-Desjardins, D. et Méral, P., (2007). L'écotourisme est-il un mode durable de valorisation des ressources naturelles ? Une comparaison Namibie-Madagascar. *Afrique contemporaine*, 222(2), 83-110. Doi : 10.3917/afco.222.0083.

M

- Man.T.W .Y, Lau.T. & Chan.K.F. (2002), « the competitiveness of Small and Medium Entreprises- A conceptualization with focus on entrepreneurial competences », *Journal of Business Venturing*, Vol 17, pp 123-142, www.sciencedirect.com ;
- *Mc Keever P., Zouros N., 2005. Geoparks : Celebrating Earth heritage, sustaining local communities, Épisodes, vol. 28, no 4, p. 274-278*
- Ministère de l'agriculture et la pêche maritime « Plan Maroc Vert 2009
- *Mlle AHLALOUM Imane, Mlle YAFI Amina et Mr.SIFFEDINE Ahmed « Ecotourisme au Maroc ; Réalité et perspectives » Mémoire de fin d'études, 2001*
- MULLEN M. R., BUDEVA D. G., DONEY P. M. (2009), « Research Methods in the Leading Small Business-Entrepreneurship Journals : A Critical Review with Recommendations for Future Research », *Journal of Small Business Management*, vol. 47, n° 3, p. 287-307.

N

- NORDIN, S. (2003), *Tourism Clustering and Innovation - Paths to Economic Growth and Development*, Ostersund, European Tourism Research Institute.
- NOVELLI, M., SCHMITZ, B., SPENCER, T. (2006), Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience, *Tourism Management*, 27, 1141-1152.

P

- PETERS, M., PIKKEMAAT, B. (2006), *Innovation in Hospitality and Tourism*, Binghamton, NY, Haworth.
- Pr. Larbi SBAÏ « Evaluation du cadre juridique et institutionnel relatif à l'écotourisme et aux aires protégées au Maroc » Mai 2012

R

- Rachid Harif, François Laurent, Yamna Djellouli. L'écotourisme dans le parc national de Souss Massa- Maroc. Colloque international "Tourisme, secteur de l'économie de substitution et de développement durable", Apr. 2008, Alger, Algérie. pp.130-140.
- Robichaud, Y., Le Brasseur, R., & Nagarajan, K. V. 2010. « Necessity and Opportunity-Driven Entrepreneurs in Canada: An Investigation into their Characteristics and an Appraisal of the Role of Gender ». *Journal of Applied Business & Economics*, 11(1).
- Romeril, M. 1985. "Tourism and the Environment - Towards a Symbiotic Relationship". *International Journal of Environmental Studies*, vol. 25, p. 215-218.
DOI : [10.1080/00207238508710228](https://doi.org/10.1080/00207238508710228)

S

- Société internationale d'écotourisme(TIES) « définition de l'écotourisme »publie le 03 Juin 2009.
- Stam E., and Spigel B., (2016). « Entrepreneurial Ecosystem ». Discussion Paper series nr. 16-17 Utrecht School of Economics Tjalling Koopmans Research Institute discussion Paper series.
- SUNDBO, J., ORFILA-SINTES, F., SORENSEN, F. (2007), The innovation behaviour of tourism firms – Comparative Studies of Denmark and Spain, *Research Policy*, 36, 88-106.

V

- VERSTRAETE.T et SAPORTA.B (2006), « CREATION D'ENTREPRISE ET ENTREPRENEURIAT, », Editions de l'ADREG, janvier, 2006.

Z

- ZUINDEAU, Bertrand (dir.). *Développement durable et territoire : Nouvelle édition originale*. Nouvelle édition.

Webographie

www.amdjb.org www.geopaercjbelbani.com www.portailsudmaroc.com
www.guidenumerique-sudmaroc.com

Table des matières

Remerciements	2
Résumé.....	4
SOMMAIRE	5
Introduction générale.....	7
Première partie	11
Chapitre I : Généralité sur l'écotourisme	12
Section1: Histoire, définitions et perspectives de l'écotourisme.....	12
I-1-1: Histoire de l'écotourisme.....	12
I-1-2 : Définitions de l'écotourisme	13
I-1-3 : Intérêts et perspectives de l'écotourisme.....	14
Section 2 : Ecotourisme et le développement durable	15
I-2-1 : Développement croissance et l'environnement.....	15
I-2-2 : Les groupes cible de l'écotourisme et le développement des attractions	16
I-2-3 : Développement durable ; quelles stratégies à entreprendre dans le contexte de l'écotourisme ?.....	17
Chapitre II : Entrepreneuriat et l'écotourisme	20
Section 01 : Aperçu sur le phénomène entrepreneuriale	21
II.1.1 : Définitions des notions proches de l'entrepreneuriat	21
Section 02 : Entrepreneuriat et la mise en écotourisme d'un territoire.....	29
Conclusion de la première partie	32
Deuxième partie	33
Introduction de la deuxième partie.....	34
Chapitre I : le développement territorial au Maroc	35
Section 01 : Cloisonnement du monde rural et urbain au Maroc.....	35
Section 02 : les limites du développement territorial au Maroc.....	43
Chapitre II : L'écotourisme au Maroc.....	46
Section I : Potentialités touristiques de l'écotourisme au Maroc	47
Section 2 : Les mesures et les contraintes du développement de l'écotourisme au Maroc	50
Cas pratique : Présentation du territoire soutenable Géoparc Jbel Bani(TSGJB)	58
Section I : Présentation du TSGJB.....	58
I-1 : TSGJB dans son ensemble	58
I-2 : Ce que représente le TSGJB	60
I-3 : Démarches et vision stratégiques de l'AMDJB.....	64
Section II : Entrepreneuriat des jeunes et des femmes dans le TSGJB	69

II-1 : Résultats et analyses sur l'enquête des compétences entrepreneuriales des jeunes et des femmes dans le TSGJB.....	70
II.2 : Impacts du renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes sur la mise en écotourisme du TSGJB	87
II.3 : Plan d'action pour le renforcement des capacités entrepreneuriales des jeunes et des femmes du TSGJB	91
Conclusion générale	102
Références	103