



Le numérique au profit du tourisme

Chaymae YOUSFI

Docteur en Communication, Patrimoine culturel et développement à la Faculté des
Lettres et des Sciences Humaines – Université Mohammed I – Oujda – Maroc

Enseignante vacataire à : Université Mohammed 1er- Faculté des Lettres et des
Sciences Humaines – Oujda – Maroc

Résumé :

Aujourd'hui et face à la révolution numérique, le touriste qui se rendait aux agences de voyages pour préparer et choisir ses vacances a commencé de plus en plus à s'intéresser à autres moyens qui facilitent son choix. En effet, Internet est devenu le premier moyen de promotion revendiqué et le premier média inévitable pour la préparation et la réservation du voyage (hébergement, transport, restauration, activité, etc.). À cet effet, une stratégie de marketing numérique et de communication cohérente et bien maîtrisée permettra de faciliter aux touristes la préparation de leurs voyages, mais également de renforcer l'attractivité de la Région de l'Oriental.

Notre recherche se concentre précisément sur le rôle du numérique dans la promotion du tourisme dans l'Oriental marocain, une région riche d'atouts culturels, naturels et historiques, etc. En mettant l'accent sur les stratégies de communication et de marketing numérique élaborées par les acteurs du tourisme pour promouvoir la destination de l'Oriental marocain.

Mots clés : Le tourisme, le numérique, la région de l'Oriental.



Introduction :

De plus en plus, le numérique s'est imposé ces dernières décennies comme l'un des éléments essentiels de la performance des destinations touristiques et des entreprises du tourisme. Depuis un moment, déjà, le secteur du tourisme a entrepris son virage numérique, avec plus de 79 % des touristes qui préparent leur voyage en ligne sur Internet notamment via le mobile et la tablette. En effet, l'e-tourisme, autrement dit le tourisme électronique s'est développé avec l'essor d'Internet et des ordinateurs. Ce dernier a permis au touriste de préparer et de réserver facilement son séjour en ligne à travers la collecte d'informations sur la destination de voyage choisie, il peut également créer son propre itinéraire, comparer les offres de plusieurs compagnies aériennes et consulter les avis sur les expériences passées au niveau des réseaux sociaux et des sites de réservation à titre d'exemple BOOKING. À cet effet, il faut intégrer une stratégie du marketing digitale cohérente qui permettra de faciliter aux touristes la préparation de leurs voyages, mais aussi de renforcer l'attractivité de la Région de l'oriental.

Cette étude se penchera sur les atouts touristiques dans la région de l'Oriental, pour ensuite examiner les stratégies de la communication et du marketing numérique mises en place afin de promouvoir cette destination.

1- Les potentialités touristiques de la Région orientale :

L'Oriental marocain renferme de nombreuses potentialités culturelles, naturelles, historiques. Cette région regorge de plusieurs sites préhistoriques qui datent depuis la période de la préhistoire, autrement dit à partir de l'apparition de l'homme à savoir : la grotte des pigeons, à Tafoughalt, la grotte du Ghafas, au sud d'Oujda et la grotte d'Ifni n'Ammar, à Nador, etc.

Plusieurs bifaces ont été découverts dans l'Oriental marocain montrant que l'homme l'a sillonné au minimum dès la période du paléolithique inférieur. Ainsi, « d'innombrables empreintes en relation avec le travail de la pierre, la fabrication de la poterie et à la reproduction des scènes de la vie quotidienne telle



que les peintures et les gravures indiquent que cette région est riche en témoignages préhistoriques ».

Le Sud du Maroc Oriental (environ de Bouarfa et Figuig) est particulièrement riche en gravures rupestres où les animaux sont le thème dominant. « Certaines œuvres de cet art figuratif montrent des scènes splendides traduisant un sens aigu de l'observation et de la stylisation. Ces merveilles archéologiques ont été exceptionnellement bien conservées jusqu'au présent. Aussi, ce patrimoine d'importance mondiale mérite le plus grand respect de la part des habitants, mais aussi des visiteurs ».

Ajoutons que l'Oriental marocain compte parmi les régions les plus riches du Maghreb en témoignages préhistoriques. Cette région a été considérée comme étant un terrain d'accueil pour les hommes préhistoriques, l'homme de Tafoughalt en est un exemple concret.

En effet, « plus de 180 squelettes humains ont été trouvés lors des fouilles qui ont été reconnues, en 1932, par *R.P. Bienvenu-Blendaeau*. Ces premières fouilles ont été réalisées par *A.Ruhlmann* 1945-1947 puis reprises par *Jean Roche* de 1951-1955. Ces squelettes humains complets, identifiés comme des épipaléolithiques, ont habité la grotte de Tafoughalt entre 21 000 et 10 800 avant J.C ». Ces hommes trouvés sont de grandes physionomies rudes et statures.

– **Le tourisme balnéaire :**

Pour ce qui est du tourisme balnéaire, cette région dispose de multiples plages sur la rive méditerranéenne qui s'étend de Saidia à l'Est jusqu'au Tazaghine à l'Ouest sur une longueur qui dépasse 190 Km (Saidia 14 Km, Tazaghine 5,3 Km, cap de l'eau 7Km, Troukout 5,5 Km, Arkmane 15Km, Aghzare 7Km, Boukana 7Km), Plage sauvage de Sid el bachir, la plage de cap de l'eau, Tibouda, L'embouchure de la Moulouya, le cap des trois fourches. Ces plages se distinguent par la qualité du sable et de l'eau ainsi de la nature. Ce produit



constitue la première motivation des touristes visitant l'Oriental marocain et plus particulièrement la plage de Saidia.

Le tourisme Oasien :

La région de l'Oriental se caractérise par la présence de paysages oasiens divers dont la ville de Figuig est un exemple concret. Cette ville est surnommée la perle du Sahara du Maroc oriental, il s'agit d'une palmeraie d'à peu près vingt mille habitants. Elle contient sept *Ksour* : *Zenaga, Hammam Foukani, Hammam Tahtani, Oudaghirs, Maiz, Laabidat et Ouled Slimane*. Cette ville est la plus emblématique et la plus importante des oasis de l'Oriental. « Cet archétype des mondes oasiens déploie sur près de 650 hectares une palmeraie estimée à quelque 200 000 dattiers. Elle compte au total sept ksour distincts et rassemble une population de 13 000 habitants. Fondée par les Zénètes autour d'un système de sources remarquable, elle a été jusqu'au XVIIe siècle l'une des dernières portes septentrionales pour les grandes caravanes sahariennes, relais sur les semaines de déplacement nécessaires à l'époque pour relier Gao ou Tombouctou aux rives méditerranéennes ». Ces palmeraies constituent un potentiel touristique de taille pour la partie sud de la région, de par leur positionnement géographique et les panoramas offerts.

La région de Figuig bénéficie pareillement d'autres atouts tels que l'art architectural des palais de la Médina, des sources souterraines et des monuments historiques.

– Le tourisme de campagne :

L'Oriental marocain possède de multiples atouts naturels sous forme d'espaces verts tels que : les vallées, les forêts, les terres fertiles et les montagnes. Connu par les monts de Beni Snassen qui sont l'une des grandes montagnes au Maroc et forment un circuit de 170 Km et ils sont composés de plusieurs massifs culminants à 1 532 m au sommet du Jbel Ras Foughal, ces lieux naturels accueillent un nombre intéressant d'amateurs de sport et de la nature. Dans lequel



se trouve la région de Taforalt qui se caractérise par « la diversité de ses forêts verdoyantes et par la grotte des piégeons qui abrite un gisement préhistorique connu à l'échelle mondiale et également par la vallée de Zegzel dans lequel se trouve la grotte de chameau qui tire son appellation de la montagne où elle se trouve et qui évoque vaguement la forme d'un chameau ». Cette grotte constitue un site historique et archéologique unique en son genre au Maghreb.

Autres régions qui se caractérisent par la diversité de ses montagnes et sites touristiques à savoir : la région montagneuse de Debdou avec ses eaux froides et par ses forêts verdoyantes, la montagne de Gourougou dans la province de Nador, Tgafait, Kafà Ain Sfa et Tissouriyine dans la province de Jerada, etc.

– **Le tourisme écologique :**

En ce qui concerne ce type de tourisme, la région orientale compte 13 sites d'intérêt biologique et écologique à savoir : le massif forestier des Beni Snassen, Jbel Krouz, Jbel Chakhar, Barrage Mohamed V, Lalla Mimouna, Lalla Chafia, Embouchure de la Moulouya, Lagune de Nador, Jbel Gourougou, Cap des trois fourches, Tafoughalt, Jbel Bouyablane et Jbel Bounaser. Ces sites doivent être exploités afin de développer le tourisme écologique dans la région orientale.

Pour les sites d'intérêt biologique et écologique (SIBE) de Beni Snassen, « la région orientale abrite une faune riche et diversifiée. Elle héberge une population faunistique importante représentée par 35 espèces de mammifères, plus une centaine de sortes d'oiseaux et près de 25 espèces de reptiles et d'amphibiens. Et d'une flore qui compte diverses espèces aromatiques et médicinales tels que (chêne vert, chêne Kermès, chêne liège, arganier) et de résineux (thuya, genévrier rouge, genévrier oxycèdre et pin d'Alep) qui occupent les montagnes du Nord. Ces formations sont riches en plantes aromatiques et médicinales (romarins, lavandes, cistes, etc.) ».



– **Le tourisme thermal :**

La région dispose d'un certain nombre de sources thermales dont les principales sont :

✓ La source de fezouane : se situe dans la province de Berkane plus précisément à côté de la route nationale reliant les deux villes Oujda et Berkane. Cette source est connue par ses eaux potables qui guérissent certaines maladies rénales. Elle est dotée d'un complexe touristique.

✓ La source de Benkachour : sise au centre de la ville d'Oujda. Ses eaux chaudes thermales guérissent plusieurs maladies de rhumatisme et dermique. Récemment, cette source a été rénovée par la création d'une station moderne de cure.

✓ D'autres sources se trouvent dans cette région telles que la source Sidi Chafi et Goutitir à Taourirt, etc. Généralement, ces sources sont des guérisons des maladies du rhumatisme, des maladies rénales et dermiques. Cependant, toutes ces sources manquent d'installations et d'équipements nécessaires.

– **Le tourisme culturel :**

L'Oriental marocain est riche en matière du patrimoine culturel, vu son histoire richissime, il engendre un héritage ancestral qui couvre l'ensemble de la région orientale en terme de traditions orales, art culinaire, monuments historiques, sites archéologiques, etc. Ces monuments historiques se présentent comme suit :



Figure 1 : le patrimoine culturel de l'Oriental marocain :



D'après cette répartition, on constate que le Maroc oriental renferme plusieurs monuments historiques qui sont répartis dans l'ensemble du territoire tels que :

- La Kasbah de Saidia ;
- La Kasbah de Taourirt ;
- La Kasbah d'Oujda ;
- La Kasbah d'El Aioun ;
- La Kasbah de Selouan ;
- Les 7 Ksours de Figuig,
- l'ancienne médina ;
- le sanctuaire de Sidi Yahya.
- **Le tourisme spirituel :**

Tout au long de l'histoire du Maroc jusqu'à son indépendance les confréries dites les (ZAOUIAS) ont joué un rôle primordial dans la scène politique. Ces confréries ont été considérées comme des éléments multifonctionnels fondamentaux de l'organisation sociale religieuse et culturelle. Il s'agit d'un endroit de spiritualité dans lequel le Cheikh dirige et organise les



rituelles du DIKR. Les ZAOUIAS au Maroc sont multiples et occupent une place prépondérante dans la culture marocaine. Y compris dans la région de l'Oriental qui en compte plusieurs confréries, on en cite à titre d'exemple : La Zaouia Darkaouia ; Zaouia El Habria ; Zaouia Tijaniya, etc. Mais également la Zaouia El Boutchichia el Kadiria qui est située à Madagh dans la province de Berkane qui organise chaque année à l'occasion de la fête du *Maoulid Nabaoui* une cérémonie religieuse commémorant la naissance du prophète Sidna Mohammed par la Tarika Kadiiriya Boutchichia , une tradition des oulémas et Souffis marocains qui remonte au 6e siècle de l'Hégire. Cet événement accueille plusieurs personnes des différentes régions du Maroc, mais également des autres pays qui se donnent au rendez-vous pour assister à cette cérémonie religieuse tels que : l'Egypte, la France, La Jordanie, Le Pakistan ; Les Etats-Unis, etc.

Figure 2 : Produits artisanaux phares de la région :



Cette carte montre que la Région orientale dispose des produits artisanaux à forte différenciation culturels qui renforcent le potentiel touristique de la région et qui sont répartis dans l'ensemble de territoire à savoir :

- La ville de Figuig se caractérise par : Le Bernous ;
- La ville d'Oujda par : Blousa , Majboud et Sellerie ;



- La ville de Berkane par : Blousa ;
- La ville de Guercif se caractérise par les tapis, armes traditionnelles et vannerie ;
- La ville de Nador par la poterie et la maroquinerie ;
- La ville de Taourirt par la vannerie et les armes traditionnelles ;
- La ville de Driouch par les tapis.

Quant aux atouts de la région orientale, ils sont répartis dans la cartographie suivante qui présente les ressources culturelles et naturelles de la région orientale :

Figure 3: Les atouts culturels et naturels de la Région orientale :



D'après cette carte, on constate que le potentiel touristique de la région orientale est riche et diversifié, il allie : naturel, culturel, balnéaire et désert.

On ajoute également que les ressources naturelles et culturelles couvrent presque l'ensemble du territoire. Quant à l'animation et loisirs, ils sont concentrés dans la ville d'Oujda, Figuig, Guercif et Nador.

2- L'infrastructure touristique du Maroc oriental :



L'infrastructure touristique de l'Oriental marocain présente :

- 2% du nombre total national des sites d'hébergements classés ;
- 4,5 % de la capacité litière nationale ;
- 3% de contribution au nombre de nuitées au niveau national ;
- Trois aéroports.

Commençant au préalable par les réseaux de communication :

– Le réseau routier : il s'agit de la création de l'autoroute nationale liant Oujda-Fès ainsi que le dédoublement des routes nationales reliant Oujda avec Saida, Berkane, Nador. Ces derniers ont favorisé l'accès facile aux gens locaux ainsi qu'aux touristes visitant cette région.

– Le réseau aérien : l'Oriental marocain possède deux aéroports internationaux et un aéroport national à savoir :

➤ L'aéroport Oujda-Angads : il s'agit d'un aéroport international qui se situe au Nord de la ville d'Oujda plus précisément sur la route nationale qui relie Oujda avec Beni-Drar. Cet aéroport s'étend sur une superficie de 540 ha reliant la ville d'Oujda avec la ville de Casablanca, mais également avec de multiples métropoles européennes.

➤ L'aéroport d'Al Aroui : un aéroport international qui se situe à proximité de la ville de Nador, il comprend deux parkings pour avions et d'une station météorologique ainsi d'une aérogare et d'une piste d'atterrissage sur une superficie de 8.100 m².

➤ L'aéroport de Bouarfa: il s'agit d'un aéroport national situé dans la province de Figuig.

– Le réseau ferroviaire : s'étend sur une longueur de 558 Km, il relie l'Oriental marocain avec les autres régions du Royaume et de l'Algérie. Ce réseau se compose de quatre principaux axes :

- La ligne Oujda-Casablanca (608 Km) ;



- La ligne Oujda-Frontière Algérienne (16 Km). Toutefois, cette ligne est hors service dès 1994 à cause de la fermeture des frontières maroco-algériennes ;
- La ligne Oujda-Bouarfa(307 Km) ;
- La ligne Nador-Taourirt (117 Km).

Pour ce qui est de l'infrastructure portuaire : cette région comporte trois ports :

- Le port de Ras Kabdana : ce dernier est destiné à la pêche ;
- Le port International de la ville de Nador : représente un véritable levier économique pour la région orientale ainsi qu'il est le deuxième port après de celui de la ville de Tanger au niveau du transit des passagers au niveau national ; récemment, une nouvelle station a été inaugurée avec l'équipement d'un complexe destiné au transport des voyageurs et leurs véhicules et d'une gare maritime ;
- Le port de plaisance de la Marina de Saidia a été inauguré en 2009, il constitue le troisième port de plaisance au niveau de la Méditerranée en matière de la surface destinée à l'embarcation ;
- Autre complexe portuaire : il s'agit du nouveau complexe Nador West End.

Notons que depuis l'ascension en 1994 du statut de municipalité de la ville de Saidia, cette ville a commencé à attirer l'attention de plusieurs investisseurs ainsi que des grands opérateurs notamment dans le domaine du tourisme. Le projet d'aménagement de la station balnéaire de la ville de Saidia nommée Méditerania Saidia est l'un des projets structurants dans le plan Azur de la vision 2010 qui visait à atteindre 10 millions de touristes en 2010. À la faveur de cette nouvelle station, la ville de Saidia est devenue dès lors l'un des plus grands pôles touristiques du Royaume. Cette méga-station a été inaugurée par Sa Majesté le Roi Mohammed VI en juin 2009.

Cette initiative Royale a donné un nouveau souffle à la Région orientale, plus particulièrement à la station balnéaire de Saidia qui attire plusieurs visiteurs



nationaux et internationaux. Ce méga projet a instauré l'implantation de plusieurs unités hôtelières de catégorie de luxe ainsi, qu'au réaménagement de plusieurs établissements liés au secteur du tourisme à savoir : deux hôtels de cinq étoiles, sept hôtels de 4 étoiles, huit résidences touristiques, douze villages de vacances touristiques ainsi que 12.705 lits résidentiels répartis entre appartements et villas. Elle comporte aussi de trois terrains de golf de dix-huit trous.

Récemment, un nouveau projet a été inauguré dans cette station balnéaire, il s'agit du méga projet Aqua-parc appelé « Alpamar Saidia » du groupe CDG. Cet Aquaparc accueille un nombre très intéressant des visiteurs pendant l'été, il comprend deux restaurants ; un snack, le garden restaurant, une piscine à vagues, un mini melouia, une forêt tropicale, des toboggans pour les enfants et pour les adultes et d'autres loisirs.

3- Le rôle du numérique dans la promotion de la destination du Maroc oriental :

Le numérique est devenue de plus en plus un élément primordial pour la conception du voyage. Véritablement, les services en ligne ont permis à l'internaute de se renseigner sur la destination et de packager en temps réel une offre de voyage complète, Internet est devenu le premier média inévitable pour la préparation du voyage et le premier moyen de promotion revendiqué. En effet, plusieurs touristes utilisent le M. Tourisme, également appelé le tourisme mobile pour réserver leurs vacances directement via le mobile, la tablette tactile ou toute autre technologie numérique. À cet effet, la région de l'Oriental s'est dotée d'une stratégie de communication qui vise à encourager le domaine du numérique. En effet, cette politique est grâce à la Haute Sollicitude Royale de Sa Majesté le Roi Mohammed VI en date de 18 mars 2003, la région de l'Oriental a dès lors enclenché une véritable dynamique économique avec la mise en place d'infrastructures de base : routière, aérienne, ferroviaire et touristique ainsi que le développement de la formation. Véritablement, cette initiative Royale de



développement de la région a donné un nouvel élan à l'Oriental, elle consiste à renforcer l'activité de ce territoire et à la réorienter vers une économie régionale moderne. En 2010, cette région s'est dotée d'une stratégie ambitieuse de développement dont un des axes visait notamment « à redynamiser le tourisme local conformément aux orientations définies dans la Vision 2020. Cette initiative royale de développement vise également à guider les interventions de l'ensemble des intervenants dans la promotion des investissements dans la région, en particulier dans le domaine digitale ».

Pour accompagner les évolutions du secteur du digital au niveau national et international, le Maroc oriental s'est engagé dans des projets qui visent à promouvoir ce secteur, en signant plusieurs conventions liées à la recherche scientifique, il s'agit notamment « d'un programme de formation et d'insertion aux métiers numérique qui vise à développer le fonctionnement de la filière numérique dans la région de l'Oriental et d'améliorer les possibilités d'emploi des jeunes dans le domaine des nouvelles technologies d'information et de la communication ». Ainsi, qu'une stratégie du marketing numérique a été élaborée par les acteurs de tourisme afin de promouvoir la destination de la région de l'Oriental à savoir :

- Le conseil Régional du tourisme : cet organisme a réalisé de nouveaux outils publi-promotionnels tels que les brochures, les vidéos, des cartes touristiques et des sites Web, etc. Ainsi que « la programmation des stands de promotions touristiques dans les principaux salons du Tourisme à l'étranger à savoir : la France, la Belgique, l'Espagne et l'Allemagne ». Afin de faire connaître les potentialités dont dispose l'Oriental marocain ;
- La Société de Développement Saidia (SDS) qui a pour principal objectif « de valoriser et de promouvoir la station balnéaire touristique de Saidia dont plusieurs campagnes publicitaires ont été lancées pour mettre en avant la station balnéaire de Saidia comme porte-drapeau de la région :



➤ Une campagne mettant en avant le produit balnéaire dans la région de l'Oriental

➤ Une campagne publicitaire déclinée en Affichage et en Bannière Web, visant à renforcer la notoriété du produit balnéaire de la région notamment *Saidia Med* et à déclencher l'acte d'achat ».

- Les Tour-opérateurs classiques, considérés comme le principal vecteur de promotion de la région (notamment de la destination Saidia) et ayant pour objectif d'assurer un taux de remplissage garantissant la rentabilité des hôtels de la station (les principaux bassins émetteurs étant le Portugal, l'Espagne et les Pays de l'Europe de l'Est).

À cela, s'ajoute le site web www.visitoriental.ma qui est un exemple concret pour la promotion du tourisme dans la région de l'Oriental ; c'est un site descriptif disponible en plusieurs langues notamment : (arabe, français, anglais et espagnole). Ce site présente les atouts de la Région orientale, il peut également proposer des packages et qui comprend toutes les offres du tourisme et de la prestation proposée. De même à travers ce site, les touristes peuvent réserver et choisir leur prestation en ligne.



Conclusion :

En guise de conclusion, on peut constater que nonobstant les atouts que possède le Maroc oriental, ce territoire reste moins exploité et draine un nombre insuffisant des touristes chaque année par rapport à d'autres villes du Royaume. Pour promouvoir ce territoire, la mise en œuvre d'une stratégie de marketing numérique cohérente permettra de renforcer son identité, du moment que le numérique est devenue un moyen primordial pour faire connaître les atouts d'une destination.

De même que la promotion de la ville d'Oujda ou de la région orientale en général devient une nécessité. Bref, communiquer sur la région, c'est d'abord maîtriser l'offre touristique territoriale avec une ample connaissance des cibles auxquelles l'offre est destinée.



Bibliographie :

- ALAIN, Billy. *Oriental Marocain : des portes du désert à la Méditerranée*, Ed Anako, 2003.
- BLANCHET, Cyril, ROUGEAUX, Julia Luczak, Illustrations de Chloé Luczak-Rougeaux. Préface de Frédéric Mazzella. *Dictionnaire Tourisme et Numérique*, Ed l'Harmattan, 2022.
- BOUMEDYEN, Khelifa. *Mémoires de casbah*, Ed Chamal, Oujda, 2003.
- El Gaied MOUNA et Vincent MEYER, article de Communication, *Tourisme et Développement Territorial* : l'exemple des GSOURS du sud-est tunisien « Dans les enjeux de l'information et de la communication, n15/1, 2014.
- FAUCHAUX, Anais. *Rôle et place des supports de communication dans la promotion des territoires*, mémoire de master, Université de Toulouse II Le MRALI, centre d'études du tourisme, de l'hôtellerie et des industries de l'alimentation, Toulouse, 2012.
- FROCHOT, Isabelle et LEGOHEREL, Patrick. *Le marketing du tourisme*, Ed Dunod, 2018.
- FRUSTIER, Pierre. *La communication touristique des territoires*, Ed Territorial, 2009.
- FRUSTIER, Pierre et PERROY, François. *La Communication touristiques des collectivités territoriales*, Ed de la lettre du cadre territorial, 2004.
- HENDE, Rémi-Pierre. *Guide de la communication pour l'entreprise*, Ed Maxima, Paris, 2000.



- CABRESPINES, Jean Louis et WARGNIER, Régis, *Tourisme et Numérique*, Ed Les éditions des journaux officiels, 2018.
- LANQUAR, Robert et HOLLIER, Robert, *Le marketing touristique*, presse universitaires de France, 1ere édition, 1981.
- RETNANI, Abdelkader. *Oujda année 20*, Ed la Croisée des chemins, 2008.
- ROUSSELET, Louis. *Sur les confins du Maroc. D'Oujda à Figuig*, Ed Hachette et Cie, Paris, 1912.

Autres documents :

- Document du Haut-commissariat au plan, Direction régionale de l'Oriental-Oujda.
- Document de L'Office National Marocain du Tourisme-Rabat.
- Document de la Wilaya –Oujda.
- Document du Conseil Régional du Tourisme-Oujda.
- Document de la délégation Régionale du Tourisme –Oujda, « Contrat Programme Régional pour le Développement du Tourisme-Région de l'Oriental ».