Ministry of Tourism

الجمهورية اللبنانية
وزارة السياحة

نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة، مسؤولة و تنافسية

برنامج عمل ٢٠١٠ - ٢٠١٤

وزير السياحة
فادي عبود

فهرس المحتويات

I. الرؤية

II. مقدمة

III. السياحة في العالم

VI. الواقع السياحي في لبنان

V. برنامج العمل

١. تفعيل عمل وزارة السياحة
٢. الترويج السياحي
٣. السياحة الداخلية والسياحة المستدامة
٤. الشراكة مع القطاع الخاص

IV. خاتمة

لقد جئت من خلفية صناعية بحتة، لأستلم وزارة السياحة، هذا الأمر لم يكن عشوائياً ولا عبثياً بل كان مدروساً جيداً واعتبرت أنني أمام تحدٍ من نوع خاص عبر مقاربة الشأن السياحي في لبنان من منظار صناعي وإنتاجي بحت.

ولا أخفيكم سراً انني كنت أجهل الكثير عن الواقع السياحي وعن قدرات لبنان السياحية، بل كنت اعتبر أنه من القطاعات المحظوظة التي تلقى دعماً وتشجيعاً، ففوجئت بالعكس حيث رأيت مقومات سياحية كبيرة لكنها لا تستثمر بالشكل المطلوب، وفوجئت بموازنة ضئيلة لوزارة السياحة لا تتناسب مع أهمية القطاع السياحي ومردوده وإحتياجاته.

ومن المعروف ايضاً أنني كنت من الرافضين لفكرة إعتبار لبنان «بلداً سياحياً بإمتياز»، وقد تتفاجئون أنني ما زلت رافضاً للفكرة. والسبب واضح وبسيط، لأن المنادين والمروجين لفكرة أن لبنان بلداً سياحياً بإمتياز، يعتبرون أن لبنان بمقوماته ما عليه إلا أن يكون مركزاً للضيافة حيث نستقبل السياح الذين يقررون بالصدفة أن يتوجهوا الى لبنان، وبالتالي يعيش المواطن اللبناني على أمل مجيء السائح ليتمكن من تحسين وضعه الاقتصادي من خلال مواسم سياحية تأتي خلال شهرين وتغيب باقي أيام السنة.

إن إعتبار لبنان بلداً سياحياً ونقطة على السطر هو دعوة إلى الكسل، أو تعميم مفهوم الخدمات بالمعنى السلبي أي أننا كلبنانيين غير مضطرين لأن نكون شعباً منتجاً ومبدعاً، يكفي أن نكون شعباً مضيافاً وسيعم علينا الخير. إن هذه المقاربة هي خاطئة للأسف.

فالسياحة اليوم هي إبداع وإبتكار

السياحة هي عملية إنتاج مترابطة.

السياحة هي إستراتيجيات وخطط عمل متطورة.

السياحة هي تحويل المقومات الطبيعية وغيرها إلى مردود إقتصادي مهم.

السياحة هي تنمية مستدامة وخلق فرص عمل.

بإختصار، السياحة هي صناعة بإمتياز .....

والمنافسة في العالم تحتم علينا العمل بشراسة إذا أردنا أن نستفيد اقتصادياً من القطاع السياحي، فلم يعد التغني بلبنان الأخضر، والشاطيء الذهبي وبقرب الجبل من الشاطيء يفيد، نحتاج إلى خطط واقعية، تقنيات جديدة، مقاربات جديدة ومتطورة، نحتاج أن نعرف إحتياجات السائح في القرن الحادي والعشرين، والسعي إلى التوجه إليه عبر حملات ترويج مبدعة، وأن نحول السياحة إلى عملية إنتاجية يومية ناشطة في كافة المناطق اللبنانية.

ينتظرنا العمل الكثير، لذلك أضع بين أيديكم اليوم برنامج عمل يشمل المواضيع والمحاور التي ستعمل وزارة السياحة على تحقيقها خلال الأربع سنوات المقبلة، وأتمنى أن تتصف المرحلة المقبلة بالتعاون والمشاركة للوصول إلى صناعة سياحية متطورة.

وزير السياحة

فادي عبود

١. الرؤية

نحو خلق صناعة سياحية متطورة، مستدامة، مسؤولة و تنافسية
تمتد على فصول السنة كافةً
و على جميع المناطق اللبنانية في إطار الإنماء المتوازن...
لتفعيل مساهمة القطاع السياحي في تحريك عجلة الإقتصاد الوطني.

II. مقدمة

يعتبر لبنان بمقوماته الطبيعية، الجغرافية والبشرية الغنية بلداً ذات مقومات سياحية واعدة. فقد نجح القطاع السياحي في أن يكون عاملاً اساسياً في الاقتصاد الوطني. ولكن لم يتمكن لبنان حتى الآن من تحويل القطاع السياحي إلى صناعة متطورة تكون محركاً أساسياً في عملية التنمية الاقتصادية. من هنا يجب إعتماد برنامج عمل شامل يرتكز على التنمية المستدامة وزيادة المردود الاقتصادي للسياحة.

إن تطوير مفهوم الصناعة السياحية يساهم بشكل فعال في تحقيق الأهداف الرئيسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التالية:

- المساهمة في توفير العديد من فرص العمل للشباب اللبناني لأنها صناعة مبنية على تقديم الخدمات في مختلف المجالات للسياح، وفي كافة المناطق والمجتمعات المحلية.
- العمل على تطوير البنية التحتية لمختلف المناطق اللبنانية، وخاصة في المجتمعات المحلية و المناطقية، مما يقّلل من النزوح السكاني من المناطق الريفية إلى المدن.
- تقديم فرص واعدة للاستثمارات.
- المحافظة على التراث الثقافي والطبيعي في لبنان.
- تنشيط السياحة الداخلية لزيادة وعي المواطنين وحثهم على التعرف على بلدهم بشكل أفضل.
- تنشيط السياحة الدولية الوافدة إلى لبنان لتحسين صورته في العالم كمقصد سياحي جذاب.

يجب ان يبدأ لبنان في الاستفادة من موارده السياحية عبر خلق قطاع إنتاجي تمتد منافعه على فصول السنة كافة، ويساهم في تنمية جميع المناطق اللبنانية. لذلك يشمل برنامج العمل الموضوع مجموعة من الاجراءات المنوي تطبيقها في المرحلة المقبلة لتطوير القدرة التنافسية للسياحة اللبنانية وإعادة وضع لبنان على الخريطة السياحية وتعزيز موقعه وجعله بلداً سياحياً رائداً في المنطقة والعالم.

III. السياحة في العالم

إن السياحة تشكل عنصراً أساسياً في الاقتصاد العالمي، في القرن الحادي والعشرين، مما جعلها تتحول إلى صناعة عالمية حيث تتنافس الدول في هذا المجال. إن الصناعة السياحة هي إحدى الركائز الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية لما لها من تأثير فعال ومباشر على اقتصاديات العديد من البلدان سواء على مستوى تشغيل اليد العاملة أو التنمية المستدامة.

لم تعد صناعة السياحة كما كانت في القرن الماضي، فاليوم في الألفية الثالثة تشعبت فروعها وتداخلت وأصبحت حاضرة في معظم مجالات الحياة اليومية لكل فرد أو عائلة أو مجتمع.
على الرغم من التقلبات السائدة في الاقتصاد العالمي والأحداث التي تزعزع الاستقرار وآخرها الازمة المالية الاقتصادية العالمية، أظهرت السياحة مرونة إيجابية في مواجهة التغيرات الاقتصادية والاجتماعية.
وتوقعت منظمة السياحة العالمية أن يصل عدد السياح في العالم إلى ما يقرب من ١,٦ مليار بحلول عام ٢٠٢٠. كما توقعت المنظمة أن تسجل مناطق شرق آسيا والمحيط الهادئ والشرق الأوسط وأفريقيا معدلات نمو تزيد على ٥ ٪ سنويا، مقارنة بالمتوسط العالمي البالغ ٤,١ ٪.
وبعد الازمة الاقتصادية العالمية الأخيرة، إعتبر الخبراء أن السياحة يمكن أن تكون عاملاً رئيسياً لأخراج العالم من حالة الركود الاقتصادي.

إن إقتناع الدول بأهمية الصناعة السياحية دفعهم الى اتخاذ اجراءات عديدة لتأمين تنافسية قطاعاتهم السياحية في المرحلة المقبلة، فاتخذت الصين اجراء عبر ادخال صناعة السياحة في خطة تحفيز الاقتصاد لمواجهة الأزمة، حيث ضخّت الحكومة الصينية مئات المليارات من الدولارات في هذه الخطة، كما أعلنت تايلاند عن ١٠٠ ألف تذكرة طيران مجانية لزيارتها وكوريا الجنوبية أعلنت عن رحلات مجانية للأجانب المقيمين فيها وهناك دول تقدم حوافز مادية وإعلانات لكبار منظمي الرحلات.
إن التراجع في أعداد السياح داخل الولايات المتحدة، دفع القائمين على صناعة السياحة إلى إدخال تغيرات جذرية على الأساليب السياحية لمحاولة إيجاد شرائح جديدة من السياح وعلى سبيل المثال التركيز على السياح ذوي الدخل المتوسط بعد تراجع اعداد السياح الذين يصنفون في خانة الاغنياء.
وفي المغرب أعلن وزير السياحة أن استراتيجية ٢٠٠٩ تهدف إلى زيادة عدد السياح الوافدين بصفة خاصة من دول الخليج العربي وروسيا، ومن بين أهداف هذه الاستراتيجية أيضاً تشجيع السياحة الداخلية من خلال منح المواطنين المغاربة أسعاراً تفضيلية.
أما في دبي وفي إطار مواجهة الأزمة المالية العالمية، قررت إمارة دبي البدء في تنفيذ حملة اعلانية وترويجية ضخمة تبدأ مع مهرجان السياحة والتسوق(١٥ يناير ـ١٥ فبراير) وفي تخفيضات تصل إلى٦٠٪ وأيام مجانية للنزلاء ومنح حوافز في الفنادق والمطاعم وذلك في ٨ أسواق رئيسية مصدّرة للسياحة إلى دبي وهي بريطانيا والمانيا وروسيا ودول مجلس التعاون الخليجي والصين والهند واستراليا.

إن هذه الامثلة تعطي صورة واقعية عن اهتمام الدول بتطوير الصناعة السياحية وجعلها وسيلة أساسية للخروج من الازمة العالمية، وبالتالي ستشهد المرحلة المقبلة تنافساً حاداً بين الدول لاستقطاب السياح، لذا يتوجب على لبنان العمل سريعاً للدخول في حلبة التنافس هذه.

VI. واقع القطاع السياحي في لبنان

إن السياحة في لبنان باتت تشكل المحرك الاساسي للاقتصاد الوطني، وهي تشمل قطاعات واسعة من المؤسسات والمواقع يزيد عددها على الثلاثين الفاً بين معالم أثرية ومواقع سياحية ومطاعم ومقاهي وفنادق ومسابح وغيرها، علماً بأن عدد السياح يتزايد سنة بعد سنة ومن المتوقع أن يتجاوز العدد المليونين في السنوات المقبلة.

ويتميز لبنان بالاضافة الى مقوماته الطبيعية وموقعه الجغرافي، ومعالمه الاثرية والتراثية بمقوّمات إضافية تجعله مقصداً سياحياً رائداً فلبنان يتميز بما يلي :

- خصوصية مميزة، واصالة وتنوع في مخزونه التراثي وموقعه الجغرافي حيث يملك لبنان مواقع ومقومات عديدة تمتد على بقعة صغيرة نسبياً.
- خبرة متميزة لدى الموارد البشرية في مجالات الفندقة والخدمات السياحية.
- بنى تحتية متطورة نسبياً.
- خبرة عريقة ومتجذرة لدى الشعب اللبناني في فن الاستقبال، الضيافة والانفتاح على الخارج.
- فرص استثمارية واعدة.

مؤشرات الاداء السياحي

إن تقرير «البارومتر العالمي للسياحة» التي تعده منظمة السياحة العالمية بصورة دورية إعتبر أن نسبة عدد السياح الذين يزورون لبنان شهدت زيادة بمعدل ٤٦,٣ في المئة في الاشهر الاولى من العام ٢٠٠٩ مقارنة بالفترة عينها من العام الماضي، وهو أعلى معدل نمو بين ١٦٥ بلد شملتهم الدراسة.
وبحسب دولويت اند توش، بلغت نسبة الاشغال الفندقي في بيروت عن عام ٢٠٠٩ نسبة ٧١,٢٪ بزيادة ٣٣٪ عن الفترة ذاتها في العام ٢٠٠٨.

٧. برنامج العمل

يركز برنامج العمل على المحاور الاربعة التالية:

١. تفعيل عمل وزارة السياحة

١,١ الواقع الحالي:

ما تزال السياحة في لبنان تعمل في إطار عشوائي غير منظم، فلم تنجح وزارة السياحة، وهي الجهة الرسمية القيّمة على تنظيم السياحة وتنميتها، من تنفيذ استراتيجيات وطنية عامة تهدف الى تحقيق صناعة سياحية متطورة ومن ممارسة الدور الرقابي على النشاط السياحي، وبالرغم من الجهود المبذولة إلا أن الانجازات بقيت ضئيلة بالنسبة للقطاع السياحي وذلك مرده لعدة معوقات أبرزها:

• موازنة وزارة السياحة ضئيلة جداً ولا تتناسب ابداً مع اهمية القطاع السياحي ومردوده على الاقتصاد الوطني، إذ أن الموازنة المخصصة لوزارة السياحة تصرف بمعظمها على الاجور والرواتب.

• لا ترتبط تنمية القطاع السياحي بوزارة السياحة حصراً، إذ أنه يوجد العديد من المقومات الهامة للسياحة في لبنان مرتبطة بوزارات أخرى، مثلاً الشرطة السياحية تخضع لوزارة الداخلية والبلديات، تأهيل البنى التحتية من طرق ومرافيء ومطار تخضع لمسؤولية وزارة الاشغال، إدارة المواقع الاثرية تدخل ضمن صلاحيات وزارة الثقافة، الحفاظ على الموارد البيئية هي من مسؤولية وزارة البيئة....

• الجهاز البشري في الوزارة غير منظم من حيث التراتبية والتخصص الوظيفي للمهام بالاضافة الى وجود شواغر كبيرة في الملاك، هذا بالاضافة الى مشاكل مزمنة تعاني منها الادارات بشكل عام في لبنان من غياب التحفيز والانتاجية، وغياب التنسيق والاجتماعات في ما بين المصالح والدوائر كافة.

•تفتقد الوزارة لجهاز بشري متخصص سواء في مجالات الاحصاء والتسويق او في مجال التشريعات الحديثة وخلق حوافز للمستثمرين.

• إن مباني الوزراة لا تعكس ابداً صورة لبنان السياحي، فالمباني هي قديمة ومستهلكة وهناك نقص هام في التجهيزات اللوجستية من معدات واجهزة كومبيوتر، وآلات تصوير، و شبكة انترنت ما تزال غير كافية.

• إن دور المكاتب في المناطق هو دور تصريفي بدائي في الوقت الذي من المفترض ان يكون دوراً انمائياً.

• غياب المكننة عن عمل الوزراة مما يؤدي الى بطء في الانتاجية.

١,٢. برنامج العمل التنفيذي:

سيتم التركيز في المرحلة المقبلة على تنفيذ ما يلي :

١) إعادة النظر في التشريعات والقوانين وإعادة تنظيم هيكلية الوزارة وتوزيع المهام فيها.

٢) تفعيل الدور الرقابي للوزارة عن طريق:

٢,١.) تفعيل عمل الشرطة السياحية بالتعاون مع وزارة الداخلية والبلديات مع التركيز على زيادة العديد كمرحلة أولى إلى ٢٠٠ عنصر وانخراط العنصر النسائي في عمل الشرطة السياحية على غرار البلدان الاجنبية وتفعيل الخط الساخن للوزارة. والتأكيد على أن عمل الشرطة السياحية القمعي لا يشكل إلا جزء بسيط من عملها بل أن مهمتها الأساسية هو إرشاد ورعاية السائح. كما سيتم العمل على تأمين مكتب للشرطة السياحية في المطار للعمل على مساعدة السياح وممارسة رقابة على تنفيذ تعريفات متعارف عليها. والعمل على تأمين مكاتب للشرطة السياحية على المداخل البحرية والبرية.

٢,٢.) تطويع ٢٠٠ عنصر بصفة مفتش جديد في وزارة السياحة لتفعيل العمل الرقابي وتوسيعه.

٢,٣.) إعادة النظر في الخدمات السياحية من حيث الجودة والاسعار وتحديث التشريعات على أساس المقاييس الدولية للجودة السياحية.

٢,٤.) إيجاد حلول للمؤسسات العاملة بدون ترخيص والعمل على اعادة تصنيف المؤسسات السياحية.

٣) العمل على اعادة تفعيل الهيئة العليا للسياحة لتسهيل التعاون بين الوزرات المختصة.

٤) تشكيل لجنة للسياحة تضم ممثلين عن الوزارات المعنية بالخدمات برئاسة وزير السياحة لتنسيق المواضيع التي تهم القطاع السياحي.

٥) انشاء نظام احصائي وبياني وقاعدة معلومات للقطاع السياحي عن طريق بناء القدرات البشرية والتأهيل والتدريب، عبر تفعيل قسم الاحصاء وتطويره حيث ان صناعة السياحة تعتمد بصورة مكثفة على المعلومات، وخاصة أن التخطيط للسياحة والتنمية والتسويق والعمليات اليومية يتطلب توافر المعلومات والبيانات الصحيحة والحديثة ذات الصلة. فعلى الرغم من الإمكانات السياحية في لبنان، فإن المعلومات الأساسية عن السياحة ما زالت غير متوفرة او غير كافية.

٦) تفعيل مصلحة الدراسات والتخطيط والابحاث.

٧) تسهيل وتبسيط وتسريع المعاملات الادارية عن طريق انشاء شباك موحد في الوزارة.

٢. الترويج السياحي

لا يرقى الترويج السياحي في لبنان إلى مستوى الامكانات الحقيقية للسياحة في لبنان وهو لا يعكس الصورة الحقيقية للسياحة فيه. ولا تزال صورة لبنان في الخارج تعاني من التشويه بسبب الاحداث التي مرت بها البلاد، مما ينعكس سلبًا على قدرة لبنان على إستقطاب سياح جدد وخاصة من الدول الاجنبية.

برنامج العمل التنفيذي :

١) إنشاء مجلس الترويج لصورة لبنان في الخارج Promoting Lebanon Board. وأحد أهم أهداف المجلس هو العمل على اعادة بناء صورة لبنان في الخارج. ففي ظل العولمة والتنافس العالمي تتسارع الدول على الترويج لهويتها من أجل إستقطاب الاستثمارات والسياح، الخ. إما تشكيل المجلس فيجب أن يتم بالتعاون مع القطاع الخاص على أن يرأسه وزير السياحة، ويقوم المجلس بوضع وتنفيذ المشاريع لتحسين صورة لبنان في الخارج والترويج لها.

٢) إنشاء محطات ومراكز إستقبال في المطار، وعلى الحدود البرية والبحرية وفي الاماكن الاثرية ومختلف المواقع السياحية.

٣) التعاقد مع شركات علاقات عامة متخصصة في الخارج للترويج والتسويق للسياحة في لبنان.

٤) المشاركة في المعارض الداخلية والخارجية عبر أجنحة لبنانية متطورة.

٥) إطلاق حملات إعلانية داخلية وخارجية تهدف إلى تسليط الضوء على المقومات السياحية اللبنانية.

٦) تحديد الشرائح السياحية المستهدفة وتعريف اتجاهاتها ورغباتها السياحية. وتصميم وتطوير برامج الترويج السياحي الملائمة لكل شريحة وفئة مستهدفة.

٧) تطوير قسم التسويق في الوزارة عبر تطويرما يعرف بـ:
Marketing, Research & Development.
مما من شأنه أن يعزز من مكانة لبنان التنافسية في القطاع السياحي.

٨) تطوير الموقع الالكتروني لوزارة السياحية عن طريق النظام التفاعلي Interactive.

٣. السياحة الداخلية والسياحة المستدامة

الواقع الحالي : بالرغم من الموارد السياحية الغنية في لبنان، ما زال النشاط السياحي محصوراً في مناطق محددة ابرزها العاصمة بيروت، ولم يتوسع هذا النشاط ليساهم في تنمية المناطق اللبنانية على مساحة الوطن وعلى مدار السنة.

برنامج العمل التنفيذي:

٣.١ تطوير أنواع السياحات المنتجة

إن تطوير أنواع السياحات المنتجة سيساعد على جعل السياحة نشاطاً دائماً ممتداً على مدار السنة وفي كافة المناطق اللبنانية.

(١) السياحة الصحية

تحتل السياحة الصحية دوراً مهماً في الحركة السياحية في لبنان، فتعتبر مورداً مهماً وفعالاً في الاقتصاد الوطني بحيث تتوفر أهم المستشفيات والمراكز الطبية والتي تعتمد أحدث ما توصل اليه الطب، بالاضافة الى العوامل التقنية والتكنولوجيا المتطورة ودون أن ننسى الكوادر الطبية المشهود لها عالمياً بالكفاءة والمهارة والخبرة. كما تتوفر في لبنان أهم المنتجعات والمراكز الطبية المتخصصة بالعناية الصحية والتجميلية.

لذلك سيتم العمل على تطوير هذا النوع من السياحة والترويج لها، حيث سيتم التنسيق مع وزارة الصحة لاقامة معارض صحية في لبنان ووضع استراتيجيات تهدف إلى ترويج لبنان كمركز متقدم للسياحة الصحية في الشرق الأوسط والعالم (Health Tourism Hub) والتوجّه إلى توقيع بروتوكولات مع بلدان عربية لاستقطاب واستقبال المرضى بشكل منتظّم.

(٢) السياحة الدينية

يعد لبنان بلداً غنياً بالمعتقدات الايمانية حيث يشكل تجربة فريدة في العالم لجهة تنوع المعتقدات الدينية، وتعتبر السياحة الدينية من الانماط السياحية التي بدأت تتطور بشكل كبير، ويتوجه أنماط من السياح الى البحث عن أماكن تعبق بالايمان ويتمتع لبنان بغناه بالأماكن الدينية المسيحية والإسلامية ويظهر هذا الأمر بشكل جليّ في المعالم الإسلامية والمسيحية القديمة من قانا الجليل إلى وادي قنوبين المقدّس، وصولاً الى الجوامع والمساجد الموجودة في طرابلس، ولدينا المئات من الأديرة، التي يمكن أن تفتح أبوابها أمام الحجّاج الدينيين، لذلك سيتم العمل على تطوير هذا النوع من السياحة حيث سيتم إستكمال العمل على مشروع «ليبانون روتس» الذي يتضمن ١١٠ مراكز الاستقبال تشمل كل الاراضي اللبنانية وتتوزع على المؤسسات الدينية الإسلامية والمسيحية. كما ضرورة إنجاز الخريطة السياحية الدينية وتوزيعها على السفارات ومكاتب السياحة والسفر.

(٣) السياحة البيئية الريفية

يفضل العديد من السياح ما يسمى بالسياحة البيئة والسياحة الريفية أي العودة الى كنف الطبيعة، والاهتمام بهذا النوع من السياحة ينعكس إيجاباً على البيئة بشكل عام، وبالتالي سيتم العمل في المرحلة المقبلة على التعاون الوثيق مع وزارة البيئة لحماية المواقع الطبيعية والبيئية، كما سيتم العمل على ترويج هذا النوع من السياحة لما لها من منافع متعددة تستفيد منها المجتمعات المحلية في إطار السياحة البيئية والريفية.

(٣،١) سياحة المغامرات

إن هذا النوع من السياحة يساهم في استقطاب السياح إلى المناطق الداخلية حتى في غياب مواسم التزلج والسباحة، إذ أن موسمي الخريف والربيع في لبنان مثاليين لممارسة انواع متعددة من النشاطات، مثل السير في الطبيعة، الدراجات، القفز بالمظلة، تسلق الصخور، استكشاف المغاور، وغيرها الكثير. لذلك ستعمل الوزارة على القاء الضوء والترويج للانشطة المماثلة، وتشجيع المجتمع المدني والبلديات على اقامة نواد تعنى بهذا النوع من النشاطات.

(٤) سياحة التزلج

التزلج في لبنان ثروة قيمة يجب العمل على تطويرها وخاصة أنها تساهم في إنماء المناطق الجبلية، وبالتالي سنعمل على تحويل لبنان الى مركز تزلج عالمي عبر ربط كل مراكز التزلج بعضها ببعض كما العمل على مبادىء السلامة العامة والترويج لرياضة التزلج في المحافل الدولية.

(٥) السياحة الثقافية

لا تزال السياحة الثقافية تحتل موقعاً هاماً، ويمتلك لبنان العديد من المواقع الاثرية والثقافية، وبالتالي ستولي الوزارة اهتماماً خاصاً لموضوع تأهيل المواقع الاثرية والتاريخية وتحسين شروط وظروف إستثمارها وإنارتها ووضع إشارات في الخارج و إنشاء مكاتب للاستعلام السياحي، وتشمل تنمية السياحة الثقافية على سبيل المثال:

- الآثار.
- التراث العمراني.
- المتاحف.
- الحرف اليدوية والصناعات التقليدية.

(٦) سياحة المؤتمرات والمعارض

إن تفعيل هذا النوع من السياحة سيساعد لبنان على تنشيط دوره كمركز للاعمال، وسنعمل بالتعاون مع وزارة الاقتصاد على انشاء مركز للمؤتمرات والمعارض وفق المعايير الدولية.

(٧) سياحة الموضة

لقد أصبح لبنان بلداً رائداً في الموضة وتصميم الازياء والمجوهرات، فحاز المصممون اللبنانيون على الشهرة العالمية ولمعت اسماؤهم في مختلف العواصم العالمية، وبالتالي يجب الاستفادة من هذه العناصر لاستقطاب السائح الى لبنان بقصد التسوق والتعرف على ذوق وأناقة اللبنانيين، وستقوم وزارة السياحة بتنظيم مهرجان عالمي للموضة يساهم في القاء الضوء على المهارات اللبنانية في هذا المجال.

(٨) السياحة البحرية

على الرغم من أن لبنان يتمتع بميزة طبيعية متمثلة بشاطئه الفريد الممتد من أقصى الشمال إلى الجنوب، إلا أن هذا الشاطيء لم يعد يشكل عنصر جذب بسبب التعديات على الاملاك البحرية والاهمال البيئي الكارثي، فالسباحة في البحر لم تعد من عناصر الجذب. من هنا يجب العمل سريعاً على انقاذ ما تبقى من مواقع صالحة للاستثمار واطلاق حملة وطنية لتنظيف كامل الشاطيء اللبناني وتشجيع النشاطات البحرية من الغطس والمراكب الشراعية واليخوت وغيرها. كما تشجيع ما يسمى ال cruise tourism عبر إعادة استقطاب البواخر التي تنظم الرحلات البحرية في البحر الابيض المتوسط.

(٩) سياحة المطبخ اللبناني

باتت هوية المطبخ اللبناني عالمية وتستهوي العديد من السياح والمغتربين وبما أن سياحة المطبخ والتذوق هي جزء اساسي من زيارة أي سائح لبلد ما. بالاضافة إلى أن المطبخ اللبناني يعكس تراثاً عريقاً، سيتم التركيز على هذا الجانب للترويج للبنان بالاضافة الى اقامة «أسابيع تذوق» تبرز تنوع وتميز المطبخ اللبناني.

(١٠) سياحة التعليم

يتميز لبنان بنظام تعليمي متميز يتمثل بعدد كبير من الجامعات الخاصة الرائدة والمعاهد المتطورة، ولتشجيع هذا النوع من السياحة ستتعاون وزارة السياحة مع وزارة التربية لاعتماد وسائل ترويج مناسبة لاستقطاب طلاب جدد إلى لبنان.

٢. ٣. تنمية المهرجانات

إن تنمية المهرجانات عامل أساسي في تنمية المناطق وتفعيل الدورة الاقتصادية فيها، كما أنها تحث السائح على زيارة مناطق بعيدة عن العاصمة وبالتالي تعتبر وسيلة ترويج لمناطق مختلفة في لبنان، وستعمل الوزارة في المرحلة المقبلة على:

- تسهيل عمل منظمي المهرجانات عبر إعادة النظر في الضرائب والرسوم المفروضة عليها.
- التعاون مع منظمي المهرجانات لتطويرها ولمؤازرتهم على المتابعة في تحويلها الى مهرجانات دولية والترويج لها حسب الطرق الملائمة.
- تشجيع منظمي المهرجانات على اعطاء طابع ثقافي هادف للمهرجان حسب كل منطقة، فمثلاً إقامة مهرجان سنوي كبير للثقافة الارمنية في عنجر مما يساعد على استقطاب السياح الارمن إلى تلك المنطقة، وتنويع المهرجانات بحسب المناطق.

٣. ٣ تفريع الكازينو

ستعمل وزارة السياحة على السعي إلى إقرار قانون لفتح فروع لكازينو لبنان في كافة المناطق اللبنانية، مما يساعد على استقطاب السياح إلى تلك المناطق وبالتالي زيادة نسبة أشغال الفنادق في المناطق البعيدة عن العاصمة، وإطلاق عملية تسويق مكثفة تطال كل المهتمين بإرتياد الكازينو.

٤. ٣ الرحلات المنظمة

لا تشكل الرحلات المنظمة إلا ٣٪ من مجموع الحركة الوافدة الإجمالية للسياح في لبنان وهي نسبة ضئيلة مقارنةً لباقي الدول. ونعتبر أن تفعيل الرحلات المنظمة هو أساسي لتنمية المناطق الداخلية وتأمين سياحة ناشطة على مدار ٣٦٥ يوماً. ستعمل الوزارة على تفعيل التعاون مع شركات السفر العالمية واللبنانية ومنظمي الرحلات وحثهم لتنظيم رحلات منظمة تركز أساساً على زيارة مناطق لبنانية مختلفة خارج العاصمة، وتتضمن الإقامة في الفنادق وإرتياد المطاعم وتقديم حوافز وعروضات مناسبة ومغرية.

٥. ٣ التعاون مع البلديات لتحديث المعلومات السياحية والقاء الضوء على مناطق وأمكنة جديدة غير معروفة بهدف تشجيع المواطن اللبناني والسائح على زيارتها.

٦. ٣ متابعة موضوع تأهيل بعض شبكات الطرق مع وزارة الاشغال والنقل.

٧. ٣ العمل على إفتتاح مرفأ جونيه كمرفأ سياحي متطور.

٨. ٣ العمل على إعداد مشاريع قوانين ومخططات توجيهية لتصنيف المناطق سياحياً للحفاظ على خصوصية كل منطقة بحيث مثلاً لا تتواجد الملاهي في مناطق ذات طابع ديني أو صحي أو العكس.

٤. الشراكة مع القطاع الخاص وتشجيع الاستثمار

من أولويات برنامج العمل تعزيز التعاون والشراكة مع القطاع الخاص بمختلف مؤسساته نظراً للدور الاساسي والحيوي الذي يلعبه وستعتمد عملية تطوير صناعة السياحة كثيرًا على القطاع الخاص.

- عقد لقاءات دورية مع النقابات السياحية وممثلي القطاع الخاص لخلق حالة تعاون لمعالجة كافة الشؤون المرتبطة بتنمية القطاع السياحي.
- من أهم العوائق التي تواجه صناعة السياحة هي موسمية الصناعة التي تضعف بدورها عملية الاستثمار وبالتالي سيتم العمل على إعداد سلة من الحوافز لتشجيع عملية الاستثمار خاصة في المناطق اللبنانية خارج المدن لتشجيع التنمية السياحية المستدامة في المجتمعات المحلية في إطار الانماء المتوازن.
- تبسيط وتسهيل عملية الحصول على الرخص عبر ترشيق المعاملات والشباك الموحد: ONE STOP SHOP.

IV. خاتمة

إن السعي إلى خلق صناعة سياحية متطورة يتطلب تضافر الجهود كافة، بدءاً من ايجاد التشريعات الملائمة والتنسيق بين كافة الوزارات وصولاً الى التعاون مع القطاع الخاص والاهم إعتماد استراتيجية وطنية لمواجهة التحديات في الألفية الثالثة. إن برنامج العمل المقدم يعتبر برنامج أولي يهدف إلى تحديد النشاطات التي ستسعى الوزارة إلى تطبيقها على المديين القريب والمتوسط. وستعمل الوزارة على تحديث الخطة الشاملة لانماء القطاع السياحي في لبنان الموضوعة من قبل منظمة السياحة العالمية وبرنامج الامم المتحدة الانمائي والحكومة الفرنسية والحكومة اللبنانية والذي أقره مجلس الوزراء اللبناني عام ١٩٩٦ وعلى التنسيق بين الجهود كافة لزيادة الوعي الحكومي والوطني حول أهمية تطوير الصناعة السياحية في لبنان وجعلها صناعة تنافسية بامتياز.

وزارة السياحة في لبنان

٥٥٠ شارع مصرف لبنان

هاتف: ٩٤٠ ٣٤٠ ٩٦١ + / فاكس: ٢٧٩ ٣٤٣ ٩٦١ + / تلكس: ٢٠٨٩٨ LE

ص.ب.: ٥٣٤٤ - ١١ - بيروت - لبنان

www.destinationlebanon.gov.lb
E-mail: mot@destinationlebanon.gov.lb