



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale in Lingue, economie e istituzioni
dell'Asia e dell'Africa Mediterranea

Tesi di Laurea

**La strumentalizzazione del paradigma sostenibile nel
turismo neoliberale marocchino: il caso di Taghazout Bay**

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Maria Cristina Paciello

Correlatrice

Ch.ma Prof.ssa Barbara De Poli

Laureanda

Irene Poletto

Matricola

878634

Anno Accademico

2024/2025

من النهر إلى البحر . . .

Indice

مقدمة	6
Prefazione	8
CAPITOLO 1	13
L'evoluzione delle politiche turistiche del Marocco: dal protettorato francese alla nuova tabella di marcia 2023-2026	13
Introduzione	13
1.1 Il Marocco coloniale (1912-1956): la fase pre-fordista	14
1.2 Dal post-indipendenza alla fine del regno di Hassan II (1961-1999): la fase fordista 20	
1.3 Il regno di Mohammed VI (1999-presente): la fase post-fordista neoliberale	28
1.3.1. <i>La Vision 2010</i>	28
1.3.2 <i>La Vision 2020</i>	34
1.3.3 <i>La nuova "Feuille de Route 2023-2026"</i>	36
Conclusione	39
CAPITOLO 2	41
I retroscena delle strategie di sviluppo sostenibile: Impatti del turismo neoliberale in Marocco	41
Introduzione	41
2.1 Impatti Ambientali: ecologismo di vetrina.....	43
2.1.1 <i>Il caso del complesso turistico di Saïdia: un disastro ecologico</i>	45
2.2 Impatti sociali e culturali: commercializzazione di spazi e identità.....	47
2.2.1 <i>Il "prodotto Amazigh": il self-orientalism del turismo rurale</i>	50
2.2.2 <i>Medina di Marrakech: orientalismo, gentrificazione o neocolonialismo?</i>	55
2.3 Impatti economici: il turismo come asse di accumulazione di capitale straniero	61
2.3.1 <i>Condizioni di lavoro nell'industria turistica: precarietà sistematizzata</i>	65
Conclusione	69
CAPITOLO 3	72
Il caso studio della stazione turistica "Taghazout Bay"	72
Introduzione	72
3.1 L'evoluzione del progetto di Taghazout Bay tra fallimenti e aperture	73

3.2 L’approccio sostenibile di Taghazout Bay	82
3.3 Megaprogetti ed esproprio “green”: da Taghazout a Casablanca	91
3.3.1 <i>Demolizioni in serie lungo la costa atlantica</i>	91
3.3.2 <i>Il programma Villes Sans Bidonvilles e la riconfigurazione neoliberale dello spazio</i>	95
Conclusione	100
Conclusioni generali.....	103
Bibliografia	108

Indice delle tabelle e delle figure

Tabella 1.1.: Quota del bilancio statale destinata al settore turistico e quota finanziata dal settore privato sul totale degli investimenti dal 1960 al 1992	23
Grafico 1.1.: Evoluzione degli arrivi turistici tra il 1991 e il 2001 in milioni.....	25
Grafico 1.2.: Evoluzione degli arrivi turistici tra il 2001 e il 2024 in milioni.....	33
Figura 2.1.: Esempio di narrazione “auto-orientalista” tratta dal sito istituzionale marocchino del turismo.....	49
Figura 2.2.: Esempio di narrazione “auto-orientalista” tratto dal sito istituzionale marocchino del turismo	49
Figura 2.3.: Esempio di strumentalizzazione dell’identità berbera a fini commerciali (fotografia scattata nella Valle di Ourika nel 2011).	52
Figura 2.4.: Esempio di narrazione delle comunità berbere proposta dai tour operators occidentali a fini turistici.	53
Figura 2.5.: Esempio di tour operator locali che commercializzano l’identità berbera come prodotto turistico.	54
Figura 2.6.: Esempio di ristrutturazione di un riad secondo estetiche orientaliste.....	59
Figura 3.1: Mappa delle stazioni previste dal Plan Azur nell’ ambito della Vision 2010.	73
Figura 3.2.: Mappa della stazione turistica Taghazout Bay.	78
Figura 3.3.: Foto panoramica dall'alto della stazione di Taghazout Bay	81
Figura 3.4.: Prima e dopo delle demolizioni avvenute a Tifnit.....	92
Figura 3.5.: Il quartiere la Cathédrale a Imsouane dopo le demolizioni..	93
Figura 3.6.: Petizione creata il 17.01.2024 in risposta all'avviso di evacuazione di Imsouane	94
Figura 3.7.: Brochure promozionale dell'éco-cité di Zenata.	98

Note di trascrizione

I nomi e le espressioni in lingua araba sono riportati in traslitterazione scientifica e, ove opportuno, accompagnati da traduzione. Il sistema di traslitterazione adottato è quello illustrato nelle tabelle seguenti.

Consonanti

Carattere latino	Carattere arabo
ʾ	ء
b	ب
t	ت
ṭ	ط
ǧ	ج
ḥ	ح
ḫ	خ
d	د
ḏ	ذ
r	ر
z	ز
s	س
š	ش
ṣ	ص
ḍ	ض
ṭ	ط
ẓ	ظ
ʿ	ع
ǧ	غ

f	ف
q	ق
k	ك
l	ل
m	م
n	ن
h	ه
w	و
y	ي

Vocali

Carattere latino	Carattere arabo
ā	ا
ū	و
ī	ي
a	أ
u	و
i	ي

مقدمة

في خطاب التنمية العالمية برز مفهوم الاستدامة كمفهوم سائد وهيمن على الأجندات السياسية والاقتصادية، حتى غدا لغة مشتركة تُصاغ من خلالها الخيارات الفردية والجماعية. وتستمد قوة هذا الخطاب من ادعاء الحياد الإيديولوجي، إذ يُقدّم كحل شامل قادر على توحيد المواقف حول قضية حماية البيئة، مع الإبقاء على أسس النظام الاقتصادي القائم.

ومع أن الاستدامة تقترن اليوم بفكرة "التنمية"، فإنها وُلدت في سبعينيات القرن الماضي كأداة نقدية هدفت إلى فضح الآثار البيئية الناجمة عن التوسع الرأسمالي. غير أن صعود النيولبرالية كنموذج مهيم عالمياً أدّى إلى تجريد هذا المفهوم من طابعه السياسي، وجعله جزءاً من الديناميات الاقتصادية السائدة التي باتت تُقدّم على أنها الشكل الوحيد الممكن للاقتصاد. وهكذا تحوّلت الاستدامة تدريجياً من أداة للنقد إلى وسيلة لإضفاء الشرعية على مسارات النمو والتراكم حتى أصبح يُروّج للرأسمالية نفسها بوصفها الطريق الحتمي لتحقيق الاستدامة.

ويُشكّل قطاع السياحة ميداناً بارزاً تتجسد فيه هذه المفارقة. فمع ما خلّفته السياحة الجماهيرية من أضرار بيئية وأزمات اجتماعية وتشوهات اقتصادية، ظهر نموذج "السياحة المستدامة" كحل سحري يُعد بالتوفيق بين النمو وحماية البيئة وتحقيق العدالة الاجتماعية. غير أن محاولة إصلاح هذا النموذج من دون مساءلة البنى المادية والرمزية التي أوجدته وما تزال تغذّيه، إنما تكشف تناقضاً بيناً.

ويقدّم المغرب مثالا حياً على ذلك. فمنذ مطلع الألفية الثالثة، وتحت إلهام المؤسسات الدولية، اتّخذت السياحة رافعةً استراتيجية لمواجهة الركود الاقتصادي. وفي هذا السياق، لم تُطرح الاستدامة كمبدأ مرجعي فقط، بل غدت الإطار الخطابي الذي يُنظّم في ضوئه التخطيط والتنمية. غير أن هذا التبنّي لم يكن محايداً، بل جاء امتداداً لمسار نيولبرالي أوسع بدأ منذ السبعينيات، تميز بالتحريك الاقتصادي التدريجي والخصخصة وجذب الاستثمارات الأجنبية

والانخراط العميق في الأسواق العالمية . وهكذا تحولت الاستدامة في التجربة المغربية إلى أداة لتسريع الأهداف النيوليبرالية وإعادة إنتاج التناقضات نفسها بلبوس جديد يوحي بالحياد.

وانطلاقاً من هذه الخلفية ، تسعى هذه الأطروحة إلى تفكيك خطاب "السياحة المستدامة" في المغرب مبينة أنه لا يشكل قطيعة مع الماضي ولا تعبيراً عن وعي أخلاقي وبيئي متجدد بل يمثل لغة جديدة يُعاد عبرها إنتاج المنطق الاستخراجي للرأسمالية . فعلى الرغم من تقديمه كبديل عن السياحة الجماهيرية فإن هذا النموذج ينسجم عملياً مع ديناميات النمو غير المحدود، والاستحواذ على الأراضي ، والتهميش الاجتماعي.

ومن خلال تحليل حالات ملموسة تكشف الدراسة كيف تحولت الاستدامة إلى أداة خطائية وعملية لإعادة إنتاج تراكم رأس المال . فهي لم تعد وسيلة لتحقيق التوازن الاجتماعي والبيئي بل غدت خطاباً استراتيجياً يُشرعن ممارسات السيطرة والإقصاء وإعادة تشكيل الفضاء والمجتمع في إطار ديناميات استعمارية جديدة . ومن هنا لا يقتصر التحليل على رصد الفجوة بين النظرية والممارسة بل يتجاوز ذلك إلى كشف الآليات التي يؤدي عبرها خطاب الاستدامة ويُستغل ويُفرغ من بعده السياسي في السياق السياحي المغربي.

Prefazione

Nel lessico dello sviluppo globale, la sostenibilità si è affermata come un concetto imperante nelle agende politiche ed economiche, divenendo la grammatica condivisa attraverso cui si articolano le scelte tanto individuali quanto collettive. La forza del discorso sulla sostenibilità, e la sua pervasività trasversale nel dibattito pubblico, sembra risiedere proprio nella sua presunta neutralità ideologica: essa si presenta come una soluzione universale, in grado di aggregare consenso intorno alla causa della salvaguardia ambientale, senza tuttavia mettere in discussione le fondamenta dell'attuale ordine economico (Tulloch & Neilson, 2014).

Eppure, prima di essere associata all'idea di "sviluppo", la sostenibilità nasceva negli anni Settanta come dispositivo critico, volto a denunciare le conseguenze ecologiche prodotte dalle logiche espansionistiche del capitalismo (ibid.). Con l'affermazione del neoliberismo come paradigma egemonico su scala globale, si è assistito a un processo di depoliticizzazione che ha condotto alla naturalizzazione delle dinamiche economiche dominanti, oggi percepite nel senso comune come l'unica forma possibile di "economia" (ibid.). In tale contesto, la sostenibilità è stata progressivamente cooptata dal discorso dominante, trasformandosi in uno strumento funzionale alla legittimazione dei processi di accumulazione e crescita. Paradossalmente, è proprio il capitalismo a essere oggi narrato come il mezzo necessario per raggiungere la sostenibilità (ibid.).

Il turismo costituisce uno dei settori in cui questa dinamica risulta particolarmente evidente. Di fronte agli impatti ambientali, alle crisi sociali e alle disfunzioni economiche generate dal turismo di massa, il paradigma del turismo sostenibile si è imposto come una sorta di panacea: una formula apparentemente capace di conciliare crescita economica, tutela ambientale e giustizia sociale, ricomponendo gli squilibri prodotti dal modello precedente. Tuttavia, tentare di correggere le criticità di quel modello senza interrogarsi sulle strutture materiali e simboliche che lo hanno originato — e che continuano a sostenerlo — si rivela un evidente paradosso (Higgins-Desbiolles, 2018).

Il caso del Marocco offre una lente privilegiata per indagare tale ossimoro. A partire dagli anni Duemila, il Paese, sotto consiglio degli organismi internazionali, ha individuato nel turismo una leva strategica per superare la stagnazione economica. In questa prospettiva, la sostenibilità è diventata non solo un principio valoriale, ma anche il registro discorsivo attraverso cui si sono

strutturate le strategie di pianificazione e sviluppo del settore. Tuttavia, l'adesione al discorso della sostenibilità non si innesta su un terreno neutro, bensì si inserisce in continuità con un più ampio processo di ristrutturazione neoliberale avviato negli anni Settanta, e contraddistinto da liberalizzazioni progressive, privatizzazioni, attrazione di capitali stranieri e crescente integrazione nei mercati globali. In questo contesto, la sostenibilità assume nel caso marocchino i tratti di un dispositivo funzionale al sostegno e all'accelerazione degli obiettivi neoliberali, eludendo le contraddizioni sistemiche prodotte da tale modello in precedenza e riproponendole in una veste rinnovata e apparentemente neutrale.

Alla luce di queste considerazioni, l'elaborato si propone di indagare come il turismo sostenibile in Marocco, lungi dal rappresentare una rottura con il passato o l'espressione di un rinnovato senso etico e ambientale, costituisca piuttosto la nuova grammatica attraverso cui si riformulano le medesime logiche estrattive proprie del capitalismo. Benché si presenti come alternativa al turismo di massa, il paradigma della sostenibilità si rivela, nella pratica, pienamente compatibile con le medesime dinamiche di crescita illimitata, appropriazione territoriale e marginalizzazione sociale.

Attraverso l'analisi di casi studio concreti, l'obiettivo dell'indagine è quello di mostrare come la sostenibilità sia stata progressivamente cooptata dagli imperativi neoliberali, trasformandosi in un dispositivo discorsivo e operativo funzionale alla riproduzione dei processi di accumulazione di capitale. In tale prospettiva, la sostenibilità non appare come uno strumento di riequilibrio sociale e ambientale, bensì come una narrazione strategica che legittima pratiche di dominio, controllo ed espropriazione riconducibili a dinamiche neocoloniali di riorganizzazione dello spazio e della società. L'analisi empirica, in tal senso, non ha solo la funzione di "verificare" un presunto scarto tra teoria e pratica, ma di mettere in luce le modalità attraverso cui il discorso sostenibile viene performato, strumentalizzato e depoliticizzato nel contesto turistico marocchino.

La tesi è articolata in tre capitoli. Il primo capitolo si propone di ricostruire l'evoluzione delle politiche turistiche adottate dal Marocco, a partire dal periodo del protettorato francese fino ai giorni nostri. L'obiettivo è offrire un quadro storico di riferimento utile a comprendere il ruolo cruciale assunto dal turismo come agente di trasformazione socioeconomica e politica nel corso nel XX e XXI secolo. L'analisi storica del settore turistico marocchino evidenzia come il turismo, fin dall'epoca coloniale, si sia configurato come veicolo di rappresentazioni identitarie, di riorganizzazioni spaziali e di riproduzione delle logiche di potere politico. Attraverso una

periodizzazione fondata su passaggi chiave della storia marocchina, il capitolo è suddiviso in tre sezioni principali: il periodo del protettorato francese (1912-1956), il regno di Hassan II (1961-1999) e il regno di Mohammed VI (1999-presente). Per ciascuna di queste fasi, si sono analizzate le politiche turistiche adottate, contestualizzandole all'interno dei più ampi processi culturali, politici ed economici che ne hanno condizionato l'emergere e l'evoluzione. Questo approccio storico e contestuale consente di cogliere il turismo non solo come settore economico, ma anche come spazio di produzione ideologica e culturale, nonché espressione dei cambiamenti dei cicli di produzione e consumo propri del capitalismo contemporaneo. In particolare, si mostra come le politiche turistiche abbiano contribuito ad accelerare l'integrazione del Marocco nell'economia globale, fungendo da catalizzatore per l'affermazione progressiva dell'agenda neoliberale nel paese. Il capitolo, in tal modo, getta le basi storiche e interpretative necessarie allo sviluppo dell'indagine critica condotta nei capitoli successivi.

Il secondo capitolo è dedicato all'analisi del paradigma di sviluppo sostenibile adottato dal Marocco a partire dagli anni Duemila, divenuto progressivamente il fulcro ideologico attorno al quale si sono articolate – e continuano ad articolarsi – le strategie di sviluppo turistico nazionale. L'obiettivo è interrogare criticamente le premesse teoriche e le applicazioni concrete di tale paradigma. A partire dal quadro teorico e normativo fornito dall'Organizzazione Mondiale del Turismo, si è indagato come tali concetti siano stati recepiti e integrati nelle strategie di sviluppo turistico marocchine. Una volta chiarite le premesse teoriche e le narrazioni ufficiali, l'analisi si è spostata su un piano critico, volto a interrogare ciò che si cela dietro l'apparato discorsivo della sostenibilità, cercando di far emergere le contraddizioni insite nella sua applicazione concreta tanto nel contesto marocchino quanto in termini più generali. Consapevole della complessità e dell'ampiezza del dibattito sulla sostenibilità, l'analisi critica è stata organizzata seguendo le tre dimensioni fondamentali del turismo sostenibile così come definite dagli organismi internazionali: tutela e protezione dell'ambiente, valorizzazione del patrimonio culturale e promozione di uno sviluppo economico equamente distribuito. Per ciascuna di queste tre dimensioni è stato selezionato un caso studio specifico relativo al contesto marocchino, con l'obiettivo di mettere alla prova la coerenza tra discorso e prassi, e svelare i retroscena, le ambivalenze e le contraddizioni interne alla retorica della sostenibilità.

Infine, il terzo capitolo si propone di consolidare e concretizzare l'impianto critico sviluppato nel capitolo precedente attraverso l'analisi approfondita del megaprogetto della stazione turistica Taghazout Bay, situato nella regione del Souss-Massa nel Marocco meridionale.

Presentato come fiore all'occhiello della strategia turistica nazionale e simbolo della proiezione internazionale del Marocco, il progetto incarna emblematicamente la presunta sintesi virtuosa tra sviluppo economico e sostenibilità socioeconomica ambientale promossa dal discorso istituzionale. L'analisi del caso studio consente di rafforzare e rendere tangibili le considerazioni precedentemente formulate, mostrando, su scala locale, le modalità attraverso cui le logiche di governance neoliberale si intrecciano con la retorica della sostenibilità, strumentalizzandola per perseguire finalità riconducibili a processi di accumulazione di capitale. Il capitolo si articola in tre sezioni. Nella prima, viene ricostruita la genesi del progetto, ripercorrendo in ordine cronologico le principali fasi che ne hanno accompagnato l'ideazione e la realizzazione. La seconda sezione è dedicata all'analisi delle retoriche sostenibili mobilitate nel discorso ufficiale e alla loro applicazione concreta, interrogando gli esiti materiali prodotti e le contraddizioni strutturali che ne derivano. Infine, la terza sezione adotta un approccio comparativo volto a fornire una chiave di lettura critica di fenomeni recenti di demolizioni spaziali ed espropri verificatisi nei pressi dell'area oggetto di studio, fenomeni che, allo stato attuale, risultano privi di un'elaborazione accademica critica. In particolare, facendo riferimento alle considerazioni critiche emerse da studi condotti su altri megaprogetti precedenti e sull'attuazione della politica delle *Villes sans Bidonvilles*, si sostiene che gli eventi recenti legati a Taghazout Bay rappresentino un ulteriore esempio di riconfigurazione neoliberale del territorio, in cui l'adozione di paradigmi morali funge da dispositivo di legittimazione per processi di espropriazione, esclusione sociale e riarticolazione spaziale secondo logiche di mercato.

Dal punto di vista metodologico, la ricerca si è avvalsa di una pluralità di fonti, con particolare attenzione alla letteratura accademica di orientamento post-coloniale e post-marxista, utilizzata per costruire l'impianto teorico e argomentativo dell'elaborato. Tali contributi si sono rivelati fondamentali per l'elaborazione di un quadro interpretativo critico del nesso tra sostenibilità e neoliberismo, fornendo gli strumenti concettuali necessari per decifrare le logiche sottese alle politiche turistiche analizzate e per interpretare gli esiti empirici emersi nei casi studio considerati. Tra gli autori di riferimento si annoverano David Harvey (2001, 2003, 2005, 2006), Stephen Britton (1982), Koenraad Bogaert (2013) e Freya Higgins-Desbiolles (2018). Per quanto riguarda l'analisi dei casi specifici, e in particolare del progetto di Taghazout Bay, si è fatto ricorso a un insieme di fonti accademiche e non, tra cui inchieste, reportage e articoli pubblicati da media marocchini e internazionali, prevalentemente in lingua inglese, francese e araba. Queste si sono rivelate particolarmente utili per integrare il quadro analitico e per

accedere a informazioni di dettaglio spesso assenti nella letteratura scientifica e ufficiale. Le fonti primarie, indispensabili per ricostruire la narrazione ufficiale promossa dalle istituzioni, includono documenti programmatici e piani di sviluppo elaborati dal Ministero del Turismo del Marocco, oltre a report prodotti dalla Banca Mondiale, dati statistici provenienti dal sito ufficiale dell'Osservatorio del Turismo marocchino, nonché materiali disponibili sui portali digitali dell'Organizzazione Mondiale del Turismo e su piattaforme istituzionali e promozionali dedicate ai diversi progetti.

L'approccio metodologico adottato, sebbene integrato da dati statistici, si configura come prevalentemente qualitativo e orientato alla decostruzione delle narrazioni istituzionali. La frequente assenza di dati ufficiali aggiornati, l'impossibilità di accesso a materiali governativi, così come la limitata disponibilità di una letteratura critica su determinati fenomeni recenti, ha talvolta ostacolato la possibilità di supportare in modo quantitativamente solido le ipotesi formulate. Tuttavia, si ritiene che l'approccio comparativo e interpretativo impiegato offra una base analitica sufficientemente robusta per sostenere la coerenza e la pertinenza delle argomentazioni sviluppate nel corso del lavoro.

CAPITOLO 1

L'evoluzione delle politiche turistiche del Marocco: dal protettorato francese alla nuova tabella di marcia 2023-2026

Introduzione

Il turismo in Marocco nasce durante l'epoca del protettorato francese con il chiaro obiettivo di rispondere alla domanda delle élite francesi di località miti ed esotiche, dove poter sfuggire dalla modernità del presente europeo e appagare i sensi con il fascino del “diverso”. Le politiche urbanistiche francesi ridisegnarono il volto del Marocco, creando una netta separazione funzionale e simbolica tra le medine tradizionali, trasformate in scenografie dell'autenticità per sedurre l'occhio europeo, e le *ville nouvelles* moderne, destinate alla popolazione coloniale. La derivata vocazione turistica venne lasciata in eredità al neo-stato al momento dell'indipendenza nel 1956. Da allora, pur tra discontinuità e riconfigurazioni, il turismo si è affermato come uno dei pilastri dell'economia nazionale e come agente strutturale di trasformazione economica, sociale e territoriale.

Questo primo capitolo si propone di analizzare le tappe dell'evoluzione delle politiche turistiche adottate dal Marocco dal 1912 ad oggi, operando una divisione su base storica: il Marocco coloniale (1912–1956), il regno di Hassan II (1961–1999) e il regno di Mohammed VI (1999 – presente). Tali fasi, e le corrispondenti politiche turistiche che ne sono derivate, riflettono a loro volta l'evoluzione delle modalità di produzione e consumo avvenute il secolo scorso.

Infatti, come sottolineato da Almeida (2014), l'attività turistica non può essere concepita come un settore autonomo o autoreferenziale, bensì come parte integrante dei processi di sviluppo economico, i quali sono essi stessi dinamici e in continua trasformazione. In questo senso, il turismo si sviluppa in stretto legame con i grandi cicli dell'accumulazione capitalistica, che ne influenzano strutturalmente l'organizzazione. È possibile distinguere, in termini idealtipici, tre modalità produttive principali: la fase pre-fordista, caratterizzata da una produzione su scala ridotta e destinata a mercati elitari, generalmente basata su industrie a conduzione familiare o artigianale, che nel settore turistico si traduce in un'offerta frammentata e a bassa intensità, orientata a una clientela selezionata; la fase fordista, fondata sulla standardizzazione e rigidità dei processi produttivi, su economie di scala e sul consumo di massa, che nel turismo si esprime nei pacchetti all-inclusive e nella proliferazione dei resort integrati; e infine la fase post-fordista, che si configura come una rottura rispetto al modello precedente e si caratterizza per la

flessibilità produttiva, la segmentazione dei mercati e l'enfasi crescente sull'esperienzialità, sulla tematizzazione e sull'individualizzazione dell'offerta turistica (Ioannides & Debbage, 1997). In questa fase, il turismo assume una portata propriamente globale, estendendosi a spazi precedentemente esclusi dalla valorizzazione turistica e incorporando territori e pratiche precedentemente marginali (Gormsen, 1982).

Sebbene la natura composita del turismo, come evidenziato da Ioannides e Debbage (1997), implichi che tali modalità produttive non si susseguano in modo rigido o esclusivo, ma spesso coesistano e si sovrappongano nello spazio e nel tempo, la tripartizione proposta qui ha una funzione analitica. Essa consente di individuare configurazioni prevalenti che, in ciascuna fase storica, hanno guidato l'azione pubblica e orientato la struttura dell'offerta turistica in relazione ai modelli di accumulazione dominanti. In questo senso, l'evoluzione delle politiche turistiche marocchine può essere letta come una traiettoria scandita da tali modalità produttive, utili a comprendere le trasformazioni nella governance del territorio, nelle strategie di valorizzazione economica e nelle retoriche discorsive che hanno accompagnato l'uso politico ed economico del turismo.

1.1 Il Marocco coloniale (1912-1956): la fase pre-fordista

Il Marocco fu sottoposto a regime di protettorato a partire dal 1912, quando venne istituito il Protettorato francese, a cui si affiancava un più piccolo Protettorato spagnolo nel nord e nella regione del Sahara occidentale (Guazzone, 2016). Nell'ambito delle politiche di sviluppo, incentrate prioritariamente sull'ammodernamento del settore agricolo, sull'estrazione e valorizzazione delle risorse naturali e sulla costruzione di un apparato industriale moderno, anche il turismo venne integrato come leva strategica. L'obiettivo era trasformare il Marocco, con i suoi paesaggi suggestivi e le sue tradizioni secolari, in una destinazione attrattiva, capace di rispondere alla crescente domanda delle élite straniere, residenti e non, in cerca di spazi piacevoli dove rilassarsi ed evadere dall'alienazione della realtà quotidiana (Almeida García & Chahine, 2016).

La promozione e il progetto turistico destinato al Marocco riflettevano chiaramente il contesto culturale che interessava le potenze europee di quegli anni, basato sulla prevaricazione e mistificazione di popoli di etnie diverse da quella europea-occidentale. L'idea era quella di fornire ai turisti occidentali un Marocco misterioso e sensuale, intriso del fascino dei racconti delle Mille e Una Notte, capaci di trasportare i viaggiatori in un'epoca lontana, dove la "modernità" e il "progresso" dell'Occidente sembravano non esistere. Inoltre, il turismo

rispondeva alla brama europea del “diverso”, alla necessità di saziare con immagini vivide e ricordi tangibili, quella smania orientalista che si andava costruendo dal secolo prima: l’identificazione e il delineamento del “Noi” rispetto all’”Altro” sulla base di un distanziamento precostituito (Aitchison, 2001).

Le prime iniziative in ambito turistico sono attribuite al maresciallo Hubert Lyautey, che dopo aver prestato servizio per lo stato francese in Algeria e Madagascar, nei primi del ‘900 si stabilì in Marocco e, nel 1912, fu nominato Commissario Generale della Repubblica Francese in Marocco (Fondation Lyautey, n.d.).

Il Marocco che si trovarono i francesi era dotato di una rete infrastrutturale estremamente limitata. Strade, porti, ferrovie e le capacità ricettive andavano riqualficate al fine di soddisfare le esigenze dei viaggiatori occidentali, oltre che per le prerogative di interesse e controllo coloniale (Raffali, 2022). Già a partire dal 1912 i francesi riorganizzarono e avviarono la costruzione di reti stradali in grado di collegare le principali città del, così definito da Lyautey, “Marocco utile” (Rabat, Casablanca, Marrakech e Fez), oltre che la creazione del primo tratto ferroviario tra Casablanca e Rabat e l’ampliamento e modernizzazione del porto di Casablanca (ibid.).

In una prima fase, che si rifà al periodo della Prima guerra mondiale, le strutture ricettive erano ancora poche, di conseguenza i turisti rimanevano principalmente sulla costa ed erano spesso confinati nelle aree vicino ai porti (Hunter, 2007). Infatti, solo in pochi, in quegli anni, si dirigevano nell’entroterra (ibid.).

Nel 1918 il generale Lyautey manifestava il suo interesse a sviluppare il turismo in Marocco, e a tal proposito, nello stesso anno, il Protettorato istituì un comitato centrale del turismo la cui missione era quella di, come riporta Stafford (1996), “*studiare tutte le questioni relative al turismo, sia all’interno del Marocco che tra il Marocco e il mondo esterno, cercando tutti i mezzi adeguati per svilupparlo, e di suggerire tutte le misure volte a migliorare le condizioni di trasporto, circolazione e soggiorno dei turisti*” (p. 34).

Sempre nello stesso anno venne stabilita una collaborazione tra l’amministrazione del Protettorato e le tre principali organizzazioni turistiche francesi, volta a sviluppare il turismo nel paese. Queste erano il Club Alpino Francese, il Touring Club di Francia e l’Ufficio Nazionale del Turismo (Raffali, 2022). Nel 1919 venne pubblicata la prima edizione da parte di Hachette della guida “*Le Maroc*”, che venne seguita da costanti aggiornamenti nei successivi anni (Hunter, 2007). Agli editori che si recavano in Marocco, il maresciallo Lyautey metteva a

disposizione uffici militari e agevolazioni sui pedaggi delle autostrade, in modo tale da facilitare e incentivare la visita del protettorato (ibid.).

Grandi imprese private francesi iniziarono presto a investire in catene alberghiere in tutto il paese, un esempio è la grande compagnia di navigazione, la *Compagnie Générale Transatlantique*, che costruì diversi hotel di lusso lungo la costa (ibid.). In poco tempo molti altri hotel vennero costruiti, soprattutto quando nel 1919 venne creato il *Credit Immobilier et Hételier* con l'obiettivo di dare un impulso agli investimenti privati in Marocco (ibid.). Era chiaro che per l'autorità coloniale il turismo era uno strumento efficace per promuovere e consolidare gli interessi francesi, non solo dal punto di vista economico per tutti gli altri settori correlati, ma anche a livello politico e militare, poiché presupponeva un forte controllo della popolazione locale e del territorio (ibid.).

Il simbolo del turismo coloniale e la sua strategia di sviluppo erano incarnati dall'hotel la *Mamounia*, il lussuosissimo hotel di Marrakech, costruito nel 1923. Un hotel dove la novità dell'art déco e il confort occidentale si mescolavano al fascino dell'oriente tra gli zellij e i giardini profumati, offrendo al viaggiatore uno spazio "sicuro" per farsi soggiogare dalla sensualità dell'esotico. L'albergo trae il suo nome dal principe Moulay Mamoun, figlio del Sultano Mohammad Ben Abdellah che governò nella seconda metà del XVIII secolo, il quale regalò i suddetti giardini al figlio (La Mamounia, n.d.). Fin dalla sua nascita, l'hotel divenne un'icona, richiamando personalità di spicco dell'arte, della cultura e della politica occidentale, tra cui Churchill, De Gaulle e successivamente Roosevelt (ibid.). A seguire, nel 1929 venne inaugurato il *Palais Jamaï* a Fez (Raffali, 2022). L'albergo sorgeva nella vecchia residenza del gran visir Mohammed Ben Arbi El Jamaï, che apparteneva a una delle famiglie più influenti e potenti del Marocco del XIX secolo (The view from Fez, 2017). L'hotel venne preso in gestione dalla *Société des Grands Hôtels Nord-Africains*, filiale della *Compagnie Generale Transatlantique*, che gestiva molti hotel di lusso in Nordafrica (Raffali, 2022). Al pari del Mamounia, l'hotel attirò diplomatici, politici, intellettuali e facoltosi turisti provenienti da tutta Europa (The view from Fez, 2017).

Nel 1936, in concomitanza con il lancio del primo tour organizzato, il Marocco disponeva di 96 hotel distribuiti nelle più grandi città (Raffali, 2022). Alla vigilia dell'indipendenza, il numero di alberghi lasciati in eredità dal protettorato ammontava a 200 (Chahine, 2016).

Oltre alla costruzione e ristrutturazione di strutture ricettive di lusso in grado di accogliere i facoltosi turisti intenzionati a venire in Marocco, il maresciallo Lyautey, coadiuvato

dall'architetto Henri Prost, promosse la realizzazione di nuovi quartieri accanto e in contrapposizione alle antiche medine (Clément, 1994). Questi quartieri vennero denominati “*villes nouvelles*” e si espandevano secondo i criteri occidentali di razionalizzazione degli spazi. Dotati di sistemi idrico-fognari e di elettricità, oltre ad ospitare complessi residenziali, divennero anche la sede degli uffici amministrativi, scuole e ospedali (Borghi, 2008). Gli edifici e l'urbanistica delle *villes nouvelles* richiamavano le linee delle città europee: le piccole finestre e i vicoli stretti delle medine lasciavano posto ad ampi viali alberati, palazzi imponenti ed eleganti che raccontavano le grandi città francesi. Il simbolismo era quello tipicamente europeo, con edifici del potere che dovevano essere ben riconoscibili nel paesaggio urbano fungendo da vetrina dell'autorità coloniale (ibid.).

Le *villes nouvelles*, oltre ad ospitare i coloni francesi, divennero un catalizzatore turistico alternativo a quello dei suq e delle campagne (Hunter, 2007). Come riporta Hunter (2007), citando le parole della guida Hachette: “*era importante per i viaggiatori vedere anche il nuovo Marocco, quello delle città europee*” (p. 584).

Sebbene l'amministrazione coloniale giustificasse la creazione delle *villes nouvelles* con la presunta volontà di preservare l'integrità architettonica, urbanistica e artistica delle medine, così come lo stile di vita delle popolazioni che vi risiedevano¹, tale intervento urbanistico rispondeva in realtà anche, e forse soprattutto, a una logica di controllo spaziale e di separazione radicale tra popolazione indigena e coloni europei. Infatti, come riporta Harvey, parafrasando Michel Foucault: “*lo spazio...è una metafora di un luogo o un contenitore del potere*” (Harvey, 1985).

Secondo tali direttive, lo spazio urbano veniva configurato in conformità alla visione orientalista dominante nell'epoca coloniale: una messa in scena spaziale del progresso, incarnato dai comfort e dall'eleganza abitativa occidentale, contrapposto simbolicamente — e visivamente — all'arcaicità, se non decadenza, delle medine. Una dicotomia volutamente costruita, che secondo Prosper Ricard, arabista al servizio del Protettorato, generava “*contrastì sorprendenti che lo rendono (il Marocco) unico*” (Prosper, 1919).

¹ Come riporta lo stesso Lyautey: “*È importante, tra l'altro, che l'establishment francese e la città indigena rimangano distinti, per evitare una prossimità dannosa, per mantenere l'integrità della città e della vita indigena e per consentire alla vita francese e ai vari servizi di diffusione di diffondersi liberamente, senza invadere gli insediamenti indigeni*” (P. Lyautey 1953, p. 45).

Non a caso, Hachette, nel promuovere il Marocco come destinazione turistica, puntava tutto sul suo presunto immobilismo e sul peso di una tradizione che non conosceva sviluppo o cambiamento:

“Una terra del Medioevo africano, con un colore e un fascino (...) di una tale intensità che non potevano essere trovati altrove... A lungo al di fuori della civiltà occidentale, questa antica terra, con le sue usanze tradizionali, i suoi monumenti straordinari e la sua dolce vita pastorale, è (...) fonte potente di impressioni. Allo stesso tempo, grazie ai francesi, stava emergendo un altro Marocco. L'età moderna, con le sue strade, ferrovie, telegrafi e stili di vita urbani, stava fiorendo. Il contrasto tra il moderno e il medievale in Marocco fornisce uno spettacolo indimenticabile” (citato in Hunter, 2007; p. 587).

Quello che rendeva il Marocco così affascinante agli occhi degli occidentali, come si evince dalle parole dello stesso Lyautey, era questa presunta “autenticità” che non andava a perdersi nella vicinanza con i francesi, a differenza di quello che avveniva nelle altre colonie, come l'Algeria, la quale era troppo simile alla Francia con le sue grandi città affollate e inquinate (Demerdash, 2009).

A partire dalla metà degli anni '30, con la cosiddetta “pacificazione” del Marocco e la sottomissione delle comunità berbere delle regioni montane, ebbe inizio la pianificazione turistica dell'Atlante (Berriane, 1989). Quest'area, percepita dagli europei come uno spazio affascinante e remoto, veniva esaltata per la sua natura incontaminata e per la possibilità di praticare escursionismo, pesca e caccia in un ambiente rappresentato come “vergine”. Questo è il caso di Ifrane, una cittadina fondata nel 1929 con l'esplicito obiettivo di trasformarla in una stazione di villeggiatura montana, dove le famiglie francesi potevano trovare conforto dal caldo estivo della piana del Souss o di Casablanca (ibid.). Con tale scopo, l'amministrazione del Protettorato espropriò parte dei terreni appartenenti alla *zāwiya*², e avviò un piano di sviluppo urbanistico fondato sul modello della “città giardino” in voga nell'urbanistica europea dell'epoca, prevedendo la costruzione di edifici in stile chalet alpino (Spotorno, 2011). Tale progetto diede forma all'attuale Ifrane, conosciuta anche come la “piccola Svizzera del Marocco” (ibid.).

² Istituzione religiosa sufi tradizionalmente dotata di autonomia spirituale e territoriale.

Ifrane attirava i turisti non solo per il clima temperato durante l'estate e le abbondanti nevicate invernali, ma anche per la presenza delle maestose foreste di cedri e per il fascino "autentico" dei villaggi berberi, caratterizzati da abitazioni in argilla (ibid.). Il successo della località fu tale che già nel 1936 venne collegata a Meknès tramite una linea di autobus e poteva contare su un'infrastruttura turistica composta da quattro hotel, un casinò e una locanda (Hunter, 2007).

In parallelo, con lo sviluppo di Ifrane, si delineò accanto alla città un insediamento "indigeno", denominato Timdiqīn, atto ad ospitare perlopiù manovalanza a basso costo al servizio della clientela francese (Spotorno, 2011). L'insediamento era separato da Ifrane da una profonda valle ed era perlopiù composto da case molto modeste (ibid.).

Ifrane e Timdiqīn sono un'ulteriore prova delle politiche di divisione etnico-spaziale messe in atto durante il Protettorato: la creazione di non-luoghi intrisi di nostalgia e orgoglio nazionale, che riproducevano simbolicamente e materialmente "la Francia lontano dalla Francia" in ogni aspetto della loro pianificazione urbana (Borghi, 2008). Si trattava di spazi esclusivi, il cui accesso per la popolazione locale era rigidamente limitato a funzioni di servizio, secondo una logica di gerarchizzazione e segregazione spaziale tipica del dispositivo coloniale. Il contatto con il luogo reale esisteva sì, ma unicamente subordinato alla necessità di rafforzare la distanza tra un "noi" e un "loro", tra una "modernità in costante evoluzione" che è "nostra" e un "immobilismo museale" che è "loro", configurando così un dualismo spaziale-etnico ben definito (ibid.). D'altronde l'obiettivo stesso del progetto urbanistico in tutto il Marocco, come riporta De Mazières (1937), era *"quello di evitare confusione, contatti inutili tra due popolazioni – marocchina ed europea – che non avevano nulla da guadagnare dalla convivenza"* (p. 65).

Tornando alle città e al loro sviluppo urbano, è interessante notare come i francesi avessero pianificato la progettazione urbanistica ed architettonica dei conglomerati urbani sulla base dello specifico uso a cui erano destinati. Se Casablanca, con il suo skyline dominato da grattacieli, era atta ad ospitare il centro finanziario ed economico del paese, Marrakech con il suo paesaggio incorniciato dell'Atlante e i suoi colori, rispondeva all'imperativo dello svago e del piacere (Borghi, 2008). Marrakech, secondo il progetto di Prost, si sviluppò quindi in risposta ad un senso estetico: non doveva rispecchiare il potere economico o politico, bensì incoraggiare la passeggiata, il riposo e la contemplazione del bello (ibid.). Di conseguenza, le principali arterie della città vennero ritracciate in modo tale da offrire splendidi scorci sulle montagne dell'Atlante, la Khotoubia venne messa in risalto da ogni angolazione, venne data la

priorità alla preservazione e alla cura dei giardini, e infine, probabilmente l'aspetto più importante, venne stabilito il colore rosso come l'unico colore atto a tinggiare le facciate degli edifici, segnando per sempre l'immagine di Marrakech come "la Città Rossa" (ibid.).

Con l'espansione dell'offerta turistica che apriva le sue porte a tour individuali, in Europa iniziarono a diffondersi sempre di più brochure pubblicitarie, illustrazioni, scritti e racconti dei viaggiatori europei che avevo solcato questa terra, creando e diffondendo un'immagine turistica, che viene promossa ancor oggi, di un Marocco dove la "dolce vita europea" si intreccia al fascino esotico dell'Africa (ibid.).

1.2 Dal post-indipendenza alla fine del regno di Hassan II (1961-1999): la fase fordista

Dopo l'indipendenza, ottenuta nel 1956, il Marocco dovette affrontare numerose sfide per organizzare il neo-stato (Almeida García & Chahine, 2016). Una delle principali priorità riguardava la creazione di una struttura produttiva propria, capace di rompere la dipendenza economica e creare posti di lavoro (Hillali, 2007). Nello scenario bipolare della Guerra Fredda, il discorso ruotava intorno al modello ideologico-economico da adottare: comunismo o capitalismo (ibid.). Per quanto Nasser e il suo Egitto socialista godessero di ampia risonanza nel contesto arabo, il Marocco, al pari della Tunisia, orientò le proprie scelte economiche verso l'adozione di un capitalismo liberale fondato sulla pianificazione strategica, un modello diffuso nei paesi del Nord del Mediterraneo e fortemente promosso dalle agenzie internazionali, come la Banca Mondiale, che lo presentavano come condizione necessaria per l'accesso ai finanziamenti esteri (Ramos Gorostiza & Pires Jiménez, 2013).

Così non fu per l'Algeria e la Libia che, aderenti alla "purezza socialista", che riteneva incompatibile l'iniezione di capitale straniero nell'economia nazionalizzata, rifiutarono senza mezzi termini l'apertura allo sviluppo turistico internazionale (Hillali, 2007), come testimoniano inequivocabilmente le parole di Houari Boumedienne, presidente dell'Algeria dal '65 al '78: "*non prostitueremo il nostro sole*" (citato in Hillali, 2004). Mentre l'Algeria, quindi, si dedicava alla preservazione delle conquiste sociali e morali della sua rivoluzione, il Marocco, a partire dagli anni '60, fece del turismo la leva della sua economia (Hillali, 2007). Secondo Hillali (2007), la linea di sviluppo liberale, e di conseguenza del turismo, adottata dal Marocco, più che costituire una scelta, appare come una costrizione. Infatti, sostiene che il carattere monarchico del regime, l'impossibilità di allineare la propria politica ad alcuna rivoluzione, e le relazioni consolidate con gli Stati Uniti e l'Europa occidentale hanno fatto sì che il Marocco adottasse una traiettoria di sviluppo "lineare", fondata su un "liberalismo misurato" (ibid.).

Nonostante ciò, inizialmente il turismo non venne considerato un vero settore produttivo. Nei primi anni dall'Indipendenza, il Marocco provò la via dello sviluppo industriale attraverso un piano quinquennale (1960-1964), anche se il progetto si rivelò un fallimento. Infatti, la classe dirigente non tenne conto della struttura economica e dei problemi strutturali del neo-Marocco: l'assenza di competenze tecniche e risorse umane qualificate; l'inadeguatezza delle risorse finanziarie, infrastrutturali e amministrative; la mancata integrazione dell'industria con il settore agricolo, che costituiva il 75% del PIL, oltre che la completa dipendenza dall'estero per quanto riguarda l'importazione di tecnologie e di capitale (ibid.).

Per quanto riguarda il turismo, gli investimenti furono scarsi e furono concentrati nelle città storiche del Marocco e in alcune località del Nord. Tuttavia, è importante notare che, in seguito al devastante terremoto di Agadir del 1960, il governo per alleviare la crisi e sostenere la ricostruzione della città, costruì il primo resort, rendendo Agadir una meta turistica capace di attrarre una domanda di sole e mare. Nel giro di pochi anni, Agadir divenne la principale destinazione del Marocco e simbolo del turismo di massa nel paese (Almeida García & Chahine, 2016).

Nel 1964, in un contesto segnato da una crisi finanziaria stringente e dall'urgenza di rispondere alle aspettative di sviluppo della popolazione, il governo marocchino richiese il supporto consulenziale della Banca Internazionale per la Ricostruzione e lo Sviluppo (BIRS) (Hillali, 2007). Come per la Tunisia nel 1960, la Banca Mondiale inviò un gruppo di esperti al fine di effettuare una diagnosi territoriale, valutando il potenziale di sviluppo economico del paese e suggerendo un programma di investimenti capaci di accelerare la crescita socioeconomica (Boujrouf, 2005). La ricetta della Banca Mondiale proposta al Marocco, come a tutti gli altri paesi di neo-indipendenza privi di petrolio, fu quella di abbandonare l'opzione industriale e dedicarsi al turismo, settore che venne presentato come riequilibratore della ricchezza tra paesi del Nord e del Sud, grazie all'entrata di valute estere tramite i turisti e gli investimenti internazionali, e alla creazione di posti di lavoro che non richiedevano qualifiche e competenze particolari (Almeida-García, 2017).

Fu così che il turismo, insieme all'agricoltura, divenne uno dei principali motori di sviluppo del paese, tanto che nel 1965 venne creato il Ministero del Turismo (Chahine, 2016). Nello stesso anno, venne approvato il Piano triennale di sviluppo socioeconomico che creò una serie di organismi volti a favorire lo sviluppo regionale, evidenziando le *Zone d'Aménagement Prioritaire* (ZAP), ovvero quelle zone che avevano più potenziale turistico ed erano

caratterizzate da un'economia basata sull'agricoltura e dalla presenza di popolazioni semi-nomadi (Stafford, 1996). Tra queste rientravano alcune località del nord lungo la costa (Tangeri, Al Hoceima e Tetuan) e del sud (Agadir e l'asse Ouarzazate-Errachidia) (Chahine, 2016). L'obiettivo ambizioso era quello di attrarre 700.000 mila turisti entro la fine del 1967 (Raffali, 2022).

In questa fase iniziale, che va dal 1965 al 1972, l'intervento statale fu molto elevato, tanto che Hillali (2007) definisce questo periodo: “*gli anni dell'euforia*” (p. 53). In questo arco temporale, lo stato si fece carico dell'80% degli investimenti nel settore turistico (ibid.). Tuttavia, per comprendere il contesto, è bene specificare che l'ammontare di investimenti che lo stato destinava al settore corrispondeva solo al 6,6% del bilancio statale (v. tabella 1.1.) (Almeida-García, 2017).

Per migliorare e ampliare l'offerta di alloggi turistici, lo stato, nel 1968, diede impulso alla creazione e rilancio di strutture statali gestite da organismi pubblici e semi-pubblici, tra cui l'*Office National Marocain du Tourisme* (ONMT), creato nel 1946 durante il protettorato, la *Société Marocaine d'Aménagement pour le Développement Touristique* (SOMA-DET) e la *Caisse de Dépôt et de Gestion* (CDG) (El Haddadi, 2010). Questi istituti si occupavano principalmente di promozione turistica e organizzazione di viaggi, intervenendo direttamente nella creazione dell'offerta turistica e, nel 1976, arrivarono a gestire 20 stabilimenti turistici (Chahine, 2016).

Inizialmente il target di riferimento della pianificazione turistica marocchina era una clientela di lusso che cercava un prodotto di qualità. Tuttavia, l'industria ancora acerba non era in grado di soddisfare le necessità di questo tipo di domanda, quindi all'inizio degli anni '70, anche sulla scia del successo che stavano sperimentando i paesi nel nord del Mediterraneo — in particolare la Spagna — i piani virarono sulla promozione di un turismo di massa (ibid.).

Se da un lato l'obiettivo del piano era favorire lo sviluppo economico, dall'altro il turismo era visto dalle élite dirigenti anche come strumento di trasformazione sociale. Infatti, si riteneva capace di creare abitudini di produzione e consumo tra le classi medie e di scardinare il tribalismo delle zone più conservatrici restie alla “modernizzazione” (Hillali, 2007). Tuttavia, proprio per la marginalità delle aree interessate e l'assenza di adeguate infrastrutture, i costi per realizzare gli interventi turistici prefissati richiedevano ingenti disponibilità finanziarie di cui il Marocco non era provvisto (ibid.). Ciò determinò un dirottamento nella politica

economica statale che fece appello sempre più ad aiuti esterni per finanziare gli investimenti nel settore del turismo (ibid.).

È importante segnalare che, già negli anni precedenti, nonostante il primato dello stato come principale finanziatore dei progetti turistici, alcune compagnie straniere private avevano investito nel regno, come la catena francese *Club Méditerranée* che costruì sei complessi turistici lungo le coste del Marocco (Chahine, 2016). Infatti, sebbene durante l'intero periodo 1965-1972 lo stato fosse il principale agente promotore della politica turistica, è bene segnalare che già a partire dagli anni '60 introdusse sussidi e incentivi finanziari per l'impresa privata, garantendo circa il 75% del costo delle operazioni di investimento a carattere turistico, tramite esenzioni fiscali e credito alberghiero, i quali però non ebbero grande risonanza (ibid.).

Fu la fine degli anni 70 però, con la crisi del petrolio, la caduta repentina dei prezzi del fosfato, la crisi politica derivata dall'annessione del Sahara Occidentale e quella economica per l'enorme debito estero, a determinare il passaggio di ruolo dallo stato al settore privato come “promotore, investitore e sviluppatore” del turismo (Raffali, 2022).

Tabella 1.1.: Quota del bilancio statale destinata al settore turistico e quota finanziata dal settore privato sul totale degli investimenti dal 1960 al 1992

Programmi e piani di sviluppo dal 1960 al 1992	Quota del bilancio statale destinata al settore turistico (%)	Quota finanziata dal settore privato sul totale degli investimenti (%)
Piano quinquennale: 1960 -1964	1,40%	92%
Piano triennale 1965-1967	6,40%	20%
Piano quinquennale: 1968-1972	6,80%	18%
Piano quinquennale: 1973-1977	6,50%	16%
Piano triennale:1978-1980	3,40%	90,6%
Piano quinquennale:1981-1985	1,80%	90,0%
Piano quinquennale: 1988-1992	1,20%	94,0%

Fonte: Hillali, 2007

Nello specifico, una frattura significativa si verificò nel 1983, quando il Marocco, analogamente a molti altri Paesi definiti “in via di sviluppo”, adottò, su raccomandazione del Fondo Monetario Internazionale e della Banca Mondiale, un Programma di Aggiustamento Strutturale (PAS),

finalizzato a una ristrutturazione complessiva dell'economia nazionale e da attuarsi integralmente entro il 1992 (Raffali, 2022). In tale prospettiva, e al fine di facilitare l'implementazione delle misure previste dai PAS, nel 1992 il Marocco firmò un accordo di cooperazione con l'*United States Agency for International Development* (USAID), la quale si impegnavano a fornire supporto tecnico e assistenza istituzionale al governo marocchino (Hillali, 2007).

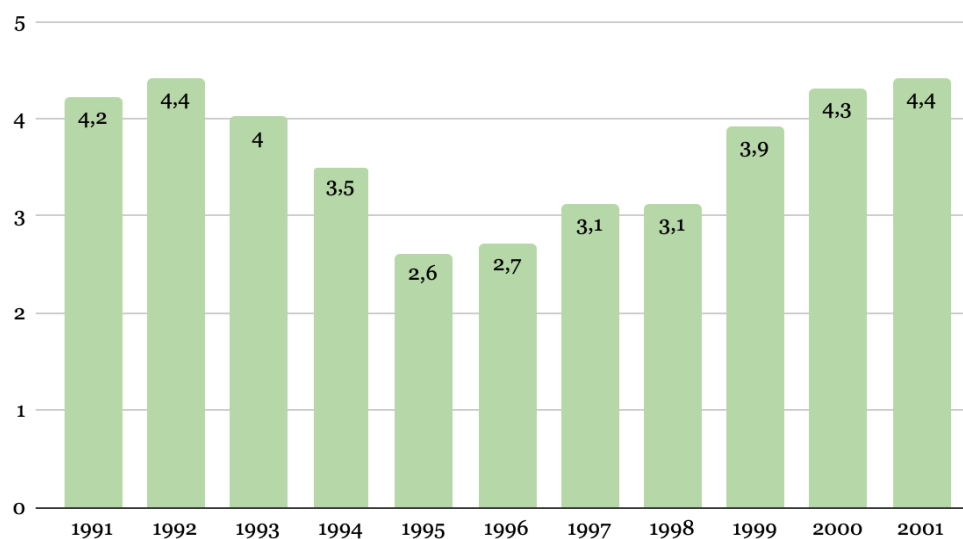
I programmi di aggiustamento strutturale consistevano in una serie di misure economiche introdotte dai grandi organismi internazionali come condizione necessaria per accedere a prestiti o rinegoziare i debiti esistenti (Bogaert, 2013). Tali misure, baluardo di una visione neoliberale dell'economia, erano volte a ridurre il deficit fiscale tramite l'adozione di misure di austerità fiscale, attrarre gli investimenti e sanare la disoccupazione, oltre che aumentare la competitività dell'economia a livello globale tramite la liberalizzazione del mercato, privatizzazioni, deregolamentazione del mercato del lavoro e svalutazione della moneta (ibid.). Questi programmi iniziarono ad essere proposti principalmente ai paesi "in via di sviluppo" a partire dagli anni '80 a causa della crisi occupazionale e dei deficit di bilancio. Sebbene molti paesi arabi siano stati coinvolti in questo processo, fu proprio il Nord Africa (Tunisia, Egitto e Marocco) a registrare il maggior numero di privatizzazioni (Hanieh, 2013).

Il turismo fu uno dei settori chiave per l'attuazione delle misure di aggiustamento strutturale, in quanto, secondo la narrativa proposta dal Fondo Monetario Internazionale e dalla Banca Mondiale, i monumenti e i paesaggi potevano essere nuove fonti di ricchezza nazionale, incoraggiando gli investimenti esteri e generando posti di lavoro e opportunità economiche (Britton, 1982). Infatti, a partire dagli anni '90, il Marocco avviò un grande processo che portò alla vendita a privati della maggior parte degli stabilimenti turistici pubblici (Chahine, 2016). Il fenomeno fu così importante che si creò nel 1989 un apposito dipartimento ministeriale, il *Ministère des Affaires Économiques et de la Privatisation*, incaricato di guidare il processo di privatizzazione (Drissi Kaitouni, 2007). Nel 1983 fallì la prima azienda pubblica del settore turistico marocchino, la società *La Diafa* che si occupava di gestire alcuni stabilimenti turistici creati dall'*Office National Marocain du Tourisme* (ONMT) (Hillali, 2007). Nel complesso, alla fine del periodo, 37 furono gli hotel di fascia alta (4-5 stelle) ad essere messi in vendita e successivamente acquisiti da catene private nazionali e internazionali (Ouahidi & Mzidabi, 1994).

Tra gli anni Ottanta e i Novanta gli investimenti statali nel settore del turismo passarono dall'80% al 10% e con l'approvazione della Legge 18/95 vennero limitati i sussidi e gli aiuti finanziari alle imprese in difficoltà (Almeida García & Chahine, 2016). Come indicato dal piano quinquennale 1988-1992, il ruolo dello stato in quegli anni si limitò alla progettazione e promozione di offerte turistiche alternative, tra cui il turismo di montagna, quello residenziale e quello improntato sul benessere con il centro termale di Moulay Yacoub (Berriane, 1989).

Nel mezzo di questo processo caratterizzato da una forte stagnazione economica, il settore turistico subì un duro colpo causato dall'attentato di Marrakech del 1994 quando un gruppo di individui di nazionalità francese e di origine marocchina e algerina, fece fuoco contro un gruppo di turisti nel famoso Atlas Asni Hotel (Benhda, 2023). L'evento, in aggiunta alle ripercussioni della prima Guerra del Golfo (1990-1991), determinò una forte contrazione dei flussi turistici in entrata negli anni successivi (v. grafico 1.1.), oltre al deterioramento dei rapporti con l'Algeria, dato che il Marocco accusò i servizi segreti algerini di essere coinvolti nell'attentato (ibid.).

Grafico 1.1.: Evoluzione degli arrivi turistici tra il 1991 e il 2001 in milioni



Fonte: Chahine, 2016 (p. 142)

Questa fase sopra descritta, che va dalla seconda metà anni '60 agli anni '90, viene indicata maggiormente nella letteratura come "fase fordista", ovvero un'epoca storica in cui il modello di produzione e organizzazione industriale era strettamente legato all'invenzione della catena

di montaggio³. Il Fordismo comportava, in primo luogo, il passaggio a una produzione di beni standardizzati, e in secondo luogo, la creazione di un regime di accumulazione basato su un circolo virtuoso di produzione e consumo di massa, impattando profondamente sulle dinamiche socioeconomiche vigenti fino ad allora (Harvey, 1990).

Il turismo, in quanto settore economico strettamente legato alle dinamiche industriali, inglobò i nuovi metodi e le caratteristiche di produzione sviluppate dall'industria, come la standardizzazione e la concentrazione verticale e orizzontale dell'offerta, che consentirono una produzione su larga scala e la riduzione dei costi (Schéou, 2009). Le nuove modalità sopra elencate determinarono la nascita del cosiddetto "turismo di massa", ovvero un turismo che, grazie appunto alla produzione in serie e all'abbattimento dei costi, riuscì a creare un'offerta turistica capace di soddisfare le possibilità di spesa delle masse popolari occidentali. Ciò chiaramente, rispondeva ai grandi cambiamenti del secondo post-guerra, quando nel blocco dell'Europa Atlantica e del Nord America, grazie al boom economico, aumentarono generalmente gli stipendi e il tempo libero a disposizione, determinando nelle classi medie la nascita di un desiderio di consumi che andasse oltre "lo strettamente necessario" (Butcher, 2020).

Il turismo fordista, quindi, viene associato alle caratteristiche di produzione di massa, ovvero la creazione di prodotti turistici, sottoforma di pacchetti all-inclusive estremamente standardizzati e rigidi, per la maggior parte prodotti da corporazioni transnazionali che avevano il pieno dominio del mercato (Torres, 2002). Questi pacchetti erano volti a soddisfare la domanda di "sole e mare" e/o di montagna che assecondava il bisogno di relax e fuga dalla quotidianità. Tipiche di questa fase, sono le costruzioni di *resort-enclave* situati in luoghi strategici capaci di rispondere ai bisogni manifestati dai consumatori, ma, come suggerisce il termine "enclave", completamente separati dal contesto locale in cui erano situati, quasi in un'ottica di segregazione dalla comunità locale (ibid.). Infatti, non è tanto il luogo con le sue connotazioni specifiche, culturali ed etniche, ad attirare i turisti, bensì il modello di vacanza proposto. Il luogo si svuota di ogni sua specificità e il suo unico ruolo è fare da sfondo anonimo a questi resorts, dove l'offerta è sempre la stessa dal Mediterraneo ai Caraibi, come riportano le parole di Burkart e Medlik (1981):

³ Per una definizione, vedi "Fordism", Encyclopædia Britannica, consultabile su: <https://www.britannica.com/money/Fordism>

"A giudicare dalle brochure dei tour operator, il prodotto richiesto dai consumatori è una vacanza di due settimane in un moderno hotel di cemento bianco con piscina e bar, il tutto immerso nella luce del sole sotto un cielo senza nuvole. Si presta poca o nessuna attenzione al paese in cui si trova il resort, e si può dedurre che il turista internazionale sia piuttosto indifferente alla natura o allo status di quel paese" (p. 189).

Per quanto riguarda il Marocco, sebbene i primi piani di pianificazione turistica puntassero a un turismo di qualità, con la creazione di stabilimenti di fascia alta, a partire dagli anni '70 – e con maggiore intensità dagli anni '80 come già menzionato – prese forma un'offerta turistica di massa. Quest'ultima fu orientata principalmente allo sviluppo delle città imperiali, con Marrakech in primo piano, e della stazione balneare di Agadir, che, grazie ai suoi litorali e al clima mite tutto l'anno, si affermò come prodotto leader del paese (Almeida García & Chahine, 2016). Agadir divenne così il principale polo di attrazione per gli arrivi internazionali e per le catene alberghiere straniere, interessate a investire in virtù della manodopera a basso costo e dell'assenza di vincoli legati alla stagionalità (ibid.).

Il fenomeno era in linea con quanto avveniva anche in Tunisia ed Egitto, ovvero gli altri due paesi del Nord Africa che avevano deciso di aprirsi al turismo. Il mercato di riferimento era l'Europa sia per vicinanza e sia per il potere di acquisto dei consumatori europei, al quale questi paesi, o meglio, le grandi imprese transnazionali, proponevano prodotti vergini e ancora lontani dal presagio di saturazione che invece stavano vivendo i litorali dell'altra sponda del Mediterraneo, sempre più affollati e inquinati (Hazbun, 2004). Nel 1975, Luis Turner e John Ash, in relazione a questo sviluppo, notarono:

“ciò a cui stiamo assistendo è la rapida conversione dell'intera costa Mediterranea nella periferia dell'ozio dell'Europa” (Turner & Ash, 1975, p. 100) .

Di fatto, il turismo di massa, così come era avvenuto nei paesi del Nord del Mediterraneo qualche decennio prima, cambiò completamente l'aspetto paesaggistico e umano dei litorali e delle città interessate, impattando irrimediabilmente sulle dinamiche sociali, culturali e ambientali (Hazbun, 2004).

Tra le tante conseguenze determinate dal turismo di massa in Marocco, fu significativo l'aumento delle migrazioni dalle campagne verso i poli turistici principali (come diretta conseguenza dell'intensificazione degli squilibri socio-spaziali interni); erosione dei litorali e perdita di vaste aree destinate all'agricoltura a causa delle politiche urbanistiche di cementificazione sfrenata; contaminazione e drenaggio delle riserve idriche (già scarse);

aumento generale della dipendenza del paese da entrate di valuta estera derivanti dal turismo, oltre che la completa sottomissione alle grandi imprese transazionali, le quali controllavano di fatto l'intera filiera (Gozálvez Pérez & Molina, 2011).

È a partire dalla consapevolezza degli effetti negativi del turismo di massa che, dagli anni 2000, la narrativa dei grandi organismi internazionali, in primis l'*United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), ha iniziato a introdurre il concetto di "sostenibilità" come principio guida di ogni strategia di sviluppo. La sostenibilità è così diventata il nuovo paradigma di consumo e produzione, nonché una condizione imprescindibile per la realizzazione di qualsiasi progetto turistico.

1.3 Il regno di Mohammed VI (1999-presente): la fase post-fordista neoliberale

1.3.1. La Vision 2010

Incoronato re nel 1999, Mohammad VI consolidò e rafforzò il carattere liberale del Marocco, portando avanti strette relazioni con le potenze occidentali e gli organismi economici internazionali (U.S. Department of State, Bureau of Economic and Business Affairs, 2000).

Per quanto riguarda il turismo, l'ascesa del nuovo re segnò uno spartiacque storico nelle politiche turistiche del regno. L'intenzione era quella di fare del turismo il principale motore di sviluppo economico del paese tramite una pianificazione studiata e la completa apertura del paese al mercato e alle dinamiche di sviluppo neoliberali (Almeida-García, 2017). Non a caso, il paese ereditato dal neo-re in quegli anni era segnato da una profonda crisi socioeconomica. Con il persistere dei prezzi bassi del fosfato e della grave siccità degli anni precedenti, il turismo rappresentava un settore versatile, capace di generare valuta estera, attrarre capitali nel paese e creare nuove opportunità lavorative (Britton, 1982).

Il 1° gennaio del 2001, durante il vertice nazionale sul turismo di Marrakech, il monarca annunciò la nuova politica turistica agli attori turistici del paese (Buades, 2014). Nel suo discorso di inaugurazione, Mohammad VI manifestò la chiara intenzione di concedere allo sviluppo turistico un interesse speciale per "*poter vincere la grande jihad economica e sociale*" (MohammadVI, 2001). Nel suo discorso, il sovrano richiamò le risorse di cui il Paese dispone e le trasformazioni in atto nel contesto globale, in particolare la globalizzazione, che hanno contribuito a consacrare il turismo come settore *driver* delle economie mondiali (ibid.). In questo quadro, venne espressa chiaramente la volontà di attribuire al turismo un ruolo centrale nel processo di "evoluzione" nazionale:

“Non vi è ignoto che le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, così come la globalizzazione dell'economia, comporteranno trasformazioni tali da porre il turismo in testa alle industrie mondiali. Per questo motivo, abbiamo ritenuto opportuno condividere con voi la nostra visione per l'adeguamento di questo settore, che consideriamo un perno dello sviluppo, affinché il nostro Paese possa beneficiare delle quote di mercato turistico che merita a livello internazionale e nella promettente area mediterranea. Il nostro obiettivo è riabilitare il settore turistico come settore economico di massima priorità” (ibid.).

I valori che guidano il progetto sono quelli dell'autenticità e della qualità, insieme a un'attenzione particolare alla dimensione ecologica e locale.

“Insistiamo (...) sul ruolo delle collettività locali nell'incoraggiare le attività turistiche, vigilando sulla pulizia dell'ambiente, sull'estetica degli spazi turistici e sull'organizzazione di attività ricreative permanenti che rendano gradevole e piacevole il soggiorno nelle nostre città e campagne” (ibid.).

L'obiettivo è quello di superare le criticità degli anni passati, oltre che competere con le altre tipiche destinazioni del sud del Mediterraneo (Tunisia, Egitto e Turchia), attraverso la creazione di una strategia ben precisa: la *Vision 2010* (Porter & Ketels, 2008). La *Vision*, sostenuta dalla Banca Mondiale, la quale mise a disposizione 2 milioni di dollari per lo sviluppo di progetti in ambito turistico, inaugurò una nuova era nella storia della politica turistica marocchina (Chahine, 2016).

Il piano, lanciato ufficialmente il 10 gennaio 2001, ruotava attorno a sei sfere principali: prodotto, trasporti, formazione, commercializzazione e promozione, organizzazione istituzionale e ambiente turistico, le quali, a loro volta, erano suddivise in piani e attuazioni specifiche (Fédération Nationale du Tourisme, n.d.).

In termini numerici, come riporta l'accordo quadro firmato il 29 ottobre 2001, la *Vision 2010* si era fissata i seguenti obiettivi:

- Attrarre 10 milioni di turisti nel 2010;
- Ospitare 7 milioni di turisti internazionali, raggiungendo una capacità ricettiva di 230.000 posti letto;

- La creazione di sei grandi stazioni turistiche balneari (Mediterrania-Saïdia, Plage Blanche, Taghazout, Lixus, Mazagan, Mogador) per una capacità ricettiva di 120.000 posti letto;
- Generare un aumento delle entrate annuali in valuta estera da 20 a 80 miliardi di dirham;
- Creare 600.000 nuovi posti di lavoro;
- Formare 72.000 professionisti del settore;
- Incrementare l'incidenza della spesa pubblica destinata al turismo sul PIL nazionale, elevandola dal 6,5% all'8% (Gouvernement du Royaume du Maroc & Confédération Générale des Entreprises du Maroc, 2001).

Dal punto di vista dell'ampiamiento dell'offerta, il piano delineava la creazione di cinque nuovi prodotti turistici:

- *Plan Azur* volto a soddisfare una domanda di “sole e mare”, con la creazione di sei stazioni turistiche balneari, caratterizzate dalla costruzione di grandi resort lungo la costa atlantica e mediterranea;
- *Plan Biladi* per dare slancio al turismo interno con la creazione di alloggi a un prezzo accessibile;
- *Plan Mada'in* per valorizzare e rafforzare le principali destinazioni turistiche urbane con un piano di rinnovamento ed estensione della capacità ricettiva;
- Sviluppo del turismo rurale attraverso la creazione di *Pays d'Accueil Touristiques* (PAT), itinerari sviluppati al di fuori dei circuiti turistici convenzionali, in aree rurali a forte valenza naturalistica, con l'intento di stimolare l'artigianato e rafforzare il ruolo delle ONG e associazioni locali;
- Sviluppo di un turismo di nicchia per gli amanti dello sport (golf e surf) (Fédération Nationale du Tourisme, n.d.).

In un'ottica prettamente aderente alla visione neoliberista perseguita, il ruolo dello stato diventava centrale nel piano. Infatti, recuperava il protagonismo perso nelle decadi precedenti, diventando un agente di investimento destinato a captare i capitali internazionali e fungendo da garante nella costruzione dei grandi resort e infrastrutture turistiche (Chahine, 2016). Inoltre, il governo portò avanti un processo di deregolamentazione dei settori economici legati al turismo, in particolare modo il settore aereo (ibid.). La liberalizzazione aerea marocchina rientrava in un processo iniziato negli anni '70 negli Stati Uniti con l'*Airline Deregulation Act*, il quale mise fine al monopolio statale sul settore dell'aviazione, determinando così l'accesso al mercato di

un numero maggiore di attori, un incremento della concorrenza e una rivoluzione dei prezzi (Mondou, 2013). Fino ai primi anni 2000, lo spazio aereo marocchino era controllato esclusivamente dallo stato tramite la compagnia di bandiera *Royal Air Maroc*, la quale dominava il mercato (ibid.).

Con la *Vision 2010* e il discorso tenutosi a Marrakech il 1° gennaio 2001, il re manifestò l'intenzione di perseguire la liberalizzazione aerea come asse fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi fissati: “*la liberalizzazione del trasporto aereo costituisce uno dei modi migliori per contribuire all'attuazione di una nuova politica del turismo*”, infatti gli esiti attesi sono “*stimolare la concorrenza, attrarre nuovi operatori, creando così le condizioni favorevoli per una rapida crescita del settore, eliminando progressivamente restrizioni sull'offerta e sui prezzi.*” (MohammadVI, 2001).

Il cambio di rotta avvenne con la firma nel 2006 dell'accordo *Open Sky* tra Marocco e Unione Europea, che consentì a qualsiasi compagnia aerea, secondo il principio di reciprocità, di operare un collegamento verso qualsiasi aeroporto in Marocco, senza restrizioni di capacità, frequenza o tariffe (Mondou, 2013). Questo passaggio portò all'apertura dello spazio aereo alle compagnie low cost, determinando non solo un sensibile aumento degli arrivi via aereo — la quota del trasporto aereo passò dal 19% nel 2002 al 47% nel 2010 — ma anche un cambiamento profondo nella domanda turistica, che si fece più flessibile, individuale e destagionalizzata (ibid.). Parallelamente, si assistette ad una crisi della domanda legata ai pacchetti *all-inclusive*, con un forte impatto sull'attività dei voli charter: tra il 2005 e il 2011, il numero di voli charter in arrivo dall'Europa diminuì del 66%, mentre nello stesso periodo si registrò un calo del 27% nella vendita di viaggi forfettari (ibid.).

Questo passaggio rappresentò una svolta rispetto alle altre destinazioni del sud del Mediterraneo — come Tunisia, Egitto e Turchia — che continuarono a fondare le proprie strategie turistiche sulle compagnie di bandiera e sui voli charter organizzati dai tour operators. La liberalizzazione del trasporto aereo consentì al Marocco di rafforzare la propria competitività in un mercato in trasformazione, rompendo la dipendenza da modelli intermediati, rigidamente stagionali e vulnerabili alle fluttuazioni legate alla sicurezza, favorendo lo sviluppo di un'offerta turistica più diversificata e resiliente agli shock esterni (Miossec, 2004).

L'apertura del mercato aereo sicuramente ha avuto un impatto incredibile in termini di arrivi turistici, facendo avvicinare il Marocco a uno dei suoi obiettivi. Infatti, gli arrivi di turisti

internazionali aumentarono da 4,3 milioni nel 2001 a 9,2 milioni nel 2010, con un tasso di crescita medio annuo dell'8,35% (v. grafico 1.2.) (Sahho, 2021).

Tuttavia, è importante sottolineare che tale incremento non è stato accompagnato da un aumento proporzionale dei pernottamenti. Infatti, la riduzione dei costi dei biglietti aerei, incentivata dall'espansione delle compagnie low cost, ha favorito i soggiorni brevi, inserendo le principali città del Marocco, come Marrakech, nella lista delle principali destinazioni europee per i “city break” (Mondou, 2013). In questo contesto, la durata media del soggiorno dei turisti stranieri è diminuita del 29%, passando da 4,00 a 2,84 notti tra il 2005 e il 2010 (ibid.).

Nell'ambito della liberalizzazione del mercato e apertura ai capitali stranieri, uno degli assi principali della *Vision 2010* riguardava proprio la capacità di attrarre investimenti internazionali in una logica di interesse pubblico-privato (Boujrouf, 2005). Tra le varie misure ed incentivi proposti per il settore, emergono:

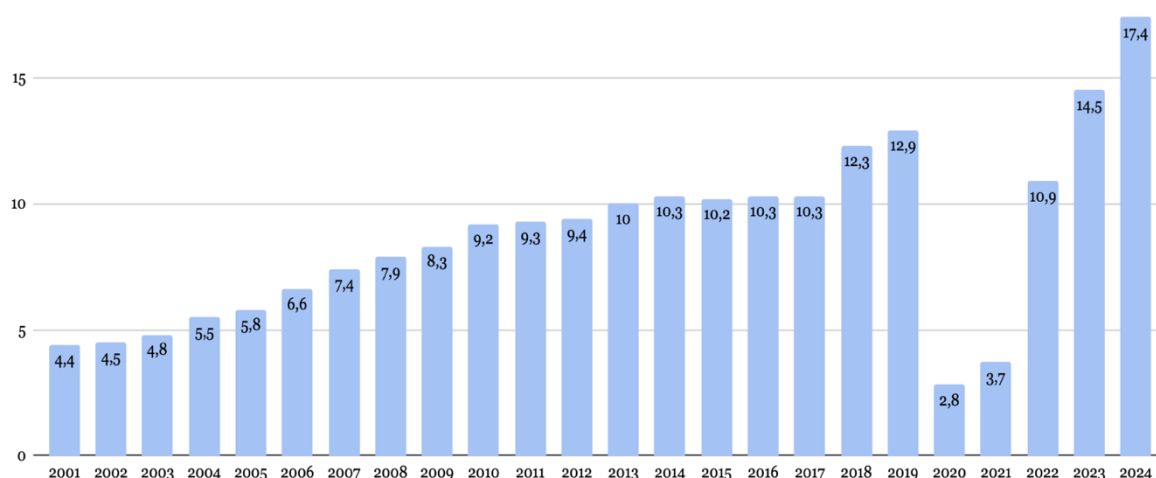
- Cessione di terreni statali a condizioni agevolate per la realizzazione di strutture turistiche, con contributo statale pari al 50% del loro valore di mercato;
- Finanziamenti agevolati con un tasso fisso del 2% per interventi di ristrutturazione e riqualificazione di strutture ricettive tradizionali situate in contesti urbani;
- Esenzione totale dell'imposta sulle imprese alberghiere per un periodo di 5 anni, mentre per le altre categorie di imprese turistiche una riduzione del 50%;
- Libertà di rimpatrio dei capitali o di trasferimento all'estero senza restrizioni.
- Esenzione dai dazi doganali per investimenti superiori a 20 milioni di euro, accompagnata da un'IVA ridotta al 10% e rimborsabile attraverso la dichiarazione dei redditi per le attività legate al settore alberghiero e all'offerta turistica residenziale (Gouvernement du Royaume du Maroc & Confédération Générale des Entreprises du Maroc, 2001).

Complessivamente, il volume degli investimenti totali nel settore turistico in Marocco passò da 500 milioni di dollari nel 2001 a 4,8 miliardi nel 2018 (Sahho, 2021). Di tale ammontare, 3,7 miliardi corrisposero a investimenti diretti esteri (IDE), pari al 16% del totale degli IDE affluiti nel Paese, confermando il turismo come secondo principale polo di attrazione per il capitale straniero, preceduto unicamente dal settore immobiliare (ibid.). La maggior parte degli investimenti riguardavano capitali provenienti dall'Europa e Stati Uniti ed erano direttamente collegati all'attività delle grandi catene alberghiere e dell'edilizia internazionali (Almeida-García, 2017).

Al di là degli incentivi e agevolazioni, al fine di favorire gli investimenti fu essenziale anche la completa riorganizzazione della struttura amministrativa legata al turismo, che era stata fortemente criticata per le sue tendenze centralizzatrici e per l'apparato burocratico obsoleto (Almeida García & Chahine, 2016). Oltre alla riforma del Codice degli investimenti del 1995, con il fine di facilitare l'arrivo di capitali internazionali e offrire consulenza agli investitori, venne creato nel 2007 la *Société Marocaine d'Ingénierie Touristique* (SMIT), un organismo volto alla pianificazione, promozione e supervisione dei progetti turistici in collaborazione con gli enti locali (Chahine, 2016). Inoltre, nel 2005 venne creato l'*Observatoire du Tourisme*, un'istituzione pubblica volta a fornire un'analisi indipendente dell'economia turistica nazionale e a rilasciare statistiche utili per la pianificazione e valutazione dei progetti. (ibid.)

Nel complesso, sebbene gran parte degli obiettivi quantitativi delineati nella *Vision 2010* fosse stata quasi interamente raggiunta entro la scadenza prevista, il *Plan Biladi* non venne attuato, a causa della debole coordinazione istituzionale e del limitato sostegno alle autorità locali (Hmioui & Alla, 2020). Parallelamente, il *Plan Azur* — che da solo assorbiva circa due terzi degli investimenti programmati — fu attuato soltanto in modo parziale, con l'apertura dei resort di Saïdia e Mazagan (ibid.). Tale esito derivò, da un lato, dagli effetti della crisi finanziaria del 2008, che comportò il ritiro di numerose imprese europee, e, dall'altro, da dinamiche interne di corruzione e cattiva gestione (Almeida García & Chahine, 2016), senza contare gli impatti ambientali e sociali negativi dei progetti attuati, i quali verranno presentati nei successivi capitoli.

Grafico 1.2.: Evoluzione degli arrivi turistici tra il 2001 e il 2024 in milioni



Fonte: Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et Solidaire, n.d.; Observatoire du Tourisme, 2013;

1.3.2 La Vision 2020

Sulla stessa linea della *Vision 2010* e come sua diretta continuazione, è stata inaugurata la *Vision 2020* prefiggendosi l'obiettivo di fare rientrare il Marocco tra le 20 più grandi destinazioni globali, raggiungendo i 20 milioni di arrivi internazionali alla fine del 2020, oltre che creare 470.000 nuovi posti di lavoro diretti in tutto il territorio nazionale (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, 2011).

Tralasciando gli obiettivi macroeconomici legati allo sviluppo e al potenziamento del settore, ciò che emerge come elementi centrali, sulla scia delle tendenze globali, sono le dimensioni dell'autenticità, della qualità, della diversificazione e, soprattutto, della sostenibilità del prodotto turistico (El Aouami & Lauhmadi, 2020). Infatti, uno degli obiettivi principali del Marocco è quello di affermarsi come punto di riferimento nel Mediterraneo per quanto riguarda il modello di sviluppo sostenibile (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, 2011).

Al fine diversificare l'offerta, il piano ha previsto la suddivisione del territorio nazionale in 8 aeree turistiche volte a soddisfare 6 tipi di domande diverse: turismo sole e mare lungo la costa atlantica e mediterranea riprendendo il *Plan Azur*; turismo culturale, con la promozione di destinazioni urbane alternative a quelle già consolidate; l'eco-turismo per la valorizzazione sostenibile delle riserve naturali; il turismo interno, con un'offerta attenta alle esigenze dei marocchini; il turismo congressuale e del benessere; ed infine quello dello sport e tempo libero (ibid.).

Secondo le stime iniziali, la *Vision 2020* richiedeva la mobilitazione 16 miliardi di euro in investimenti pubblici e privati, somma che nel 2013, rappresentava quasi il 18,5% del PIL in termini nominali (Central Intelligence Agency, 2014).

Come già avvenuto con la *Vision 2010*, uno dei pilastri fondamentali del progetto è stato rappresentato dalla creazione di partenariati pubblico-privati. Da qui la necessità di incentivare gli investimenti, in particolare quelli internazionali, attraverso un sistema di agevolazioni e misure attrattive (Challenge, 2012). In quest'ottica, è stato istituito il *Fonds Marocain pour le Développement Touristique* (FDMT), un fondo di investimento pubblico dotato di un capitale iniziale di 1,66 miliardi di dirham, con l'obiettivo di facilitare il finanziamento dei nuovi grandi progetti turistici nel Paese e accelerarne l'attuazione, oltre che orientare il risparmio pubblico verso il settore del turismo (Almeida-García, 2017). Il fondo è stato concepito anche per rilanciare i resort del *Plan Azur*, la cui realizzazione si era rivelata un fallimento (ibid.). La

finalità principale del FDMT è dunque quella di attrarre capitali nel settore, fungendo da porta d'ingresso per gli investitori nazionali e internazionali che desiderano investire nell'industria turistica marocchina (ibid.).

Al di là del progressivo sforzo di decentramento nella governance turistica, ciò che emerge come elemento di discontinuità più rilevante tra la *Vision 2020* e la strategia precedente è la diversificazione della provenienza degli investimenti (Verdeguer, 2005). Tale mutamento è in gran parte riconducibile agli effetti della crisi finanziaria del 2008, che ha ridotto drasticamente la capacità di investimento dei paesi europei, lasciando un vuoto significativo nel settore turistico e immobiliare marocchino. Questo spazio venne prontamente occupato da capitali provenienti dai paesi del Golfo (Baabood, 2009). Già nel 2009, il Kuwait risultava essere il secondo maggiore investitore estero in Marocco, seguito, al quarto posto, dagli Emirati Arabi Uniti (Gil de Arriba, 2011). Nel biennio 2012–2013, gli operatori originari del Golfo rappresentavano il 70% del totale degli operatori stranieri presenti nel paese, e il 27% di quelli attivi specificamente nel comparto turistico (Chahine, 2016).

Inoltre, è interessante osservare come la natura degli investimenti stranieri nel settore turistico marocchino si sia trasformata in modo significativo tra la *Vision 2010* e la *Vision 2020*. Se durante il primo decennio gli investimenti erano per lo più riconducibili a grandi corporazioni private internazionali, spesso legate a gruppi alberghieri globali o a operatori del real estate turistico, nel nuovo ciclo strategico si assiste alla progressiva centralità di fondi sovrani e fondi di investimento istituzionali (ibid.). Un esempio emblematico di questa nuova configurazione è rappresentato dalla creazione del fondo di investimento *Wessal Capital* (ibid.). Istituito nel 2011 tra Marocco e i paesi del Consiglio di Cooperazione del Golfo (Kuwait, Emirati Arabi Uniti e Qatar) e con un capitale di 2 miliardi di euro, costituisce uno dei fondi di investimento più grandi dell'Africa (FMDT, 2012). Un altro importante fondo è *Asma*, di proprietà dello stato marocchino e della Famiglia Reale Saudita, utilizzato anche per lo sviluppo dei resort di Saïdia e Martil, noti per il loro impatto ambientale negativo (Araque, 2013).

Nonostante la battuta d'arresto causata dalla pandemia COVID-19, che ha determinato una diminuzione del 78% degli arrivi internazionali nel 2020 (World Bank, 2021), nel 2023 il settore è tornato a crescere in maniera costante raggiungendo il numero di 14,5 milioni di arrivi internazionali, per un ammontare di entrate in valuta estera pari a 105 miliardi di dirham (Ministère du Tourisme, 2024).

1.3.3 La nuova “Feuille de Route 2023-2026”

Con il superamento della crisi pandemica, il Marocco ha rilanciato con determinazione il turismo quale asse portante del proprio sviluppo economico. In continuità con le strategie precedenti, il Paese si è posto l'obiettivo ambizioso di accogliere 26 milioni di visitatori entro il 2030 (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat, et de l'Economie Sociale et Solidaire, n.d.). In tale prospettiva, il 17 marzo 2023 è stata lanciata una nuova tabella di marcia per il periodo 2023–2026, che mira a raggiungere 17,5 milioni di turisti, creare 200.000 nuovi posti di lavoro e generare 120 miliardi di dirham in entrate in valuta estera entro il triennio (SMIT, n.d.). Il cuore della nuova strategia consiste in una riorganizzazione dell'offerta turistica, attraverso l'adozione di un approccio che privilegia l'esperienza del cliente a 360°, più che la destinazione in sé (Ansa, 2025). A tal fine, con oltre 6,1 miliardi di dirham di investimenti pubblici (SMIT, n.d.), sono stati sviluppati nove settori tematici su cui sviluppare la nuova offerta:

- “*Ocean Waves*”, per il posizionamento del Marocco come meta privilegiata per gli sport acquatici;
- “*Natura, trekking ed escursionismo*”, mediante la creazione di itinerari ad hoc nelle aree montane del Paese;
- “*City Break*”, con l'obiettivo di rafforzare l'offerta nel segmento dei soggiorni brevi;
- “*Beach and Sun*”, in continuità con il potenziamento delle tradizionali località balneari;
- “*Desert & Oasis Adventure*”, per ampliare l'offerta esperienziale nell'area desertica di Agafay;
- “*Circuiti culturali*”, attraverso la valorizzazione dei patrimoni storici di Fès e Meknès;
- “*Turismo d'affari*”, con l'intento di affermare Casablanca come polo strategico nell'ambito MICE⁴; (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et Solidaire, 2025).

A completamento dei poli tematici sopra delineati, il piano include anche cinque settori trasversali dedicati alla valorizzazione del turismo immateriale, tramite la promozione della gastronomia, dell'artigianato, del know-how locale, dei festival e dell'ospitalità alternativa

⁴ L'acronimo MICE si riferisce a “Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions” e fa riferimento al turismo legato all'organizzazione di eventi professionali.

(Ministère du Tourisme, de l'Artisanat, et de l'Economie Sociale et Solidaire, n.d.). Questa nuova configurazione dell'offerta mira a disarticolare la storica dicotomia “città imperiali vs. spiagge”, per rispondere alle esigenze di una domanda sempre più orientata verso prodotti esperienziali e autentici. Come ha dichiarato l'attuale ministro del turismo, Fatim-Zahra Ammor: *“In passato avevamo solo tour culturali tradizionali o vacanze balneari; oggi ci stiamo davvero diversificando per rispondere alle nuove esigenze dei viaggiatori”* (TTG Italia, 2023).

Tale diversificazione, tuttavia, non riguarda solo i prodotti, ma anche i mercati di riferimento. Il piano intende infatti ridurre la dipendenza strutturale dall'Europa, che oggi rappresenta il 70% dei flussi turistici, attraverso una strategia di apertura verso bacini emergenti come Australia, India, Brasile e Corea del Sud, i quali hanno mostrato un interesse crescente nei confronti del paese in seguito alla performance del Marocco ai mondiali di calcio del 2022 (ibid.). In parallelo, si intende consolidare la presenza del Marocco in mercati ad alto potenziale come il Nord America, con l'obiettivo di intercettare, entro il 2026, un milione di turisti statunitensi, mediante l'espansione dei collegamenti aerei e partnership con tour operators americani (Country Reports, 2024).

In continuità con la *Vision 2020*, la *Road Map 2023-2024* rinnova la sostenibilità come principio cardine e motore della pianificazione turistica, come confermano le stesse parole della ministra: *“Abbiamo reso la sostenibilità una pietra angolare della nostra strategia turistica”* (ibid.). L'orientamento sostenibile si traduce in un'espansione dell'offerta fondata sullo sviluppo di circuiti interni, con particolare attenzione alle aree rurali e marginali. A questo si affianca l'introduzione di strumenti di incentivazione economica a sostegno delle imprese che adottano pratiche a basso impatto ambientale. In particolare, il programma di finanziamento *GO SIYAHA* prevede un finanziamento pubblico fino al 40% degli investimenti destinati a tecnologie pulite, tra cui sistemi di energia rinnovabile, gestione idrica intelligente e soluzioni eco-compatibili (ibid.). Contestualmente, è in corso una revisione normativa nel settore ricettivo, con l'obiettivo di favorire la nascita e la diffusione di modelli di ospitalità alternativi e sostenibili (ibid.). Tra questi figurano gli *eco-lodge*, le *cabins* inserite in contesti naturali e le formule di ospitalità diffusa basate sull'impiego di abitazioni locali (ibid.).

Allo stesso modo, la strategia continua a puntare sul coinvolgimento del settore privato e sull'attrazione di capitali stranieri come leva per raggiungere gli obiettivi di sviluppo (7NewsMorocco, 2024). Come testimoniano le parole del Direttore Generale di SMIT, Imad

Barrakad, nel bilancio 2024, “*l’attrazione degli investimenti resta al cuore della strategia turistica del Marocco*” (ibid.).

A tal proposito, nel dicembre 2022 è stata approvata una nuova Carta degli Investimenti a livello nazionale, che introduce una semplificazione procedurale e un insieme articolato di misure di incentivazione fiscale e contributiva, con l’obiettivo di facilitare l’ingresso di capitali privati, nei settori considerati prioritari, tra cui il turismo (OECD, 2024). Tra le misure previste si segnalano: l’esenzione totale dall’IVA e dai dazi doganali per progetti di investimento superiori a 50 milioni di dirham (Centre Régional d'Investissement, n.d.) e contributi pubblici fino al 30% dell’investimento ammissibile calcolati in base all’entità del progetto e al numero di posti di lavoro generati, oltre a bonus compresi tra il 3% e il 15% legati a variabili quali la localizzazione geografica, l’impatto occupazionale, l’integrazione con il tessuto economico locale e la coerenza con criteri di sostenibilità dei progetti (ibid.).

Inoltre, tra gli strumenti di supporto spicca il *Fonds Mohammed VI pour l’Investissement*, fondo sovrano istituito nel contesto post-pandemico per favorire la ripresa economica (Maroc Diplomatique, 2023). Questo fondo, dotato di decine di miliardi di dirham, prevede una sezione espressamente dedicata al settore turistico e si propone di co-finanziare progetti infrastrutturali di larga scala (ibid.). Un altro strumento è la *Banque de Projets Touristiques*, una piattaforma digitale esito di una collaborazione tra SMIT e *Un Tourism* e lanciata dal Ministero del Turismo, e che raccoglie e mette a disposizione degli investitori oltre 200 progetti turistici distribuiti sull’intero territorio nazionale (Le Matin, 2024). Ogni proposta è corredata da studi di fattibilità, informazioni sugli incentivi disponibili e supporto tecnico, con l’intento di agevolare il matching tra domanda e offerta d’investimento, valorizzando le specificità regionali (ibid.).

Alla luce degli elementi fin qui esaminati, il piano si presenta in piena continuità con le visioni strategiche precedenti, configurandosi come un processo di consolidamento e ampliamento dei risultati già conseguiti. La *Road Map 2023–2026* si iscrive dunque in un’ottica di implementazione progressiva, coerente con le raccomandazioni delle principali organizzazioni internazionali di settore. Non a caso, l’UNWTO ha recentemente elogiato il Marocco per la sua capacità di adattarsi con tempestività e flessibilità alle nuove sfide del turismo globale, qualificandolo come una delle destinazioni più promettenti per gli investitori del comparto (Toutate, 2025).

In questo quadro, la sostenibilità si rinnova come fondamento valoriale e viene posta al centro del lessico istituzionale e operativo della strategia turistica. La grammatica dello sviluppo si

articola così intorno a un nucleo semantico che fa della sostenibilità non solo un obiettivo, ma una dimensione trasversale dell'intervento pubblico e privato.

Tuttavia, in tale contesto è lecito domandarsi: come si conciliano i valori sostenibili con l'esplicita volontà di perseguire una crescita costante? Quanto la sostenibilità cantata è una presa di coscienza reale e quanto invece è funzionale a legittimare un modello di sviluppo già tracciato?

Conclusione

Lo sviluppo del turismo in Marocco si iscrive fin dalle sue origini nella logica coloniale del protettorato francese (1912–1956). I progetti urbanistici e infrastrutturali intrapresi dall'amministrazione coloniale non rispondevano soltanto a esigenze funzionali di governo del territorio, ma erano parte di un disegno più ampio: fare del Marocco un'estensione ricreativa della metropoli, uno spazio destinato a soddisfare il desiderio di evasione della borghesia francese. Tale costruzione immaginaria si nutriva dell'iconografia orientalista, la quale codificava il Marocco come terra di autenticità incontaminata, popolata da scenari pittoreschi e corpi esotici. Più dell'Algeria o di altre colonie francesi, il Marocco divenne così la “cartolina vivente” di un oriente romantizzato, inchiodato a un futuro che lo avrebbe reso indissolubilmente legato alla funzione turistica.

Nel periodo immediatamente successivo all'indipendenza (1956), il turismo non rappresentava una priorità nell'agenda nazionale, essendo le urgenze concentrate sulla costruzione dello Stato e sull'industrializzazione. Tuttavia, a partire dalla metà degli anni Sessanta, sotto l'influenza di organismi internazionali e agenzie di sviluppo, il settore turistico venne rapidamente identificato come uno dei motori privilegiati della crescita economica. I primi piani quinquennali attribuirono allo Stato un ruolo centrale: esso si configurava come principale promotore, finanziatore e attuatore dei progetti turistici, in un contesto in cui la pianificazione e l'intervento pubblico erano ritenuti strumenti essenziali per lo sviluppo.

Questo paradigma cominciò a vacillare alla fine degli anni Settanta, quando la crisi economica, l'inflazione e l'aumento esponenziale del debito estero costrinsero il Marocco ad aderire nel 1983 ai programmi di aggiustamento strutturale imposti dalle istituzioni finanziarie internazionali. Da quel momento, la traiettoria turistica si iscrisse nel quadro delle politiche neoliberali, caratterizzate da privatizzazioni, deregolamentazione e apertura ai capitali esteri.

Con l'ascesa al trono di Mohammed VI (1999), tale orientamento fu rafforzato e sistematizzato. Il turismo venne elevato a priorità strategica per l'economia nazionale, sia come fonte primaria

di valuta estera, sia come strumento di inserimento del Marocco nei circuiti globali del consumo e del *loisir*. Nel 2001 fu lanciata la *Vision 2010*, primo grande piano strategico del settore, che fissava obiettivi ambiziosi di crescita e internazionalizzazione. A esso seguì la *Vision 2020*, con cui le autorità marocchine riaffermarono la volontà di rendere il paese una destinazione turistica di primo piano nel Mediterraneo, attraverso l'ampliamento e la diversificazione dell'offerta, l'attrazione di investitori globali e l'allineamento con le nuove tendenze della domanda internazionale.

La pandemia da Covid-19 ha rappresentato una cesura significativa, mettendo a nudo la vulnerabilità strutturale di un modello fortemente dipendente dai flussi turistici internazionali. In questo contesto, il discorso sulla sostenibilità si è imposto con una forza inedita, divenendo non solo un imperativo etico ed ecologico, ma anche un dispositivo discorsivo volto a legittimare la resilienza e la competitività del settore. La retorica della sostenibilità, spesso utilizzata come etichetta di marketing territoriale, si è trasformata in un vero e proprio mantra politico ed economico, inscrivendo il turismo marocchino nel lessico globale dello *sustainable development*.

Nel marzo 2023 è stata presentata la nuova tabella di marcia per il periodo 2023–2026, integrata all'interno della più ampia *Vision 2030*. Quest'ultima si propone di accogliere 26 milioni di turisti entro la fine del decennio e di consacrare il Marocco come punto di riferimento del turismo sostenibile nel Mediterraneo. Tale progetto, tuttavia, solleva interrogativi critici: fino a che punto la sostenibilità evocata in questi piani rappresenta una reale trasformazione dei modelli di sviluppo, e non piuttosto una strategia di legittimazione neoliberale? In che misura l'obiettivo quantitativo della crescita dei flussi turistici è compatibile con le promesse di tutela ambientale e sociale?

CAPITOLO 2

I retroscena delle strategie di sviluppo sostenibile: Impatti del turismo neoliberale in Marocco

Introduzione

Il turismo rappresenta uno dei settori economici più dinamici e in rapida espansione a livello globale. Contribuendo per circa il 10% al PIL mondiale e rappresentando il 7% delle esportazioni globali, mobilita una moltitudine di settori economici, persone e risorse (UNEP, n.d.). Negli anni '90 il numero di turisti internazionali si attestava a circa 435 milioni; nel 2018 questa cifra è triplicata, raggiungendo 1 miliardo e 442 milioni, con una proiezione di crescita fino a 1,8 miliardi entro il 2030 (The World Counts, n.d.).

Consapevoli della portata del turismo e delle implicazioni economiche, sociali e ambientali del turismo di massa, le organizzazioni internazionali, a partire dagli anni '90, si sono mobilitate per rivedere i parametri di sviluppo dell'industria turistica, incoraggiando l'adozione di un approccio olistico e sostenibile. Secondo la guida pubblicata nel 2005 dall'*United Nations Environment Programme* (UNEP) e da *UN Tourism* rivolta ai policy makers, il turismo sostenibile è definito come *“il turismo che tiene pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti”* (UNEP, UN Tourism, 2005, p. 12). A tal riguardo, secondo la definizione data da *UN Tourism*, *“il turismo sostenibile dovrebbe:*

- *Sfruttare in modo ottimale le risorse ambientali, che costituiscono un elemento chiave nello sviluppo turistico, mantenendo i processi ecologici essenziali e contribuendo alla conservazione del patrimonio naturale e della biodiversità.*
- *Rispettare l'autenticità socioculturale delle comunità ospitanti, preservando il loro patrimonio culturale, sia materiale che immateriale, e i valori tradizionali, favorendo al contempo la comprensione e la tolleranza interculturale.*
- *Garantire operazioni economiche sostenibili nel lungo periodo, offrendo benefici socioeconomici equamente distribuiti tra tutti gli attori coinvolti, inclusi occupazione stabile, opportunità di reddito e servizi sociali per le comunità ospitanti, contribuendo così alla riduzione della povertà”* (UNWTO, n.d.).

L'integrazione della sostenibilità nelle politiche turistiche del Marocco ha avuto inizio nei primi anni Duemila. Nel 2001, il lancio della *Vision 2010* ha segnato il primo riconoscimento simbolico dell'importanza di un approccio responsabile al turismo (Almeida-García & Chahine, 2016). Nel 2006, con l'adozione della *Carta Marocchina per il Turismo Responsabile* e la creazione del *Comitato Marocchino per il Turismo Responsabile*, il Paese ha formalizzato il proprio impegno nel promuovere pratiche sostenibili (Ait Nacer, Benamara, & El Bezzari, 2024). Da allora, il Marocco ha intensificato le sue iniziative, introducendo certificazioni ambientali per le attività turistiche "virtuose" e premi per progetti distintisi nell'ambito della sostenibilità (ibid.). Sul piano internazionale, dal 2011 il Marocco è diventato membro del comitato direttivo del *Global Partnership for Sustainable Tourism*, assumendo la presidenza dello stesso dal 2013 al 2015 (ibid.). Con l'adozione della *Vision 2020*, la sostenibilità è stata posta al centro della strategia di sviluppo turistico, come anticipato dalle parole del re durante la settima edizione del vertice nazionale sul turismo, tenutosi a Fes nell'aprile 2007:

"Vogliamo (...) ribadire il nostro profondo impegno affinché il turismo marocchino sia autentico, etico e responsabile. Più che un auspicio, per noi si tratta di un dovere imprescindibile" (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, 2011)

A tal riguardo, il documento ufficiale della strategia turistica *Vision 2020* afferma:

"L'impegno della Vision 2020 è quello di continuare a fare del turismo uno dei motori dello sviluppo economico, sociale e culturale del Marocco. La sua ambizione: entrare a far parte delle 20 principali destinazioni mondiali entro il 2020 e affermarsi come punto di riferimento in materia di sviluppo sostenibile nella regione mediterranea" (ibid.).

Tuttavia, al di là della retorica e degli slanci entusiastici che caratterizzano le iniziative turistiche marocchine dell'ultimo decennio, scavando oltre la superficie e guardando l'applicazione sul campo delle stesse, l'efficacia di queste politiche appare spesso contraddittoria, evidenziando l'ambiguità della narrativa sostenibile nel contesto marocchino.

Il presente capitolo si propone di mettere in luce la fragilità e l'ipocrisia delle narrative sostenibili mosse in seno al settore turistico marocchino, evidenziandone le contraddizioni e le implicazioni in ambito economico, ambientale e socioculturale. Partendo dall'analisi di casi studio specifici, l'obiettivo ultimo è quello di denunciare che, più che una presa di coscienza degli effetti deleteri del turismo di massa, il concetto di sostenibilità sia spesso strumentalizzato

per perpetuare strategie commerciali orientate all'accumulazione di capitale e sfruttamento, mascherate da virtù etica, oltre che per alimentare dinamiche neocoloniali di potere.

2.1 Impatti Ambientali: ecologismo di vetrina

Il turismo è un'industria che nasce, vive e si nutre del territorio che lo circonda. Il fattore ambiente è parte integrante della genesi e sviluppo dell'attività turistica, non solo in quanto sfondo su cui si vanno ad innestare i progetti, ma anche come base per il loro futuro sviluppo e mantenimento. Facendo direttamente affidamento allo sfruttamento di risorse quali acqua, terra ed energia, e producendo a sua volta un grande quantitativo di rifiuti di scarto, il turismo genera una pressione enorme sull'ambiente, causando sovente danni irrimediabili. Nel 2021 era responsabile per il 5% dell'emissioni di CO₂, contribuendo direttamente al riscaldamento climatico, al drenaggio delle risorse idriche, all'erosione del suolo e alla perdita di biodiversità (Di Martino & Capasso, 2021). Secondo la ricerca ONU sull'ambiente, il turismo "standard" potrebbe generare entro il 2050 un aumento del 154% nel consumo di energia, del 131% nelle emissioni di gas serra, del 152% nel consumo di acqua e del 251% nello smaltimento dei rifiuti solidi (UNEP, n.d.).

Il Marocco, come altre destinazioni dove il turismo ha o ha avuto un ruolo significativo nell'economia, ha visto mutare profondamente il proprio aspetto nel tempo in concomitanza con l'evoluzione del settore. Aree come Marrakech, Agadir e le zone costiere della regione del Souss-Massa, si sono trasformate in virtù della loro funzione turistica, perdendo per sempre le loro caratteristiche originarie. Questo soprattutto come esito delle politiche del turismo di massa portate avanti nel secolo scorso, le quali, ispirate al modello del "boom spagnolo" (Alami, 2004), hanno portato alla costruzione massiccia e senza pianificazione di megaprogetti lungo la costa incidendo enormemente sull'ambiente e le risorse naturali (Chahine, 2016).

La maggior parte degli studi che denunciano i gravi danni ambientali causati dall'industria turistica si concentra sul primo decennio del 2000. Sebbene i discorsi sulla sostenibilità avessero già iniziato a circolare, il Marocco, spinto dal desiderio di sviluppo e dall'entusiasmo per gli obiettivi prefissati nella *Vision 2010*, li ha tralasciati, privilegiando uno sviluppo accelerato basato sulla costruzione di immensi resort e infrastrutture tutt'altro che sostenibili. La *Vision 2020* ha puntato con forza a una strategia di sviluppo permeata dal termine sostenibilità; tuttavia, l'esito sostenibile delle sue azioni è ancora da comprovare. Sebbene, tutti i progetti previsti dal piano parlino di sostenibilità, vantando la costruzione di strutture eco-lodge con materiali riciclabili e resistenti, la gestione responsabile delle risorse naturali e il rispetto

dell'autenticità socioculturale dei luoghi (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, 2011), i riscontri sul campo, oltre le etichette promozionali, risultano contraddittori rispetto le prerogative green. D'altronde, non sarebbe il primo caso di “strumentalizzazione green” promosso dalla politica marocchina in accordo con gli organismi internazionali neoliberali.

Un esempio lampante è, nel caso dell'energia rinnovabile, il progetto dell'oasi solare di Nour-Ouarzazate. Lanciato del 2009, è sorto da una partnership pubblico privata con l'obiettivo di superare la dipendenza dalle fonti fossili, creando la più grande centrale solare al mondo capace di fornire elettricità “pulita” al mercato marocchino e soprattutto europeo, il quale ha finanziato il progetto insieme ad altri partner, tra cui la Banca Mondiale (Rignall, 2015). Sebbene il progetto, per come è stato presentato, sembri promuovere l'uso di energie rinnovabili e, dunque, si configuri come un'iniziativa positiva sul piano della transizione ecologica, nonché un'opportunità per trasformare una “terra improduttiva e marginale” in una risorsa economica globale, questa narrazione si fonda su una lettura parziale della realtà. Ignora, infatti, la complessità socio-spaziale della regione, dissimulando dinamiche e impatti che si collocano ben lontano dalla sostenibilità proclamata (Nalepa & Bauer, 2012, p. 404). Infatti, i tre mila ettari, considerati improduttivi, acquistati per la realizzazione dell'impianto sono stati espropriati alla comunità di Aït Oukrouir Toundout, la quale utilizzava il territorio come pascolo (Hamouchene, 2016). La comunità è stata completamente esclusa dal processo decisionale, oltre che all'accesso dei proventi irrisori derivanti dalla vendita della terra; senza contare l'impatto ambientale del progetto, la cui tecnologia richiede ingenti quantitativi di acqua in una regione che già di per sé soffre di grave stress idrico e, secondo le stime, è destinata a perdere la totalità delle sue risorse entro il 2040 (ibid.). L'oasi di Ouarzazate è il chiaro esempio di come “una pratica sostenibile” non sempre corrisponda ad “un uso sostenibile” (Fairhead, Leach, & Scoones, 2012), e che la sostenibilità, come riporta Rignall (2015) in riferimento all'energia rinnovabile, non può sfidare le iniquità dei vecchi metodi di produzione, quando essa stessa è incorporata negli stessi processi di accumulazione di capitale che li hanno definiti fino ad allora. In questo senso, il termine “sostenibile” viene integrato nella narrativa neoliberista e strumentalizzato per proseguire i meri interessi economici delle classi dirigenti mondiali.

Lo scenario è trasversale e si adatta perfettamente a più settori, in particolare il turismo che intercettando i trend globali del momento, si serve di paradigmi ecologici di superficie al fine l'incrementare gli incassi commerciali.

2.1.1 *Il caso del complesso turistico di Saïdia: un disastro ecologico*

Lo sviluppo del complesso turistico di Saïdia, lungo la costa nord-orientale del Marocco, costituisce uno dei grandi punti del *Plan Azur* nel quadro della *Vision 2010*. Nonostante la presa di coscienza dei danni del turismo di massa, i primi accenni nel 2001 alla sostenibilità e l'adozione nel 2006 della *Carta Marocchina per il Turismo Responsabile* con l'istituzione di un comitato apposito (Lamiae El Bezzari, 2024), il piano prevedeva la creazione ex nihilo di un mega progetto lungo il litorale volto ad intercettare una domanda di sole e mare. Il progetto è stato realizzato in ottica di partnership pubblico-privata con il coinvolgimento di attori internazionali, con un investimento iniziale previsto di 15.800 milioni di dirham (Chahine, 2016). Lo scopo era di fare di Saïdia una meta turistica internazionale, imparando dal “know-how occidentale” (Le Matin, 2004). Il progetto ha richiesto la vendita da parte dello stato ad un prezzo di 10 dirham a metro quadrato di 713 ettari di demanio pubblico all'appaltatore privato Martinsa-Fadesa, uno dei principali gruppi immobiliari spagnoli, il quale aveva una filiale in Marocco (Chahine, 2016). Il cantiere, il più grande mai realizzato fino ad allora in Marocco, prevedeva nel suo complesso la costruzione di un porto turistico, diversi hotel di lusso, ville, appartamenti e residence turistici per un totale di 28.000 posti letto, 3 campi da golf a 18 buche, un parco acquatico, un centro di talassoterapia, un centro conferenze, una clinica e impianti sportivi, in aggiunta a tutti i lavori infrastrutturali necessari per la realizzazione dello stesso: costruzione di strade, impianti di fornitura di acqua potabile e prelievo per l'irrigazione dei campi da golf, elettricità, fognature e sistemi di protezione dalle inondazioni (Maréchaud, 2008). Il tutto per un'estensione di 7km in parallelo alla costa, alla foce del fiume Moulaya, un'area dove le precipitazioni sono scarse, circa da 190 a 500 mm/anno (Boumeaza, Salmon, Ozer, & Atta, 2010), e l'acqua del fiume viene già consumata in modo estensivo per scopi agricoli attraverso un sistema di dighe (ibid.). Le dune che costituiscono il litorale sono esito dei sedimenti portati dal fiume prima della costruzione delle dighe e avevano un ruolo fondamentale per la foresta di Tazegraret, infatti proteggevano l'entroterra dall'insabbiamento (ibid.). Nel 2007, Fadesa si era impegnata, firmando l'accordo del 27 agosto, a preservare e proteggere l'ambiente, in particolare le dune, tuttavia, le costruzioni operate hanno portato alla distruzione delle stesse determinando un diradamento e arretramento della spiaggia, la quale non è più in grado di garantire il suo ruolo protettivo contro l'erosione marina ed eolica (ibid.). Inoltre, il complesso sorge in un sito, quello del Moulaya, dal valore ambientale enorme che accoglie più di 600 specie animali, tra cui alcune molto rare, e per queste ragioni riconosciuto sito di “Interesse Biologico ed Ecologico” dallo Stato nel 1996 (Lemaizi, 2021). Fadesa, in

tacito accordo con le autorità, non ha effettuato alcuno studio per prevenire i danni derivanti dal progetto, il quale, tra cementificazione e deforestazione, ha determinato la distruzione dell'ecosistema, oltre che l'aumento della pressione sulle risorse idriche, dato che l'acqua per l'irrigazione dei campi da golf proveniva proprio dal fiume (Boumeaza, Salmon, Ozer, & Atta, 2010). Gli attivisti Mohamed Benata e Najib Bachiri, uniti nel collettivo *Ecoloman*, parlano di “un crimine ecologico”, il quale si va ad aggiungere agli effetti disastrosi del riscaldamento globale. A tal proposito, secondo la professoressa Maria Snoussi dell'Università Mohammed V di Rabat, il sito del Moulaya potrebbe essere sommerso entro il 2050 a causa dell'innalzamento del mare (Maréchaud, 2008).

Con la crisi finanziaria del 2007 e lo scoppio della bolla immobiliare, nel luglio 2008 la società Fadesa è fallita lasciando incompiuto il progetto della stazione di Saïdia (Araque Jiménez, 2013), oltre ad un altro resort previsto dal *Plan Azur* per cui aveva vinto l'appalto, il Plage Blanche-Guelmim, e un debito bancario di 82 milioni di euro, il quale è stato rilevato dallo stato marocchino (Chahine, 2016). La gestione è passata a un partenariato composto da *CDG Développement*, una delle principali società di investimento pubblico marocchine, e il *Fondo Ithmar Capital* (ibid.). Nello stesso anno, il re Mohammad VI inaugurava il complesso turistico (ibid.). Tuttavia, gli hotel già operativi dovettero limitare l'apertura ai soli tre mesi estivi a causa della mancata presenza di turisti, esito del problema della stagionalità e dell'assenza di attività alternative nella zona che potessero diversificare l'offerta. Inoltre, la bancarotta della società spagnola e l'assenza di fondi sufficienti, determinò la paralisi quasi totale del progetto, rallentandone i lavori per anni (Araque Jiménez, 2013).

Dal 2016, nell'ambito della Vision 2020, le autorità hanno puntato alla riqualificazione del progetto in un'ottica sostenibile ottenendo negli anni diverse certificazioni *Haute Qualité Environnementale* (HQE)⁵. Nel settembre 2024, il complesso di Saïdia è stata la prima destinazione in Africa ad aderire al programma “*Green Destinations*” accreditato dal *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC), il quale riconosce l'impegno nell'implementazione di criteri di sostenibilità ambientale e socioculturale, promuovendo così una gestione responsabile e inclusiva del turismo (Com'ese, 2024). Oggi la stazione di Saïdia comprende 5 hotel a 5 stelle

⁵ Le certificazioni HQE (*Haute Qualité Environnementale*) sono standard francesi per l'edilizia sostenibile, volti a migliorare le prestazioni ambientali degli edifici. Questo sistema di certificazione valuta vari aspetti, tra cui:

- Gestione dell'energia (efficienza energetica e uso di fonti rinnovabili)
- Qualità ambientale (riduzione dell'impatto su aria, acqua e suolo)
- Comfort e benessere degli occupanti (qualità dell'aria interna, acustica, illuminazione)
- Materiali ecosostenibili (uso di risorse a basso impatto ambientale)

gestiti da grandi catene alberghiere internazionali, ville e residence di alto livello costruite con materiali “riciclabili e durevoli”, un parco acquatico, bar, ristoranti, una marina e 2 campi da golf da 18 buche (Zejly, 2019). In termini di sostenibilità, il complesso vanta di sistemi di irrigazione dei campi da golf che si servono delle acque reflue, e, al fine di evitare l’uso di pesticidi per contrastare la popolazione di zanzare, l’amministrazione ha introdotto uccelli insettivori, pipistrelli e piante repellenti (Green Destinations, 2024).

Tuttavia, al di là di queste informazioni, i dati sul complesso scarseggiano e i report relativi all’effettivo impatto ambientale dello stesso non sono resi pubblici. La portata del resort in termini di capacità ricettiva e il suo costante sviluppo con nuove infrastrutture previste, non può che non andare a influire negativamente in un’area tanto fragile, a cui si aggiungono gli eccessi del settore agricolo e industriale che hanno drenato le risorse. La privatizzazione di 7km di costa e la conseguente cementificazione per costruire bar, ristoranti e impianti di balneazione, ha creato e continua a creare una pressione enorme sul sito, soprattutto nei periodi estivi quando l’affluenza è maggiore (Lemaizi, 2021). Se l’effettiva sostenibilità del complesso di Saïdia è incerta, ciò che è certo è che nel 2021 gli attivisti denunciavano le condizioni in cui versa il sito del Moulaya: completo prosciugamento della zona umida, in particolare la palude di Chraba, continuo saccheggio di sabbia dalla spiaggia che erode il litorale, e muria di pesci a causa dell’inquinamento provocato dal rilascio di sostanze chimiche nelle acque del fiume (ibid.).

Ma se la sostenibilità è diventata imperante in ogni discorso di pianificazione turistica e se la preservazione dell’ambiente è uno degli obiettivi cardine dello sviluppo nazionale, come spiega il Marocco gli ultimi accordi con l’Europa per importare 2 milioni e mezzo di tonnellate di rifiuti e pneumatici usati nel paese con l’obiettivo di “riciclarli”, considerando che la capacità di riciclo dei rifiuti nazionali è pari solo al 10%? (Jazouli, 2024).

2.2 Impatti sociali e culturali: commercializzazione di spazi e identità

Il fenomeno del turismo emerge nella storia umana come pratica sociale (Moesch, 2002). Secondo la narrativa dominante, il suo valore intrinseco alla sfera sociale determina il suo ruolo di “connettore umano”, poiché permette a esseri umani di differenti culture di incontrarsi, contribuendo a uno scambio socioculturale reciproco (Marujo, 2013), colmando le disuguaglianze e unendo le comunità nella via di uno sviluppo solidale condiviso (UNWTO, n.d.). Il tutto, rafforzando al contempo un valore identitario di appartenenza fatto di luoghi, tradizioni e costumi, e la conseguente premura nel preservarlo per il mondo di oggi e che verrà. Tuttavia, in un contesto in cui il turismo è prima di tutto un’attività economica, questo scambio

umano e la presa di coscienza di un patrimonio socio-culturale e paesaggistico da valorizzare, vanno ad iscriversi in una logica commerciale ed economica fatta di domanda e offerta, in cui le medesime sono parte del prodotto venduto. In un sistema neoliberale che non conosce limiti allo sviluppo e alla competitività, anche questi fattori riflettono strategie economiche per l'accumulazione di capitale. Il prodotto "destinazione" con le sue caratteristiche materiali ed immateriali, più che conservato, viene modellato, strumentalizzato, e per forza di cose cristallizzato, al fine di rispondere alle aspettative del consumatore (Federico, 2020).

L'immagine "Marocco", perfettamente inserita in questo schema, trova la sua identità e fruizione in un repertorio di istantanee insite nell'immaginario collettivo occidentale, nostalgicamente legate all'era coloniale (Gloster, 2012). Come accennato nel primo capitolo, la pianificazione turistica mossa dall'attività coloniale in Marocco, rispondeva ad un bisogno di alterità in contrasto alla frenetica corsa della modernità europea, dove l'"altro-locale" viveva come sospeso in un tempo immobile, al di fuori della civiltà, tra il fascino esotico di giardini e i profumi di spezie. Questa visione, e soprattutto il valore dell'esoticità, è rimasto fertile nell'identificazione occidentale dell'"altro-marocchino", perpetuando e consolidando visioni artefatte, di una tale fascinazione da costituire una grossa fetta del movente della domanda turistica relativa al Paese, la quale odiernamente è sempre più indirizzata verso la richiesta di un turismo esperienziale, volto a toccare con mano il "diverso" e l'"autentico". Infatti, secondo Berghe e Keyes (2011):

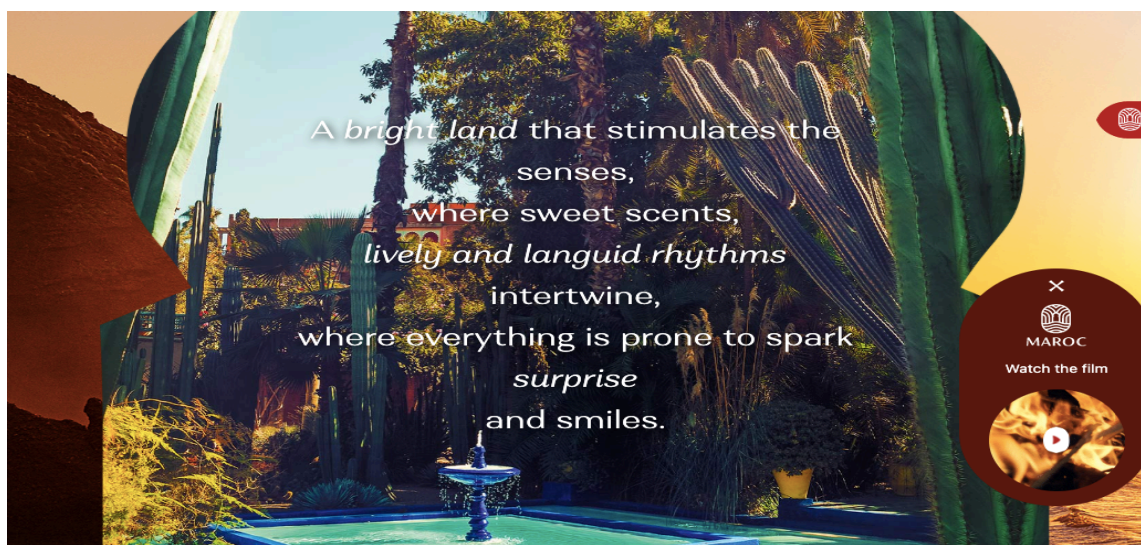
"l'ingrediente essenziale del turismo è il suo esotismo... Il turista cerca un'esperienza che non può essere replicata nel suo luogo di residenza abituale. Egli si sforza di entrare in contatto con una realtà diversa, manifestata in una natura non addomesticata, in reliquie del passato, in particolare di un passato alieno, o nel comportamento di estranei culturalmente distintivi. Il turista cerca inoltre di incorporare questo incontro con l'esotico in un'esperienza autentica" (p. 345).

Questa ricerca spasmodica di un'autenticità, che di fatto è una percezione occidentale di ciò che è autentico, come precedente menzionato, trova risposta nella pianificazione economica neoliberale del turismo marocchino, il quale negozia sistematicamente spazi, identità e tradizioni in virtù del guadagno, costruendo realtà che perpetuano narrative ideologiche colonialiste di potere (Gloster, 2012).

Infatti, l'immagine del Marocco prodotta dall'industria turistica, citando il portale ufficiale per il turismo è quella di *"una terra luminosa che stimola i sensi, dove si intrecciano profumi dolci,*

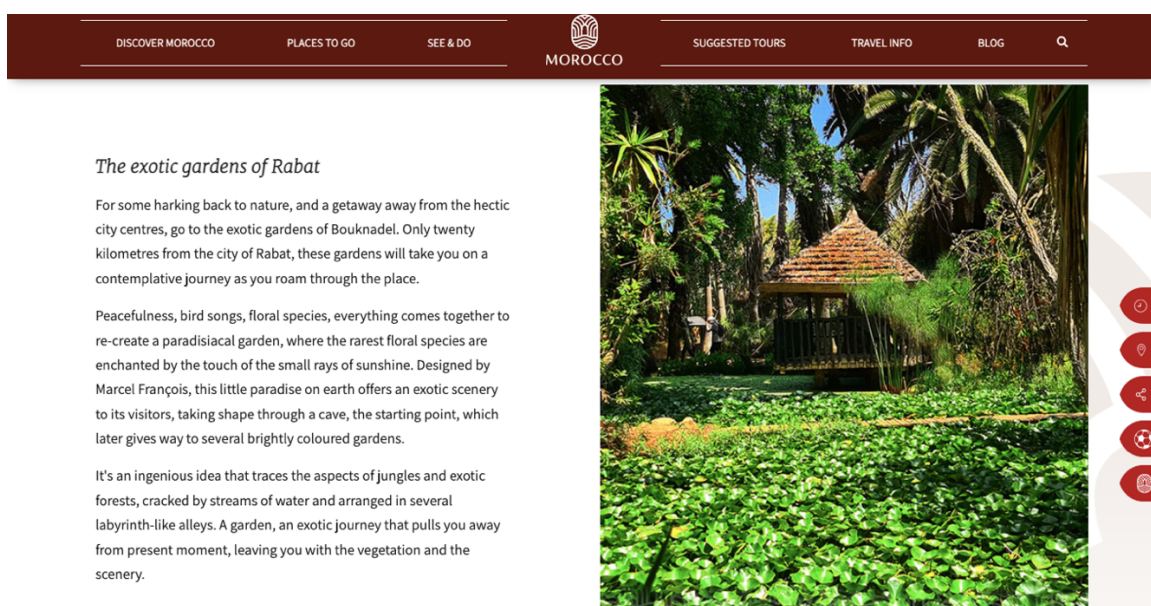
ritmi vivaci e languidi, dove tutto è incline a suscitare sorpresa e sorrisi” (v. figura 2.1.) (Office National Marocain du Tourisme, n.d.), i giardini sono accompagnati dall’aggettivo “esotico”, la cultura dal termine “vibrante” e le medine sono descritte come luoghi dove la tradizione trova il suo radicamento più autentico (v. figura 2.2.) (ibid.). Correlazioni di parole che poco si distanziano da quelle che troviamo scritte nella guida Hachette del 1919, la quale scorgeva nelle forme di modernità “estranee” un sentimento di sorpresa e spaesamento (Gloster, 2012).

Figura 2.1.: Esempio di narrazione “auto-orientalista” tratta dal sito istituzionale marocchino del turismo.



Fonte: Office National Marocain du Tourisme, n.d.

Figura 2.2.: Esempio di narrazione “auto-orientalista” tratto dal sito istituzionale marocchino del turismo



Fonte: Office National Marocain du Tourisme, n.d.

Il fetish occidentale per l'oriente non si esaurisce, l'orientalismo si rinnova ed evolve trovando spazio nel consumismo capitalista e rendendo luoghi e persone vetrine alla mercè dei turisti. Gli indigeni nella lente del turista diventano manichini in un museo vivo, perdendo il loro valore umano e diventando prodotti da consumare (ibid.). Allo stesso modo, gli spazi vengono ridisegnati seguendo gli immaginari orientalisti artefatti, sempre più distanti dalla tradizione.

Nelle seguenti due sezioni si cercherà di ricostruire i processi di rappresentazione e conseguente mercificazione sottesi a queste dinamiche. In particolare, si prenderanno in esame, da un lato, le comunità amazigh, per indagare le modalità attraverso cui l'identità culturale viene selezionata, narrata e performata in funzione delle logiche del mercato; dall'altro, la medina di Marrakech sarà assunta come caso emblematico della commercializzazione dello spazio urbano e dei processi di gentrificazione inscritti nelle pratiche del turismo neoliberale.

2.2.1 Il “prodotto Amazigh”: il self-orientalism del turismo rurale

Riduttivamente identificati dalle popolazioni conquistatrici come berberi (dal greco, e poi successivamente latino “barbarus”, ovvero “straniero”), gli Imazighen sono riconducibili ai diversi gruppi etnici originari dell'area dell'odierna Africa Nord-Occidentale (Oukhouya, 2024). La complessità e varietà etnica, linguistica e culturale, impedisce di identificarli con una cultura unica ed omogenea, anche perché, con l'arrivo dell'Islam nella regione, tali popolazioni si mescolarono con le comunità arabe, dando vita a identità etniche-culturali ibride (Gloster, 2012).

In epoca precoloniale, sebbene il territorio fosse amministrato su base tribale, non vi era distinzione etnica tra Imazighen e Arabi. La frattura identitaria fu creata dai Francesi durante il Protettorato, con la chiara missione politica del *divide et impera* (Carter, 2001). Con la promulgazione del *Dahir Berbère* nel 1930, che escludeva le comunità berbere dal sistema giuridico islamico, i Francesi miravano a una frammentazione sociale che facilitasse il mantenimento e la giustificazione del dominio coloniale (Damerdash, 2009). Infatti, i Berberi venivano percepiti come un ceppo etnico di origine indoeuropea, quindi superiori agli Arabi di origine semitica (ibid.). Questa presunta somiglianza con gli Europei legittimava, a loro avviso, il diritto dell'autorità coloniale a governare in Marocco (ibid.). Sebbene il *Dahir Berbère* non si rivelò efficace, poiché sia Berberi che Arabi lottarono insieme per l'indipendenza del Marocco dal 1912 al 1956, la frattura identitaria e culturale non fu mai sanata. Durante la politica nazionalista, fortemente incentrata sul valore arabo-musulmano, la cultura amazigh venne repressa e osteggiata, negandole un'identità culturale propria e relegandola attraverso i

media a rappresentazioni folcloristiche di stampo rurale (Carter, 2001). Il congiunto di fantasie coloniali sul “berbero” e il processo di folclorizzazione portato avanti dalle autorità nazionali, hanno determinato il bagaglio di proiezioni che oggi evoca la “berberità”: una società primitiva, che vive nelle zone remote e rurali dell’Atlas, che si sostenta tramite attività di artigianato, quali ceramiche e tappeti, e porta avanti tradizioni ancestrali e primitive (Scholze & Ingo, 2004). La complessità linguistica e culturale si perde, facendo del “non arabo-amazigh”, un congiunto culturale monolitico dall’etichetta “berbera”, più facilmente fruibile e identificabile dal turista (Oukhouya, 2024). Il termine berbero e il concetto di berberità, di pari passo con l’espansione del turismo nazionale, diventano parole chiave di marketing per la promozione di tour, prodotti ed “esperienze” a livello turistico (ibid). La scelta del termine “berbero” anziché amazigh riflette senza dubbio una maggior accessibilità linguistica, ma è anche soprattutto associato ad un repertorio di immagini radicalmente consolidate nel sentire “occidentale”. Berbero è il deserto, gli accampamenti e i paesaggi solitari delle montagne dell’Atlante, berberi sono i prodotti artigianali, il tè alla menta, l’ospitalità sacra e la musica gnawa che fa perdere il controllo del corpo (ibid.). Il termine berbero attinge ad un sentire evocativo nomade, spartano ed accogliente, di individui autentici che vivono a stretto contatto con la natura (ibid.). Un immaginario orientalistico tanto caro agli occidentali e che il turismo marocchino intercetta, negoziando lui stesso l’immagine di sé e della sua popolazione. Si potrebbe quindi parlare di “*self-orientalism*”: le rappresentazioni esterne vengono validate, perpetuate e promosse dall’interno, facendo di tali immaginari la trasposizione della propria identità (Feighery, 2012).

Dopo un periodo in cui la pianificazione turistica nazionale ha puntato sulla promozione del turismo paesaggistico, con lo sviluppo delle zone costiere che offrivano un turismo di resort “sole e mare”, e di percorsi escursionistici attorno alle cime del monte Toubkal e M’goun, a partire dalla *Vision 2010* e la riconfigurazione dell’offerta turistica con nuovi prodotti, l’attenzione al patrimonio culturale ha riniziato a ricevere una crescente attenzione da parte dei tour operator (Oiry Varacca, 2012). Seguendo le direttive dell’Organizzazione Mondiale del Turismo, che raccomandano lo sviluppo di tipologie di turismo che rispettino le caratteristiche culturali e ambientali delle destinazioni, le autorità marocchine, insieme agli stakeholders locali e internazionali, si sono avviati sulla via dello sviluppo del turismo “rurale”, ovvero un tipo di turismo che offre al visitatore esperienze legate a prodotti naturali e culturali tipici di aree rurali, caratterizzate da bassa densità abitativa, agricoltura, silvicoltura e da uno stile di vita “tradizionale” (UNWTO, n.d.).

Questo rinnovamento ha fatto sì che si creasse un clima favorevole all'implementazione di progetti legati all'identità, focalizzando l'attenzione sulla "peculiarità" berbera (Oiry Varacca, 2012). A tal scopo, gli ideatori dei prodotti turistici hanno ripreso i riferimenti identitari globalizzati legati alla berberità, i quali legano indissolubilmente gli spazi geografici remoti e marginalizzati ai berberi, rappresentati come popolazioni nomadi, ospitali e pittoresche, che sfidano l'ostilità dell'ambiente con coraggio e temerarietà (Ramou, 2009). Tali referenti diventano la base su cui si mobilita il discorso identitario di fruizione turistica. Il potere e il fascino che muovono queste visioni, cavalcando la moda attuale della ricerca del tradizionale e autentico, hanno fatto sì che tutto ciò che cade o a si avvicina all'ombrello geografico di riferimento assuma una connotazione "berbera". In tal senso, i siti web di promozione turistica, i tour, i souvenir, i workshop, qualsiasi cosa diventa berbera, come un marchio, una certificazione di pseudo autenticità dal valore commerciale enorme proprio perché capace di evocare specifiche sensazioni, di cui i turisti, ai quali si rivolgono, bramano e ricercano nelle loro esperienze (v. figura 2.3.). L'etichetta "berbera" attrae, massimizza i profitti, tanto che ogni prodotto, seppur non locale, diventa berbero, come ad esempio l'olio di argan venduto a Tafza che i venditori spacciano come della valle e che in realtà è originario della regione di Essaouira (Oiry Varacca, 2012).

Figura 2.3.: Esempio di strumentalizzazione dell'identità berbera a fini commerciali (fotografia scattata nella Valle di Ourika nel 2011).



Fonte: Oiry Varacca, 2012.

I venditori di molteplici souk di questi villaggi nelle montagne dell'Atlas sono ben consci della popolarità e potere commerciale di questa etichetta, e non dimenticano di ricordare ad ogni turista la "berberità" dei souvenir che offrono. Infatti, dalle parole dei commercianti sembra che: *"If you don't say 'Berber', then you can't sell the products"* (Scholze & Ingo, 2004, p. 75).

Questa spasmodica ricerca di autenticità, ruralità ed esotismo, da parte del turista, e incoraggiata dagli operatori del turismo, inchioda, oltre i luoghi e i prodotti, anche gli Imazighen stessi a questa immagine costruita, ovvero quella di gente semplice e autentica, che vive ignorando la modernità e i comfort che ha prodotto (v. figura 2.4.). La vita moderna dei berberi non vuole essere notata, e non attrae interesse; il turista nel viaggio, cerca la conferma delle sue convinzioni, e la realtà è sistematicamente filtrata dagli immaginari della sua mente (ibid.).

Figura 2.4.: Esempio di narrazione delle comunità berbere proposta dai tour operator occidentali.



IL VIAGGIO CHE TI MANCA
ESPLORATE. SOGNATE. SCOPRITE.
Agenzia viaggi & tour operator

DESTINAZIONI VIAGGI DI GRUPPO ORGANIZZATI VIAGGI INDIVIDUALI SU MISURA CHI SIAMO RECENSIONI BLOG PROSSIME PARTENZE

HOME / COSA VEDERE / MAROCCO

VILLAGGI BERBERI

MAROCCO

Il **Marocco** è tutt'ora abitato da antiche popolazioni locali, i **berberi** vivono ancora a stretto contatto con la natura desertica che li circonda.

I **Berberi** sono gli abitanti indigeni del Nord Africa nei territori dell'attuale Marocco, Algeria, Tunisia e Libia famosi per la loro ospitalità. Le prime testimonianze di questi popoli risalgono a fossili umani paleolitici risalenti al 20.000 a.C. L'abbigliamento tipico che li contraddistingue è composto da un'ampia tunica di lana con cappuccio, la dieta berbera è a base di couscous a base di semola di frumento o di orzo. Assolutamente da assaggiare il tè alla menta, non sarà difficile da trovare perché che è molto diffuso tra la popolazione berbera.

Il **Viaggio Che Ti Manca** è un'agenzia viaggi e tour operator con sede a Brescia e Iseo. A tutti rimane almeno un "viaggio che ti manca" e non vediamo l'ora di condividerlo insieme!

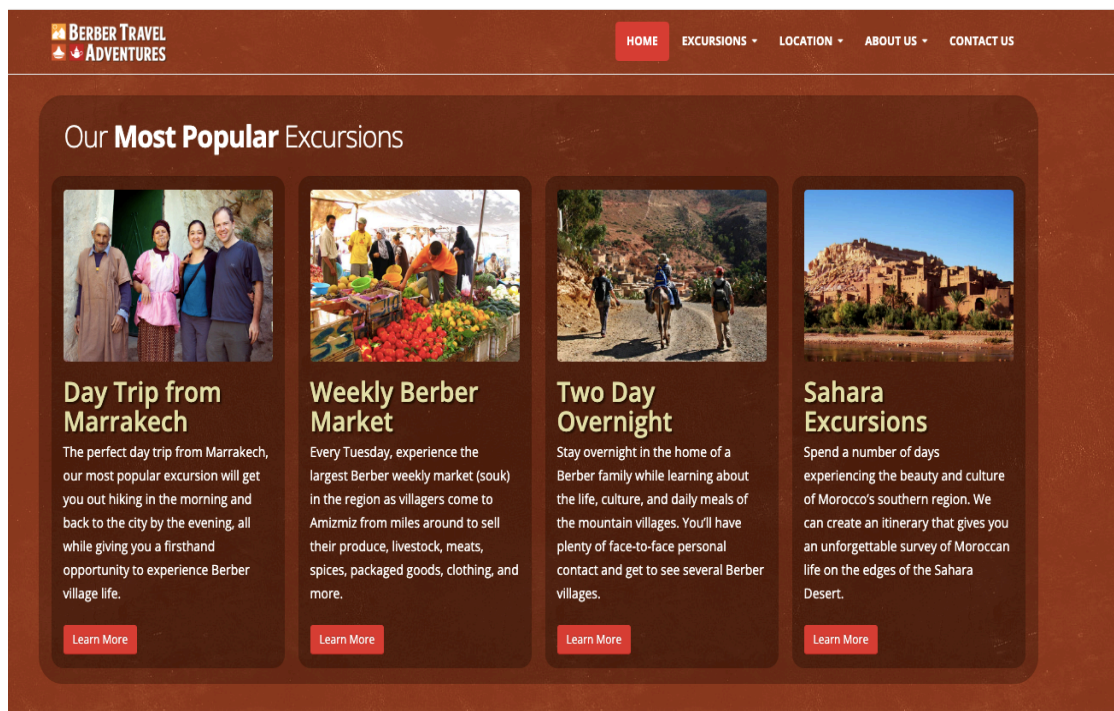
Google Reviews 4.9 ★★★★★ 568 recensioni

165 recensioni 4.9 ★★★★★ Trustpilot

Fonte: *Il Viaggio che ti manca*, n.d.

Così spopolano i tour che promettono al turista, di vedere “veri” e “autentici” accampamenti di famiglie berbere che ancora abbracciano il nomadismo (v. figura 2.5.).

Figura 2.5.: Esempio di tour operator locali che commercializzano l'identità berbera come prodotto turistico.



Fonte: Berber Travel Adventures , n.d.

Nel maggio del 2023, io stessa ho partecipato ad un tour organizzato di qualche giorno nel deserto Sahara, nei pressi della località di Merzouga. L'itinerario prevedeva un'escursione a dorso di cammello e il pernottamento in tenda tra le dune del deserto. A causa di un inconveniente tecnico, io e alcuni miei compagni di viaggio non abbiamo potuto prendere parte all'escursione con il cammello, di conseguenza gli organizzatori, come alternativa, ci hanno proposto la visita di un "vero" accampamento berbero nomade. Mentre passavamo con il pick-up tra le tende guardando i bambini correre e salutarci, l'anziana signora che faceva il pane, e gli animali da cortile scorrazzare attorno alle tende, non ho potuto fare a meno di associare tutto ciò agli zoo umani dell'era coloniale, con l'unica differenza che l'esibizione mostrata all'epoca nelle fiere e nei giardini zoologici in Europa, in questo caso era messa in scena in loco. In entrambi i casi "l'altro esotico", con la sua vita quotidiana e il suo villaggio nativo debitamente costruiti, viene proiettato all'occhio del visitatore al fine di intrattenimento. Un intrattenimento che si basa sulla consapevolezza della distanza, sulla sistematica comparazione e divisione tra un noi e un loro, divisione rimarcata dal vetro del finestrino che ci sperava. Al pari dei colonizzati dell'800, la gente di quel villaggio, in accordo con i promotori turistici locali, è confinata in un ruolo performativo infinito volto a soddisfare il nostro bisogno di alterità, in cambio di una piccola commissione sul prezzo del tour che avevamo pagato: soldi in cambio

della paralisi di queste persone in una recita sospesa in un tempo immobile e artificioso. Seppur non si possano definire queste due pratiche la stessa, il turismo neoliberale, oltre a riconsolidare un'interazione tra turisti e locali basata sulla convalida di retaggi precostituiti di origine coloniale, mette in scena e alimenta, allo stesso modo, un'altra sfumatura della politica coloniale europea: il dominio, l'oggettivazione e il consumo di queste popolazioni con la scusa di salvarli e proteggerli dall'estinzione sotto il progresso europeo (Chikha, 2013). Nel turismo neoliberale, e in particolar modo nella sua forma turismo etnico-rurale, questa "pietà cristiana" si rinnova: i turisti sono incoraggiati a viaggiare per salvare il mondo, promuovendo la conservazione della natura e del patrimonio locale (Becklake & Wynne-Hughes, 2024). La subordinazione si rinnova, e ancora una volta il controllo ideologico occidentale sul sud del mondo si convalida, in maniera subdola, sotto il mantello della sostenibilità.

Nel paradigma del turismo neoliberale, l'identità diventa un prodotto da consumare, mutevole e plasmato dalle mode e dalle dinamiche del mercato. La geografia dello spazio a sua volta muta e si riconfigura per soddisfare il capitale globale, e la città in particolare, non è più solo un posto in cui vivere bensì un catalizzatore di investimenti per la costante crescita (Zemni & Bogaert, 2011). E in questa costante mercificazione, che ingloba tutto nella sua morsa dispotica, le relazioni umane, il modo di vivere e condividere gli spazi, l'ambiente e la conservazione del patrimonio riacquisiscono con forza dinamiche coloniali di appropriazione. In Marocco, le medine, prese d'assalto dall'ondata del turismo degli ultimi anni, sono il chiaro esempio di questo fenomeno, diventando modelli urbani occidentali di rappresentazioni astratte e globalizzate dell'Oriente, dove la popolazione locale è sistematicamente segregata ed esclusa (Ouassini, 2021).

2.2.2 *Medina di Marrakech: orientalismo, gentrificazione o neocolonialismo?*

La medina di Marrakech incarna il modello per eccellenza della città arabo-musulmana tradizionale, riconosciuta per *"una forte struttura spaziale, basata sull'esistenza di un centro, potentemente organizzato attorno alla grande moschea e all'università"* (Sadki, 2022, p. 84). Grazie alla sua posizione strategica, vicina alla maggior parte delle capitali europee, e al suo status di città patrimonio dell'UNESCO dal 1985, ha acquisito sempre maggior spazio nei flussi internazionali del turismo urbano e culturale (ibid.), registrando nel 2024 il record storico di 4 milioni di visitatori (Médias24, 2025).

Tuttavia, il fascino esercitato dalla medina di Marrakech ha un sapore antico, e attinge le sue radici direttamente nel periodo coloniale (Damerdash, 2009). La medina, per il generale

francese Lyuatey, rappresentava l'archetipo del villaggio indigeno africano, ovvero lo spazio primordiale dove l'alterità dei marocchini, con i loro valori e costumi era messa in scena, e dove gli occidentali, bramosi di esotismo, potevano confrontarsi (Borghi, 2008). È proprio durante il periodo del protettorato francese che nascono i processi di creazione del patrimonio della medina (Sadki, 2022). Infatti, secondo le logiche della "presa in carico della memoria dell'“altro” da parte del potere coloniale" (Tebbaa, 2010, p. 56), il protettorato francese voleva conservare le città storiche nel loro contesto indigeno, al riparo da contaminazioni moderne (Borghi, 2008). L'integrità della medina divenne uno dei pilastri del progetto della riqualificazione urbana francese. Nonostante la costruzione di quartieri ex novo in stile europeo, come i quartieri Gueliz e Hivernage, Henry Prost, architetto al servizio di Lyautey, stabilì nella medina il divieto di costruire edifici che non fossero in armonia con l'architettura locale (Clément, 1994, p. 18), creando di fatto una città bipolare: da un lato una città museo condannata alla ripetizione, e dall'altro una città nuova che era l'unica autorizzata a svilupparsi (Borghi, 2008). Così in virtù della "conservazione della vita tradizionale marocchina", i francesi trattarono la medina, per citare le parole di Radoine, come *"un tessuto tradizionale morto che non aveva alcun potenziale di sviluppo o crescita"* (Radoine, 2012, p. 10). Se il pretesto era quello di voler salvaguardare una presunta autenticità storica e culturale, questa dicotomia urbana era anche volta ad evitare il riversamento del disordine economico e sociale miserabile della medina sulla neo-città coloniale (ibid., p.10). Infatti, durante gli ultimi anni del protettorato francese, come esito dei processi di riqualificazione urbana, l'élite tradizionali avevano iniziato progressivamente a migrare verso i quartieri europei che offrivano migliori condizioni di vita, lasciando le medine all'occupazione anarchica da parte di una popolazione rurale estremamente povera e analfabeta, attratta dalla crescente industrializzazione del polo urbano (Kurzac-Souali, 2012, p. 53). L'assenza di capitali portò ad una fase di progressivo disinvestimento e degrado delle medine, le quali divennero dimora degli strati sociali più marginalizzati. Oggi, sebbene l'UNESCO sancisca la visione coloniale e orientalista della città araba tradizionale come oggetto d'arte da proteggere (Escher & Karner, 2018, p. 44), considerando quest'ultima una "sorprendente città-museo", alcuni ricercatori ritengono che l'iscrizione al Patrimonio dell'Umanità segni uno spostamento dalla "città esotica" allo "spazio del patrimonio abitato" (Kurzac-Souali, 2012, p. 53). Infatti, nonostante le prime avvisaglie si potessero riscontrare già negli anni 60, quando la medina di Marrakech venne riscoperta da scrittori, artisti e celebrità, tra cui Andy Warhol e Yves Saint Laurent, i quali scelsero di abitarla, è proprio a partire dalla fine degli anni '80 che il sogno di "vivere la medina" ha investito la classe alto-borghese europea portandola ad investire nel settore immobiliare marocchino,

acquistando sempre più abitazioni e riad (Escher, Petermann, & Arnold, 2018). Marrakech e Fez divennero le stelle dei mercati emergenti tra gli investitori immobiliari stranieri (Lee, 2008), innescando un fenomeno di neo-appropriazione dello spazio urbano da parte di una popolazione straniera. Complici la stampa, i media e le riviste europee che propugnavano abitazioni tipiche marocchine a prezzi irrisori. Il fascino dalle “Mille e una Notte”, unito alla scena cosmopolita con cui si proponeva Marrakech, ha fatto sì che possedere un riad diventasse uno status symbol, dando avvio ad una corsa agli acquisti frenetica (Escher, Petermann, & Arnold, 2018), tanto che il numero di riad acquistati da stranieri dal 1990 all'estate del 1999 passò da poche decine a 150 (Escher & Petermann, 2000). Tuttavia, il vero boom si ebbe a partire dagli anni 2000, quando grazie all'accordo *Open Sky*, che aumentò i collegamenti aerei con l'Europa, la neo-strategia di sviluppo turistico *Vision 2010* e i migliori mezzi di comunicazione, l'interesse per l'acquisto di immobili raggiunse, oltre che la classe alta e gli esponenti della scena artistica occidentale, anche la classe media europea (Escher & Petermann, 2000). Infatti, complici i vantaggi comparativi offerti dalle differenze di prezzi immobiliari e nel costo della vita rispetto all'Europa, il Marocco rappresenta un mondo diverso a pochi chilometri da casa, che può evocare nella classe media europea sopraffatta dal senso di inadeguatezza e opprimente conformismo, la sensazione di essere un colonialista in mezzo alla povertà onnipresente dei marocchini (ibid.).

Consapevole del crescente interesse e delle potenzialità economiche del fenomeno, oltre che dell'inesauribile brama occidentale per l'esotico, lo stato marocchino riprese il programma coloniale francese per la preservazione delle medine, affidandone la gestione e il monitoraggio al Dipartimento delle Belle Arti e al Ministero del Turismo (Lee, 2008). Inoltre, avviò, sotto consiglio di una società di consulenza americana, e con il sostegno della Banca Mondiale, un progetto di riqualificazione delle medine finalizzato alla valorizzazione del patrimonio culturale, allo sviluppo del turismo e alla riduzione della povertà tra le popolazioni residenti (Bigio & Licciardi, 2010).

Il documento ufficiale pubblicato dalla Banca Mondiale relativo al progetto di riabilitazione della medina di Fès — divenuto successivamente modello di riferimento per gli interventi nelle altre medine — prevedeva i seguenti interventi:

- Miglioramento della rete di circolazione attraverso la costruzione di parcheggi e vie d'accesso per i mezzi di emergenza;

- Riqualificazione paesaggistica mediante il restauro di monumenti storici e la demolizione delle rovine;
- Riduzione della povertà tramite la creazione di opportunità occupazionali;
- Realizzazione di spazi pubblici con l'obiettivo di decongestionare le aree residenziali;
- Progettazione di circuiti turistici mirati;
- Potenziamento del sistema di gestione dei rifiuti solidi;
- Istituzione di un programma di incentivi economici per attrarre investimenti privati nel miglioramento dell'ambiente costruito; (Unit for Housing and Urbanization, Graduate School of Design, Harvard University; Agence pour la Dedensification et la Rehabilitation de la Medina de Fes, 1999).

Malgrado l'enfasi posta sugli obiettivi sociali e inclusivi, l'esito predominante dell'intervento è stato l'incentivo all'afflusso di capitali privati stranieri nel mercato immobiliare, attraverso la messa in vendita di immobili nella medina, trasferendo di fatto la gestione del patrimonio urbano dei centri storici nelle mani di investitori esterni (Lee, 2008) In tal senso, il governo marocchino, recependo le direttive della Banca Mondiale, ha adottato a partire dal 2007 una serie di riforme volte a snellire l'apparato burocratico e a introdurre misure fiscali vantaggiose, con l'obiettivo di incentivare l'acquisto e la valorizzazione immobiliare da parte di soggetti esteri (ibid.). Tra le agevolazioni più significative si annoverano:

- Piena possibilità per cittadini stranieri di acquistare e possedere immobili urbanizzati (riad, appartamenti, ville) senza necessità di permessi specifici;
- Libertà di trasferire all'estero i profitti derivanti da locazioni o da plusvalenze immobiliari;
- Esenzione dall'imposta sui redditi da locazione per i primi cinque anni;
- Esenzione dalle imposte sulle plusvalenze maturate dopo un periodo di possesso compreso tra sei e dieci anni;
- Esenzione dalla tassa di successione per gli eredi diretti (ibid.).

Secondo una conferenza tenutasi al Centro Jacques-Berque di Rabat nel 2008, sul tema *“Attori e questioni socio-economiche e patrimoniali nella riqualificazione dei centri urbani in Marocco”*, in base alle fonti ufficiali, il numero di cittadini stranieri proprietari di immobili

nella medina di Marrakech è passato da 1.500 nel 2006 a 2.400 nel 2008 (Touhami, 2019). Altri dati suggerivano, tuttavia, che nello stesso periodo il numero effettivo di abitazioni di proprietà straniera nella medina ammontasse a circa 4.000 su un totale di 33.000 unità abitative, rappresentando così oltre il 12% del patrimonio edilizio complessivo (ibid.).

L'assenza di studi sistematici e dati aggiornati impedisce oggi una lettura accurata dell'attuale configurazione del mercato immobiliare della medina di Marrakech. Tuttavia, alla luce della persistente apertura del Paese ai capitali esteri – come testimonia la recente *Carta degli Investimenti* emanata nel 2022 e già analizzata nel primo capitolo di questa tesi – è plausibile ritenere che il fenomeno abbia conosciuto una crescita significativa negli ultimi anni.

In questo complesso processo di rinnovamento urbano governato da interessi politici locali e globali, l'orientalismo che avvolge le medine si rinnova a sua volta e trova adito nei processi creativi di ristrutturazione dei riad. Per riad (riyād) si intende una tipologia abitativa del Maghreb, caratterizzata dalla presenza di un cortile centrale attorno al quale si sviluppano gli ambienti abitativi. Nell'immaginario occidentale, il riad rappresenta l'architettura dell'esotico, la massima espressione del vivere autentico marocchino, dove nel suo patio il paradiso coranico trova la sua realizzazione terrena (Escher, Petermann, & Arnold, 2018). Acquistandone la proprietà, gli occidentali hanno plasmato la conversione di questi spazi seguendo il misticismo dell'immagine che li accompagna, inglobando al contempo i confort irrinunciabili delle abitazioni europee (ibid.). L'esito è quello di uno spazio sontuoso dalle varie reminiscenze, dove l'eco dei quadri orientalisti dell'800 si combina con l'agio del presente (v. figura 2.6.) (Borghi, 2008).

Figura 2.6.: Esempio di ristrutturazione di un riad secondo estetiche orientaliste.



Fonte: Le Riad Yasmine, 2019.

Nonostante molti stranieri scelgano di acquistare queste proprietà come seconde case, altrettanti sperano in un ritorno economico attraverso la loro conversione in pensioni, ristoranti, boutique e gallerie, cavalcando la crescente ascesa di Marrakech sulla scena del turismo internazionale (Escher, Petermann, & Arnold, 2018). La maggior parte della proprietà straniera è concentrata attorno all'area di Jamaa el Fna e il Souq Centrale (Escher, Petermann, & Clos, 2001), dando vita a veri e propri distretti ricchi, differenziati su base etnica, in un quartiere che è di fatto tra i più poveri della città (Touhami, 2019).

La crescente risonanza e popolarità di questo fenomeno ha innescato un vero e proprio processo di gentrificazione. Gentrificazione, termine coniato nel 1964 dalla sociologa Ruth Glass, sta a significare un processo di riqualificazione del centro città attraverso uno scambio di popolazione a favore di una popolazione di status più elevato (Sadki, 2022). L'acquisto compulsivo di immobili da parte di acquirenti stranieri ha prodotto una profonda riconfigurazione dello spazio urbano e delle modalità dell'abitare nella medina, generando un incremento vertiginoso dei prezzi e trasformando radicalmente le dinamiche socio-territoriali. Si stima, infatti, che a partire dagli anni 2000 i valori immobiliari abbiano registrato una crescita media annua del 10%, con punte del 30% tra il 2001 e il 2003 (Touhami, 2019). Secondo le statistiche, il prezzo medio al metro quadro a Marrakech è passato da 5.000 dirham nel 2006 a quasi 15.000 dirham nel 2020, segnando un aumento del 200% in appena 14 anni (Marrakech Immobilier, n.d.).

La medina, e in particolar modo il riad, diventa man mano uno "spazio enclave" capitalista per turisti e investitori immobiliari, da cui la comunità locale è progressivamente esclusa e fisicamente marginalizzata, dando vita ciò che Atkinson e Bridge (2005) hanno chiamato un "nuovo colonialismo urbano", ovvero un fenomeno, attraverso il quale lo spazio viene ristrutturato e costruito per soddisfare i gusti e i consumi occidentali (citato in Sadki, 2022). La politica urbana segue gli interessi economici, escludendo dall'equazione la popolazione locale con le sue esigenze (Zemni & Bogaert, 2011). I locali, incapaci di sostenere l'aumento vertiginoso dei prezzi degli immobili e del costo della vita, e a disagio con i cambiamenti culturali che investono lo spazio a causa dell'arrivo di turisti stranieri che poco tengono conto dei valori del luogo, sono indotti de jure, costretti de facto, a vendere le proprie proprietà e a spostarsi altrove (Saddou, 2019). Alla luce di questi elementi, la medina di Marrakech, come esito di una collaborazione tra autorità e capitale, è stata venduta e convertita in una "periferia neocoloniale", ovvero un'entità socio spaziale dominata da una ricca élite esterna, la quale si appropriava dello spazio non solo a livello fisico ma anche simbolico e culturale (Sadki, 2022, p.

99). In tal senso, come osservano James e Nancy Ducan (2001), nelle società capitaliste “*i paesaggi diventano proprietà di coloro che possiedono la ricchezza e il potere necessari per controllarli*” (p. 387).

2.3 Impatti economici: il turismo come asse di accumulazione di capitale straniero

A partire dagli anni '80, il turismo è stato promosso dagli organismi internazionali come strumento di empowerment economico e politico per i paesi neo-emergenti, caratterizzati da un sottosviluppo strutturale e da una persistente dipendenza dagli ex regimi coloniali (Vázquez, 2010). Secondo la narrazione ufficiale, il turismo avrebbe rivitalizzato l'economia del “Terzo Mondo” poiché capace di generare valuta estera tramite esportazioni a costi di produzione quasi nulli, attrarre capitali, creare posti di lavoro e favorire lo sviluppo umano, oltre che l'indipendenza economica dei paesi in questione (Britton, 1982). A partire dagli anni 2000, il discorso si è progressivamente orientato verso la sostenibilità turistica, inaugurando un processo che ha trovato il suo momento culminante nella Dichiarazione delle Canarie del 29 marzo 2001 (Vázquez, 2010). Tale documento, presentato in occasione della Terza Conferenza delle Nazioni Unite sui Paesi Meno Sviluppati, pone l'accento sul ruolo strategico del turismo sostenibile quale motore di sviluppo per la periferia globale, promuovendone l'integrazione nell'economia mondiale e, al contempo, sostenendo la tutela ambientale e la riduzione delle disuguaglianze sociali (UNCTAD, 2001). Sul piano economico, il turismo sostenibile si propone di garantire una distribuzione equa dei benefici socioeconomici tra le parti coinvolte, generando opportunità occupazionali stabili, fonti di reddito e servizi sociali per le comunità locali, contribuendo in tal modo alla riduzione della povertà (UNWTO, n.d.).

Sebbene sia innegabile la capacità del turismo di generare reddito e, di conseguenza, di contribuire positivamente alla crescita del PIL nei Paesi in via di sviluppo, come osserva Britton (1982), le speculazioni teoriche sull'attività turistica risultano spesso scollegate dai processi storici e politici che strutturano lo sviluppo (Britton, 1982). Questo disallineamento rende il turismo una strategia economica ambigua, decontestualizzata e, di fatto, subordinata agli interessi dell'Occidente e delle élite internazionali (ibid.).

Pur essendo frequentemente presentato come uno strumento di emancipazione economica e politica per i Paesi emergenti, il turismo si è rivelato, nel contesto di un mondo neoliberale interconnesso, un meccanismo funzionale all'integrazione del Sud globale nelle periferie del sistema economico capitalista, alimentando nuove forme di dipendenza e riproducendo condizioni strutturali di sottosviluppo (Muñoz, 2013). La fragilità strutturale del turismo,

intrinsecamente volatile e sensibile ai fattori esterni, rafforza ulteriormente questa dipendenza (Vázquez, 2010). Inoltre, la domanda turistica, proveniente in larga parte dalle economie avanzate, è strettamente legata al benessere economico del “Primo Mondo”; in tal senso ogni squilibrio percepito nei paesi “sviluppati” avrà irreversibilmente impatto anche nelle periferie, sistematizzando indissolubilmente la subordinazione economica del “Sud al Nord del mondo”. In questo senso, come affermava Marx, *“i paesi industrialmente più sviluppati non fanno altro che mettere davanti a quelli meno progrediti lo specchio del loro stesso avvenire”* (Marx, 2010, p. 362-363). Il turismo si è rivelato di fatto una delle principali modalità per l'esportazione e il consolidamento dei modelli economici e culturali neoliberali, in cui l'apertura totale delle economie emergenti agli interessi globali ha generato nuovi assi di accumulazione del capitale, i cui benefici sono per lo più concentrati nelle mani di imprese private transnazionali con sedi amministrative nei paesi occidentali (Scherle, Pillmayer, & Braun, Gershon, 2020).

Come menzionato nel primo capitolo, il Marocco si è avviato sulla via dello sviluppo neoliberale all'inizio degli anni '80 con l'adozione dei PAS proposti dalla Banca Mondiale e il Fondo Monetario Internazionale. Tuttavia, concentrandosi sul settore turistico, è a partire dagli anni 2000 che l'apertura dell'economia marocchina ha subito una svolta epocale. Con la *Vision 2010*, come precedentemente menzionato, lo stato ha ufficialmente inaugurato una nuova era nella pianificazione turistica, segnata dalla deregolamentazione del mercato, privatizzazioni attrazione degli investimenti tramite un programma di agevolazioni fiscali e burocratiche, favorendo l'afflusso continuo di capitali stranieri (Almeida-García & Chahine, 2016). Una visione economica che si è confermata nel decennio successivo con la *Vision 2020* e nuovamente nel 2023, con il lancio della nuova *Road Map 2023-2026* volta a potenziare il turismo sulla via dello sviluppo sostenibile (UNWTO, SMIT, 2025). A tal proposito la *Société Marocaine d'Ingénierie Touristique* (SMIT) con il sostegno di *UN Tourism*, ha pubblicato il 28 gennaio 2025, in occasione della Conferenza Internazionale sull'Innovazione Tecnologica e gli Investimenti Turistici di Marrakech, una guida per gli investitori chiamata *“Tourism Doing Business”* (UNWTO, SMIT, 2025). In particolare, questa guida, oltre che cantare le lodi dei risultati del settore turistico degli ultimi decenni, mette in risalto i vantaggi comparativi del paese esponendo gli interessanti incentivi fiscali offerti dal regno a chi desidera investire nel comparto turistico marocchino (ibid.). A riguardo, il Marocco ha ratificato 72 trattati di investimento per la promozione e protezione degli investimenti esteri applicabili a più settori, e stipulato 62 accordi economici bilaterali, di cui la maggior parte con i paesi dell'UE e gli USA, i quali prevedono l'eliminazione della doppia imposizione su redditi e plusvalenze, e

garantiscono il rimpatrio libero dei capitali e dei profitti investiti senza alcun tipo di vincolo (UNWTO, 2025). Oltre alle esenzioni fiscali concesse ai sensi del diritto comune, agli investitori nel turismo vengono forniti vantaggi specifici al soddisfacimento dei criteri richiesti, tra cui:

- Esenzione dai dazi doganali, secondo la legge finanziaria 50-22 articolo 164, per le società che realizzano un programma di investimenti pari o superiore a 50 milioni di dirham;
- Copertura degli investimenti fino al 30% al soddisfacimento di determinati criteri basati sull'ammontare degli investimenti e numero di posti di lavoro diretti o indiretti creati;
- Imposta sul valore aggiunto ridotta al 10% per diversi settori, tra cui attività alberghiere, e alle attività operanti nel catering e nella ristorazione;
- Esenzione dall'IVA per beni strumentali, materiali e attrezzi acquistati localmente per un periodo di 36 mesi dall'inizio dell'attività dell'azienda;
- Incentivo fiscale del 5% sull'importo totale dell'investimento specificamente per il settore del turismo, che copre ospitalità, ristorazione e svago;
- Riforma delle aliquote dell'imposta sul reddito delle società. In particolare, le società alberghiere e gli stabilimenti di intrattenimento turistico ne sono esentati per i primi 5 anni dall'inizio dell'attività (ibid.).

Tutto ciò è finalizzato a consolidare la posizione del Marocco in termini di attrattività e affidabilità agli occhi degli investitori internazionali interessati al settore (Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication , n.d.). Secondo l'indice di fiducia negli investimenti diretti esteri nel 2023 di Kearney, il Marocco si è classificato come il secondo paese africano più attraente per gli investitori (UNWTO, 2025). Il settore turistico, in particolare, ha rappresentato negli ultimi sedici anni il terzo principale destinatario di investimenti diretti esteri, dopo l'industria e il comparto immobiliare, assorbendo il 9,1% del totale degli IDE tra il 2007 e il 2023 (ibid.).

Secondo i dati di *FDI Markets del Financial Times*, le società straniere che investono nei settori alberghiero, turistico, del tempo libero e dell'intrattenimento del Marocco sono state principalmente aziende provenienti da Spagna, Francia, Stati Uniti d'America, Emirati Arabi Uniti e Regno Unito (UNWTO, SMIT, 2025). In testa agli investimenti nel settore turistico marocchino si collocano le grandi multinazionali alberghiere. Tra queste, il gruppo francese Accor, che continua ad espandere il proprio portafoglio di investimenti attraverso lo sviluppo

del lussuoso eco-hotel *Fairmont Tazi Palace Tanger*, in partnership con la società qatariota Katara Hospitality. A seguire, la catena spagnola Barceló, che nel settembre 2022 ha annunciato un investimento di 46 milioni di dollari attraverso la firma di un Memorandum d'Intesa con il Ministero del Turismo e il Ministero degli Investimenti del Marocco, finalizzato al lancio di diversi nuovi hotel distribuiti sul territorio nazionale. Infine, la statunitense Hilton, una delle aziende alberghiere più grandi al mondo, che attualmente gestisce sei strutture in Marocco e ha altre sei proprietà in fase di sviluppo (ibid.). La presenza di questi colossi è sempre stata vista di buon auspicio dal governo marocchino per via della loro ampia risonanza sullo sviluppo economico del settore e la creazione di posti di lavoro diretti e indiretti per la popolazione locale.

Tuttavia, il discorso, oltre che assecondare le logiche di interesse delle élite nazionali e internazionali tramite meri dati quantitativi, trascura importanti considerazioni su quello che di fatto si è configurato e continua a configurarsi come un monopolio di capitale transnazionale: una concentrazione di potere corporativo nelle mani di grandi multinazionali alberghiere che, attraverso contratti di gestione, riescono a esercitare un controllo operativo e manageriale completo sulle strutture turistiche pur senza detenerne la proprietà materiale (Britton, 1982). Tale modello contrattuale consente loro di garantire flussi regolari di profitto, eludendo l'esposizione al rischio patrimoniale, che viene invece scaricato sui governi locali o su fondi sovrani (ibid.). Un esempio lampante a sostegno di questa tesi è il caso della stazione turistica di Saïdia menzionato precedentemente. Il progetto di Saïdia, sviluppato in un'ottica di partnership pubblico privata, era stato affidato a grandi gruppi multinazionali, primo fra tutti il gruppo immobiliare spagnolo Fadesa, i quali hanno goduto di immensi incentivi fiscali e sovvenzioni, oltre che accesso a terreni pubblici a prezzi irrisori, se non simbolici (Chahine, 2016). Quando la società, nel 2008, è andata incontro alla bancarotta, lo Stato si è assunto gli oneri finanziari del progetto, coprendo le perdite ereditate tramite fondi pubblici e investendo 5 miliardi di dirham per la ristrutturazione e riqualificazione del progetto (ibid.). Una dinamica analoga ha caratterizzato tutte le altre stazioni turistiche previste dal *Plan Azur*, incluso il “sostenibilissimo” resort di Taghazout, presentato dettagliatamente nel prossimo capitolo. Citando Hamouchene (2016), sembra che *“le partnership pubblico-private siano solo un eufemismo per le privatizzazioni vere e proprie, pur fornendo fondi e garanzie pubbliche. Si tratta essenzialmente di privatizzare i profitti e nazionalizzare le perdite”* (p. 7).

Un'altra caratteristica comune dei complessi turistici gestiti da queste catene – compresi gli ultimi eco resort - è la tipica struttura a enclave, ovvero un modello in cui gli hotel e le strutture

turistiche che gravitano attorno (bar, ristoranti, campi sportivi, etc.) sono costruiti in uno “spazio-bolla” ristretto, creando zone di consumo turistico che limitano l’interazione sociale, ma soprattutto economica, dei turisti con ciò che sta al di fuori di essi (Hazbun, 2004). Senza contare che spesso gli utili generati da questi grandi complessi non rimangono nell’economia locale, ma vengono rimpatriati nei paesi d’origine delle multinazionali (Muñoz, 2013). Ciò, in accordo con lo Stato, riduce i benefici fiscali e limita la capacità del governo marocchino di reinvestire nel benessere delle comunità locali (Scherle, Pillmayer, & Braun, Gershon, 2020), le quali possono partecipare al mercato turistico solo in quanto piccole aziende artigianali, vendita al dettaglio e manodopera salariata (Britton, 1982).

2.3.1 Condizioni di lavoro nell’industria turistica: precarietà sistematizzata

A livello sociale, le organizzazioni internazionali hanno sempre promosso lo sviluppo del settore turistico nei paesi emergenti come valvola per creare posti di lavoro, mirando a colmare i deficit occupazionali e alleviare stati di povertà strutturale (Britton S. G., 1982). Secondo i dati forniti dal *World Tourism Council*, nel 2023, a livello globale, il comparto turistico ha generato 27,4 milioni di nuovi posti di lavoro, portando il totale degli occupati nel settore a 330 milioni, pari a circa un decimo della forza lavoro (WTTC, 2024).

Tuttavia, la narrazione dominante promossa dagli organismi internazionali e dai policymaker nel campo del turismo tende a privilegiare un approccio meramente quantitativo alla questione occupazionale, enfatizzando il numero di impieghi creati senza interrogarsi sulla loro qualità. Questo approccio omette di considerare le caratteristiche strutturali dell’industria turistica, spesso incapace di garantire condizioni lavorative dignitose, in linea con i diritti e le aspirazioni professionali dei lavoratori (Ibourk & El Alaoui El Wahidi, 2014). Infatti, l’occupazione nel settore turistico è intrinsecamente segnata da precarietà, derivante dalla stagionalità della domanda e dall’intenso utilizzo di manodopera. Tali dinamiche si traducono in salari bassi, contratti frequentemente non allineati agli standard minimi nazionali, impieghi temporanei e turni di lavoro logoranti (Giousmpasoglou, 2024). Inoltre, il settore turistico si distingue per l’ampio impiego di lavoratori giovani e non qualificati, nonché di donne e migranti, categorie che si trovano spesso in condizioni di vulnerabilità. Questi gruppi sono esposti a un contesto lavorativo caratterizzato da bassi livelli di tutela, scarse opportunità di crescita professionale, elevati livelli di stress e, in molti casi, da episodi di molestie sessuali (ILO, 2017). A ciò si aggiunge la frammentazione delle professioni all’interno dell’industria turistica e la debolezza dell’organizzazione sindacale nel settore, fattori che limitano l’accesso a misure di tutela e

ostacolano la possibilità dei lavoratori di organizzarsi collettivamente e rivendicare migliori condizioni, riducendo così la loro capacità di influenzare gli equilibri di potere (Demeyère, 2020).

Il quadro delineato evidenzia in modo inequivocabile come la precarietà lavorativa rappresenti una caratteristica predominante nel settore turistico, entrando in netto contrasto con i principi del “lavoro dignitoso” definiti dall’Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO, 2017). Secondo l’ILO, il concetto di lavoro dignitoso racchiude le aspirazioni fondamentali delle persone nella loro vita professionale e implica la creazione di opportunità lavorative che garantiscano un reddito equo, sicurezza sul posto di lavoro e protezione sociale per tutti (ibid.). Inoltre, prevede migliori prospettive di sviluppo personale e integrazione sociale, il diritto dei lavoratori a esprimere le proprie preoccupazioni, a organizzarsi collettivamente e a partecipare ai processi decisionali che influenzano le loro vite, nonché la promozione dell’uguaglianza di opportunità e trattamento tra uomini e donne (ILO, n.d.). Tali elementi sono diventati parte integrante della Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, la quale pone tra i suoi obiettivi la promozione di una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, nonché la creazione di un’occupazione piena, produttiva e dignitosa (ibid.).

Nonostante il crescente dibattito sulla sostenibilità nel settore turistico a partire dagli anni 2000, le questioni legate alla forza lavoro e alla qualità dell’occupazione sono rimaste in larga misura marginali, se non del tutto escluse dalla discussione. L’industria del turismo è stata estremamente efficace nel generare nuove opportunità lavorative, ma non altrettanto efficace nel creare le condizioni affinché esse siano stabili e di qualità (Baum, 2016). La questione delle condizioni di lavoro è stata raramente posta al centro delle riflessioni sulla sostenibilità da parte degli attori del settore turistico. Questi ultimi, assecondando le tendenze di mercato sempre più orientate verso prodotti “green”, hanno concentrato i loro investimenti prevalentemente sulle dimensioni ambientali della sostenibilità, trascurando quelle sociali, meno immediatamente visibili dall’esterno (Demeyère, 2020). Anzi, come riporta Demeyère (2020), le iniziative volte al miglioramento della gestione della forza lavoro sono spesso percepite come un ostacolo alla competitività aziendale, in un contesto economico neoliberale caratterizzato da un progressivo processo di deregolamentazione e da una crescente enfasi sulla flessibilità (ibid.). L’industria del turismo, più che rappresentare una soluzione efficace per contrastare la disoccupazione e alleviare la povertà, si rivela più come un simbolo della mancata redistribuzione della ricchezza e dell’accumulazione di capitale. Un esempio paradigmatico di tale disuguaglianza è il divario salariale tra gli amministratori delegati delle principali catene alberghiere e i salari medi dei

lavoratori in Europa. Ad esempio, i vertici della catena Hyatt percepiscono uno stipendio che è 460 volte superiore a quello di un dipendente medio, mentre per Hilton il divario è ancora più sconvolgente, con il CEO che guadagna 549 volte di più di un lavoratore medio della stessa azienda (Anderson, 2024). Questo scarto abissale non solo evidenzia una disfunzione economica strutturale, ma solleva interrogativi sulla sostenibilità sociale di un settore che, pur creando occupazione, perpetua forme di disuguaglianza estrema (ibid.).

Secondo i dati forniti dal *World Travel & Tourism Council* (WTTC) sull'impatto economico del turismo in Marocco, nel 2023 il settore turistico occupava circa 1,37 milioni di persone, pari al 12,9% della forza lavoro totale del paese (WTTC, 2024). Le proiezioni future suggeriscono un ulteriore aumento, con il numero di occupati nel settore che dovrebbe raggiungere circa 1,79 milioni entro il 2034 (ibid.). Nel contesto della nuova strategia nazionale per il turismo da implementarsi dal 2023 al 2026, il governo sulla scia delle Vision precedenti menzionate in precedenza, ha rinnovato il suo impegno per la creazione di 200.000 posti di lavoro aggiuntivi nel settore, più specificamente 80.000 posti di lavoro diretti e 120.000 indiretti, nell'ottica di colmare gli effetti devastanti della crisi sanitaria da Covid-19 (UNWTO, SMIT, 2025). Tuttavia, qualsiasi considerazione di carattere qualitativo in merito a questi posti di lavoro viene elusa, così come manca un piano condiviso di riforme volto a proteggere i lavoratori dalla vulnerabilità occupazionale. Le uniche menzioni mosse a riguardo concernono l'importanza, per il governo, di sviluppare una forza lavoro qualificata che renda il settore più competitivo sul mercato internazionale e attrarre così maggiori investimenti stranieri (ibid.). Tuttavia, come denunciato dalla *Al-Ġāmi'a al-Waṭaniyya li-l-Fanādiq wa-l-Maṭā'im wa-l-Siyāḥa* (la Federazione Nazionale degli Alberghi, dei Ristoranti e del Turismo), le condizioni lavorative nel settore turistico marocchino, in particolare nella ristorazione e nel contesto alberghiero, sono ben lontane dal soddisfare i criteri di "lavoro dignitoso" stabiliti dall'ILO (Murtah, 2024). In una nota, la stessa organizzazione sindacale ha condannato *"il pessimo status sociale, professionale e morale dei lavoratori del settore turistico"*, attribuendo tale situazione a *"l'assenza di giustizia salariale e alla diffusione della vulnerabilità, questa dovuta sia dall'eccessiva dipendenza dalle aziende subappaltatrici, sia dall'impiego di contratti precari e atipici, che privano i lavoratori di ogni necessaria tutela sociale"* (ibid.). Sebbene non siano disponibili statistiche accurate per misurare la natura delle occupazioni nel turismo e i salari, un rapporto pubblicato da un gruppo tematico specializzato nella valutazione delle politiche pubbliche nel settore, e discusso alla Camera dei Consiglieri il 23 luglio 2024, ha messo in luce

numerosi casi in cui i salari dei lavoratori sono al di sotto del salario minimo nazionale⁶ (Hanin & Al-Drisi, 2024). Inoltre, sempre secondo il medesimo rapporto, le occupazioni nel settore turistico marocchino risultano caratterizzate da un elevato grado di instabilità, con contratti di lavoro prevalentemente di natura stagionale, temporanea e part-time. Un'altra criticità emersa riguarda la mancata iscrizione dei lavoratori al Fondo Nazionale di Previdenza Sociale, una pratica che non solo priva i lavoratori dei loro diritti sociali, ma ha anche un impatto negativo sull'economia nazionale, in quanto le aziende vengono meno ai loro oneri fiscali (ibid.).

L'assenza di dati ufficiali, nonché di indagini giornalistiche o accademiche specifiche sul tema, rende complesso delineare un quadro esaustivo a sostegno dell'ipotesi di instabilità occupazionale nel settore turistico marocchino avanzata in questa tesi. Tuttavia, il rapporto precedentemente citato, insieme allo studio condotto nel 2014 da Ibourk e El Alaoui El Wahidi (2014) su un campione di 1.364 lavoratori nel settore dell'ospitalità a Marrakech, fornisce elementi incontrovertibili per affermare che la precarietà lavorativa nel turismo marocchino non sia un fenomeno congiunturale, bensì una problematica cronica e, con ogni probabilità, strutturale. Più che un incremento quantitativo dell'occupazione, la vera sfida del settore sembra risiedere nella stabilizzazione dei posti di lavoro esistenti. Infatti, l'indagine condotta su otto complessi turistici di Marrakech ha rivelato che il 64% dei dipendenti intervistati avrebbe diritto, secondo l'Articolo 14 del Codice del Lavoro marocchino, a un contratto a tempo indeterminato in virtù di un'anzianità superiore ai sei mesi (ibid.). Tuttavia, a causa della diffusa pratica della cosiddetta "*rottura contrattuale*", che consiste in una successione di contratti temporanei interrotti da periodi di inattività, questi lavoratori continuano a essere impiegati con contratti a termine, eludendo così la normativa vigente (ibid.). Ancora più allarmante è la condizione salariale: il 12% dei dipendenti, nonostante un'anzianità superiore ai vent'anni, percepisce ancora il salario minimo, segnalando l'assenza di percorsi di carriera strutturati e la mancata valorizzazione dell'esperienza lavorativa (ibid.) Questo scenario spiega perché la maggior parte della forza lavoro nelle strutture ricettive sia costituita prevalentemente da tirocinanti alle prime esperienze o da lavoratori poco qualificati, la cui fragilità socioeconomica li costringe ad accettare impieghi precari senza reali prospettive di miglioramento professionale (Hanin & Al-Drisi, 2024). La perpetua cecità degli attori del turismo nei confronti della dimensione sociale, e in particolare delle condizioni di lavoro, evidenzia ancora una volta non

⁶ Secondo l'ultima riforma entrata in vigore il 1° gennaio 2025, il salario minimo per i settori non agricoli è di 17,10 dirham all'ora (Ministère de l'Inclusion Économique, de la Petite Entreprise, de l'Emploi et des Compétences, 2024).

solo la fragilità, ma anche l'ipocrisia intrinseca alle narrative sulla “sostenibilità” che permeano le politiche turistiche. La sostenibilità, lontana dal tradursi in un concreto cambiamento strutturale, si configura come uno strumento di marketing, mascherato da un'apparente virtù etica, al servizio delle logiche economiche neoliberali di costante crescita e accumulazione, a scapito di una redistribuzione equa della ricchezza e di uno sviluppo realmente condiviso.

Conclusioni

L'analisi proposta in questo capitolo mira a mettere in luce l'ambiguità che caratterizza la narrativa della sostenibilità nel contesto del turismo globale, con particolare attenzione al caso marocchino. Partendo dalle definizioni e indicazioni fornite dall'agenzia delle Nazioni Unite, l'Organizzazione Mondiale del Turismo, si è cercato di rispondere alla domanda “cos'è il turismo sostenibile” e di analizzare come tali concetti, a livello retorico, siano stati integrati nelle strategie di promozione turistica nel Regno del Marocco. L'indagine, successivamente, ha tentato di analizzarne l'applicazione nel concreto, osservando diversi casi specifici. La scelta e diversificazione degli stessi hanno avuto l'obiettivo di abbracciare le tre dimensioni fondamentali della sostenibilità turistica così come viene presentata: rispetto dell'ambiente, valorizzazione delle culture locali e contributo allo sviluppo economico delle comunità.

Ciò che emerge è una profonda frattura tra la retorica e la realtà, nonché un evidente ossimoro insito al concetto stesso di sostenibilità. Più che una semplice e involontaria mancata aderenza ai principi del turismo sostenibile, questa tesi sostiene che la “sostenibilità” stessa, ormai completamente svincolata dalle sue originarie istanze critiche e antagoniste al capitalismo, sia diventata nient'altro che un grande business e parte integrante della crescita economica dominante (Fairhead, Leach, & Scoones, 2012). Come suggeriscono Fairhead, Leach e Scoones parlando di “*green grabbing*”, l'industria del turismo, nella sua versione sostenibile, può essere inserita nel paradigma dell’“economia della riparazione”: ovvero un sistema in cui i danni generati dalla crescita economica – come il turismo di massa – fungono da base per un nuovo ciclo di crescita fondato sulla loro “riparazione” (ibid.).

Il caso della stazione turistica di Saïdia, affrontato nella prima sezione di questo capitolo, incarna in toto tale dinamica. Il complesso di Saïdia, emblema della pianificazione turistica di massa marocchina e degli effetti devastanti che ha avuto sul territorio, è diventato il punto di partenza per l'elaborazione di nuove politiche “green” volte al suo rilancio. Dietro lo slogan dei materiali riciclabili e delle energie rinnovabili, tali politiche non fanno che incentivare la

continua cementificazione e la privatizzazione del territorio, oltre il consumo intensivo di risorse naturali.

Allo stesso modo, le forme di turismo etnico-comunitario, sfruttando retaggi coloniali e immaginari stereotipati dell'“altro”, continuano a perpetuare logiche di distanza e subordinazione tra un “noi” e un “loro”, dove l'Altro diventa un prodotto da consumare, confezionato per rispondere al desiderio di alterità del turista. Nel contesto marocchino, questa dinamica riguarda in particolare le comunità amazigh, frequentemente ridotte a icone folcloriche di autenticità: l'artigianato, le abitazioni tradizionali, le pratiche rituali e persino la lingua vengono trasformati in attrazioni, privati della loro funzione sociale e politica e reimmessi in circuiti di consumo culturale. In questa prospettiva, l'identità amazigh non viene riconosciuta come soggetto storico e politico, ma piuttosto mercificata come segno di alterità “esotica” funzionale alla narrazione di un Marocco autentico e accogliente, in linea con le logiche del marketing turistico.

Anche lo spazio diventa veicolo di un sentire, e le medine, in nome della conservazione del patrimonio, sono condannate all'immobilismo o ad essere trasformate in scenografie artificiali, modellate su un immaginario fittizio finalizzato al consumo. In questa prospettiva, il concetto stesso di “autenticità” viene piegato a esigenze estetiche ed economiche, producendo città-museo che esibiscono un passato selezionato e depurato da conflitti e contraddizioni.

Gli incentivi e agevolazioni fiscali concepite per attrarre gli investimenti esteri segnano uno spostamento nelle dinamiche di potere del luogo: il paesaggio, il patrimonio e persino la loro conservazione e rappresentazione diventano un tutt'uno nelle mani di chi dispone del capitale per controllarli, mentre le comunità residenti sono progressivamente marginalizzate.

Le politiche neoliberali di privatizzazione e apertura di capitali stranieri hanno infatti progressivamente escluso le comunità locali da ogni processo decisionale e dai loro stessi territori. Anche nei casi in cui non vi è un'espropriazione forzata della terra per lo sviluppo di progetti pubblico-privati, il fenomeno della gentrificazione – l'arrivo di popolazioni più abbienti e l'impennata dei prezzi – costringe chi possiede beni, ma ha redditi bassi, a venderli (Harvey, 2003). Il risultato è la nascita di città polarizzate, in cui l'impoverimento diffuso della popolazione si affianca alla presenza di enclaves di lusso governate da capitali stranieri.

Più che contribuire ad una equa redistribuzione della ricchezza generata, il turismo si configura come un potente strumento di accumulazione di capitale per l'élite nazionali e internazionali, dal quale la popolazione è esclusa, se non partecipando nel ruolo di manodopera sottopagata.

In questo contesto, sotto il peso morale dell'agenda verde promossa dagli organismi internazionali, lo Stato si legittima nell'appropriarsi e negoziare sistematicamente di spazi, identità e tradizioni, rendendoli appetibili al consumo "green". Il Ministero del Turismo, abbandonando qualsiasi impegno sociale, si è trasformato in un apparato tecnico dominato da esperti di marketing e pubbliche relazioni, dove l'unica forma di sostenibilità realmente considerata è quella economica, misurata attraverso meri dati quantitativi (Higgins-Desbiolles, 2018). Nel paradigma neoliberale dove la crescita infinita è l'ideologia dominante che motiva i governi e le industrie, viene da chiedersi, come suggerisce Higgins-Desbiolles (2018), *"quanto la retorica dello sviluppo sostenibile riguarda davvero la sostenibilità e quanto, piuttosto, si configuri come una strategia di marketing per sostenere lo sviluppo stesso?"* (ibid., p. 157).

CAPITOLO 3

Il caso studio della stazione turistica “Taghazout Bay”

Introduzione

Inaugurata come la prima stazione turistica eco-responsabile del Marocco (SAPST, n.d.), Taghazout Bay racchiude e condensa le ambizioni della *Vision 2020*, il piano strategico nazionale che punta a fare del Marocco una destinazione turistica competitiva e il punto di riferimento del turismo sostenibile nel Mediterraneo (SAPST, 2022). La stazione, situata lungo un tratto costiero di elevato valore ambientale a nord di Agadir, è stata progettata come modello di conciliazione tra sviluppo economico, salvaguardia ecologica e inclusione sociale, divenendo al tempo stesso vetrina simbolica e laboratorio sperimentale per i futuri progetti turistici su scala nazionale (ibid.).

Certificazioni ambientali internazionali, standard edilizi avanzati, responsabilità sociale d’impresa e crescita economica inclusiva costituiscono il perimetro simbolico e materiale entro cui si costruisce l’identità di Taghazout come emblema delle nuove frontiere del lusso sostenibile. Tuttavia, un’analisi ravvicinata delle dinamiche che ne accompagnano la realizzazione rivela uno scarto strutturale tra la narrazione istituzionale e le pratiche effettive di trasformazione socio-spaziale. Il presente capitolo si propone di esplorare proprio questo scarto: partendo dall’analisi del percorso progettuale, della governance mobilitata e delle politiche sostenibili adottate, si tenterà di far emergere ciò che si cela dietro la retorica della sostenibilità cantata e come questa sia sistematicamente strumentalizzata.

Attraverso il ricorso a un quadro teorico critico e all’analisi di progetti analoghi implementati nel contesto marocchino, si tenterà di indagare Taghazout Bay non solo in quanto progetto turistico sostenibile, ma anche come dispositivo discorsivo emblematico di una più ampia ristrutturazione del territorio nazionale in chiave neoliberale.

Il capitolo si articola in tre sezioni. La prima ricostruisce, secondo un ordine cronologico, la genesi del progetto e le principali fasi della sua realizzazione. La seconda sezione esamina il dispositivo discorsivo che ha accompagnato il progetto, fondato sulla retorica della sostenibilità e dell’innovazione territoriale; a partire dall’analisi della narrazione istituzionale e delle sue traduzioni operative, si propone una lettura critica volta a evidenziarne contraddizioni, ambivalenze e limiti strutturali. Infine, la terza sezione si concentra sui più recenti episodi di

demolizioni ed espropri avvenuti nell'area di Taghazout, interrogandosi sul loro significato politico e territoriale alla luce delle dinamiche di riconfigurazione urbana osservate in altri megaprogetti analoghi e nell'ambito della politica nazionale delle *Villes sans Bidonvilles*.

3.1 L'evoluzione del progetto di Taghazout Bay tra fallimenti e aperture

Lo sviluppo della stazione turistica di Taghazout vede i suoi albori all'inizio degli anni Duemila, quando, all'interno della nuova strategia *Vision 2010* volta a fare del turismo uno dei principali motori economici del Marocco, venne lanciato il *Plan Azur* (Chahine, 2016). Come discusso in precedenza, il *Plan Azur* era un ambizioso progetto volto ad attrarre investimenti stranieri e a rilanciare l'offerta turistica costiera del Marocco, rendendola più competitiva e in linea con i modelli di sviluppo delle principali destinazioni mediterranee (Fédération Nationale du Tourisme, n.d.). Il Piano prevedeva la creazione ex nihilo di sei grandi stazioni turistiche integrate, dislocate lungo le coste mediterranea e atlantica (v. figura 3.1.), ognuna progettata per offrire un'esperienza turistica diversificata e complementare alle altre:

1. Stazione di Mediterranea-Saïdia, lungo la costa mediterranea
2. Stazione di Mazagan, nei pressi di El Jadida
3. Stazione di Taghazout, a nord di Agadir
4. Stazione di Mogador, nei pressi di Essaouira
5. Stazione di Plage Blanche di Guelmim, nel sud ovest del paese
6. Stazione di Port Lixus, tra Larache e Asilah (ibid.).

Figura 3.1.: Mappa delle stazioni previste dal Plan Azur nell'ambito della Vision 2010.



Fonte: Elaborazione propria sulla base dei dati forniti da Fédération Nationale du Tourisme (n.d.)

Il modello proposto prevedeva la realizzazione di complessi turistico-residenziali integrati, dotati di hotel di lusso, residenze turistiche, campi da golf, porti turistici, centri commerciali e strutture per il tempo libero (ibid.). Il target era una clientela nazionale e internazionale con elevato potere d'acquisto (Chahine, 2016). Gli obiettivi erano ambiziosi: creare 80.000 posti letto, mobilitando 5.000 milioni di dirham dal Fondo Hassan II e un prestito della Banca Mondiale di 2,4 milioni di dollari (Fédération Nationale du Tourisme, n.d.). Per incentivare la partecipazione del settore privato, il governo marocchino adottò un approccio di partenariato pubblico-privato, offrendo terreni pubblici a condizioni agevolate: prezzi simbolici, sussidi fino al 50% del valore e un tetto massimo di vendita di 500 dirham al metro quadrato (ibid.).

Tra le sei destinazioni, Taghazout occupava un posto di rilievo, rappresentando da sola il 20% dell'intero *Plan Azur* (Aujourd'hui le Maroc, 2003). Situata a 15 km da Agadir, questa stazione era considerata la "*locomotiva del riposizionamento del Marocco sul turismo balneare*" (Fédération Nationale du Tourisme, n.d.). Il progetto mirava a migliorare significativamente la qualità dell'offerta turistica, ridurre la disoccupazione, in particolare tra i giovani e i laureati della regione di Agadir, e promuovere lo sviluppo socioeconomico delle aree rurali della regione del Souss-Massa (Aujourd'hui le Maroc, 2003).

Nel 2002, la realizzazione della stazione di Taghazout fu affidata alla società *Palace of Roses International*, controllata dal gruppo saudita Dallah Al-Baraka, fondato dallo sceicco Saleh Abdullah Kamel (Ahman, 2020). Il gruppo, attivo in oltre 40 paesi, operava in settori strategici tra cui finanza islamica, telecomunicazioni, edilizia, media e trasporti (ibid.)

Il progetto presentato dalla *Palace of Roses International* prevedeva lo sviluppo dell'area denominata "*Argan Bay*", su una superficie di 680 ettari, per un investimento complessivo di 1,26 miliardi di dollari, di cui 260 milioni direttamente forniti da Dallah Al-Baraka (Najim, 2004). Il masterplan includeva la costruzione di 35 unità alberghiere suddivise in sei distretti, ognuno caratterizzato da un'identità architettonica distinta (ibid.). Le strutture avrebbero compreso hotel a 4 e 5 stelle, residenze turistiche di lusso, campi da golf, centri commerciali e aree per l'intrattenimento (ibid.).

I terreni furono venduti alla società saudita al prezzo di 60 dollari al metro quadrato, con un contributo statale di 25 dollari per metro (ibid.). La compagnia si impegnò a completare i lavori entro la fine del 2007, mentre il governo marocchino promise la realizzazione di una strada di collegamento tra l'aeroporto di Agadir Al-Massira e il nuovo resort (Aujourd'hui le Maroc, 2003). Tuttavia, nonostante le prerogative, il progetto non vide mai la luce. Ritardi sistematici

nei finanziamenti da parte di Dallah Al-Baraka bloccarono l'avvio effettivo dei lavori (Ahman, 2020). Dopo anni di inattività, nel 2004 il governo marocchino decise di revocare la concessione e di escludere la filiale del gruppo saudita dallo sviluppo dell'area di Taghazout (Najim, 2004).

Nel 2006, a seguito di una nuova gara d'appalto, lo sviluppo del resort turistico di Taghazout fu affidato a un consorzio internazionale composto dal fondo d'investimento americano Colony Capital, specializzato nel settore alberghiero e immobiliare, e dalle società spagnole Satocan e Lopesan, anch'esse attive nel comparto turistico e immobiliare (MEED Editorial, 2006). Il consorzio firmò un memorandum d'intesa con il governo marocchino nel luglio dello stesso anno, confermando l'impegno congiunto nella realizzazione del progetto (ibid.). Il nuovo programma prevedeva un investimento complessivo di 20 miliardi di dirham e includeva, su un sito di 615 ettari, la costruzione di 9 unità alberghiere, 13 complessi residenziali, 2 campi da golf a 27 buche, piscine e strutture di intrattenimento, per un totale di 21.000 posti letto (Benmansour, 2009). Nel 2006, durante una visita ufficiale in Marocco, Naji Boutros, responsabile per la regione MENA di Colony Capital, dichiarò:

“Il nostro consorzio punta a sviluppare e riqualificare il resort di Taghazout per trasformarlo in uno dei resort balneari più importanti al mondo.(...) Intendiamo sviluppare un resort di lusso che promuova la tradizione e la cultura marocchina, che rispetti i migliori standard urbanistici, architettonici e ambientali, e che soddisfi al contempo gli obiettivi del capitolato d'oneri sia in termini di capacità ricettiva che di creazione di posti di lavoro. A questo proposito, siamo convinti di poter creare un resort che diventerà un vero e proprio polo di ricchezza e creazione di posti di lavoro per l'intera regione, operando in stretta armonia con il suo ambiente e, in particolare, valorizzando Agadir” (Le Matin, 2006).

Secondo l'allora ministro del turismo Mohamed Boussaid, lo sviluppo della stazione turistica avrebbe creato 500 posti di lavoro permanenti diretti e 700 indiretti, contribuendo a fare di Taghazout un marchio internazionale del lusso e dell'ecoturismo (Ahman, 2020).

Le previsioni iniziali del consorzio stimavano l'apertura del resort entro metà 2009 (MEED Editorial, 2006). Tuttavia, con l'arrivo della crisi finanziaria globale del 2008, il progetto entrò in una fase di stallo. In un primo tentativo di salvataggio, si propose una riduzione dell'estensione territoriale del sito e uno slittamento dell'apertura della prima unità alberghiera al 2010 (Benmansour, 2009). Ciononostante, l'impossibilità da parte del consorzio di reperire i

fondi necessari portò, nell'aprile del 2009, alla risoluzione del contratto da parte del governo marocchino, segnando il secondo fallimento consecutivo per lo sviluppo turistico dell'area di Taghazout e l'abbandono del cantiere già parzialmente avviato per diversi anni (ibid.).

Come già menzionato nel primo capitolo, il ritiro delle compagnie internazionali dal progetto della stazione di Taghazout non rappresentò un caso isolato, ma fu piuttosto parte di una traiettoria condivisa per la gran parte delle iniziative previste dal *Plan Azur* (Chahine, 2016). A seguito della crisi finanziaria globale del 2008, infatti, cinque delle sei stazioni turistiche previste subirono un destino analogo, segnando un punto di svolta critico per l'intero piano di sviluppo (Hmioui & Alla, 2020). Come precedentemente menzionato, la stazione di Saïdia vide il ritiro del gruppo spagnolo Fadesa-Martinsa a causa del fallimento finanziario della società; la stessa sorte toccò alla stazione di Port Lixus, affidata al gruppo belga-olandese Thomas & Piron e Orco, e alla stazione di Mogador, gestita anch'essa da questi ultimi in collaborazione con il gruppo francese Atelier (Chahine, 2016). Infine, la stazione di Plage Blanche, affidata al gruppo egiziano Pickalbatros, non fu mai avviata (ibid.). Questi abbandoni in serie provocarono ritardi significativi nella realizzazione del *Plan Azur* e costrinsero lo Stato marocchino a farsi carico della maggior parte degli oneri finanziari per le stazioni abbandonate, alcune delle quali rimasero allo stato progettuale e non vennero mai concretamente iniziate (Almeida & Chahine, 2016).

Nel quadro della nuova strategia nazionale per lo sviluppo turistico, nota come *Vision 2020*, presentata ufficialmente il 30 novembre 2010, il governo marocchino ha riaffermato con determinazione il proprio impegno a valorizzare l'offerta turistica costiera. Ciò ha comportato una revisione strategica e operativa del *Plan Azur*, lanciato nel decennio precedente, con l'obiettivo di completare e riorientare i progetti in corso, ponendo maggiore enfasi su principi di sostenibilità ambientale, integrazione territoriale e inclusività socioeconomica (Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire, n.d.).

In particolare, per quanto riguarda lo sviluppo del resort Taghazout, nel 2011, dopo 3 anni di paralisi dal ritiro del consorzio guidato da Colony Capital, il progetto venne affidato a quattro nuovi partner nazionali privati e statali: il *Fonds de Dépôt et de Gestion* (CDG Développement), la *Société Marocaine d'Ingénierie Touristique* (SMIT), il gruppo *Alliances Développement Immobilier* e il consorzio *Sud Partners* (Ahman, 2020). Quest'ultimo era guidato dal conglomerato nazionale *Akwa Group* (Ahman, 2020), il cui principale azionista, allora come oggi, è Aziz Akhannouch: figura di primo piano dell'élite economica e politica marocchina,

strettamente legata alla monarchia e, all'epoca (dal 2007 al 2021), titolare del Ministero dell'Agricoltura e della Pesca marittima (ibid.).

Nello stesso anno, nel luglio 2011, è stata istituita la *Société d'Aménagement et de Promotion de la Station de Taghazout* (SAPST), una società a responsabilità limitata con un capitale iniziale di 100 milioni di dirham, destinata a guidare pianificazione, sviluppo, promozione e gestione dell'intera area (Benattou, 2023).

La governance di SAPST riflette una struttura ibrida pubblico-privata, distribuita a livello azionario come segue:

- il 35% delle quote detenute da *CDG Développement*, successivamente cedute a *Madaëf* (filiale specializzata nel settore turistico di *CDG Développement* dal 2016);
- il 25% appartenenti al *Fonds Marocain de Développement Touristique* (FMDT), noto in seguito come *Ithmar Capital*;
- il 20% era inizialmente in mano ad *Alliances Développement Immobilier*, la quale, tuttavia, nel 2016 dovette cedere le sue quote ad *Akwa Group* e *CDG Développement* a causa di problemi finanziari;
- il 15% delle quote al consorzio *Sud Partners*, con *Akwa Group* come azionista principale;
- il restante 5% era detenuto dalla SMIT (SAPST, n.d.).

Con l'istituzione di SAPST, il progetto è stato rinnovato su un'area di 615 ettari per un'estensione di 4,5 km lungo il litorale tra le municipalità di Taghazout e Aourir (Benattou, 2023). Il masterplan firmato SAPST prevedeva la realizzazione di sette strutture alberghiere gestite da brand internazionali, un eco-resort, un villaggio per surfisti e complessi residenziali, per un totale di circa 11.000 posti letto (SAPST, 2022). A supporto, è stato previsto un ventaglio di infrastrutture sportive e ricreative: un campo da golf da 27 buche, accademie di golf, surf e tennis, un beach club e un centro commerciale all'aperto con negozi, ristoranti e spazi per l'animazione, per un investimento complessivo stimato in 10 miliardi di dirham (v. mappa del sito alla figura 3.2.) (ibid.).

Figura 3.2.: Mappa della stazione turistica Taghazout Bay.



Fonte: SAPST, 2022.

Tra le prerogative del nuovo progetto, rinominato “Taghazout Bay”, in linea con i valori della strategia nazionale *Vision 2020*, vi è un approccio integrato e sostenibile, volto non solo a superare le sfide della stagionalità offrendo un’offerta diversificata che va dal turismo esperienziale a quello sportivo, d’affari e culturale, ma anche a contribuire alla crescita economica della regione generando un impatto positivo e duraturo sul tessuto socioeconomico locale (SAPST, 2022). In particolare, tra gli impegni assunti dalla SAPST in materia di sostenibilità figurano la tutela dell’ambiente e delle risorse naturali, la valorizzazione del patrimonio culturale locale e la promozione di uno sviluppo economico e sociale equilibrato. Quest’ultimo si traduce nell’organizzazione di corsi di formazione, nell’inserimento professionale della popolazione locale, nella realizzazione di infrastrutture pubbliche a servizio della comunità e nella creazione di attività generatrici di occupazione (Faouzi & Ait Nacer, 2022). A tal riguardo, oltre all’adozione di sistemi di depurazione delle acque reflue, utilizzo di materiali durevoli e riciclabili, attenzione allo sviluppo di impianti che si servono di fonti di energia rinnovabile, la stazione è stata progettata con un indice di edificabilità molto basso, pari al 10,6% del territorio del progetto, per garantire un impatto minimo sull’ambiente e preservare la riserva di 100 ettari di alberi di argan su cui si innesta il sito (Medaghri Alaoui, 2017). Un ulteriore elemento del progetto è la creazione del *Centre dell’Argan*, pensato come spazio di valorizzazione del patrimonio immateriale legato alla produzione dell’olio di argan. Attraverso laboratori, workshop e vendita diretta, il centro si propone di sostenere le cooperative locali, in particolare quelle a conduzione femminile, contribuendo alla salvaguardia

del know-how tradizionale (SAPST, 2022). Infine, a garanzia della conformità agli standard internazionali in materia di edilizia sostenibile, il progetto ha adottato un sistema di gestione basato sulla *certificazione HQE – Haute Qualité Environnementale*, applicata alle fasi di progettazione, costruzione e gestione (Medaghri Alaoui, 2017). Sono state, inoltre, previste ulteriori certificazioni ambientali, che saranno analizzate in dettaglio nella seconda sezione di questo capitolo (Tali, 2023).

L'inizio effettivo dei lavori è stato avviato l'anno seguente, nel 2012 (Ahman, 2020). Le prime aperture sono avvenute nel 2014 con l'inaugurazione del campo da golf, inizialmente di 18 buche e successivamente ampliato nel 2021 a 27 buche (Les Éco, 2021). Nel maggio 2015 è avvenuta l'apertura del Golf Hotel, gestito da Hyatt e con una capacità di oltre 300 posti letto, seguita l'anno successivo dall'apertura del Surf Village, sotto il marchio Radisson, con circa 300 posti letto distribuiti in bungalows e cabine “*eco-friendly*” (SAPST, 2022). Nel 2017 è stato inaugurato il primo complesso residenziale turistico della destinazione con il marchio Hyatt Residences, seguito nel 2019 dall'hotel 5 stelle RIU Tikida Palace Taghazout con le sue sette piscine e quattro ristoranti (ibid.).

Nel frattempo, dal 2016 erano in avvio i lavori di costruzione del Hyatt Regency e Fairmont Hotel, mentre dal 2019 il White Beach Resort Taghazout, gestito dal gruppo egiziano Pickalbatross Hotel, era in fase di sviluppo, con l'inaugurazione prevista tra la fine del 2020 (Ahman, 2020). Tuttavia, la visita reale dell'8 febbraio 2020 ha paralizzato il cantiere (Asmlal, 2020). Infatti, il re Mohammad VI, durante una visita non programmata al sito di Taghazout Bay, ha rilevato una serie di irregolarità e violazioni edilizie rispetto al progetto presentato da SAPST, ordinando la sospensione dei lavori e l'istituzione di una commissione di inchiesta per la verifica della conformità delle opere realizzate (Benattou, 2023). Il comitato ministeriale incaricato dal re e dal Ministero dell'Interno, in seguito all'ispezione del sito, ha riscontrato diverse violazioni urbanistiche, tra cui:

- il superamento della superficie edificabile autorizzata da parte di 24 ville di proprietà di Akwa Group (Ahman, 2020);
- ampliamenti abusivi per un totale di 300 m² nel complesso alberghiero gestito da Pickalbatros (Jaafar, 2020);
- costruzione di 4 ville da 160 m² ciascuna da parte del gruppo Madaëf, realizzate in assenza di autorizzazione edilizia, quindi occupando illegalmente il demanio pubblico (ibid.);

- violazioni delle normative sull'indice di edificabilità, con superamenti del coefficiente di occupazione del suolo fissato al 10,6% per l'area, contravvenendo ai principi guida di sostenibilità e basso impatto ambientale inizialmente dichiarati (Benattou, 2023);
- mancato adeguamento di 50 ettari del sito a infrastrutture sociali per la popolazione di Tamraght e Taghazout, oltre a ritardi nella costruzione di 12 infrastrutture di utilità pubblica tra cui un centro sanitario, parchi giochi, una sala di preghiera e delle aree di sosta (Ahman, 2020);

Come conseguenza diretta, le autorità locali, su impulso reale, hanno ordinato la demolizione entro 48 ore delle costruzioni giudicate non conformi al piano iniziale e al codice urbanistico (Asmlal, 2020). Inoltre, l'ufficio regionale dell'*Association Marocaine de la Protection des Biens Publics* (AMPBP) ha presentato una richiesta formale al procuratore generale presso la Corte d'Appello, sollecitando l'apertura di un'indagine giudiziaria sul caso Taghazout Bay, al fine di accertare episodi di sperpero di fondi pubblici, violazioni delle normative urbanistiche e abusi di potere (Halimi, 2020). Nella denuncia sono stati citati i nomi di diversi funzionari da interrogare, tra cui i sindaci di Taghazout e Aourir, i presidenti dei consigli regionali e i rappresentanti legali delle aziende coinvolte nel progetto, oltre che degli architetti, ingegneri e tecnici che hanno lavorato per Taghazout Bay (ibid.) Ad oggi, non sono ancora state annunciate condanne formali o azioni legali nei confronti degli individui e delle entità coinvolte nelle irregolarità riscontrate durante la visita reale del 2020; inoltre, non risultano fonti ufficiali che trattino eventuali sviluppi giudiziari. Ciò che è certo, tuttavia, è che lo scandalo legato alle inadempienze urbanistiche ha significativamente rallentato l'avanzamento del progetto, la cui inaugurazione completa era originariamente prevista per la fine del 2020 (ibid.).

In seguito agli interventi di demolizione, i lavori di costruzione del resort sono stati ripresi gradualmente a partire dalla metà del 2020. Nel luglio dello stesso anno è stato inaugurato il White Beach Resort, seguito, rispettivamente a giugno e luglio del 2021, dall'apertura dell'Hyatt Regency Taghazout e del Fairmont Taghazout Bay, caratterizzati dall'ampia gamma di servizi dedicati al benessere e da un'estetica ispirata alla cultura berbera (SAPST, 2022). Nel mese di ottobre 2022 è entrato in funzione anche l'hotel a marchio Hilton, con una capacità di 170 camere, mentre, per quanto riguarda il Taghazout Bay Marriott Resort, ultima struttura alberghiera a cinque stelle prevista dal masterplan, la sua apertura inizialmente programmata per il 2024, è stata posticipata al 2025, a causa di ritardi non specificati (Senhaji, 2023).

Figura 3.3.: Foto panoramica dall'alto della stazione Taghazout Bay.



Fonte: SAPST; n.d.

L'ultima componente turistica ancora in fase di definizione è rappresentata dall'eco-resort, al quale SAPST ha destinato un'area di 54 ettari. Tuttavia, come affermato dal direttore generale della SAPST, Mohammed Cherkaoui Eddeqaqi, a *Le Matin*: *"Siamo ancora alla ricerca di un investitore, sia per lo sviluppo congiunto che per il trasferimento dei terreni. (...) SAPST è in trattativa con diversi investitori che hanno espresso interesse, ma il processo non ha ancora prodotto nulla di concreto"* (ibid.).

Per quanto riguarda la componente commerciale del progetto, la zona *"Tawenza Square"*, il cui nome in lingua tamazight significa gioiello, è stata inaugurata nell'ottobre 2023 (ibid.). Il complesso ospita grandi brand della ristorazione, spazi retail e uffici destinati al coworking, in un'ottica di servizi integrati alla destinazione turistica (ibid.).

A partire dal 2022, Taghazout Bay ha inoltre avviato una programmazione strutturata di eventi sportivi, musicali e culturali. In ambito sportivo, si distingue in particolare per l'organizzazione del *Pro Taghazout Bay*, competizione qualificante della *World Surf League*, ospitata presso la celebre spiaggia di Anchor Point (SAPST, n.d.). L'ultima edizione del 2025, tenutasi tra il 22 febbraio e il 1° marzo, ha visto la partecipazione di atleti di rilevanza internazionale, rafforzando il ruolo della destinazione nel circuito globale degli sport acquatici (ibid.). A livello culturale, in un'ottica di coesione sociale e promozione dell'economia solidale, Taghazout Bay ha ospitato iniziative come *Tagha'Souk* (agosto 2022), un mercato artigianale volto alla valorizzazione delle cooperative locali e dei produttori dell'entroterra e al rafforzamento del legame tra il tessuto urbano costiero e le comunità rurali limitrofe (SAPST, n.d.) Infine, in ambito musicale e artistico, invece, si segnala il contributo di Taghazout Bay alla creazione del

Festival Amazingh, la cui prima edizione si è tenuta nel 2024 e verrà rinnovata anche nel 2025 (SAPST, n.d.). L'evento ha ospitato artisti di fama internazionale, come Gims, Dadju, Julian Marley e Oum, confermando l'ambizione della destinazione di affermarsi anche come polo culturale di riferimento nella regione (ibid.).

3.2 L'approccio sostenibile di Taghazout Bay

Come anticipato precedentemente, la sostenibilità viene presentata come un elemento strutturale del progetto Taghazout Bay, sin dalle sue fasi iniziali di ideazione e pianificazione. Come riportato dalle fonti ufficiali, l'intervento si iscrive pienamente nella strategia nazionale marocchina di sviluppo turistico e si configura come una destinazione progettata secondo un approccio definito "eco-responsabile" (SAPST, 2022). Dalle parole del sito ufficiale della stazione:

"Taghazout Bay è una destinazione eco-progettata in cui spazio e natura regnano sovrani. Ponendo il capitale umano e l'equilibrio ambientale al centro delle sue priorità, Taghazout Bay è un modello di turismo sostenibile. Oggi più che mai, la destinazione fa della sostenibilità una ragion d'essere e un modus operandi" (SAPST, n.d.)

Il progetto viene descritto come orientato a uno sviluppo armonioso, che intende integrarsi nel territorio circostante e nel contesto socioeconomico locale, attraverso un approccio sostenibile e responsabile. Tale approccio viene definito "integrato" e articolato lungo tre assi strategici: responsabilità sociale, impegno economico e performance ambientale (SAPST, 2022). La sostenibilità, dunque, è presentata come un principio operativo trasversale, applicato lungo l'intero ciclo di vita della stazione turistica: dalla progettazione allo sviluppo, fino alla gestione e al funzionamento della stessa (ibid.).

Nello specifico, la cartella stampa della stazione, pubblicata da SAPST nel 2022, distingue tre dimensioni principali attraverso le quali il progetto intende impostarsi nell'ottica della sostenibilità:

(i). Dimensione economica

L'intervento si propone di favorire lo sviluppo economico locale, principalmente attraverso:

- la creazione di 20.000 posti di lavoro, di cui 3.500 posti diretti e a lungo termine, con una priorità esplicita all'occupazione locale;

- il sostegno a cooperative e associazioni della regione, con una valorizzazione particolare delle iniziative a guida femminile;
- la diversificazione dell'offerta turistica e il rafforzamento delle infrastrutture regionali;
- l'attivazione di programmi di formazione tecnica e professionale rivolti ai giovani e alla popolazione locale.
- la gestione cooperativa di una riserva di 100 ettari di alberi di argan, affidata a soci provenienti dai comuni limitrofi, consentendo di promuovere un "know-how ancestrale" all'interno di un contesto lavorativo "moderno e dignitoso".

(ii). Dimensione ecologica

Dal punto di vista ambientale, il progetto è descritto come orientato alla conservazione delle risorse naturali e alla riduzione dell'impatto antropico. Tra le misure indicate si segnalano:

- l'utilizzo di materiali da costruzione locali, tra cui pietre provenienti esclusivamente dal sito;
- una bassa densità edilizia e altezze contenute degli edifici;
- il riutilizzo delle acque reflue per l'irrigazione dei campi da golf e delle aree verdi;
- la promozione dell'efficienza energetica mediante l'impiego di apparecchiature a basso consumo (ad es. lampade LED, sensori fotovoltaici, sistemi di irrigazione automatizzati);
- la conservazione della biodiversità, con il mantenimento di aree naturali e l'impiego di specie vegetali autoctone per la progettazione paesaggistica;
- la tutela del litorale e dell'ecosistema marino, con l'obiettivo dichiarato di prevenire rischi di inquinamento e degrado;
- l'introduzione di misure per la raccolta differenziata e la gestione sostenibile dei rifiuti.
- La promozione di modalità di trasporto a basso impatto ambientale il consumo di prodotti locali, anche attraverso il coinvolgimento di fornitori regionali nei processi di approvvigionamento.

(iii). Dimensione sociale

Sul piano sociale, il progetto enfatizza l'importanza dell'inclusione e del coinvolgimento delle comunità locali. Gli obiettivi dichiarati comprendono:

- la promozione della cultura locale presso i visitatori;
- il rispetto delle tradizioni e dei codici culturali, compresi quelli legati all'abbigliamento e alla proprietà intellettuale delle comunità;
- l'integrazione dei residenti e delle associazioni nei meccanismi di governance del progetto;
- la riqualificazione dei villaggi limitrofi di Taghazout e Aourir, definiti come "zone di collegamento", con la creazione di infrastrutture a beneficio della collettività, tra cui centri socioculturali e impianti sportivi. (SAPST, 2022)

A sostegno della vocazione sostenibile ed ecologica del progetto e in linea con gli impegni presi, la SAPST ha deciso di adottare un sistema di gestione ambientale basato su tre distinti livelli di certificazione internazionale (Medaghri Alaoui, 2017). Tale sistema si configura come un insieme articolato di dispositivi normativi, tecnici e gestionali che abbracciano l'intera filiera progettuale e operativa del resort.

I tre livelli di certificazione adottati sono i seguenti:

- *Certificazione HQE (Haute Qualité Environnementale)* applicata all'intera stazione di Taghazout Bay
- *Certificazione QSE (Qualité, Sécurité et Environnement)* implementata trasversalmente in tutte le attività e processi aziendali della SAPST;
- *Certificazione Green Globe* applicata al campo da golf, al Golf Hotel e al Surf Village (SAPST, 2022)

Come dichiarato nella brochure istituzionale di Taghazout Bay:

"Tutte queste iniziative, seppur differenti e complementari, costituiscono il nucleo del Sistema di Gestione adottato dalla SAPST, e abbracciano tutti gli aspetti dello sviluppo sostenibile, ponendo la dimensione ambientale come fulcro centrale attorno al quale esse convergono" (SAPST, 2022).

Certificazione HQE

La certificazione *HQE (Haute Qualité Environnementale)* nasce in Francia negli anni '90 dall'Association HQE, ONG con sede a Parigi (Ubigreen, n.d.). Si tratta di un sistema di certificazione edilizia riconosciuto a livello internazionale, concepito per promuovere pratiche

costruttive sostenibili e migliorare la qualità ambientale degli edifici, considerando sia gli aspetti tecnici sia quelli legati al benessere degli utenti (ibid.).

L'approccio HQE si fonda su una valutazione sistemica dell'intero ciclo di vita dell'edificio, dalla fase di progettazione fino alla gestione operativa, con l'obiettivo di:

1. Ridurre le emissioni di CO₂.
2. Ottimizzare il consumo energetico.
3. Migliorare il comfort degli occupanti (acustica, qualità dell'aria, luminosità).
4. Promuovere l'uso di materiali sostenibili e riciclabili. (ibid.)

Il processo di certificazione è condotto da organismi terzi accreditati e si basa su un audit tecnico che valuta il rispetto di 14 obiettivi ambientali suddivisi in quattro macroaree, le quali riflettono le principali dimensioni della sostenibilità nel settore edilizio:

A. Eco-Costruzione

- Inserimento armonioso dell'edificio nel contesto ambientale
- Scelta dei materiali da costruzione
- Limitazione dell'impatto dei cantieri

B. Eco-Gestione

- Gestione dell'energia e dell'acqua
- Gestione dei rifiuti
- Controllo dei consumi e delle emissioni

C. Comfort

- Comfort termoigrometrico, acustico, visivo e olfattivo

D. Salute

- Qualità dell'aria, dell'acqua e condizioni igienico-sanitarie (Benamara, Ait Nacer, & Hmidani, 2018)

Nel 2013, Taghazout Bay è diventato il primo progetto urbanistico in Marocco a ottenere la certificazione *HQE Aménagement*, attestando un modello di sviluppo turistico consapevole, radicato nelle specificità locali e proiettato verso la sostenibilità socioeconomica e ambientale (SAPST, 2022).

Per quanto concerne la componente residenziale, la certificazione HQE è stata ottenuta nella fase di progettazione nel 2014, mentre la certificazione relativa alla fase esecutiva è ancora in attesa di completamento (Benamara, Ait Nacer, & Hmidani, 2018). Per quanto riguarda le strutture non residenziali, invece, hanno completato l'intero iter solo il Surf Village, il quale ha ricevuto la certificazione per la fase realizzativa nel 2017, mentre l'Hilton Hotel ha ottenuto la certificazione per la fase di progettazione nel 2016 ma attende ancora il completamento per la successiva (ibid.).

Certificazione QSE

Il sistema di certificazione *QSE (Qualité, Sécurité, Environnement)* si configura come un modello di gestione integrata fondato su tre standard internazionali distinti:

- ISO 9001 – Sistemi di gestione per la qualità: garantisce la capacità dell'organizzazione di soddisfare in modo costante i requisiti dei clienti e della normativa vigente.
- OHSAS 18001 – Salute e sicurezza sul lavoro: standard britannico di riferimento a livello globale per la gestione dei rischi legati alla sicurezza dei lavoratori.
- ISO 14001 – Gestione ambientale: fornisce un quadro per migliorare le performance ambientali attraverso un utilizzo più efficiente delle risorse e la riduzione degli impatti negativi (Certification QSE, n.d.).

L'implementazione del sistema QSE risponde a una serie di obiettivi chiave:

- Soddisfare le esigenze di tutti gli stakeholders (clienti, personale, fornitori, comunità);
- Migliorare il controllo dei processi produttivi e organizzativi;
- Garantire il rispetto delle normative vigenti;
- Controllare gli impatti ambientali e i disagi legati alle attività di cantiere (ibid.).

Nel 2014, il resort di Taghazout Bay ha ottenuto la tripla certificazione QSE da parte della azienda francese *Bureau Veritas*, una delle principali entità a livello mondiale nell'ambito della certificazione e della conformità normativa (SAPST, 2022).

Certificazione Green Globe

Il programma *Green Globe* è una certificazione internazionale concepita specificamente per il settore turistico e ricettivo nata alla fine degli anni '90 con l'intento di premiare le realtà che adottano pratiche responsabili in ambito ambientale e sociale (Green Globe, n.d.). Il sistema si

fonda su un processo volontario di miglioramento continuo⁷ e verifica esterna, applicabile a una vasta gamma di attività: hotel, resort, tour operator, parchi tematici, ristoranti, trasporti e strutture sportive, inclusi i campi da golf (Benamara, Ait Nacer, & Hmidani, 2018).

Le misure richieste per l'ottenimento della certificazione spaziano dalla razionalizzazione dei consumi energetici e idrici, alla riduzione delle emissioni di gas serra, fino alla salvaguardia della biodiversità e al supporto attivo allo sviluppo locale (ibid.). In particolare, il programma promuove:

- L'approvvigionamento sostenibile di beni e servizi;
- La valorizzazione delle culture e delle economie locali;
- Una gestione efficiente dei rifiuti;
- Il coinvolgimento delle comunità nella governance ambientale (SAPST, 2022).

La certificazione si articola su 44 criteri obbligatori, sostenuti da oltre 400 indicatori di conformità, suddivisi in quattro aree tematiche:

- Gestione dello sviluppo sostenibile;
- Impatto economico e sociale;
- Valorizzazione del patrimonio culturale;
- Tutela ambientale (Green Globe, n.d.).

Per ottenere il riconoscimento, le aziende devono superare una soglia minima del 50% gli indicatori corrispondenti a ciascun criterio (ibid.).

Nel 2016, la SAPST ha affidato alla società francese *François-Tourisme-Consultants* l'accompagnamento strategico per l'implementazione dello standard *Green Globe* (Benamara, Ait Nacer, & Hmidani, 2018). Le quattro componenti del resort attualmente certificate sono:

- Hyatt Place Taghazout Bay;
- Campo da Golf;
- Radisson Surf Village;
- Fairmont Taghazout Bay (Green Globe, n.d.).

⁷ La certificazione viene rinnovata annualmente al superamento degli audit di controllo.

Le certificazioni ottenute da SAPST per il progetto di Taghazout Bay rafforzano e convalidano la narrazione ufficiale della azienda e i suoi impegni sulla via dello sviluppo sostenibile ed eticamente responsabile. Tuttavia, tali dispositivi non sono neutri, bensì giocano un ruolo cruciale come strumento di legittimazione politica funzionale a costruire consenso attorno a un progetto la cui sostenibilità reale risulta quanto meno controversa.

Con la proliferazione di questi sistemi privati di eco-certificazione a partire dagli anni 2000, la letteratura critica ha iniziato a domandarsi: quanto queste certificazioni rispondano effettivamente alle prerogative socioeconomiche e ambientali dei territori o quanto, invece, si configurano come meri meccanismi di marketing, funzionali a distinguersi dalla concorrenza in un mercato turistico sempre più competitivo? (Benamara, Ait Nacer, & Hmidani, 2018).

Prendendo in analisi il sistema Green Globe:

“Per promuovere il proprio standard presso i fornitori, Green Globe sostiene di poter ridurre i loro costi (principalmente attraverso miglioramenti nel campo ambientale), migliorare la loro immagine di marca, generare un maggiore interesse da parte del mercato e aiutarli ad anticipare e reagire rapidamente ai cambiamenti normativi. In cambio, il fornitore deve sostenere i costi finanziari legati all’adesione a Green Globe, alla sua evoluzione e alla certificazione” (OCDE, 2005).

In particolar modo nei contesti emergenti del sud Globale, come nel caso del Marocco, sovente queste certificazioni assumono una valenza performativa più vicina al “*green branding*” che a una sostenibilità effettiva (Faouzi & Ait Nacer, 2022). Invece di focalizzarsi sull’effettiva riduzione degli impatti ecologici del turismo, tali certificazioni sembrano più fungere a dispositivi di legittimazione simbolica agli occhi di un mercato globale sempre più informato e sensibile alla retorica green (ibid.). Infatti, un’osservazione empirica della realtà sul campo a Taghazout, offusca la patina edulcorata veicolata dagli slogan associati ai marchi ottenuti, i quali risultano del tutto disancorati dalle specificità del contesto locale (ibid.). Per quanto il resort possa vantare sistemi di gestione ambientale formalmente “*green*”, la sua esistenza è già di per sé una contraddizione: costruire un’infrastruttura turistica di lusso in una regione fragile e socialmente diseguale è da sola una scelta strutturalmente insostenibile (Benattou, 2023). Tralasciando l’erosione e cementificazione massiccia del litorale, oltre allo sradicamento di circa 1600 alberi di argan durante i lavori di scavo, la sola questione idrica mette in luce la precaria sostenibilità di un progetto di dimensioni enormi come quello di Taghazout Bay (Benamara, Ait Lhou, & Ait Nacer, 2017). L’area di Agadir è soggetta a forte stress idrico e da anni la siccità impera sulla regione, la quale dipende unicamente dalla diga di Moulay Abdellah

(Benattou, 2023). Togliendo questo ultimo anno in cui, grazie alle forti piogge, la situazione è un po' migliorata, dal 2014 le riserve d'acqua della diga non superavano il 26% della sua capienza massima (SNRT News, 2025). Per superare la carenza dell'approvvigionamento di acqua potabile, già nel 2014, l'Ufficio Nazionale dell'Elettricità e dell'Acqua aveva deciso di costruire in partenariato con una azienda spagnola, un impianto di desalinazione delle acque del mare a Cap Ghir a 40 km da Agadir (Benamara & Ait Nacer, 2023). Tuttavia, il progetto aveva subito ritardi per via proprio della sua incompatibilità con gli obiettivi di protezione ambientale. Infatti, lo scarico di soluzioni concentrate di sale, avrebbe perturbato gli ecosistemi costieri, compromettendo la qualità dell'acqua e impattando inevitabilmente sulle attività turistiche dell'area, le quali sono considerate una priorità per lo sviluppo della regione (ibid.). In questo contesto di cronica scarsità, in aggiunta all'imbarazzante tasso di collegamento alla rete idrica potabile del comune di Taghazout (il quale non supera il 38% delle abitazioni), i consumi di acqua pari a sostenere un campo da golf, oltre che le varie piscine del resort, risultano una scelta sconsiderata (Benattou, 2023). Basti pensare che un campo da golf di 18 buche necessita almeno di 5.000 m³ di acqua al giorno in ambienti aridi, vale a dire il doppio della richiesta idrica residenziale dell'intero comune di Taghazout (ibid.). Secondo osservazioni condotte sul campo, almeno fino al 2022, questi ultimi continuavano ad essere irrigati con acqua potabile, mentre i comuni locali subivano razionamenti e disservizi (Faouzi & Ait Nacer, 2022). A ciò si aggiunge la gestione dei rifiuti e delle acque reflue. Sebbene la certificazione *Green Globe* presupponga una gestione efficiente dei rifiuti, non esiste alcuna documentazione pubblica che attesti come il resort gestisca i propri rifiuti. Al contrario, è noto che le municipalità di Taghazout e Aourir affrontano gravi difficoltà nella gestione dei rifiuti solidi, il cui volume aumenta esponenzialmente nei mesi turistici di luglio e agosto (Benattou, 2023). La discarica di Tamelast risulta satura, mentre proliferano discariche informali nei burroni, nei boschi di Tasga Oudrar e lungo i corsi d'acqua (ibid.)

Per quanto riguarda i rifiuti liquidi, secondo il *Recensement Général de la Population et de l'Habitat* (RGPH), nel 2014 solo lo 0,2% delle acque reflue era convogliato verso la rete fognaria (ibid.). Il resto veniva indirizzato verso fosse settiche (12%) o scaricato direttamente nell'ambiente naturale (87,8%), in particolare nei corsi d'acqua e nelle spiagge (ibid.). Purtroppo, la mancanza di dati recenti non permette di delineare una situazione attuale chiara. Tuttavia, un resort che parla di riciclo di rifiuti e raccolta differenziata appare contraddittorio già di per sé in uno stato dove non esiste una separazione formale dei rifiuti (Goodwin, 2020), e nel 2019 solo l'8% degli stessi veniva riciclato (Dalberg, 2019).

Da un punto di vista sociale, nonostante la retorica dell'integrazione e partecipazione attiva delle popolazioni locali nei processi di pianificazione ed esecuzione del progetto, nella pratica il loro coinvolgimento è stato minimo. Indubbiamente, soprattutto agli albori del progetto, si sono tenuti diversi incontri con la società civile. Tuttavia, questi incontri sono stati più consultazioni formali di carattere informativo, prive di qual si voglia efficacia decisionale (Faouzi & Ait Nacer, 2022). Anzi, oltre al mancato adeguamento di 50 ettari del sito a infrastrutture sociali per la popolazione di Tamraght e i ritardi nella costruzione delle opere promesse, Taghazout Bay ha sistematizzato, nel nome della sostenibilità, la progressiva marginalizzazione ed esclusione della popolazione locale dal sito (Ahman, 2020). L'indagine condotta da Faouzi Hassan e Ait Nacer Mohamed nel 2021 su 120 residenti di Taghazout, mostra che oltre il 90% degli intervistati non è soddisfatto degli impegni assunti dalla SAPST (Faouzi & Ait Nacer, 2022). Tra le varie lamentele vi è l'allontanamento e il divieto di accesso dalle aree di balneazione e picnic, oltre che i danni economici subiti dalle piccole attività economiche, come le scuole di surf, alle quali è stato interdetto l'accesso al mare (ibid.). Come dimostrano le parole di Said Azkar, presidente dell'Associazione Ait Tamraght:

“I giovani della zona non sono stati assunti nei progetti che hanno aperto i battenti, e tutto ciò non ha portato alcun beneficio reale agli abitanti, se non le lamentele per la polvere e la chiusura degli accessi al mare, dove i giovani di Tamraght e Taghazout trovavano sostentamento grazie alle attività di surf, per cui la zona è famosa a livello mondiale” (Ahman, 2020).

Per quanto riguarda la creazione di posti di lavoro, Reda Taoujini, capo redattore del Maghreb Times, afferma: *“Questi grandi hotel hanno certamente creato posti di lavoro, ma per custodi, giardinieri, lavapiatti, personale addetto alla manutenzione... Posizioni umili, pagate tra i 250 e i 400 euro al mese”* (Collas, 2023).

Professioni e stipendi, quindi, che non permettono l'emersione di una classe media e che non consentono di fronteggiare l'aumento del costo della vita che nella regione è aumentato drasticamente con l'arrivo dei capitali stranieri (ibid.). Basti pensare che il valore dei terreni edificabili è salito da 1.000 dirham/m² nel 2017 a oltre 2.500 dirham/m² nel 2023, con una stima di crescita del 20-30% nei prossimi cinque anni (Investir au Maroc, n.d.). L'aumento di arrivi internazionali, e quindi capitale straniero, ha innescato un processo di gentrificazione e sostituzione sociale: la popolazione residente, priva degli strumenti economici per beneficiare

della speculazione turistica, viene progressivamente spinta verso le zone interne periferiche dove i costi di vita sono minori, mentre la zona di Taghazout e Tamraght diventa sempre più un'enclave esclusiva a servizio di chi dispone del capitale.

Nonostante l'assenza di dati sull'impatto della stazione nel tessuto sociale, la costante crescita del desiderio migratorio tra i giovani è un segnale tangibile di un malessere strutturale. I dati forniti da *Middle East Eye*, a tal riguardo, mostrano che nel 2022, il numero di tentativi di emigrazione clandestina verso le Canarie è raddoppiato rispetto all'anno precedente, e la maggior parte dei migranti ha meno di 25 anni (Mahyou, 2022).

Considerando quanto sopra riportato, la concezione di sostenibilità come nozione neutrale, depoliticizzata e separata dai meccanismi capitalistici di controllo appare una chimera. Il caso di Taghazout Bay, al contrario, evidenzia come la retorica della sostenibilità, pienamente incorporata nel discorso neoliberale, ne diventa il motore che legittima la sua azione (Pitcher, 2011). Allo stesso modo, le certificazioni ambientali, lungi dall'essere garanzie di uno sforzo concreto per la tutela degli ecosistemi e delle comunità locali, fungono da copertura "*green*" ai processi di espropriazione ed accumulazione: "*cosmetica, non etica, anzi vera e propria manipolazione*" (Capron & Quairel-Lanoizelée, 2004).

In conclusione, Taghazout Bay: sostenibile? Sì, ma per chi e secondo quali parametri?

3.3 Megaprogetti ed esproprio "green": da Taghazout a Casablanca

3.3.1 Demolizioni in serie lungo la costa atlantica

A partire dal 27 febbraio 2025, la baia di Taghazout è stata teatro di estese operazioni di demolizione coordinate dalle autorità locali, ufficialmente motivate dalla necessità di rimuovere edificazioni abusive dal demanio marittimo. Le demolizioni, comunicate con un preavviso di appena pochi giorni, hanno interessato l'area di collegamento tra le municipalità di Taghazout e Aourir, colpendo non solo abitazioni ma anche piccole attività economiche locali, tra cui ristoranti, bar e scuole di surf (Nichan, 2025). A supporto dell'operazione, le autorità hanno richiamato la necessità di preservare l'ambiente marino e terrestre, smantellando al contempo strutture considerate insalubri e sospettate di ospitare attività illecite come spaccio e prostituzione, descritte come minacce alla sicurezza pubblica (Bouzalem, 2025).

Tuttavia, la sovrapposizione evidente tra le aree demolite e il tracciato previsto per la nuova cornice panoramica, infrastruttura pensata per collegare la stazione turistica di Taghazout Bay al centro storico del villaggio, solleva dubbi fondati sulla reale matrice ecologica

dell'intervento. Più che un'operazione di tutela ambientale, l'iniziativa sembra rappresentare il primo passo verso la riconfigurazione dello spazio in funzione della valorizzazione turistica e immobiliare (ibid.).

Ciò che è avvenuto a Taghazout non costituisce un caso isolato, bensì si iscrive in una più ampia strategia statale di “liberazione del demanio marittimo da ogni occupazione illegale”, avviata nel 2023 ed estesa progressivamente all'intero litorale atlantico e mediterraneo marocchino (Soldner, 2025).

Il primo episodio si è verificato a Tifnit, un villaggio di pescatori completamente raso al suolo il 25 dicembre 2023⁸. In quel caso, un centinaio di persone sono rimaste senza casa e senza il tempo materiale per appellarsi alla decisione delle autorità (v. figura 3.4.) (Collas, 2024).

Figura 3.4.: Prima e dopo delle demolizioni avvenute a Tifnit.



Fonte: Soldner, 2024

Un destino simile è toccato Dahomey Plage, nell'area di Bouznika, dove circa 200 delle 400 capanne sono state demolite, nonostante diversi proprietari avessero regolarmente versato affitti e imposte comunali, e addirittura ottenuto il riconoscimento giuridico della legittimità delle proprie occupazioni, come testimoniano le parole di alcuni residenti “*Paghiamo affitti annuali al comune, oltre che le imposte... Siamo stati citati in giudizio tre volte... e tutte le sentenze ci hanno dato ragione, anche in appello*” (Debove, 2024).

⁸ Il seguente filmato fornisce una testimonianza visiva delle operazioni di demolizione avvenute a Tifnit: <https://www.youtube.com/watch?v=t3uYQa198fI> (Aldar.ma, 2023)

Un ulteriore episodio che ha avuto una particolare risonanza internazionale è quello di Imsouane, rinomata località per il surf e la pesca, dove il 18 gennaio 2024 sono avvenute demolizioni su larga scala con una notifica di appena 24 ore prima (v. figura 3.5.). Nel tentativo di impedire le operazioni, subito dopo la notifica ricevuta, il 17 gennaio 2024 è stata lanciata sulla piattaforma online Change.org una petizione per fermare le demolizioni (v. figura 3.6.), la quale ha raccolto rapidamente decine di migliaia di firme e attirato l'attenzione dei media internazionali e delle comunità transnazionali del surf. Tale mobilitazione, tuttavia, non ha sortito effetti concreti sull'operato delle autorità locali, che hanno proseguito con gli abbattimenti programmati. Le abitazioni trogloditiche scavate nella roccia sono state distrutte, e centinaia di persone sono state costrette ad abbandonare le proprie case senza alcuna alternativa abitativa⁹. *“Alcune famiglie vivono qui da prima del 1800. Queste costruzioni sono state realizzate gradualmente. Ora vengono minacciati di dover pagare 40 anni di tasse! E anche chi era in regola è stato cacciato. È un abuso di potere”*, ha raccontato un testimone al giornale *La Relè et La Peste* (ibid.).

Figura 3.5.: Il quartiere la Cathédrale a Imsouane dopo le demolizioni.



Fonte: Ben Mahfoudh, 2024.

⁹ Il seguente video documenta le reazioni di disperazione e angoscia dei residenti di Imsouane di fronte agli sfratti e alle demolizioni, attuati con un preavviso di sole ventiquattro ore:
<https://www.youtube.com/watch?v=wrHC4OZTacY> (Maghreb Times, 2024)

Figura 3.6.: Petizione creata il 17.01.2024 in risposta all'avviso di evacuazione di Imsouane.

change.org Le mie petizioni Sostienici! Cerca Lancia una petizione Accedi

Halt the Demolition of Imsouane's Coastline and Town in 24 HOURS!!

This will be gone tomorrow... Locals got only 24 hours notice to leave their homes and businesses behind.

30.540⁺
Firme verificate

Firma questa petizione

Nome

Cognome

Email

Fonte: Change.org, 2024

In tutti questi casi, le motivazioni addotte dalle autorità si sono richiamate a concetti generici di tutela ambientale e legalità urbanistica¹⁰. Tuttavia, la sistematica coincidenza tra demolizioni e aree soggette a future riconversioni turistiche rende evidente la dimensione strategica del processo. Come dichiarato dallo stesso Ministro dell'Interno, queste aree sono considerate soggette a “pressioni urbane” incompatibili con il loro equilibrio ecologico, e pertanto vanno “protette, preservate e valorizzate” — con una retorica che maschera, sotto il lessico ecologista, l’interesse immobiliare (Teuler, 2024).

Più che un semplice ripristino ambientale, dunque, le demolizioni sembrano funzionali a un progetto più ampio di valorizzazione economica del territorio, orientato alla creazione di spazi compatibili con l’economia turistica globale. Ne è esempio il progetto “*Safari Bleu*”, promosso dalle autorità locali in collaborazione con la prefettura di Agadir e le istituzioni regionali di Souss-Massa (UNWTO, SMIT, 2025). Il progetto prevede la realizzazione di un circuito turistico di 80 chilometri che collegherà Agadir con sette siti del Parco Nazionale di Souss-Massa, proprio in corrispondenza delle aree oggetto di recenti demolizioni. L’iniziativa, dal costo stimato di 1,5 miliardi di dirham, sarà finanziata tramite partenariati pubblico-privati (ibid.). Parallelamente, nella sola area metropolitana di Agadir sono previste quindici nuove zone turistiche, tra cui Imsouane, per la quale già nel 2022 era stato approvato un piano per la

¹⁰ Non è stato possibile reperire alcuna documentazione ufficiale relativa alle operazioni di demolizione, in quanto tali atti non risultano pubblicamente disponibili né consultabili attraverso i canali istituzionali.

costruzione di un resort su un'area di 18 ettari, comprensivo di hotel, centri benessere, ristoranti e impianti sportivi (Collas, 2024).

Questa riconfigurazione selettiva del territorio, dunque, al di là delle nebulose e spesso contraddittorie prerogative ecologiste, appare orientata in misura ben maggiore da logiche di sviluppo economico e di captazione di flussi finanziari transnazionali attraverso la costruzione di megaprogetti, a maggior ragione in vista dei futuri eventi sportivi internazionali che il Marocco si appresta a ospitare: la Coppa d'Africa del 2025 e i Mondiali di Calcio del 2030 (ibid.).

Sebbene la recentissima cronologia dei fatti non consenta ancora una lettura esaustiva degli ultimi avvenimenti, demolizioni, espropri e marginalizzazione della popolazione in virtù della costruzione di megaprogetti sono un leitmotiv consolidato nei processi urbanistici di riorganizzazione neoliberale in Marocco, se non un fattore funzionale agli stessi come sostengono Geller e Lynch (2003).

3.3.2 Il programma Villes Sans Bidonvilles e la riconfigurazione neoliberale dello spazio

Già a partire dagli anni 2000, in virtù delle prerogative di sviluppo neoliberale, il Marocco si è rapidamente adoperato per riqualificare il settore urbanistico e immobiliare per renderlo appetibile agli occhi degli investitori internazionali (Dupuy, 2025). La costruzione dello spazio urbano è stata infatti individuata come leva centrale per l'attrazione del capitale e al tempo stesso come strumento di rinnovamento simbolico della nazione.

Con l'obiettivo di dare un'immagine del Marocco all'avanguardia, lo Stato ha investito pesantemente nella costruzione di megaprogetti urbani, i quali sono stati presentati come motori di crescita economica e spinta modernista: veri e propri catalizzatori di investimenti esteri capaci di risollevare l'immagine di arretratezza delle città marocchine (Beier & Elmouelhi, 2023). Tali interventi, lungi dall'essere mere operazioni infrastrutturali, si inscrivono in una più ampia riorganizzazione dello spazio urbano ispirata al paradigma della "città globale" e si intrecciano con l'attuazione del programma politico *Villes Sans Bidonvilles* (VSB).

Lanciato nel 2004 in reazione agli attentati di Casablanca del maggio 2003, il programma VSB mirava a debellare il fenomeno delle baraccopoli, considerate potenziali incubatrici del radicalismo islamista e dunque minacce alla sicurezza nazionale (World Bank, 2006). Il progetto, supportato da organizzazioni internazionali come UNDP e Banca Mondiale, mirava a

ricollocare gli abitanti delle bidonvilles in alloggi formali sovvenzionati, migliorando così la loro situazione abitativa e promuovendo la loro integrazione urbana (ibid.)

Come risultato, gli spazi occupati dalle baraccopoli sono divenuti il terreno per la pianificazione delle “Nuove città”, permettendo allo Stato di mettere in atto una strategia di doppio *branding*: rivolta tanto verso l’arena internazionale quanto verso l’opinione pubblica interna (Beier & Elmouelhi, 2023). Sul piano esterno, lo sviluppo di progetti urbanistici avanguardisti avrebbe proiettato l’immagine di un Marocco moderno, stabile e orientato allo sviluppo economico. Sul versante interno, il programma *Villes Sans Bidonvilles* (VSB) avrebbe fornito una narrazione governativa rassicurante, presentandosi come prova tangibile dell’impegno dello Stato nei confronti delle classi popolari, rafforzando così la legittimità del regime tra i ceti subalterni (ibid.).

Il progetto Casablanca Marina

Un esempio paradigmatico di tale strategia è rappresentato dal progetto Casablanca Marina: un imponente intervento di riqualificazione costiera lanciato nel 2006 dal re Mohammed VI che prevedeva la costruzione di hotel di lusso, negozi, complessi residenziale, uffici e centri congressi, configurandosi come una vera e propria vetrina del carattere moderno di Casablanca (Beier & Elmouelhi, 2023). Il progetto è stato sviluppato nell’area adiacente alla storica medina di Casablanca, estendendosi dal porto fino alla moschea Hassan II, determinando lo smantellamento del quartiere informale che da decenni occupava questo spazio e il dislocamento dei suoi abitanti nella periferia urbana (ibid.)

Con l’ingresso della sostenibilità all’interno dei paradigmi dominanti dello sviluppo urbano, la pianificazione delle città marocchine ha prontamente incorporato la nuova grammatica green, riformulando il lessico della modernizzazione e conferendo una rinnovata legittimità ai processi di costruzione dei megaprogetti urbani (Harroud & Alillouch, 2022). L’adozione del discorso ecologista ha infatti permesso di smorzare, se non eludere, le critiche sorte in risposta agli impatti sociali delle trasformazioni urbane imposte. Sebbene, in una fase iniziale i megaprogetti e i programmi di ricollocamento abitativo siano stati accolti con favore dalla popolazione delle bidonvilles, il carattere risolutivo meramente tecnocratico del programma, sordo delle complessità dei bisogni sociali, ha sollevato innumerevoli polemiche (Beier & Elmouelhi, 2023). Infatti, il dislocamento degli ex abitanti delle baraccopoli in “*maison en dur*” ha profondamente riconfigurato le loro modalità di vita, in particolare l’accesso al mercato del lavoro, alla città e alle reti sociali. Reinsediati in aree periferiche, distanti dai centri urbani, tali

soggetti si trovano a dover affrontare gravi difficoltà nell'accesso ai luoghi di impiego, alle istituzioni, all'istruzione e ai servizi essenziali a causa dell'aumento dei costi di trasporto che non sono in grado di sostenere (ibid.). In numerosi casi, ciò ha comportato la perdita del posto di lavoro e un ulteriore indebolimento della sicurezza economica (ibid.), reso ancora più grave dall'ingresso forzato nell'economia di mercato che ha imposto ai residenti nuovi oneri finanziari – affitti, rate e bollette – spesso insostenibili (Zemni & Bogaert, 2011).

In questa prospettiva, le autorità tendono a interpretare la povertà come effetto di una carente integrazione urbana e di mercato, da affrontare unicamente attraverso la dimensione abitativa (ibid.). L'integrazione nella città viene così ridotta al mero ricollocamento in appartamenti di edilizia sociale, svuotando il concetto di qualsiasi portata relazionale, spaziale o politica (Bogaert, 2015).

Parallelamente, i megaprogetti, gestiti da agenzie pubblico-private, si sviluppano al di fuori dei circuiti di pianificazione ordinaria, escludendo le amministrazioni locali e ignorando i documenti di pianificazione territoriale. Ciò produce disallineamenti strutturali tra le nuove aree costruite e il tessuto urbano preesistente, generando incoerenze spaziali, conflitti d'uso del suolo e marginalizzazione delle esigenze locali (Harroud & Alillouch, 2022). La costruzione di complessi di lusso in quartieri vulnerabili, caratterizzati da insediamenti precari, produce una città sempre più segmentata, dove tali progetti operano come “configurazioni sigillate”, enclaves chiuse rispetto al tessuto urbano circostante, che riproducono logiche coloniali di contrasto spaziale, frammentazione e segregazione socio-urbana, acuendo le disuguaglianze sociali (Strava & Alijem, 2020).

Alla luce di queste dinamiche, la retorica della sostenibilità ha assunto un ruolo cruciale nel mascherare e rendere accettabile una razionalità che, come osserva Bogaert (2013), privilegia il valore di scambio dello spazio rispetto al suo valore d'uso, legittimando così l'espropriazione continua di risorse alla collettività a favore della rendita fondiaria e dell'accumulazione privata (p.17).

In tal senso, sotto il peso morale di un'agenda verde, la costruzione di mega progetti si è nutrita di nuove narrazioni che rafforzano il potere simbolico e la presunta e falsa natura apolitica dell'azione statale (Fairhead, Leach, & Scoones, 2012). I cosiddetti megaprogetti “*green*” vengono presentati come scelte inevitabili, necessarie alla salvaguardia e alla preservazione dell'ambiente, di fronte alle quali non è ammessa opposizione (Tulloch & Neilson, 2014). In realtà, attraverso un'accurata strategia di *greenwashing*, questi progetti perseguono un

“urbanismo di opportunità” funzionale ai mercati internazionali e completamente disancorato dal contesto territoriale e sociale locale (Harroud & Alillouch, 2022).

Il progetto Eco-cité Zenata

Un caso emblematico della nuova “generazione green” dei megaprogetti è rappresentato dalla pianificazione e dallo sviluppo dell’*Eco-cité Zenata*, presentata come la prima città ecologica del continente africano (Dupuy, 2025). Lanciato nel 2006, il progetto nasceva con l’obiettivo dichiarato di rispondere alle crescenti esigenze di espansione urbana di Casablanca, riequilibrandone lo sviluppo secondo un’ottica dichiaratamente sostenibile (CDG Développement, n.d.). In linea con la visione strategica del piano regolatore per il 2030, Zenata mirava a offrire soluzioni abitative destinate alla classe media per una popolazione di circa 300.000 persone, rafforzando al contempo l’immagine ecologica e modernizzatrice della metropoli su scala globale (Harroud & Alillouch, 2022).

Il progetto, affidato a *CDG Développement* attraverso la sua filiale *Société d’Aménagement de Zenata* (SAZ) e sviluppato con il supporto tecnico di agenzie internazionali specializzate, è stato concepito secondo i principi dell’eco-design già implementati in altri progetti europei, dove l’estetica pulita degli edifici si combina ad un approccio basato sull’ottimizzazione delle risorse e riduzione delle emissioni (v. figura 3.7.) (EGIS Aménagement - DGPI; NOVEC, 2014). Sostenuto finanziariamente dall’*Agence Française de Développement* (AFD) e dalla Banca Europea per gli Investimenti, l’intervento ha interessato un’area di circa 1600 ettari occupata da conglomerati abitativi di classe medio-bassa e da insediamenti informali (SAZ, 2014).

Figura 3.7.: Brochure promozionale dell'eco-cité di Zenata.



Fonte: Beaulieu Zenata Eco-cité, n.d.;

Il gruppo CDG ha ottenuto il diritto di acquisizione dei terreni direttamente dal Ministero delle Finanze, che ha classificato il progetto come “*projet d'utilité publique*” per legittimare l'esproprio (Côté-Roy & Moser, 2023). L'acquisizione da parte della SAZ è iniziata nel 2008 e ha comportato la rilocalizzazione forzata di oltre 10.000 nuclei familiari, coinvolgendo complessivamente circa 42.000 residenti (Banque Européenne d'Investissement, 2024). Nonostante l'inclusione degli abitanti originari nella nuova “smart-city” costituisse uno degli obiettivi ufficiali del progetto (Kadiri, 2017), nella pratica, agli ex residenti delle bidonville demolite si è destinato solamente un quartiere periferico ai margini dell'area di intervento. A ciò si è aggiunto il fatto che nonostante i prezzi degli alloggi fossero sovvenzionati e al di sotto dei valori di mercato, questi risultavano comunque inaccessibili per la popolazione delle ex bidonvilles, per lo più disoccupata o impiegata in forme di lavoro precario, determinando de facto l'esclusione forzosamente volontaria di questi dalle soluzioni abitative (Harroud & Alillouch, 2022). Inoltre, a prova dell'approccio meramente tecnico-quantitativo adottato dalle autorità, le dimensioni standardizzate degli alloggi, di circa 60 mq, erano completamente inadeguate rispetto alla composizione numerica dei nuclei familiari (ibid.).

Alla luce di tutto ciò, la maggior parte di questi edifici volti all'integrazione abitativa degli ex-residenti rimasero vuoti, e nel 2015, vennero ceduti a costruttori privati incaricati della loro rivendita sul mercato, vanificando le dichiarate finalità di inclusione sociale del progetto (ibid.). Per quanto riguarda gli espropri relativi alle abitazioni in muratura, la maggior parte di esse risultava costruita su suolo demaniale e occupata senza titoli giuridici validi (Dupuy, 2025). Per questi casi, la SAZ ha previsto un'indennità forfettaria destinata agli sfrattati; tuttavia, tali compensazioni si sono rivelate largamente insufficienti rispetto ai valori reali dei terreni, come denunciato da una residente intervistata da *Middle East Eye*: “*I soldi che ci hanno dato non bastano nemmeno per comprare una piccola casa, ci hanno derubato*” (ibid.).

Il valore green e la presunta informalità urbanistica quindi, a Zenata nel decennio scorso come oggi lungo la costa di Agadir, continuano a configurarsi come dispositivi centrali di legittimazione dei processi di espropriazione e riconfigurazione neoliberale dello spazio. In tali contesti, le popolazioni considerate incompatibili con le nuove estetiche dello sviluppo vengono sistematicamente marginalizzate ed escluse dalle nuove geografie urbane del potere.

Questo processo si inserisce pienamente nel paradigma dell'“accumulazione per espropriazione” (*accumulation by dispossession*) teorizzato da David Harvey (2003), secondo cui l'accumulazione del capitale non si realizza esclusivamente tramite l'espansione produttiva

o il reinvestimento dei profitti, ma anche attraverso pratiche di sottrazione forzata, che trasferiscono risorse e ricchezza dalla collettività al capitale privato (Harvey, 2003). In questo schema, lo Stato non agisce come attore neutrale o subordinato, bensì come regista attivo di tali dinamiche: in piena sinergia con capitali privati e agenzie internazionali, orchestra le modalità dell'espropriazione attraverso una sofisticata ingegneria discorsiva che ne legittima l'azione (Zemni & Bogaert, 2011).

In questo contesto, la sostenibilità, svuotata di ogni carica politica, si impone come il paradigma ideale per giustificare l'appropriazione e l'accaparramento di risorse. Cavalcando l'urgenza globale del "salvare il pianeta", essa opera come alibi retorico che maschera pratiche di dominio profondamente neocoloniali, trasformando l'ecologia urbana in un linguaggio di legittimazione delle disuguaglianze sistemiche (Fairhead, Leach, & Scoones, 2012).

Conclusione

Questo capitolo si è proposto di mettere in discussione la narrazione ufficiale che presenta Taghazout Bay come storia di successo del *Plan Azur* e progetto pilota dello sviluppo turistico sostenibile in Marocco. Attraverso l'analisi delle sue traiettorie progettuali e degli effetti socio-territoriali da esse prodotti, si è mostrato come tale iniziativa incarni emblematicamente le contraddizioni strutturali insite nei paradigmi della sostenibilità neoliberale. Una sostenibilità che, svuotata delle sue componenti critiche e trasformative originarie, viene rimodulata in funzione della logica dell'accumulazione, divenendo pienamente funzionale all'espansione del capitale (Tulloch & Neilson, 2014).

Partendo dalla ricostruzione delle fasi di gestazione e implementazione del progetto – segnate da episodi di corruzione, speculazione edilizia, demolizioni forzate e successive inaugurazioni trionfalistiche – l'analisi si è concentrata sull'architettura discorsiva e normativa che ha consentito a Taghazout Bay di consolidare la propria immagine di resort "green". Tale architettura poggia sull'adesione a sistemi di certificazione ambientale internazionale, promossi da organismi privati e strutturati secondo criteri universalistici: gestione efficiente delle risorse, mitigazione degli impatti ambientali, design sostenibile, e (presunta) inclusione socioeconomica delle comunità locali. Una volta ottenute, queste etichette si configurano come un dispositivo narrativo incontestabile dell'attenzione del resort ai valori di salvaguardia ambientale e inclusione sociale, permettendogli al contempo di distanziarsi dalla concorrenza agli occhi del cliente sensibile alle tematiche ambientali.

Tuttavia, tali parametri, costruiti su griglie standardizzate a livello internazionale, certificano in realtà una sostenibilità che è del tutto disancorata dalle specificità del tessuto socio-ambientale dei territori in cui si applicano. In tal senso, appare evidente che un resort di lusso con una capacità di oltre 11.000 posti letto e composto da sette hotel, complessi residenziali, un campo da golf e innumerevoli piscine, per quanto metta in atto le migliori tecnologie nel campo di efficienza energetica, non può che gravare enormemente su un'area già di per sé caratterizzata da forte stress idrico e da problemi strutturali nella gestione dei rifiuti e delle acque reflue, accentuando la pressione sugli ecosistemi locali e aggravando le disuguaglianze nell'accesso alle risorse per le comunità residenti.

Per quanto riguarda il piano economico e occupazionale, sicuramente il progetto ha generato nuovi posti di lavoro; tuttavia, tale occupazione si concentra in mansioni a bassa qualifica e malpagate, insufficienti a garantire condizioni di vita dignitose in un contesto segnato dal vertiginoso aumento del costo della vita indotto dall'arrivo di turisti stranieri. Tali condizioni determinano un abbandono progressivo della popolazione locale, innescando un processo di gentrificazione turistica che rende Taghazout sempre più un'enclave esclusiva governata dai capitali transnazionali.

Più che favorire la partecipazione e integrazione delle comunità locali nei processi di sviluppo, Taghazout Bay è l'ennesimo progetto che, nel nome della sostenibilità, sistematizza l'esproprio e l'allontanamento di tutto ciò che è considerato non compatibile con l'estetica "*green & global*", facendo spazio alla realizzazione di megaprogetti. In tal senso, il paradigma della protezione dell'ambiente, del ripristino del demanio marittimo e della lotta all'informalità abitativa, non rappresentano altro che strumenti potentissimi per neutralizzare e depoliticizzare il conflitto, mascherando il ruolo attivo dello Stato nella produzione di nuovi spazi per l'accumulazione.

Come osserva Harvey (2003), il capitalismo ha costantemente necessità di produrre e appropriarsi di nuovi spazi per sostenere la sua espansione e stabilizzazione (p.109). In questa logica, il "*displacing*" generato da megaprogetti come Taghazout Bay, Casablanca Marina o la Eco-Cité di Zenata non rappresenta una disfunzione collaterale, ma un elemento strutturale e sistemico del modello: la dislocazione di individui, risorse e territori è condizione necessaria per massimizzare il profitto e sistematizzare il dominio neoliberale (Geller & Lynch, 2003).

In conclusione, più che configurarsi come modello virtuoso di ecoturismo, Taghazout Bay si impone, usando le parole di Bogaert (2015), come una "*manifestazione paradigmatica delle*

nuove geografie relazionali del capitalismo globale”. Dietro la superficie patinata della sostenibilità, si consolida una razionalità economica selettiva, capace di convertire l’ecologia in strumento di legittimazione e l’ambiente in asset competitivo. Il paesaggio, accuratamente rifunzionalizzato, si trasforma così in un contenitore neutro per nuove rendite, mentre le forme di vita che lo abitavano vengono silenziate, dislocate, e laddove funzionali, inglobate ai margini della catena di valore.

Conclusioni generali

Il presente lavoro di tesi è stato condotto con l'obiettivo di dimostrare la fragilità del paradigma sostenibile nel contesto turistico marocchino e di come questo, lungi dal rappresentare l'esito di una voce critica, antagonista al sistema, sia stato pienamente inglobato nel discorso capitalista, trasformandosi in un nuovo strumento di legittimazione volto a incentivare, accelerare ed esportare gli imperativi neoliberali, nonché a perpetuare prerogative di dominio neocoloniale.

Nel primo capitolo, osservando l'evoluzione delle politiche turistiche marocchine, emerge come il turismo non sia un settore neutro ma un campo in cui si condensano e si riproducono relazioni di potere, logiche di accumulazione e rappresentazioni culturali e spaziali sedimentate storicamente. La traiettoria che dal protettorato francese conduce alle odierne politiche di "turismo sostenibile" in Marocco rivela una continuità che disinnesci l'idea di rottura paradigmatica del nuovo modello: la logica dell'appropriazione — di spazi, di immaginari, di corpi — rimane il filo rosso che attraversa l'intero processo, mutando solo linguaggi e strumenti.

Durante il periodo coloniale, tale appropriazione si traduceva nella riorganizzazione spaziale finalizzata a soddisfare il piacere e il profitto della metropoli, stabilendo gerarchie spaziali e simboliche funzionali ai francesi. Questo implicava da un lato la creazione di infrastrutture e quartieri moderni a servizio dei coloni, dall'altro la monumentalizzazione di specifiche architetture e paesaggi, oltre che la mercificazione dell'"autenticità" indigena come capitale simbolico da spendere sul nascente mercato turistico. Nel post-indipendenza, lungi dall'essere smantellata, questa logica fu ricodificata: inizialmente attraverso un nazionalismo modernizzatore, poi, a partire dagli anni '80, sotto i dettami del neoliberismo globale. I programmi di aggiustamento strutturale imposti dalle istituzioni finanziarie internazionali aprirono il Paese al capitale privato transnazionale, trasferendo il controllo di interi comparti economici, spazi e risorse nelle mani di investitori esterni, in un processo di appropriazione condiviso tra élite locali e internazionali.

Con l'emergere di movimenti sociali e ambientali che denunciavano gli impatti ecologici, culturali e sociali del turismo di massa — una risposta globale, radicale e critica, percepita come potenzialmente capace di mettere in crisi le fondamenta stesse del sistema capitalistico — la sostenibilità è stata efficacemente cooptata e assorbita dalle logiche neoliberali. La sostenibilità è diventata così una nuova grammatica per sostenere la crescita turistica continua, capace di

convertire le disfunzioni e i danni prodotti dal sistema in ulteriori opportunità di profitto (Tulloch & Neilson, 2014). È questo meccanismo che Harvey (2001) definisce “economia della riparazione”: il danno inflitto dalla crescita economica attraverso lo sfruttamento insostenibile delle risorse, crea le basi per la nuova economia di crescita fondata sulla riparazione (Fairhead, Leach, & Scoones, 2012).

Tale meccanismo risulta particolarmente evidente se si osservano i casi studio analizzati nel secondo capitolo di questa ricerca, che costituiscono una dimostrazione empirica di questa dinamica.

Il mega-complesso turistico di Saïdia, emblema del turismo di massa marocchino e dei suoi impatti devastanti sull’ecosistema locale, è stato assunto come punto di partenza per una riconfigurazione in chiave “green”. In questo quadro, l’adozione di certificazioni ambientali e l’introduzione di misure di sostenibilità su scala micro— quali ad esempio l’installazione di pannelli solari, l’implementazione di sistemi di gestione ecologica, o progetti di riforestazione ornamentale — vengono presentate come prove tangibili di un cambio di paradigma. Tuttavia, tali interventi non eliminano né compensano il danno ambientale pregresso: al contrario, lo incorporano all’interno di una nuova offerta turistica “verde” destinata a un pubblico internazionale a elevata capacità di spesa. La ferita ecologica, lungi dall’essere sanata, diventa così il pretesto per una nuova valorizzazione economica, perpetuando silenziosamente processi di cementificazione, erosione del suolo e drenaggio intensivo delle risorse idriche.

La riqualificazione delle medine, promossa e sostenuta dall’UNESCO, affonda le proprie radici in un lungo periodo di abbandono e degrado infrastrutturale, durante il quale tali quartieri storici si sono progressivamente trasformati in spazi vulnerabili, marginalizzati e privi di adeguati servizi pubblici. Questa condizione ha rappresentato la premessa per operazioni di recupero che, pur rivestite di un lessico di tutela e salvaguardia del patrimonio architettonico e culturale, rispondono a logiche di reintegrazione selettiva nel mercato globale. Il recupero materiale e simbolico degli edifici storici diventa infatti un potente catalizzatore per l’attrazione di capitali privati, in particolare da investitori stranieri, i quali acquistano e restaurano questi immobili secondo una propria visione estetica filtrata da immaginari orientalisti creando scenografie astratte. Tali interventi, e la loro successiva finanziarizzazione, seppur presentati come forme di valorizzazione e conservazione del patrimonio, finiscono per aumentare significativamente il valore immobiliare, oltre che il costo della vita nelle aree interessate, innescando processi di gentrificazione. In questo quadro, la “riparazione” non si traduce in un recupero della funzione

sociale originaria degli spazi, né in un rafforzamento del diritto all'abitare per i residenti storici. Al contrario, essa produce una graduale sostituzione della popolazione locale con nuovi soggetti-consumatori, appartenenti a fasce sociali più abbienti e spesso provenienti da altri contesti geografici e culturali. Lo spazio urbano così trasformato viene integrato in un circuito immobiliare globale, dove il patrimonio storico diventa un asset di investimento e di consumo estetico, più che un bene comune radicato nel tessuto sociale.

Analogamente, il turismo rurale si sviluppa a partire dalla percezione — spesso costruita e amplificata da attori esterni — di una presunta perdita di “autenticità” nelle aree rurali e di un patrimonio immateriale ritenuto in via di estinzione sotto la pressione della globalizzazione. Nel contesto marocchino, questa autenticità da salvaguardare — frutto di stratificazioni storiche che includono sia gli immaginari elaborati in epoca coloniale sia le narrazioni post-indipendenza — viene proiettata e incarnata nel popolo amazigh. È attorno a questa ansia di perdita che si articola la nuova offerta turistica, la quale promette al viaggiatore un contatto diretto con un mondo “vergine” e “intatto”, insinuando la presunzione che tale esperienza contribuisca a salvarlo dalla sua scomparsa. In questo quadro, le comunità amazigh vengono riformulate come custodi di un passato immobile, incarnazioni viventi di un'alterità minacciata dalla globalizzazione e, proprio per questo, “meritevole” di essere preservata. Tuttavia, in tale conservazione asservita alle dinamiche del mercato, queste comunità vengono congelate in forme statiche, modellate per soddisfare le esigenze e le aspettative del consumo turistico, e private della possibilità di evolvere secondo dinamiche interne autonome. Il risultato è una duplice appropriazione: materiale, perché i luoghi e le pratiche vengono inseriti in circuiti di mercato che sfuggono al controllo locale; simbolica, perché le stesse identità sono riformulate e disciplinate per adattarsi agli immaginari esterni. L'“autenticità” amazigh diventa così un brand, la cui forza sul mercato dipende dalla sua capacità di restare uguale a sé stessa. In questo quadro, la sostenibilità promessa dai progetti di turismo rurale si rivela come un paradosso: lungi dal tutelare la vitalità delle culture amazigh, le cristallizza in una forma museale e performativa, funzionale alla riproduzione di gerarchie economiche e simboliche che, mutando linguaggio e strumenti, ricalcano quelle del periodo coloniale (Hanna, 2008).

In sintesi, nel quadro del turismo sostenibile, natura, territori, cultura e identità non rappresentano più uno sfondo passivo sul quale innestare processi di accumulazione; al contrario, essi vengono attivamente riconfigurati, narrati e integrati in modo da acquisire valore strategico all'interno del mercato globale. Come osserva Smith (2008), *«il capitale non si accontenta più semplicemente di saccheggiare una natura disponibile, ma si muove sempre più*

per produrre una natura intrinsecamente sociale come base di nuovi settori di produzione e accumulazione» (p. 33).

Questo processo di riconfigurazione e produzione non sarebbe possibile senza l'esproprio, inteso non solo come sottrazione materiale di spazi e risorse, ma anche come rimozione sistematica delle pratiche e delle forme di vita che li animavano, considerati incompatibili con la nuova estetica e funzionalità imposte dal mercato. Per produrre una "natura sociale" vendibile, è necessario liberare il terreno, sia a livello fisico che a livello simbolico, da ciò che ne ostacola la messa a valore: recintare, ridefinire funzioni, sostituire usi comunitari e collettivi con infrastrutture orientate al consumo e alla rendita.

Il caso di Taghazout Bay, le recenti demolizioni lungo la costa atlantica e mediterranea e i megaprogetti di Casablanca associati alla politica *Villes Sans Bidonvilles* analizzati nel terzo capitolo, si inscrivono all'interno di un medesimo paradigma di trasformazione dello spazio urbano e territoriale. Sotto la veste apparentemente virtuosa del "decoro urbano", della "lotta all'informalità" e della "protezione ambientale", tali interventi rispondono in realtà a un obiettivo prioritario: la sottrazione dello spazio collettivo e la sua riconfigurazione in funzione dell'attrattività per il capitale transnazionale, con l'attivazione di nuovi circuiti di accumulazione. In questo processo, il valore d'uso dello spazio — inteso come bene comune e infrastruttura sociale — viene sistematicamente subordinato al valore di scambio, ossia alla sua capacità di generare rendita e profitto sul mercato (Zemni & Bogaert, 2011). Ne consegue un'accentuazione delle disuguaglianze sociali e territoriali, con la progressiva esclusione delle popolazioni meno abbienti dalle aree oggetto di valorizzazione.

Concetti quali "sostenibilità", "riduzione della povertà" o "ripristino del demanio marittimo" vengono mobilitati come strumenti retorici di legittimazione. Essi operano come dispositivi di depoliticizzazione, in grado di anestetizzare il conflitto sociale generato dalla sottrazione capitalistica dello spazio e di garantirne la continuità e l'espansione. La narrazione ufficiale trasforma così operazioni di esproprio e di esclusione in interventi percepiti come migliorativi, in linea con agende globali di sviluppo sostenibile e con l'attrazione di investimenti esteri.

Il ruolo dello Stato, in questo quadro, è tutt'altro che marginale. Lungi dall'essere un attore neutro o passivo, esso si configura come il regista e facilitatore dell'intero processo: un mediatore — o meglio, un broker — tra capitale transnazionale e territorio (ibid.). La progressiva perdita delle sue funzioni sociali, intese come garanzia degli interessi collettivi e dei diritti di cittadinanza, si traduce in una piena adesione alle logiche della privatizzazione e

della finanziarizzazione dello spazio (Higgins-Desbiolles, 2018). Attraverso la pianificazione urbana, l'adozione di strumenti normativi e fiscali mirati e la gestione selettiva delle risorse, lo Stato istituzionalizza e sistematizza le condizioni necessarie alla riproduzione di un modello di sviluppo fondato su quella che definisce Harvey (2003, 2005, 2006), "accumulazione per espropriazione", ovvero l'accaparramento di beni pubblici da parte di interessi privati in virtù del profitto.

In definitiva, lo sviluppo sostenibile, nel turismo marocchino come nel resto del mondo, non si configura come un'alternativa al modello di crescita dominante, ma come la sua più recente e sofisticata evoluzione (Tulloch & Neilson, 2014). Lungi dall'opporci alle logiche di sfruttamento e appropriazione, le incorpora e le rafforza, rivestendole di una legittimazione morale che maschera il vero imperativo sottostante: il continuo arricchimento a discapito di una equa redistribuzione.

Come osserva Monbiot (2012), *"se la sostenibilità significa qualcosa, è sicuramente l'opposto della crescita sostenibile. La crescita sostenibile su un pianeta finito è l'essenza dell'insostenibilità"*. Finché il modello economico globale resterà ancorato a logiche di accumulazione illimitata, qualsiasi discorso sulla sostenibilità sarà inevitabilmente vuoto (Higgins-Desbiolles, 2018). Infatti, un sistema che persegue la crescita infinita non può coesistere con la preservazione di risorse finite (ibid.).

Se non tutto è già compromesso, bisogna far sì che il discorso ambientale ritorni al centro delle agende politiche, riconoscere il potere strutturale dei nostri consumi e smetterla di nasconderci dietro operazioni sostenibili di facciata per redimerci dal fatto di essere parte integrante di un processo che sta conducendo il pianeta alla deriva. La questione della redistribuzione delle risorse e dei diritti territoriali deve costituire il principio cardine di qualsiasi idea di "sviluppo", intesa non solo come equa distribuzione dei benefici materiali, ma anche come riequilibrio del potere decisionale, del controllo sui territori e della capacità delle comunità di autodeterminare il proprio futuro.

In assenza di questa rottura, "salvare il pianeta" resterà una chimera: una narrazione consolatoria che cela la prosecuzione sistematica della prevaricazione sugli altri e sull'ambiente, funzionale al mantenimento delle logiche estrattive e speculative che governano l'attuale sistema economico globale. Non si tratta di "rendere il capitalismo più verde", ma di affrontare in modo diretto la sua incompatibilità strutturale con qualsiasi prospettiva di giustizia sociale ed ecologica.

Bibliografia

Fonti accademiche:

- Ait Nacer, M., Benamara, K., & El Bezzari, L. (2024). Tourism and the issue of sustainability in Morocco: The case of the seaside resort Taghazout. *European Economic Letters*, 14(1), 280-285. <https://doi.org/10.52783/eel.v14i1.1024>
- Aitchison, C. (2001). Theorizing other discourses of tourism, gender and culture: Can the subaltern speak (in tourism)?. *Tourist Studies*, 1(2), 133-147. <https://doi.org/10.1177/146879760100100202>
- Almeida García, F., & Chahine, S. (2016). Evolución de la política turística y la intervención estatal. El caso de Marruecos. *Cuadernos de Turismo*, (38), 17-41. <https://doi.org/10.6018/turismo.38.271331>
- Almeida García, F. (2014). A comparative study of the evolution of tourism policy in Spain and Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 11, 34-50. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.03.001>
- Almeida García, F. (2018). Analysis of tourism policy in a developing country: the case of Morocco. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 10(1), 48-68. <https://doi.org/10.1080/19407963.2017.1312420>
- Araque Jiménez, E. (2013). Desarrollo turístico y medio ambiente en la costa norte de Marruecos. *Cuadernos de Turismo*, 31, 13-30. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/170711>
- Baabood, A. (2009). La creciente presencia económica de los países del Golfo en la región mediterránea. *IEMed: Mediterranean yearbook*, 2009, 215-222.
- Baum, T., Cheung, C., Kong, H., Kralj, A., Mooney, S., Nguyễn Thị Thanh, H., Ramachandran, S., Dropulić Ružić, M., & Siow, M. L. (2016). Sustainability and the tourism and hospitality workforce: A Thematic analysis. *Sustainability*, 8(8), 809-830.
- Becklake, S., & Wynne-Hughes, E. (2024). The touristic transformation of postcolonial states: Human zoos, global tourism competition, and the emergence of zoo-managing

- states. *Tourism Geographies*, 26(5), 778-795.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2231410>
- Beier, R., & Elmouelhi, H. (2023). Constructing legitimacy through pro-poor housing? Branding cities in Egypt and Morocco as “slum-free”. In S. Wippel (Ed.), *Branding the Middle East: Communication Strategies and Image Building from Qom to Casablanca* (pp. 459-478). Berlin/Boston: De Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110741100>
- Benamara, K., & Ait Nacer, M. (2023). The benefits and costs of the CSR strategy of tourism development companies, between economic viability and social utility: Case of the Development and Promotion Company of the Taghazout Resort. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 6(1), 34-52. <https://jthr.es/index.php/journal/article/view/434>
- Benamara, K., Ait Lhou, E., & Ait Nacer, M. (2017, giugno). L’insertion du tourisme en milieu fragile entre finalités aménagistes et vulnérabilité du milieu, cohérence ou paradoxe ? Cas de la station touristique Taghazout Bay et de l’écologie Atlas Kasbah. Présentato al Tourism Travel and Research Association (TTRA) Annual International Conference. Disponibile online:
http://scholarworks.umass.edu/ttra/2017/Academic_Papers_Oral/10
- Benamara, K., Ait Nacer, M., & Hmidani, Z. (2018). Program of certification of the Moroccan tourism development companies. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(3), 23-54.
<https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/120>
- Benattou, A. (2023). Station de Taghazout Bay entre projection touristique, vécu et marges mondialisées : une approche de communication socio-territoriale. *Revue Internationale du Chercheur*, 4(2), 485-511. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8034562>
- Berriane, M. (1989). *Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc: Étude géographique* [Thèse de doctorat, Université François Rabelais – Tours]. HAL/TEL.
<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00300524>
- Bogaert, K. (2013). Contextualizing the Arab Revolts: The Politics behind Three Decades of Neoliberalism in the Arab World. *Middle East Critique*, 22(3), 213-234.
<https://doi.org/10.1080/19436149.2013.814945>

- Borghi, R. (2008). Geografia, postcolonialismo e costruzione delle identità. Una lettura dello spazio urbano di Marrakech. *Unicopli*, 39-42.
- Borghi, R. (2008). La mise en scène de la ville: regard sur l'espace urbain de Marrakech coloniale et postcoloniale. In N. Maarouf, *Le fait colonial au Maghrèb. Ruptures et continuités*. Paris: L'Harmattan.
- Boujrouf, S. (2005). Tourisme et aménagement du territoire au Maroc: quels agencements? *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 24(1), 12-19.
- Boumeaza, T. &, Salmon, M., Ozer, A., & Atta, M. (2010). Impacts écologiques des aménagements touristiques sur le littoral de Saïdia , Maroc oriental. *Revue géographique des pays Méditerranéens*, 115, 94-102.
<https://doi.org/10.4000/mediterranee.4888>
- Britton, S. G. (1982). The political economy of tourism in the third world. *Annals of Tourism Research*, 9(3), 331-358.
- Buades, J. (2014). *Exportando Paraísos: la colonización del planeta*. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Burkart, A., & Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present, and Future*. London: Heinemann.
- Butcher, J. (2020). Constructing mass tourism. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 898-915. <https://doi.org/10.1177/1367877920911923>
- Capron, M., & Quairel-Lanoizelée, F. (2004). *Mythes & réalités de l'entreprise responsable*. Paris: La Découverte.
- Carter, S. G. (2001). Moroccan berberity, representational power and identity in video films. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 63(2-3), 241-262
- Chahine, S. (2016). *Turismo globalizado en Marruecos: el caso de Saidía* (Tesis doctoral, Universidad de Málaga). Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica. Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga.
<https://hdl.handle.net/10630/12528>
- Chikha, C. B., & Arnaut, K. (2013). Staging/caging 'otherness' in the postcolony: Spectres of the human zoo. *Critical Arts*, 27(6), 661-683.
<https://doi.org/10.1080/02560046.2013.867589>

- Clément, J. F. (1994). Lyautey à Marrakech. *Horizons Maghrébins - Le droit à la mémoire*, (23)1, 14-22. <https://doi.org/10.3406/horma.1994.1494>
- Côté-Roy, L., & Moser, S. (2023). Fast urban model-making: Constructing Moroccan urban expertise through Zenata Eco-City. *Urban Geography*, 44(9), 2016-2036. <https://doi.org/10.1080/02723638.2022.2131261>
- Demerdash, N. N. A. (2009). *Mapping myths of the medina: French colonial urbanism, Oriental brandscapes and the politics of tourism in Marrakesh* (Master's thesis, Massachusetts Institute of Technology). <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/49723>
- Demeyère, C. (2020). *Tourisme post COVID-19, conditions de travail et précarité dans le secteur touristique : une réflexion sur un aspect négligé de la responsabilité sociale*. Téoros, 39(3). <https://doi.org/10.7202/1074900ar>
- Di Martino, R. M. R., & Capasso, G. (2021). On the complexity of anthropogenic and geological sources of carbon dioxide: Onsite differentiation using isotope surveying. *Atmospheric Environment*, 249, 118446. <https://doi.org/10.1016/j.atmosenv.2021.118446>
- Drissi Kaitouni, Z. (2007). *La privatisation au Maroc: ses débuts, son évolution, ses impacts*. (Mémoire de maîtrise, Université de Montréal). HEC Montréal.
- Duncan, J. S., & Duncan, N. G. (2001). The aestheticization of the politics of landscape preservation. *Annals of the Association of American Geographers*, 91(2), 387-409. <https://doi.org/10.1111/0004-5608.00250>
- El Aouami, C., & Louhmadi, A. (2020). Structural competitiveness of the tourism sector in Morocco. *European Journal of Business and Management Research*, 5(5). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.5.566>
- El Haddadi, H. (2010). *El turismo interno en la Península Tingitana: Una aproximación al análisis de la demanda y sus efectos económicos* (Tesis doctoral, Universidad de Granada). Universidad de Granada. <https://hdl.handle.net/10481/4852>
- Escher, A., Petermann, S., & Clos, B. (2001). Gentrification in der Medina von Marrakech. *Geographische Rundschau*, 53(6), 24-31.
- Escher, A., & Karner, M. (2018). A glance at postmodern transformations of North African and Middle Eastern medinas. In *Obsolete romanticism and the postmodern*

- transformation of urban cultures and traditions in mediterranean medinas* (p. 35-52).
Johannes Gutenberg University.
- Escher, A., & Petermann, S. (2000). Neo-colonialism or Gentrification in the Medina of Marrakesh. *Isim Newsletter*, 5(1), 34.
- Escher, A., Petermann, S., & Arnold, G. (2018). Das neue Marrakech – eine Materialisierung des Mythos von Tausendundeiner Nacht? *Geographische Rundschau*, 7/8/, 52-57.
- Fairhead, J., Leach, M., & Scoones, I. (2012). Green grabbing: A new appropriation of nature?. *Journal of Peasant Studies*, 39(2), 237-261.
<https://doi.org/10.1080/03066150.2012.671770>
- Faouzi, H., & Ait Nacer, M. (2022). La RSE entre discours et éthique. Cas d’une station balnéaire présumée durable: Taghazout Bay, Maroc. *Belgeo [En ligne]*, 1 | 2022.
<https://doi.org/10.4000/belgeo.56553>
- Federico, E. (2020). Finding A “True Morocco:” How Tourists Change Moroccan Economies, Infrastructure and Cultures. *Independent Study Project (ISP) Collection No. 3358*. SIT Study Abroad. https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/3358
- Feighery, W. G. (2012). Tourism and self-Orientalism in Oman: a critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 9(3) 269-284.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2012.688210>
- Geller, P. K., & Lynch, B. (2003). Mega-projects as displacements. *International Social Science Journal*, 55(175), 15-25. <https://doi.org/10.1111/1468-2451.5501002>
- Gil de Arriba, C. (2011). Del turismo hotelero al turismo residencial en Marruecos. Entre el negocio inmobiliario y la recreación de imaginarios socioespaciales. *Cuadernos de Turismo*, 27, 471-487. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140061>
- Giousmpasoglou, C. (2024). Working Conditions in the Hospitality Industry: The Case for a Fair and Decent Work Agenda. *Sustainability*, 16(19), 8428.
<https://doi.org/10.3390/su16198428>
- Gloster, M. D. (2012). *La Comercialización del Turismo Étnico en Guatemala y Marruecos*. (Scripps Senior Thesis No. 74). Scripps College.
https://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/74

- Gormsen, E. (1982). The spatio-temporal development of international tourism: attempt at a centre-periphery model. In *La Consommation d'Espace par le tourisme et sa préservation* (pp. 150-170). Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques.
- Gozálvez Pérez, V., & Molina, J. A. (2011). Urbanismo expansivo: de la utopía a la realidad. *Comunicaciones: XXII Congreso de Geógrafos Espanoles*. Asociación Española de Geógrafos; Universidad de Alicante. <https://hdl.handle.net/10045/48435>
- Guazzone, L. (2016). *Storia contemporanea del mondo arabo. I paesi arabi dall'impero ottomano ad oggi*. Mondadori università.
- Hanieh, A. (2013). *Lineages of Revolt: Issues of Contemporary Capitalism in the Middle East*. Chicago: Haymarket Books.
- Harroud, T., & Alillouch, R. (2022). The "new generation" of New Cities in Morocco: from the "dormitory" city to the "sustainable" city, what has changed. *ÀMJAU - Architecture, Métiers et Urbanisme d'Aujourd'hui*, 4(2), 99-122.
<https://doi.org/10.48399/IMIST.PRSM/amjau-v4i2.36201>
- Harvey, D. (1985). *Consciousness and the Urban Experience: Studies in the History and Theory of Capitalist Urbanization*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Harvey, D. (1990). *The Condition of Post-modernity: An Inquiry into the Origins of Culture Change*. Cambridge: Wiley-Blackwell.
- Harvey, D. (2003). *The new imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2006). *Spaces of global capitalism: a theory of uneven geographical development*. Londra: Verso.
- Hazbun, W. (2004). Globalisation, Reterritorialisation and the Political Economy of Tourism Development in the Middle East. *Geopolitics*, 9(2), 310-341.
<https://doi.org/10.1080/14650040490442881>
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives*, 25, 157-160.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>

- Hillali, M. (2004). Risque politique et tourisme au Maghreb : rivalités idéologiques et difficultés économiques. *Téoros*, 23(1), 37-43. <https://doi.org/10.7202/1071366ar>
- Hillali, M. (2007). Du tourisme et de la géopolitique au Maghreb: le cas du Maroc. *Hérodote*, 127, 47-63. <https://doi.org/10.3917/her.127.0047>
- Hmioui, A., & Alla, L. (2020). Le tourisme au Maroc, de la "Vision 2010" à la "Vision 2020": Quel positionnement dans une industrie touristique mondiale globalisée?. *Alternatives Managériales et Economiques*, 12(2), 18-38. <https://revues.imist.ma/index.php/AME/article/view/58031>
- Hunter, R. F. (2007). Promoting empire: The Hachette tourist in French Morocco, 1919 – 36. *Middle Eastern Studies*, 43(4) 579-591. <https://doi.org/10.1080/00263200701348888>
- Ibourk, A., & El Alaoui El Wahidi, A. (2014). Emploi décent et tourisme durable: la situation de l'hôtellerie à Marrakech. *Téoros*, 33(1), 109-118. <https://doi.org/10.7202/1036724ar>
- Ioannides, D., & Debbage, K. (1997). Post-Fordism and flexibility: the travel industry polyglot. *Tourism Management*, 18(4), 229-241. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00019-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00019-8)
- Kurzac-Souali, A.-C. (2012). Représentations et usages renouvelés des médinas gentrifiées du Maroc. In E. Berthold, *Les quartiers historiques : pressions, enjeux, actions* (p. 51 - 73). Presse de l'Université de Laval. <https://doi.org/10.1515/9782763799575-005>
- Lee, J. (2008). Riad fever: heritage tourism, urban renewal and the médina property boom in old cities of Morocco. *E Review of Tourism Research*, 6(4), 66-78.
- Marujo, N. (2013). A sociologia do turismo na educação superior em Portugal. *Turismo e Sociedade*, 6(39), 490-507. <https://doi.org/10.5380/tes.v6i3.31352>
- Marx, K. (2010). *El capital: antología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Miossec, A. (2004). *Les littoraux entre nature et aménagement*. Paris: A. Colin.
- Moesch, M. M. (2002). Para além das disciplinas: o desafio do próximo século. *Turismo: investigação e crítica*. São Paulo: Contexto, 1, 25-44.

- Mondou, V. (2013). Incidence de la libéralisation aérienne sur le développement touristique du Maroc. *Géotransports*, 1-2, 129-147. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01139796/document>
- Muñoz, P. A. (2013). El turismo como eje de acumulación. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 36, 16-174. https://doi.org/10.5209/rev_noma.2013.42347
- Nalepa, R., & Bauer, D. (2012). Marginal lands: the role of remote sensing in constructing landscapes for agrofuel development. *The Journal of Peasant Studies*, 39(2), 403-422. <https://doi.org/10.1080/03066150.2012.665890>
- Oiry Varacca, M. (2012). La mobilisation des identités amazighes dans des projets de développement touristique. Dynamiques du branchement et de l’ancrage dans les montagnes marocaine. *Via. Tourism Review* 2(2). <https://doi.org/10.4000/viatourism.1083>
- Ouahidi, S., & Mzidabi, S. (1994). *L’impact de la privatisation sur le secteur touristique*. Tanger: Institut Supérieur International du Tourisme de Tanger.
- Ouassini, A. (2021). Between a Rock and the Kasbah: Tourism Gentrification, Cultural Repackaging, and Identity in Tangier. *Journal of Asian and African Studies*, 56(4), 774-788. <https://doi.org/10.1177/0021909620943631>
- Oukhouya, A. M. (2024). Moroccan tourism narratives orientalizing Imazighen/Amazigh people. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 22(5-6), 496-511. <https://doi.org/10.1080/14766825.2024.2434980>
- Pitcher, B. (2011). Radical subjects after hegemony. *Subjectivity*, 4(1), 87-102.
- Porter, M. & Ketels, C. (2008). Analysis of the Moroccan Tourism Cluster. *Microeconomics of Competitiveness, Country Competitiveness Project*. Morocco, Rabat, 31-37.
- Radoine, H. (2012). Tradition and myth in the Madina: conservation and change. *Traditional Dwellings and Settlements Review*, 24(1), 57.
- Raffali, N. (2022). Le développement du tourisme au Maroc: une perspective historique. *Études caribéennes*, 51, 261-274. <https://www.jstor.org/stable/48785388>

- Ramos Gorostiza, J. L., & Pires Jiménez, L. E. (2013). Los economistas españoles frente a la planificación indicativa del desarrollismo. *Mercado y Estado: los planes de desarrollo durante el franquismo*. Murcia: IX Congreso de la Asociación Española de Historia Económica (AEHE).
- Ramou, H. (2009). L'émergence et le développement du tourisme de montagne dans le Maroc colonial et postcolonial. In K. H. Zytnecki C., *Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires 19e – 20e siècles* (p. 347-367). Paris: Publications de la Société française d'histoire d'outre-mer.
- Rignall, K. (2015). Solar power, state power, and the politics of energy transition in pre-Saharan Morocco. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 48(3), 540-557.
- Saddou, H. (2019). Tourisme à Marrakech; Impacts économiques, socioculturels et environnementaux éminents. *Espace géographique et société marocaine*. 28-29, 221-251. <https://shs.hal.science/halshs-02307665v1>
- Sadki, A. (2022). *Appropriation de l'espace et conflits de voisinage en contexte de gentrification touristique : Cas de la Médina de Marrakech (Maroc)*. [Doctoral dissertation, Université de Montréal]. Papyrus Institutional Repository.
- Sahho, N. M. (2021). Measuring and analyzing the impact of the tourism industry in the Kingdom of Morocco on economic growth for the period (2001-2018). *International Journal of Contemporary Sociology*, 8(6), 27-47.
- Schéou, B. (2009). *Du tourisme durable au tourisme équitable: quelle éthique pour le tourisme de demain?*. Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.scheo.2009.01>.
- Scherle, N., Pillmayer, M., & Braun, Gershon. (2020). The impacts of neoliberal tourism development in the Arab world with specific reference to Morocco and Jordan. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 12(2), 184-205. <https://doi.org/10.1515/tw-2020-0015>
- Scholze, M., & Ingo, B. (2004). Trading Cultures: Berbers and Tuareg as Souvenir Vendors. In *Between Resistance and Expansion: Explorations of Local Vitality in Africa* (p. 69-90).
- Smith, N. (2008). *Uneven development: nature, capital, and the production of space*. Athens, GA: University of Georgia Press.

- Spotorno, M. (2011). *Il Marocco tra eredità coloniale e identità locale. Il caso d'Ifrane e del suo Parco Nazionale*. In *Giochi di specchi. Spazi e paesaggi mediterranei tra storia e attualità* (p. 543-558).
- Stafford, J. (1996). *Développement et tourisme au Maroc*. Paris: L'Harmattan.
- Strava, C., & Alijem, S. (2020). Casablanca's Megaprojects: Neoliberal Urban Planning and Socio-Spatial Transformations. *TRIALOG - A Journal for Planning and Building in a Global Context*, 135, (4), 12-20. <https://www.trialog-journal.de/hefte/trialog-135-housing-and-urban-redevelopment-in-the-maghreb/>
- Tebbaa, O. (2010). Patrimoine, patrimonialisation et développement touristique: le cas de Marrakech. *Hesperis-Tamuda*, 45, 55-66.
- Torres, R. (2002). Cancun's tourism development from a Fordist spectrum of analysis. *Tourist studies*, 2(1), 87-116. <https://doi.org/10.1177/1468797602002001098>
- Touhami, F. & Barakat, A. (2019). Patrimoine gentrifié et transformé de la ville de Marrakech. Le cas des riyaads et de l'ancienne médina. *Critique économique*, 269-298.
- Tulloch, L., & Neilson, D. (2014). The Neoliberalisation of Sustainability. *Citizenship, Social and Economics Education*, 28-29, 26-38.
- Turner, L., & Ash, J. (1975). *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- Vázquez, F. J. C. (2010). ¿Turismo versus desarrollo? Una perspectiva crítica de las interacciones entre turismo y desarrollo. *TURYDES Turismo Y Desarrollo Local Sostenible*, 3(7). <https://revistaturydes.com/index.php/turydes/article/view/1609>
- Van den Berghe, P., & Keyes, C. (2011). Introduction tourism and re-created ethnicity. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 343-352.
- Verdeguer, P. E. (2005). Turismo en Marruecos: retos y oportunidades. *Política Exterior sobre la internacionalización de la economía española*, 33, 119-126.
- Zemni, S., & Bogaert, K. (2011). Urban renewal and social development in Morocco in an age of neoliberal government. *Review of African Political Economy*, 38(129), 403-417. <https://doi.org/10.1080/03056244.2011.603180>

Documenti ufficiali:

Banque Européenne d'Investissement. (2024). *Projet de Développement Urbain De Zenata – Rapport de conclusions du Mécanisme de Plaintes (N° SG/E/2022/19)*. Banque Européenne d'Investissement (BEI). https://www.eib.org/attachments/complaints/sg-e-2022-19-zenata-urban-development-project-rapport-de-conclusions_fr-fp.pdf

Beaulieu Zenata Eco-cité. (n.d.). *Brochure Beaulieu Zenata Eco'cité*. Tratto da Beaulieu Zenata: <https://beaulieuzenata.ma/#zenata> (consultato il 20 agosto 2025)

Bigio, A. G., & Licciardi, G. (2010). *The urban rehabilitation of medinas: The World Bank Experience in the Middle East and North Africa (Urban Development Series No. 9)*. The World Bank.
<https://documents1.worldbank.org/curated/en/479461468152969198/pdf/549350NWP0UDS910Box349431B01PUBLIC1.pdf>

CDG Développement. (n.d.). *Zenata Ecocity*. Tratto da CDG Développement: <https://cdgdev.ma/projets/ecocite-zenata> (consultato il 13 agosto 2025)

Central Intelligence Agency. (2014). *The CIA World Factbook 2015*. Skyhorse Publishing.

Centre Régional d'Investissement. (n.d.). *The Investment Charter*. Tratto da Centre Régional d'Investissement: <https://casainvest.ma/en/investment-charter?utm.com> (consultato il 3 agosto 2025)

Dalberg, A. (2019). *Stop the Flood of Plastic: How Mediterranean countries can save their sea* [Report]. WWF Mediterranean Marine Initiative.
https://www.wwf.fr/sites/default/files/doc-2019-06/20190607_Rapport Stoppons le torrent de plastique_WWF-min.pdf

EGIS Aménagement - DGPI; NOVEC. (2014, ottobre). *Etude d'impact sur l'environnement naturel, humain et socio-économique: Projet d'aménagement de la ville nouvelle ZENATA [Report]*. Tratto da Bab Zenata: <https://babzenata.ma/wp-content/uploads/2024/03/etude-d-impact-sur-l-environnement-naturel-humain-et-socio-economique-zenata.pdf>

Fédération Nationale du Tourisme. (n.d.). *Mémoire relatif au bilan stratégique de la Vision 2010*. Casablanca: Fédération membre de la CGEM.

- Gouvernement du Royaume du Maroc & Confédération Générale des Entreprises du Maroc. (2001). *Accord d'Application de l'Accord Cadre 2001-2010*. Agadir: Gouvernement du Royaume du Maroc & CGEM.
- Hanin, M., & Al-Drisi, 'a.-R. (2024). *Taqrīr al-mağmū'a al-mawḍū'ātiyya al-mu'aqqata al-mukallafa bi-l-tahḍīr li-l-jalsa al-sanawiyya li-munāqaṣat wa-taqyīm al-siyāsāt al-'umūmiyya fī al-mağāl al-siyāhī* [Report]. Rabat: al-Mamlaka al-Maghribiyya.
- ILO. (2017). *ILO guidelines on decent work and socially responsible tourism*. Geneva: International Labour Office (ILO).
- ILO. (n.d.). *Decent Work*. Tratto da ILO: <https://www.ilo.org/topics/decent-work> (consultato il 20 aprile 2025)
- Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication (n.d.). *Le Maroc, leader en termes d'investissements touristiques en Afrique (ONU Tourisme)*. Tratto da Royaume du Maroc: <https://www.maroc.ma/fr/actualites/le-maroc-leader-en-termes-dinvestissements-touristiques-en-afrique-onu-tourisme> (consultato il 29 giugno 2025)
- Ministère de l'Inclusion Économique, de la Petite Entreprise, de l'Emploi et des Compétences (2024, Dicembre 27). *Augmentation SMIG SMAG 2025*. Tratto da Ministère de l'Inclusion Économique, de la Petite Entreprise, de l'Emploi et des Compétences: <https://miepeec.gov.ma/fr/augmentation-smig-smag-2025/> (consultato il 15 giugno 2025)
- Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire. (2025). *Feuille de route*. Tratto da Ministère du Tourisme, de l'Artisanata et de l'Economie Sociale et Solidaire: <https://mtaess.gov.ma/fr/tourisme/feuille-de-route/> (consultato il 4 agosto 2025)
- Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire. (2011). *Vision 2020 : Stratégie de développement touristique du Maroc*. Rabat: Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT).
- Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire. (n.d.). *Produits touristiques*. Tratto da Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire: <https://mtaess.gov.ma/fr/tourisme/produits-touristiques/> (consultato il 26 giugno 2025)

- Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et Solidaire. (n.d.). *Chiffres Clés*. Tratto da Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et Solidaire: <https://mtaess.gov.ma/fr/chiffres-cles/> (consultato il 24 luglio 2025)
- Mohammad VI. (2001, gennaio 10). *Discours devant les participants aux Assises Nationales du Tourisme*. Tratto da Portail National des Collectivités Territoriales: <https://collectivites-territoriales.gov.ma/fr/discours-et-messages-royaux/discours-de-sm-le-roi-mohammed-vi-devant-les-participants-aux-assises> (consultato il 15 luglio 2025)
- Observatoire du Tourisme. (2013). *Le tourisme en chiffres 2012*. Casablanca.
- OCDE. (2005), *Rapport annuel de l'OCDE 2005*. Paris: Éditions OCDE.
<https://doi.org/10.1787/annrep-2005-fr>. (consultato il 20 aprile 2025)
- Office National Marocain du Tourisme. (n.d.). *Morocco. Kingdom of light.* . Tratto da Visit Morocco: <https://www.visitmorocco.com/kingdom-of-light/en/> (consultato il 3 agosto 2025)
- Green Destinations (2024). *Green Destinations: Top 100 2024 Stories. Targeted and Sustainable Mosquito Control at Saidia Resort*. Tratto da Green Destinations : <https://www.greendestinations.org/wp-content/uploads/2024/09/Top-100-2024-GPS-Saidia-Targeted-and-Sustainable-Mosquito-Control-at-Saidia-Resort.pdf>
- SAPST. (2022, febbraio). *Taghazout Bay: Destination authentique et écoresponsable*. Tratto da Taghazout Bay: https://www.taghazoutbay.ma/uploads/pages/Exe_Plaquette_Taghazout_VF_Fevrier_2022.pdf (consultato il 29 maggio 2025)
- SAPST. (2022). *Taghazout Bay: Une destination balnéaire d'exception – Dossier de presse*. Société d'Aménagement et de Promotion de la Station de Taghazout (SAPST).
- SAPST. (n.d.). *Amazingh*. Tratto da Taghazout Bay: <https://www.taghazoutbay.ma/en/evenements/amazingh> (consultato il 29 maggio 2025)
- SAPST. (n.d.). *Events*. Tratto da Taghazout Bay: <https://www.taghazoutbay.ma/en/evenements/tagha-souk> (consultato il 29 maggio 2025)

- SAPST. (n.d.). Investir à Taghazout Bay. Tratto da Taghazout Bay: <https://taghazout-bay.ma/fr/invest/zones-ao> (consultato il 22 settembre 2025)
- SAPST. (n.d.). *Taghazout Bay*. Tratto da Taghazout Bay: <https://www.taghazoutbay.ma> (consultato il 29 maggio 2025)
- SAPST. (n.d.). *Taghazout Bay, éco-station*. Tratto da Taghazout Bay: <https://taghazoutbay.ma/fr/content/decouvrir-la-station>
- SAPST. (n.d.). *SAPST*. Tratto da Taghazout Bay: <https://www.taghazoutbay.ma/fr/content/sapst> (consultato il 30 maggio 2025)
- SAPST. (n.d.). *World Bodyboard*. Tratto da Taghazout Bay: <https://www.taghazoutbay.ma/en/evenements/world-bodyboard> (consultato il 29 maggio 2025)
- SAZ. (2014). *Projet de ville nouvelle de Zenata: Cadre de Politique de Réinstallation*. Société d'Aménagement de Zenata.
- SMIT. (n.d.). *Banque de Projets Tourisme*. Tratto da Banque de Projets Tourisme: <https://banqueprojets tourisme.ma/> (consultato il 10 agosto 2025)
- Green Destinations (2024). *Green Destinations: Top 100 2024 Stories. Targeted and Sustainable Mosquito Control at Saïdia Resort*. Tratto da Green Destinations: <https://www.greendestinations.org/wp-content/uploads/2024/09/Top-100-2024-GPS-Saïdia-Targeted-and-Sustainable-Mosquito-Control-at-Saïdia-Resort.pdf> (consultato il 5 marzo 2025)
- U.S. Department of State, Bureau of Economic and Business Affairs. (2000). *Country Reports on Economic Policy and Trade Practices: Morocco*. U.S. Department of State.
- UNCTAD. (2001). *Resultados de la Reunión de Alto Nivel sobre el Turismo y el Desarrollo en los Países Menos Adelantados*. UNCTAD. https://unctad.org/system/files/official-document/aconf191bp_4.sp.pdf
- UNEP. (n.d.). *Tourism*. Tratto da UN Environment Programme: <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/responsible-industry/tourism>

- UNEP, World Tourism Organization. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. United Nations environment Programme and World Tourism Organization. UN Environment Programme.
[https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable %20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&amp%3BisAllowed=](https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&amp%3BisAllowed=)
- Unit for Housing and Urbanization, Graduate School of Design, Harvard University; Agence pour la Dedensification et la Rehabilitation de la Medina de Fes. (1999). *Case study : Fez, Morocco - Rehabilitation of the Fez Medina*. Washington D.C.: World Bank Group.
- UNWTO. (n.d.). *Global Code of Ethics for Tourism*. Tratto da Unwto:
<https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (consultato il 15 marzo 2025)
- UNWTO. (n.d.). *Glossary of tourism terms*. Tratto da Unwto:
<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (consultato il 12 gennaio 2025)
- UNWTO. (n.d.). *Sustainable development*. Tratto da UN Tourism:
<https://www.unwto.org/sustainable-development> (consultato il 14 febbraio 2025)
- UNWTO, SMIT. (2025). *Tourism Doing Business: Investing in Morocco*. Tratto da UN Tourism: <https://www.unwto.org/investment/tourism-doing-business-investing-in-morocco> (consultato il 24 maggio 2025)
- World Bank. (2006). *Maroc: programme Villes Sans Bidonvilles. Rapport finale: analyse a impact social et sur la pauvreté*. Washington DC: World Bank.
- World Bank. (2021). *Morocco Overview*. World Bank.
<https://www.worldbank.org/en/country/morocco/overview> (consultato il 4 aprile 2025)
- World Travel & Tourism Council. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact 2024: Morocco*. WTTC.

Fonti non accademiche:

- 7NewsMorocco. (2024, dicembre 12). *Tourism: How Morocco plans to welcome 26 million visitors by 2030*. Tratto da 7 News Morocco: <https://en.7news.ma/tourism-how->

- [morocco-plans-to-welcome-26-million-visitors-by-2030/#:~:text=Minister%20Ammor%20also%20highlighted%20the,now%20more%20abundant%20than%20ever](#) (consultato il 14 marzo 2025)
- Ahman, S. (2020, marzo 07). *Tahqīq ṣaḥāfī: la 'nat Tāghāzūt*. Tratto da Lakome: <https://lakome2.com/enquete/162523/> (consultato il 5 maggio 2025)
- Alami, A. (2004). *Tourisme marocain: l'éternel espoir*. El Jadida: Imprimerie Najah.
- Aldar.ma. (2023, dicembre 28). *Mašhad ṣādim wa-mu'aththir ... šāhid 'amaliyyat hadm manāzil bi-qaryat Tifnīt al-siyāḥiyya* [video]. Tratto da Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=t3uYQa198fI&ab_channel=Aldar.ma%D8%A7%D9%84%D8%AF%D8%A7%D8%B1 (consultato il 2 agosto 2025)
- Anderson, S. (2024, settembre 05). *Hotel CEOs prioritize their own paychecks, not improvements for workers or their companies*. Tratto da Inequality.org: <https://inequality.org/article/hotel-ceos-prioritize-their-own-paychecks-not-improvements-for-workers-or-their-companies/>. (consultato il 20 marzo 2025)
- Ansa. (2025, giugno 20). *In Marocco 7,2 milioni di turisti in 5 mesi, è record*. Tratto da Ansamed: https://www.ansa.it/ansamed/it/notizie/rubriche/turismo/2025/06/20/in-marocco-72-milioni-di-turisti-in-5-mesi-e-record_a4b451a1-5a8b-4756-b67a-6ce377bc7eaf.html#:~:text=Ammor%2C%20ha%20esaminato%20la%20Roadmap,che%20tutte%20le%20regioni%20del (consultato il 29 luglio 2025)
- Asmlal, A. (2020, febbraio 16). *Séisme à «Taghazout bay»: instructions royales pour la reconstruction de plusieurs édifices*. Tratto da le360: <https://fr.le360.ma/politique/seisme-a-taghazout-bay-instructions-royales-pour-la-reconstruction-de-plusieurs-edifices-208884/> (consultato il 4 maggio 2025)
- Aujourd'hui le Maroc. (2003, maggio 29). *Taghazout : 20 % du Plan Azur*. Tratto da Aujourd'hui le Maroc: <https://aujourd'hui.ma/focus/taghazout-20-du-plan-azur-29809> (consultato il 25 maggio 2025)
- Ben Mahfoudh, N. (2024, gennaio 23). *Maroc: les habitants du village d'Imsouane, réputé pour ses plages de surf, chassés de leurs maisons*. Tratto da RFI: <https://www.rfi.fr/fr/afrique/20240122-maroc-habitants-village-imsouane-plages-de-surf-peche-chass%C3%A9s-de-leurs-maisons> (consultato il 14 luglio 2025)

Benhda, T. (2023, maggio 16). A‘naf al-maḥattāt al-irhābiyya allatī hazzat al-Maghrib munḍu 1994. Tratto da *Hespress*:

<https://www.hespress.com/%D8%A3%D8%B9%D9%86%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AD%D8%B7%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B1%D9%87%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%8A-%D9%87%D8%B2%D9%91%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%BA-87326.html> (consultato il 1 novembre 2024)

Benmansour, S. (2009, aprile 20). *Taghazout : l’Etat marocain résilie la convention avec Colony Capital*. Tratto da La Vie Éco: <https://www.lavieeco.com/affaires/taghazout-letat-marocain-resilie-la-convention-avec-colony-capital-13482/> (consultato il 6 maggio 2025)

Berber Travel Adventures . (n.d.). *Berber Travel Adventures* . Tratto da Berber Travel Adventures : <https://berberadventures.com/> (consultato il 27 luglio 2025)

Bogaert, K. (2015, giugno 4). *Paradigms Lost in Morocco: How Urban Mega-Projects Should Disturb our Understanding of Arab Politics*. Tratto da Jadaliyya: <https://www.jadaliyya.com/Details/32156> (consultato il 2 agosto 2025).

Bouzalem, K. (2025, febbraio 27) *Jirāfāt al-hadm tazīl al-bināyāt al- ‘ašwā’iyya ‘alā šātī’ Taghāzūt shamāl Akādīr*. Tratto da Agadir Today: <https://agadirtoday.com/ar/%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%81%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%87%D8%AF%D9%85-%D8%AA%D8%B2%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B4%D9%88%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9/> (consultato il 10 maggio 2025)

Certification QSE. (n.d.). *Conseil Qualité*. Tratto da Certification QSE: <https://www.certification-qse.com/conseil-qualite/> (consultato il 3 luglio 2025)

Challenge.ma (2012, Novembre 7). *Tourisme – Vision 2020 : Le Maroc à la carte*. Tratto da Challenge.ma: <https://archive.challenge.ma/tourisme-vision-2020-le-maroc-a-la-carte-2292/> (consultato il 2 agosto 2025)

- Change.org. (2024, gennaio 17). *Halt the Demolition of Imsouane's Coastline and Town in 24 HOURS!!* Tratto da Change.org: <https://www.change.org/p/halt-the-demolition-of-imsouane-s-coastline-and-town-in-24-hours> (consultato il 2 agosto 2025)
- Collas, A. (2023, agosto 2). *Au Maroc, des spots de surf menacés par le tourisme de luxe et le béton*. Tratto da Le Monde: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2023/08/02/taghazout-bay-n-a-rien-a-voir-avec-l-esprit-surf-au-maroc-des-spots-menaces-par-le-tourisme-de-luxe_6184261_3212.html (consultato il 16 luglio 2025)
- Collas, A. (2024, gennaio 31). *Dans le sud du Maroc, des villages de pêcheurs rayés de la carte*. Tratto da Le Monde: https://www.lemonde.fr/afrique/article/2024/01/31/dans-le-sud-du-maroc-des-villages-de-pecheurs-rayes-de-la-carte_6214089_3212.html (consultato il 16 luglio 2025)
- Com'ese. (2024, Settembre 9). *Saidia Resorts, première destination en afrique à rejoindre l'organisation "Green Destinations"*. Tratto da La vie éco: <https://www.lavieeco.com/comese/saidia-resorts-terre-de-beautes-au-coeur-de-la-perle-bleue-premiere-destination-en-afrique-a-rejoindre-lorganisation-green-destinations/> (consultato il 2 febbraio 2025)
- Country Reports. (2024). *Interview with HE Fatim-Zahra Ammor, Minister of Tourism, Handicrafts and Social and Solidarity Economy of Morocco*. Tratto da Country Reports: <https://country-reports.net/interview-with-he-fatim-zahra-ammor-minister-of-tourism-handicrafts-and-social-and-solidarity-economy-of-morocco/#:~:text=First%2C%20we%20are%20enhancing%20Morocco%E2%80%99s,operators%20to%20boost%20sales%20and> (consultato il 10 luglio 2025)
- De Mazières, M. (1937). *Promenades à Marrakech*. Paris: Horizons de France.
- Debove, L. (2024, febbraio 29). *Au Maroc, des villages berbères et commerces rasés pour le tourisme de luxe*. Tratto da La Relève et La Peste: <https://lareleveetlapeste.fr/au-maroc-des-villages-berberes-et-commerces-rases-pour-le-tourisme-de-luxe/> (consultato il 20 luglio 2025)
- Dupuy, C. (2025, febbraio 23). *The hidden costs for locals behind Morocco's urban and tourist development*. Tratto da Middle East Eye :

<https://www.middleeasteye.net/news/hidden-costs-locals-behind-morocco-urban-and-tourist-development> (consultato il 19 luglio 2025)

Fondation Lyautey. (n.d.). *Biographie du Maréchal*. Tratto da Fondation Lyautey: <https://lyautey.fr/le-marechal-lyautey/biographie-du-marechal/> (consultato il 12 ottobre 2024)

Gide Loyrette Nouel. (2025, giugno 25). *Capex investments in Morocco: contractual management of the tax incentives between the owner and the contractor?* Tratto da GIDE: https://www.gide.com/en/news-insights/3-questions-a-wacef-bentaibi-et-julien-nouchi/?utm_source=chatgpt.com (consultato il 4 agosto 2025)

Goodwin, S. (2020, febbraio 15). *My Hunt for Accessible Recycling in Morocco*. Tratto da Morocco World News: <https://www.moroccoworldnews.com/2020/02/73709/my-hunt-for-accessible-recycling-in-morocco/> (consultato il 19 luglio 2025)

Green Globe. (n.d.). *Green Globe International Standard for Sustainable Tourism*. Tratto da Green Globe: <https://www.greenglobe.com/criteria-indicators> (consultato il 18 luglio 2025)

Green Globe. (n.d.). *History*. Tratto da Green Globe: <https://www.greenglobe.com/history> (consultato il 18 luglio 2025)

Green Globe. (n.d.). *Africa Members*. Tratto da Green Globe: <https://www.greenglobe.com/africa-members> (consultato il 18 luglio 2025)

Green Globe. (n.d.). *Criteria & Indicators*. Tratto da Green Globe: <https://www.greenglobe.com/criteria-indicators> (consultato il 18 luglio 2025)

Green Globe. (n.d.). *Our Green Globe Members*. Tratto da Green Globe: <https://www.greenglobe.com/green-globe-members> (consultato il 18 luglio 2025)

Halimi, A. (2020, febbraio 29). *Taghazout Bay 30 ans après*. Tratto da Libération: https://www.libe.ma/Taghazout-Bay-30-ans-apres_a116099.html (consultato il 10 maggio 2025)

Hamouchene, H. (2016). *The Ouarzazate solar plant in Morocco: Triumphant 'Green' capitalism and the privatization of nature*. *Jadaliyya*. <https://www.jadaliyya.com/Details/33115> (consultato il 20 novembre 2024)

- Il Viaggio che ti manca. (n.d.). *Villaggi Berberi*. Tratto da Il Viaggio che ti manca:
<https://www.ilviaggiochetimanca.com/cosa-vedere/marocco/villaggi-berberi>
 (consultato il 3 agosto 2025)
- Investir au Maroc. (n.d.). *Investir à Taghazout : la pépite immobilière du Maroc*. Tratto da
 Investir Au Maroc: <https://www.investiraumaroc.fr/immobilier/taghazout/>
 (consultato il 17 luglio 2025)
- Jaafar, N. (2020, febbraio 17). *Taghazout Bay : rappel à l'ordre royal*. Tratto da Lebrief.ma:
<https://www.lebrief.ma/4733-taghazout-bay-colere-royale-et-grande-operation-de-demolition/>? (consultato il 15 maggio 2025)
- Jazouli, Z. (2024, Agosto 23). *Avec 1,2 MT de déchets importés, Le Maroc devient-il la décharge de l'Europe?* Tratto da Hespress: <https://fr.hespress.com/383149-avec-12-mt-de-dechets-importes-le-maroc-devient-il-la-decharge-de-leurope.html> (consultato il 7 novembre 2024)
- Jessop, B. (n.d.). *Fordism*. Tratto da *Encyclopædia Britannica*.
<https://www.britannica.com/money/Fordism> (consultato il 13 ottobre 2024)
- Kadiri, G. (2017, agosto 29). *Avec l'éco-cité de Zenata, le Maroc veut créer un modèle pour les villes africaines*. Tratto da Le Monde:
https://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/08/29/avec-l-eco-cite-de-zenata-le-maroc-veut-creer-un-modele-pour-les-villes-africaines_5178122_3212.html#:~:text=Les%20habitants%20des%20bidonvilles%20ne.de%20ces%20habitants%2C%20soit%2050%C2%A0000%C2%A0perso
 (consultato il 10 agosto 2025)
- La Mamounia. (n.d.). *Since 1923*. Tratto da La Mamounia Marrakech:
<https://mamounia.com/en/since-1923.html> (consultato il 14 ottobre 2025)
- Le Matin. (2004, Settembre 29). *Projet d'aménagement de la station balnéaire de Saïdia: le groupe espagnol « FADESA » lance une campagne de promotion à Barcelone*. Tratto da Le Matin : <https://lematin.ma/journal/2004/Projet-d-amenagement-de-la-station-balneaire-de-Saidia--le-groupe-espagnol--FADESA-lance-une-campagne-de-promotion-a-Ba-Projet-d-amenagement-de-la-station-balneaire-de-Saidia--le-groupe-espagnol--FADESA-lance-une-campagne-d> (consultato il 25 febbraio 2025)

- Le Matin. (2006, febbraio 5). *Ambitions de Colony Capital à Taghazout*. Tratto da Le Matin: https://lematin.ma/journal/2006/Entreprise_Ambitions-de-Colony-Capital-a-Taghazout/58185.html (consultato il 7 maggio 2025)
- Le Matin. (2024, novembre 8). *Tourisme: lancement d'une banque de projets pour booster les investissements*. Tratto da Le Matin: <https://lematin.ma/economie/tourisme-lancement-dune-banque-de-projets/250545> (consultato il 23 luglio 2025)
- Le Riad Yasmine (2019). *Riad Yasmine Marrakech*. Tratto da Riad Yasmine: <https://www.riad-yasmine.com/> (consultato il 18 settembre 2025)
- Lemaizi, S. (2021, Settembre 27). *Demain, la fin du fleuve Moulouya?*. Tratto da Enass. La média des sans voix au Maroc: <https://enass.ma/2021/09/27/demain-la-fin-du-fleuve-moulouya/> (consultato il 4 marzo 2025)
- Les Éco. (2021, luglio 7). *Taghazout Bay: les ouvertures d'hôtels se multiplient à grande vitesse*. Tratto da Les Éco.ma: <https://leseco.ma/maroc/taghazout-bay-les-ouvertures-dhotels-se-multiplient-a-grande-vitesse.html> (consultato il 15 maggio 2025)
- Magreb Times. (2024, gennaio 20). *Imsuwān ... hadm wa-tašarrud usar (mā khallāw līnā wālu wa-līnā mutašarridīn)* [Video]. Tratto da Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=wrHC4OZTacY&ab_channel=MaghrebTimes (consultato il 15 agosto 2025)
- Mahyou, S. (2022, agosto 22). *Maroc : dans la station balnéaire de Taghazout, qui attire les surfeurs du monde entier, la jeunesse rêve d'exil*. Tratto da Middle East Eye: <https://www.middleeasteye.net/fr/reportages/maroc-taghazout-immigration-clandestine-europe-espagne-canaries-desespoir-harraga> (consultato il 20 maggio 2025)
- Maréchaud, C. (2008, Luglio 8). *Péril environnemental à Saïdia*. Tratto da RFI: http://www1.rfi.fr/sciencefr/articles/103/article_68374.asp (consultato il 7 marzo 2025)
- Maroc Diplomatique. (2023, luglio 22). *Fonds Mohammed VI: une approche Royale novatrice au service de l'investissement*. Tratto da Maroc Diplomatique: <https://maroc-diplomatique.net/fonds-mohammed-vi-une-approche-royale-novatrice-au-service-de-linvestissement/> (consultato il 7 aprile 2025)

- Marrakech Immobilier. (n.d.). *Actualités Immobilier Marrakech*. Tratto da Marrakech Immobilier : <https://www.marrakech-immobilier.com/prix-immobilier-evolution-prix-marche-marrakech/> (consultato il 4 agosto 2025)
- Medaghri Alaoui, H. (2017, giugno 22). *Taghazout Bay: exemple marocain de tourisme durable*. Tratto da Construction21: <https://www.construction21.org/france/articles/h/taghazout-bay-exemple-marocain-de-tourisme-durable.html> (consultato il 24 maggio 2025)
- Médias24. (2025, gennaio 11). *Marrakech réalise un record historique avec près de 4 millions de touristes en 2024*. Tratto da Médias24: <https://medias24.com/2025/01/11/avec-pres-de-4-millions-de-touristes-marrakech-realise-un-record-historique-en-2024/> (consultato il 3 aprile 2025)
- MEED Editorial. (2006, agosto 18). *Taghazout plan takes shape*. Tratto da MEED: <https://www.meed.com/taghazout-plan-takes-shape/> (consultato il 1 luglio 2025)
- Monbiot, G. (2012, giugno 22). *How “Sustainability” Became “Sustained Growth”*. Tratto da Monbiot: <https://www.monbiot.com/2012/06/22/how-sustainability-became-sustained-growth/> (consultato il 12 agosto 2025)
- Murtah, S. (2024, Gennaio 23). *Al- ‘Āmilūn bi-qīṭā’ al-siyāḥa fī al-Maghrib yu ‘ānūna hashāsha mufrāṭa – niqāba*. Tratto da Āškāyn: <https://www.achkayen.com/515356/.html> (consultato il 15 aprile 2025)
- Najim, A. (2004, marzo 13). *Al-Maghrib yulḡī ‘aqdan ḍaḥaman ma ‘a šarikat Dallat al-Baraka*. Tratto da Īlāf: <https://elaph.com/Web/Archive/1079186010450100200.htm> (consultato il 29 aprile 2025)
- Nichan. (2025, marzo 2). *Ba ‘da yawmayn min inṭilāqihā.. ḥamlat hadm wāsi ‘a li-mabānin ḡayr qānūniyya fī Taghāzūt*. Tratto da Nīshān: <https://nichan.ma/292063/> (consultato il 27 luglio 2025)
- Prosper, R. (1919). *Le Maroc*. Paris: Librairie Hachette.
- Senhaji, M. (2023, novembre 22). *Taghazout Bay: encore des projets pour muscler l’offre de la station balnéaire*. Tratto da Le Matin: <https://lematin.ma/economie/taghazout-bay-des-projets-pour-muscler-loffre-de-la-station-balneaire/201728> (consultato il 23 maggio 2025)

- SNRT News. (2025, marzo 14). *Le barrage de Moulay Abdellah atteint son plus haut niveau depuis 2014*. Tratto da SNRT News: <https://snrtnews.com/fr/article/le-barrage-de-moulay-abdellah-atteint-son-plus-haut-niveau-depuis-2014-116513> (consultato il 16 luglio 2025)
- Soldner, E.S. (2025, gennaio 23). *Quand le Maroc fait le ménage sur son littoral, à grands coups de bulldozer*. Tratto da Sur la plage.com: <https://www.sur-la-plage.com/articles/quand-le-maroc-fait-le-menage-sur-son-littoral-a-grands-coups-de-bulldozer-554.php> (consultato il 10 luglio 2025)
- Tali, K. (2023, novembre 21). *Développement durable: La durabilité ancrée dans l'ADN de Taghazout Bay*. Tratto da Aujourd'hui le Maroc: <https://aujourdhui.ma/economie/developpement-durable-la-durabilite-ancree-dans-ladn-de-taghazout-bay> (consultato il 3 giugno 2025)
- Teuler, P. (2024, novembre 23). *Maroc: Démolitions en série sur le littoral*. Tratto da Seatizens: <https://seatizens.org/maroc-demolitions-en-serie-sur-le-littoral/> (consultato il 3 luglio 2025)
- The view from Fez. (2017, Luglio 11). *The Saga of Palais Jamaï Continues!* Tratto da The view from Fez: <http://riadzany.blogspot.com/2017/07/the-saga-of-palais-jamai-continues.html> (consultato il 14 ottobre 2024)
- The World Counts. (n.d.). *Negative Enrimental Impacts of Tourism*. Tratto da The World Counts: <https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/transport-and-tourism/negative-environmental-impacts-of-tourism>. (consultato il 16 febbraio 2025)
- Toutate, I. (2025, marzo 9). *UNWTO: Morocco is a Prime Destination for Tourism Investors*. Tratto da Morocco World News: <https://www.moroccoworldnews.com/2025/03/181552/unwto-morocco-is-a-prime-destination-for-tourism-investors/> (consultato il 27 maggio 2025)
- TTG Italia. (2023, novembre 7). *L'ambizione del Marocco: 26 milioni di visitatori entro il 2030*. Tratto da TTG Italia: <https://www.ttgitalia.com/notizie-estere/188448-lambizione-del-marocco-26-milioni-di-visitatori-entro-il-2030-NATG396597> (consultato il 20 luglio 2025)

Ubigreen. (n.d.). *Label HQE: la certification verte*. Tratto da Ubigreen:

<https://www.ubigreen.com/2024/09/05/label-hqe/> (consultato il 20 aprile 2025)

Zejly, B. (2019, giugno 28). *Station Saïdia: Le détail de la nouvelle offre touristique* . Tratto da Médias24: <https://medias24.com/2019/06/28/station-saidia-le-detail-de-la-nouvelle-offre-touristique/> (consultato il 28 febbraio 2025)