

# Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020

Rabat, Aout 2013

# ■ **Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020**

**I** Bilan de la vision 2010

**II** Vision 2020 : contexte et démarche

**III** Ambition et Objectifs

**IV** La stratégie Vision 2020 :

- ▶ Portefeuille et positionnement
- ▶ Programmes et projets structurants
- ▶ Plans nationaux d'accompagnement
- ▶ Gouvernance nationale et régionale

# ■ Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020

## I Le tourisme en chiffres

II Vision 2020 : contexte et démarche

III Ambition et Objectifs

IV La stratégie Vision 2020 :

- Portefeuille et positionnement
- Programmes et projets structurants
- Plans nationaux d'accompagnement
- Gouvernance nationale et régionale

## Le secteur du Tourisme en quelques chiffres

**Nombre de visiteurs** : près de 10 millions par an

**Nombre de nuitées** : 17,5 millions de nuitées dans les établissements touristiques classés

**Durée moyenne de séjour** : 3,8 avec une dépense moyenne de 900USD

**Capacité hôtelière** : près de 200.000 lits

**Recettes en devises** : 59 milliards de Dhs (1<sup>er</sup> contributeur à la balance des paiements)

**Emploi** : près d'un demi million d'emplois directs (2<sup>ème</sup> employeur de l'économie marocaine)

**Poids économique** : 7,8 % du PIB National

**Investissement** : 2<sup>ème</sup> secteur des IDE (près de 17% des investissements étrangers)

## **Quelques facteurs clefs du succès du secteur du tourisme**

**Impulsion Royale dont bénéficie le secteur du tourisme depuis le lancement de la 1<sup>ère</sup> Vision en Janvier 2001**

**Fondamentaux solides et stabilité politique et économique du Pays**

**Atouts naturels et culturels du Pays, proximité des principaux marchés émetteurs**

**Partenariat exemplaire entre le secteur Public et le Privé**

**Mobilisation de l'ensemble des parties prenantes (pouvoirs publics, secteur privé...)**



**Augmentation de l'attractivité du Pays en tant que destination pour les opérateurs, mais aussi pour les investisseurs**

# ■ Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020

I Bilan de la vision 2010

## II Vision 2020 : contexte et démarche

III Ambition et Objectifs

IV La stratégie Vision 2020 :

- Portefeuille et positionnement
- Programmes et projets structurants
- Plans nationaux d'accompagnement
- Gouvernance nationale et régionale

# Le secteur touristique marocain et le Maroc dans son ensemble, sont en pleine transformation

## Le point de départ d'aujourd'hui pour le secteur est différent de celui de 2001

Le parcours réalisé jusqu'à aujourd'hui montre des avancées importantes, à poursuivre et à consolider

Cependant il existe des faiblesses persistantes qu'il convient de corriger en allant chercher des nouveaux leviers de croissance

## Le Maroc d'aujourd'hui n'est plus celui d'il y a 10 ans

Le tissu d'acteurs économiques se structure

Le niveau de vie de la population marocaine a évolué

Des ambitions sectorielles ont été définies

Le Maroc rentre dans un processus de régionalisation avancée

**Il est donc indispensable de renouveler notre stratégie à long-terme**

# 5 principes fondateurs pour la construction de la Vision 2020 et la définition de son ambition

## Hautes Orientations



I

- Capitaliser sur les acquis de la Vision 2010

II

- Passer à une démarche plus intégrée d'aménagement du territoire

III

- Valoriser les ressources les plus différenciées sur le territoire en répondant aux besoins des marchés les plus porteurs

IV

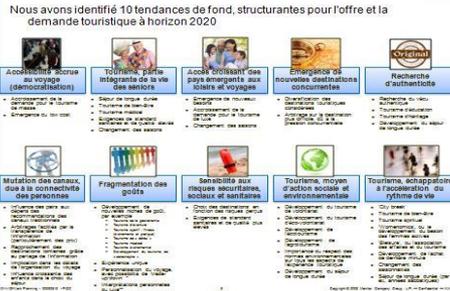
- Renforcer la qualité et l'excellence dans le secteur pour offrir une meilleure expérience touristique

V

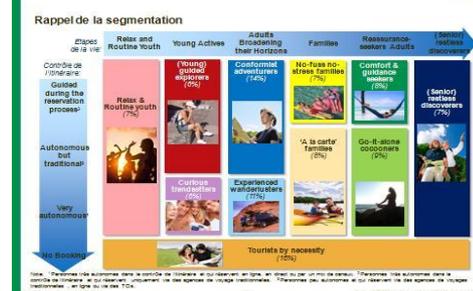
- Mettre le développement durable au cœur de la stratégie

# Une démarche de construction analytique exhaustive, rigoureuse, bottom-up et intégrée

## Macro-tendances du secteur du tourisme

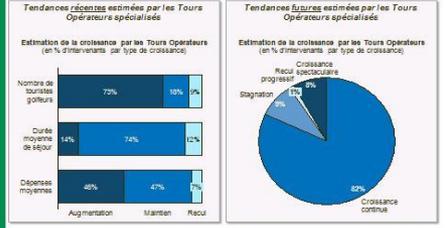


## Segmentation de la demande internationale, domestique et MRE

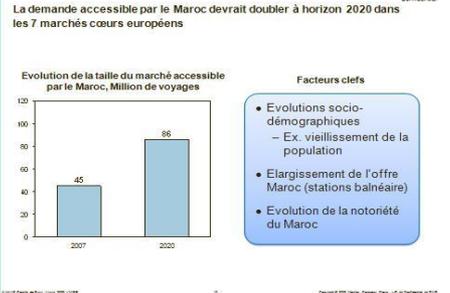


## Identification des opportunités de niche les plus pertinentes

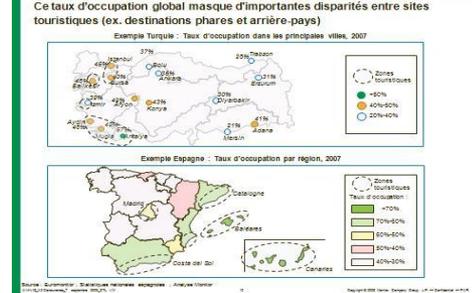
Les acteurs du marché confirment la tendance de croissance et d'attractivité du marché du golf



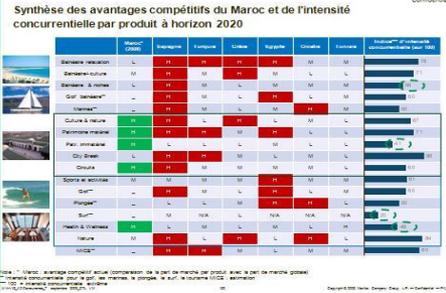
## Evolution de la demande accessible à horizon 2020



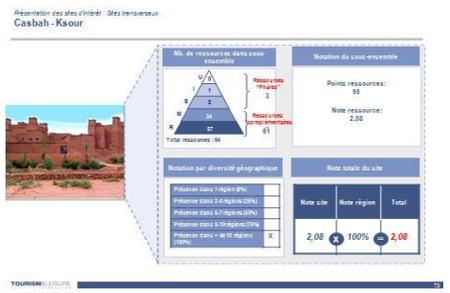
## Analyse concurrentielle à horizon 2020



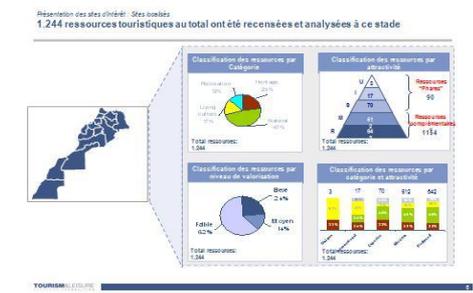
## Intensité concurrentielle par produit à horizon 2020



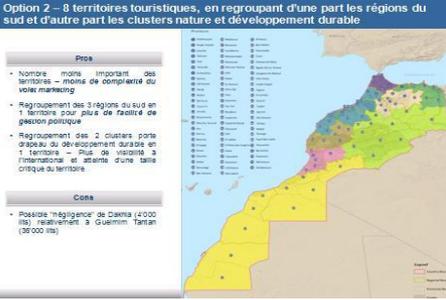
## Recensement des potentialités du Maroc



## Evaluation des potentialités du Maroc



## Segmentation du territoire du Maroc



# ■ Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020

I Bilan de la vision 2010

II Vision 2020 : contexte et démarche

**III Ambition et Objectifs**

IV La stratégie Vision 2020 :

- Un portefeuille diversifié avec un positionnement unique
- Des programmes touristiques et des projets structurants
- Des plans nationaux d'accompagnement
- Une nouvelle gouvernance nationale et régionale

## Ambition pour 2020

*« En 2020 le Maroc émergera parmi les 20 premières destinations mondiales touristiques et s'imposera comme une destination touristique de référence en matière de développement durable dans le pourtour méditerranéen »*

# Objectif pour 2020: Doubler la taille du secteur

**Doubler la capacité**  
d'hébergement touristique,  
avec la construction de  
**200.000 nouveaux lits**

**Doubler le nombre de**  
**touristes**, en doublant sa  
part de marché sur les  
principaux marchés  
européens traditionnels et en  
attirant 1 million de touristes  
des marchés émergents

**Tripler le nombre de**  
**voyages domestiques**,  
avec l'objectif de  
démocratiser le tourisme  
dans le pays



## Notre engagement pour 2020

*« Continuer à faire du tourisme l'un des moteurs du développement économique, social et culturel du Maroc »*

# ■ Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020

I Bilan de la vision 2010

II Vision 2020 : contexte et démarche

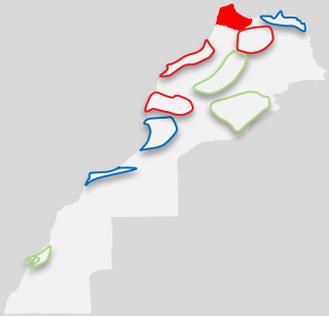
III Ambition et Objectifs

IV La stratégie Vision 2020 :

- Portefeuille et positionnement
- Programmes et projets structurants
- Plans nationaux d'accompagnement
- Gouvernance nationale et régionale

# Vision 2020

Un portefeuille diversifié avec un positionnement unique



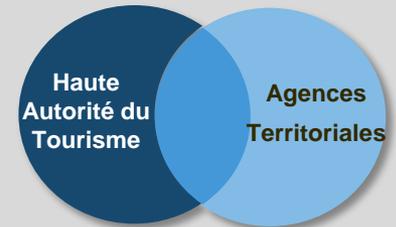
Des programmes touristiques et des projets structurants



Des plans nationaux d'accompagnement



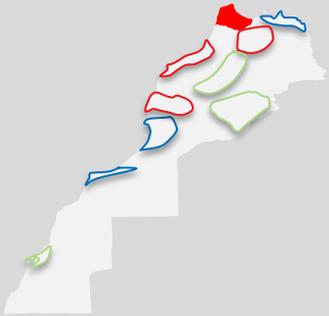
Une nouvelle gouvernance nationale et régionale



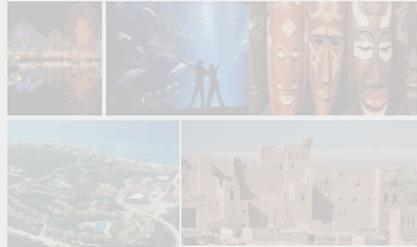
Matérialisation des chantiers de la Vision 2010

# Vision 2020

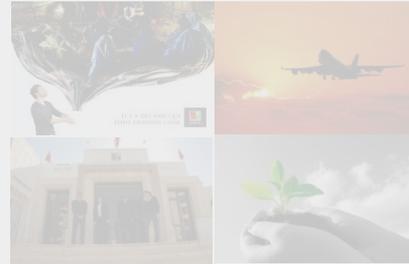
**Un portefeuille  
diversifié avec un  
positionnement  
unique**



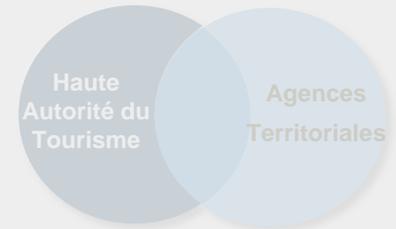
**Des programmes  
touristiques et des  
projets structurants**



**Des plans nationaux  
d'accompagnement**



**Une nouvelle  
gouvernance  
nationale et régionale**



**Matérialisation des chantiers de la Vision 2010**

# Stratégie Produit : Vision 2020

## Vision 2010

- L'ambition de la Vision 2010 a été de rééquilibrer le produit avec une ambition forte : le Plan Azur ...
- ... Visant à positionner le Maroc sur la marché du tourisme balnéaire

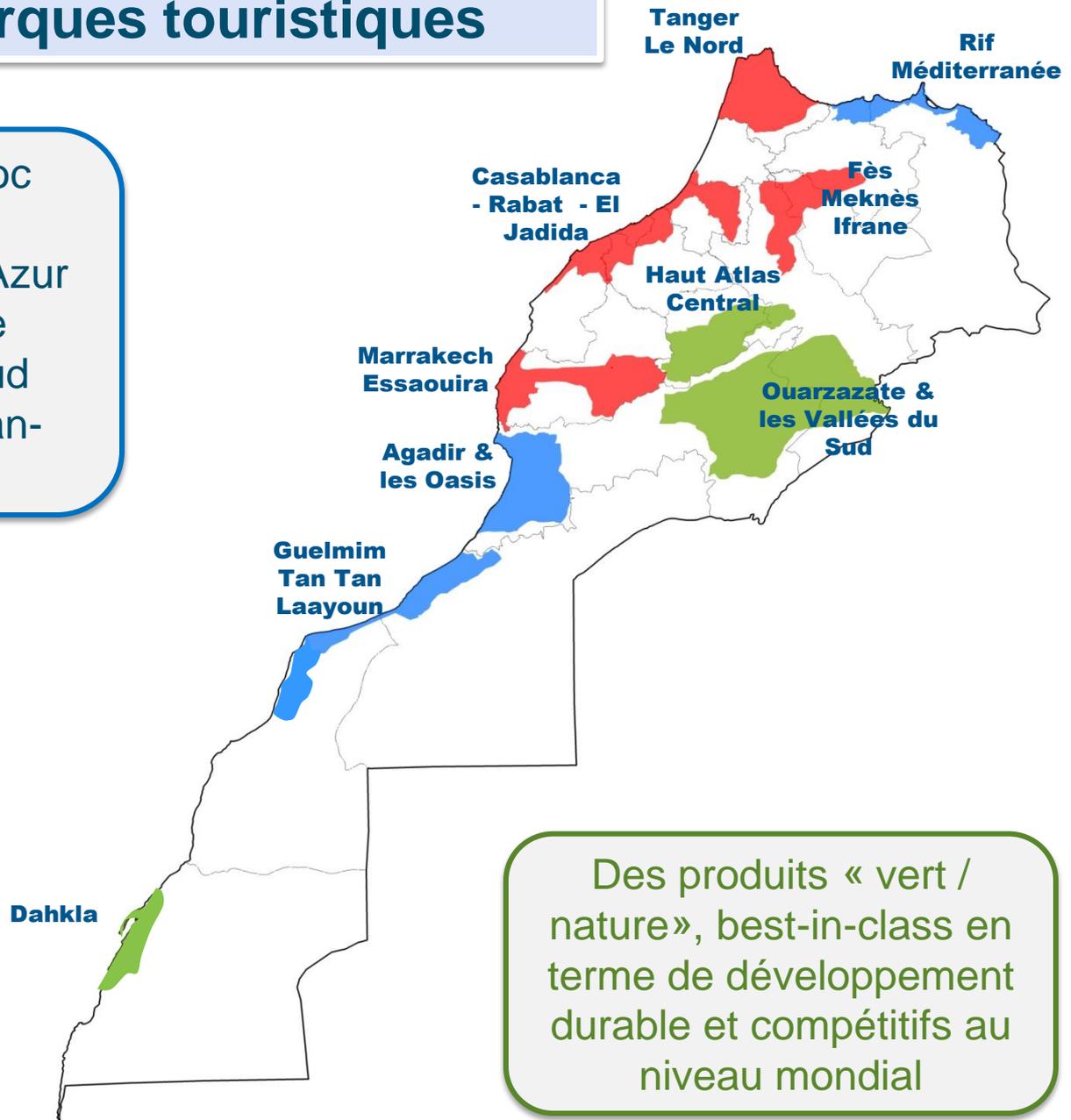
## Vision 2020

- **Consolider le positionnement balnéaire du Maroc**
  - En assurant la matérialisation du plan Azur
  - En créant de nouveaux relais de croissance dans le balnéaire désaisonnalisé
  - En renforçant le positionnement développement durable du balnéaire marocain
- **Renforcer son positionnement culturel**
  - En consolidant les destinations urbaines traditionnelles par une offre d'animations
  - En faisant émerger de nouveaux relais de croissance
- **Consolider le positionnement nature**
  - En diversifiant l'offre avec de nouveaux concepts (éco-resorts, ecolodges, etc.)
- **Renforcer l'offre de tourisme interne**
- **Déployer de nouveaux outils de soutien au secteur**

# Un vrai portefeuille diversifié en terme de destinations/marques touristiques

Une offre balnéaire Maroc consolidée à travers l'achèvement des projets Azur et le développement de nouveaux produits au sud d'Agadir et à Guelmim/Tan-Tan/Laayoune

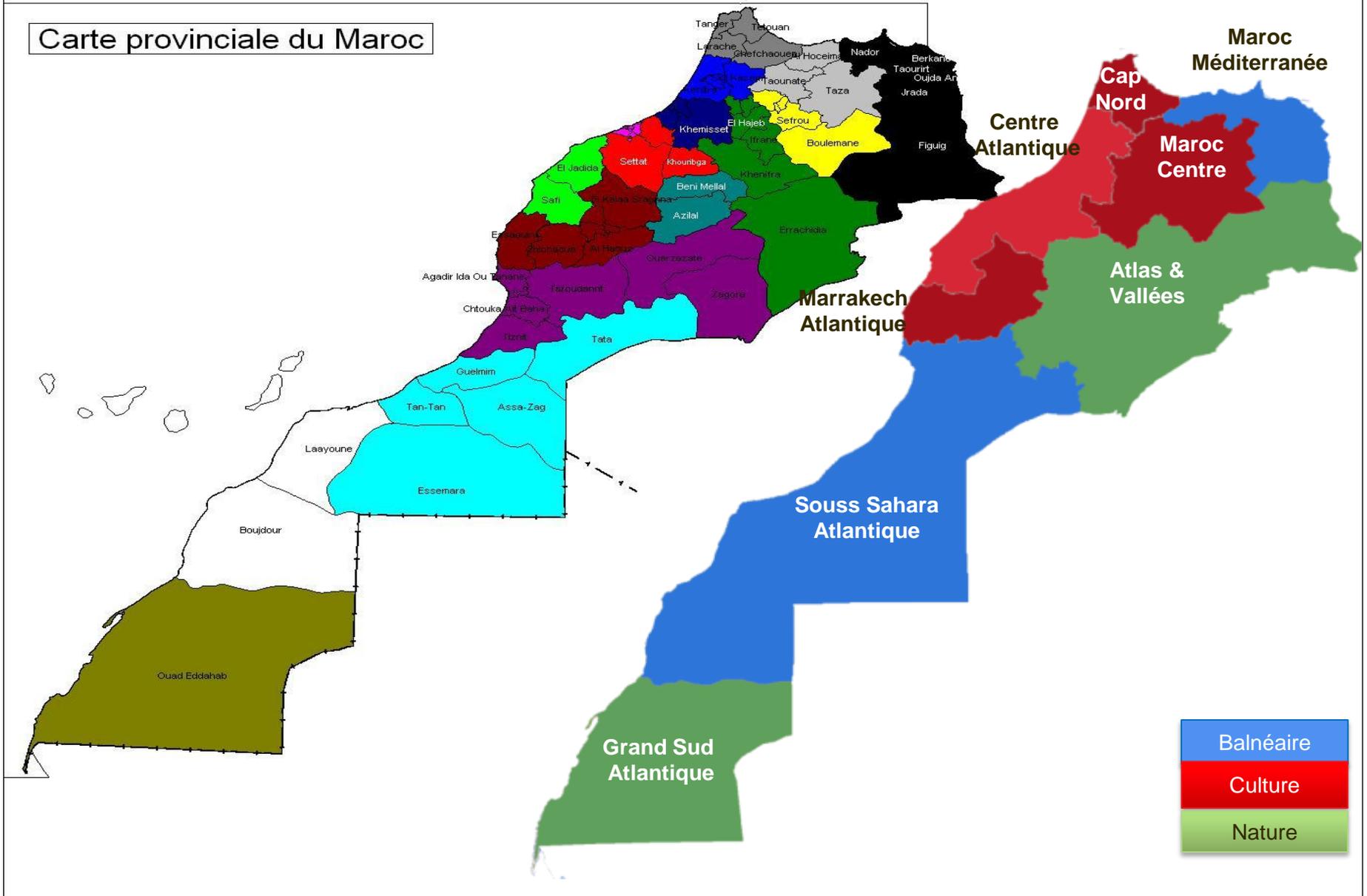
Une offre culturelle riche, à travers le développement de deux nouveaux pôles de croissance



Des produits « vert / nature », best-in-class en terme de développement durable et compétitifs au niveau mondial

# 8 territoires touristiques

Carte provinciale du Maroc



# Vision 2020

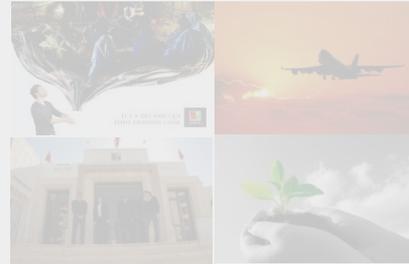
Un portefeuille  
diversifié avec un  
positionnement  
unique



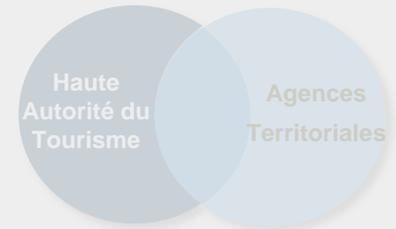
Des programmes  
touristiques et des  
projets structurants



Des plans nationaux  
d'accompagnement

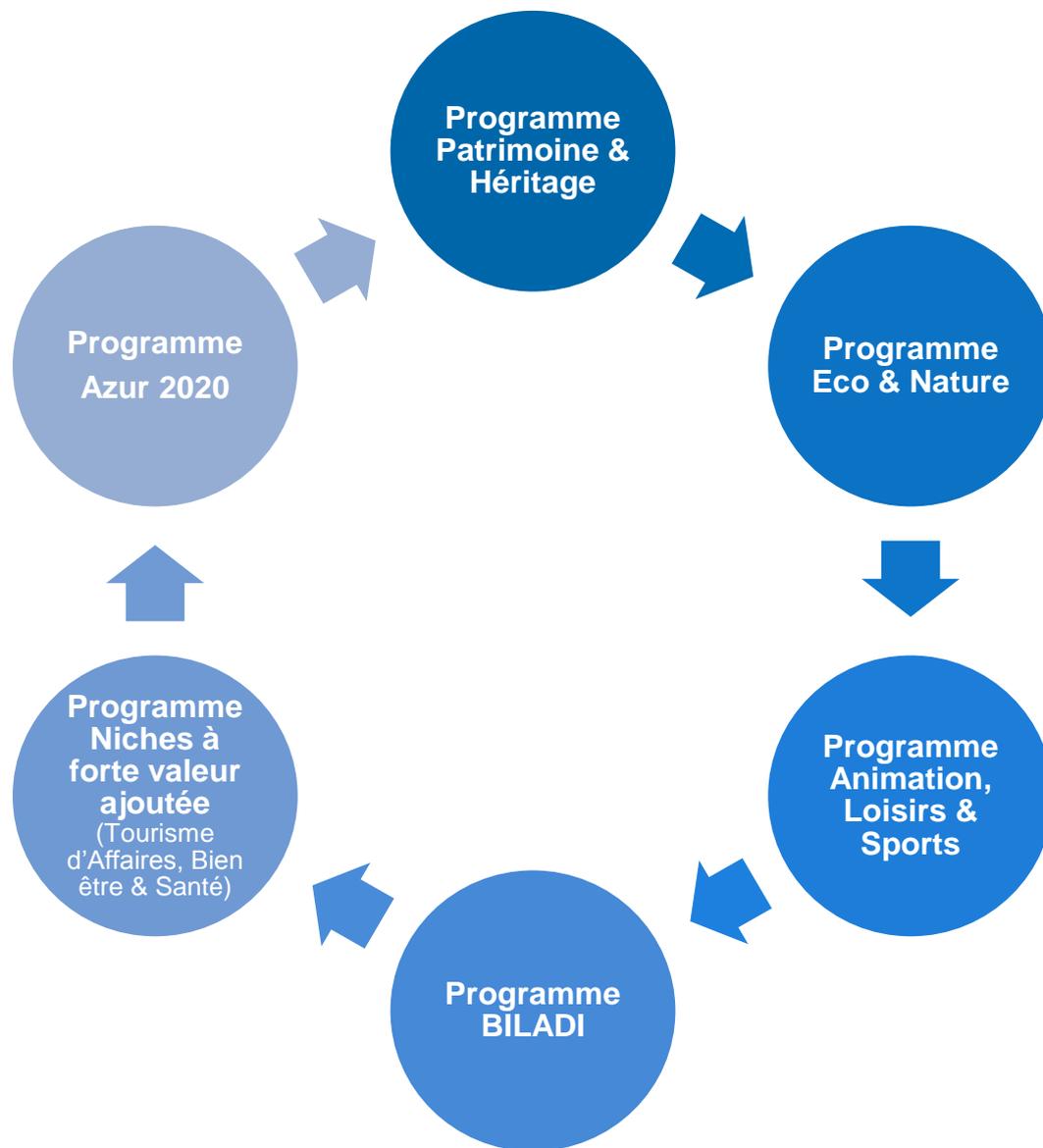


Une nouvelle  
gouvernance  
nationale et régionale



**Matérialisation des chantiers de la Vision 2010**

# 6 Programmes Structurants



## Objectif

Rééquilibrer l'offre au profit du balnéaire dans l'optique de construire une offre balnéaire Maroc compétitive au niveau international

## Concepts phares

Stations balnéaires intégrées « intelligentes »

## Consistance

- La diffusion au niveau des 8 territoires touristiques de nouvelles structures touristiques haut de gamme, respectueuses de l'environnement et intégrées dans leur environnement socioculturel, sous forme d'éco-stations, d'éco-resorts, de stations vertes, etc.
- La consolidation et la revalorisation des PAT par la mise en place de structures d'hébergements de petite taille telles que les gîtes et les éco-lodges pour les touristes à la recherche de dépaysement.
- Le développement de la première destination africaine « carbone neutre » au niveau du site de Ouarzazate en prenant appui sur la plateforme de production d'énergies pour compenser les émissions de CO2 générées par toutes les activités économiques et touristiques locales.

### Objectif

Valoriser les ressources naturelles et rurales tout en les préservant, et veiller au respect de l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil en leur offrant des avantages socioéconomiques

### Concepts phares

- Eco-stations, éco-resorts
- Stations vertes, resorts du désert
  - Pays d'Accueil Touristique
  - Destination carbone neutre

### Consistance

- Le parachèvement des différents projets de stations balnéaires lancés et leur repositionnement en vue de renforcer l'offre animation et loisirs et en vue d'intégrer davantage les différents aspects écologiques
- L'extension de certains projets structurants partiellement lancés au cours de la dernière décennie dont principalement Plage Blanche
  - Le développement de nouveaux resorts notamment au niveau du site d'Aghroud au Nord d'Agadir.

### Objectif

Valoriser l'identité culturelle du Maroc à travers la structuration et la valorisation du patrimoine matériel et immatériel du Royaume et la construction des produits touristiques cohérents et attractifs

### Concepts phares

- Circuits d'interprétation
- Société de Revalorisation Touristique du Patrimoine
  - Grands musées
- Fondation des Festivals de Traditions

### Consistance

- La réhabilitation et la reconversion des monuments historiques du pays en préservant leur identité architecturale et la conception de circuits d'interprétation parcourant les médinas des grandes villes impériales du Royaume.
- La création d'une société de revalorisation touristique du patrimoine pour mettre à profit l'héritage architectural du Royaume (kasbahs, ksours, ryads, fondouks, palais d'hôte, greniers, ...) par sa transformation en hébergement haut de gamme authentique caractérisé par un fort cachet culturel.
- La mise en place de grands musées de classe internationale permettant d'offrir aux touristes une découverte et une interprétation du patrimoine historique et culturel du Royaume.
  - L'essaimage d'une offre d'animation fondée sur les arts et sur le patrimoine immatériel comprenant de nombreux festivals. Les festivals de traditions des différentes régions du Maroc qui perpétuent des traditions ancestrales seront gérés par la Fondation des Festivals de Traditions.

### Objectif

Créer une offre d'animation riche, variée et complémentaire aux infrastructures touristiques de base, afin de consolider l'offre touristique marocaine, la rendre plus attractive et plus compétitive

### Concepts phares

- Parcs d'attraction et parcs thématiques
  - Cités de loisirs intégrées
  - Centres sportifs et de loisirs

### Consistance

- La construction de parcs d'attraction inspirés des plus grandes références mondiales du secteur ludique et proposant un large panel d'activités et d'animations diurnes et nocturnes pour un public varié (familles, adultes, adolescents, MICE, ...). A titre d'exemple, un resort thématique autour du thème du cinéma est prévu à Ouarzazate (« Ouarzazate Cinema Resort »). Le programme prévoit également la création d'un parc thématique sur la culture du Maroc à Marrakech sous la forme d'un mini-Maroc.
- La mise en place de cités de loisirs intégrées aux stations balnéaires d'Agadir et de Saïdia, accessibles à un public large et totalement intégrées à leurs environnements (plans d'eau, montagnes, désert, ...).
- La création de centres sportifs et de loisirs de grande envergure, pour renforcer la visibilité de certains sites au niveau international (Saïdia, Ifrane,...)

**Objectif**

- (i) Capter un tourisme d'affaire et prolonger son séjour à travers l'organisation des synergies avec les segments sports et bien-être, animation et culture et
- (ii) Faire du Maroc une nouvelle destination internationale du bien-être et de la santé

**Concepts phares**

- Parcs d'expositions et centres de congrès
- Concepts de bien-être et de détente à base de produits du terroir
- Centres de santé

**Consistance**

- La consolidation de l'offre MICE à travers l'édification de structures importantes permettant l'accueil d'évènements d'envergure internationale, tels que des centres de convention et des espaces d'exposition. Ces structures hors normes, permettront en outre de présenter une architecture unique leur permettant d'être des emblèmes contribuant au rayonnement des villes les intégrant.
- L'impulsion de nouveaux concepts de bien-être et de détente reposant sur une approche écologique et mettant à profit les richesses du terroir marocain (argan, cactus, sable et argile : spas de luxe, hammams authentiques, centres balnéo-ludiques,...).
- L'aménagement de stations thermales et de centres de santé dans les environs de Fès (station thermale de Moulay Yacoub) et Ifrane pour proposer une offre « santé et confort » aux touristes marocains et étrangers notamment seniors.

### Objectif

Répondre aux attentes des marocains en leur offrant un produit adapté tenant compte de leurs habitudes et de leur manière de voyager

### Concepts phares

- Stations Biladi
- Villages de vacances plein air

### Consistance

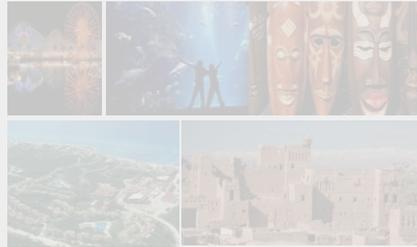
- La consolidation et l'achèvement des initiatives lancées dans le cadre du plan Biladi lancé au cours de la dernière décennie. Une nouvelle station sera rajoutée au niveau du territoire « Centre Atlantique » avec comme principale composante d'animation, un parc d'attraction.
- La mise en place d'un plan national pour l'hôtellerie de plein air. Il s'agira 1) d'améliorer la qualité de l'offre actuelle à travers une opération pilote de la mise à niveau de 10 unités existantes et 2) de diversifier l'offre d'hébergement en créant de nouveaux villages de vacances en plein air tout en proposant des équipements d'animations et de loisirs.

# Vision 2020

Un portefeuille diversifié avec un positionnement unique



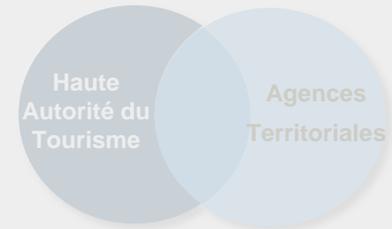
Des programmes touristiques et des projets structurants



Des plans nationaux d'accompagnement

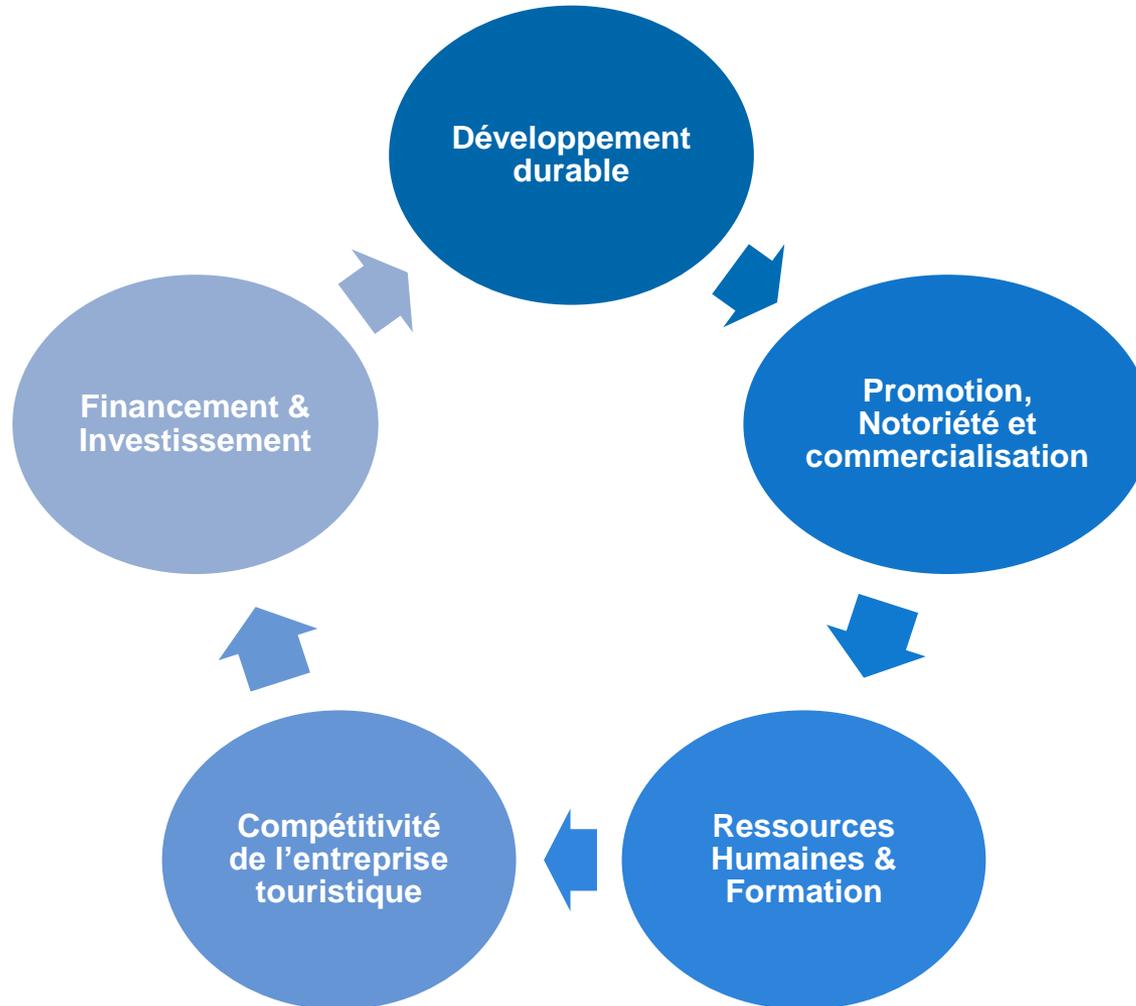


Une nouvelle gouvernance nationale et régionale



**Matérialisation des chantiers de la Vision 2010**

# Des Plans d'Accompagnements



## Défis

- **Assurer la durabilité** et la préservation des ressources naturelles du Maroc, le maintien de son authenticité et le bien être des concitoyens
- **Répondre à l'évolution des touristes** en termes de sensibilité sociale et environnementale

## Mesures

- Mise en place d'un **dispositif de pilotage et de veille de la durabilité touristique**:
  - Indicateurs de performance environnementale
  - Création d'instances de pilotage
  - **Renforcement des critères de durabilité** dans les réglementations
- Mise en place d'une **subvention environnementale** pour soutenir le développement des éco-territoires et des produits innovants best in class
- Mise en place d'une **stratégie marketing spécifique**

### Défis

- Renforcer la présence du Maroc sur ses marchés traditionnels
- Développer de nouveaux marchés et de nouveaux segments
- Positionner sur le plan international 6 nouvelles destinations touristiques
- Accompagner la mise sur le marché de 200.000 nouveaux lits
- Renforcer l'adéquation entre la capacité litière et l'aérien
- Multiplier par trois les voyages des nationaux

### Mesures

- **Effort substantiel du budget promotionnel de l'ONMT d'ici 2020**
- **Mise en place de budgets de promotion territoriaux au niveau des Agences de Développement Territorial**
- **Mise en place d'une stratégie Internet** pour accroître la visibilité des destinations

## Défis

- Un nouveau besoin de 130.000 jeunes à former
- Des enjeux quantitatifs par territoires
- Un nouveau palier qualitatif visant l'excellence
- S'adapter aux évolutions du secteur et à la diversification du produit
- Valoriser le secteur du tourisme auprès des jeunes Marocains
- Créer un cadre de Gestion de Ressources Humaines plus attractif

## Mesures

- **Émergence d'une nouvelle génération d'écoles de référence alignées aux standards internationaux en matière de formation:**
  - Repositionnement de l'Institut International de Tourisme de Tanger pour l'ériger en Institut de référence dans la Région
  - Création d'une **Ecole de Management Hôtelier** de référence internationale
  - **Émergence d'une école professionnelle de référence dans chaque territoire** pour former des techniciens d'excellence;
- Mise en place d'une **charte des ressources humaines** en vue d'améliorer l'attractivité du secteur
- Mise en place d'une **Commission Ressources Humaines** en charge du suivi de la politique nationale de formation

## Défis

- Positionner le Maroc comme une **destination compétitive au niveau internationale** en termes de **qualité des services et de l'accueil**
- **Consolider et professionnaliser l'ensemble de la chaîne de valeur touristique:** distribution, transport touristique, guidage, animation
- **Appuyer l'émergence d'un tissu de PME dynamique, moderne et capable d'offrir un service de classe internationale,** et s'appuyant sur toutes les nouvelles technologies et innovations

## Mesures

- **Mécanisme national intégré d'orientation et de soutien aux PME touristiques** pour accompagner la stratégie:
  - Appui et conseil spécialisé
  - Mécanisme de soutien à l'amélioration de la performance
  - Aide à l'accès au financement
- **Soutien à l'émergence d'acteurs intégrés dans la distribution des voyages** domestiques ou internationaux
- **Modernisation de la réglementation du secteur** pour accompagner l'évolution du secteur et encadrer les nouveaux métiers et nouveaux produits

# 4 Plan Financement & Investissement

## Défis

- Assurer un rythme soutenu et durable d'investissement pour accompagner la **croissance rapide de l'offre hôtelière** (+200,000 lits)
- Améliorer et favoriser l'accès aux investisseurs institutionnels et au crédit bancaire
- **Orienter les investissements vers de nouvelles destinations**
- **Réussir la diversification de l'offre**
- Dépasser les problèmes de disponibilités de foncier

## Mesures

- Création d'un **Fonds Marocain de Développement Touristique** qui aura un effet de levier pour l'investissement privé
  - il sera financé par une participation initiale de l'Etat et du Fonds Hassan II et sera à même de lever des capitaux importants nationaux et étrangers
  - il participera aux **projets touristiques stratégiques** (il permettra d'orienter les flux d'investissements vers de nouveaux types de produits et destinations)
  - La contribution à terme de l'État sera de 15 Milliards de Dh, avec un objectif de drainer 50 Milliards de dh du secteur privé
- Mise en place de **primes d'investissement pour orienter les investissements vers les zones émergentes et moins développées**
- **Mobilisation d'une enveloppe de 24 Milliards de dh de financement bancaire** pour les projets stratégiques répondant à un cahier des charges pré défini

## Cadre incitatif

### Aux aménageurs privés

Bases foncières à un prix incitatif ;  
Prise en charge par l'Etat des infrastructures «hors site»  
Exonération des droits d'importation pour les matériaux et outillages nécessaires à l'opération d'aménagement

### Aux Hôteliers

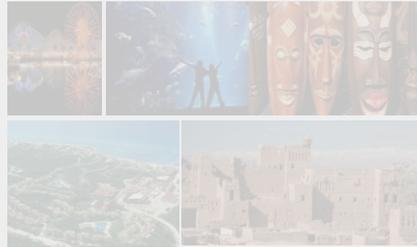
Subvention partielle de l'Etat du prix des terrains hôteliers;  
Exonération de l'Impôt sur les Sociétés ;  
Exonération de la TVA ;  
Exonération des droits d'importation pour les biens d'équipement ;  
Prise en charge partielle des frais de formation.

# Vision 2020

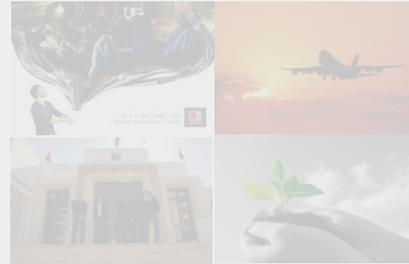
Un portefeuille diversifié avec un positionnement unique



Des programmes touristiques et des projets structurants



Des plans nationaux d'accompagnement

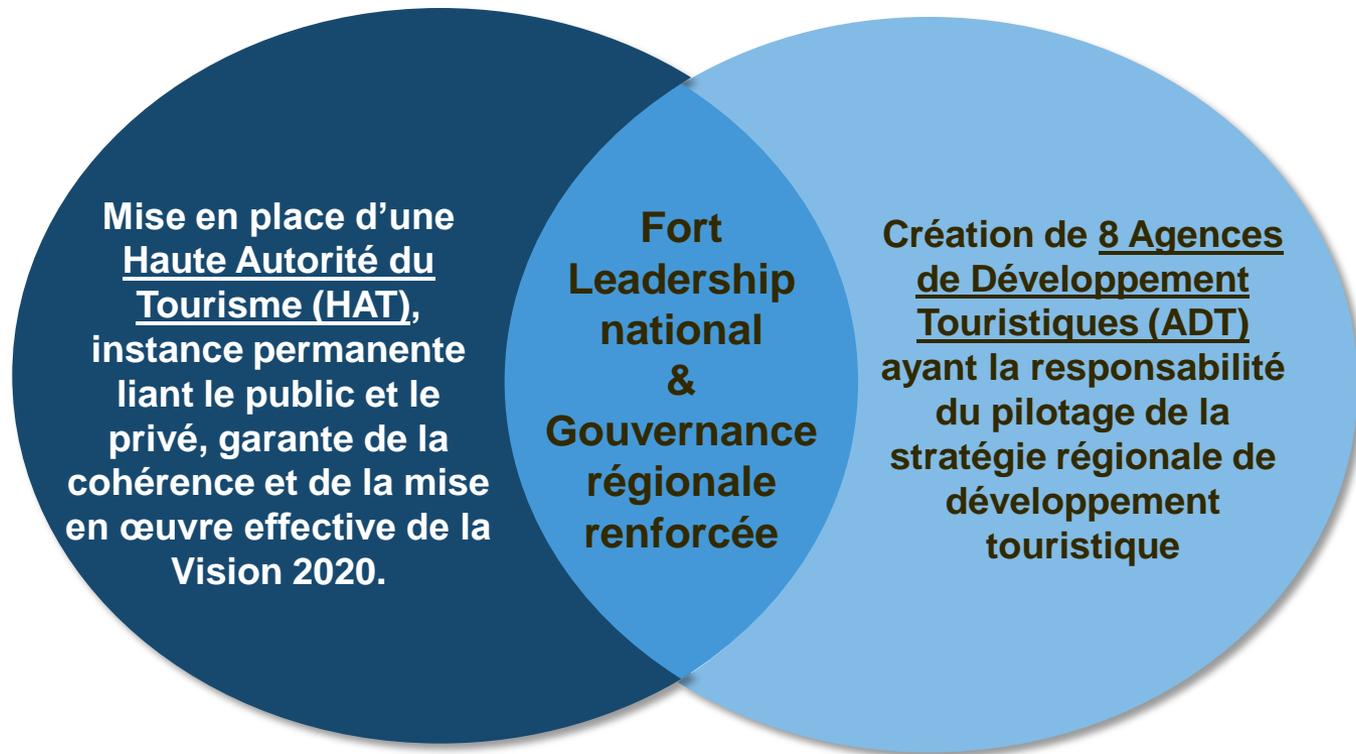


Une nouvelle gouvernance nationale et régionale



**Matérialisation des chantiers de la Vision 2010**

## Une nouvelle gouvernance institutionnelle du secteur en ligne avec les ambitions de la nouvelle vision



# Un mode de gouvernance innovant et adapté

## Haute Autorité du Tourisme (HAT)

**Pour** garantir la mise en œuvre effective de la Vision 2020

### Principales missions :

- Garantir la cohérence de la Vision à Long Terme et assurer le suivi de l'exécution de la Vision ;
- Proposer des mesures d'ajustements et d'arbitrage nécessaires à la mise en œuvre de la Vision 2020
- Coordonner et évaluer l'action des différents acteurs clés ;
- Contrôler et suivre l'exécution des contrats programme régionaux

## Agences du Développement Touristique (ADT)

**Pour** répondre à l'enjeu de la régionalisation et asseoir le leadership du tourisme à l'échelle régionale

### Principales missions

- Exécuter les contrats programme régionaux de leurs territoires respectifs via des contrats performances annuels
- Assurer la promotion et la commercialisation des territoires auprès des marchés ciblés
- Développer l'attractivité des territoires vis-à-vis des investisseurs
- Développer la compétitivité des territoires
- Accompagner et orienter les professionnels locaux du secteur