

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:***Ambitions et Stratégies******M.Sawsen ZIREK******Université Skikda***

Résumé : La contribution du tourisme dans l'économie marocaine ne cesse de croître depuis des décennies, cela réfère à des atouts naturels et culturels exceptionnels, mais aussi à la volonté politique qui a accordé toute son attention pour développer ce secteur transversal aux autres secteurs de l'économie. Aujourd'hui, le Maroc est classé parmi les destinations touristiques les plus sollicitées dans le monde, résultat des ambitions soutenues par des stratégies bien déterminées et structurées mis-en œuvre sous l'intitulées de la « Vision 2010 » et la « Vision 2020 », cette dernière qui vise à mettre le Maroc au bon classement mondial en adoptant un contexte de développement durable.

Mots clés : secteur touristique, ambitions, Vision 2010, Vision 2020, durabilité.

ملخص: منذ عقود ومساهمة السياحة في الاقتصاد المغربي في تزايد مستمر، ويعود ذلك إلى المقومات الطبيعية والثقافية الاستثنائية، إلى جانب إرادة سياسية منحت كل اهتمامها من أجل تنمية هذا القطاع المتقاطع مع القطاعات الأخرى للاقتصاد. ويحتل المغرب اليوم مرتبة مهمة ضمن الوجهات السياحية الأكثر طلبا في العالم، وهي نتيجة لطموحات مدعمة بتطبيق استراتيجيات محددة ومهيكلية والموسومة بـ "رؤية 2010" و "رؤية 2020"، هذه الأخيرة التي تهدف إلى تحسين التصنيف العالمي للمغرب في سياق التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: القطاع الفلاحي، طموحات، رؤية 2010، رؤية 2020، استدامة.

Introduction : Au fil des dernières décennies, le tourisme s'affirmait comme une industrie en pleine expansion de l'économie mondiale, ce secteur a connu un essor continu et diversifié qui dépasse celui des industries pétrolière, agroalimentaire ou automobile. Cette tendance de croissance est due à la diversification et la concurrence entre les destinations touristiques autour du monde. C'est dans ce contexte que le Maroc a décidé d'en profiter et gagner un rang avancé au classement mondial avec ces atouts naturels et culturels exceptionnels dans le pourtour de la méditerranée.

Depuis plus qu'une décennie, le Maroc est engagé dans une transformation profonde et accélérée dans tous les domaines pour construire un pays moderne et ouvert sur le monde en lui offrant une image touristique aimable et ambitieuse. Pour cela, le Maroc a mis en place des stratégies touristiques qui veillent à lui présenter comme destination mondiale d'excellence. Donc l'objet de cette étude est de présenter les stratégies touristiques marocaines choisies pour répondre à ces grandes mais réalistes ambitions, en posant la question suivante :

Quelles sont les stratégies touristiques choisies par le Maroc pour satisfaire ses ambitions et augmenter son attractivité tant qu'une destination touristique mondiale ?

La réponse sur cette question requiert la réponse aux questions suivantes :

- Quelles est l'importance du secteur touristique dans l'économie marocaine ?
- Quelles sont ses ambitions touristiques dans un contexte mondial évolutif de concurrence?
- Les stratégies choisies peuvent- elles réaliser ses ambitions ?

Le tourisme au Maroc : Une locomotive économique : Le secteur du tourisme est un secteur prioritaire de l'économie marocaine grâce à ses revenus importants reçus de toutes activités touristiques, cette importance due à plusieurs facteurs comme :¹

- La stabilité politique et économique du pays ;
- Les atouts naturels et culturels dont jouit le Maroc ;

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

- Pouvoir et volonté politique favorisant le développement du secteur touristique depuis le lancement de la nouvelle conception de promotion en janvier 2001, poursuite par les visions de 2010 et 2020 ;
- La collaboration entre toutes les parties prenantes qui se bénéficient du développement de ce secteur y compris les pouvoirs publics, le secteur privé...

1- Contribution au PIB : Ce secteur est le deuxième contributeur au PIB national avec une demande touristique qui représente environ 11,4 %, il contribue aussi à la diminution du chômage avec 515 000 emplois créés en 2016 soit près de 5 % de l'ensemble de l'emploi de l'économie.

Il est un important générateur de devises étrangères, qui cumulent près de 63,2 milliards de dirhams et représentent près de 19 % des exportations des biens et services et le solde de la balance des voyages a couvert 27 % du déficit de la balance commerciale en 2016, sans sous-estimé les transferts financiers des marocains résidents à l'étranger².

2- Arrivées touristiques : La contribution de recettes touristiques à l'économie réfère en premier lieu aux arrivées des touristes qui dépensent pour jouir leurs séjours, le tableau suivant illustre ces arrivées de touristes non- résidents :

Tableau 1 : Evolution des arrivées des touristes :

2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
4 278 120	9 288 338	9 342 133	9 375 156	10 046 264	10 282 944	10 176 762	10 331 731

Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, *Tourisme en chiffres*, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Ce tableau montre clairement qu'il y a une progression dans le nombre des touristes non résidents qui atteignent les 10 millions chaque année, ce qui prouve que la demande touristique est en plein d'expansion due à la diversité des produits touristiques offerts.

Le Maroc reçoit chaque année des touristes de différents pays émetteurs, comme le montre le tableau suivant :

Tableau 2 : Evolution par nationalité des arrivées des touristes aux postes frontières :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Touristes Etrangers	2 325 505	4 910 435	4 933 883	5 011 729	5 323 333	5 437 453	5 151 704	5 103 204
France	813 865	1 827 453	1 775 961	1 769 710	1 782 056	1 798 190	1 563 568	1 449 757
Espagne	232 245	726 540	693 255	730 882	682 834	683 761	626 896	615 720
Royaume-Uni	137 232	338 060	352 141	357 347	403 325	476 550	504 475	458 561
Belgique	79 918	221 371	258 620	255 290	272 593	267 308	243 815	238 984
Maghreb	63 989	155 550	174 417	219 280	270 227	213 675	195 214	209 823
Allemagne	211 039	205 417	219 576	199 349	237 852	255 124	286 328	260 255
Italie	142 426	233 224	211 405	196 186	234 912	254 209	227 961	219 334
Hollande	59 436	175 078	197 642	204 767	210 859	191 158	183 349	182 379
Moyen Orient	67 157	121 635	134 289	152 987	164 534	177 233	198 229	208 655
Etats Unis	121 068	135 376	130 427	140 045	160 033	167 267	181 468	197 858
Scandinavie	77 935	64 322	83 769	67 165	83 999	95 193	83 554	93 009
MRE	1 952 615	4 377 903	4 408 250	4 363 427	4 722 931	4 845 491	5 025 058	5 228 527
T Récepteur	4 278 120	9 288 338	9 342 133	9 375 156	10 046 264	10 282 944	10 176 762	10 331 731

Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, *Tourisme en chiffres*, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

L'Europe est le premier marché émetteur des touristes au Maroc à cause de la proximité géographique et la divergence substantielle des atouts naturels et culturels qui attirent ces touristes, où la France vient en premier rang suivi par l'Espagne et l'Allemagne puis les autres pays européens, le Maghreb et le Moyen orient ne représentent que 2 % à 3 % de la totalité des touristes reçus ce qui prouve la faiblesse du inter-tourisme entre ces pays. Le tableau illustre aussi la contribution majeure des marocains résidents à l'étranger (MRE) dans cette progression, ils représentent près de 50 % du total récepteur et ça augmente constamment.

3- La capacité litière et fréquentation hôtelière: À la fin 2016 le Maroc a compté 242 624 lits, une évolution de 11 290 lits par rapport à 2015 dont les hôtels 3*, 4*, 5* et les hôtels clubs constituant 58 % du total du parc de l'hébergement touristique classé³. Le tableau suivant illustre l'évolution de la capacité d'hébergement selon les catégories des hôtels :

Tableau 3 : Évolution par catégorie de la capacité hôtelière classée en lits :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hôtel 1*	5 246	10 022	10 488	12 339	13 950	14 406	14 574	14 862
Hôtel 2*	9 768	13 885	13 685	14 328	14 960	15 246	16 092	16 558
Hôtel 3*	17 925	24 964	25 768	27 397	27 825	29 127	30 132	30 978
Hôtel 4*	26 935	46 813	46 993	47 097	48 575	48 072	47 572	50 487
Hôtel 5*	15 006	27 525	30 187	32 231	32 320	33 643	35 217	37 308
Résidences Hôtelières	4 641	11 823	15 843	16 102	17 250	20 930	22 256	24 177
Clubs Hôtels	15 659	20 211	20 673	20 671	21 519	20 409	22 215	22 335
Maisons d'Hôtes	-	15 572	17 789	20 660	22 382	23 882	26 694	28 168
Autres*	-	3 204	6 448	9 266	13 193	15 896	16 582	17 751
Total	95 180	174 019	187 874	200 091	211 974	221 611	231 334	242 624

Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, *Tourisme en chiffres*, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Cette capacité d'hébergement qualifiée en voie de développement successivement mène à l'évolution des nuitées réalisées par ces touristes comme le prouve le tableau suivant :

Tableau 4 : Evolution par marché des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Non résidents	11 267 761	13 954 733	12 418 868	12 549 244	13 931 125	14 326 312	12 525 014	12 703 471
France	4 691 544	5 814 687	4 906 790	4 931 430	5 052 091	4 749 129	3 741 482	3 622 303
Royaume-Uni	544 767	1 345 539	1 339 620	1 360 602	1 518 319	1 719 944	1 726 408	1 762 780
Pays Arabes	379 387	638 137	698 113	921 331	1 092 162	969 995	1 022 608	1 088 664
Allemagne	1 833 759	946 341	944 227	909 077	991 489	1 190 061	1 345 079	1 270 357
Espagne	589 982	945 415	706 488	684 495	714 286	757 782	631 157	606 350
Belgique	452 420	589 450	641 355	590 669	659 138	639 845	535 764	502 913
Italie	750 212	657 050	460 409	368 660	401 112	430 607	271 701	217 935
Hollande	148 260	340 837	290 093	306 490	333 399	308 401	265 059	252 072
U S A	323 569	286 147	239 422	269 707	314 717	373 718	361 995	372 664
Russie	-	220 293	110 048	151 866	250 563	168 616	83 339	285 821
Scandinavie	449 989	141 899	183 703	105 512	149 422	196 333	155 110	158 214
Résidents	2 271 806	4 065 572	4 448 798	4 936 518	5 183 004	5 307 163	5 899 237	6 551 459
TOTAL	13 539 567	18 020 305	16 867 666	17 485 762	19 114 129	19 633 475	18 424 251	19 254 930

Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, *Tourisme en chiffres*, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Le nombre de nuitées évoluent proportionnellement avec l'évolution de nombre des touristes reçus, dans ce cas on peut calculer la durée moyenne de séjour dont il varie entre 2 et 3

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

jours. Cette durée était affectée par le nombre des nuitées des résidents par rapport aux non-résidents ce qui montre la contribution du tourisme international ou étranger par rapport à celui interne.

Cette capacité d'hébergement se diffère selon les zones touristiques comme le montre le tableau suivant :

Tableau 5 : Evolution par marché des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique par destination:

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Marrakech	3 786 467	6 357 486	5 754 482	5 918 055	6 513 577	6 727 532	6 260 132	6 638 486
Agadir	4 292 065	4 806 728	4 487 139	4 498 648	4 956 193	5 055 424	4 697 741	4 909 643
Casablanca	1 136 826	1 600 964	1 524 649	1 674 875	1 841 688	1 892 975	1 825 152	1 940 681
Tanger	612 638	818 346	815 886	862 649	920 410	932 777	906 032	989 611
Fès	720 983	820 800	643 790	644 391	770 750	823 120	724 369	682 421
Rabat	527 374	635 329	613 153	602 448	621 353	639 441	619 647	625 600
Essaouira-Mogador	102 343	309 132	350 701	399 246	472 035	484 595	418 716	413 497
Oujda-Saïdia	50 250	356 132	475 901	471 079	464 199	350 011	414 755	449 508
El Jadida-Mazagan	50 834	267 287	281 817	318 026	371 196	386 183	387 803	363 526
Ouarzazate	591 838	420 626	332 322	337 574	358 865	427 172	311 501	287 493
Tétouan	356 215	293 465	286 490	340 078	318 031	321 075	328 366	357 096
Meknès	192 002	249 073	211 110	200 557	216 530	219 076	209 538	199 007
TOTAL	13 539 567	18 020 305	16 867 666	17 485 762	19 114 129	19 633 475	18 424 251	19 254 930

Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Il paraît clairement dans tableau que Marrakech et Agadir sont les destinations touristiques les plus demandées par rapport aux nuitées réalisées, cela dépend de leurs atouts touristiques riches et diversifiés entre naturels et culturels, sans oublier l'attention accordée à ces destinations majeures par les autorités. Suivi par Casablanca, la capitale économique du pays qui compte elle-même des atouts importants correspondants à certains types de tourisme y compris le tourisme d'affaire, de congrès et de loisirs.

Certes, l'occupation litère de ces régions ne se diffère pas à celles des nuitées, le tableau suivant l'éclaircit :

Tableau 6 : Évolution par destination de la capacité hôtelière Classée en lits :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Marrakech	18 696	55 355	60 844	62 917	64 587	65 730	70 950	73 993
Agadir	21 494	29 506	31 774	34 164	34 968	37 405	38 021	38 800
Casablanca	7 750	13 732	14 170	15 344	16 273	16 629	17 245	20 037
Tanger	7 087	7 685	7 680	7 920	8 820	9 706	10 153	11 256
Fès	3 995	7 458	8 074	8 374	8 764	9 286	9 532	9 844
Ouarzazate	4 730	7 674	7 866	8 281	8 537	8 698	8 766	9 167
Oujda-Saïdia	1 651	5 514	6 731	7 205	8 105	8 259	8 343	8 457
Rabat	3 861	4 965	5 089	5 485	5 741	5 842	5 842	5 935
Tétouan	4 293	5 017	5 050	5 693	5 705	6 116	6 638	7 122
Essaouira-Mogador	1 286	4 313	4 817	5 153	5 280	5 562	5 876	6 090
Meknès	1 929	3 298	3 333	3 460	3 540	4 286	4 404	4 430
Ifrane	826	1 723	2 828	3 133	4 893	5 012	5 052	5 092
El Jadida-Mazagan	648	2 849	2 933	3 024	3 088	3 088	3 280	3 333
TOTAL	95 180	174 019	187 874	200 091	211 974	221 611	231 334	242 624

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Correspondant aux résultats précédents, Marrakech et Agadir, les destinations les plus attractives occupent ensemble presque la moitié de la capacité litère globale du pays, les autres destinations sont éloignées d'être comparables.

Stratégies touristiques au Maroc : Vision 2010 et Vision 2020 :

1- Vision 2010 :

1-1- Tout commençait par une décision : Grâce à une volonté politique réelle et ambitieuse le Maroc a mis en place des stratégies touristiques pour développer le secteur de tourisme, cela a commencé officiellement le 10 janvier 2001 avec le discours de sa Majesté le Roi Mohamed IV lors des assises nationales du tourisme à Marrakech, là où le Maroc a décidé de développer se secteur et s'intégrer dans une nouvelle politique de développement par la signature de l'accord cadre et l'accord d'application, et s'engager de mettre en œuvre un dispositif touristique appelé « la Vision 2010 ».

Cette vision a été optée par le Maroc pour promouvoir le secteur du tourisme et dynamiser le développement durable et intégré, cette vision focalise sur certains axes qui se rapportent à :⁴

- La diversification du produit touristique en prenant en compte la demande touristique, et plus précisément le produit balnéaire et culturel qui est le plus demandé grâce à la richesse du patrimoine et héritage culturel inexploité ou mal exploité, faute de l'absence des zones touristiques aménagées et animées qui respectent la demande touristique variée;
- Le renforcement de la formation dans un cadre de valorisation des ressources humaines et professionnalisation des métiers en introduisant des systèmes d'éducation et de motivation adéquats qui garantissent la qualité des prestations touristiques ;
- L'Organisation et l'exploitation du foncière par l'aménagement et la construction des assiettes dédiées au tourisme ;
- La libéralisation de l'aérien;
- Le développement du marketing en concluant des partenariats avec des tours opérateurs et professionnels;
- L'amélioration de l'environnement touristique.

La Vision 2010 a fixé des buts chiffrés comme :⁵

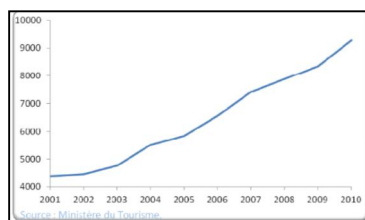
- L'atteinte de 10 millions de touristes dont 7 millions sont des touristes internationaux ;
- La création de 160 000 lits dont 130 000 lits balnéaires et 30 000 lits aux destinations culturelles, portant la capacité hôtelière nationale à 230 000 lits ;
- L'augmentation de l'investissement touristique en matière d'aménagements des nouvelles stations balnéaires, infrastructures, hôtellerie et animation afin d'atteindre 8 à 9 milliards d'euros ;
- L'atteinte du montant prévu de 48 milliards d'euros de recettes en devises ;
- La création de 600 000 nouveaux emplois dans tous les métiers de tourisme ;
- La formation au moins de 72 000 professionnels dans les métiers de l'hôtellerie et tourisme ;
- La progression de la contribution du tourisme au PIB en moyenne annuelle de 8,5 % pour arriver à près de 20 % à l'horizon 2010.

2- Réalisation et évaluation : Durant la période 2001-2010 le secteur du tourisme au Maroc a connu une véritable croissance cette mais influencée par la dépression générale de l'économie mondiale ce qui a mené des ruptures de la stratégie et a créé des écarts entre les buts assignés et ceux réalisés.

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

Les arrivées touristiques enregistrées en 2010 ont atteint près de 9,3 millions de touristes soit un écart de 7 % par rapport aux 10 millions ciblés par la stratégie.

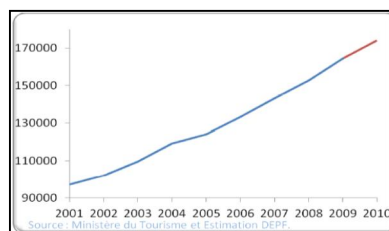
Graph 1 : Evolution annuelle des arrivées de touristes entre 2001 et 2010



Source : Royaume du Maroc, Ministère de l'économie et des finances, Direction des études et des prévisions financières DEPS/SAT, Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, Avril 2011, p 05, disponible sur le site électronique https://www.finances.gov.ma/Docs/2011/depf/1679_secteur_activitesavril_2011.pdf

Cette tendance baissière a caractérisé la capacité hôtelière aussi, qui a concrétisé 174 019 lits en 2010 soit un écart de 24 % par rapport aux 230 000 lits prévus dans la Vision 2010.

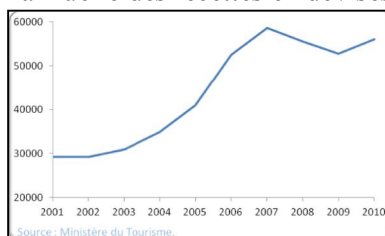
Graph 2 : Evolution annuelle de la capacité litière entre 2001 et 2010 :



Source : Royaume du Maroc, Ministère de l'économie et des finances, Direction des études et des prévisions financières DEPS/SAT, op.cit, p 06.

La participation du secteur touristique aux recettes en devises a atteint près de 56,1 milliards de Dirhams en concrétisant 82 % des objectifs assignés de la stratégie en la matière.

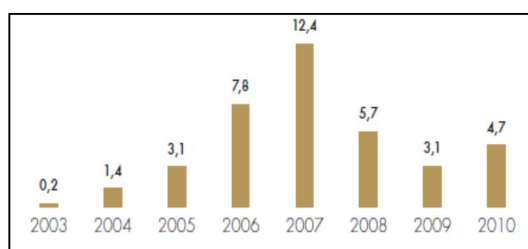
Graph 3 : Evolution annuelle des recettes en devises entre 2001 et 2010 :



Source : Royaume du Maroc, Ministère de l'économie et des finances, Direction des études et des prévisions financières DEPS/SAT, op.cit, p 06.

La « Vision 2010 » a bien influencé le volet d'investissement national et international, pour soutenir le secteur touristique classé parmi les trois premiers secteurs attractifs d'investissement. Le graphe suivant montre l'évolution des IDE touristiques jusqu'à 2010 :

Graph 4 : Evolution de l'Investissement Directs Etrangers dans le Tourisme (Milliards de DH) :



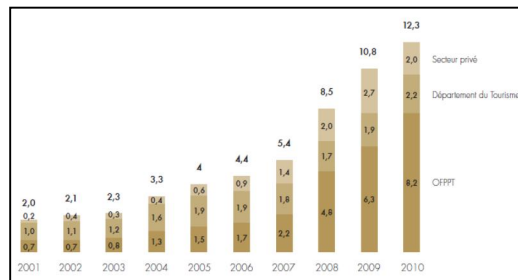
Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, op.cit, p 29.

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

La tendance baissière des investissements à partir de 2008 réfère à la situation économique mondiale qui a affecté négativement les montants injectés par les opérateurs internationaux conventionnés en la matière, pour cela, uniquement deux stations balnéaires ont été construites et opérationnelles depuis 2009, il s'agit de « Méditerranée Saïdia » et « Mazagan Beach Resort- El Jadida » parmi les six stations ciblées dans la « Vision 2010 ». Durant cette période deux autres n'ont été pas finis, il s'agit de « Mogador (Essaouira) » et « Port Lixus (Larache) » faute des difficultés financières qui les entravaient.

Au niveau de la formation professionnelle aux métiers de tourisme, le Maroc a adopté une politique volontariste impliquant le Ministère du Tourisme, l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPP), les acteurs privés de la formation, en coordination avec les Professionnels du secteur, cela a permis d'accroître le nombre des personnes formés à 12 300 contre 2 000 dans l'année 2001⁶.

Graph 5 : Evolution des lauréats de la formation touristique professionnelle entre 2001 et 2010 :



Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat,
Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, op.cit, p 28.

Au niveau régional, certaines destinations ont pu réaliser une croissance importante en matière de nuitées touristiques, Marrakech se positionnait en premier place avec 6,3 millions enregistrées en 2010, soit 35 % du total des nuitées enregistrées au Maroc. En deuxième place arrivait Agadir et ses environs nommés Souss- Massa- Draâ 5,8 millions soit une part de 33 % du total. Le poids des autres régions reste relativement faible par rapport aux deux premières régions. Et la même remarque concernant l'occupation litière où Marrakech gardait sa position avec un taux de 31,8 %.

Les résultats réalisés dans la « Vision 2010 » étaient éloignés de ceux prévus, néanmoins le développement touristique achevé a mis le Maroc au 25 rang mondial au terme de l'année 2010, et a permis de poser les premiers piliers d'une autre stratégie plus concertée qui est la « Vision 202 » qui vise à continuer faire le tourisme l'un des moteurs du développement économique, social et culturel au Maroc.

2- Vision 2020 :

2-1- Le tourisme est une priorité nationale : Depuis la « Vision 2010 », les stratégies nationales pour le tourisme se multiplient et évoluent dont l'ambition est de faire en sorte que le Maroc fasse partie, en 2020, des 20 plus grandes destinations mondiales, et s'impose comme une référence du pourtour méditerranéen en matière de développement durable, on parle de la « Vision 2020 ».

Cette vision impose une ambition qui fera émerger progressivement six nouvelles destinations touristiques afin de soutenir la croissance de « Marrakech » et « Agadir », les deux pôles internationaux déjà établis. Cette ambition va orienter les efforts fournis sur :⁷

- L'enrichissement de l'offre culturelle à travers le développement de deux nouveaux pôles de croissances en complétant l'offre actuelle centrée au pôle Marrakech- Essaouira ;
- La poursuite de la réalisation de l'investissement touristique autour du balnéaire sur le littoral Atlantique et Méditerranéen dans le cadre du « Plan Azur » ;

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

- La création d'une offre « Nature » complémentaire à travers des produits innovants de faible intensité touristique et de qualité élevée (éco- lodges, resorts du désert...)
- La mise en place de corridors thématiques pour valoriser les ressources naturelles et culturelles des régions et de promouvoir le tourisme dans les régions rurales ;
- La structuration d'une offre performante d'animation sur les huit destinations touristiques assignées en appuyant sur des initiatives publiques et associatives locales à travers un tissu des PME touristiques modernes et compétitives, et à travers la création des produits culturels et de loisirs de qualité internationale.

Concernant les ambitions chiffrées, la « Vision 2020 » vise à :⁸

- Doubler la taille du secteur avec la création de 200 000 lits hôteliers et assimilés ;
- Doubler les arrivées touristiques ;
- Tripler le nombre de voyages domestiques ;
- Créer 470 000 emplois directs ;
- Doubler les recettes touristiques pour atteindre 140 milliards DH ;
- Accroître le PIB touristique de 2 points.

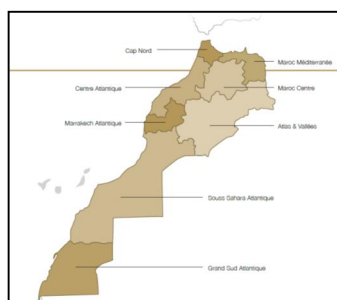
La concrétisation de cette ambition est fondée sur trois axes majeurs de développement :⁹

- Aménagement territorial de l'offre touristique ;
- Une nouvelle structure de gouvernance ou un nouveau schéma institutionnel;
- Une démarche intégrée de développement durable.

2-2- Le modèle de développement :

- L'aménagement territorial de l'offre touristique : La « Vision 2020 » a choisi 8 destinations touristiques différentes à développer ; deux destinations consacrées à l'offre balnéaire dans le cadre du programme « Azur », il s'agit de Souss- Sahara- Atlantique comprenant Agadir et son arrière pays, de Laâyoune et de Guelmim. La deuxième est Maroc Méditerranée avec les sites de Saïda, Marchida et Cala Iris. Ensuite, quatre destinations manifestent la culture et l'authenticité du Maroc à Marrakech Atlantique qui réunit Marrakech, Essaouira et Toubkal. Maroc Centre focalise sur la complémentarité de Fès, Meknes et Ifrane. Cap Nord ancré sur les sites de Tanger, Tétouan, Chefchaouen, Asilah et Larache. Centre Atlantique rassemble Casablanca, Rabat et El Jadida constituant la côte des affaires et des loisirs. Les deux dernières destinations célèbrent le tourisme durable au Maroc, il s'agit du Grand Sud Atlantique basé sur le site de Dakhla et Atlas et Vallées ancré sur Ouarzazate, les vallées et les oasis. Le schéma suivant les montre clairement :

Schéma 1 : Destinations touristiques du Maroc à la « Vision 2020 » :



Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat,

Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, op.cit, p 43.

Cet aménagement territorial sous forme de destinations touristiques a été fait pour réaliser certaines ambitions chiffrées montrées dans le tableau suivant :

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

Tableau 7 : Objectifs à horizon 2020 par destination :

Destinations	Arrivées de touristes	Capacité litière additionnelle	Création d'emplois directs	Recettes touristiques
Souss- Sahara- Atlantique	3,9 millions	75 000 lits	117 400	28 550 millions DH
Maroc Méditerranée	0,9 millions	17 800 lits	23 000	6 070 millions DH
Marrakech Atlantique	3,7 millions	26 000 lits	67 700	26 285 millions DH
Maroc Centre	2,8 millions	20 700 lits	74 500	19 300 millions DH
Cap Nord	2,8 millions	28 300 lits	76 000	19 745 millions DH
Centre Atlantique	3,8 millions	12 500 lits	63 700	24 190 millions DH
Grand Sud Atlantique	114 000	3 200 lits	4 260	820 millions DH
Atlas et Vallées	1,8 millions	10 600 lits	39 000	13 045 millions DH

Source : Etabli par l'auteur à partir de plusieurs renseignements.

Ce tableau montre la détermination des destinations touristiques dépendant de leurs atouts et leurs positionnements au secteur du tourisme, cette stratégie focalise sur la valorisation des deux destinations principales, qui sont Marrakech et Agadir, par le développement des six autres destinations afin de garantir une distribution légale de ce développement d'une part, et pour renforcer l'offre touristique d'une autre part.

- Un nouveau schéma institutionnel pour une régulation dynamique : Après la détermination des ambitions chiffrées de la « Vision 2020 », une mise en place d'un dispositif de planification, de coordination et de pilotage révèle autant qu'une nécessité indispensable, ce dispositif repose sur les éléments suivants :¹⁰
 - La mise en place d'une nouvelle architecture institutionnelle qui consacre la transversalité du secteur du tourisme, la territorialisation de sa stratégie de développement, et l'indispensable concertation entre le secteur public et le secteur privé au niveau national et régional, à travers la création de structures spécifiques de pilotage national et régional, qui seront notamment chargées de mettre en pratique les deux principes énoncés suivants :
 - L'adoption du principe de pilotage coordonné de tous les paramètres de l'équation touristique qui consistera à assurer, dans le temps et l'espace, la juste adéquation entre les capacités litières, la desserte aérienne, une main d'œuvre qualifiée et la mobilisation des budgets de promotion nécessaire au remplissage des capacités, mais également de s'assurer de la bonne adéquation entre le positionnement du territoire et celui de ses produits hôteliers avec les segments de clientèle visés, les réseaux de commercialisation utilisés et le type de desserte aérienne sollicité ;
 - Ainsi, la création de structures efficaces de pilotage national et territorial, engagées sur des objectifs qualitatifs et quantitatifs, et sur des méthodes de travail adéquates, devrait favoriser la maximisation des investissements au cours de la décennie en apportant les assurances d'un pilotage harmonieux de la nouvelle économie touristique.

L'adoption de ce nouveau schéma institutionnel a introduit la mise en place de certaines institutions pour garantir l'exécution de la nouvelle politique, il s'agit du Conseil National du Tourisme et des Agences de Développement Touristique progressivement créées dans les huit territoires. Ces institutions, en appuyant sur des missions bien définies, veillent sur le suivi et l'évaluation du programme de développement touristique au niveau national et régional afin d'augmenter l'attractivité et la compétitivité globale des territoires de manière harmonieuse.

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

- Une démarche intégrée de développement durable : La dimension sociale et environnementale est une tendance de plus en plus présente dans la politique touristique du Maroc, qui possède de potentiels remarquables pour promouvoir un modèle de tourisme responsable qui prend en considération les mesures permettant de confronter et gérer toutes les contraintes hydriques et énergétiques liées à l'activité touristique, et qui peuvent préserver les ressources naturelles et maintenir l'authenticité socioculturelle du pays en vue du tourisme de masse et la densité des touristes dans certaines destinations. L'adoption du contexte de durabilité dans la « Vision 2020 » a permis de fixer un seuil ajusté pour chaque destination et à ne pas dépasser pour éviter la dégradation des écosystèmes et tous impacts négatifs sur la communauté locale. Ces objectifs nécessitent la diversification de l'offre touristique en accordant aux touristes des expériences inoubliables entre la nature, ses populations, ses valeurs, sa culture et ses traditions¹¹.

Pour réussir ce modèle de développement, le Maroc a créé le Fond Marocain de Développement Touristique (FMDT) pour impliquer le volet de l'investissement ce qui va permettre d'instaurer la confiance des investisseurs et donner une impulsion aux grands chantiers portés par la « Vision 2020 ». Cette dynamique d'investissement sera consacrée à six programmes privilégiant le tourisme durable, qui sont :¹²

- Azur 2020 axé sur l'offre balnéaire ;
- Eco/Développement durable, visant à valoriser les ressources naturelles et rurales tout en les préservant ;
- Patrimoine & Héritage dont l'objectif est de valoriser l'identité culturelle du Maroc ;
- Animation, Sports & loisirs qui visent à créer une offre d'animation variée qui vient compléter les infrastructures touristiques de base ;
- Niches à forte valeur ajoutée en relation avec le tourisme d'affaires, le bien-être et la santé ;
- Tourisme interne « Biladi » qui va permettre de répondre aux attentes des Marocains en leur offrant un produit adapté.

Ces programmes seront soutenus par des stratégies de marketing, pilotage et d'évaluation et suivie pour garantir leurs réalisations, et par conséquent la réalisation de la stratégie de la « Vision 2020 » et ses ambitions.

Conclusion : Le secteur du tourisme au Maroc est une vraie locomotive de l'économie nationale, qui suit la tendance évolutive du marché mondial du tourisme, ce dernier l'oblige à se préparer pour se faire face à une concurrence très forte, soit par les pays voisins ou par l'Europe, le premier marché émetteur et qui possède lui-même des destinations touristiques exceptionnelles et de grande réputation mondiale qui occupent toujours les meilleurs rangs mondiaux, et c'est ici que le Maroc cherche à en tirer une place et occuper un rang parmi les 20 meilleures destinations au monde. Cette ambition requiert une stratégie intelligente à suivre, et qui prend en considération la nécessité d'améliorer tous les secteurs relatifs et connexes au tourisme.

Pour réaliser cette ambition, le Maroc a choisi une stratégie volontariste qui définit les grands axes à impliquer, la « Vision 2010 » était le premier pas réel de cette stratégie, elle formait un grand chantier qui a déterminé les produits touristiques, les marchés ciblés, l'importance de la formation des ressources humaines qui sont une partie sérieuse de l'offre touristique. Malgré l'achèvement de cette Vision avec des écarts en matière de réalisations, mais elle a bien inspiré les autorités de mettre en place une deuxième stratégie qui est la « Vision 2020 » plus ambitieuse et plus inclusive, une stratégie de régionalisation, de qualité et de développement durable, une stratégie qui réunit tous les acteurs économiques et démographiques à bâtir un pays moderne qui célèbre ces destinations touristiques remarquables en adoptant un concept de durabilité qui pourra constituer un avantage concurrentiel déterminant dans le pourtour de la méditerranée.

Le Maroc : Une étoile montante dans la planète du tourisme:

Marges:

¹ Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020, Rabat- Maroc, 2013, p 05, disponible le 16/11/2017 sur le site électronique : <https://www.icao.int/Meetings/Moroccan-Economic-Forum/Documents/TourismMaroc.pdf>

² Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

³ Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

⁴ Royaume de Maroc, Ministère de l'économie et des finances, Direction des études et des prévisions financières DEPS/SAT, Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, Avril 2011, p 05, disponible sur le site électronique : https://www.finances.gov.ma/Docs/2011/depf/1679_secteur_activitesavril_2011.pdf

⁵ La vision 2010, p p 09-10, disponible le 21/11/2017 sur le site électronique : <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538c8419e1dfe.pdf>

⁶ Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, p 28, disponible le 20/11/2017 sur le site électronique : www.orientalinvest.ma/telechargementfichiers/tourisme/Plaqueette-2020-FR-bat.pdf

⁷ Ibid, p 38.

⁸ Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, d'Artisanat et de l'Economie Sociale, Vision 2020 Engagements, disponible le 17/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/presentation/engagement-objectifs>

⁹ Mounsif TAYBI, Approche stratégique de la gestion intégrale de la qualité du Maroc : Zoom sur le programme de compétitivité et qualité du tissu, p 05, disponible le 20/11/2017 sur le site électronique : http://cf.cdn.unwto.org/sites/.../pdf/session_1_mounsif_taybi_ministry_tourism_morocco.pdf

¹⁰ Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, d'Artisanat et de l'Economie Sociale, Vision 2020 Un nouveau schéma institutionnel pour une régulation dynamique, disponible le 17/11/2017 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/gouvernance>

¹¹ Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, op.cit, p 66.

¹² Stratégie du secteur du tourisme au Maroc, la Vision 2020, Disponible le 20/11/2017 sur le site électronique : <https://www.portailsudmaroc.com/actualite/vision-2020-maroc>