

Maroc

Place du tourisme dans l'économie

Le tourisme, qui représente une part importante de l'économie marocaine, est considéré comme un secteur stratégique favorisant le développement économique et social du pays. On estime que le tourisme a représenté en 2016 6.6 % du PIB et 515 000 emplois directs, soit 5 % de l'emploi total. Le secteur a généré 77.3 milliards MAD de revenus en devises étrangères, dont 64.2 milliards MAD en recettes de voyage.

Depuis 2010, le nombre d'arrivées de touristes internationaux a augmenté en moyenne de 2 % par an pour atteindre 10.3 millions en 2016. La France est de loin le marché émetteur le plus important, suivie par l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Allemagne. On a constaté en 2016 un déclin dans les arrivées en provenance des principaux marchés, mais le premier semestre 2017 a été marqué par une reprise. En outre, une croissance particulièrement rapide du marché émetteur chinois a eu lieu ces deux dernières années – à partir toutefois de chiffres initiaux faibles.

Le tourisme interne a récemment enregistré une croissance, les séjours avec nuitée(s) dans des hôtels classés ayant augmenté de 8 % au premier semestre 2017 par rapport à la même période en 2016.

Gouvernance et financement du tourisme

Le ministère du Tourisme, du Transport aérien, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale (le « ministère ») est responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique touristique du gouvernement. Il comprend divers organes et directions et se charge des questions de stratégie, de réglementation, de développement, de qualité, de ressources et de formation.

Le travail externe de l'administration centrale est relayé au niveau infranational par sept organismes régionaux et dix-huit organismes provinciaux représentatifs. Leurs principales tâches sont les suivantes :

- superviser le cadre et la qualité des activités touristiques ;
- suivre le développement des produits touristiques au niveau régional et local.

Les délégations sont chargées d'assurer le développement harmonieux et intégré du tourisme régional et provincial en collaboration avec les autorités locales, le milieu local et les professionnels du tourisme.

Les organismes suivants sont rattachés au ministère :

- la Société marocaine d'ingénierie touristique, dont la mission consiste à promouvoir l'investissement par la mise en œuvre de la stratégie de développement pour le tourisme en suivant les principaux projets touristiques ;

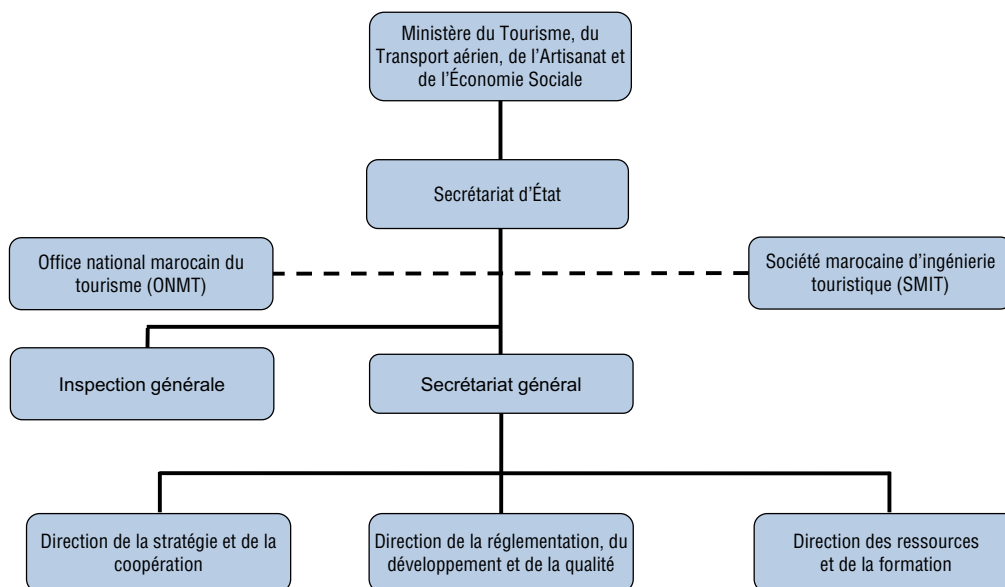
- l'Office national marocain du tourisme, qui est responsable de la promotion, de la commercialisation et du développement de la destination et du transport aérien.

Le ministère entretient des contacts réguliers avec les différentes parties prenantes dans un cadre institutionnel bien défini et rationnel. Plusieurs organismes sont concernés par les liens avec le secteur privé :

- Plusieurs comités co-présidés par le ministère et la Confédération nationale du tourisme axent leurs efforts sur l'engagement du secteur privé en faveur de la stratégie Vision 2020, la définition des grandes questions à traiter et la mobilisation des parties concernées pour répondre aux défis qui se présentent. Ces comités s'occupent des questions suivantes : gouvernance, compétitivité, transport aérien, production et investissement, capital humain et durabilité.
- L'Observatoire du tourisme, qui est une initiative publique-privée créée en 2005 pour soutenir le développement du secteur touristique. Ses principaux rôles sont la fourniture d'informations et le suivi de la stratégie de développement pour le tourisme.

Le budget du ministère provient du budget central et s'est élevé à 619 millions MAD en 2017. Ce budget, relativement stable par rapport à 2016, est ventilé entre les différentes entités placées sous la responsabilité du ministère : 21.5 % pour l'administration centrale ; 9.9 % pour les établissements de formation ; 48.5 % pour l'Office national marocain du tourisme ; et 20.2 % pour la Société marocaine d'ingénierie touristique.

Maroc : Organigramme des organismes de tourisme



Source : OCDE, d'après le ministère du Tourisme, 2018.

Politiques et programmes liés au tourisme

La politique touristique nationale a été élaborée en 2010 dans l'optique de maintenir le tourisme comme moteur du développement économique, social et culturel du Maroc. L'objectif est de faire du pays l'une des 20 premières destinations touristiques mondiales d'ici 2020, ainsi qu'une référence dans le bassin méditerranéen en matière de développement durable.

Lors de la mise en place la stratégie Vision 2020, le ministère a dû faire face à un environnement économique et touristique marqué par des troubles considérables dus à la situation géopolitique dans certains pays.

Le ministère du Tourisme, du Transport aérien, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale, en collaboration avec toutes les parties prenantes publiques et privées, accroît ses efforts pour redonner de l'élan au secteur. À cet effet, des projets visant à renforcer la présence du Maroc sur les marchés traditionnels et à augmenter sa présence sur les nouveaux marchés en croissance rapide ont vu le jour. L'un des objectifs est d'améliorer la visibilité du Maroc en tant que destination touristique grâce à des campagnes promotionnelles, des partenariats avec des voyageurs et l'organisation de grands événements.

La révolution numérique transforme également les règles de promotion et de distribution. En particulier, l'essor des plateformes de réservation et des évaluations collaboratives en ligne menace les intermédiaires traditionnels et réduit la marge des hôteliers du Maroc. Par conséquent, le développement numérique est considéré comme une priorité pour dynamiser le secteur et plusieurs mesures sont prévues à cette fin, notamment le référencement et la mobilisation des hébergements disponibles, ainsi que l'optimisation des séjours touristiques.

Des mesures sont prises pour que le tourisme se développe sur la base des valeurs centrales suivantes :

- **Authenticité** : pendant des décennies, l'authenticité a été le socle sur lequel se sont développés le tourisme et le positionnement de la « marque Maroc ». Ce positionnement, qui différencie le pays de ses concurrents directs, lui confère désormais un véritable avantage concurrentiel. Vision 2020 cultive ce choix d'origine par une démarche volontariste en faveur de la préservation, de la conservation et de l'amélioration du patrimoine naturel et culturel du Royaume.
- **Diversité** : l'avantage concurrentiel indéniable du Maroc est la diversité de ses territoires et paysages, de ses ressources naturelles et écosystèmes, de ses cultures et influences (africaines comme européennes). Vision 2020 promeut la diversité grâce à une politique de planification territoriale ambitieuse.
- **Qualité** : si le développement de nouvelles capacités reste un objectif stratégique, Vision 2020 vise à améliorer considérablement la compétitivité de tous les maillons de la chaîne du tourisme, en particulier en renforçant la culture du service et en développant une offre attrayante en matière de divertissements.
- **Durabilité** : conformément aux principes généraux de durabilité adoptés pour le pays, Vision 2020 met le développement durable au cœur de ses ambitions.

En outre, le Royaume du Maroc est attaché aux valeurs d'ouverture, de modération, de tolérance et de dialogue pour une meilleure compréhension mutuelle entre les cultures et les civilisations du monde.

Dans le cadre de sa stratégie de développement du tourisme, le ministère a mis en place plusieurs outils afin d'en assurer un suivi à long terme, notamment :

- un système de suivi statistique de l'activité touristique visant à fournir un ensemble d'indicateurs précis permettant de répondre aux besoins des acteurs de la chaîne de valeur du tourisme. Une étude est menée chaque mois à cette fin sur un échantillon représentatif de touristes (visiteurs internationaux de plus de 24 heures et Marocains vivant à l'étranger) afin de cerner les tendances et de mieux adapter l'offre touristique aux attentes d'une clientèle de plus en plus exigeante.

- un système de suivi stratégique conçu pour anticiper les évolutions de l'environnement du tourisme et des tendances de l'offre et de la demande dans le tourisme mondial, pour fournir aux parties prenantes publiques et privées une meilleure visibilité et pour donner aux professionnels du tourisme un outil décisionnel qui améliore la gestion de leurs activités.

Profil statistique

Tableau 1. Maroc : Tourisme interne, récepteur et émetteur

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| FLUX TOURISTIQUE, MILLIERS | | | | | |
| Tourisme interne | | | | | |
| Total des voyages du tourisme interne | .. | .. | .. | .. | .. |
| Visiteurs qui passent la nuit (touristes) | 2 265 | 2 399 | 2 403 | 2 645 | 2 929 |
| Visiteurs de la journée (excursionnistes) | .. | .. | .. | .. | .. |
| Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement | 188 859 | 192 606 | 195 778 | .. | .. |
| Hôtels et établissements assimilés | 4 937 | 5 183 | 5 307 | 5 899 | 6 551 |
| Établissements spécialisés | .. | .. | .. | .. | .. |
| Autres établissements collectifs | 49 464 | 50 948 | 52 222 | .. | .. |
| Hébergements privés | 134 458 | 136 474 | 138 249 | .. | .. |
| Tourisme récepteur | | | | | |
| Total des arrivées internationales | .. | .. | .. | .. | .. |
| Visiteurs qui passent la nuit (touristes) | 9 375 | 10 046 | 10 283 | 10 177 | 10 332 |
| Visiteurs de la journée (excursionnistes) | .. | .. | .. | .. | .. |
| Principaux marchés | | | | | |
| France | 1 770 | 1 782 | 1 798 | 1 564 | 1 450 |
| Espagne | 731 | 683 | 684 | 627 | 616 |
| Royaume-Uni | 357 | 403 | 477 | 504 | 459 |
| Allemagne | 199 | 238 | 255 | 286 | 260 |
| Belgique | 255 | 273 | 267 | 244 | 239 |
| Nuitées dans toutes les catégories d'hébergement | .. | 121 575 | 120 822 | 110 597 | 112 407 |
| Hôtels et établissements assimilés | 12 549 | 13 931 | 14 326 | 12 525 | 12 703 |
| Établissements spécialisés | .. | .. | .. | .. | .. |
| Autres établissements collectifs | .. | 11 642 | 11 423 | 9 153 | 9 514 |
| Hébergements privés | .. | 96 002 | 95 073 | 88 919 | 90 190 |
| Tourisme émetteur | | | | | |
| Total des départs internationaux | .. | .. | .. | .. | .. |
| Visiteurs qui passent la nuit (touristes) | 2 316 | 2 195 | 1 849 | 1 910 | 1 864 |
| Visiteurs de la journée (excursionnistes) | .. | .. | .. | .. | .. |
| Principales destinations | | | | | |
| .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| RECETTES ET DÉPENSES DE TOURISME, MILLIONS USD | | | | | |
| Tourisme récepteur | | | | | |
| Total des recettes internationales | 8 491 | 8 202 | 8 748 | 7 764 | 7 922 |
| Recettes liées aux voyages internationaux | 6 697 | 6 851 | 7 060 | 6 260 | 6 556 |
| Recettes liées au transport international de passagers | 1 794 | 1 350 | 1 687 | 1 505 | 1 365 |
| Tourisme émetteur | | | | | |
| Total des dépenses internationales | 2 095 | 2 002 | 2 218 | 2 155 | 2 309 |
| Dépenses liées aux voyages internationaux | 1 253 | 1 318 | 1 401 | 1 402 | 1 457 |
| Dépenses liées au transport international de passagers | 842 | 684 | 817 | 753 | 852 |

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933717640>


Tableau 2. Maroc : Entreprises et emploi dans le tourisme

| | Nombre d'établissements | Nombres de personnes employées | | | | |
|---|-------------------------|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Total | .. | 480 000 e | 500 000 e | 505 000 e | 507 000 e | 515 000 e |
| Industries touristiques | 5 001 | .. | 391 800 e | 391 800 e | 393 300 e | 399 300 e |
| Service d'hébergement pour les visiteurs | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Hôtels et établissements assimilés | 3 690 | .. | 125 000 e | 128 000 e | 128 500 e | 130 500 e |
| Industrie de services de restauration et de consommation de boissons | .. | .. | 81 000 e | 82 000 e | 82 300 e | 83 600 e |
| Transport de voyageurs | .. | .. | 32 000 e | 34 000 e | 34 100 e | 34 600 e |
| Transport aérien de voyageurs | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Transport par chemin de fer de voyageurs | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Transport routier de voyageurs | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Transport par eau de voyageurs | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Services liés au transport de voyageurs | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Location d'équipement de transport | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation | 1 311 | .. | 22 000 e | 22 300 e | 22 400 e | 22 700 e |
| Industrie des activités culturelles | .. | .. | 9 800 e | 10 000 e | 10 000 e | 10 100 e |
| Industrie des activités sportives et de loisirs | .. | .. | 2 000 e | 2 500 e | 2 500 e | 2 500 e |
| Commerce de détail de produits caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré | .. | .. | 120 000 e | 113 000 e | 113 500 e | 115 300 e |
| Autres industries caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| Autres industries | .. | .. | 108 200 e | 113 200 e | 113 700 e | 115 700 e |

.. Non disponible ; e Valeur estimée

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).


StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933717659>Tableau 3. Maroc : Consommation du tourisme intérieur
Millions MAD

| | 2014 | | |
|--|------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| | Dépenses du tourisme interne | Dépenses du tourisme récepteur | Consommation du tourisme intérieur |
| Total | .. | .. | .. |
| Produits de consommation | 32 000 | 73 508 | 105 508 |
| Produits caractéristiques du tourisme | 21 648 | 53 666 | 75 315 |
| Service d'hébergement pour les visiteurs | 6 196 | 11 962 | 18 158 |
| Industrie de services de restauration et de consommation de boissons | 5 318 | 10 088 | 15 406 |
| Transport de voyageurs | 4 868 | 14 212 | 19 080 |
| Transport aérien de voyageurs | .. | .. | .. |
| Transport par chemin de fer de voyageurs | .. | .. | .. |
| Transport routier de voyageurs | .. | .. | .. |
| Transport par eau de voyageurs | .. | .. | .. |
| Services liés au transport de voyageurs | .. | .. | .. |
| Location d'équipement de transport | 122 | .. | 122 |
| Industrie des agences de voyages et des autres services de réservation | 43 | 1 100 | 1 143 |
| Industrie des activités culturelles | 106 | 1 017 | 1 123 |
| Industrie des activités sportives et de loisirs | 2 416 | 8 032 | 10 449 |
| Biens caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré | 2 580 | 7 256 | 9 836 |
| Services caractéristiques du tourisme spécifiques au pays considéré | .. | .. | .. |
| Autres produits de consommation | 10 352 | 19 841 | 30 193 |
| Produits rattachés au tourisme | .. | .. | .. |
| Produits de consommation non liés au tourisme | 10 352 | 19 841 | 30 193 |
| Produits autres que les produits de consommation | .. | .. | .. |

.. Non disponible

Responsabilité : <http://oe.cd/disclaimer>

Source : Statistiques de l'OCDE sur le tourisme (base de données).

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933717678>



Extrait de :
OECD Tourism Trends and Policies 2018

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/tour-2018-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2018), « Maroc », dans *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/tour-2018-51-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.