

Sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI



ASSISES du **TOURISME**

Marrakech, le 30 novembre 2010

DOSSIER DE PRESSE







Sommaire

INTRODUCTION

I. Une démarche innovante d'élaboration de la Vision 2020

1. Démarche d'élaboration de la Vision 2020
2. Les principes fondateurs de la Vision 2020
3. Une démarche analytique, rigoureuse et intégrée
4. Une consultation systématique d'une palette d'experts nationaux et internationaux
5. Une démarche de concertation avec les partenaires publics et privés

II. Vision 2020 : les grandes orientations stratégiques

1. Vision 2020 : engagement, ambitions et objectifs
2. Un cadre d'action stratégique innovant
 - Une politique d'aménagement territorial de l'offre touristique innovante
 - Une nouvelle gouvernance novatrice et participative au service des stratégies territoriales
 - Le développement durable, un défi et une opportunité pour le tourisme marocain
3. Le dispositif stratégique : les plans transverses d'accompagnement
 - Des programmes structurants pour un Portefeuille diversifié de produits
 - Une Stratégie de promotion & de commercialisation dynamique et adaptée
 - Un plan intégré de développement d'un tourisme durable
 - Un plan ressources humaines et formation d'excellence
 - La compétitivité du secteur et la modernisation de la chaîne de valeur touristique
 - Les mesures de soutien au financement pour un investissement soutenu et durable dans le secteur



INTRODUCTION

Depuis le début de la décennie, sous l'impulsion de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, le Royaume du Maroc est engagé dans une transformation profonde et accélérée dans tous les domaines, politiques, économiques, sociaux et culturels notamment, avec l'ambition de construire un pays moderne, démocratique et solidaire, arrimé à l'Europe et ouvert sur le Monde, qui progresse rapidement et harmonieusement, et qui ne néglige aucune des composantes du développement.

Ainsi, le choix stratégique en faveur d'un développement touristique accéléré, effectué par le Souverain au début de la précédente décennie, s'inscrit au cœur de l'ambition nationale, tant il est vrai que les différentes composantes du dispositif stratégique global mis en œuvre par le Maroc justifient et nourrissent à la fois l'ambition touristique nationale.

Puissante locomotive de croissance économique à travers ses effets d'entraînement sur tous les autres secteurs de l'économie, le Tourisme participe à la prospérité collective de manière significative. Il est en particulier un irremplaçable instrument d'aménagement et de développement régional, qui valorise durablement les territoires, les populations, les patrimoines, et qui diffuse ses effets bénéfiques (création d'emplois, stimulation des petites et moyennes entreprises, génération de revenus) dans les endroits les plus reculés du Royaume.

Le tourisme est enfin un formidable instrument de promotion internationale : il participe à cet égard pleinement aux efforts déployés par le Royaume pour s'arrimer à l'Europe, offrant l'image d'un Royaume doté d'une longue histoire et d'un riche patrimoine civilisationnel, celle d'un peuple accueillant, tolérant, ouvert sur le Monde, celle d'un pays qui se projette vers l'avenir et la modernité avec confiance et détermination, celle enfin d'une Nation responsable qui s'engage à adopter les valeurs et les principes du développement durable.

Par l'ambition, la pertinence et la cohérence de la « Vision 2010 » impulsée en Janvier 2001 à travers la signature de l'Accord Cadre 2001-2010 entre le Gouvernement et la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), par sa ténacité ensuite dans le déploiement de cette vision, le Maroc s'est imposé dans le paysage touristique mondial comme l'une de ses étoiles montantes.



Les performances touristiques sur le plan international (25e rang mondial au terme de l'année 2010), ainsi que l'importance prise par le secteur au sein de l'économie marocaine depuis dix ans (1er contributeur à la balance des paiements, deuxième contributeur au PIB national et deuxième créateur d'emplois), découlent directement de la volonté politique d'ériger le tourisme en priorité nationale.

Compte tenu de ces acquis, de ses atouts naturels, des opportunités offertes par les nouvelles tendances du tourisme mondial, et du dispositif de pilotage et d'accompagnement qu'il compte implémenter, le Maroc peut nourrir aujourd'hui de nouvelles ambitions pour le développement de son secteur touristique.

C'est ainsi que conformément aux Grandes Orientations Royales et dans une logique de continuité de la Vision 2010, le gouvernement marocain a engagé une véritable démarche de concertation avec les partenaires publics et privés en vue d'élaborer une nouvelle vision stratégique pour le secteur.

« Aussi, exhortons-Nous le Ministère du Tourisme et la Fédération Nationale du Tourisme à ouvrir, d'ores et déjà, le chantier de la Vision 2020 du tourisme marocain. Nous demandons à ce que les études poussées et les choix d'aménagement du territoire qui en résulteront, ainsi que le débat entre les différents intervenants, soient achevés d'ici 2009. Notre objectif est de conclure, en 2010, le nouveau contrat-programme Vision 2020 pour le tourisme marocain ».

Extrait du message adressé par Sa Majesté le Roi Mohammed VI aux participants des 7e Assises du Tourisme, le 31 mars 2007, à Fès

La Vision 2020 adopte une démarche analytique exhaustive et rigoureuse. Elle est inspirée par la volonté de passer à une démarche d'aménagement du territoire structurante en termes d'emplois et de développer la compétitivité du tourisme marocain en se basant sur les atouts des régions selon une dimension territoriale et intégrée.



I. Une démarche innovante d'élaboration de la Vision 2020

Grâce à tous les acquis et aux enseignements tirés des expériences accumulées sur la dernière décennie, et compte tenu des opportunités stratégiques liées aux évolutions du contexte international, le secteur touristique marocain peut aujourd'hui nourrir de grandes ambitions pour la nouvelle décennie.

Le positionnement du Maroc à l'horizon 2020 implique donc l'élaboration d'une nouvelle « Vision 2020 » inspirée par la volonté de faire du secteur un levier de développement territorial.

1. Démarche d'élaboration de la Vision 2020

La démarche de construction de la Vision 2020

Des **principes directeurs** définis à partir des Grandes Orientations de Sa Majesté le Roi Mohammed VI

Une véritable **démarche de concertation** avec nos partenaires publics et privés

Une démarche **analytique, exhaustive, rigoureuse, bottom-up et intégrée**

Une consultation systématique d'une **palette d'experts** internationaux

2. Les principes fondateurs de la Vision 2020

La Vision 2020 doit se fixer des objectifs ambitieux qui permettront au Maroc d'accéder à un nouveau palier de développement touristique et faire face à de nouveaux défis liés à l'évolution de la demande et l'environnement touristique international.

Sous les Hautes Orientations de Sa Majesté, cette nouvelle vision du Tourisme repose sur 5 principes fondateurs :

1. Capitaliser sur les acquis de la Vision 2010
2. Passer à une démarche plus intégrée d'aménagement du territoire
3. Valoriser les ressources les plus différenciées sur le territoire en répondant aux besoins des marchés les plus porteurs
4. Redresser les faiblesses structurelles persistantes du secteur
5. Mettre le développement durable au cœur de la stratégie



3. Démarche analytique, rigoureuse et intégrée

Compte tenu de la richesse et de la diversité des potentialités touristiques du Royaume, la démarche analytique adoptée pour l'élaboration de la Vision 2020 a permis le recensement exhaustif de 1 500 ressources touristiques de rang international, dont seules 350 sont actuellement valorisées.

Parallèlement à ce recensement, l'étude prospective de la demande touristique mondiale à horizon 2020 a permis d'identifier et d'analyser les tendances des comportements des touristes pour les années à venir, et d'identifier les atouts compétitifs du Maroc par rapport à cette demande.

Enfin, l'analyse concurrentielle sur l'ensemble du pourtour méditerranéen a permis d'affiner l'identification des atouts compétitifs du Maroc et des opportunités pour le tourisme marocain de demain, permettant ainsi de constituer le meilleur portefeuille de produits pour le Maroc.

4. Une consultation systématique d'une palette d'experts nationaux et internationaux

L'élaboration de Vision 2020 s'est faite grâce à un effort conjugué de différents intervenants de référence au niveau national et international. L'étude a également nécessité une consultation systématique d'experts internationaux sur des sujets relatifs au développement durable, à la gouvernance locale ainsi qu'à un benchmarking des pays modèles et concurrents.





5. Une démarche de concertation avec les partenaires publics et privés

L'élaboration de la Vision 2020 s'est faite depuis le début dans un esprit de concertation avec les différents intervenants, tant privés que publics, aussi bien au niveau national que local. Le secteur privé, par sa représentation au sein de la CGEM, a été impliqué dès la rédaction des termes de référence et tout au long du processus de construction, dans l'esprit de partenariat étroit qui anime ce secteur depuis 2001.

Les concertations régionales avec les principaux acteurs, publics, privés et élus, initiées depuis le mois de juillet 2010, ont permis de valider un positionnement pour chacune des régions et une ambition de croissance, en cohérence avec les choix stratégiques au niveau national. Ce positionnement constituera un cadre pour poursuivre la concertation devant aboutir à la formalisation de feuilles de routes et plans d'actions spécifiques à chaque région, qui feront l'objet de signature de contrats-programmes régionaux, d'ici juin 2011.

A l'issue de l'ensemble de ces travaux et concertations, une ambition nationale a été définie : elle tient compte des spécificités et atouts régionaux. Cette ambition est présentée aujourd'hui, lors de ces 10e Assises du Tourisme, qui dévoilent la nouvelle stratégie de développement touristique « Vision 2020 ».

L'ensemble des feuilles de routes régionales qui feront l'objet de signature de contrats-programmes régionaux d'ici juin 2011 seront élaborées en parfaite cohérence avec les grands choix stratégiques nationaux.



II. Vision 2020 : les grandes orientations stratégiques

Le Maroc ambitionne de devenir en 2020 l'une des 20 plus grandes destinations mondiales.

Mais au delà de ces objectifs de croissance, la Vision 2020 s'impose avant tout comme une démarche stratégique de valorisation des atouts naturels, culturels et humains du Royaume, dans le respect d'un certain nombre de valeurs fondamentales, au premier rang desquelles la durabilité. En cela, la Vision 2020 est avant tout une ambition qualitative pour promouvoir un tourisme authentique, propre et responsable, qui accélère le développement économique du Royaume sans dénaturer son patrimoine naturel et culturel.

1. Vision 2020 : engagement, ambitions et objectifs

L'engagement de la Vision 2020 consiste à « continuer à faire du tourisme l'un des moteurs du développement économique, social et culturel du Maroc », en participant à :

- La modernisation et l'intégration de notre pays dans la mondialisation.
- La création des richesses économiques au niveau de nos régions pour améliorer le bien-être de tous les Marocains
- La préservation, la valorisation et le rayonnement de notre patrimoine culturel et naturel

Dans ce cadre, l'ambition de la nouvelle vision est de « hisser le Maroc en 2020 parmi les 20 premières destinations touristiques mondiales tout en s'imposant comme une destination de référence en matière de développement durable sur le pourtour méditerranéen ».

Ce positionnement se fera grâce à un modèle touristique unique, qui combinera une croissance soutenue avec une gestion responsable de l'environnement et le respect de notre authenticité socioculturelle :

- Le Maroc sera par excellence la destination méditerranéenne de l'authenticité, fondée sur le rayonnement de notre culture et de nos traditions, dans leurs dimensions d'hospitalité, de raffinement et d'ouverture



DOSSIER DE PRESSE

- Notre pays sera reconnu au niveau international pour son approche innovante de la durabilité, fondée sur des produits de nouvelle génération, une gestion pérenne des écosystèmes et la participation des populations au développement et aux bénéfices du tourisme
- Le Maroc développera une infrastructure touristique de classe mondiale en termes de qualité, de confort et d'accessibilité.

Ainsi, six nouvelles destinations touristiques vont émerger dans le cadre de cette ambition et seront de véritables relais de croissance qui s'ajouteront aux pôles internationaux déjà existants que sont Marrakech et Agadir. Ces huit destinations constituent les points d'ancrage d'une politique touristique volontariste et intégrée d'aménagement territoriale articulée autour de cinq axes de développement majeurs qui orienteront les efforts de la décennie :

- Enrichissement de l'offre culturelle
- Poursuite du positionnement offensif sur le balnéaire
- Création d'une offre « Nature »
- Mise en place de corridors thématiques
- Structuration d'une offre performante d'animation

L'objectif de la nouvelle Vision est de doubler la taille du secteur :

- en construisant 200 000 nouveaux lits hôteliers et assimilés; à travers ces nouveaux développements, nous réussirons à offrir une expérience touristique riche et dense
- En doublant nos arrivées de touristes : pour cela, nous doublerons la part de marché du Maroc sur les principaux marchés mondiaux et nous attirerons 1 million de touristes issus des marchés émergents cibles
- En triplant le nombre de voyages domestiques

La réalisation de ces objectifs consacrera la place du tourisme comme deuxième secteur économique du pays : 470 000 emplois directs seront créés sur la période 2011-2020 pour employer au terme de la décennie près d'un million de Marocains, les recettes touristiques seront plus que doublées pour atteindre 140 Md de Dirhams en 2020 soit une somme cumulée sur la décennie proche de 1 000 Md de dirhams (plus du double des recettes cumulées de la décennie précédente), le PIB touristique sera accru de 2 points, pour atteindre près de 150 Md de dirhams contre environ 60 aujourd'hui.



2. Le cadre de l'action stratégique

La concrétisation de cette ambition et de ces objectifs fédérateurs implique de s'inscrire dans un cadre repensé et renouvelé permettant de prendre en compte les défis en enjeux du moment et fondé sur trois axes majeurs :

- Une politique d'aménagement territorial de l'offre touristique, garante de la diffusion des bénéfices du tourisme et du développement socio-économique de toutes les régions
- Une nouvelle structure de gouvernance, à même d'apporter la dynamique et le leadership nécessaires au développement territorial touristique
- Le développement durable, un défi et une opportunité de différenciation pour le tourisme marocain

■ Une politique d'aménagement territorial de l'offre touristique

La Vision 2020 va jouer un rôle important dans le processus de régionalisation avancée dans lequel s'est engagé le Maroc. En effet, le tourisme constitue un moteur puissant de développement et de valorisation de l'ensemble des régions du Maroc, en permettant aux régions de tirer profit de l'ensemble de leurs potentialités, et en favorisant la mise en place de synergies entre régions et entre territoires.

La Vision 2020 prend ainsi appui sur huit territoires présentant la cohérence touristique, l'attractivité et la masse critique nécessaires (en termes de capacités d'hébergement, d'actifs touristiques et de desserte aérienne) pour un positionnement international.

Ce découpage qui transcende les barrières administratives permet aux régions de tirer profit de l'ensemble de leurs potentialités : sites naturels, patrimoine culturel, culture vivante... Actifs qui n'ont jusqu'ici pas été exploités, et sur le recensement desquels l'élaboration de la Vision 2020 a été en partie fondée.

La nouvelle offre touristique sera ainsi articulée autour de huit territoires touristiques, qui seront autant de destinations, capables à la fois :

- De valoriser au mieux les actifs touristiques recensés de façon rigoureuse et exhaustive à travers toutes les régions du Maroc (plus de 1 500 ressources touristiques phares) ;



DOSSIER DE PRESSE

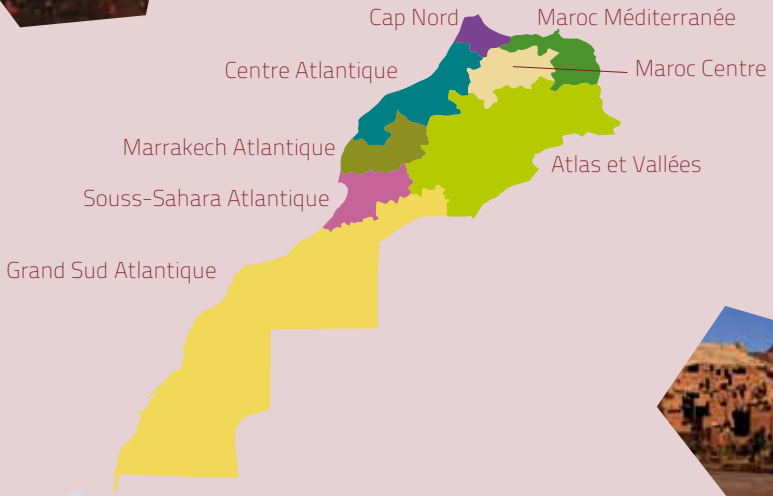
- De répondre parfaitement aux préférences des marchés et segments les plus porteurs de la demande touristique internationale ;
- D'offrir une carte claire d'opportunités pour attirer les acteurs de référence du secteur du tourisme (tour-opérateurs, compagnies aériennes, gestionnaires hôteliers, investisseurs nationaux et internationaux) ;
- De donner un cadre d'orientation des actions, de mise en synergie des moyens et de concertation de tous les acteurs.

Chacun de ces territoires touristiques sera doté d'un positionnement et d'une ambition spécifiques, qui serviront de fil conducteur à leur développement et à leur compétitivité.

Doté d'une identité propre, chaque territoire pourra ainsi développer une expérience unique, en complémentarité avec les autres territoires. Pour y parvenir, ils disposeront d'un large éventail de projets à même d'impulser une dynamique d'investissement locale et de créer une visibilité internationale.



DOSSIER DE PRESSE





DOSSIER DE PRESSE

Deux territoires valorisent les littoraux atlantique et méditerranéen de l'offre balnéaire Maroc, consolidée à travers l'achèvement des projets Azur et le développement de nouveaux produits dans le Sud

- « **Souss-Sahara Atlantique** », rassemblant les sites d'Agadir, de son arrière pays (Tafraoute, Imouzzer Ida Outanane...), de Laayoune et de Guelmim autour de l'alliance du désert, de l'Atlantique et du climat toujours ensoleillé
- « **Maroc Méditerranée** », autour des sites de Saïdia, Marchica et Cala Iris, valorise la dimension méditerranéenne du Maroc, combinant les loisirs et le développement durable.

Quatre territoires sont positionnés sur une offre culturelle riche, valorisant chacun de manière spécifique les ressources matérielles et immatérielles du Maroc, à travers le renforcement des destinations établies et le développement de deux relais de croissance

- « **Marrakech Atlantique** », ancré sur les sites de Marrakech, du Toubkal et d'Essaouira, consolide son offre pour demeurer la porte d'entrée du Maroc, à la fois chic et authentique
- « **Maroc Centre** » constitue la destination du voyage aux sources de la culture et l'histoire et du bien-être, grâce à une complémentarité forte entre les sites de Fès, Meknès et Ifrane
- « **Cap Nord** » ancré sur les sites de Tanger, Tétouan, Chefchaouen, Asilah et Larache, constitue une terre de rencontre culturelle, équilibrée d'une offre balnéaire exclusive
- « **Centre Atlantique** », regroupant de manière cohérente Casablanca, Rabat et El Jadida pour constituer la côte des affaires et des loisirs

Enfin, deux autres territoires s'imposent comme les vitrines du Maroc en matière de développement durable en mettant en valeur les sites naturels les plus exceptionnels de notre pays :

- « **Grand Sud Atlantique** », centré autour du site exceptionnel de Dakhla, se base sur une offre exclusive combinant nature préservée et niches sportives
- « **Atlas et Vallées** », ancré sur Ouarzazate, les vallées et les oasis, ainsi que le Haut Atlas, se positionne comme la destination phare de l'écotourisme et du développement durable méditerranéen



Pour y parvenir, chaque territoire pourra puiser dans les programmes structurants les produits et concepts les plus à même de valoriser ses meilleurs actifs et de soutenir les initiatives locales.

Chaque territoire sera ainsi doté de ses propres objectifs et de sa feuille de route mise en œuvre par une gouvernance locale dotée d'outils et moyens propres (feuilles de route qui feront l'objet de contrats-programmes régionaux d'ici décembre 2011 au plus tard.)

■ **Le nouveau schéma institutionnel, un facteur clé pour assurer la réussite de la Vision 2020**

Pour assurer le pilotage au niveau national et renforcer la légitimité institutionnelle d'un secteur aussi transverse que le tourisme, constitué d'une grande multiplicité d'acteurs publics et privés de natures très différentes, il est nécessaire de créer des instances dotées d'un fort leadership.

La Vision 2020 prévoit également la création d'instances qui prendront en charge toutes les dimensions de l'action touristique régionale, que ce soit au niveau de la planification, du suivi opérationnel, de la concertation avec les acteurs, que du soutien aux initiatives locales.

a. Une instance nationale de pilotage public-privé-régions : cette instance aura pour mission de piloter, suivre et évaluer la stratégie et d'en assurer la coordination et les arbitrages.

b. Des Agences du Développement Touristique (ADT) dans chaque territoire touristique, dans lesquels les Conseils Régionaux du Tourisme (CRT) et les Conseils Provinciaux du Tourisme (CPT) seront institutionnalisés comme parties prenantes de la gouvernance de ces ADT, et qui auront pour mission de développer l'attractivité et la compétitivité touristiques des territoires et d'assurer une orientation des professionnels locaux et des investisseurs. Ces ADT seront des espaces de concertation entre tous les acteurs locaux : publics, privés, élus, et deviendront l'interlocuteur unique sur les problématiques touristiques au niveau du territoire.

Pour assurer la réussite de la régionalisation de la politique touristique, les rôles et responsabilités des instances nationales en charge des problématiques touristiques seront adaptés pour venir en appui aux instances territoriales par un apport d'expertise pointue.



■ Le développement durable, un défi et une opportunité pour le tourisme marocain

La sensibilité sociale et environnementale est une tendance de plus en plus présente au cœur des choix des touristes issus des marchés sources du Maroc. La multiplication des labels et des initiatives pour promouvoir un tourisme durable et respectueux ont sensibilisé les consommateurs des pays développés aux externalités négatives d'un tourisme non régulé.

Le Maroc, situé à l'orée de son développement touristique, dispose de ce fait d'une fenêtre d'opportunités unique pour promouvoir un modèle lui permettant de capitaliser sur ses atouts et richesses naturelles et culturelles, tout en continuant à les préserver pour une valorisation optimale et un développement socio-économique durable des régions.

Les principaux sites marocains présentent en effet une densité touristique faible, qu'elle soit appréciée en termes d'impact socioculturel ou d'impact sur l'environnement. En comparaison avec les principales zones touristiques du pourtour méditerranéen, les destinations du Maroc restent des lieux de qualité, contrairement aux destinations plus matures.

Bien entendu, le tourisme doit tenir compte des contraintes hydriques et énergétiques que connaît le Maroc en mettant en place toutes les mesures et initiatives permettant de préserver ses ressources et atouts naturels.

L'analyse des niveaux de densité touristique de chacune des destinations de la Vision 2020 a permis d'établir un niveau de densité touristique à ne pas dépasser pour éviter la dégradation des écosystèmes et un impact négatif sur les communautés locales. Ce niveau a été ajusté pour chaque destination, en fonction d'un audit environnemental qui a permis d'évaluer le niveau de fragilité des écosystèmes et la disponibilité en ressources et en infrastructures environnementales.

Ces niveaux de densité touristique ont ainsi à leur tour structuré les objectifs de croissance pour chacune des destinations touristiques du Maroc, intégrant ainsi la durabilité au cœur de la définition de la stratégie.



Ainsi l'adoption d'un modèle spécifiquement marocain du tourisme durable en plus d'être une opportunité stratégique pour différencier le Maroc vis-à-vis de son environnement concurrentiel, est également un défi à relever sur sa triple dimension de préservation des ressources, de maintien de l'authenticité socioculturelle et de souci du développement et bien-être des communautés d'accueil.

3. Le dispositif stratégique : les plans transverses d'accompagnement

Cette ambition sera soutenue par des plans transverses permettant de répondre à des défis identifiés au travers des enseignements tirés de la Vision 2010, ainsi que de l'évolution de la demande internationale et de l'environnement concurrentiel dans lequel évolue le tourisme marocain.

■ Des programmes structurants pour un portefeuille diversifié de produits

Les défis :

Pour se hisser au niveau d'une destination de rang mondial, le Maroc doit développer une expérience touristique plus diverse, tant en termes de nombre de destinations que de variété de l'offre au sein de chacune de celles-ci.

Certes, le Maroc dispose d'atouts nécessaires pour faire face à ces différents besoins mais il n'a pas encore réussi à les exploiter pleinement. Ainsi, sur les 1.500 ressources touristiques identifiées, seules 350 sont partiellement valorisées.

- D'une part, le tourisme au Maroc s'est largement concentré sur deux destinations, Marrakech et Agadir, qui totalisent près de 70% des nuitées internationales.
- D'autre part, les investissements touristiques se sont concentrés durant la décennie passée, sur les capacités hôtelières au détriment de l'offre d'animations et de loisirs.

De même, le patrimoine culturel marocain est peu valorisé à l'exception de quelques sites localisés dans les principales villes.

Aussi, les besoins et attentes spécifiques en hébergement des touristes nationaux ne sont-ils couverts qu'à hauteur de 10% par les structures classées, alors que près de la moitié de la population marocaine voyage.



Cet état de fait est d'autant plus critique que le Maroc est inscrit dans un environnement fortement concurrentiel, où l'enjeu de la diversification est perçu comme central.

Les mesures :

La concrétisation de l'ambition nationale et des ambitions régionales passera par le développement d'un ensemble de programmes permettant l'émergence d'une offre touristique diversifiée et de qualité répondant aux besoins des touristes. Ces programmes viseront à cristalliser l'ambition Produit par une politique d'aménagement intégrée et volontariste articulée autour de :

- Enrichissement de l'offre culturelle par la valorisation du patrimoine matériel et immatériel (culture d'expérience)
- Consolidation de l'offre balnéaire Maroc, à la fois sur le littoral Atlantique et Méditerranéen, à travers l'aboutissement des projets Azur et le développement de nouveaux produits au Sud d'Agadir
- Développement d'une offre verte/nature complémentaire, à travers des produits innovants best-in-class en termes de développement durable (éco-lodges, resorts du désert...)
- Offre d'animations culturelles et de loisirs de rang international, à même de renforcer l'attractivité de nos destinations touristiques, fondée sur un tissu dense d'animations,
- Large palette de produits répondant aux besoins de nos concitoyens

Six programmes ont été définis autour du culturel, du balnéaire et du naturel, avec le développement durable comme toile de fond et complétés par des programmes centrés sur certaines niches à forte valeur ajoutée et sur certains segments spécifiques pour accroître l'attractivité des destinations :

1. Programme Azur 2020 : pour construire une véritable offre balnéaire Maroc compétitive au niveau international



2. **Programme Green/ Eco/ Développement Durable** : pour 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.
3. **Programme Patrimoine et Héritage** : pour 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.
4. **Programme Animation, Sport & Loisirs** : pour créer une offre d'animation riche, variée et complémentaire aux infrastructures touristiques de base afin de consolider l'offre touristique marocaine et la rendre plus attractive et compétitive aux yeux de nombreux touristes.
5. **Programme Niches à forte valeur ajoutée (ou affaires et bien-être)** : pour (i) Faire du Maroc une nouvelle destination internationale du Tourisme d'Affaires en créant des infrastructures permettant d'accueillir de grands événements internationaux et en mettant en place 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 santé.
6. **Programme Biladi** : pour répondre aux attentes des marocains en leur offrant un produit adapté tenant compte de leurs habitudes et de leur manière de voyager.

■ Une Stratégie promotion et commercialisation adaptée

Les défis :

L'ambition de doubler la taille du secteur le Maroc impose de relever 6 défis :

1. Renforcer la présence du Maroc sur les marchés traditionnels et développer de nouveaux marchés relais de croissance (Grande-Bretagne, Allemagne, Europe de l'Est)
2. Développer de nouveaux segments à fort potentiel, en particulier les segments : familles, seniors et jeunes actifs,



3. Positionner sur le plan international six nouvelles destinations touristiques,
4. Multiplier par trois le tourisme interne,
5. Accompagner la mise sur le marché de nouvelles capacités hôtelières, en particulier balnéaires,
6. Renforcer la présence du Maroc sur les différents canaux de distribution et notamment le canal Internet.

Afin de mener à bien ces actions, il est nécessaire de renforcer les outils de la promotion et installer durablement l'attractivité de chacune des destinations.

Les mesures :

Pour relever les défis de la promotion et de la commercialisation, un effort substantiel en termes de financement de la promotion touristique sera accordé à l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT). En effet, la promotion des six nouvelles destinations touristiques internationales implique une évolution en profondeur des outils institutionnels de promotion.

Pour développer l'attractivité des territoires touristiques, des Budgets de promotion régionaux gérés par les ADT au niveau de chaque territoire seront mis en place, leur objectif étant d'assurer l'attractivité régionale, à travers des stratégies spécifiques de soutien à la promotion et au développement de l'aérien pour chaque type de destination, adaptées en fonction de leur positionnement produit et de leurs modèles de développement.

La mise en place d'une stratégie Internet plus agressive permettant d'accroître la visibilité de la destination sur Internet.

■ Un stratégie intégrée en matière de développement et tourisme durable

Les défis :

Promouvoir un modèle spécifiquement marocain du tourisme durable doit prendre en compte 3 défis :

- Assurer la durabilité et la préservation des ressources naturelles du Maroc, son authenticité et le bien-être des concitoyens
- Répondre à l'évolution des touristes en termes de sensibilité sociale et environnementale
- Saisir l'opportunité de faire de la durabilité une véritable opportunité de différenciation pour le Maroc



Pour concrétiser l'ambition de durabilité qui est au cœur de la stratégie, il est nécessaire de faire émerger un ensemble de dispositifs couvrant le pilotage, le suivi, le développement d'une réglementation et sa mise en œuvre.

Les mesures :

La réussite en matière de développement et de tourisme requiert :

1. La mise en place d'outils dédiés au suivi et à l'évaluation des indicateurs de durabilité pour le secteur (respect des seuils de densité touristique, consommation d'eau, état des sites naturels et culturels...) à travers un dispositif de veille régional.
2. Le renforcement des critères de durabilité dans les normes de réglementation, avec notamment la création d'une « étoile verte » dans le nouveau dispositif de classement des hôtels pour distinguer les établissements modèles et volontaristes en la matière.
3. La mise en place de mécanismes financiers pour soutenir le développement des éco-territoires et des produits innovants en matière de préservation de l'environnement et d'efficacité énergétique.
4. La mise en place d'une stratégie marketing spécifique visant à positionner le Maroc comme un leader du développement durable
5. La création d'une instance de pilotage stratégique au sein de l'instance nationale (Commission du Tourisme Durable) à même d'impulser, piloter, suivre et évaluer la stratégie de tourisme durable.

Les mesures :

Afin d'accompagner les besoins en management du secteur à horizon 2020 selon les exigences des standards internationaux, et d'accompagner le développement des territoires touristique avec des profils formés aux meilleures exigences internationales en termes de service et prestations touristiques, une nouvelle génération d'écoles de référence en hôtellerie et tourisme sera mise en place selon un mode de gestion innovant, visant l'excellence et permettant de doter ces jeunes des meilleures compétences et attitudes leur permettant de s'ouvrir à de meilleurs horizons de carrière et aux meilleurs standards.



- Ainsi, une Ecole de Management Touristique et Hôtelier de niveau international sera créée afin d'accompagner les besoins en middle et top management du secteur (Signature du Protocole d'entente avec l'Ecole de Lausanne).
- 1 à 2 écoles de référence dans la formation de techniciens et techniciens spécialisés en hôtellerie, restauration et tourisme, seront mises en place au niveau de chacun des territoires touristiques selon un modèle de gestion innovant et performant impliquant le secteur privé.

Un cadre attractif de gestion des ressources humaines dans le secteur et de promotion des métiers du tourisme sera également mis en place par le secteur privé.

La mise en œuvre et le suivi de l'ensemble des mesures liées au capital humain seront assurés par la Commission Ressources Humaines & Formation public / privé instituée au sein de l'instance nationale de pilotage, qui sera en charge du pilotage de la politique nationale de formation, en coordination avec l'ensemble des partenaires.

■ Une stratégie ressources humaines & formation d'excellence

Faire émerger le Maroc parmi les 20 premières destinations mondiales nous impose de renforcer la qualité et la compétitivité de notre secteur, et ce à travers d'une part le développement de ressources humaines hautement qualifiées et motivées.

Les défis :

La réalisation de la Vision 2020 va impliquer de pouvoir former 130.000 nouveaux jeunes dans l'hôtellerie, et donc une forte évolution du système de formation qui devra faire de véritables avancées pour répondre à des nouveaux défis de nature plus qualitative :

- S'adapter aux enjeux quantitatifs par territoire en tenant compte des spécificités de chacun des territoires ;
- Atteindre un pallier qualitatif supplémentaire compte tenu du positionnement haut-de-gamme de la destination qui exige des standards élevés de qualité de service et de prestations,



- S'adapter aux évolutions du secteur et à la diversification de l'offre (gestion d'animations sportives & culturelles, nouvelles niches (golf, bien-être...), nouveaux métiers (e-tourisme...).

Au-delà de la formation, l'avenir des ressources humaines dans le secteur du tourisme dépend de l'amélioration de l'image et de l'attractivité du secteur. Si le tourisme est aujourd'hui reconnu comme un élément moteur du développement économique et social présentant des opportunités pour les jeunes, il reste cependant encore peu attractif, du fait :

- D'un manque de communication des perspectives et réussites possibles auprès des prescripteurs (parents, grand public, monde de l'enseignement) et jeunes Marocains
- D'un cadre de Gestion de Ressources Humaines peu attractif donnant peu de perspectives sur les opportunités d'évolution et de carrière.

■ **La compétitivité du secteur et la modernisation de la chaîne de valeur touristique**

Les défis :

Dans un environnement touristique mondial très compétitif, le Maroc doit :

- se positionner comme une destination compétitive au niveau international en termes de qualité des services et de l'accueil
- capitaliser sur une expérience touristique haut-de-gamme,
- appuyer l'émergence d'un tissu de PME dynamique, moderne et capable d'offrir un service de classe internationale.

Réussir les ambitions de la Vision 2020 implique donc de renforcer la dynamique de consolidation de la chaîne de valeur, au-delà du seul maillon de l'industrie hôtelière. En effet, les autres maillons ont peu profité de la dynamique de modernisation du secteur ; l'hôtellerie indépendante reste peu structurée, l'offre d'animations peu développée, et le transport touristique et la distribution sont encore limités et disposent de peu d'acteurs de référence.



DOSSIER DE PRESSE

Or ces maillons représentent des moments clés dans l'expérience touristique, et interviennent également en tant qu'indicateurs de la qualité d'une destination aux yeux des touristes.

Les mesures :

Pour relever le défi de la modernisation de l'ensemble de la chaîne de valeur touristique et offrir une expérience de qualité internationale tout au long du séjour des touristes, la Vision 2020 mettra en place un Programme National pour l'Innovation et la Compétitivité Touristique articulé autour de 3 axes principaux :

- La mise en place d'un mécanisme d'orientation et de soutien spécifique aux petites et moyennes entreprises touristiques, en synergie avec les outils mis en place par le Ministère du Commerce, de l'Industrie et des Nouvelles Technologies.
- L'appui à l'émergence d'acteurs intégrés de la distribution des voyages internes ou internationaux.
- L'amélioration de l'encadrement de l'activité touristique par une réforme réglementaire à même d'accompagner les nouveaux métiers et produits de la Vision et de favoriser la concurrence et le développement de réseaux

■ **Les mesures de soutien au financement pour un investissement soutenu et durable dans le secteur**

Les défis :

Concernant le volet investissement, il s'agit de renforcer les incitations à l'investissement et à :

- Accompagner une croissance rapide de l'offre hôtelière (+200,000 lits)
- Accroître l'accès aux investisseurs institutionnels et au crédit
- Orienter les investissements vers des destinations nouvelles
- Réussir la diversification de l'offre et développer de nouveaux produits sophistiqués, sur lesquels le Maroc n'a pas encore une expérience significative



Les mesures :

Pour lever les contraintes en termes d'accès aux ressources financières, la Vision 2020 mettra en place un instrument de mobilisation de l'investissement national et international : le Fonds Marocain pour le Développement Touristique (FMDT) qui concrétisera l'engagement volontariste de l'Etat auprès du secteur dans son ensemble.

Ce Fonds sera financé par une participation initiale de l'Etat et sera à même de lever des capitaux importants. Il participera aux principaux projets touristiques du pays, et permettra d'orienter les flux d'investissements vers de nouveaux types de produits et destinations.

Pour soutenir l'investissement et l'orienter vers les zones moins développées ou émergentes et vers les nouvelles opportunités de développement, des primes d'investissement seront mises en place en tenant compte du niveau de risque perçu par les investisseurs pour chaque type de produits et chaque destination.

Enfin, le secteur bancaire marque son engagement d'accompagner la réalisation de la vision 2020 à travers la mobilisation d'une enveloppe de 24 milliards de dh de financement bancaire pour les projets considérés comme stratégiques dans le cadre de la Vision 2020 et répondant à des conditions d'accès pré définies dans un cahier des charges convenu.

