

INDUSTRIE DU TOURISME AU MAROC

Le Maroc, "Royaume aux mille lumières", regorge de potentialités et d'atouts touristiques diversifiés -tourisme culturel, balnéaire, d'affaires, sportif, de montagne et une gastronomie mondialement réputée-. Il se trouve dans une région qui est par essence réceptive de flux touristiques, grâce à sa situation géographique qui lui permet d'avoir deux façades maritimes -méditerranéenne et atlantique- et à sa proximité des pays européens, importants émetteurs de touristes.

Durant les cinq dernières années, les entrées de touristes étrangers au Maroc ont été, en moyenne, de 2 millions, dont 83% sont des Européens, générant ainsi une importante activité économique. En termes de nuitées, on en a recensé, en moyenne, 9,7 millions réalisées dans les hôtels classés.

L'industrie touristique est l'un des plus importants secteurs économiques du Maroc. En effet, en 2000, elle a représenté 7,8% du PIB, près de 12,5% des recettes de la balance des paiements et 15,4% des recettes courantes, soit 21,6 Md.Dh (milliards de dirhams).

Le tourisme est considéré comme l'un des plus grands pourvoyeurs d'emplois au Maroc qui peut servir de levier au problème du chômage. Il est en effet à l'origine de 628.000 emplois, directs et indirects.

Le Maroc compte 1.720 hôtels (576 classés et 1.144 non classés), d'une capacité de 66.823 chambres (46.881 classées et 19.942 non classées) et 128.357 lits (95.180 classés et 33.177 non classés).

Cette infrastructure hôtelière ne répond plus aux besoins touristiques du pays: une partie est vétuste et la partie classée reste insuffisante, d'où le problème de surbooking.

De plus, cette industrie accuse les re-tombées de l'inexistence d'un code incitatif pour les investisseurs, du manque de terrains équipés, d'une fiscalité lourde, d'une concurrence ardue des pays voisins et de la non diversité du produit "Maroc". Par conséquent, la part de marché du Maroc dans le tourisme mondial

LE TOURISME EN 2000

Part dans le PIB: 7,8%

Entrées de touristes non résidents: 4.293.240

-Touristes internationaux: 2.462.894

-Marocains Résidant à l'Etranger: 1.650.143

-Croisiéristes: 180.203

Capacité hôtelière classée: 95.180 lits

Nuitées touristiques: 13.539.586

Taux d'occupation: 51,6%

Recettes touristiques: 21.644 M.Dh

Emplois directs et indirects: 628.000

est tombée, en l'espace de 10 ans, de 0,65% à 0,59%. Dans la région de la méditerranée, le Maroc n'a reçu, en 2000, que 1,9% des flux touristiques contre 3% pour la Tunisie et 3% pour l'Egypte.

Toutefois, un contrat-programme a été conclu entre le Gouvernement et la CGEM, prévoyant des mesures à même de dynamiser le secteur.

La stratégie adoptée pour le développement du secteur touristique s'articule autour de trois axes:

- rendre le Maroc plus compétitif en matière d'attractivité avec pour objectif d'attirer 10 millions de touristes à l'horizon 2010;

- mettre en place une politique industrielle et financière pour mieux rentabiliser l'investissement;

- améliorer l'image du secteur à travers la qualification et la formation du personnel.

L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DANS LE MONDE

L'industrie touristique mondiale a connu un important développement. Entre 1975 et 2000, les arrivées de touristes internationaux ont enregistré une progression de 4,7%, supérieure à celle du PIB mondial (+3,5%). Cette industrie emploie 200 millions de personnes et réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 3.600 milliards de dollars, soit 11% du PIB mondial.

Sur le plan du commerce mondial de biens et services, les dépenses consacrées à ce créneau dépassent le milliard de dollar US pour 46 pays (non compris les dépenses du transport international). Les Etats-Unis, l'Allemagne, l'Angleterre et le Japon arrivent ensemble en tête du classement avec des dépenses, oscillant entre 30 et 65 milliards de dollars US (Md.\$). Ces quatre pays représentent, ainsi, plus d'un tiers du total des dépenses touristiques internationales. Ils sont suivis par la France (17,2 Md.\$), l'Italie (15,5 Md.\$), le Canada (12,4 Md.\$) et les Pays-Bas (11,8 Md.\$).

D'après les résultats publiés par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), 698 millions de touristes se sont rendus dans un pays étranger en 2000. Les recettes du tourisme international ont atteint 476 Md.\$ en 2000 et pourraient tripler dans les vingt prochaines années. Stimulé par la conjugaison de plusieurs facteurs favorables, à savoir une situation économique solide et les manifestations spéciales organisées pour fêter le nouveau millénaire, le tourisme mondial en 2000 a progressé de 7,4% par rapport à 1999.

Selon l'OMT, les pays industrialisés sont les premiers bénéficiaires en termes d'entrées et de recettes touristiques. La France occupe le premier rang avec 75,5

FLUX ET RECETTES TOURISTIQUES DANS LE MONDE

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
NOMBRE DE TOURISTES										
(en millions)	464	503	518	553	568	600	620	635	650	698
Variation (en %)	1,3	8,4	3,1	6,8	2,7	5,5	3,3	2,5	3,2	6,2
RECETTES TOURISTIQUES (en Md.\$)	278	314	323	353	403	438	438	439	455	476
Variation (en %)	3,7	13,0	3,0	9,1	14,3	8,6	0,1	0,3	3,6	4,5

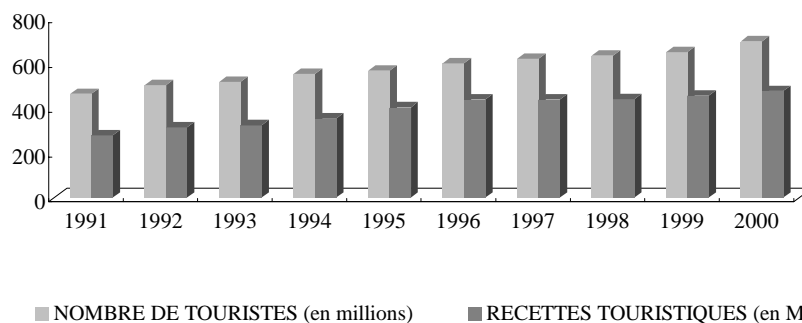
(Source: Organisation Mondiale du Tourisme)

TOURISME INTERNATIONAL PAR REGIONS

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
MONDE										
Arrivées (en millions)	464,0	502,8	518,3	553,3	568,5	599,6	619,6	635,1	649,9	698,3
Recettes (en Md.\$)	277,6	313,6	323,1	352,6	406,2	437,6	438,2	442,5	455,4	475,8
AFRIQUE										
Arrivées (en millions)	16,2	18,0	18,5	19,1	20,3	21,9	23,2	24,7	26,5	26,9
Recettes (en Md.\$)	5,1	6,2	6,3	6,8	8,1	8,7	9,9	9,6	10,3	10,7
AMERIQUE										
Arrivées (en millions)	96,7	103,6	103,6	106,5	108,9	116,9	118,9	119,5	122,2	129,0
Recettes (en Md.\$)	77,8	85,5	91,1	95,2	102,7	112,4	118,9	120	122,4	136,4
ASIE DE L'EST/PACIFIQUE										
Arrivées (en millions)	56,4	64,2	71,2	76,8	81,4	89,0	88,0	88,0	97,6	111,9
Recettes (en Md.\$)	40,4	47,4	53,9	63,4	74,5	82,0	76,4	70,7	75,2	82,5
EUROPE										
Arrivées (en millions)	283	302,4	310,1	334,3	323,4	353,3	369,8	373,7	380,2	403,3
Recettes (en Md.\$)	148,1	166,7	163,5	177,7	212,8	222,2	220,5	231,7	233,1	231,5
MOYEN ORIENT										
Arrivées (en millions)	8,4	10,9	11,4	12,8	12,4	14,1	14,8	15,1	18,2	20,6
Recettes (en Md.\$)	3,8	5,1	5,7	6,4	7,6	8,2	9,1	8,8	9,8	9,7
ASIE DU SUD										
Arrivées (en millions)	3,3	3,6	3,5	3,9	4,2	4,4	4,8	5,2	5,8	6,4
Recettes (en Md.\$)	2,3	2,8	2,7	3,1	3,5	3,9	4,3	4,3	4,6	5,1

(Source: Organisation Mondiale du Tourisme)

EVOLUTION DES ARRIVEES ET DES RECETTES TOURISTIQUES DANS LE MONDE



LES 15 PREMIERES DESTINATIONS TOURISTIQUES DANS LE MONDE

(en millions)

Pays	Arrivées de touristes internationaux		% de variation 2000/1999	Part de marché (%) 2000
	1999	2000		
France	73,0	75,5	3,4	10,8
Etats-Unis d'Amérique	48,5	50,9	4,9	7,3
Espagne	46,8	48,2	3,0	6,9
Italie	36,5	41,2	12,8	5,9
Chine	27,0	31,2	15,5	4,5
Royaume-Uni	25,4	25,2	-0,8	3,6
Fédération de Russie	18,5	21,2	14,5	3,0
Mexique	19,0	20,6	8,4	3,0
Canada	19,5	20,4	4,9	2,9
Allemagne	17,1	19,0	10,9	2,7
Autriche	17,5	18,0	2,9	2,6
Pologne	18,0	17,4	-3,1	2,5
Hongrie	14,4	15,6	8,1	2,2
Hong-Kong	11,3	13,1	15,3	1,9
Grèce	12,2	12,5	2,8	1,8

(Source: Organisation Mondiale du Tourisme)

millions de visiteurs, suivie des Etats-Unis (50,9 millions), de l'Espagne (48,2 millions), de l'Italie (41,2 millions), de la Chine (31,2 millions) et de la Grande Bretagne (25,2 millions). En terme de recettes, ce sont les Etats-Unis qui demeurent très largement en tête avec 85,2 Md.\$, suivis de l'Espagne (31 Md.\$), de la France (29,9 Md.\$) et de l'Italie (27,4 Md.\$).

Toutes les régions du monde ont accueilli davantage de touristes en 2000, mais c'est l'Asie de l'Est et Pacifique qui, avec 14 millions de touristes de plus qu'en 1999, a enregistré la plus forte évolution (+14,7%).

Suite aux événements du 11 septembre, le tourisme mondial a enregistré en 2001 une baisse qui est estimée à 1,3%. Le nombre de touristes a atteint 690 millions d'arrivées contre 699 millions un an plus tôt (-1,3%). C'est la première baisse que les flux touristiques mondiaux ont accusé depuis 1982 (-0,4%). Les zones les plus touchées par cette baisse sont le Moyen-Orient (-30%), les Amériques (-24%) et l'Asie du Sud (-24%).

Selon les projections à long terme de l'OMT, le nombre de touristes dans le monde à l'horizon 2020 devrait dépasser 1,56 milliard dont 717 millions ou 46% en Europe, suivie de l'Asie de l'Est et le Pacifique (397 millions ou 25,4%), les Amériques (282 millions ou 18,1%), l'Afrique (77 millions ou 4,9%), le Moyen-Orient (69 millions ou 4,4%) et l'Asie du Sud (19 millions ou 1,2%).

LES PERFORMANCES DU TOURISME PAR BLOC DE PAYS

EUROPE

En 2000, l'Europe a attiré 403 millions de touristes internationaux, soit 23 millions de plus que l'année précédente. Cependant, les recettes générées ont accusé une baisse de 0,7%, atteignant 231,5 Md.\$.

Un dollar fort et un euro relativement faible, la coupe d'Europe de football, l'Expo 2000 en Allemagne et le jubilé du Vatican en Italie ont eu des effets positifs sur les résultats du tourisme en Europe.

Cette dernière, en représentant 58% du tourisme international, occupe la première destination touristique. La France a drainé 75,5 millions de touristes, en hausse de 3,4% par rapport à l'année précédente, se positionnant première sur l'échiquier mondial. Pour ce qui est de l'Espagne, les arrivées de touristes internationaux se sont élevées à 48,2 millions (+3%). L'Espagne a occupé, de ce fait, le troisième rang, surpassée par les Etats-Unis. L'Italie a attiré 41,2 millions de touristes (+12,8%), occupant ainsi le quatrième rang. Les entrées de touristes en Angleterre ont accusé une baisse de 1,9%. L'Allemagne a accueilli 19 millions de touristes (+10,9%), la Grèce 12,5 millions (+2,8%) et le Portugal 12 millions (+3,5%).

En Europe méditerranéenne orientale, la Turquie a reçu 9,6 millions de touristes, soit une croissance de 39,1% par rapport à 1999.

En Europe Centrale et Orientale, la Russie a attiré 21,2 millions de visiteurs (+14,5%), la Pologne 17,4 millions (-3,1%) et la Hongrie 15,6 millions (+8,1%).

Les pays de l'Est ont réalisé des résultats satisfaisant, essentiellement la Croatie qui a accueilli 5,8 millions de touristes (+53,2%).

ASIE DE L'EST/PACIFIQUE

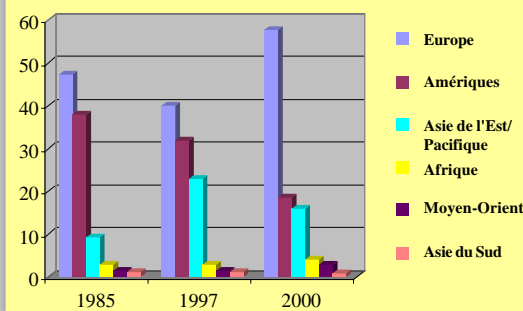
Les arrivées touristiques dans ce bloc de pays ont atteint 111,9 millions de touristes en 2000 contre 97,6 millions un an plus tôt, en hausse de 14,7%. Les recettes ont atteint 82,5 Md.\$ en 2000 contre 75,2 Md.\$ réalisées en 1999, soit une hausse de 9,7%.

L'année 2000 a vu un net accroissement des arrivées de touristes surtout en Chine (31,2 millions contre 27 millions, +15,5) et dans ses régions administratives spéciales de Hong-Kong (13,1 millions contre 11,3 millions, +15,3) et de Macao (6,7 millions contre 5,1 millions, +32,3).

L'Asie du Sud-Est, essentiellement la Thaïlande (9,6 millions contre 8,7 millions, +10,7%), la Malaisie (10 millions contre 7,9 millions, +26,1%), le Cambodge et le Viet Nam, sont en passe de devenir une des destinations préférées du tourisme mondial.

L'Australie a enregistré une hausse de 11% dans les arrivées, soit 4,9 millions de touristes, et ce grâce aux jeux olympiques de Sydney.

Part de marché par continent (en%)



AMERIQUE DU NORD

En termes d'arrivées, la croissance des entrées de touristes dans ce bloc de pays a été de 5,5%, atteignant 129 millions de touristes en 2000 contre 122,2 millions en 1999.

Les arrivées de touristes aux Etats-Unis ont augmenté de 4,9% (50,9 millions de touristes contre 48,5 millions) sous l'effet de la reprise du tourisme de loisir et d'affaires en provenance du Canada et du Mexique et de l'essor des grands marchés d'outre-mer, surtout le Japon et le Royaume-Uni. Les recettes ont enregistré un accroissement de 13,7%, passant à 85,2 Md.\$ contre 74,9 Md.\$.

Le nombre d'arrivées de touristes au Canada est passé de 19,5 millions en 1999 pour atteindre 20,4 millions de touristes en 2000, soit + 4,9%, générant des recettes de 10,8 Md.\$ contre 10,2 Md.\$, en hausse de 5,9%.

Le Mexique a accueilli 20,6 millions de touristes contre 19 millions, soit une amélioration de 8,4%. Quant aux recettes drainées, elles ont enregistré une hausse de 14,8%, atteignant 8,3 Md.\$.

AFRIQUE

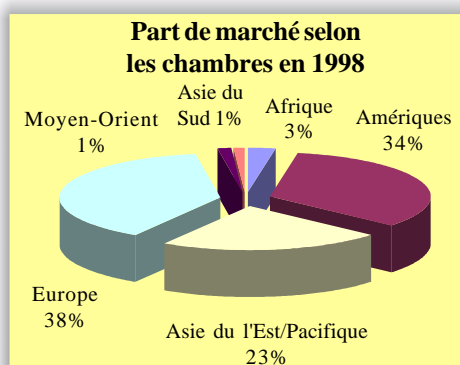
L'Afrique n'a pas pu bénéficier de l'essor du tourisme en 2000, enregistrant le plus faible taux de croissance aussi bien en terme d'arrivées que de recettes. En effet, le nombre de touristes internationaux séjournant dans ce continent n'a progressé que de 4,4%, totalisant 27,6 millions de touristes et les recettes drainées n'ont augmenté que de 3,7%, atteignant 10,7 Md.\$.

Les arrivées de touristes étrangers ont connu une croissance de 25,9% en Zambie, de 30% au Kenya, 15,6% en Algérie et 13,1% à l'île de Maurice. Par contre le Zimbabwe a enregistré un brusque recul de 11,2% et l'Afrique du Sud de 0,4%.

46% ou 15,2 millions des arrivées de touristes ont été enregistré en Afrique du Nord dont 4,1 millions au Maroc (y compris les MRE), 5,1 millions en Tunisie, et 5,3 millions en Egypte.

LA CAPACITE HOTELIERE AU NIVEAU MONDIAL

En 1998, la capacité hôtelière mondiale classée a avoisiné les 16 millions de cham-



bres. Exprimée en lits, elle en représentait 32 millions.

L'Europe détient près de 40% de la capacité hôtelière mondiale, soit environ 6 millions de chambres et le continent américain près du tiers, avec une très grande concentration en Amérique du Nord (4 millions de chambres). L'Asie de l'Est et le Pacifique en offraient presque 3,5 millions, essentiellement dans l'Asie du Nord-Est. L'Afrique, le Moyen-Orient et l'Asie du Sud disposent ensemble 800.000 chambres.

Entre 1995 et 1998, le taux de croissance annuel de la capacité hôtelière a été en moyenne de 3%. Comparé à 1990, le nombre de chambres a augmenté de 3 millions et par rapport à 1995, il a progressé de 1,3 million. Des taux de croissance supérieurs à la moyenne ont été enregistrés dans l'ensemble de l'Asie de l'Est et du Pacifique, dans les Caraïbes, en Amérique Centrale et du Sud, en Afrique occidentale, au Moyen-Orient et en Asie du Sud. En Europe ce taux n'a guère dépassé 1,3%, alors qu'en Méditerranée orientale, la capacité hôtelière a connu une progression supérieure à 3% en moyenne.

L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DANS CERTAINS PAYS CONCURRENTS DU MAROC

Selon les statistiques de l'OMT pour l'année 2000, le Maroc détient la 37^{ème} position parmi les destinations touristiques mondiales, tandis que la Tunisie se place au 31^{ème} rang et l'Egypte à la 30^{ème} place.

En termes de parts de marché, notre pays ne détient que 0,62% des arrivées touristiques et 0,44% des recettes.

TUNISIE

Le tourisme en Tunisie participe avec 6,8% dans le PIB et emploie près de 80.500 personnes.

Avec une superficie de 164.000 Km², la Tunisie a pu drainer 5,1 millions de touristes en 2000, dont 3,3 millions d'Européens contre 3,2 millions en 1999 (+3,1%).

PRINCIPAUX INDICATEURS DU TOURISME TUNISIEN

	1998	1999	2000
Capacité disponible (en lits)	185 000	192 000	197 000
Entrées des non-résidents	4 717 705	4 831 658	5 057 193
Nuitées des non-résidents	28 787 502	33 151 000	33 168 000
Durée de séjour (en jours)	6,1	6,9	6,6
Taux d'occupation (%)	52,5	-	56,0
Investissements touristiques (millions de dinars*)	329	331	325
Recettes touristiques	1 713	1 954	2 095
Emplois directs	73 900	76 800	80 500

(Source: Ambassade de la République Tunisienne à Rabat)

(*) 1 Dinar tunisien = 8 dirhams environ

Les Allemands sont les premiers clients de la Tunisie.

Les entrées de Maghrébins ont atteint 1,4 million en 2000 contre 1,3 million en 1999, soit +10,1%.

Le balnéaire constitue l'élément vital du produit touristique "Tunisien". Mais, les potentialités du pays permettent d'envisager d'autres niches liées à des aspects culturel et naturel.

L'industrie touristique tunisienne a généré près de 2,1 milliards de dinars de recettes, enregistrant ainsi une croissance de 7,2% par rapport à 1999.

En vingt ans, la capacité hôtelière de la Tunisie est passée de 34.000 lits à environ 197.000.

D'autre part, la Tunisie vise un autre créneau qui est celui de la qualité. Cette dernière est devenue un argument de commercialisation en raison des exigences croissantes de la clientèle. En effet, en l'espace de 13 ans, la part des hôtels 4 et 5 étoiles est passée de 16% à 35%.

Dans les perspectives de développer le tourisme, plusieurs zones d'aménagement

ont été programées dont Cap Gammarth à Tunis, Belkata à Monastir, Sidi Founkhal sur l'archipel de Kerkennah, Ghedhabna à Mehdiya, Lella Hadria à Jerba, Salloum à Bouficha et Hergla à Souss.

EGYPTE

Représentant 25% des entrées des devises étrangères et 6% dans le PIB, le tourisme est un secteur clé dans l'économie égyptienne. En 2000, ce pays est classé au 30^{ème} rang en tant que destination touristique mondiale avec 5,3 millions d'arrivées et au 23^{ème} rang du point de vue des recettes avec 4,7 Md.\$.

La capacité d'accueil du pays est évaluée à 105.000 chambres.

Aujourd'hui, l'Egypte cherche à redynamiser le tourisme à travers le lancement de plusieurs programmes promotionnels et publicitaires.

LE TOURISME AU MAROC

Le secteur touristique occupe une place importante dans l'économie marocaine, vu les recettes qu'il génère, les emplois qu'il crée et son rôle dans la dynamisation des autres secteurs.

LA DEMANDE TOURISTIQUE

PROFIL DE LA DEMANDE

La demande touristique internationale intéressée par le Maroc est saisonnière et essentiellement balnéaire.

Cependant, certains facteurs tels que le vieillissement de la population des pays du Nord, les méfaits des expositions au soleil et le développement d'autres centres d'intérêt, imposent au Maroc de développer davantage son potentiel touristique. Riche et varié, celui-ci devrait répondre à une demande internationale de plus en plus exigeante.

Par mode de transport, la voie aérienne est la plus fréquentée par le touriste étranger (70,1%), suivie par la voie maritime (19,7%) et la voie terrestre (10,2%).

L'aéroport de Casablanca-Mohammed V draine la plus grande partie des arrivées de touristes étrangers, soit 601.615 entrées en 2000, suivi de celui de Marrakech-Ménara (566.992) et d'Agadir-Al Massira (383.078).

MARCHES EMETTEURS DE TOURISTES AU MAROC

LE TOURISME INTERNATIONAL

Au Maroc, le nombre de touristes étrangers, recensés aux postes frontières pendant la période 1992-2000 a atteint, en moyenne, 2.247.614 de touristes, tandis que le nombre moyen de nuitées réalisées dans les hôtels classés s'est établi à 9.232.922.

En 2000, la structure des flux touristiques est marquée par la prépondérance des ressortissants européens qui représentent 83,2% du total des arrivées ou 2.049.474 visiteurs, suivis des touristes américains (6,3% ou 155.388), des Moyens Orientaux (2,7% ou 67.614) et des Maghrébins (2,6% ou 63.989).

Agadir est considérée comme la principale ville touristique du pays, puisque à elle seule, elle a réalisé 38% des nuitées totales en moyenne et ce, entre 1992 et 2000. Marrakech détient la deuxième place avec 25%, suivie de Casablanca (9%), Ouarzazate (5%), Tanger (5%), Fès (5%), Rabat (4%) et Tétouan (2%).

marché européen

De par sa proximité du Maroc, le marché européen est le principal émetteur de touristes vers notre pays.

En terme d'arrivées, les touristes européens ont atteint en moyenne 1.517.014 sur la période allant de 1992 à 2000.

En 2000, les arrivées des Européens ont été de 2.049.474 contre 1.871.221 en 1999, soit +9,5%.

Cette hausse est attribuable à la progression des arrivées de touristes français, espagnols, italiens et anglais, tandis que celles des allemands continuent de régresser pour la deuxième année consécutive.

A fin octobre 2001, les arrivées de touristes européens ont atteint 1.803.396 contre 1.758.575, soit +2,5%. les nuitées réalisées se sont élevées à 8.237.456, enregistrant une baisse de 3,5%.

Les Français: Entre 1992 et 2000 les touristes français ont représenté en moyenne 38% de l'ensemble des arrivées de touristes européens, soit 571.185 touristes, et ont réalisé 32% du total des nuitées dans les hôtels classés, soit 2.935.877. Ils sont ainsi classés premiers touristes étrangers au Maroc.

En 2000, le nombre de Français qui se sont rendus au Maroc a augmenté de 15,6% par rapport à 1999, totalisant 877.347 visiteurs contre 759.174, avec des nuitées en hausse de 17,7% (4.691.544 contre 3.984.901).

A fin octobre 2001, 806.112 touristes français ont visité le Maroc, soit +5,9% par rapport à fin octobre 2000. En termes de nuitées, ce sont 4.096.028 qui ont été réalisées dans les hôtels classés, soit -2,8%.

Le touriste français voyage au Maroc pendant l'été (juillet-août) et pendant les vacances de pâques. Ses principales destinations sont Ouarzazate (60,4% des nuitées réalisées dans les hôtels classés de la ville), Marrakech (58,4%), Casablanca (21,4%) et Agadir (20,2%).

Les Allemands: Avec 49,3 millions de

EVOLUTION DES ARRIVÉES DE TOURISTES ÉTRANGERS DE SÉJOUR PAR VOIE D'ACCÈS

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Voie aérienne	985 870	947 335	1 066 724	1 207 381	1 313 949	1 544 932	1 725 934
dont:							
Tanger-Ibn Battouta	60 541	52 251	44 490	45 011	48 075	59 150	61 940
Casa-Mohammed V	375 909	373 676	422 764	465 346	512 004	571 066	601 615
Agadir-Al Massira	255 902	219 858	283 955	277 092	328 536	350 620	383 078
Marrakech-Ménara	224 586	242 919	245 439	338 063	338 355	458 129	566 992
Voie terrestre	886 723	204 889	185 982	207 895	227 610	231 640	252 141
dont:							
Bab Sebta	191 509	159 233	140 226	169 442	185 987	192 626	205 044
Voie maritime	421 151	375 653	385 266	416 846	412 072	498 242	484 819
dont:							
Tanger	398 351	358 882	360 760	376.008	362 282	435 169	416 991
TOTAL	2 293 744	1 527 877	1 637 972	1 832 122	1 953 631	2 274 814	2 462 894

(Source: Département du Tourisme)

PROJECTION DU TOURISME MONDIAL A L'HORIZON 2020

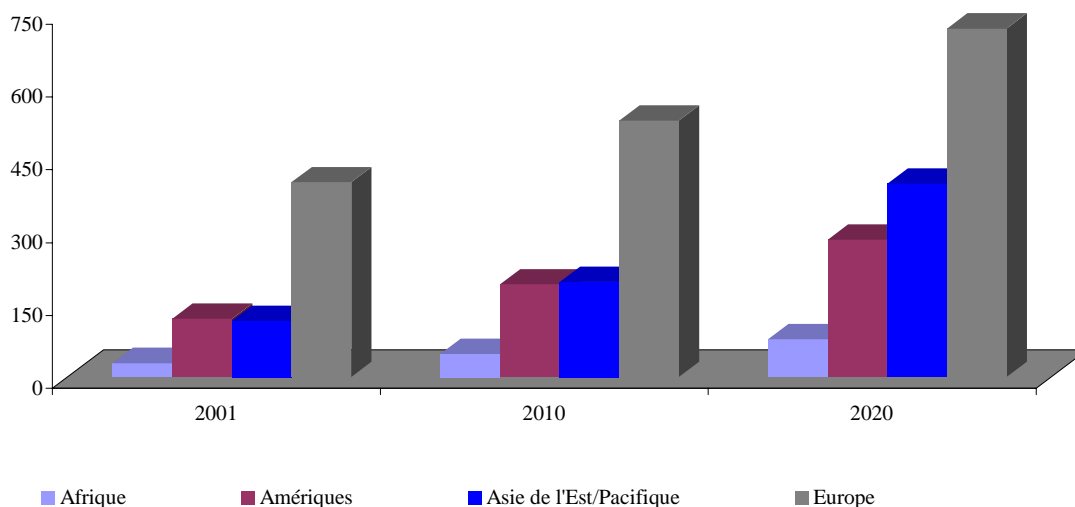
(en millions de touristes)

	1995	1999	2000	2001	2010	2020
Monde	565,5	650,5	698,8	688,6	1006,4	1561,1
Afrique	20,2	26,5	27,6	28,5	47,0	77,3
Amériques	108,9	122,2	129,0	119,3	190,4	282,3
Asie de l'Est/Pacifique	81,4	97,6	111,9	114,9	195,2	397,2
Europe	338,2	380,2	403,3	400,5	527,3	717,0
Moyen-Orient	12,4	18,2	20,6	19,4	35,6	68,5
Asie du Sud	4,2	5,8	6,4	6,0	10,6	18,8

(Source: Organisation Mondiale du Tourisme)

MARCHE MONDIAL A L'HORIZON 2020

(en millions)



LES 15 PAYS DU MONDE AUX DEPENSES TOURISTIQUES LES PLUS ELEVEES

(en milliards de dollars)

Pays	Dépenses du tourisme international		% de variation 2000/1999	Part de marché 2000 (%)
	1999	2000		
Etats-Unis d'Amérique	59,4	65,0	9,6	13,7
Allemagne	48,5	47,6	-1,8	10,0
Royaume-Uni	35,6	36,6	2,6	7,7
Japon	32,8	31,5	-4,0	6,6
France	18,6	17,2	-7,9	3,6
Italie	16,9	15,5	-8,6	3,2
Canada	11,3	12,4	9,4	2,6
Pays-Bas	11,4	11,8	4,0	2,5
Chine	10,9	-	-	-
Belgique/Luxembourg	10,1	-	-	-
Autriche	9,8	9,3	-5,6	1,9
Suède	7,6	-	-	-
Russie	7,4	-	-	-
République de Corée	4	6,4	60,4	1,3
Suisse	6,8	6,3	-7,8	1,3

(Source: Organisation Mondiale du Tourisme)

EVOLUTION DES ARRIVEES DE TOURISTES DANS LES HOTELS CLASSES PAR TYPE DE TOURISME

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Touristes étrangers*	2 520 023	2 723 204	2 666 128	2 122 663	2 238 292	2 540 757	2 797 747	3 216 993	3 387 727
France	723 252	838 198	866 132	649 243	757 980	865 261	990 701	1 280 461	1 453 581
Allemagne	369 711	459 560	509 353	434 961	399 119	399 119	456 801	442 446	407 570
Italie	257 455	266 511	254 389	192 331	190 056	229 697	242 929	250 831	249 701
Espagne	390 002	350 527	231 236	135 491	189 081	224 964	231 672	262 486	275 324
USA	80 918	92 717	97 882	102 604	110 631	118 213	121 723	134 100	149 750
Grande Bretagne	90 506	89 532	106 837	104 031	75 187	74 980	105 064	117 085	135 859
Belgique	44 669	52 429	58 584	52 293	51 730	73 922	95 485	100 594	87 238
Suisse	45 504	50 473	46 052	41 108	44 316	46 644	53 042	56 048	50 958
Autres	518 006	523 257	495 663	410 601	420 192	507 957	500 330	572 942	577 746
Touristes nationaux	1 009 951	1 028 762	999 954	1 012 974	1 004 449	1 059 603	1 064 271	1 042 312	1 079 512

(Source: Département du Tourisme)

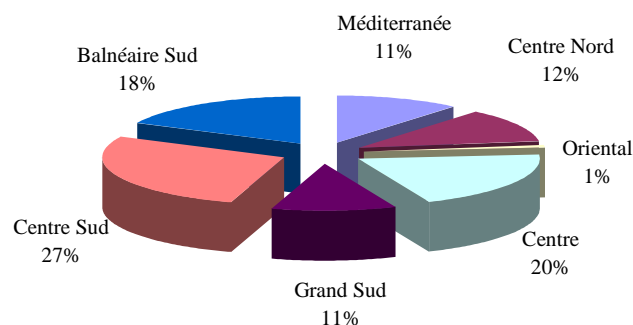
* Le nombre de touristes étrangers séjournant dans les hôtels classés est supérieur à celui recensé aux postes frontières en raison de la rotation multiple des touristes dans les différents hôtels du pays.

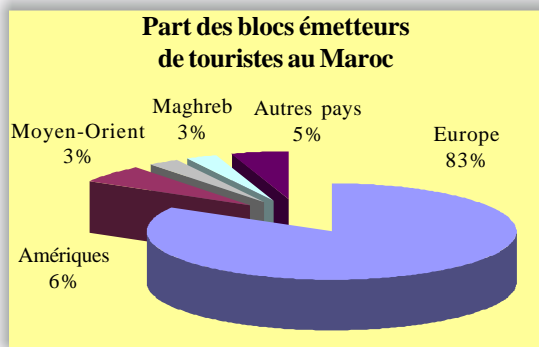
EVOLUTION REGIONALE DES ARRIVEES DANS LES HOTELS CLASSES

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Méditerranée	528 653	480 642	432 755	375 678	358 014	393 633	417 267	450 643	496 349
Centre Nord	456 924	491 337	457 543	364 113	404 520	450 251	482 948	537 383	522 181
Oriental	85 543	82 779	61 363	31 833	33 214	33 918	34 801	36 509	37 660
Centre	837 905	853 309	840 771	740 304	725 652	801 756	827 372	864 723	896 011
Grand Sud	276 203	315 759	323 166	248 089	295 317	353 252	388 847	457 024	492 896
Centre Sud	772 023	863 736	862 875	749 444	820 114	917 989	1 002 152	1 161 590	1 231 663
Balnéaire Sud	572 723	664 404	687 609	626 176	605 910	649 491	708 631	751 433	790 479
TOTAL	3 529 974	3 751 966	3 666 082	3 165 637	3 242 741	3 600 360	3 862 018	4 259 305	4 467 239

(Source: Département du Tourisme)

ARRIVEES DE TOURISTES ETRANGERS DANS LES HOTELS CLASSES PAR REGION





touristes Allemands ayant visités le monde en 2000, le Maroc n'en a accueilli que 221.592 arrivées et 1.833.579 nuitées dans les hôtels classés. Ce nombre est insignifiant comparé aux autres destinations concurrentes telles que l'Espagne, première destination des Allemands, avec 8,1 millions d'arrivées, l'Italie (5,7 millions), la France (2,4 millions), la Grèce (2,1 millions) et la Tunisie (853.202).

Sur la période 1992-2000, les arrivées des Allemands ont atteint en moyenne 212.599 touristes, réalisant 2.143.897 nuitées dans les hôtels classés.

Dans leur majorité, les Allemands ont une préférence pour les destinations "soleil", ce qui explique qu'ils sont les principaux clients de la ville d'Agadir où ils ont réalisé 31,7% des nuitées totales.

Si les Allemands sont attirés par le tourisme balnéaire, ils ont également un penchant pour le tourisme culturel. En effet, 8,5% des nuitées totales recensées dans les hôtels classés de la ville de Marrakech et 3,8% de Fès, sont réalisés par les touristes germaniques.

A fin octobre 2001, 187.111 Allemands ont visité le Maroc contre 189.970 pendant la même période de l'année précédente, soit -1,5%. Ils ont passé 1.406.995 nuitées dans les hôtels classés contre 1.566.817, soit -10,2%.

Les Espagnols: En termes d'arrivées, le marché espagnol représente le deuxième pays émetteur de touristes vers le Maroc avec en moyenne 232.946 touristes sur la période 1992-2000 et 552.842 nuitées réalisées dans les hôtels classés.

En 2000, les touristes espagnols ont été 255.912 à venir visiter le Maroc, soit +5,9% par rapport à 1999. Dans les hôtels classés, ils y ont passé 589.982 nuitées, soit +5,1%.

A fin octobre 2001, les arrivées de touristes espagnols ont atteint 209.130, soit -6% par rapport à la période correspondante à l'exercice antérieur, tandis que les nuitées ont diminué de 13,7%, passant ainsi de 502.513 à 433.784.

Les touristes espagnols qui généralement visitent le Maroc pendant le mois d'avril et le mois d'août, préfèrent aller au Nord du pays, principalement Tanger (13,7% des nuitées réalisées dans les hôtels classés de cette ville) et le Centre-Nord, essentiellement Fès (6,8%).

Les Italiens: Avec 146.883 arrivées en 2000 et 750.212 nuitées, le Maroc occupe la 6^{ème} destination touristique des Italiens après l'Espagne (2.165.874), l'Egypte (366.620), la Tunisie (270.110), le Portugal (248.000) et la Turquie (236.543).

En moyenne, les arrivées de touristes italiens au Maroc étaient de 237.100 au cours de la période 1992-2000. Quant aux nuitées réalisées dans les hôtels classés, elles se sont élevées à 734.565.

Au cours des dix premiers mois de l'année 2001, les arrivées de touristes italiens ont atteint 116.905 contre 124.018 pendant la même période de l'année précédente, soit -5,7%. Les nuitées ont régressé de 5%, passant à 627.298 contre 659.979.

Les destinations préférées des touristes italiens, qui visitent généralement le Maroc durant le mois d'août, sont essentiellement Fès (8,7% des nuitées totales réalisées dans cette ville), Rabat (7,5%), Errachidia (6,5%), Marrakech (6,3%), Ouarzazate (5,6%) et Agadir (5,2%).

Les Anglais: En moyenne, 99.898 arrivées de touristes anglais ont été constatées de 1992 à 2000 et 466.902 nuitées ont été réalisées dans les hôtels classés.

En 2000, 135.859 touristes anglais ont été recensés aux postes frontières du pays, soit +16% par rapport à 1999, réalisant 544.767 nuitées, soit +20,4%.

A fin octobre 2001, les arrivées de touristes anglais ont augmenté de 5% par rapport à la même période de l'année 2000, passant ainsi à 121.215 contre 115.483. Les nuitées ont évolué d'une façon nettement plus importante (+26,7%), se chiffrant à 554.626 contre 437.621.

marché américain

Le marché américain qui représente en moyenne 124.452 visiteurs, est dominé par les touristes provenant des Etats-Unis et du Canada, soit 90%.

Les Américains (USA): En termes d'arrivées, le nombre moyen de touristes américains originaires des USA ayant visité le Maroc pendant la période 1992-2000 a été de 95.364, tandis que les nuitées réalisées dans les hôtels classés par ces derniers, ont atteint en moyenne 245.652.

L'année 2000 a vu les arrivées de touristes américains baisser de 6,7% (121.068 contre 129.707 l'année précédente), alors que les nuitées ont augmenté de 13,4% (323.559 contre 285.445).

A fin octobre 2001, les arrivées de touristes américains ont régressé de 12,9%, passant de 103.219 à 89.948 un an plus tôt. Les nuitées ont diminué de 12,8% pour atteindre 238.707.

Canada: En moyenne, le nombre de touristes canadiens ayant visité le Maroc entre 1992 et 2000, a atteint 25.678 personnes.

34.320 touristes canadiens ont visité le Maroc en 2000 contre 30.686 un an plus tôt, soit +11,8%. Les nuitées réalisées par ces touristes dans les hôtels classés sont passées de 77.811 nuitées à 77.840.

marché maghrebin

De 1992 à 2000, les arrivées en provenance de ce marché avaient atteint, en moyenne, 455.237 et les nuitées 151.013.

En 2000, le nombre d'arrivées de maghrebins a enregistré une hausse de 6% (63.989 contre 60.368), avec à leur tête les Tunisiens (26.495 touristes ou 41,4%) suivis par les Algériens (20.251 visiteurs ou 31,6%) et les Libyens (11.357 ou 17,7%).

Par contre, les nuitées réalisées par les maghrebins ont baissé de 7,1%, passant de 102.173 nuitées à 94.935.

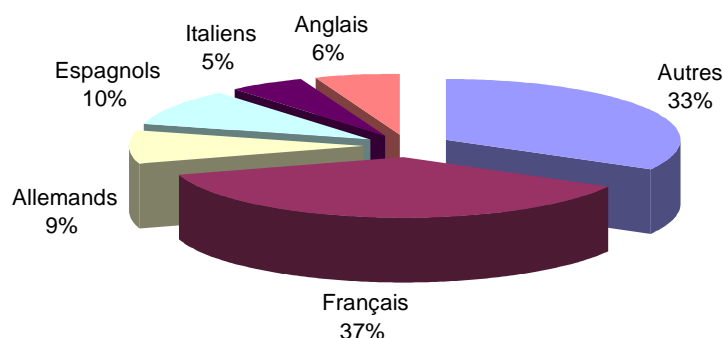
En octobre 2001, le nombre des arrivées a atteint 62.879 contre 56.030 durant la période correspondante de l'année 2000, soit +12,2%. Pour leur part, les nuitées sont passées de 82.547 pour atteindre 88.852, soit +7,6%.

ARRIVEES DE TOURISTES ETRANGERS PAR GROUPES DE PAYS ET PAR NATIONALITE

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
EUROPE	1 291 124	1 413 235	1 298 351	1 237 485	1 334 644	1 504 763	1 652 825	1 871 221	2 055 971
dont:									
Français	428 983	488 679	439 493	424 378	499 730	590 034	632 845	759 174	877 347
Allemands	184 645	222 281	214 195	162 151	212 538	225 697	240 463	229 830	221 592
Espagnols	276 988	267 916	212 636	199 133	196 511	218 782	226 897	241 742	255 912
Italiens	113 348	120 225	103 691	101 212	91 485	122 525	112 023	125 687	146 883
Anglais	95 267	97 233	113 904	128 916	103 082	83 096	104 895	132 292	137 232
AMERIQUE	118 112	120 491	122 700	104 893	103 049	112 667	122 372	160 393	178 625
dont:									
Américains (U.S.A)	89 536	91 055	85 834	80 168	77 356	87 571	95 980	129 707	121 068
Canadiens	17 055	20 139	26 997	24 725	25 693	25 096	26 392	30 686	34 320
MAGHREB	1 738 349	1 306 121	751 375	56 562	60 569	62 636	61 153	60 368	63 989
dont:									
Tunisiens	49 011	44 695	33 743	27 689	28 441	29 838	28 113	28 193	26 495
Algériens	1 659 634	1 237 946	699 763	13 178	16 524	15 807	15 706	17 965	20 251
Libyens	22 574	16 399	12 519	11 369	11 485	12 614	12 822	9 235	11 357
MOYEN ORIENT	43 811	48 063	50 971	49 951	51 913	53 941	64 501	69 648	67 157
dont:									
Saoudiens	24 692	26 177	27 217	26 957	28 091	27 890	30 605	31 749	32 891
Egyptiens	3 840	4 490	4 649	4 290	4 651	5 548	9 948	12 277	9 427
AUTRES PAYS	60 666	57 790	70 347	78 985	87 798	98 115	100 494	113 184	97 152
dont:									
Japonais	12 106	13 635	14 952	17 206	16 064	18 333	21 375	23 466	23 643
Australiens	5 884	5 482	9 951	5 744	6 561	7 609	8 979	9 483	11 636
TOTAL	3 252 062	2 945 700	2 293 744	1 527 876	1 637 973	1 832 122	2 001 345	2 274 814	2 462 894

(Source: Département du Tourisme)

PRINCIPAUX PAYS EMETTEURS DE TOURISTES AU MAROC EN 2000



marché du Moyen-Orient

Le nombre de touristes en provenance des pays arabes ayant visité le Maroc de 1992 à 2000 a suivi un trend haussier, atteignant 48.089 arrivées et 240.079 nuitées en moyenne.

En 2000, ce sont 67.614 touristes du Moyen-Orient qui ont séjourné dans notre pays, soit -2,9% comparé à l'année précédente et ont réalisé 240.804 nuitées dans les hôtels classés, soit +4,7%.

Les Saoudiens sont nos principaux clients avec des arrivées moyennes de l'ordre de 24.820.

65.267 touristes moyens-orientaux se sont rendus au Maroc à fin octobre 2001, s'inscrivant en hausse 8,3% par rapport à la même période de l'année écoulée. Ils ont réalisé 258.262 nuitées dans les hôtels classés contre 260.327 (-0,8%).

En 2001, le nombre de touristes étrangers ayant visités le Maroc serait de 2.378.893 contre 2.462.894, en régression de 3,4%. Les nuitées touristiques auraient également accusé une baisse de l'ordre de 8,7%, passant de 11.267.753 nuitées en 2000 à 10.290.989 nuitées en 2001.

Malgré cette situation, les recettes touristiques auraient connu une envolée, atteignant 27,8 Md.Dh contre 18,4 Md.Dh en 2000 (+28,3%).

LE TOURISME NATIONAL

Le tourisme local constitue une assise au développement du tourisme international au Maroc. Il favorise le développement régional, l'atténuation des effets de saisonnalité du tourisme international et la stabilité de l'emploi.

Il contribue à rentabiliser les investissements touristiques et à réduire les effets de régression que peut connaître ce secteur durant les périodes de crise. C'est ainsi qu'entre 1990 et 1991, la chute des nuitées de 36,5% du tourisme international suite à la crise du Golfe, a été compensée par la reprise de 28,4% de celles du tourisme national. Cette situation a été le résultat d'un effort de la part des hôteliers qui ont consenti à développer des forfaits à des prix intéressants pour toute la famille, sachant que le touriste marocain voyage en famille.

Selon les données de la Direction de la Statistique relatives au niveau de vie des ménages (recensement de 1998), les loisirs absorbent seulement 4,5% du budget des ménages, dont 5,6% pour les urbains et 2,1% pour les ruraux. Dans la pyramide des dépenses, celles relatives aux loisirs, sont loin derrière les dépenses de l'alimentation (43,1%), de l'habillement (5,5%), de la santé (6,9%) et du transport et communications (6,5%).

En moyenne, le nombre de touristes nationaux (non compris les MRE) a atteint 1.033.532 pendant la période 1992-2000, réalisant 2.245.572 nuitées par an dans les hôtels classés.

En 2000, les touristes nationaux ont atteint 1.079.512 contre 1.042.271 un an plus tôt (+3,6%), réalisant 2.271.833 nuitées dans les hôtels classés contre 2.218.314 (+2,4%).

A fin octobre 2001, le nombre de nuitées réalisées par ces derniers a augmenté de 5,9%, passant à 2.143.246 nuitées contre 2.023.106 à fin octobre 2000.

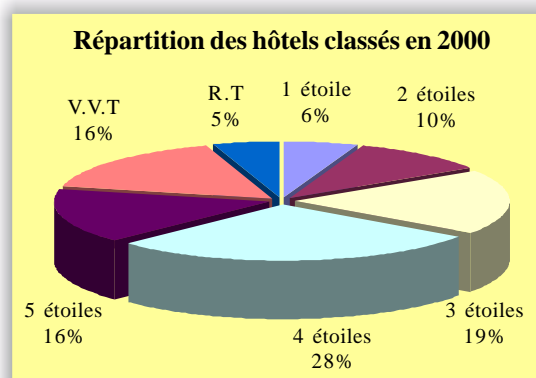
L'OFFRE TOURISTIQUE

L'environnement dans lequel l'industrie du tourisme évoluait a connu un profond changement ces dernières années, suite essentiellement à la révolution technologique et à une clientèle de plus en plus exigeante. Cette dernière revendique un service de meilleure qualité.

L'INFRASTRUCTURE HÔTELIÈRE

En 2000, certaines unités hôtelières d'une capacité de 898 lits ont été supprimées du guide hôtelier. Toutefois, l'offre touristique a enregistré une hausse, suite à la réalisation de 26 nouveaux projets hôteliers dont 9 projets d'extension et/ou de rénovation et 17 autres de créations de nouvelles unités, totalisant 2.695 lits.

Cette progression a permis au Maroc de porter son offre homologuée à 576 hôtels classés d'une capacité totale de 95.180 lits qui, toutefois, demeure insuffisante car le Maroc se situe toujours en dessous du seuil de la norme, estimée à 150.000 lits par l'OMT.



Le taux d'occupation moyen était de 51,6 % en 2000. Seuls les hôtels 5 et 4 étoiles ont pu dépasser la barre des 50%, un taux qui reste faible surtout dans des villes touristiques comme Agadir et Marrakech qui détiennent 42,2% de la capacité en lits du pays.

CONSTAT PAR REGION

Au vu des statistiques, on constate un déséquilibre important entre les 16 régions du pays quant à leur capacité hôtelière.

Souss-Massa-Draâ: Cette région détient plus de 30% de la capacité hôtelière classée.

La ville d'Agadir, seule station balnéaire qui répond aux normes internationales, dispose de 72 hôtels (21.494 lits), soit plus de 73% de la capacité détenue par cette région (4 hôtels 1*, 17 hôtels 2*, 6 hôtels 3*, 13 hôtels 4*, 5 hôtels 5*, 16 Résidences Touristiques "R.T" et 11 Villages de Vacances Touristiques "V.V.T").

Ouarzazate est considérée comme la deuxième ville touristique de cette région avec une capacité hôtelière de 4.730 lits. Le nombre d'hôtels qui y sont construits, s'élève à 28, dont 7 hôtels 1*, 3 hôtels 2*, 9 hôtels 3*, 6 hôtels 4*, 1 hôtel 5*, 1 V.V.T et 1 R.T.

Marrakech-Tensift-Al Haouz: Dans cette région, la ville de Marrakech est la plus importante ville touristique en termes d'arrivées et de nuitées. Elle dispose de 73 hôtels (18.696 lits), représentant ainsi 93% de la capacité hôtelière de cette région.

Tanger-Tétouan: Les potentialités touristiques de cette région, d'ailleurs comparables à celles du Sud de l'Espagne et d'autres pays du bassin méditerranéen à

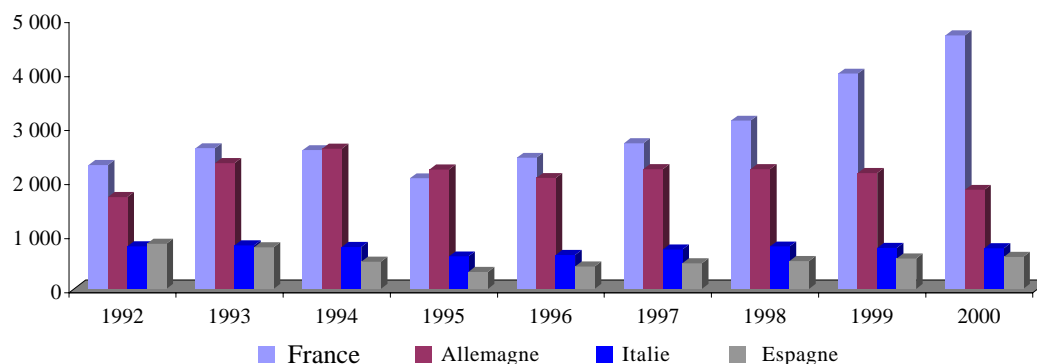
EVOLUTION PAR PAYS EMETTEURS DES NUITEES REALISEES DANS LES HOTELS CLASSES

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Touristes étrangers	8 334 939	9 309 657	9 325 530	7 780 284	7 886 191	8 645 002	9 701 359	10 846 031	11 267 753
France	2 292 050	2 604 224	2 568 431	2 047 214	2 425 889	2 695 833	3 112 811	3 984 901	4 691 544
Allemagne	1 699 671	2 330 013	2 596 654	2 207 896	2 052 233	2 214 183	2 215 981	2 144 684	1 833 759
Italie	786 487	804 284	775 556	600 987	624 834	728 717	784 393	755 613	750 212
Espagne	835 068	768 714	501 424	315 448	413 859	473 907	515 601	561 572	589 982
Belgique	232 097	280 105	308 669	236 228	252 749	391 389	496 388	518 063	452 420
Grande Bretagne	497 911	470 798	589 621	642 019	332 659	254 887	417 151	452 302	544 767
USA	185 562	204 151	216 840	224 827	244 235	254 382	271 865	285 445	323 559
Suisse	225 041	259 504	192 152	152 238	178 406	184 724	198 754	209 577	176 022
Moyen Orient	261 702	242 724	231 123	220 462	194 633	213 102	240 804	271 706	284 453
Maghreb	145 054	335 537	267 576	110 333	98 820	99 957	104 733	102 173	94 935
Touristes nationaux	2 334 980	2 283 206	2 210 142	2 161 106	2 187 015	2 263 441	2 280 114	2 218 314	2 271 833

(Source: Département du Tourisme)

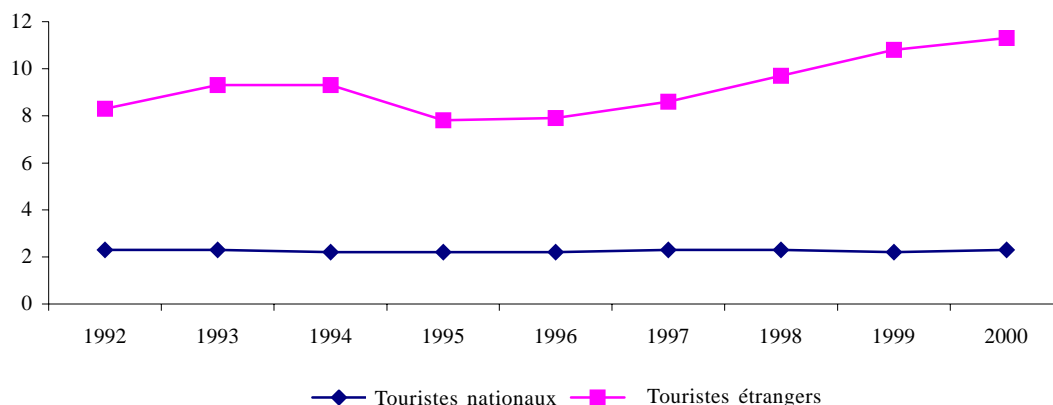
EVOLUTION DES NUITEES REALISEES DANS LES HOTELS CLASSES SELON LES PRINCIPAUX PAYS

(en milliers)



EVOLUTION DES NUITEES REALISEES DANS LES HOTELS CLASSES

(en millions)

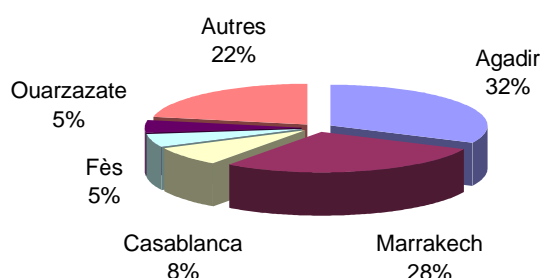


EVOLUTION DES NUITEES REALISEES DANS LES HOTELS CLASSES DES PRINCIPALES VILLES TOURISTIQUES

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Moyenne 92-00
Agadir	3 307 540	3 953 642	4 184 555	3 750 679	3 520 774	3 800 247	4 157 811	4 304 043	4 328 041	3 923 037
-T. international	2 856 325	3 529 926	3 797 631	3 308 214	3 073 465	3 307 355	3 704 860	3 893 494	3 849 112	3 480 042
-T. national	451 215	423 716	386 924	442 465	447 309	492 892	452 951	410 549	478 929	442 994
Marrakech	2 101 139	2 319 081	2 291 442	2 088 987	2 355 402	2 656 314	3 011 584	3 537 888	3 787 022	2 683 207
-T. international	1 760 252	1 957 592	1 913 625	1 712 846	1 972 747	2 254 054	2 610 942	3 126 357	3 413 382	2 302 422
-T. national	397 796	361 489	377 817	376 141	382 655	402 260	400 642	411 531	373 640	387 108
Casablanca	1 174 545	1 166 743	1 140 543	970 645	988 268	1 035 158	1 090 092	1 140 750	1 136 826	1 093 730
-T. international	901 913	881 573	846 257	721 186	753 332	808 694	862 012	920 156	928 335	847 051
-T. national	272 632	285 170	294 286	249 459	234 936	226 464	228 080	220 594	208 491	246 679
Fès	592 257	658 982	594 135	507 441	580 280	663 773	711 051	787 538	763 394	650 983
-T. international	433 420	474 267	433 426	351 348	382 808	481 794	525 383	615 917	613 760	479 125
-T. national	158 837	184 715	160 709	156 093	197 472	181 979	185 668	171 621	149 634	171 859
Ouarzazate	336 799	413 428	432 867	308 607	417 349	466 132	556 277	638 024	692 495	473 553
-T. international	319 551	393 913	408 113	285 745	376 211	429 197	515 824	599 122	645 312	441 443
-T. national	17 248	19 515	24 754	22 862	41 138	36 935	40 453	38 902	47 183	32 110
Tanger	923 794	812 919	710 374	564 763	507 092	509 938	530 291	572 989	637 733	641 099
-T. international	681 791	592 716	497 281	379 399	317 998	301 120	310 047	343 759	362 360	420 719
-T. national	242 003	220 203	213 093	185 364	189 094	208 818	220 244	229 230	275 373	220 380
Rabat	508 280	520 571	474 453	440 539	432 201	473 302	495 219	538 666	577 727	495 662
-T. international	327 879	327 115	309 832	274 755	274 802	305 436	321 179	362 745	406 601	323 372
-T. national	180 401	193 456	164 621	165 784	157 399	167 866	174 040	175 921	171 126	172 290
Tétouan	423 983	388 115	368 161	319 847	297 775	301 279	311 515	347 947	368 517	347 460
-T. international	214 429	207 416	176 847	139 102	135 502	153 915	135 994	199 864	211 737	174 978
-T. national	209 554	180 699	191 314	180 745	162 273	147 364	175 521	148 083	156 780	172 481

(Source: Département du Tourisme)

NUITEES REALISEES DANS LES HOTELS CLASSES DES PRINCIPALES VILLES TOURISTIQUES EN 2000



vocation touristique, restent insuffisamment exploitées comme en témoigne le nombre de nuitées réalisées dans le Nord par rapport au reste du pays.

En 2000, elle n'a recensé que 9,3% des nuitées des touristes étrangers, sachant qu'elle abrite 13% de la capacité hôtelière nationale (12.361 lits). L'activité touristique reste concentrée dans deux villes (Tanger et Tétouan) qui totalisent 11.380 lits, ou 92,1% de la capacité hôtelière de la région.

Grand Casablanca: Malgré son importance économique et touristique, cette région ne dispose que de 48 hôtels classés (8.654 lits) dont 6 hôtels 1*, 10 hôtels 2*, 11 hôtels 3*, 14 hôtels 4*, 5 hôtels 5*, 1 V.V.T et 1 R.T. Le taux d'occupation moyen est estimé à 52%.

La ville de Casablanca, capitale économique du pays, dispose de 90% de la capacité totale de cette région (6 hôtels 1*, 9 hôtels 2*, 9 hôtels 3*, 14 hôtels 4*, 4 hôtels 5*, 1 V.V.T et 1 R.T).

A Mohammedia, on dénombre 1 hôtel 2*, 2 hôtels 3* et 1 hôtel 5*.

LES INTERVENANTS DU SECTEUR

Depuis le 6 Septembre 2000 le secteur touristique se trouve sous la tutelle du Ministère de l'Economie, des Finances du Tourisme et de la Privatisation. Divers organismes étatiques et privés contribuent à son développement. Chacun offrant un service qui complète le travail fourni par l'autre, ce qui en conséquence crée le "produit touristique Maroc".

LE MINISTRE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DU TOURISME

Le Ministère, dans l'élaboration de ses travaux concernant le secteur touristique, s'appuie sur plusieurs intervenants, parmi lesquels on cite:

- **Le Département du Tourisme:** Il est chargé de promouvoir le secteur touristique dans l'intérêt général. Il met en oeuvre la politique du gouvernement en concertation avec les autres opérateurs du secteur (offices publiques ou associations professionnelles).

- **La Direction de la Planification et de la Coordination de la Promotion (DPCP):** Elle a pour mission d'élaborer des stratégies d'animation et de promotion et ce, en concertation avec les partenaires publics et privés.

- **La Direction des Aménagements et des Investissements (DAI):** Le rôle de cette direction est d'élargir l'offre touristique et la contribution au développement régional par la promotion de sites et l'appui à l'investissement.

- **L'Office National Marocain du Tourisme (ONMT):** Ayant des représentations permanentes dans différents pays, cet office mène des actions de promotion et de marketing sur les principaux marchés émetteurs de touristes.

- **Les Groupements Régionaux d'Intérêt Touristique (GRIT):** Les GRIT sont des organismes qui regroupent les acteurs régionaux directs et indirects du tourisme. Leur objectif est le développement et la promotion d'un tourisme régional.

LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOURS OPERATEURS

Les agences de voyages jouent le rôle d'intermédiaires entre le touriste et le prestataire de service touristique et organisent également des voyages au forfait.

A fin 2000, on comptait 681 agences de voyages au Maroc dont 189 succursales. Par ailleurs, on reproche à ces agences le fait que leur activité soit limitée à un rôle d'agences réceptionnistes de clientèle.

Contrairement aux agences de voyages, les tours opérateurs sont soit nationaux soit internationaux (Neckerman, Fram,...). Ils ont un rôle de prospection de marchés potentiellement récepteurs de touristes internationaux, de création de circuits ou de produits touristiques, répondant aux besoins des touristes et d'acheminement d'un tourisme de masse vers un pays déterminé.

Pour attirer ces agents du tourisme international, les responsables du tourisme dans tous les pays touristiques en général et au Maroc en particulier, doivent offrir les conditions nécessaires à leurs investissements.

LES COMPAGNIES AERIENNES

Actuellement, il existe deux compagnies aériennes nationales, Royal Air Maroc (RAM) et Regional Air Lines (RAL). Cette dernière qui a vu le jour en juin 1997, assure surtout les vols intérieurs, mais dessert également l'Espagne et le Portugal avec des avions qui ne dépassent pas les 20 places.

A cause du manque de concurrence sur des lignes de grande affluence telles que la ligne Casablanca-Paris, la RAM, malgré des tentatives de réduction de prix reste l'une des compagnies les plus chères, chose qui limite l'afflux des touristes, vu les forfaits compétitifs qui sont accordés par les autres compagnies étrangères.

Pour se restructurer, la RAM a pu bénéficier en 2001, auprès de l'Etat, d'un montant de plus d'un milliard de dirhams.

LE PRODUIT TOURISTIQUE "MAROC"

Le tourisme balnéaire

Le Maroc, avec ses deux côtes -Méditerranée et Atlantique-, dispose d'un potentiel balnéaire important.

La ville d'Agadir est la seule station balnéaire du pays répondant aux normes internationales en la matière. Les stations du Nord sont nombreuses, mais ne satisfont qu'une demande estivale.

Pour développer ce produit, cinq sites balnéaires ont été identifiés.

Le tourisme culturel

Le Maroc est très connu pour ses villes impériales (Fès, Meknès, Marrakech, Rabat), mais également par son artisanat, ses moussems, ses festivals, la diversité de son folklore et sa gastronomie.

En 2000, les arrivées de touristes internationaux dans les hôtels classés des villes culturelles représentaient environ 50% des arrivées totales de touristes étrangers, tandis que les nuitées réalisées étaient de 43%.

Pour développer davantage son tourisme culturel, le Maroc a, durant ces 3 dernières années, encouragé la restaura-

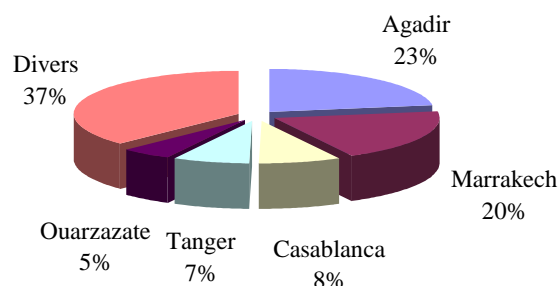
REPARTITION DE LA CAPACITE HOTELIERE CLASSEE PAR PRINCIPALES VILLES TOURISTIQUES

(en nombre de lits)

	1995	en %	1996	en %	1997	en %	1998	en %	1999	en %	2000	en %
Agadir	21 898	24,2	21 828	24,0	21 183	23,4	21 183	23,2	21 187	22,7	21 494	22,6
Ouarzazate	5 242	5,8	5 478	6,0	4 524	5,0	4 524	5,0	4 454	4,8	4 730	5,0
Laâyoune	540	0,6	556	0,6	556	0,6	623	0,7	671	0,7	831	0,9
Marrakech	17 683	19,5	17 609	19,3	17 645	19,5	17 645	19,3	17 899	19,2	18 696	19,6
Essaouira	481	0,5	531	0,6	585	0,6	585	0,6	1 006	1,1	1 286	1,4
Tanger	7 618	8,4	7 726	8,5	6 957	7,7	7 077	7,8	7 050	7,5	7 087	7,4
Tétouan	4 315	4,8	4 270	4,7	4 154	4,6	4 248	4,7	4 293	4,6	4 293	4,5
Rabat-Salé	3 654	4,0	4 139	4,5	3 382	3,7	3 636	4,0	3 842	4,1	3 989	4,2
Casablanca	7 826	8,6	7 865	8,6	7 865	8,7	7 865	8,6	7 809	8,4	7 750	8,1
Oujda	2 223	2,5	2 027	2,2	1 775	2,0	1 775	1,9	1 695	1,8	1 651	1,7
Divers	19 031	21,0	19 052	20,9	21 878	24,2	22 139	24,2	23 477	25,1	23 373	24,6
TOTAL	90 511	100	91 081	100	90 504	100	91 300	100	93 383	100	95 180	100

(Source: Département du Tourisme)

REPARTITION DE LA CAPACITE HOTELIERE CLASSEES PAR PRINCIPALES VILLE



EVOLUTION DES TAUX D'OCCUPATION DANS LES HOTELS CLASSES

	1996	1997	1998	1999	2000
5 étoiles	37,8	53,9	59,7	65,5	63,7
4 étoiles	37,8	50,1	56,4	59,1	57,0
3 étoiles	25,3	31,9	34,3	38,7	37,7
2 étoiles	24	26,6	30,9	33,0	32,8
1 étoile	17,6	24,5	24,1	24,7	25,0
V.V.T	46,2	52,5	62	65,9	72,0
R.T	27,8	40,3	44,9	43,3	47,2
MOYENNE	33,8	43,3	48,2	51,2	51,6

(Source: Département du Tourisme)

tion d'anciens ryads ou des maisons d'hôtes. Ces derniers se caractérisent par leurs richesses patrimoniales et leurs architectures artisanales.

Les principaux concurrents du Maroc pour le tourisme culturel sont la France, l'Italie, l'Espagne, l'Egypte et la Turquie.

Le tourisme de montagne

Plus du tiers de la superficie du Maroc est constitué de montagne. Au Nord s'étend la chaîne du Rif, au Centre le Haut et Moyen Atlas et au Sud l'Anti-atlas.

Autour de cette manne naturelle, le Maroc a pu développer des niches dites de nature active qui comprennent des activités sportives, des escalades, des randonnées, etc.

la création des gîtes ruraux et la formation de guides de montagne ont accompagné le développement de ces activités.

Actuellement, la demande se développe de plus en plus, ce qui annonce un encouragement continu du tourisme de montagne.

Le tourisme sportif

Le sport devient un élément important de l'offre de produits des destinations touristiques.

les voyages liés au sport représentent 55% du total des voyages à l'étranger des Allemands, 52% des Néerlandais et 23% des Français.

Au Maroc, les touristes aussi bien nationaux qu'internationaux peuvent bénéficier d'un large éventail de sports nautiques (surf, planche à voile, rafting, yachting, pêche,...).

D'autres activités sportives se sont développées au Maroc. Il s'agit, du golf, du tennis, de l'équitation, du tir à l'arc, de l'es-crime, du parapente, etc.

Chaque sport est sous la houlette d'une fédération, qui l'encadre rigoureusement.

Le tourisme d'affaires

Le Maroc est une destination privilégiée pour des conférences organisées au niveau international.

La quarante troisième édition du congrès du Syndicat National Français des Agences de Voyages 2001, tenue à Agadir illustre de manière significative la capacité du pays à accueillir les plus gran-

des manifestations internationales.

L'écotourisme

Le Maroc a entrepris des actions dans le domaine de la protection de l'environnement qui sont des projets de mise en oeuvre de l'Agenda 21 (le Sommet de la Terre sur l'Environnement et le Développement de Rio en juin 1992) et de la stratégie nationale du développement durable.

Le développement du tourisme vert ou écotourisme, doit être constamment encouragé. Cette activité vise essentiellement le contact avec la nature, la rencontre avec des modes de vie différents et authentiques, des paysages naturels nouveaux et ce, afin de répondre aux nouvelles exigences des touristes.

LES INDICATEURS DU SECTEUR

Le tourisme occupe une place importante dans l'économie nationale tant par les flux en devises et les investissements qu'il engendre, que par les emplois qu'il crée.

LES RECETTES TOURISTIQUES

La balance voyage au Maroc est constamment excédentaire. Selon les statistiques de l'Office des Changes, les recettes

EVOLUTION DES RECETTES ET DEPENSES TOURISTIQUES

	Recettes voyages (en M.Dh)	Dépenses voyages (en M.Dh)	Solde (en M.Dh)	Flux de touristes (en milliers)
1992	11 706,3	2 083,9	9 622,4	3 367
1993	11 479,3	2 265,7	9 213,6	3 068
1994	13 463,5	2 778,2	10 685,3	2 427
1995	11 071,3	2 581,4	8 489,9	1 528
1996	14 597,3	2 615,6	11 981,7	1 638
1997	13 779,0	3 001,5	10 777,5	1 832
1998	16 754,4	4 067,4	12 687,1	2 013
1999	19 112,1	4 433,2	14 678,9	2 275
2000	21 644,0	4 563,6	17 080,4	2 463

(Source: Office des changes)

tes au titre du tourisme international se sont situées, en moyenne, autour de 14,8 Md.Dh pendant la période 1992-2000.

En 2000, ces recettes ont atteint 21,6 Md.Dh, soit +13,2% par rapport à 1999, réparties entre les billets de banque (13,9 Md.Dh) et les virements bancaires (7,8 Md.Dh).

LES INVESTISSEMENTS

La promotion du produit touristique "Maroc" doit s'inscrire dans une industrie touristique. Elle suppose des investissements importants sur le plan de l'hébergement et des infrastructures.

Au cours de l'année 2000, 26 projets hôteliers ont été mis en place dont 17 concernent la création de nouvelles unités et 9 portent sur des opérations de rénovation et/ou d'extension d'unités existantes.

L'ensemble des ces projets a totalisé un investissement de l'ordre de 1,2 Md.Dh pour une capacité additionnelle de 2.594 lits.

Quant aux projets en cours de réalisation, ils sont au nombre de 91 dont 69 concernent les nouvelles créations et 22 autres projets relatifs aux opérations d'extension et/ou de rénovation.

Toutefois, les investissements privés sont encore en deça des besoins du secteur touristique. Cette faiblesse et ce manque d'investissements privés sont dûs, en grande partie, au problème du foncier qui ponctionne une grande partie du fond de départ de l'investissement, à la rigidité des textes juridiques, à la complexité des formalités administratives, aux taux d'intérêt jugés prohibitifs et au poids de la fiscalité.

Le tourisme national se caractérise par une capacité d'hébergement très faible. En effet, le seuil de la norme programmable est estimé à 150.000 lits par l'Organisation Mondiale du Tourisme.

Les besoins en lits sont estimés à 10.000 par an. Pour pallier à cette insuffisance, les pouvoirs publics prévoient, pour fin 2004, la création de 30.000 lits supplémentaires afin de porter la capacité globale à 125.180. Celle-ci devrait atteindre la barre des 160.000 lits à l'horizon 2010.

L'investissement étranger est une des solutions pour résoudre le manque d'infrastructure.

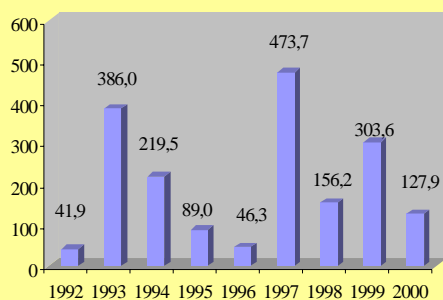
Les investissements privés étrangers dans le secteur du tourisme ont évolué de façon cyclique. En 2000, ils ont atteint 127,9 M.Dh contre 105 M.Dh en 1990, soit +21,8%.

EVOLUTION DE LA CAPACITE DES HOTELS CLASSES

	NOMBRE D'HOTELS CLASSES	CUMUL HOTELS	VARIATION %	CAPACITE SUPPLEMENTAIRE (en lits)	CUMUL LITS	VARIATION %
1962	6	147	4,3	1 043	13 103	12,0
1963	1	148	0,7	44	13 147	0,3
1964	4	152	2,7	336	13 483	2,6
1965	10	162	6,6	1 225	14 708	9,1
1966	13	175	8,0	4 274	18 982	29,1
1967	8	183	4,6	1 619	20 601	8,5
1968	11	194	6,0	1 377	21 978	6,7
1969	13	207	6,7	3 667	25 645	16,7
1970	15	222	7,2	2 978	28 623	11,6
1971	15	237	6,8	3 600	32 223	12,6
1972	13	250	5,5	1 333	33 556	4,1
1973	7	257	2,8	1 570	35 126	4,7
1974	14	271	5,4	3 271	38 397	9,3
1975	16	287	5,9	3 843	42 240	10,0
1976	11	298	3,8	1 899	44 139	4,5
1977	7	305	2,3	1 449	45 588	3,3
1978	21	326	6,9	4 333	49 921	9,5
1979	9	335	2,8	2 741	52 662	5,5
1980	7	342	2,1	1 638	54 300	3,1
1981	13	355	3,8	3 335	57 635	6,1
1982	11	366	3,1	1 976	59 611	3,4
1983	17	383	4,6	2 212	61 823	3,7
1984	9	392	2,3	1 113	62 936	1,8
1985	15	407	3,8	3 150	66 086	5,0
1986	19	426	4,7	4 192	70 278	6,3
1987	20	446	4,7	2 843	73 121	4,0
1988	16	462	3,6	2 522	75 643	3,4
1989	21	483	4,5	6 153	81 796	8,1
1990	28	511	5,8	6 782	88 578	8,3
1991	22	533	4,3	4 359	92 937	4,9
1992	21	554	3,9	1 671	94 608	1,8
1993	20	537	-3,1	2 421	88 881	-6,1
1994	16	553	3,0	1 072	89 953	1,2
1995	-27	526	-4,9	558	90 511	0,6
1996	7	533	1,3	570	91 081	0,6
1997	-1	532	-0,2	-577	90 504	-0,6
1998	10	542	1,9	796	91 300	0,9
1999	26	568	4,8	2 083	93 383	2,3
2000	8	576	1,4	1 797	95 180	1,9
TAUX MOYEN D'ACCROISSEMENT ANNUEL		3,7			5,5	

(Source: Département du Tourisme)

Evolution des investissements privés étrangers dans le tourisme (en M.Dh)



Plusieurs conventions ont été signées avec de grandes "pointures" internationales dans le domaine du tourisme, dont celles conclues avec Dallah El Baraka, Groupe Oberoi, Groupe FRAM, NESCO, ABS Hôtels, Condor Neckerman Liwa International et le Club Med, pour un montant de 4,7 Mds.Dh. Cela prouve que les potentialités du Maroc dans ce secteur sont énormes et rentables.

LES HANDICAPS DU SECTEUR

En général, le secteur touristique est handicapé par deux facteurs à savoir: le foncier et le financement.

L'Etat ainsi que les opérateurs publics et privés doivent collaborer pour faciliter l'investissement touristique et remédier aux problèmes liés au foncier.

LE PROBLEME DU FONCIER

Au Maroc, les terrains à vocation touristique équipés manquent et les prix sont élevés sous l'effet des fortes spéculations immobilières.

La diversité et la multitude des régimes fonciers (Etat, Eaux et Forêts, privés) n'encouragent guère les opérateurs à investir dans le secteur.

LE FINANCEMENT

Le secteur hôtelier n'a bénéficié en 2000 que de 2,3 Md.Dh de crédits accordés par le secteur bancaire contre un montant de 3,2 Mds en 1998.

Pendant les cinq dernières années, on a remarqué que certains hôteliers avaient des difficultés à rembourser leurs dettes.

Aussi, des facilités leur ont été accordées par le secteur bancaire. Il s'agit du

rééchelonnement de leurs dettes avec une réduction du niveau des taux d'intérêts et de l'annulation des indemnités de retard. De même et en vue d'assainir la situation et de rassurer les partenaires bancaires et domaniaux, un projet de loi portant sur le statut des établissements touristiques a été approuvé à la mi-mars 2001.

MOYENS MIS EN OEUVRE POUR LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR

LA CAMPAGNE DE PROMOTION

Le marché mondial du tourisme connaît des changements majeurs. La concurrence entre les pays à vocation touristique est de plus en plus vive du fait de la baisse des tarifs aériens et d'une offre de qualité. Face à ces bouleversements et afin de répondre aux courants des modes et aux perceptions sécuritaires d'un touriste de plus en plus informé et exigeant, les responsables du secteur se sont attelés à modifier l'image du produit "Maroc" en mettant en place une communication institutionnelle.

Le budget consacré à la promotion touristique a atteint 107,7 M.Dh pour l'exercice 2000-2001 contre 63,9 M.Dh pour celui de 1996-1997. La promotion touristique regroupe aussi bien la publicité institutionnelle, les manifestations à l'étranger, la commercialisation que les relations publiques.

Suite aux attentats du 11 septembre 2001 qui se sont traduits par une baisse du nombre d'arrivées durant le quatrième trimestre, le gouvernement prévoit de consacrer un montant de plus de 400 M.Dh au tourisme, dans le cadre de la loi de finances 2002.

LA FISCALITE

Le tourisme au Maroc est considéré comme l'un des secteurs les plus taxés comparé aux pays touristiques du pourtour méditerranéen. Il se caractérise par une multiplicité de taxe (impôt des patentes, IS, PSN, taxe urbaine, taxe de promotion touristique, taxe sur les débits de boissons, taxe de séjour, taxe sur les spectacles, taxe d'ouverture matinale et de fermeture tardive et taxe d'édilité et de voirie) qui fait que le produit "MAROC" perd

de sa compétitivité.

Le problème du système fiscal touristique est qu'il ne répond pas à ses objectifs à savoir: d'une part, la création d'un environnement favorable à l'activité touristique, à l'assainissement urbain et à la propreté et la surveillance des sites touristiques et d'autre part à un souci de simplification et d'harmonisation.

La loi de finances pour l'année 2000 stipule dans ses articles 10 et 12, qui ont modifié respectivement les dispositions de l'article 4 bis de la loi n° 24-86 relative à l'IS et l'article 11 quater de la loi n° 17-89 relative à l'IGR, ce qui suit: «une exonération totale de l'IS ou de l'IGR est accordée aux entreprises hôtelières au titre de leurs établissements hôteliers créés à compter du 1er juillet 2000 pour la partie de la base imposable correspondant à leur chiffre d'affaires réalisé en devise, quel qu'en soit le montant et ce, pendant une période de 5 ans consécutifs courant à compter de l'exercice au cours duquel la première opération d'hébergement en devises a été réalisée et d'une réduction de 50% au delà de cette période».

L'exonération totale et la réduction citées ci-dessus sont accordées aux établissements hôteliers pour la partie de la base imposable correspondant à leur chiffre d'affaires réalisé en devises dûment rapatriées directement par ces établissements ou pour leur compte par l'intermédiaire d'agences de voyage.

Quant aux établissements dont l'exploitation a débuté avant le 01/07/2000, ils bénéficient dans les mêmes conditions prévues ci-dessus de la réduction de 50% de l'IS ou de l'IGR.

Il est à signaler que l'obligation de tenir une comptabilité séparée et celle relative à la réalisation d'un chiffre d'affaires au moins égal à 50% en devises sont abrogées.

Des mesures fiscales d'encouragements du secteur touristique ont été prises par la loi de finances pour l'année 2001. Parmi celles-ci, on cite:

- la réduction du taux de la TVA de 20 à 10% pour les opérations de restauration;
- la réduction du taux majoré du droit proportionnel de 10% à 5%, en matière de

droits d'enregistrement applicables aux cessions de fonds de commerce et de clientèles d'établissements hôteliers, de restaurants et de débit de boissons alcooliques ou alcoolisées;

- l'extension de la mesure de plafonnement de l'investissement à 50 M.Dh aux entreprises prestataires de services, pour le calcul de la valeur locative imposable à l'impôt des patentes et la taxe urbaine.

LA PRIVATISATION

Par la loi n°39/89 autorisant le transfert des entreprises publiques au secteur privé, le législateur a décidé de céder tous les hôtels qui sont en possession de l'Etat, essayant ainsi de résoudre le problème de la qualité du service et le manque de rentabilité de ces hôtels.

Après la privatisation de la Rose du Dadès (mars 2001) et de Riad Larache (juillet 2001), seuls trois hôtels restent en possession de l'Etat (Ibn Toumert, Asmaa et Madayek).

LISTE DES HÔTELS PRIVATISABLES

HÔTELS	VILLE	PROPRIETAIRE	CATEGORIE	CAPACITE (en chambres)
Asmaa	Chefchaouen	ONMT	3* B	94
Ibn Toumert	Taliouine	ONMT	4* B	105
Madayek	Boumalne	ONMT	3* B	100

(Source: Ministère des Finances, de l'Economie, du Tourisme et de la Privatisation)

PERSPECTIVES

Les événements du 11 septembre risquent de ralentir, au moins à court terme, la croissance du secteur du tourisme national. En effet, certaines réservations ont été annulées pour l'année 2002.

Le Maroc, par ses atouts touristiques, prolongement naturel et géographique de l'espace européen, est en mesure d'avoir des projets porteurs importants dans le secteur du tourisme et d'en faire un véritable pilier de développement de l'économie nationale.

ACCORD-CADRE 2001-2010

Les potentialités à conquérir du marché touristique ont poussé les responsables marocains à élaborer, dans le cadre d'un accord signé au mois de janvier 2001 entre l'Etat et les opérateurs du secteur,

une stratégie qui permettrait à l'horizon 2010, d'atteindre 10 millions de touristes et 50 millions de nuitées, d'offrir 600.000 emplois supplémentaires et de générer des recettes de l'ordre de 480 Md.Dh.

Des actions ont ainsi été arrêtées au niveau de l'aménagement et de l'investissement, du transport touristique, de la formation et de l'organisation. En effet, il a été décidé:

- l'augmentation des infrastructures d'accueil au rythme de 16.000 lits en moyenne par an durant une période de 10 ans et une amélioration de l'offre, essentiellement, au niveau des prestations de services;

- l'investissement prévu porte sur 30 Md.Dh. Pour inciter les investisseurs nationaux et étrangers à financer ces investissements, le gouvernement envisage de prendre en charge, à hauteur de 50%, la valeur des terrains destinés aux investissements touristiques et la simplification de la fiscalité locale;

- la mise en place d'un mécanisme de financement adapté avec un rôle actif de la Caisse Centrale de Garantie et de Dar Ad Damane pour faciliter l'accès des hôteliers aux crédits de rénovation;

- la restructuration des Groupements Régionaux d'Intérêt Touristique (GRIT) sous forme de Conseils Régionaux du Tourisme, dotés d'une gestion commune Etat-privé;

- la constitution d'un observatoire de la compétitivité et des coûts à la charge des professionnels;

- l'augmentation de la capacité du transport aérien;

- l'amélioration de la compétence des opérateurs (travailler en terme d'objectifs à atteindre et non pas en termes de flux rapides à récolter);

- et l'amélioration de l'organisation, de la gestion de l'activité touristique en renforçant l'image du pays pour une meilleure compétitivité.

De leur côté, les professionnels du tourisme devraient s'organiser autour d'une charte de qualité, afin de crédibiliser leur produit et offrir des prix compétitifs où le rapport qualité-prix est équilibré.

Sous l'impulsion de l'accord-cadre, six nouvelles zones à haut potentiel, situées à proximité des aéroports, ont été identifiées. Elles ont été choisies de manière stratégique afin de rétablir les équilibres régionaux en termes d'attraction touristique. Parmi les six zones choisies, Khémis Sahel (Larache) et Diabet (Essaouira) se démarqueront par le développement d'un tourisme culturel. Les autres zones, Saïdia Ras El Ma (Oujda), El Haouiza (Jadida) et Plage Blanche (Guelmim), développeront un tourisme purement balnéaire.

la réalisation de ces sites permettrait de faire doubler la capacité d'hébergement, en portant le nombre total de lits à environ 180.000 lits.

Par ailleurs, signalons que la construction dans le Nord du pays d'une rocade méditerranéenne allant de Tanger à Saïdia sur 560 Km dont 60 km déjà achevés, permettrait de revaloriser la côte méditerranéenne qui deviendrait un pôle touristique de premier ordre.

PLAN STRATEGIQUE TRIENNAL 2002-2004 DE L'ONMT

Le plan stratégique triennal 2002-2004 s'articule essentiellement sur le renforcement de la communication institutionnelle et la promotion des actions de communication et de partenariat avec les tours opérateurs.

Pour réussir sa stratégie, l'ONMT a identifié quatre groupes de marchés:

- le groupe de marchés à consolider (la France, l'Espagne et l'Italie);

- le groupe de marchés à cibler moyennant un investissement en communication (l'Allemagne, la Grande-Bretagne, les Pays-Bas et les USA);

- le groupe de pays interpellant une stratégie de niche (la Belgique, la Suisse, le Canada et le Portugal);

- et le groupe de pays où le choix se ferait en fonction des disponibilités budgétaires (la Chine, le Japon, la Russie et les pays du Golfe).

PRINCIPAUX PROJETS TOURISTIQUES EN COURS DE REALISATION

GROUPES*	PAYS	DESCRIPTION	INVESTISSEMENT M.Dh	CAPACITE (chambres)	EMPLOIS
Club Med	France	Rénovation d'un Hôtel à Tetouan	60	-	
		Création de cinq VVT: Marrakech(1), Agadir(2), Dakhla(1), Al Hoceima(1)	1 200	1100	1400
		Rénovation de deux VVT: Tetouan, Al Hoceima	200	7900	
Condor Neckerman	Allemagne	Création d'un Hôtel à Agadir	280	960	275
OBEROI	Inde	Création de trois Hôtels: Casablanca, Marrakech, Ouarzazate	925	400	820
		Création d'un Kasbah à Ourzazate	50	30	60
Dallah Al Baraka	Arabie Saoudite	Création d'un hôtel	200	800	200
		Sea Aquarium, centre de thalassothérapie		-	
NESCO	Italie	Création d'un Hôtel à Agadir	500	500	500
Groupe FRAM	France	Création de quatre Hôtels: Rabat, Casablanca, Ouarzazate, Marrakech	375	1500	750
		Rénovation de deux Hôtels: Agadir, Marrakech	-	-	
ABS Hôtels	Emirats	Création de trois Hôtels: Agadir, Marrakech, Casablanca	690	1526	750
Liwa International	Emirats	Extension/Rénovation de trois Hôtels: Marrakech, Fès, Agadir	200	600	700

(Source: Direction des Aménagements et des Investissements)

* Ces groupes ont signé en 2000 et 2001 des conventions avec l'Etat.

INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES

Indicateurs touristiques	1999	2000
Projets réalisés	52 projets Investissements: 671 M.Dh 2.795 lits additionnels	26 projets Investissements: 1,2 Md.Dh 2.594 lits additionnels
Conventions signées	7 conventions Investissements: 5,4 Md.Dh Capacité: 12.144 lits Emploi: 8.320 postes	7 conventions Investissements: 3,6 Md.Dh Capacité: 7.000 lits Emploi: 4.105 postes
C.T.C.P.T*	21 dossiers Investissements: 857 M.Dh Capacité: 4.531 lits Agrément: 10 projets Investissements: 625 M.Dh Capacité: 3.452 lits	42 unités d'hébergement Investissements: 1,3 Md.Dh Capacité: 5.050 lits Agrément: 18 projets Investissements: 500 M.Dh Capacité: 2.900 lits
C.C.G**	8 projets Avis favorable: 6 projets Investissements: 26 M.Dh Crédit: 7,4 M.Dh	20 projets Avis favorable: 18 projets Investissements: 119 M.Dh Crédit: 33,6 M.Dh

(Source: Direction des Aménagements et des Investissements)

(*) Comité Technique de Coordination des Projets Touristiques

(**) Caisse Centrale de Garantie

Le plan stratégique énonce également la réorganisation des délégations et des services centraux de l'ONMT.

S'agissant de la réorganisation des délégations, il est prévu l'ouverture de bureaux à Dubaï, Amsterdam, Lyon, Munich, Moscou et Chicago, le regroupement au niveau régional de certaines délégation et le développement de la décentralisation de la décision et de la gestion administrative.

La réorganisation des services centraux s'articule pour sa part autour de deux pô-

les à savoir: un pôle support et un pôle marketing.

PROGRAMME D'ACTION DE L'ONMT EN 2002

Pour l'exercice budgétaire 2002, l'ONMT a consacré une enveloppe de l'ordre de 130 M.Dh pour la publicité institutionnelle.

Parallèlement et dans le cadre du renforcement de ses actions de partenariat avec les Tours Opérateurs, l'ONMT a affecté un montant de près de 15 M.Dh contre 12,5 M.Dh pour l'exercice précédent.

Les autres actions de l'Office peuvent être réparties de la manière suivante:

- la participation à 145 manifestations;
- la coopération avec les autres organismes étatiques tels que le Ministère de la Culture et de la Communication et le Ministère Chargé de l'Artisanat;
- et le renforcement de la représentativité des GRIT en les aidant à promouvoir les potentialités touristiques et culturelles de leurs régions respectives. Le budget alloué à ces entités est de l'ordre de 6,2 M.Dh contre 0,5 M.Dh un an plus tôt.

REPARTITION DU BUDGET 2002 DE LA PUBLICITE INSTITUTIONNELLE PAR MARCHE

(en millions de dirhams)

1er groupe de marchés		2ème groupe de marchés		3ème groupe de marchés		4ème groupe de marchés	
France	20	Allemagne	40	Belgique	2	Arabie Saoudite	2
Italie	10	Royaume-Uni	17	Suisse	2	Pays du Golfe	2
Espagne	6	Etats-Unis d'Amérique	5			Autriche	1
		Pays-Bas	1			Maroc	5

(Source: Office National Marocain du Tourisme)



BANCASSURANCE

La bancassurance consiste en la distribution de produits bancaires et d'assurance par un même réseau, en l'occurrence bancaire, en vue de la vente croisée de produits financiers supplémentaires.

Quatre principales stratégies ont été menées de par le monde pour rapprocher la banque de l'assurance, dont trois observables au Maroc. Il s'agit de:

- la signature d'un accord de distribution entre la banque et la compagnie d'assurance: la banque étant un intermédiaire en assurance. La majorité des banques marocaines ont opté pour cette forme de partenariat avec les compagnies d'assurance comme première étape, en raison du stade encore peu développé de la bancassurance dans notre pays;

- la signature d'un partenariat avec prise de participation stratégique entre les deux établissements: c'est une forme de bancassurance plus engagée, dans laquelle les deux partenaires associent leurs stratégies pour une synergie plus importante, englobant aussi bien l'activité banque que celle d'assurance;

- la création d'une compagnie d'assurance commune entre les deux parties;

- et enfin, la mise en place d'une filiale d'assurance de la banque en question.

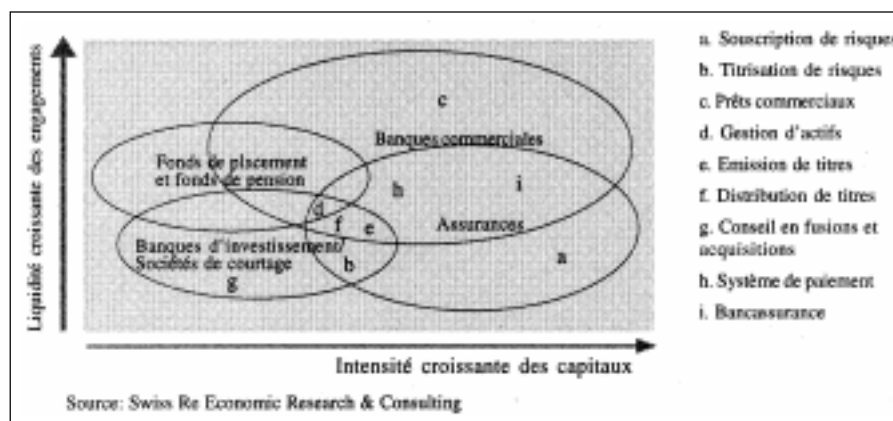
LA BANCASSURANCE DANS LE MONDE: L'INEXORABLE CONVERGENCE DES INTERMEDIAIRES FINANCIERS

Au cours des trois dernières années de la décennie écoulée, près de 900 accords de fusions-acquisitions ont été conclus chaque année dans le secteur financier mondial, portant en moyenne sur près de 400 milliards de dollars. Ainsi, entre 1997 et 1999 environ 8% des sociétés de services financiers ont été la cible d'une acquisition chaque année.

Le plus grand nombre de ces opérations (68% en transaction et 78% en valeur) ont concerné le secteur bancaire dont la con-

centration a réduit du tiers le nombre de banques dans les six plus grands pays industrialisés entre 1990 et 1999.

ment par l'acquisition de sociétés de gestion d'actifs par les compagnies d'assurance et par l'activité de bancassurance.



L'évolution des services financiers accentue la compétition et renforce la collaboration entre les intermédiaires financiers. Ces derniers ont, en effet, adopté différentes stratégies pour servir une clientèle de plus en plus avertie, notam-

Selon les derniers chiffres disponibles, les marchés d'assurance nord-américain, européen et asiatique ont totalisé respectivement 37%, 32% et 26% du total des primes émises en 2000. Logiquement, l'Europe et l'Amérique du Nord comptent cha-

LES PRINCIPALES PARTICIPATIONS DES SOCIÉTÉS D'ASSURANCES DANS LES ÉTABLISSEMENTS BANCAIRES

COMPAGNIES D'ASSURANCE	BANQUE	TAUX DE PARTICIPATION
AL WATANIYA	BMCE BANK	8,28%
	BCM	7,04%
ATLANTA	BMCI	7,18%
AXA ASSURANCE MAROC	BMCI	20,06%
	CIH	12,08%
	BCM	10,05%
CNIA ASSURANCE	BNDE	5,16%
	CIH	2,14%
RMA	BMCE BANK	21,94%
SANAD	BMCI	5,79%
Wafa ASSURANCE	WAFABANK	21,80%

(Source: Rapports annuels et sites web)

LES ACTEURS DE LA BANCASSURANCE

Banques	Effectif	Nbre d'agences	Partenaires Assurance
Wafabank	1 922	180	Wafa Assurance
Banque Populaire	5 937	366	CNIA assurance/ACECA/AXA
BCM	2 377	257	Al Wataniya/CAA
BMCE Bank	2 906	200	RMA/Al Wataniya
BMCI	1 230	93	AXA/Al Wataniya
SGMB	2 036	152	Al Wataniya/CAA
CDM	1 507	120	AXA/Gras-Savoie/Atlanta/Agma
ABN-Amro Bank	380	20	ACMAR/CNIA assurance
Groupe BNDE-BMAO	690	40	Al Wataniya/CAA
CIH	1 595	97	AXA
SMDC	504	20	Atlanta
TOTAL	21 084	1 545	

(Source: GPBM. Chiffres arrêtés à fin juin 2001)

cune 17 parmi les 48 plus grands assureurs mondiaux. Entre la fin de l'année 1991 et la fin du premier semestre 2001, la rentabilité annuelle moyenne des actifs s'élevait à 18% pour les compagnies d'assurance américaines et à 11% pour les compagnies d'assurance européennes.

LA BANCASSURANCE AU MAROC

Le marché marocain de l'assurance occupe la 46ème position au niveau mondial et la 2ème place en Afrique.

Il est constitué actuellement de 15 compagnies, après les différentes opérations de concentration, dont 5 représentent 80% de l'encaissement total de primes.

Au cours de l'exercice 2000, le chiffre d'affaires du secteur des assurances a, pour la première fois, dépassé la barre de 10 milliards de dirhams. La part de l'assurance-vie dans ce chiffre d'affaires représente près de 30% contre 21% en 1995. En effet, le total des primes émises par ce secteur a atteint 12.278,94 milliards de dirhams contre 9.557,40 milliards de dirhams un an plus tôt, en hausse de 7,55%, selon les chiffres encore provisoires de la Direction des Assurances et de la Prévoyance Sociale (Ministère des Finances).

La bancassurance, considérée comme technique «assurancière», est une pratique qui a vu le jour au Maroc, en fait, depuis plusieurs années. En effet, c'est vers la moitié des années 70 (1973), avec la convention d'assistance de rapatriement de corps, destinée initialement aux

M.R.E. (Marocains Résidant à l'Étranger) que cette technique est née. Elle s'est développée, par ailleurs, depuis une dizaine d'années, avec la vente des produits d'assurances par les banques à travers les contrats groupe ouverts.

La bancassurance a pu trouver un terrain de développement au Maroc, notamment à la suite des processus de concentration et de transformation en cours dans le secteur financier marocain tout entier, comme en témoignent les fortes participations stratégiques des compagnies d'assurances dans les capitaux des établissements bancaires.

Aujourd'hui, les résultats réalisés par l'activité bancassurance au Maroc sont éloquentes. La distribution de 10% des produits d'assurances se fait via les banques pour un chiffre d'affaires qui était de l'ordre de 1 milliard de dirhams en 1999. La branche vie représente plus de 90% du chiffre d'affaires de l'activité bancassurance, tandis que plus de 5% du chiffre d'affaires global de la branche vie du secteur des assurances est issu de la bancassurance.

A fin juin 2001, 11 banques marocaines exercent une activité de bancassurance, avec environ 1 545 points de vente et un effectif de 21 084 personnes, une force de vente deux fois supérieure à celle des agents généraux et des courtiers d'assurance. Dans ce contexte, plusieurs alliances et rapprochements ont vu le jour dans le but d'exploiter les gisements de la bancassurance.

Un autre élément qui favorise le développement de la bancassurance dans notre pays est la dimension fiscale. En effet, le rendement net après impôt de l'assurance vie au Maroc est nettement supérieur à celui des autres produits financiers, alors que précisément on a observé que le développement de la bancassurance, à travers le monde, a été très étroitement lié à l'environnement de l'assurance vie.

LA BANCASSURANCE: AUTRES ELEMENTS DE BIEN FONDE

Le bien fondé stratégique de la bancassurance s'articule autour de plusieurs considérations que l'on peut regrouper en deux logiques: une logique d'acteurs et une logique de facteurs.

1) Logique d'acteurs

Les deux acteurs de la bancassurance (la banque et la compagnie d'assurance) se trouvent dans une ère de complémentarités tous azimuts:

- Par rapport au cycle d'exploitation: dans l'assurance, la constitution du passif (les provisions) précède la gestion de l'actif (les placements), alors que dans la banque l'actif (les créances) et le passif (les dépôts) sont constitués plus ou moins parallèlement et le cas échéant, le passif supplémentaire (le refinancement) sera formé après l'octroi des crédits. De ce fait, la complémentarité consiste à ce que l'assureur puisse aider la banque à se refinancer, et surtout, le banquier à soutenir le développement du chiffre d'affaires de l'assurance en diffusant les produits de celle-ci;

- Dans une phase de croissance économique générale où les institutions accroissent leur chiffre d'affaires, les résultats de la banque vont s'améliorer immédiatement (les frais liés à l'acquisition des nouveaux contrats sont essentiellement des frais fixes confondus avec les frais de fonctionnement des agences, et puisque ces frais ne sont pas individualisés, chaque nouvelle affaire contribue immédiatement à accroître le résultat financier du poste concerné), alors que ceux de l'assurance vont se dégrader.

Plus tard la situation se renversera puisque le profit de la banque ira en diminuant (avec la durée du prêt, le banquier constatera la défaillance d'un certain nombre

de clients, les crédits non remboursés vont affecter le résultat d'exploitation des années ultérieures), alors que celui de l'assurance ira en s'améliorant (en assurance vie, au fur et à mesure que les charges initiales s'amortissent, le compte de résultat s'améliore, puis il devient bénéficiaire grâce aux produits financiers générés par l'épargne accumulée. Par ailleurs, pendant la période où stagne le chiffre d'affaires, les résultats financiers vont aussitôt s'améliorer puisque l'assureur ne doit pas faire face à de nouvelles charges d'acquisition) ;

- Par rapport à la dimension commerciale: les deux partenaires, Banque et Assurance disposent déjà de réseaux étendus. Le coût de l'intégration d'une activité supplémentaire est marginal et permet à la banque d'amortir des frais fixes. En outre, la multiplication des produits renforce à la fois la marge bénéficiaire et l'attachement du client. La fidélité d'un client à son prestataire de services augmente avec l'accroissement du nombre de contrats souscrits;

- Par rapport aux compétences techniques: les banques, possèdent une grande expérience et un précieux savoir faire en matière de back-office, de traitement des cartes de paiement et de crédit, des do-

maines qui intéressent aussi l'assureur. Par ailleurs, les compagnies d'assurance ont acquis un savoir technique développé en matière d'acceptation, de gestion et de contrôle des risques, ainsi que de gestion à long terme des fonds collectés auprès du public, chose dont peut bénéficier la banque;

- Le pari sur l'assurance-vie va permettre à la banque de réaliser des économies d'échelle sur la gamme des produits offerts, améliorant ainsi sa compétitivité sur les différents segments de services;

- L'exploitation des effets de synergie banque/assurance à travers notamment la réduction des coûts administratifs et informatiques, en plus de l'utilisation du réseau d'informations utiles sur les clients dont dispose une banque, donne à celle-ci autant d'atouts pour vendre avec davantage de succès les produits d'assurance. Les participations communes, l'essor des fonds collectifs ainsi que la prescription sont d'autres niveaux de synergie possibles;

- Un dernier élément consiste à ce qu'au Maroc, pays où subsistent des réticences par rapport à l'assurance, la culture de la clientèle bancarisée peut contribuer à la vulgarisation du message assurantiel.

2) Logique de facteurs

Pour l'avenir, la logique d'acteurs sera renforcée par d'autres éléments de bien fondé qui peuvent être qualifiés de logique des facteurs.

- La déréglementation: les engagements du Maroc pour libéraliser son économie, qu'ils soient concrétisés (nouvelle loi bancaire avec sa prochaine révision) ou en cours (le projet du nouveau code d'assurance qui a été adopté par le conseil de gouvernement le 26 avril 2001), aviveront davantage la concurrence sur les marchés et feront diminuer les coûts des transactions;

- Les progrès technologiques: donneront naissance à de nouveaux instruments financiers qui permettront aux banquiers et assureurs de revoir les positions de leurs bilans ainsi que la capacité de dégroupier et de regrouper les risques financiers. Les e-initiatives, sous forme entre autres de plates-formes commerciales, peuvent remodeler les chaînes de création de valeur aussi bien des banques que des sociétés d'assurance de manière à réduire les coûts et à améliorer l'efficacité.

