



## ***LE MAROC***

***Un potentiel touristique pour une stratégie de développement du pays ?***

**Mémoire de géopolitique  
du chef de bataillon Thibault Dubern  
dans le cadre du séminaire « Géopolitique du Maghreb »**

**Directeur : Professeur Nicole GRIMAUD**

**Avril 2005**

## FICHE DOCUMENTAIRE

1. Maroc : Un potentiel touristique pour une stratégie de développement du pays ?
2. Chef de bataillon (Terre) Thibault DUBERN (France)
3. 1 avril 2005
4. Division B
5. Mémoire de géopolitique
6. Le tourisme marocain, secteur clé de l'économie marocaine, s'est développé, grâce à l'extraordinaire potentiel historique, culturel et naturel du pays mais sans aucune stratégie et volonté forte des dirigeants politiques. Pour promouvoir le tourisme au Maroc, le Maroc doit, lui-même, évoluer de manière radicale : alphabétisation de la population rurale, accès aux soins, confort sanitaire, réduction de la pauvreté...Il doit aussi lutter contre la montée de l'insécurité et d'une minorité islamiste virulente.  
Véritable source de croissance économique mondiale dans les prochaines années, le tourisme marocain a été déclaré « priorité nationale » par le roi Mohamed VI. Dans un plan d'action très ambitieux, le souverain veut faire du tourisme, dans les dix ans à venir, l'un des piliers principaux du développement économique du pays.
7. Economie, stratégie, développement, tourisme

**Maroc :**  
**Un potentiel touristique pour une stratégie de développement du pays ?**

**SOMMAIRE**

**PREMIERE PARTIE : un potentiel touristique fragile**

*Un pays façonné par une histoire riche et mouvementée*  
*Une géographie unique en Afrique*  
*Un climat particulièrement favorable*  
*Un pays encore en développement*  
*Un islamiste marocain légaliste et extrémiste*

**DEUXIEME PARTIE : une stratégie touristique nécessaire pour le développement global  
du pays**

*Le tourisme : un secteur clé très concurrenté*  
*La vision 2010 : une stratégie initiée par le roi*

## TABLE DES MATIERES

|   |    |
|---|----|
| Introduction.....   | 2  |
| 1 Un potentiel touristique fragile .....  | 3  |
| 1.1 Un pays façonné par une histoire riche et mouvementée .....                         | 3  |
| 1.2 Une géographie unique en Afrique .....  | 5  |
| 1.3 Un climat particulièrement favorable .....  | 7  |
| 1.4 Un pays encore en développement .....   | 8  |
| 1.4.1 Une population jeune qui croît à un rythme soutenu.....                           | 8  |
| 1.4.2 Un retournement à la hausse du taux de chômage .....                              | 8  |
| 1.4.3 L'analphabétisme recule mais reste toujours élevé.....                            | 9  |
| 1.4.4 Une offre et une consommation de biens et de services sanitaires insuffisantes. 9 |    |
| 1.4.5 L'accès à l'eau potable et à l'électricité en progrès .....                       | 10 |
| 1.4.6 Près d'un marocain sur six vit sous le seuil de pauvreté.....                     | 10 |
| 1.5 Un islamisme marocain légaliste et extrémiste.....                                  | 11 |
| 1.5.1 L'inexorable montée en puissance de l'islamisme marocain .....                    | 11 |
| 1.5.2 Un islamisme marocain qui s'exporte .....   | 13 |
| 1.5.3 Un état marocain combatif .....   | 14 |
| 2 Une stratégie touristique nécessaire pour le développement global du pays.....        | 16 |
| 2.1 Le tourisme : un secteur clé très concurrencé.....                                  | 16 |
| 2.1.1 La place du tourisme dans l'économie marocaine .....                              | 16 |
| 2.1.2 Une concurrence forte .....   | 19 |
| 2.2 La vision 2010 : une stratégie initiée par le roi.....                              | 25 |
| 2.2.1 Une politique ambitieuse .....  | 25 |
| 2.2.2 Le plan AZUR .....  | 26 |
| 2.2.3 La libéralisation du transport.....   | 28 |
| 2.2.4 Le bilan de la vision 2010 à mi parcours .....                                    | 29 |
| Conclusion .....  | 30 |

## **Introduction**

Le tourisme est l'un des secteurs d'activité actuels qui occupe une place prépondérante dans l'économie mondiale, puisqu'il compte pour 11% du Produit Intérieur Brut global et regroupe près de 8% des emplois dans le monde. Ce secteur, selon les spécialistes, va connaître une croissance exponentielle dans les vingt prochaines années avec une augmentation prévisible de plus de 9% des recettes par an et un volume de touristes de plus de 4,6% par an. A eux seuls, les dix premiers pays les plus touristiques regroupent plus de 57% de l'activité touristique mondiale. Facteur de richesse et de croissance économique, le tourisme est pour la plupart des pays un secteur d'activité particulièrement privilégié puisqu'il favorise aussi le développement durable, de plus en plus d'actualité, en mettant en valeur le patrimoine du pays concerné, en intégrant la dimension humaine et en assurant une transition douce vers la modernité.

Le Maroc, avec à sa tête le nouveau roi Mohamed VI, s'est engagé prioritairement depuis 2002 dans un développement économique global misé sur le tourisme. S'il est vrai, que ce pays dispose d'atouts naturels remarquables, d'un patrimoine historique et culturel millénaire et d'une situation géographique idéale, il présente néanmoins de sérieux obstacles à l'essor d'un tourisme de qualité. Actuellement, classé 120<sup>ème</sup> pays selon l'indicateur du développement humain et 115<sup>ème</sup> selon son PIB, le Maroc connaît de nombreuses lacunes dans le domaine sanitaire et de la vie courante, malgré des progrès importants. S'appuyant sur la pauvreté et l'inégalité, un islamisme marocain, pour la grande majorité reconnue légalement et pour une minorité très virulente (notamment depuis les attentats de Casablanca de mai 2003), gêne le pouvoir en place et peut faire peur aux futurs visiteurs du pays.

Le tourisme marocain s'est développé spontanément faute de volonté politique et stagne dans un palier d'évolution depuis 1980. L'absence de lisibilité de la stratégie touristique a compromis durablement l'investissement.

Erigé en priorité nationale par le roi du Maroc, le développement du tourisme est l'un des piliers de la croissance économique. Encadré par une véritable stratégie politique et économique, la VISION 2010 veut, dans les dix prochaines années, être l'un des moteurs de l'essor du pays en fixant des objectifs très ambitieux notamment dans la croissance du PIB et de l'emploi.

# **1 Un potentiel touristique fragile**

## **1.1 Un pays façonné par une histoire riche et mouvementée**

Le peuplement du Maroc est très ancien comme en témoignent d'innombrables vestiges préhistoriques.

Au 3ème millénaire, avant Jésus-Christ, un assèchement progressif fait du Sahara un désert, isolant le Maroc, incitant ses habitants à se tourner vers la mer et donc vers les civilisations plus avancées de la Méditerranée. Les premiers habitants connus sont les Berbères. Ils laissent de nombreuses traces de leur culture dans l'Anti-Atlas. Au 12ème siècle avant Jésus-Christ, les Phéniciens créent des comptoirs au Maroc. Au 5ème siècle avant Jésus-Christ, Carthage prend la relève des Phéniciens. Au 3ème siècle, le Christianisme apparaît au Maroc. A la chute de l'empire romain, les habitants conservent la langue, les moeurs et les croyances latines jusqu'à la conquête arabe.

### **L'islamisation**

En 681 a lieu le premier raid arabe au Maroc. Les Arabes entreprennent de convertir les Berbères à l'islam. Ils sont attirés par la réputation de richesse de l'Afrique du Nord. Les vexations des gouverneurs arabes provoquent au milieu du 8ème siècle, une nouvelle révolte des Berbères. Dès lors, le Maghreb échappe à l'autorité de Bagdad et se fractionne en nombreux royaumes indépendants. En 789, Idriss 1er fonde Fès et crée un royaume musulman au Maroc. Son fils élargit la principauté à tout le Maroc au Nord. C'est la première tentative d'unification du Maroc.

### **Les Grandes Dynasties Berbères**

En 1062 les Almoravides, venus du Sahara occidental, fondent Marrakech. L'invasion gagne Fès et les rives de la Méditerranée ; puis, poussant à l'Est, les Almoravides se rendent maîtres de la moitié du Maghreb. Youssef ben Tachfine a pu rassembler toutes les terres marocaines. Ce Saharien est vraiment le fondateur et le père du Maroc.

Plusieurs tribus du Haut Atlas qui ne supportaient pas les Almoravides entreprirent la lutte armée contre le sultan. Par une lente infiltration, Abd-el-Moumen s'imposa aux tribus du Moyen Atlas au Maroc du Nord. En 1147, la capitale des Almoravides tombe et Tinnel est alors abandonnée pour Marrakech où le chef des Almohades fonde une dynastie qui règne plus d'un siècle sur un vaste empire. La première action du nouveau sultan est de raser le palais des

Almoravides et d'élever sur son emplacement une mosquée, la Koutoubia. Le règne des trois premiers souverains almohades constitue un des sommets de l'histoire du Maroc.

Les Beni Merin du Maroc oriental installent à Fès, la dynastie des Mérinides, à la chute de Marrakech. Les sultans mérinides sont surtout célèbres pour le faste avec lequel ils ont repris la tradition du mécénat dont les arts et les lettres ont largement profité. L'art au Maroc a atteint un degré de raffinement dont témoigne la nécropole de Chellah à l'entrée de Rabat.

### **Les Empires Chérifiens**

Les chorfa saâdiens ont su capter à leur profit l'exaspération du sentiment religieux et un début de conscience nationale. La « bataille de trois rois » met un point final aux ambitions portugaises au Maroc. A cause de l'or qu'il fit affluer dans le pays, le plus connu des princes saâdiens est Ahmed el-Mansour. Son règne est marqué par une prospérité liée aux échanges avec l'Europe et l'Afrique noire.

L'anarchie marque la fin de la période saâdienne, favorisant l'avènement des Alaouites qui règnent encore aujourd'hui sur le Maroc. Le plus célèbre des sultans marocains est Moulay Ismail qui consolida le pays. Il tient tête aux Turcs d'Alger, chasse les Anglais de Tanger, les Espagnols de Larache et d'Asilah et assure l'ordre et la prospérité à son pays. Mais les symptômes d'une crise se manifestent dans un pays paralysé par le retard économique et les difficultés intérieures auxquelles s'ajoutent l'action des puissances européennes.

L'Angleterre impose un traité d'ouverture. L'Espagne obtint les mêmes droits après une intervention militaire et la France obtint une convention en 1863. Peu à peu, le Maroc perd sa souveraineté au profit des pays européens.

### **Le Maroc au 20ème siècle**

En 1902, l'Italie reconnaît le Maroc comme zone d'influence française en échange de la Tripolitaine. En 1904, l'Angleterre abandonne ses prétentions pour qu'on lui laisse les mains libres en Egypte. L'Espagne reconnaît aussi la zone d'influence française en échange de deux zones, la côte méditerranéenne au Nord, autour de Ceuta et Melilla et sur l'Atlantique, un territoire situé au Sud d'Agadir (le Sahara espagnol). En 1912, le Traité de Fès consacre à la France le protectorat sur la plus grande partie du pays.

Lors de la période du protectorat, les progrès économiques furent importants : création d'infrastructures routières et ferroviaires, construction de barrages pour la production d'électricité et l'irrigation, fondation de cliniques et d'hôpitaux, creusement du port de Casablanca, prospection et exploitation des richesses minières, essor de l'agriculture. Après la

Seconde Guerre mondiale, Mohammed V réclame au gouvernement français l'abolition du protectorat. Le 2 mars 1956, est signée la convention proclamant l'indépendance du Maroc. Le 7 avril, l'Espagne met fin à son protectorat dans le Nord.

Ainsi, avec son passé historique de plus de trente siècles, le Maroc, pays de carrefours de civilisations, offre aux visiteurs un patrimoine culturel remarquable. De nombreux musées et sites existent à travers tout le pays : musée des arts marocains à Tanger, musée archéologique à Rabat...

L'artisanat est aussi particulièrement développé notamment à travers la production textile. La production des tissages au Maroc était très importante au XI et XIIème siècles ; ce qui permet aujourd'hui d'avoir une grande diversité de vêtements : djellaba, gandoura, fouta...

Enfin, les traditions et les arts populaires restent très vivants au Maroc. La musique est très présente partout dans le pays et accompagne les réjouissances et les cérémonies. Dans les villes, elle a évolué vers une forme instrumentale ; dans les tribus berbères et rurales, la musique est liée à la poésie et à la danse. Elle participe, en particulier, à l'éclat des fêtes et des moussems<sup>1</sup>.

Marqué par l'homme depuis des millénaires, le Maroc renferme des sites naturels extraordinaires qui lui confèrent aussi des atouts remarquables pour attirer les touristes.

## **1.2 Une géographie unique en Afrique**

Bordé à la fois par l'Atlantique à l'ouest et la Méditerranée au nord, comprenant des plages fabuleuses et quatre chaînes de montagnes, regroupant des neiges éternelles et des vastes plaines fleuries d'orangers et s'ouvrant jusqu'aux portes du désert, le Maroc est l'un des plus beaux pays du monde, le pays de l'éblouissement des sens.

Le Maroc est le pays du soleil couchant – Maghrib Al Aqsa. C'est l'état le plus occidental de toute l'Afrique du Nord. Il est limité à l'Ouest par l'Océan Atlantique (2934 km de côtes), au Nord par le détroit de Gibraltar et la mer Méditerranée (512 km de côtes) et n'est séparé du continent européen que par 14 km de mer. Il a des frontières terrestres communes avec

---

<sup>1</sup> Moussem : grand rassemblement rendant hommage à un saint homme

l'Algérie (1350 km), la Mauritanie (650 km) et l'Espagne (12 km) à Ceuta et Melilla. Le Maroc appartient à la fois au monde méditerranéen, au monde océanique et au monde saharien.

Terre de contraste, le Maroc se divise en 6 sous ensembles régionaux :

1. La frange méditerranéenne comporte d'ouest en est :

- quelques plaines isolées que prolongent de belles plages propices au tourisme balnéaire (Tanga, Tetouan).
- le massif du RIF, escarpé et difficile d'accès, culminant à 2645 m au djebel Tidirhine et doté d'une côte peu accueillante
- le riche bassin de la Moulouya menant à l'Algérie par la ville d'Oujda

2. Les plaines atlantiques, ou Mejeta, s'allongent de Tanger à Essaouira. Étroites au nord et au sud, elles demeurent vastes au centre, assurant une grande prospérité à ces régions :

- le Rharb, situé entre le Loukos et le Sebou
- les Chaouias de Casablanca, Doukkala et El Jadida

3. Au delà, entre le Haut Atlas et l'Anti Atlas, la région d'Agadir développe, le long de l'oued qui donne son nom à la région, une vaste zone agricole bénéficiant d'une irrigation moderne autorisant l'arboriculture et la production de primeurs.

4. Les Atlas, masse montagneuse la plus élevée d'Afrique du Nord, comprennent trois chaînes légèrement décalées mais toutes trois parallèles :

- le Moyen-Atlas, souvent comparé au Jura, pays de l'herbe et de l'arbre humide et forestier, peuplé de berbères éleveurs
- le Haut Atlas, qui culmine au Toubkal à 4165 m et comporte une dizaine de sommets dépassant les 4000 m, autorise cependant une activité pastorale et une agriculture de montagne. Cette chaîne rigide et élevée est franchissable en deux ou trois endroits (Talremt, Tichka, Tizir Test)
- l'Anti-Atlas, enfin, à l'altitude plus modeste mais très aride où s'accrochent toutefois de nombreux villages le long d'oueds trop souvent secs

5. Le Sud marocain est constitué d'immensités désertiques : plateaux secs et rocaillieux des hammadas ou, plus rarement, champs de dunes des ergs. La haute vallée du Draa, d'Agdz à Zagora et Mhamin ainsi que vallée du Ziz, d'Er Rachidia à Erfoud et Rissani, abritent toutefois une succession de vastes palmeraies, riches et peuplées.

6. Le Sahara marocain, au sud de la vallée du Draa se prolonge ensuite sur 1100 km environ, en hammadas et ergs désolés que parcourt une population rare, mi sédentaire, mi nomade. L'influence atlantique atténue toutefois ces excès. C'est sur cette bande littorale que se concentrent les quelques îlots de peuplement : Tan Tan, Laayoun, Dakla.

Le Maroc en plus de ses atouts naturels offre aux visiteurs un climat très agréable.

### **1.3 Un climat particulièrement favorable**

Le climat marocain est méditerranéen au nord et atlantique à l'ouest, avec une saison sèche et chaude au sud et à l'ouest de l'Atlas doublée d'une saison froide et humide, la fin de la période chaude étant marquée par les pluies d'octobre.

La présence de la mer atténue les écarts de température, tempère les saisons et accroît l'humidité de l'air. La pluviométrie décroît du nord au sud – de 950 mm au nord jusqu'à 100 mm au sud. Dans les terres, le climat varie en fonction de l'altitude. Les étés sont chauds et secs, surtout lorsque souffle le sirocco brûlant ou le chergui, vent d'été venant du Sahara. A cette saison, les températures moyennes sont de 22°C à 24°C. Les hivers sont froids et pluvieux avec fréquemment du gel et de la neige. La température moyenne évolue alors de 12°C à 14°C et peut descendre exceptionnellement jusqu'à -20°C.

Malgré ses atouts naturels, historiques et culturels, le Maroc doit encore consolider son économie et renforcer ses infrastructures sanitaires.

## **1.4 Un pays encore en développement**

### ***1.4.1 Une population jeune qui croît à un rythme soutenu***

Le Maroc est un pays jeune. En effet, plus de la moitié de la population (52%) a moins de 25 ans, et près du tiers (31%) moins de 15 ans (le quart en 2014). Les plus de 60 ans représentent 7,5% de la population et seront 9% en 2014.

Toutefois, d'importants écarts démographiques subsistent entre le milieu urbain et le milieu rural. Les femmes rurales ont deux fois plus d'enfants que les femmes urbaines. L'espérance de vie est de 73,4 ans en milieu urbain mais de 67,4 ans en milieu rural.

Cette jeunesse du pays est une ressource importante pour développer des emplois dédiés au secteur du tourisme mais le chômage marocain est toujours en hausse.

### ***1.4.2 Un retournement à la hausse du taux de chômage***

En 2003, le taux de chômage atteint le chiffre de 11,9% et interrompt ainsi la décrue enregistrée depuis l'année 2000. Ce retournement à la hausse concerne particulièrement le chômage en zone urbaine (19,3%) qui augmente d'un point entre 2002 et 2003.

En zone urbaine, cette détérioration du marché de l'emploi affecte autant les chômeurs sans diplômes (10,4% en 2002 et 11,3% en 2003, soit +0,9%) que les diplômés dont le taux de chômage était déjà particulièrement élevé (25,6% en 2002 et 26,5% en 2003, soit +0,9%).

En 2003, la population active au chômage s'élève à 1,3 million de personnes sur une population active totale de 10,7 millions de personnes. La population active totale est répartie entre la zone rurale à hauteur de 47% et la zone urbaine à hauteur de 53%. Le chômage est cependant un phénomène essentiellement urbain, puisque près de neuf chômeurs sur dix sont citadins.

Les femmes constituent le quart de la population active et sont davantage concernées par le chômage que les hommes (13,0% contre 11,5%). Quant aux mineurs, environ 500000 enfants de moins de 15 ans sont déclarés comme actifs, mais ce chiffre minore la réalité du travail des enfants au Maroc, notamment en milieu rural, lesquels ont pu être estimés selon une source gouvernementale à deux millions d'âmes.

Ce taux de chômage pourrait être résorbé en développant les activités liées au tourisme qui font appel à toutes les catégories sociales de la population.

### ***1.4.3 L'analphabétisme recule mais reste toujours élevé***

L'effort récent des pouvoirs publics pour encourager la scolarisation de base et lutter contre l'analphabétisme est visible sur le taux net de scolarisation à l'école primaire qui atteint en 2001/2002, 90% contre 63% au dernier recensement de 1994, soit un gain de 27 points en huit ans.

En milieu urbain, l'accès à la scolarisation est quasi-généralisé. En milieu rural, des progrès notables sont enregistrés et le taux de scolarisation en primaire est passé de 55% en 1997/98 à 84% en 2001/2002. Pour les filles rurales, ce taux progresse de 34 points pour atteindre 79%. A environ 48%, le taux d'analphabétisme de la population âgée « de 10 ans et plus » subit une baisse significative (55% en 1994) mais reste encore très élevé. Il devrait toutefois s'améliorer compte tenu des récents progrès enregistrés sur le taux de scolarisation à l'école primaire.

L'objectif inscrit au plan de développement 2000-2004 promet un taux de 35%. Il reste qu'à ce jour, 62% des femmes et 34% pour les hommes sont analphabètes. Ce taux monte à 83% pour les femmes rurales.

Ce taux élevé est évidemment un frein pour le développement du tourisme, qui a besoin, par exemple, d'un personnel d'accueil formé et sachant parler plusieurs langues.

### ***1.4.4 Une offre et une consommation de biens et de services sanitaires insuffisantes***

Le Maroc compte 120 hôpitaux (soit 88 lits pour 100 000 habitants) et 2 347 unités de soins de santé de base. L'infrastructure sanitaire progresse mais reste à ce stade insuffisante. La part des dépenses de santé dans le budget de l'État est de 6%. La part des dépenses de santé dans le budget des ménages marocains ne dépasse pas 7%. La faiblesse de la consommation médicale des Marocains s'explique notamment par la déficience du système de sécurité sociale disponible.

Actuellement, seuls 22% de la population urbaine disposent d'une couverture sociale de remboursement des frais médicaux et le taux de couverture chute à moins de 4% pour la population rurale. Le pays dispose d'un médecin pour 2 252 personnes. Les jeunes enfants et les femmes enceintes paient le plus lourd tribut à cette insuffisance de l'offre de santé. Ainsi, si la mortalité infantile a baissé de 91 en 1980, à 37 sur la période 1992-1997, cet indicateur reste très élevé. Le taux de mortalité maternelle à l'accouchement atteint 228 décès pour 100000 naissances à l'échelon national et 3,07 en milieu rural (données 1992-1997).

Néanmoins, la couverture vaccinale des enfants de 12 à 23 mois dépasse 90% et une conséquence en est l'éradication de la poliomyélite au Maroc. Beaucoup d'efforts sont à déployer pour améliorer à la fois l'offre et la consommation des biens et services sanitaires ; sur ce chapitre, l'adoption en octobre 2002 de la loi-cadre instituant l'assurance maladie obligatoire (AMO) est une avancée considérable mais les textes d'application se mettent en place de manière progressive avec une échéance finale prévue en 2005.

Cette carence médicale, si elle gêne en premier lieu les marocains, est obstacle sérieux à la venue des touristes étrangers notamment occidentaux qui sont particulièrement exigeants quant à la qualité des soins.

#### ***1.4.5 L'accès à l'eau potable et à l'électricité en progrès***

La disponibilité des équipements de base dans le logement diffère fortement d'un milieu de résidence à l'autre. Ainsi, selon les données de la Direction de la Statistique, si 94% des ménages urbains ont accès au réseau d'eau potable, seuls 43% des ménages ruraux ont accès à l'eau salubre.

Parallèlement, si 92% des ménages urbains disposent de l'électricité, ce n'est le cas que de 30% (13,9% en 1996) des ménages ruraux. Le taux d'équipement des ménages en biens durables reflète également de grandes disparités entre les villes et les campagnes. Ainsi, si 91% des ménages urbains possèdent un téléviseur, 69% un réfrigérateur et 14% une voiture, ce n'est le cas respectivement pour les ménages ruraux qu'à hauteur de 51%, 10% et 4%.

Le touriste, en général, est un gros consommateur d'eau. Le Maroc doit donc faire des efforts très importants pour répondre aux exigences de confort des visiteurs étrangers.

#### ***1.4.6 Près d'un marocain sur six vit sous le seuil de pauvreté***

La dépense annuelle moyenne par ménage est de 46 339 dirhams (4 263 €). Elle est de 56 781 dirhams (5 224 €) en milieu urbain et de 32 372 dirhams (2 978 €) en milieu rural. La part des dépenses alimentaires dans le budget de consommation des ménages a reculé de 45,5% en 1990-1991 à 43,1% en 1998-1999. Des ressources sont donc devenues disponibles pour d'autres postes de consommation, en particulier les dépenses d'habitation qui constituent la deuxième composante du budget des ménages, avec une part de 21,4%, soit une augmentation de 4 points par rapport à 1990-1991. Les dépenses relatives à l'hygiène et les soins médicaux

représentent 6,9% du total, devant les transports et communications (6,5%), l'enseignement, la culture et les loisirs (4,5%) et les équipements ménagers (3,9%). Mais les dépenses de consommation sont très inégalement réparties. En effet, les 10% plus aisés de la population marocaine réalisent 31% de la masse totale des dépenses de consommation. Les 10% les plus défavorisés de la population ne réalisent que 2,6% de la masse globale des dépenses de consommation.

Le seuil de pauvreté<sup>2</sup> s'établit, en milieu urbain, à 3922 dirhams (361 €) par personne et par an, et à 3037 dirhams (279 €) en milieu rural. Selon ces critères, le taux de pauvreté monétaire a reculé de 25,5% en 1985 à 19,0% en 1999 pour aboutir à 17,8% en 2001. L'effectif total de la population pauvre compte ainsi 5,2 millions de Marocains dont 1,5 en milieu urbain et 3,7 en milieu rural. Autrement dit, près d'un Marocain sur six vit sous le seuil de pauvreté, c'est à dire avec moins de 10 dirhams (moins d'un euro) par jour.

Ce taux de pauvreté très élevé peut donner à l'extérieur une image négative du pays. Le Maroc doit donc mener une politique sociale et économique pour réduire cette pauvreté. Le tourisme peut être un vecteur prioritaire pour gommer les nombreuses disparités qui existent encore dans le pays.

Se développant notamment en raison de la pauvreté et des difficultés économiques du pays, l'islamisme au Maroc connaît un essor inexorable. Cette menace religieuse peut être un frein capital pour l'accroissement du nombre de visiteurs étrangers.

## **1.5 Un islamisme marocain légaliste et extrémiste**

### ***1.5.1 L'inexorable montée en puissance de l'islamisme marocain***

Tandis que la Tunisie, l'Egypte et l'Algérie étaient secouées par l'agitation islamiste dans les années quatre-vingt, quatre vingt dix, le Maroc a pu effectivement apparaître à l'opinion internationale comme un havre de paix. Mais ce n'était qu'une apparence trompeuse.

Dès 1974, par sa missive adressée au roi Hassan II, Abdessalam Yassine a signé l'acte de naissance de l'islamisme marocain. Considéré comme proche des Frères Musulmans d'Egypte,

---

<sup>2</sup> Dans le classement PNUD de l'indicateur du développement humain, le Maroc recule en 2002 de deux rangs, à la 125ème position sur un ensemble de 177 pays répertoriés (alors que la Tunisie gagne cinq rangs en accédant à la 92ème place du classement).

il est resté jusqu'à ce jour comme le maître à penser de l'islamisme marocain, publiant de nombreux ouvrages. Dès son émergence publique, ce mouvement a pris une position très critique vis-à-vis de la monarchie, contestant la légitimité du commandeur des croyants. Interné après la publication de sa lettre ouverte, A. Yassine revendique néanmoins la non violence, ce qui lui a permis de créer par étapes, à partir de 1983, son mouvement Al-Adl wal-Ihssane (Justice et bienfaisance), qu'il a engagé dans une action essentiellement socioculturelle, orientée à la fois auprès de la population déshéritée et largement analphabète des banlieues et auprès des étudiants et des jeunes intellectuels.

Lorsque le Makhzen a pris conscience de cette menace islamiste, notamment à l'occasion des événements algériens, il a voulu intégrer dans le système politique une partie cette mouvance pour mieux la contrôler : le Mouvement Populaire Démocratique et Constitutionnel (MPDC) du Dr Khatib, devenu le Parti de la Justice et du Développement (PJD) est né. Depuis 1997, ce parti est représenté au parlement par une quinzaine de députés. Très impliqué dans la vie politique marocaine et dans le cadre de son activité parlementaire, le PJD a pris notamment la tête du mouvement d'opposition au « plan national pour l'intégration de la femme marocaine au développement ». Ce plan visait notamment à réformer le code du statut personnel, juridiquement discriminant pour les femmes. Alors que le mouvement veut remettre en cause ce plan jugé comme un texte de loi étatique et nullement coranique, il surfe sur l'opinion publique conservatrice au printemps 2000 pour mobiliser contre le plan d'intégration. Cette action lui permet de rassembler plusieurs centaines de milliers de personnes dans les rues de Casablanca, tandis que les modernistes rassemblent seulement plusieurs dizaines de milliers de personnes à Rabat.

Sur le plan politique, il est difficile d'évaluer le poids de la mouvance islamiste. On estime que les partis islamistes pourraient recueillir 30% des voix dans le cadre d'élections libres. En 2002, lors des élections législatives, le PJD est devenu la première force d'opposition parlementaire. En 2003, le PJD arrive en tête pour la première fois lors d'élections municipales et dirige les conseils municipaux de plusieurs villes moyennes comme notamment dans la cité impériale de Meknès (est). Le PJD a annoncé son intention de faire de cette ville un modèle de bonne gouvernance prenant date implicitement pour de futures échéances politiques et s'inscrivant dans une logique de conquête démocratique. Les succès municipaux du PJD en milieu urbain, et pas seulement dans les quartiers périphériques déshérités, en ont fait un

interlocuteur incontournable dans un bon nombre de communes et ont renforcé son sérieux et sa respectabilité dans tout le pays.

Même si la majorité islamiste marocaine est reconnue officiellement et respecte la loi nationale, des groupes terroristes marocains ont mené des actions très virulentes sur le sol national et en Europe. Cette insécurité réelle au Maroc peut constituer une entrave sérieuse à l'arrivée de touristes dans le pays.

### ***1.5.2 Un islamisme marocain qui s'exporte***

Toutes les enquêtes confirment, aujourd'hui, que le Groupe Islamique des Combattants Marocains (GICM) est devenu l'un des bras armés d'el-Qaïda en Europe. C'est l'arrestation rapide des présumés responsables qui a permis à la police espagnole de démanteler la filière responsable des attentats de Madrid, le 11 mars 2004, qui ont fait 191 morts et 1500 blessés.

Mal connu des spécialistes de la lutte antiterroriste, le GICM a été créé dans les montagnes d'Afghanistan, en 1998, l'année où Oussama Ben Laden a lancé sa fameuse fatwa déclarant la guerre « aux juifs et aux croisés ». L'organisation a des ramifications en France, en Belgique, en Italie, aux Pays-Bas et sans doute en Allemagne. Elle a déjà fait parler d'elle le 16 mai 2003, lors des attentats de Casablanca (45 morts et une centaine de blessés) qui ont constitué en quelque sorte son premier coup d'éclat. Comme son nom ne l'indique pas, le GICM recrute en réalité dans toutes les communautés maghrébines, même si les Marocains y sont largement majoritaires. C'est davantage un réseau de cellules plus ou moins autonomes qu'une organisation véritablement structurée.

Organisé autour de vétérans maghrébins passés par les camps d'entraînement du Pakistan et d'Afghanistan, le GICM a été au départ constitué pour offrir aux membres d'el-Qaïda un réseau de correspondants fiables en Europe et au Maroc. Notamment, en Europe, le GICM s'est appuyé sur ce qui restait du Mouvement Islamiste Combattant, le groupe à l'origine des attentats perpétrés en 1994 par des franco-marocains contre des hôtels de Marrakech. Après le 11 septembre 2001, le GICM change de nature et se transforme en organisation active. Pour au moins deux raisons : la première raison est la volonté de la direction militaire d'el-Qaïda de faire payer aux autorités marocaines le prix de leur coopération sécuritaire avec les Américains ; la seconde raison est l'affaiblissement de l'organisation, contrainte, pour frapper loin de ses bases, de sous-traiter le « travail » à des djihadistes locaux. Les attentats de

Casablanca et de Madrid ont été planifiés et coordonnés par el-Qaïda, mais exécutés par les membres du GICM ; la présence de membres du GICM attire moins l'attention que celle de Saoudiens ou de Pakistanais.

Pour rassurer les investisseurs et les visiteurs étrangers et conserver une image d'un pays idéal synthétisant modernité et tradition, le régime marocain a mis en place, immédiatement après les attentats de Madrid, une politique sécuritaire particulièrement stricte.

### ***1.5.3 Un état marocain combatif***

Douze jours après les attentats du 16 mai 2003, le royaume marocain adopte une loi antiterroriste très restrictive. Le roi Mohammed VI décrète « la fin de l'ère du laxisme. L'heure de vérité a sonné pour ceux qui exploitent la démocratie dans le but de porter atteinte à l'autorité de l'état ».

Depuis cette annonce royale, 4500 suspects ont été interpellés, 2000 d'entre eux ont été présentés à la justice et un peu plus d'un millier ont fait l'objet de condamnations. Mais le palais, après y avoir songé, renonce à sanctionner les courants islamistes. Seule formation légale, le PJD peut donc maintenir sa participation aux élections locales après s'être engagé à adopter un profil bas.

Toutefois, la façon dont la campagne antiterroriste a été menée, a quelque peu terni la bonne image acquise ces dernières années par le Maroc dans le domaine des droits de l'homme : des associations marocaines de défense des droits de l'homme puis Amnesty International ont dénoncé la pratique de la torture et des mauvais traitements au cours des interrogatoires. Selon des militants des droits de l'homme, il n'y a pas eu de volonté systématique de torturer, mais des erreurs et des dépassements dûs à l'inadaptation des forces de l'ordre qui n'étaient pas préparées à faire face à un phénomène terroriste d'une telle ampleur. Le gouvernement instaure une commission regroupant le Conseil Consultatif des Droits de l'Homme, le ministère de la Justice et de l'Intérieur afin d'enquêter sur les cas de torture signalés. Il met ainsi en oeuvre, pour la première fois, un cadre juridique à l'action des services spécialisés.

Ces mesures énergiques et répressives ont dans un premier temps réduit la liberté d'expression et de circulation du peuple marocain. Vis-à-vis de l'extérieur, elles ont pu faire craindre que le Maroc retourne dans les années terribles de répression. Mais, aujourd'hui, il semble que le

choc économique de 2003 suite aux attentats de Casablanca, ne soit qu'un mauvais souvenir. Notamment, cette politique antiterroriste a semble-t-il rassuré les touristes étrangers puisque leurs arrivées au Maroc ont augmenté de 17% en octobre 2004 par rapport au mois d'octobre 2003.

S'il a de solides atouts notamment naturels, géographiques, millénaires et culturels, le Maroc reste un pays en développement. Il est certes indéniable que d'énormes progrès ont été faits dans le domaine de l'alphabétisation, de l'accès aux commodités de la vie courante (eau, électricité) et aux facilités sanitaires. Mais cela est encore insuffisant pour accueillir des touristes de plus en plus exigeants sur les prestations fournies.

Le tourisme marocain est actuellement l'un des principaux secteurs économiques du pays ; mais il ne fait pas partie d'une approche globale de développement du Maroc. Il doit, de surcroît, faire face à une concurrence acharnée des pays africains et des voisins méditerranéens qui proposent des solutions touristiques particulièrement alléchantes.

Ainsi, le roi lui-même a orienté son pays vers l'avenir, en initiant une stratégie touristique très ambitieuse avec des objectifs particulièrement exigeants. Cette vision stratégique, la vision 2010, veut être l'une des principales clés du développement politico-économique du Maroc.

## **2 Une stratégie touristique nécessaire pour le développement global du pays**

### **2.1 Le tourisme : un secteur clé très concurrenté**

#### ***2.1.1 La place du tourisme dans l'économie marocaine***

Si la destination Maroc (2,4 millions de touristes étrangers en 2003) continue d'occuper une place relativement modeste dans le tourisme mondial et méditerranéen, le secteur n'en constitue pas moins la deuxième source de devises du pays, derrière les transferts des Marocains résidant à l'étranger (MRE). Les recettes voyages, stables en 2002 (29,2 Md de dirham), ont légèrement progressé en 2003 (+ 0,6%) pour atteindre 29,3 Md DH. En 2003, les recettes touristiques ont, par ailleurs, contribué à hauteur de 6,1% à la formation du PIB du pays, en stabilité par rapport à l'année précédente. D'une manière générale, la place du tourisme dans l'économie nationale ne se limite pas au poids relatif de l'hôtellerie et de la restauration. Au sens large, le tourisme marocain, qui génère près de 600000 emplois directs (et au moins autant indirectement), pourrait ainsi contribuer pour près de 10% au PIB du Royaume.

##### ***2.1.1.1 Le profil des touristes en 2003***

Faisant suite à deux années consécutives de baisse (-3,3% en 2001 et -1% en 2002), le nombre des arrivées de touristes étrangers au Maroc en 2003 (2,4 millions) est resté stable par rapport à l'année précédente (2,3 millions). Le nombre des nuitées touristiques enregistré, pour sa part, en 2003 un repli de 1% (11,2 millions), après avoir reculé de 10,9% en 2002. Cette évolution s'explique notamment par les conséquences des attentats du 11 septembre et de Djerba qui ont eu des effets néfastes sur l'ensemble de la zone et ont stoppé une progression continue des arrivées depuis 1996. Il convient cependant de souligner que le Maroc résiste mieux que d'autres destinations méditerranéennes et que l'activité touristique du Royaume a globalement bien résisté en 2003 à une conjoncture troublée à la fois par une économie européenne au ralenti, des tensions géopolitiques internationales (Irak, Proche-Orient) et les craintes liées au terrorisme (attentats du 16 mai à Casablanca). En 2003, la structure des flux de touristes étrangers demeure marquée par la prépondérance des ressortissants européens qui représentent 74% du total des arrivées de touristes étrangers, soit 1,77 million. Les touristes originaires du

Moyen-Orient et du Maghreb ont, de leur côté, représenté 6,4% du total des visiteurs étrangers en 2003, la part des touristes nord-américains (Etats-Unis + Canada) s'établissant à 4,1%. Dans ce cadre, la France reste de loin le plus gros pourvoyeur de touristes étrangers avec 41,2% des arrivées, suivie notamment de l'Espagne (10,4%) et de l'Allemagne (5,8%). La stabilité du nombre de visiteurs européens en 2003 recouvre, en outre, une hausse des arrivées des touristes français (+ 4%) et espagnols (+ 15%) et une forte baisse de celles des visiteurs allemands (- 25%). Le nombre des arrivées de touristes originaires du Maghreb et du Moyen-Orient est, pour sa part, en légère hausse (+ 1%) en 2003 alors que celui des touristes américains et canadiens s'inscrit en baisse (respectivement - 12% et - 3%). Concernant les Marocains résidant à l'étranger (MRE), le nombre d'arrivées a progressé de 12% en 2003 (à 2,3 millions, soit 48% des arrivées des non-résidents), dans la lignée des résultats enregistrés en 2002 (+ 9,5%).

#### ***2.1.1.2 Les tendances du tourisme en 2004***

Dans un contexte international marqué notamment par le maintien des tensions en Irak et les attentats du 11 mars à Madrid, le nombre de touristes ayant visité le Royaume au cours des sept premiers mois de 2004 s'est établi à 1,5 million de personnes, soit une hausse de 17% par rapport à la même période en 2003. Cette progression couvre en grande partie l'augmentation des arrivées de touristes espagnols (+ 36%), américains (+ 26%), belges (+ 12%), français et britanniques (+ 25% et 11% respectivement). Le nombre de nuitées s'est accru de 17% par rapport à 2003, soit un taux d'occupation moyen de 47%, cette croissance confirmant le net rebond de l'activité durant le premier semestre 2004. Les recettes voyages ont, dans ce cadre, atteint, à fin juin 2004, 13,4 Md DH, soit une hausse de 7,5% par rapport à la même période en 2003. En particulier, par rapport à la moyenne des recettes au titre du premier semestre des années 1999 à 2003, cette évolution correspond à une progression de 30% des recettes.

Après s'être élevés à 5,5 Md DH en 1999, 3,69 Md DH en 2000 et 5,9 Md DH en 2001, les investissements dans le secteur du tourisme ont atteint 4,3 Md DH en 2002. Sept conventions d'investissement ont été signées en 2002 concernant une capacité de 3300 lits, un montant investi de 2,6 Md DH et 4250 emplois. En 2003, onze conventions ont été signées pour une capacité de 4797 lits, un investissement de 2,44 Md DH et 3220 emplois. Ces conventions ne seront pas toutes réalisées, du moins dans les temps impartis. Cependant, en 2003, 54 projets touristiques ont été mis en service drainant un investissement de 2 milliards de dirhams (+ 26%) pour une capacité additionnelle de 8 579 lits (+ 41%).

### ***2.1.1.3 Une présence française très prégnante***

Tous les grands noms du tourisme français sont présents au Maroc. Leader de l'hôtellerie au Maroc, ACCOR a signé en 1996 une convention avec le gouvernement marocain prévoyant la création de 7000 chambres toutes catégories confondues d'ici à 2008. Présent sur l'ensemble du territoire marocain, ACCOR est également présent dans toutes les gammes d'hôtels, aussi bien dans l'hôtellerie économique (IBIS Moussafir), que dans l'hôtellerie de luxe (Sofitel), les clubs (Coralia Club) et l'hôtellerie d'affaires (Relais Mercure). Le groupe exploite au total 19 hôtels pour une capacité d'environ 3000 chambres et emploie près de 2000 personnes. Les projets à venir vont notamment dans le sens d'un élargissement de la gamme d'hôtels du groupe au Maroc et la mise en place de produits plus spécifiques comme le Casa City Center à Casablanca (620 M DH - 3 hôtels, 750 chambres, des bureaux, un centre commercial et des parkings) dont les travaux ont commencé en juillet 2004. D'une manière générale, le groupe prévoit d'investir, d'ici à 2009, 1,8 Md DH dans l'ouverture de 20 unités hôtelières toutes catégories confondues.

Le CLUB MEDITERRANEE, présent dans le Royaume depuis 1963, a signé en 2001 une convention concernant un investissement de 1,3 Md DH devant porter sa capacité d'accueil au Maroc à 12 000 lits et générer 1500 emplois directs au travers de la création de six nouveaux villages. Le nouveau Club Med Palmeraie (4 tridents) a, dans ce cadre, été inauguré à Marrakech en juin 2004 (1000 chambres, golf, centre de remise en forme) et la rénovation du Club Med Medina, premier village du Club à Marrakech, a été réalisée. Un troisième village sous une formule « Riad » composé de 60 chambres haut de gamme sera ouvert en janvier 2005. Le Club Med devrait ainsi totaliser, au terme de l'exercice 2004, 3 unités à Marrakech, 1 à Agadir, et 2 à Tétouan (Smir Restinga et Yasmina Cabo Negro). Il est à noter que le Club Med et la Caisse de Dépôt et de Gestion (CDG), déjà partenaires dans le cadre de la joint-venture Villageinvest créée en 2002, ont annoncé en juin 2004 la création d'un fonds d'investissements. Devant être opérationnel d'ici fin 2004, ce fonds, qui disposerait dans un délai de trois ans de 1,6 Md DH d'actifs, sera en charge de développer le programme d'investissement du Club Med au Maroc. Le capital est détenu à 59% par la CDG, 29% par le Club Med et 14% par la Banque Européenne d'Investissement (BEI). La réalisation de deux

autres clubs est d'ailleurs prévue à court et long terme. L'entrée d'ACCOR dans le capital de Club Med favorisera également son développement.

Présent au Maroc depuis 1977, le groupe FRAM s'appuie sur trois filiales : Fram Orange Tours, qui gère la réception et la gestion des groupes, International Tourisme Cars (ITC, filiale de transport touristique), et Framotel Maroc, qui s'occupe de la gestion des hôtels du groupe. En termes de projets, les travaux d'un hôtel, « Les Jardins de l'Aguedal », de 271 chambres à Marrakech avec centre de remise en forme doivent démarrer (investissements de 250 millions de DH) et à plus long terme FRAM prévoit la construction d'hôtels à Ouarzazate et Tanger.

NOUVELLES FRONTIERES, qui fait désormais partie du groupe allemand TUI, possède trois hôtels Paladien (2 d'entre eux sont gérés par le groupe marocain Kenzi), dont deux à Marrakech et un à Ouarzazate. L'année 2005 devrait, pour sa part, voir l'ouverture à Agadir d'un hôtel de 500 chambres et d'un Club Robinson de 700 chambres. Enfin, il convient de souligner que d'autres pays s'intéressent également au Maroc. On citera notamment le cas d'investisseurs allemands, espagnols, asiatiques, des groupes américano-arabes, maroco-koweïtien (CMKD) et bien sûr marocains.

Le tourisme au Maroc est l'un des principaux secteurs d'activité économique du pays. Mais, le tourisme l'est également pour beaucoup de pays africains et méditerranéens qui y voient un atout privilégié de rentrées de devises et de croissance. La plupart de ces pays proposent des offres particulièrement attractives qui peuvent ainsi capter une grande partie du potentiel touristique de la région au détriment du Maroc.

### ***2.1.2 Une concurrence forte***

#### ***2.1.2.1 Un tourisme africain en hausse***

Pendant longtemps, le tourisme africain s'est limité aux séjours balnéaires et aux safaris-photos en savane. Aujourd'hui, la situation a bien changé. Les quelque trente millions de visiteurs qui, chaque année, partent à la découverte du continent disposent d'une palette de produits de plus en plus vaste : aventure sportive, découverte des traditions, activités nautiques... Entre 1990 et

2000, le nombre d'étrangers voyageant en Afrique a presque doublé (+ 84%). D'après les critères de la banque mondiale, une trentaine de pays africains possèdent aujourd'hui une réelle industrie touristique. La règle du succès tient en deux ingrédients indispensables : des atouts naturels et une bonne gestion économique et politique du potentiel.

Ainsi, depuis le début des années 1990, le tourisme saharien connaît un succès qui ne se dément pas. Chaque année, un nombre croissant d'européens (estimé à près de 100000 personnes) en quête de dépaysement extrême et de grands espaces répondent à l'appel du plus grand désert du monde. A tel point que les ventes de circuits sahariens augmentent deux fois plus vite que celles des autres produits touristiques. Dans cette évolution, l'avion a joué un rôle majeur : la mise en place de liaisons aériennes directes vers les villes de Tamanrasset en Algérie ou Atar en Mauritanie a permis de désenclaver des régions jusqu'alors difficilement accessibles. Mais cela a permis aussi de faire baisser les prix : au départ d'Europe, le premier prix d'un séjour de huit jours dans le Sahara mauritanien est d'environ 800 euros par personne. Le développement du tourisme saharien pâtit toutefois de l'insuffisance des structures d'hébergement, en Mauritanie, au Mali et au Niger, mais aussi des problèmes de sécurité.

Adeptes d'un tourisme moins aventureux mais tout aussi dépayasant, de plus en plus de visiteurs, ces dernières années, se sont tournés sur certaines destinations insulaires. De nombreuses îles, les unes après les autres, se convertissent à l'industrie du tourisme. Après Maurice et les Seychelles, qui se sont ouvertes au tourisme dans les années soixante-dix, c'est au tour des îles du Cap-Vert, de Zanzibar et des Comores d'accueillir une clientèle toujours plus nombreuse. Ces trois destinations insulaires ont connu, au cours de la dernière décennie, un triplement de leurs visiteurs. Ici aussi, l'amélioration des liaisons aériennes avec l'Europe, qui compte les principaux clients, a permis de renforcer cette croissance. Dernières îles à la mode aujourd'hui, les îles Dahlak, au large de la côte érythréenne, accueillent, elles aussi, malgré leur taille réduite, un nombre croissant de touristes. Et d'autres archipels, au potentiel encore inexploité, pourraient bientôt leur emboîter le pas : c'est notamment le cas de Sao Tomé e Príncipe, dans le Golfe de Guinée.

Il existe d'autres motifs de déplacement en Afrique : les voyages thématiques. Avec le vieillissement progressif de la population européenne, le tourisme de santé est en pleine

expansion de l'autre côté de la mer Méditerranée. Dans ce domaine, la Tunisie est particulièrement bien placée ; deuxième destination mondiale de thalassothérapie après la France, le pays dispose d'une douzaine de centres et accueille chaque année plusieurs dizaines de milliers d'Européens venus se refaire une santé. Parallèlement, de plus en plus d'étrangers, près de vingt mille en 2004, sont venus se faire hospitaliser. Pour ces visiteurs d'un genre nouveau, la Tunisie représente une destination de premier choix tant du point de vue du coût et de la qualité des soins médicaux que de la rapidité des interventions.

Mais le tourisme thématique ne se limite pas, fort heureusement, à celui de la santé et du bien être. Les activités ludiques et sportives connaissent un succès de plus en plus important. Dans le domaine des jeux du hasard, secteur à forte rentabilité, l'Afrique du Sud est en tête, tant en terme de quantité (le pays compte une trentaine de casinos) que de qualité : ses salles de jeu sont souvent intégrées à des centres de loisirs disposant d'une large palette d'activités sportives (sports d'eau, golf,...) et familiales (parc d'attraction). Ce modèle commence à faire école plus au Nord : le parc d'attraction Médina Mediterranea en Tunisie, permet de capter aussi bien les mordus des jeux de hasard (grâce à un casino de 2000 m<sup>2</sup>) qu'une clientèle en quête de divertissements plus familiaux et culturels. Situé dans une zone touristique de Yasmine Hammamet, à une soixantaine de kilomètres au sud de Tunis, le lieu abrite, outre le casino, une reconstitution de médina, des espaces de loisirs, des commerces, un musée et même un centre de congrès.

Une activité touristique est aussi promise à un bel avenir : le golf. A ce jour, les destinations golftiques africaines dignes de ce nom se comptent encore sur les doigts d'une main. Avec quelque quatre cents parcours et près d'une quarantaine en construction ou en projet, l'Afrique du Sud possède l'offre la plus étoffée du continent africain. Elle est suivie de loin par le Maroc (avec une vingtaine de parcours, dont certains, comme le Royal Golf Dar Essalam, près de Rabat, n'ont rien à envier aux grands parcours américains), puis par le Zimbabwe, la Tunisie et l'Egypte (avec un peu moins d'une dizaine de parcours de golf chacun). Plusieurs pays africains investissent des sommes importantes pour développer, selon des normes internationales, leur offre dans ce domaine. Il faut dire que le « jeu en vaut la chandelle » : les dépenses moyennes d'un golfeur (entre 3000 et 4000 euros par semaine) sont entre cinq et dix fois supérieures à celles d'un touriste classique.

Mais le chemin qui mène à la fortune est souvent semé d'embûches, et chaque crise économique et politique se paye au prix fort. Ainsi, au Zimbabwe, la florissante industrie touristique a complètement chuté à la suite de la politique intransigeante menée par le président Robert Mugabe. Le constat est le même en Côte d'Ivoire : la crise actuelle a laminé un secteur qui attirait jusqu'à la fin des années quatre-vingt-dix environ 300000 personnes par an. La règle est implacable : les tour-opérateurs cherchent avant tout des pays sûrs. Le moindre incident politique et la destination peut faire disparaître des offres proposées par les agences de voyages.

Mais cette manne touristique est inégalement répartie. Si l'Afrique du Sud arrive largement en tête des pays du continent africain, avec près de 6,5 millions de visiteurs en 2003, viennent ensuite l'Egypte avec 5,7 millions en 2003 (soit une hausse de 17% en 2002), la Tunisie avec 5,2 millions et le Maroc avec 2,2 millions. Ainsi le Maghreb et l'Egypte occupent toujours une très bonne place sur le continent africain et d'après les prévisions de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), la situation devrait perdurer car les prix devraient rester beaucoup moins élevés que pour les autres destinations méditerranéennes.

Si la concurrence est forte en Afrique, elle est acharnée entre les pays du bassin méditerranéen.

#### ***2.1.2.2 Des pays méditerranéens très attractifs***

La concurrence entre les pays méditerranéens existe réellement, mais elle est moins forte qu'il n'y paraît a priori. Non seulement ces pays attirent des clientèles d'origines différentes mais ils ne proposent pas la même offre. La Tunisie est une destination balnéaire, Israël et le Maroc sont des destinations culturelles, l'Egypte et la Turquie sont des destinations balnéaires et culturelles. A l'intérieur d'un même pays, les objectifs des visiteurs diffèrent selon leurs nationalités d'origine : l'Egypte et la Turquie sont des destinations balnéaires pour les allemands et les touristes du Moyen Orient alors que ces pays sont davantage des destinations culturelles pour les anglais et les français. (cf. annexe 3 tableau n° 1)

Les touristes en provenance d'Europe sont à l'origine des deux tiers des entrées dans les pays méditerranéens devant ceux d'Europe Centrale (9,6%), des pays méditerranéens, du Moyen Orient et d'Amérique du Nord (5,9%). Les européens sont davantage présents au Maghreb

(70%), les américains étant relativement plus nombreux à visiter Israël, la Jordanie, le Maroc, la Turquie et l’Egypte. Les touristes originaires des PECO et de la Communauté des Etats Indépendants (CEI) assurent plus d’un cinquième des entrées en Turquie et 7% en Israël mais constituent une clientèle marginale au Maghreb. Quant aux touristes originaires des pays du Moyen Orient, ils visitent surtout l’Egypte et la Jordanie.

En 2000, selon les statistiques nationales, les allemands, français, anglais, italiens, suisses, espagnols et néerlandais ont effectué 114 millions de séjours à l’étranger dont 9% au sud de la Méditerranée. Les allemands représentent près de 30% des entrées d’européens dans la région, suivis par les néerlandais (18%), les français (15%), les espagnols (14%) et les britanniques (13%) qui sont les plus séduits par le sud de la Méditerranée. (cf. annexe 3 tableau n° 2)

Les différences portent également sur les gammes de prix : une semaine en Tunisie coûte à peu près aussi chère qu’une semaine en Turquie (ce sont souvent les mêmes tours opérateurs qui proposent ces deux destinations) alors que les dépenses moyennes des touristes au Maroc sont proches de celles réalisées en Egypte.

L’autre différence concerne la saisonnalité. A l’exception de l’Egypte et de la Jordanie, l’été est partout la haute saison. Ainsi 40% des entrées se font au cours du troisième trimestre en Turquie ; ce pourcentage est de 35% en Tunisie et au Maroc. Ces différences ont tendance à s’estomper. Ainsi, la Tunisie cherche à promouvoir une alternative au balnéaire alors que le Maroc investit dans le tourisme balnéaire. En outre, la concentration des grands opérateurs mondiaux aiguise la concurrence entre les pays. (cf. annexe 3 tableau n° 3)

Dans la plupart des pays méditerranéens, le tourisme assure un pourcentage élevé des recettes en devises et le secteur touristique représente une part essentielle du PIB.

Au niveau mondial, le tourisme assure le tiers des exportations de services. Pour les pays méditerranéens, les crédits du poste voyage s’élevaient à 20 milliards de dollars en 2000 à comparer avec 10 milliards pour les exportations de textile, 90 milliards pour les exportations totales de marchandises et 5 milliards pour les remises de l’émigration. Ces revenus assurent entre 15% (pour la Turquie) et 50% (pour Chypre) des recettes en devises. (cf. annexe 3 tableau n° 4)

Les recettes nettes du tourisme (crédit moins débit) représentent un pourcentage croissant du PNB de la région : de 1 point en 1980 à 4 points en 2000. Par comparaison, le solde net de la filière textile (tissu et confection) représente l'équivalent de seulement 2 points du PNB. La place du tourisme dans la balance courante des pays méditerranéens est supérieure à celle constatée dans la plupart des pays émergents. L'évolution des recettes du poste voyage entre 1967 et 2004 fait apparaître une hausse constante en dépit de quelques bouleversements mondiaux (comme les guerres du Golfe, les attentats du 11 septembre 2001 et de 2003 à Madrid notamment).

La place du tourisme dans l'économie ne se limite pas au poids relatif de l'hôtellerie et de la restauration dans le PIB. Cette place ne peut pas s'apprécier uniquement à partir d'une analyse de l'offre strictement touristique. En effet, à la différence des autres activités économiques, le tourisme ne propose pas un produit homogène : les touristes « consomment » des repas au restaurant et des nuits d'hôtels mais la demande du tourisme à l'économie va au-delà et comprend les achats des titres de transport et d'autres biens et services.

En Tunisie, l'essentiel des dépenses des touristes se réalise dans des complexes touristiques mais c'est moins le cas dans des pays où le tourisme est plus culturel que balnéaire comme en Turquie mais surtout en Egypte : dans ces pays, les dépenses réalisées dans les hôtels représentent 30 à 40% des dépenses totales ; le quart de la consommation de bière et 10% des recettes des télécommunications est le fait des touristes. Aussi l'activité touristique se diffuse-t-elle dans l'ensemble de l'économie. Les secteurs auxquels s'adresse la demande des touristes sont souvent caractérisés par des taux de valeur ajoutée assez importants. A cette consommation privée, il faut ajouter les investissements privés liés au tourisme ainsi que la dépense publique nécessaire à un tourisme moderne de masse.

Les données du World Tourism montrent que le poids du tourisme au sens large dans l'économie des pays méditerranéens est supérieur à 10% du PIB et atteint 18% en Tunisie, 22% en Jordanie et plus de 30% à Chypre et à Malte. Le tourisme occupe directement trois millions de salariés dans les pays méditerranéens et plus de cinq millions directement et indirectement. L'emploi direct (indirect) est ainsi de 1 (1,8) million en Egypte, 0,6 (1,1) million en Turquie, 0,5 (0,9) au Maroc, 0,2 (0,4) million en Tunisie. Au cours des huit dernières années, on a assisté à une croissance soutenue de l'investissement dans le tourisme,

en particulier en Egypte, en Tunisie et au Maroc. En Egypte, la part du tourisme dans l'investissement a doublé pour atteindre 7% en 2000. (cf. annexe 3 tableau n° 5)

Le tourisme marocain participe à la prospérité économique du pays mais depuis quelques années, il reste en stagnation.

Le nombre de touristes étrangers fluctue autour de 2 millions et peine à décoller. Les canaux de distribution pour le Maroc sont peu diversifiés : 90% du tourisme à destination du Maroc est composé d'offres globales alors que la moyenne européenne se situe à 56%. De même, l'essentiel des marchés émetteurs est concentré en Europe qui représente pour elle seule 86% des touristes. Quant aux infrastructures, elles sont insuffisantes. La capacité hôtelière est saturée dans la plupart des zones touristiques du Maroc et le retour sur investissement pour les hommes d'affaires dans ce domaine est long et risqué. Les plates-formes aéroportuaires existent mais les offres proposées, notamment par la compagnie nationale, la Royal Air Maroc (la RAM), sont insuffisantes et trop rigides.

Pour relever ses nombreux défis, le roi Mohamed VI a mis sur pied une stratégie touristique particulièrement innovante avec des objectifs très ambitieux. Ce véritable plan d'opération concerne non seulement le secteur traditionnel du tourisme marocain mais touche de très près la plupart des autres secteurs d'activité économique du pays. L'effet final recherché est de mettre définitivement le Maroc sur les rails de la prospérité économique.

## **2.2 La vision 2010 : une stratégie initiée par le roi**

### ***2.2.1 Une politique ambitieuse***

Lors des assises nationales du tourisme de Marrakech en janvier 2001, le Roi Mohamed VI a donné une impulsion politique majeure au secteur du tourisme, érigé en priorité nationale et dont le but est d'atteindre de dix objectifs chiffrés à l'horizon 2010 (la Vision 2010). Cette politique s'est, en outre, traduite par la signature d'un accord-cadre entre la Fédération du tourisme de la Confédération générale des entreprises du Maroc et l'Etat. Cet accord a été décliné lors des deuxièmes assises du tourisme, en janvier 2002, en un programme d'actions

qui fixe les moyens nécessaires à la réalisation des objectifs. Le Maroc ambitionne ainsi de se positionner, en l'espace de 10 ans, au sein des 20 premières destinations mondiales, à l'instar de l'essor du tourisme en Turquie au début de la décennie 90.

A l'inverse de la Tunisie, résolument orientée vers le tourisme balnéaire, le Maroc a choisi la cible du moyen et haut de gamme. Avec ses nombreux hôtels haut de gamme, le royaume engrange des recettes supérieures à celles de la Tunisie. Son offre est tournée vers le culturel. Marrakech, Fes et les villes impériales constituent des produits d'appel ; mais le taux de retour est assez faible : une fois le circuit parcouru, le voyageur jette son dévolu vers une autre destination. Il est donc indispensable pour le Maroc de renouveler et enrichir son offre.

### **2.2.2 Le plan AZUR**

#### *Les chiffres clés*

Les objectifs et les enjeux stratégiques de la vision 2010 se traduisent suivant les chiffres suivants :

- 10 millions de touristes (avec des RME se comportant de plus en plus comme des touristes)
- 280 000 lits en hôtel
- 600.000 emplois (qui feront vivre cinq millions de marocains)
- 8,5% de taux de croissance annuel moyen entre 2005 et 2010
- 48 Md EUR de recettes voyages
- 20% du PIB en 2010

Au total, la réalisation de ce plan de développement touristique suppose l'injonction de 70 milliards de dirhams (6,5 milliards d'euros) d'investissement. Pour réaliser ces objectifs, l'accent doit être mis sur la promotion, en Europe, de la destination Maroc. Le budget de l'Office National Marocain du Tourisme a été doublé pour atteindre 250 millions de dirhams en 2002. Mais il ne représente encore qu'environ 1% des recettes totales du secteur (23,7 milliards de dirhams), loin du ratio idéal (3%), selon les normes de l'Organisation mondiale du Tourisme.

#### *Les six piliers stratégiques du plan Azur*

- Le développement et l'aménagement : il s'agit notamment de doubler la capacité d'hébergement, par la mise à niveau des hôtels et la restructuration des sites. Le

- développement consiste à proposer de nouveaux types d'offres : gîtes d'étape, immobilier locatif, chambres d'hôtes...
- La formation : il s'agit de former au moins 70000 professionnels du tourisme
  - Le transport aérien : il s'agit de planifier l'adéquation entre les lits nouveaux et les sièges d'avion ; pour cela, il faut libéraliser l'aérien et créer de nouvelles lignes
  - Le marketing : il s'agit de mettre en œuvre des politiques sectorielles en faisant effort sur les régions, sur les filières de produit, sur les différents types de clientèle, sur les canaux de distribution et sur les partenariats notamment avec les tours-opérateurs
  - L'environnement : il s'agit d'améliorer l'accueil, la qualité de la prestation, les animations des stations, les équipements de loisir...
  - L'organisation institutionnelle : il s'agit d'accroître la responsabilisation et le renforcement des organisations professionnelles pour tous les métiers du tourisme et de développer le partenariat Etat – collectivités locales et secteur privé.

Sous l'impulsion de l'accord-cadre, six nouvelles zones à haut potentiel, situées à proximité des aéroports, ont été identifiées, en vue de rattraper le retard pris dans la structure de l'offre touristique marocaine, en réalisant l'équivalent de six stations de la taille d'Agadir en l'espace de dix ans. Ces zones ont été choisies de manière stratégique afin de rétablir les équilibres régionaux en terme d'attraction touristique. Parmi les six zones choisies, celles de Larache (Khmis Sahel) et Essaouira (Mogador) doivent se démarquer par le développement d'un tourisme à la fois culturel et balnéaire. Les autres zones, Saïdia, El Jadida (Mazagan - El Haouzia), Taghazout (Agadir) et Plage Blanche (Guelmim), développeront, pour leur part, uniquement un tourisme balnéaire, jusqu'alors assumé par le seul site d'Agadir. La réalisation de ces sites doit notamment permettre la création de 120000 lits dont 70% en hôtellerie et 30% en résidentiel. Sur le plan de l'emploi, le projet devrait créer 400000 emplois directs et indirects pour un volume d'investissement de l'ordre de 45 Md DH. A ce jour, trois stations ont été concédées : Saïdia est d'ores et déjà en phase de construction, à Mogador les travaux devraient démarrer d'ici la fin de l'année 2004 et de même à Mazagan. C'est le groupe espagnol FADESA qui a été retenu pour Saïdia. Le groupe FADESA devrait en particulier apporter un investissement de 3,7 Md DH pour la réalisation de deux hôtels cinq étoiles d'une capacité de 1 040 lits, de huit unités résidentielles et de trois terrains de golf de 18 trous chacun. L'aménagement de la station de Mogador à Essaouira est, pour sa part, revenu au

consortium mené par le groupe belgo-luxembourgeois Thomas&Piron/TPF L'Atelier, qui a été rejoint dans un groupement par RISMA (société d'investissement et d'exploitation touristique détenue en majorité par le groupe ACCOR), ainsi que par la société Colbert. La station de Mazagan a été concédée au consortium constitué du Sud-Africain Kerzner International, de la Caisse de dépôt et de gestion, de la SOMED (société maroco-émiratienne de développement) et de l'assureur MAMDA/MCMA. La station devrait compter 8000 lits pour un investissement de 5,3 Md DH. Une autre station devrait être concédée sous peu. Il s'agit de la station de Laârache pour laquelle la convention est désormais finalisée et paraphée. Elle devrait être attribuée à un consortium conduit par le groupe Thomas&Piron. Pour ce qui est des stations de Taghazout et de Plage Blanche, le processus d'appel d'offres devrait être relancé avant la fin 2004. Le groupe saoudien Dallah Al Baraka qui s'était vu attribuer sans appel d'offres l'aménagement de la station de Taghazout s'est en effet vu écarté du projet par les autorités marocaines en mars 2004 pour non respect du cahier des charges. L'appel d'offres initial concernant la station de Plage Blanche avait, par ailleurs, été déclaré infructueux.

### ***2.2.3 La libéralisation du transport***

La libéralisation du transport aérien, annoncée par le Ministre des Transports aux dernières Assises du Tourisme est devenue effective depuis le 12 février 2004. Les conditions pour desservir le Maroc sont détaillées dans un cahier des charges mis à la disposition des compagnies. A condition de les remplir et après l'autorisation des autorités compétentes, les compagnies étrangères pourront desservir le Maroc. L'autre nouveauté est l'autorisation donnée aux compagnies charter de transporter des passagers du Maroc vers l'étranger et non plus uniquement de l'étranger vers le Maroc (excepté pour les vols au départ de Casablanca et Rabat). Le gouvernement marocain a d'ores et déjà passé des accords avec des tours opérateurs étrangers pour l'ouverture de lignes régulières. Globalia, Corsair et Jet-Air opèrent déjà sur le Maroc et projettent d'ouvrir des dessertes sur des destinations touristiques (Agadir, Fès, Marrakech). La compagnie charter française Air Horizon a, pour sa part, mis en place depuis juillet 2004 une liaison régulière à bas coût entre Beauvais et Casablanca et entre Beauvais et Rabat. La RAM, quant à elle, a créé en février 2004 une compagnie charter « Atlas Blue », qui a réalisé le 26 juillet 2004 son premier vol entre Marrakech et Lyon pour le compte du tour opérateur Etapes Nouvelles (groupe turc Marmara). Enfin, il est à noter que quatre nouvelles compagnies doivent opérer au Maroc à partir de novembre 2004.

#### ***2.2.4 Le bilan de la vision 2010 à mi parcours***

Le 13 janvier 2005, le Maroc a annoncé qu'il maintenait ses ambitions avec l'objectif d'accueillir dix millions de visiteurs par an en 2010. Cette volonté de donner une nouvelle impulsion au tourisme, un des principaux secteurs de l'économie marocaine, a été réaffirmée à l'occasion de la 5<sup>ème</sup> édition des Assises du tourisme, dont l'ouverture a été présidée, ce jeudi 13 janvier 2005, par le roi Mohammed VI.

Le ministre du tourisme a indiqué que le développement de la capacité hôtelière du Maroc est passée de 1500 lits par an, entre 1996 et 2000, à plus de 8000 lits nouveaux entre 2003 et 2004, notant que 25 à 30 unités hôtelières ouvrent chaque année.

Le Maroc a ainsi gagné en 2004 plus de 750000 touristes supplémentaires atteignant un total de près de 5,5 millions de touristes (dont 2 millions de RME). Plus de 450000 de ces touristes additionnels proviennent des marchés sur lesquels le Maroc a favorisé la densification des lignes aériennes et privilégié les accords avec les réseaux de distribution.

Si le Maroc a pris le « virage d'un marketing et d'une promotion scientifique du secteur touristique » comme le souligne le ministre du tourisme, des problèmes nouveaux apparaissent. En particulier, la pression du tourisme se fait sentir sur les ressources en eau. Un touriste étranger demande 800 à 900 litres d'eau par jour pour ses différents besoins alors que l'habitant du bidonville va consommer 10 à 20 litres et l'habitant plus aisé 100 à 150 litres. Dans les régions touristiques, ce sont les hôtels et les complexes qui mobilisent l'essentiel de la ressource en eau. Dans un pays tropical, un parcours de golf engloutit 1,5 tonne de pesticides et d'engrais par an et utilise autant d'eau que soixante mille habitants d'une zone rurale pour leurs besoins domestiques. Il va falloir ainsi promouvoir un tourisme durable qui se développe aujourd'hui et obtient des résultats mitigés, et éduquer les touristes de passage à un mode de vie plus économe et respectueux.

## **Conclusion**

Le Maroc est un pays qui possède des « ressources touristiques » extraordinaires. Baigné par un océan et une mer, il regroupe la plupart des sites naturels qui peuvent attirer le touriste : les plages de sable blanc, les montagnes enneigées, une campagne verdoyante et un désert magnifique. Parsemée de vestiges innombrables remontant à des millénaires, la terre marocaine propose également une culture et un artisanat très riches et variés.

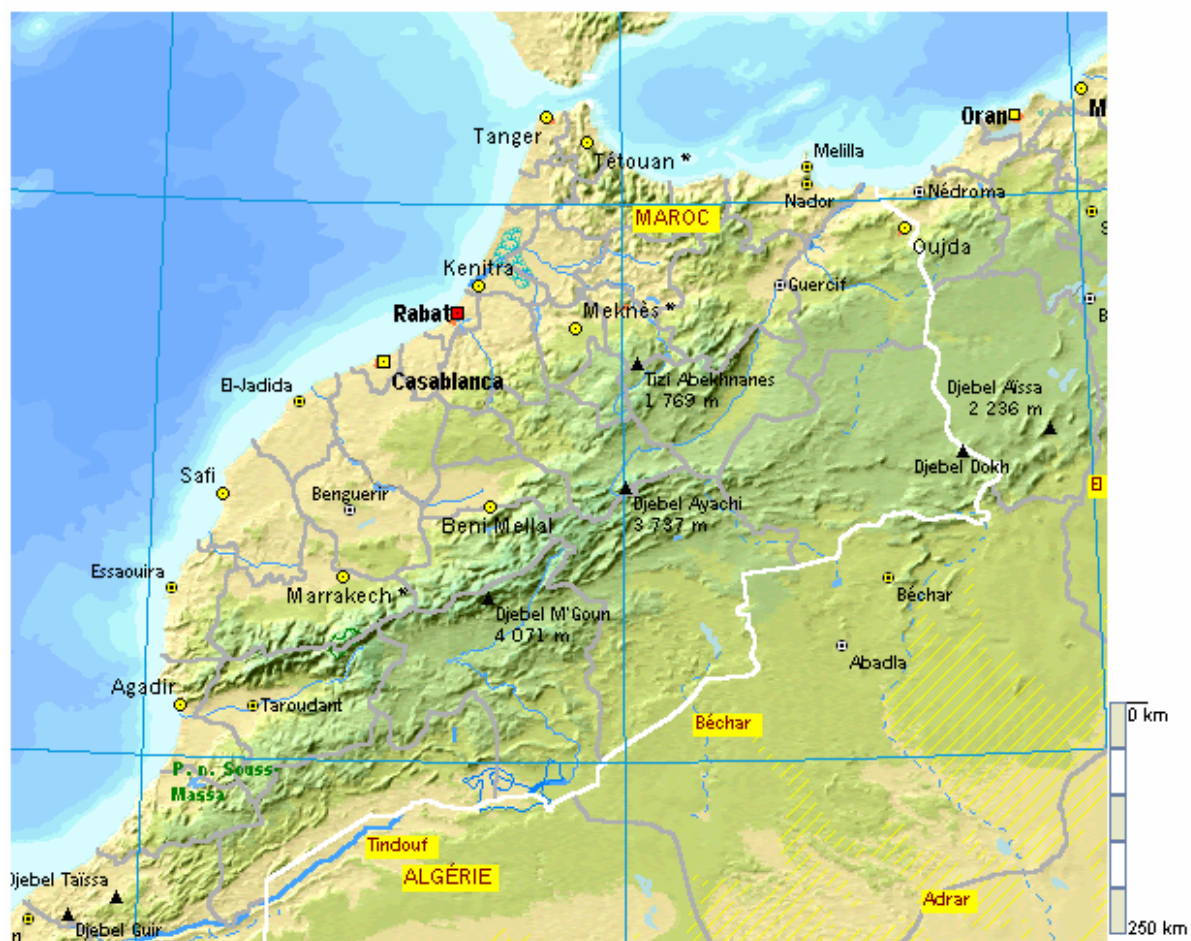
Mais, ces atouts ne suffisent pas à pérenniser un tourisme de qualité. Le tourisme marocain s'est développé sans aucune stratégie et volonté forte des dirigeants politiques. Depuis quelques années, le tourisme stagne et n'est pas un facteur d'innovation pour le pays alors que dans le même temps, il progresse de manière fulgurante en Turquie et en Tunisie.

Pour promouvoir le tourisme au Maroc, le Maroc doit lui même évoluer de manière radicale. En effet, le pays est à la traîne des pays en développement malgré des progrès sensibles. Si la différence de vie entre le citadin et le rural s'estompe chaque année, il existe encore de nombreuses inégalités dans l'accès aux soins, à l'eau et l'électricité. Les dernières données économiques montrent que la pauvreté s'est aggravée dans le royaume au cours de la dernière décennie avec près d'un marocain sur six qui vit en dessous du seuil de pauvreté. Cette pauvreté fait le jeu de l'islamisme qui semble aujourd'hui jouer le jeu politique marocain, malgré une inquiétante dérive de groupuscules vers un terrorisme mondial. Tous ces facteurs internes sont un frein pour la venue en masse des touristes notamment occidentaux.

Véritable source de croissance économique mondiale dans les prochaines années, le tourisme marocain a été déclaré « priorité nationale » par le roi Mohamed VI. Dans un plan d'action très ambitieux, le souverain veut faire du tourisme, dans les dix ans à venir, l'un des piliers du développement économique du pays. La cible est ambitieuse, puisque notamment, l'objectif est de doubler le nombre de visiteurs et de tripler la capacité d'hébergement. Cette stratégie touristique sera sûrement une réussite si tous les autres secteurs d'activité économique (transport, restauration, services...) se mobilisent ensemble. Si le premier bilan à mi-parcours semble conforme aux prévisions, la phase suivante pourrait être ralentie par le climat d'insécurité qui est toujours d'actualité au Maroc. Ainsi, l'une des clés principales de réussite du plan azur devra être la capacité du gouvernement à assurer la sécurité dans tout le pays.

## ANNEXE 1

### Carte physique du Maroc



© Larousse / VUEF 2001

## ANNEXE 2

### Carte touristique du Maroc



### ANNEXE 3

#### Statistiques du tourisme marocain

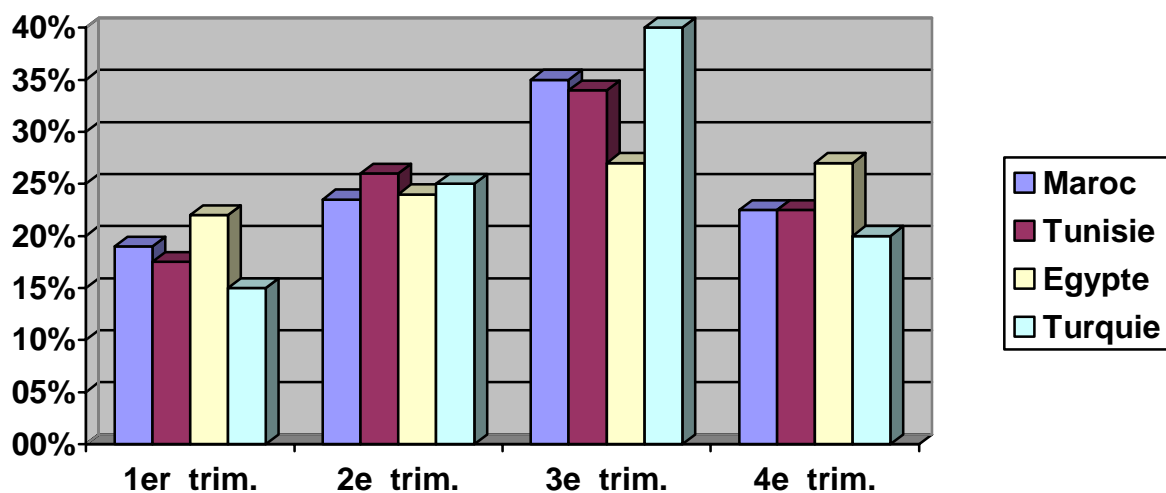
**Tableau n° 1 :** nombre de séjours, en 2000, dans les différents pays méditerranéens selon les zones géographiques d'origine des touristes (en milliers de séjours)

|                 | UE           | Pays de l'Est | Moyen-Orient | Pays méditerranéen | Amérique du Nord | Asie       | TOTAL<br>(En millions) |
|-----------------|--------------|---------------|--------------|--------------------|------------------|------------|------------------------|
| <b>Egypte</b>   | 3283         | 100           | 882          | 147                | 114              | 250        | <b>4,9</b>             |
| <b>Israël</b>   | 1124         | 168           | 0            | 145                | 581              | 228        | <b>2,3</b>             |
| <b>Jordanie</b> | 275          |               | 863          | 112                | 112              |            | <b>1,2</b>             |
| <b>Maroc</b>    | 1935         | 18            | 55           | 80                 | 160              | 23         | <b>2,4</b>             |
| <b>Tunisie</b>  | 3254         | 204           | 32           | 1280               | 13               | 1          | <b>4,8</b>             |
| <b>Turquie</b>  | 3958         | 1565          | 498          | 327                | 395              | 145        | <b>6,9</b>             |
| <b>TOTAL</b>    | <b>13829</b> | <b>2055</b>   | <b>2330</b>  | <b>2091</b>        | <b>1375</b>      | <b>647</b> | <b>22,6</b>            |

**Tableau n° 2 :** nombre de séjours, en 2000, dans les différents pays méditerranéens selon les origines des touristes européens (en milliers de séjours)

|                 | ALL         | RU          | FR          | ITA         | SUI        | BEL        | ESP        | NL         |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Egypte</b>   | 389         | 171         | 220         | 388         | nd         | 120        | nd         | nd         |
| <b>Israël</b>   | 181         | 195         | 194         | 146         | 35         | 46         | 35         | 90         |
| <b>Jordanie</b> | 41          | 37          | 43          | 45          |            |            |            |            |
| <b>Maroc</b>    | 228         | 134         | 811         | 126         | 38         | 88         | 255        | 82         |
| <b>Tunisie</b>  | 1036        | 262         | 894         | 354         | 110        | 132        | 355        | 69         |
| <b>Turquie</b>  | 1365        | 816         | 254         | 75          | 140        | 104        | 32         | 215        |
| <b>TOTAL</b>    | <b>3240</b> | <b>1615</b> | <b>2416</b> | <b>1134</b> | <b>323</b> | <b>490</b> | <b>677</b> | <b>456</b> |

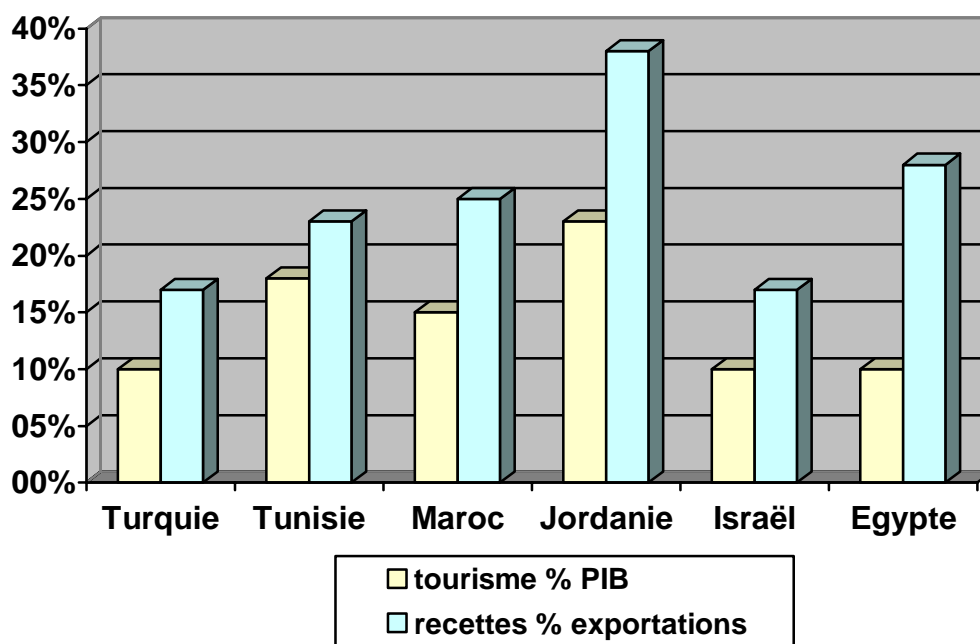
**Tableau n° 3 : saisonnalité des entrées en 2000**



**Tableau n° 4 : recettes moyennes par entrées (en US \$ en 2000)**

| PAYS     | Turquie | Tunisie | Maroc | Israël | Egypte |
|----------|---------|---------|-------|--------|--------|
| RECETTES | 760     | 400     | 750   | 1400   | 900    |

**Tableau n° 5 : poids du tourisme en % du PIB et des recettes du tourisme en % des exportations en 2000**



# **BIBLIOGRAPHIE**

## **OUVRAGES**

- CHAARANI Ahmed, *La mouvance islamique au Maroc : du 11 septembre 2001 aux attentats de Casablanca du 16 mai 2003* ; Editions Karthala, 2004
- TOZY Mohamed, *Monarchie et Islam politique au Maroc* ; Editions Presses Sciences Po, 1999
- VERMEREN Pierre, *Le Maroc en transition* ; Editions La Découverte/Poche, 2002

## **REVUES**

- Analyse macroéconomique financière et sociale du Maroc ; août 2000
- BMCE rapport annuel 2003
- BMCE revue d'information mars – avril 2004, mai – juin 2004
- Défense nationale, *Le Maroc à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle* ; octobre 1999
- Dossier séminaire du Centre Français du Commerce Extérieur : *Maroc les promesses de la transition*, 7 novembre 2002
- Influences Méditerranée, *Le Maroc en perspectives* ; éditions l'Harmattan ; 2000
- Jeune Afrique n° 2221 du 03/08 au 9/08/03, n° 2279 du 12/09 au 18/09/04, n° 2281 du 26/09 au 02/10/04
- Réalités n° 976 du 9 au 15/9/2004
- Revue d'information de la banque marocaine du commerce extérieur 2000 et 2002

## **MEMOIRE**

- Collectif : *le Maroc* ; 2000

## **SITES INTERNET :**

- [www.avmaroc.com](http://www.avmaroc.com) : site Atlasvista du Maroc
- [www.mincom.gov.ma](http://www.mincom.gov.ma) : site officiel du ministère du commerce marocain
- [www.missioneco.org](http://www.missioneco.org) : site officiel de la mission économique
- [www.lobservateur.ma](http://www.lobservateur.ma) : site international d'informations générales
- [www.khaoula.com](http://www.khaoula.com) : le monde de la femme maghébine
- [www.leconomiste.com](http://www.leconomiste.com) : site de *l'Economiste*, le premier quotidien économique du Maroc
- [www.lexpress.fr](http://www.lexpress.fr) : site du journal *L'Express*
- [www.lejournal-hebdo.com](http://www.lejournal-hebdo.com) : site de *le journal hebdomadaire*
- [www.monde-diplomatique](http://www.monde-diplomatique) : site de *le monde diplomatique*
- [www.lintelligent.com](http://www.lintelligent.com) : site de *Jeune Afrique*