

Plan

INTRODUCTION

I/Le tourisme au Maroc

- 1/Atouts naturels et patrimoine culturel
- 2/Les chiffres Clés
- 3/La situation du Maroc face à d'autres pays

II/La vision 2010

- 1/Les chiffres clés
- 2/Les atouts
- 3/Les stratégies
- 4/Les 6 chantiers
- 5/Les plans Azur

CONCLUSION

Introduction

Situé entre Atlantique et Méditerranée, dominé par la chaîne de l'Atlas qui culmine à plus de 4000 m et s'achevant au sud dans le désert, le Maroc est une terre où s'exposent à loisir les caprices de la nature, Couleurs, reliefs, climats, paysages multiples, mais aussi palette humaine ou artistique révélant des contrastes saisissants.

Terre de l'Islam où se rencontrent les traditions fortement ancrées, des peuples berbères et arabes, ses quelques 3500 Km de cités sont parsemées de ports où l'histoire s'est chargée des appétits de l'Europe occidentale. Le Maroc d'aujourd'hui offre dans ses cités des métissages d'influences dont les taux diffèrent singulièrement entre les cotes exposées au vent des capitales commerciales de l'Occident chrétien et les terres protégées des montagnes du Rif et de l'Atlas..

Dans le coeur des villes comme dans celui de chacune des régions, palpitent les traditions immémoriales- traditions sur lesquelles s'est greffée la foi coranique, qui donne un sens divin aux gestes les plus quotidiens. Malgré cela, cet islam s'est ouvert aux révolutions techniques et à l'évolution morale de cette fin de siècle, les obscurantismes sont repoussés et les pistes d'autrefois peu à peu font place aux routes asphaltées.

En dépit de ces aménagements - dans les us et coutumes comme dans le nouveau confort des stations touristiques -, le Maroc reste encore cette expérience "exotique" qui a bouleversé nombre d'artiste comme Delacroix. Flânerie dans les médinas éternelles des villes impériales, randonnées dans les hautes et sauvages vallées de l' Atlas, les plaisirs multiples qu'offre la nature généreuse sur les cotes, mais aussi des expériences qui marquent l'âme au contact des grands espaces de la montagne ou du désert... il n'y a ici ,parfois, qu'une porte entre la ville nouvelle et la médina du Moyen Age, et le même crayon de khôl entre tradition et coquetterie : il reste une intégrité et une richesse culturelle ou l'expérience humaine se mesure à la simplicité et à la grandeur de geste millénaires, celui de l'artisan au fond de son échoppe, ceux du muletier au fil de ruelles étroites et inquiétantes comme des goulet... ou celui du quidam qui offre le thé à la menthe comme une main tendue en signe de paix.

I/Le tourisme au Maroc :

1/Atouts naturels et patrimoine culturel :

Atouts naturels et patrimoine culturel

Nature et civilisation : un héritage d'exception

- ❖ **3000 ans d'histoire**, Trait d'union entre l'Orient et l'Occident
- ❖ **Patrimoine exceptionnel** Cités impériales, Palaces, Souks, Kasbahs, Médinas, Gastronomie, Artisanat...
- ❖ **Une terre de contrastes mêlant à la fois** Mers, montagne, vallées et désert pour un tourisme riche et diversifié
- ❖ **Un climat idéal : doux et tempéré** Favorable à un tourisme toute l'année et aux activités en plein air
- ❖ **Un balnéaire d'exception : 3500 km de côtes** Sites où se mêlent mer et montagne à la fois
- ❖ **Une proximité du principal marché émetteur** 2/3 heures des principales capitales



2/ Les chiffres Clés :

Le tourisme est une activité ancienne, qui a pris au XX^e siècle une dimension planétaire. Il constitue désormais un secteur économique fondamental dans de nombreux pays développés mais également dans des pays en développement comme le Maroc, le considérant un facteur essentiel de leur développement.

Le tourisme a un impact considérable sur l'économie. Il est porteur de développement. Le tourisme marocain a connu, depuis plus de trente ans, un développement un peu timide qui l'a maintenu à un stade artisanal. Pourtant, le royaume possède tous les atouts. Conscients de cette réalité, les professionnels et les pouvoirs publics mettent aujourd'hui en place une stratégie de développement du secteur du tourisme, jugé désormais prioritaire, avec comme objectif : recevoir 10 millions de touristes d'ici 2010.

Parmi les objectifs fixés par le Maroc, il s'agit de réaliser 20% du PIB grâce au tourisme. D'où l'importance de ce secteur dans l'économie nationale. Ceci se perçoit essentiellement dans sa participation au PIB, mais aussi dans la création d'emplois directs et indirects. Ce qui se répercutera d'une manière très favorable sur le développement de notre pays. D'autant plus que cela encourage les investissements étrangers et permet ainsi au pays d'être plus compétitif.

Une activité majeure et une priorité économique nationale

- Environ 8% du PIB national
- 320 000 Emplois environ (en 2006)
- Recettes : 6,6 Milliard US\$ (de 29% / 2005)
- Arrivés : 8millions de touristes en 2009

3/La situation du Maroc face à d'autres pays :

Alors qu'il était, il y a quelques années, logé à la seconde position au Maghreb derrière la Tunisie, le Maroc est désormais assis confortablement sur le fauteuil de leader au niveau de la région, devenant la première puissance touristique maghrébine.

Ce classement ne risque pas d'être chamboulé par l'actuelle crise qui touche l'activité touristique, depuis plusieurs mois. En fait, selon les spécialistes du secteur, l'impact de la crise sur la Tunisie sera plus palpable que pour le Maroc. Ainsi, les trois pays du Maghreb (Maroc, Algérie, Tunisie) réfléchissent à des mesures pour atténuer l'impact de la crise sur leur tourisme, mais si tous sont touchés, certains sont plus vulnérables que d'autres, observent les spécialistes du secteur, selon une dépêche de l'Agence AFP. L'atténuation de ce choc est due essentiellement, explique-t-on, à la réactivité du Maroc, principale destination touristique du Maghreb, qui a mis en place, grâce notamment à des infrastructures sophistiquées et à une offre diversifiée, une stratégie (CAP-2009), pour atténuer l'impact de la crise sur ce secteur, premier pourvoyeur de devises.

Selon des chiffres officiels, le Maroc a accueilli 8 millions de touristes en 2008, soit une croissance de 7% par rapport à 2007. Toutefois, nuance-t-on, les recettes ne suivent pas, s'élevant à 58 milliards de dirhams (5,2 milliards d'euros), en baisse de 1% par rapport à 2007. Pour le ministre du Tourisme, ce recul des recettes s'explique principalement par les fluctuations des taux de change à l'étranger.

En ce qui concerne la Tunisie, « destination balnéaire réputée bon marché », il semble, selon la même dépêche, la plus exposée aux retombées sociales de la crise sur la classe moyenne européenne qui forme le gros des 7 millions de touristes reçus en 2008. Le tourisme, rappelle-t-on, deuxième employeur du pays, a rapporté 1,7 milliard d'euros en 2008 (6% du PIB) et n'a pas subi de baisse, mais un recul des réservations est attendu dès le premier trimestre 2009. Incertitude, plan de crise et cellule de veille au ministère du Tourisme et chez les hôteliers qui «gèrent au jour le jour en regardant de près ce qui se passe en Europe», résume un expert indépendant. Le secteur hôtelier, avec environ 239.000 lits, représente 100.000 emplois directs (10% de la main-d'oeuvre) et 350.000 emplois indirects. «L'hiver, la plupart des 870 unités hôtelières réduisent ou recyclent le personnel et les saisonniers, au statut précaire. Ils ne seront réembauchés qu'à partir de juin. Le chômage technique est estimé à 70% du personnel recevant entre 80 et 50% des salaires, fait-on savoir.

Le cas de l'Algérie est tout autre. Si elle n'a été affectée que faiblement par la crise, c'est qu'elle accueille peu de touristes. Pour 2007 (derniers chiffres connus), le nombre de touristes a été estimé à 1,74 million : environ 510.000 étrangers (dont 170.000 Français) et 1,23 million d'Algériens résidant à l'extérieur du pays. L'Algérie vise le chiffre de 2,5 millions de touristes en 2011, en développant le tourisme saharien, déclaré prioritaire. La baisse d'affluence d'environ 10%, constatée en janvier 2009 par rapport à 2008, dans la région de Tamanrasset ou Djanet (extrême sud), deux hauts lieux du tourisme saharien en Algérie, n'est pas forcément liée à la crise, selon les professionnels.

Le Maroc et la Tunisie restent les deux principales destinations touristiques au Maghreb loin devant l'Algérie et la Libye.

Les chiffres du tourisme marocain ont montré une évolution de + 29 % pour le premier trimestre 2007, contre 6 % pour la Tunisie. Ainsi le Maroc dépassera le cap de 7 millions de touristes pour l'année 2007 et dépassera la Tunisie en termes d'arrivées. « Le contexte de ciel ouvert et de concurrence agressive qui s'exacerbe rendent nécessaire la création d'un pôle low-cost en Tunisie »

En effet, contrairement à la Tunisie qui est une destination bon marché et de tourisme de masse, le Maroc arrive à se positionner comme une destination balnéaire de qualité, tout en régulant la croissance de ses capacités hôtelières et aérienne en cohérence avec la demande. Fin 2006, le Maroc a totalisé 6,55 millions d'entrées, soit autant que la Tunisie, avec une croissance de + 12 % par rapport à 2005 et des recettes de 53 milliards de Dirhams et enfin 1,584 milliards d'Euros d'investissements.

II/La vision 2010 :

1/Les chiffres clés :

Possédant des atouts naturels importants et un patrimoine culturel riche et diversifié, le Maroc a opté pour la promotion du secteur touristique en mettant en place une stratégie de développement touristique volontariste susceptible de déclencher une dynamique de développement durable et intégré.

L'année 2001 marque clairement le point de rupture avec le passé en matière de politique touristique marocaine. En effet, depuis le discours prononcé par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, le 10 Janvier 2001 à Marrakech lors des Assises Nationales du Tourisme, le Maroc est officiellement engagé dans une nouvelle politique touristique.

- L'Accord Cadre et l'Accord d'application, assises fondamentales pour un développement touristique durable et intégré. Le Maroc s'est doté d'une stratégie prospective pour aborder le secteur du tourisme avec une vision à long terme confortée par un contrat programme chiffré et détaillé. Conscient du potentiel de cette industrie, l'Etat a érigé le tourisme en priorité économique nationale depuis la signature, sous la Présidence Effective de Sa Majesté le Roi Mohammed VI le 10 janvier 2001, de l'Accord Cadre entre le Gouvernement et la Confédération Générale des Entreprises Marocaines (CGEM). Cet acte a été renforcé par la signature, le 29 octobre 2001, de l'Accord d'Application de l'Accord Cadre, contractualisant ainsi l'engagement des deux parties de mettre en ouvre le dispositif stratégique de la nouvelle politique touristique « Vision 2010 ».
- Objectifs clairs et chiffrés

Les objectifs définis sont très ambitieux aussi bien en termes quantitatifs que qualitatifs.

La Vision 2010 se fixe les objectifs chiffrés suivants :

- En matière d'arrivées touristiques, il est prévu d'atteindre 10 millions de touristes, dont 7 millions de touristes internationaux (contre 6,5M en 2006) ;
- En matière de capacité hôtelière, 160.000 lits seront créés (dont 130.000 lits balnéaires et 30.000 lits dans les destinations culturelles du pays) portant la capacité nationale à 230.000 lits ;
- Investissements: le volume devrait atteindre 8 à 9 milliards €, (aménagement des nouvelles stations balnéaires, infrastructures, hôtellerie et animation) ;

- Recettes: le montant prévu est de 48 milliards € de recettes en devises ;
- Emploi: 600.000 emplois nouveaux seront créés ;
- Contribution du tourisme au PIB: elle devrait progresser en moyenne annuelle de 8.5%, ce qui la porterait à près de 20% à l'horizon 2010.

Evolution annuelle des arrivées de touristes par marché

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var(%)
MRE (*)	2 130 328	2 230 993	2 537 396	2 769 132	2 787 825	2 986 372	3 376 719	13%
France	840 230	877 465	916 147	1 167 088	1 337 204	1 481 610	1 605 503	8%
Espagne	200 519	201 258	231 156	317 119	367 811	467 956	540 186	15%
Allemagne	196 700	172 860	129 391	141 210	144 200	151 396	159 844	6%
Royaume-Uni	135 642	146 511	134 009	150 354	193 552	265 536	338 304	27%
Italie	123 628	112 518	100 001	112 807	120 955	140 923	160 047	14%
Belgique	84 011	83 966	80 062	105 821	125 890	149 531	164 723	10%
Autres	668 932	627 689	633 109	713 182	765 940	915 009	1 062 291	16%
T. Recepteur	4 379 990	4 453 260	4 761 271	5 476 713	5 843 377	6 558 333	7 407 617	13%

Evolution annuelle des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement classés

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var (%)
résidents	10 293 123	8 865 997	8 515 293	10 307 268	12 259 489	13 345 867	13 703 222	3%
France	4 436 713	4 152 369	4 329 870	5 240 184	6 231 344	6 405 761	6 419 752	0%
Espagne	468 163	344 587	354 495	559 481	699 362	816 842	766 553	-6%
Royaume-Uni	606 881	485 281	450 654	567 385	860 904	1 202 223	1 367 142	14%
Allemagne	1 563 578	1 089 132	761 604	623 916	904 777	985 685	988 958	0%
Belgique	435 533	386 412	356 957	498 876	624 088	688 878	667 906	-3%
Italie	663 287	551 389	439 014	519 290	568 695	633 102	604 219	-5%
Étrangers	2 402 104	2 454 885	2 657 826	2 857 602	2 956 100	2 981 018	3 190 581	7%
Total	12 695 227	11 320 882	11 173 119	13 164 870	15 215 589	16 326 885	16 893 803	3%

2/Les atouts :

Le Royaume dispose d'atouts naturels divers et variés lui permettant ainsi d'offrir à la fois : montagnes, forêts, mer, désert... ce qui n'est pas le cas pour tous ses concurrents tels que les Iles Canaries, Tunisie, Egypte, Israël, Turquie et Grèce.

La proximité du premier marché émetteur, l'Europe

Le Maroc se situe à 3 heures d'avion des principales capitales européennes : plus proche que la Turquie, l'Egypte, Israël ou les Iles Canaries. Cet avantage constitue un atout indéniable, eu égard à l'importance du coût du transport, dans le prix global.

Des sites balnéaires exceptionnels sur la côte Atlantique

Le Maroc est le seul des pays concurrents à disposer, au Sud d'Agadir sur la côte Atlantique, de plusieurs milliers de kilomètres de plages de sable ensoleillées, et de tous les sites d'exception où se confondent le désert et la mer.

Ni les Iles Canaries voisines, ni la Costa Del Sol, ni la Turquie, ni même la Tunisie, ne peuvent prétendre offrir un cadre aussi exceptionnel. Seule l'Egypte avec le Sinaï et la Mer Rouge, offre une qualité comparable, mais à 6 heures de vol de Paris.

La latitude des plages au Sud d'Agadir constitue de même un avantage comparatif par rapport à l'Espagne, la Turquie, la Grèce et la Tunisie, en offrant un ensoleillement optimal tout au long de l'année.

Dans la perspective d'une nouvelle politique de développement touristique, le Royaume dispose là d'un potentiel considérable et d'un véritable atout compétitif, avec le privilège d'être en mesure d'offrir un produit unique aux vacanciers étrangers tout au long de l'année.

La diversité géographique

La diversité géographique du Maroc constitue un troisième atout concurrentiel. Le Royaume peut en effet offrir une variété très large en matière de tourisme et couvrir ainsi tous les segments porteurs de la demande européenne : le classique tourisme culturel d'hiver (villes impériales et histoire millénaire), un tourisme balnéaire rénové au Sud, enrichi par l'aventure du désert ou le charme d'un arrière pays spécifique (Essaouira), un tourisme de montagne au cœur de l'Atlas

(Trekking), un tourisme de santé, un tourisme golfique... tout ceci agrémenté par une gastronomie mondialement réputée. Toutes ces formes de tourisme, très demandées par les consommateurs européens coexistent au Maroc dans un rayon de 500 Km. Ainsi, le Royaume dispose d'énormes potentialités touristiques non valorisées, en sorte que ses faiblesses intrinsèques constituent un obstacle à un développement soutenu de cette activité.

3/Les stratégies :

□ Dynamique commerciale :

Cette dynamique consiste à mettre en oeuvre le Maroc à l'étranger en recentrant les activités de l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT) sur la promotion de l'image du Maroc à l'étranger à travers des séminaires, des expositions, des conférences à l'étranger...

Cette dynamique vise aussi à rétablir la compétitivité du Produit Maroc en essayant, grâce à des économies d'échelle, d'offrir des produits touristiques moins chers que la concurrence et de bonne qualité. Il s'agit notamment de mettre en oeuvre les stratégies «produit», «prix», «promotion» et «professionnalisation des métiers» adoptées pour positionner le Royaume comme l'une des destinations majeures et naturelles du marché touristique mondial et notamment européen.

□ Dynamique institutionnelle :

La dynamique institutionnelle vise à mettre à niveau le secteur touristique à travers la création d'un fond de 500 Millions Dh : la mise à niveau concerne les établissements touristiques qui souffrent de problèmes financiers ou infrastructurels, et également la formation des cadres et des techniciens pour les adapter à l'évolution du secteur. Ceci consiste en une étroite concertation entre le gouvernement, les Administrations centrales et locales ainsi que les professionnels du secteur, dans le cadre d'un partenariat constructif et intelligent.

□ Dynamique financière :

Dans le cadre de la dynamique financière, le Maroc a créé un Observatoire de la Compétitivité et des Coût (OCC) et cela pour éviter toutes sortes de fraudes au niveau des prix et de la qualité des produits touristiques. Mais également orienter les épargnes vers le secteur du tourisme, ainsi qu'envisager des mesures complémentaires spécifiques au secteur du tourisme avec en particulier, la création de fonds tourisme privés ainsi que l'incitation des compagnies d'assurances à investir dans le secteur.

□ Dynamique politique :

+ Un partenariat concentré entre l'Etat et le secteur privé pour arriver à atteindre les objectifs fixés par le royaume.

+ Un pouvoir politique engagé : le tourisme est encouragé par le gouvernement, jusqu'à présent pour ouvrir un établissement touristique, on ne paye pas d'impôts durant les 5 premières années, et ce pour encourager les investisseurs.

+Former au moins 70 000 professionnels.

+ L'adaptation d'une stratégie « Open Sky » (le ciel ouvert) qui permettra en même temps à la compagnie nationale d'accéder aux pistes européennes pour aller chercher le touriste là où il se trouve. En décembre 2005, le Maroc a été le premier pays au monde à signer un accord d'Open Sky avec l'Union Européenne

Développement/ Aménagement

-10 000 lits prévus pour 2003 contre 6000 en 2002, 3800 en 2001 et 1500 moyenne 96/00

Aérien

- Ouverture du chantier de la libéralisation de l' aérien + nouvelles lignes
- Elaboration de la feuille de route de l' aérien en adéquation avec la vision 2010

Collaboration Transport / Tourisme

Marketing

- Contact direct avec les TO
- Nouvelle allocation du budget promotionnel

Régionalisation

- Implication forte des régions : conseils régionaux du tourisme
- ⁷- Opérations promotionnelles nouvelles

4/Les 6 chantiers :

La stratégie 2010 vise à atteindre les objectifs suivants :

- Tripler la capacité d'hébergement et rééquilibrer le produit ;
- Former au moins 72.000 professionnels dans les différents métiers de l'hôtellerie et du tourisme ;
- Planifier l'adéquation entre lits nouveaux et sièges d'avion additionnels et tripler l'offre des sièges aériens ;
- Adopter un marketing moderne : partenariats avec des Tours Opérateurs, des professionnels et des régions, ainsi que le renforcement du budget promotion ;
- Améliorer l'accueil, la qualité des prestations et l'animation ;
- Restructurer les organes de l'Etat.

LES GRANDS CHANTIERS :

Pour atteindre les objectifs cités dans le 1^{er} Axe, le ministère du tourisme a lancé trois grands plans touristiques qui sont :

- + Le plan Azur.
- + Le plan Al Mada'in.
- + Le Plan Biladi.

PLAN AZUR :

C'est désormais le plan le plus important dans la vision 2010 au niveau touristique. Il consiste à la construction de six stations balnéaires dans différentes régions, avec une capacité d'à peu près 110 000 lits dont la capacité hôtelière s'élève à 79 000 lits et un investissement total de 46 milliard DH:

Ces 6 stations sont situés à 6 villes différentes : Guelmim, Agadir, Essaouira, El-Jadida, Larache et Saidia. Nous allons voir en détail chacune d'entre elles :

a/ Plage blanche de Guelmim :

Plage Blanche, située dans la Province de Guelmim à environ 45 minutes de l'aéroport de Guelmim, devrait générer à terme environ 9000 emplois directs permanents.

Le développement de la station a une capacité globale d'environ 26.000 lits dont 19.500 lits -hôteliers, en plus des équipements d'animation. La valeur de cet investissement est de 4.3 Milliard DH et comprend essentiellement :

- des unités hôtelières (hôtels 5*,4* et Villages de Vacances Touristiques) pour une capacité d'environ 5.300 lits ;
- des Résidences Touristiques pour une capacité globale de 7.400 lits ;

- un terrain golf de 18 trous, un centre artisanal, un centre commercial,
- des unités résidentielles pour une capacité totale de 10.500 lits, soient environ 2200 appartements et villas.

Les travaux de la station dureront 8 ans, l'ouverture du premier hôtel intervenant aura lieu en 2012.

b/ Taghazout :

Taghazout est un village qui se situe à une dizaine de KM d'Agadir.

La station de Taghazout offrira des équipements d'accompagnement et de loisirs diversifiés: 2 parcours de golf pour un total de 27 trous, une médina (cour de vie) constituée de commerces, d'artisanat et d'activités diverses, un SPA, une clinique (argano-thérapie), un institut de l'arganier, etc.

Outre les travaux d'aménagement (d'infrastructures) de la station, le Groupement prendra en charge un programme de construction des superstructures qui comprendra :

- des unités hôtelières, maisons d'hôtes, appart-hôtel pour une capacité de plus de 6.800 lits,
- 2 parcours de golf (27 trous au total),
- des unités résidentielles pour une capacité totale de 4.514 lits.
- L'investissement du Groupement (infrastructures et unités hôtelières, résidentielles et d'animation) est estimé à 10 Milliards de Dirhams.

Les travaux sont démarrés en janvier 2007 et devra ouvrir la première unité hôtelière au cours du deuxième trimestre 2009.

c/Mogador Essaouira :

Dans le cadre du même plan mis en œuvre, on trouve la station balnéaire Mogador-Essaouira.

L'aménagement sera fait par trois grandes sociétés Leader dans le domaine touristique.

Les travaux ont commencé en juillet 2005.

Pour cette station, qui comprend pas moins de 11 unités hôtelières, des maisons d'hôtes aussi bien que des unités résidentielles, le programme de construction s'étend jusqu'en 2014. Le premier hôtel ouvrira en 2009 et la première phase du projet sera achevée à la fin de cette même année.

La capacité totale de cette station est de 10500 lits avec un investissement de 5.6 Milliards DH.

d/Mazagan El Jadida :

La capacité d'accueil de cette station s'élève à environ 8.000 lits. Elle comprend des unités touristiques classées, des centres de divertissement et de loisirs, un centre de conférence (1.200 personnes), outre un terrain de golf et des résidences touristiques de haut standing.

Ce projet d'envergure permettra la création de plus de 2.000 emplois. Le coût global de cet investissement s'élève à 2 milliards de DH.

e/Lixus Larache :

A terme, cette station touristique d'une superficie d'environ 460 hectares, sera en mesure d'offrir une capacité totale de 12 000 lits dont 7 500 dans des hôtels et 4 500 dans des villas et villages de vacances.

Le coût total de cet investissement s'élève à 5.3 Milliards de DH.

Dans le cadre de ce projet :

- + Une Marina sera construite.
- + Différentes infrastructures commerciales et de loisirs
- + Deux golfs de 18 trous

Cette nouvelle station balnéaire devrait générer 3 800 emplois directs.

f/Saidia Raslma :

Le programme de la station balnéaire de Saidia qui s'étale sur 713 ha est composé de :

- » 08 hôtels dont 04 cinq étoiles;
- » 03 Golfs 18 trous;
- » 08 résidences touristiques;
- » 15 villages de vacances touristiques;
- » 11 zones réservées aux appartements résidentielles; - 04 zones de villas;
- » Des zones d'animations sportives et de loisirs;

» Des équipements publics et privés.

La capacité totale de cet investissement est de 28000 lits, et son coût s'élève à 9.3 Milliards de DH.

Conclusion

En conclusion nous pouvons dire que le Maroc avec ses innombrables atouts (proximité de l'Europe, richesses naturelle, culturelle et historique, art culinaire, hospitalité des populations,...), a tout pour réussir les objectifs qu'il s'est fixé à condition que les agents présents dans le projets respectent leurs engagements, les modalités d'application et le délais. La vision 2010 approche a grand pas et même si les dix millions de touristes semblent pouvoir être atteints sans problème, il reste encore beaucoup d'obstacles et de freins à cette vision comme le progrès technique, le terrorisme, les catastrophes naturelles ou les « 4 F » (foncier, financier, fiscal, financement).

Cette vision est devenue une priorité nationale, elle représente en effet, un enjeu important pour le royaume et la clé du succès tient surtout de la volonté politique et de l'unification des efforts.

Bibliographie

- « Maroc : histoire, société, culture » , [Ignace Dalle](#), [La Découverte](#), 2007
- Version finale des accords cadre
- Le guide du routard
- L'Economiste
- Site officiel du tourisme marocain
- Baromètre OMT du tourisme mondial volume 5 n°1
- [www.Youtube.com](#)
- Le journal « Le Matin »