



**Université Ibn Zohr**  
**Faculté des Lettres et des Sciences Humaines d'Agadir**  
**Master Tourisme et Communication**

## **Mémoire de fin d'études**

*Sous le Thème :*

# **L'investissement touristique et la régionalisation : le Maroc oriental**

Préparé par :  
Khaoula KEMBOUCHE

Sous la direction de :  
M. Abdelfattah NACER IDRISSE

Année Universitaire : 2010/2011

## *Dédicace*

A toute ma famille.

## ***Remerciements***

Qu'il me soit permis de remercier sincèrement le Professeur Monsieur Ahmed RAQBI, responsable du master *Tourisme et Communication* (à Agadir), qui a toujours été à notre écoute et a fait preuve d'une grande disponibilité à notre égard tout au long de notre formation.

Mes remerciements vont également au Professeur Monsieur Abdelfattah Nacer IDRISSE, d'avoir accepté de diriger cette modeste recherche et d'avoir montré tant de patience malgré ses multiples charges professionnelles.

Ma gratitude à tous mes proches et amis, qui m'ont toujours soutenue et encouragée au cours de la réalisation de ce mémoire.

# SOMMAIRE

## Introduction générale

### 1° PARTIE

## L'investissement touristique et le cadre institutionnel national au Maroc

### *Chapitre 1 : Définition et typologie de l'investissement touristique*

#### **1. Définition de l'investissement**

- 1.1. Le point de vue comptable
- 1.2. Le point de vue économique
- 1.3. Le point de vue financier

#### **2. La typologie de l'investissement**

- 2.1. La classification dichotomique matériels et immatériels
- 2.2. La classification selon l'agent qui investit
- 2.3. La classification selon l'objectif
- 2.4. La classification selon la taille de l'investissement
- 2.5. La classification selon l'investissement productif
- 2.6. La classification dichotomique spécifique à l'investissement étranger
- 2.7. Le contrat de concession et le contrat de gestion

#### **3. Les déterminants de la décision d'investissement**

- 3.1. L'information : l'importance de la connaissance du marché et du rôle de la demande dans la prise de décision de l'investissement
- 3.2. Le financement : la contrainte et le mode de financement de l'investissement
- 3.3. La rentabilité : la contrainte de rentabilité et les risques d'investissement

#### **4. La promotion de l'investissement**

- 4.1. La stratégie de promotion de l'investissement
- 4.2. Les techniques de communication marketing
- 4.3. Le climat de l'investissement

### *Chapitre 2 : Le cadre institutionnel de l'investissement au Maroc ; l'évolution de la stratégie de développement des investissements touristiques au Maroc*

#### **1. La politique promotionnelle de l'investissement touristique de 1960 à 1994**

#### **2. La politique promotionnelle de l'investissement touristique à partir de 1995**

- 2.1. Les ambitions affichées
- 2.2. Le bilan de la charte d'investissement depuis 1995

#### **3. La politique promotionnelle de l'investissement touristique de 2000 à 2020 : l'Accord Cadre et le Contrat programme (Visions 2010 et 2020)**

- 3.1. L'allègement fiscal
- 3.2. Les disponibilités foncières
- 3.3. L'allègement et le soutien financiers
- 3.4. L'allègement des procédures administratives

## **2° PARTIE**

### **La situation de la région orientale dans le tissu touristique marocain**

#### *Chapitre 1 : Le potentiel touristique de la région*

##### **1. Aperçu du potentiel économique et sociodémographique de la région**

- 1.1. Des données générales
- 1.2. Les indicateurs économiques de la région
- 1.3. Les indicateurs socio-démographiques de la région

##### **2. Le potentiel touristique culturel**

- 2.1. Sites touristiques
- 2.2. L'artisanat de l'Oriental

##### **3. Le potentiel touristique de montagne**

##### **4. Le potentiel touristique du désert**

##### **5. Le potentiel touristique balnéaire**

- 5.1. Saïdia
- 5.2. Les sites de Nador susceptibles d'accueillir les investissements touristiques

##### **6- Le potentiel touristique des niches : le train du désert et autres produits de niche**

- 6.1. Le train du désert
- 6.2. D'autres produits de niche à fort potentiel touristique

#### *Chapitre 2 : Les visions stratégiques 2010 et 2020 : la région au centre de la politique touristique*

##### **1. Les objectifs**

##### **2. Les 6 programmes touristiques du Plan 2020**

- 2.1. Le « Programme Azur 2020 »
- 2.2. Le « Programme Green-Eco-Développement durable »
- 2.3. Le « Programme Patrimoine et Héritage »
- 2.4. Le « Programme Animation et Loisirs »
- 2.5. Le « Programme Niches à Forte Valeur Ajoutée »
- 2.6. Le « Programme Biladi »

##### **3. Les lignes directrices**

- 3.1. Mettre en place de normes écologiques répondant aux standards internationaux
- 3.2. Promouvoir les ressources humaines
- 3.3. Eriger la qualité en priorité
- 3.4. Un système de gouvernance plus efficace
- 3.5. Assurer un développement homogène de l'ensemble du territoire

##### **4. La régionalisation**

## **5. Les organes de gouvernance**

- 5.1. Les structures et instances chargées des missions transversales
- 5.2. Les structures sectorielles chargées de la promotion de l'investissement touristique

## **6. Le financement : la mise en œuvre**

- 6.1. Le Ministère de l'Economie et des Finances
- 6.2. L'Agence Marocaine de Développement des Investissements
- 6.3. Les Centres Régionaux d'Investissements (CRI)
- 6.4. La Commission Interministérielle des Investissements

## **Conclusion**

# **3° PARTIE**

## **L'évolution de l'investissement touristique dans l'oriental : 1985-1995 et 2001-2020**

### *Chapitre 1 : L'investissement touristique dans l'oriental au cours de la période 1985-1995*

#### **1. Trois remarques préalables relatives aux statistiques utilisées**

- 1.1. La présentation des statistiques
- 1.2. La méthode de calcul
- 1.3. L'impact de la définition de l'investissement touristique

#### **2. L'analyse de la demande et de l'offre touristiques durant la période 1985- 1995**

- 2.1. L'analyse de la demande
- 2.2. L'analyse de l'offre ou de l'investissement durant la période

#### **3. Les contraintes et les entraves**

- 3.1. Le manque ou déficit des infrastructures touristiques : hôtels et restaurants
- 3.2. Le transport
- 3.3. Les conséquences de l'absence de stratégie
- 3.4. Un tourisme saisonnier, non diversifié

### *Chapitre 2 : L'investissement touristique dans l'oriental au cours de la période 2000-2010*

#### **1. Les investissements publics : les infrastructures**

- 1.1. Le transport
- 1.2. Les parcs industriels
- 1.3. La formation des ressources humaines

#### **2. Le développement et la promotion des produits touristiques de la région : deux tourismes, deux images**

- 2.1. Le tourisme balnéaire
- 2.2. Le tourisme de niches : le culturel, la montagne et le désert

### **3. L'offre touristique : les infrastructures de base**

- 3.1. Une offre en évolution
- 3.2. Une offre concentrée géographiquement
- 3.3. Une offre destinée au tourisme interne

### **4. La demande touristique**

- 4.1. Une demande en évolution
- 4.2. Des aspects à améliorer

### **5. Le soutien financier : le fonds d'Investissement de la Région Orientale (FIRO)**

- 5.1. La taille des investissements (2003-2010)
- 5.2. L'accompagnement financier

### **Conclusion générale**

### **Bibliographie**

**NB :** les annexes sont groupées et classées dans un fascicule à part.

## Introduction générale

Le tourisme est un fait culturel qui contribue à rapprocher les hommes dans ce village planétaire caractérisé par des échanges de plus en plus intenses entre les villes et les pays et par une grande migration et déplacement humains. Mais le tourisme est aussi un puissant levier de l'économie ; il connaît effectivement une croissance exponentielle à l'échelle planétaire. La demande touristique mondiale prévue à l'horizon 2020, par exemple, est estimée par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), à presque un milliard et demi. Au Maroc, où le tourisme a été promu au rang de secteur économique stratégique dès les premières années de l'indépendance, il représente une part très importante du PIB et participe à l'absorption d'une masse considérable de la main d'œuvre.

Mais les différentes politiques qu'a adoptées le Maroc depuis l'indépendance n'ont pas permis d'atteindre complètement les buts escomptés. Les différentes mesures relatives au foncier, fiscalité et financement, introduites dans les trois codes de l'investissement touristique, s'ils ont des impacts positifs sur quelques régions, n'ont pas en effet mené vers un développement durable du secteur. L'approche dans ces codes était en effet essentiellement sectorielle avec une grande centralisation et centration des décisions et des initiatives.

La *Charte des investissements* (1995) a initié une nouvelle approche fondée sur deux impératifs stratégiques. Le premier est la vision stratégique globale de l'économie marocaine ; cette charte concerne en effet l'investissement dans tous les secteurs de l'économie marocaine, et s'appuie sur des structures régionaux s'intéressant aux investissements dans les différents secteurs économiques: les Centres Régionaux d'Investissements. Le deuxième



impératif est, comme son nom l'indique, une *charte*, c'est-à-dire un contrat passé entre le gouvernement et le secteur public, qui a contribué directement à l'élaboration de cette charte.

Ces deux impératifs stratégiques se retrouvent à la base de l'élaboration des programmes des visions stratégiques 2010 et 2020. En effet, ces deux programmes, qui visent un développement intégré du tourisme pour assurer sa durabilité, s'inscrivent dans une vision globale du développement de l'économie marocaine. En outre, ils ont été élaborés dans une large concertation qui a impliqué tous les professionnels publics et privés du secteur.

Un autre impératif stratégique est au fondement de ces deux programmes : il s'agit de la politique de régionalisation. En effet, les régions sont désormais tenues de procéder à des études du marché touristique de leurs territoires, à proposer des solutions avec des objectifs déterminés et des budgets précisément estimés.

D'autre part, à travers ces deux programmes le Maroc ambitionne de développer massivement son infrastructure touristique et diversifier ses offres touristiques afin de faire face à son environnement concurrentiel. Il projette de se classer parmi les 20 premières destinations touristiques du monde à l'horizon 2020. Pour atteindre cet objectif très ambitieux, le Maroc doit développer son infrastructure touristique à même de satisfaire les besoins importants du secteur : par exemple, les besoins en lits d'hébergements sont estimés à 20 000 par an durant la décennie 2001-2020. Cet objectif exige des investissements très importants et, en conséquence, un climat législatif et économique favorable à l'investissement.

Pour atteindre les objectifs fixés par la vision 2020, les professionnels du secteur ont insisté sur l'évaluation des réalisations passées : relire les données de ce secteur, les réorganiser afin d'apprécier les performances réalisées, avoir une vision claire sur l'impact des mesures foncières, financières et fiscales, sur les faits sous-jacents aux modifications qu'ont connues les projets économiques touristiques du pays, sur les différentes instances de gouvernance, leur organisation et leurs instruments d'intervention.

L'objectif de ce modeste mémoire s'inscrit dans cet effort. Il s'agit d'identifier et d'examiner les différentes étapes de l'évolution du tourisme dans cette région du royaume et d'évaluer les impacts entre l'investissement, l'offre touristique et la demande touristique.

Cette étude s'organise autour de trois parties, contenant chacune deux chapitres.

La première partie est consacrée à la caractérisation de l'investissement touristique et aux différentes formes (ou typologie) que prennent les investissements dans le domaine des activités touristiques. Elle est également une description du cadre institutionnel progressivement mis en place au Maroc pour promouvoir le tourisme, par la mise en place de

structures nationales et régionales et par l'élaboration de textes législatif réglementant les mesures incitatives.

La deuxième partie est une présentation globale du tourisme régionale. Les visions stratégiques 2010 et 2020 mettent au cœur de leur préoccupation les régions. Le premier, qui est une présentation des fondements de la vision stratégique 2020 met en évidence l'orientation régionale de cette vision. Le deuxième chapitre collecte les différentes données qui constituent le potentiel touristique de la région orientale.

Enfin la troisième partie est une relecture des données du tourisme dans cette région (investissement, offre touristique et demande touristique) pour comprendre les étapes majeures de l'évolution du tourisme dans cette région, notamment au cours des deux périodes la période 1985-1995 où le tourisme était orientée vers la frontière maroco-algérienne et la période 2000-2020 où le tourisme s'inscrit dans une vision globale favorisant le balnéaire et tentant de lancer le tourisme de niches.

# **1° P A R T I E**

## **L'investissement touristique et le cadre institutionnel national au Maroc**

## **Introduction**

L'investissement tant national qu'étranger est déterminant dans le développement de n'importe quel secteur économique. Le développement de l'industrie touristique, à l'instar des autres secteurs économiques, ne saurait en effet se permettre d'ignorer le déploiement des efforts à des niveaux différents pour promouvoir ce type de financement. Le Maroc conscient de cet enjeu n'a pas cessé, depuis l'accession à l'indépendance politique, de redoubler d'efforts pour mettre en place des structures institutionnelles et une batterie adéquate de lois et décrets financiers, fonciers, fiscaux et administratifs pour stimuler le marché des investissements et dynamiser ainsi le secteur touristique, considéré depuis cette date comme secteur économique stratégique.

L'investissement touristique et le dispositif institutionnel de sa promotion au Maroc constituent l'objet d'étude de la première partie de notre modeste analyse. Cette partie est composée de deux chapitres. Le premier est une caractérisation du processus de l'investissement, de ses différents types, ainsi que des déterminants pertinents dans la prise de décision d'investir. Le deuxième chapitre est une présentation du cadre législatif et des organes de gouvernance (structures et instances) mises en place à l'échelle nationale et régionale pour favoriser et gérer l'investissement touristique et permettre ainsi un développement durable du secteur touristique.

## ***Chapitre 1***

### ***Définition et typologie de l'investissement touristique***

#### **Introduction**

L'investissement touristique, notamment étranger, constitue l'infrastructure de base pour drainer la clientèle outre frontière. Son développement et son succès conditionnent tous les effets induits bénéfiques. Pour comprendre le processus de l'investissement, il faut le définir, caractériser sa typologie dans le domaine du tourisme et identifier les éléments qui déterminent un investisseur à prendre la décision.

#### **1. Définition de l'investissement**

L'investissement<sup>1</sup>, ou l'action d'investir, consiste à acquérir de nouveaux moyens et procédés de production, à accroître la production et améliorer le rendement de l'existant ou à placer des capitaux dans une activité économique, dans une entreprise, etc. Le terme *investissement* renvoie aussi bien à l'acte d'investir qu'au bien d'investissement, c'est-à-dire à l'opération d'investir elle-même ou/et au résultat de cette opération.

L'objectif de cette opération est de réaliser des profits. En effet, investir consiste à engager une importante dépense aujourd'hui afin d'obtenir un bénéfice dans le futur. La décision relative à un investissement est prise en comparant les profits espérés avec le taux d'intérêt d'un placement financier.

L'investissement est différent de la charge. En effet, contrairement à celle-ci, il modifie durablement le cycle d'exploitation et permet sa croissance. "Un investissement est une dépense ayant pour but de modifier durablement le cycle d'exploitation de l'entreprise ; à la différence d'une charge, il n'est pas détruit par celui-ci. Investir revient en effet pour celui qui s'y décide à renoncer à une consommation immédiate pour accroître ses recettes futures.

---

<sup>1</sup> Etymologie : du latin *investire*, revêtir, couvrir, entourer.

Bien entendu, le surcroît de recettes occasionné par cet investissement devra être suffisant pour assurer sa rentabilité prévisionnelle.<sup>2</sup>

Quoiqu'il implique l'engagement de l'entreprise sur le long terme et, parfois, dans de grosses dépenses, l'investissement demeure un processus indispensable pour assurer la croissance de l'entreprise dans la durée. « De plus, c'est en choisissant judicieusement ses investissements, et non ses financements, que l'entreprise crée de la valeur. Le critère de la valeur actuelle nette d'un investissement (différence entre sa valeur actuelle et son coût) est à ce titre le seul outil pour mesurer la création de valeur potentielle »<sup>3</sup>

La définition de ce terme peut être développée et envisagée sous trois points de vue différents : les points de vue comptable, économique et financier. Chacun de ces points de vue permet de mettre en évidence un ou plusieurs aspects de l'investissement.<sup>4</sup>

### **1.1.le point de vue comptable**

Du point de vue comptable, le terme *investissement* désigne l'affectation de toutes les dépenses d'investissement aux rubriques d'actif mobilisé (immobilisations incorporelles, corporelles et financière). Il s'agit donc de tous les biens matériels ou non figurant à l'actif du plan comptable révisé. Dans ce cas de figure, ce qui est considéré comme critère important est la durée de vie de l'investissement, parce que les éléments de l'actif immobilisé (à l'exception du foncier, de l'actif financier, et de certains biens incorporels) sont soumis à l'amortissement.

### **1.2. Le point de vue économique**

Du point de vue économique, l'investissement est une opération qui consiste à créer ou acquérir un capital fixe. C'est l'accroissement périodique des biens de production qui participent à la création de biens de consommation. Ces biens de production, composant l'actif industriel ou commercial, améliorent le potentiel économique de l'entreprise et permettent d'assurer sa productivité et sa mise en marche pendant plusieurs cycles de production successifs.

De ce point de vue, est considérée comme investissement, toute dépense engagée au sein de l'entreprise pour améliorer ou maintenir le potentiel de production ou de vente. En

---

<sup>2</sup> *Organisation de Coopération et de Développement Economiques 19 Octobre 1995*

<sup>3</sup> *Ibidem*

<sup>4</sup> *M. FEKKAK. Evaluation de la réalité et choix des investissements. In la minute du management. n° 4 Juillet-sept 1997, p.15*

conséquence, l'investissement concerne l'acquisition de biens d'équipement, ou les dépenses visant à augmenter le potentiel de l'entreprise.

### **1.3. Le point de vue financier :**

Dans cette troisième optique, l'investissement pourrait être défini comme étant : « l'échange d'une certitude, l'engagement des ressources, contre une incertitude, la série des gains éventuels échelonnés dans le temps »<sup>5</sup>. Il s'agit de l'opération qui consiste à affecter de l'argent à l'acquisition d'actif industriel ou financier, c'est le sacrifice des capitaux, dans l'immédiat, afin d'obtenir une contrepartie sous forme d'une série de recettes étalées sur plusieurs périodes successives. Le total de ces recettes devrait être supérieur au coût de l'investissement initial pour pouvoir récolter des bénéfices.

L'étendue du champ d'application couvert par le terme « investissement » devient de plus en plus importante. En effet, avec la mondialisation des échanges économiques et la mise en place de normes internationales exigeantes, en matière de libéralisation du commerce international, l'investissement ne se limite plus seulement à désigner l'opération d'utilisation des gains et bénéfices d'une entreprise pour accroître la production de cette même entreprise. Il a évolué, il s'est globalisé et ses formes et types se sont diversifiées, comme il sera développé ci-après. Des sociétés et entreprises multinationales se sont ainsi créées et investissent dans des pays différents. Dans le domaine du tourisme, qui est par excellence un fait international, la mondialisation économique a énormément favorisé le développement des investissements internationaux, comme les chaînes d'hôtels (par exemple : Ibis, Sheraton, Safir, etc.), ou des chaînes de restaurants (par exemple : la chaîne populaire Mac Donald), etc.

La définition de l'investissement a connu une autre évolution. Il ne s'agit plus de le définir en fonction de l'entreprise, comme dans le cas de l'investissement direct ; ce qui exclut l'investissement de portefeuille et l'investissement immobilier. Au contraire, il est désormais caractérisé et défini en fonction des actifs ; ce qui inclut l'investissement du portefeuille et les actifs immatériels comme la propriété intellectuelle. Cette dernière définition est celle adoptée dans les conventions et accords économiques bilatéraux ou multilatéraux des investissements.

---

<sup>5</sup> NAJIB IBN ABDELJALIL. *Evaluation et financement des investissements de l'entreprise. Ibid.*

La législation de protection de l'investissement a également évolué. Son champ d'application ne se limite plus aux frontières nationales, il est s'est internationalisé. Des organismes internationaux, comme l'OCDE, la CNUCED, l'OMC et, dans le cas du tourisme, l'OMT, ont été créés. L'objectif affiché par ces organismes est de mettre en place des dispositions et des mesures commerciales non restrictives et non discriminatoires en vue de favoriser le développement et la protection de l'investissement international. Dans cette législation, le terme d'investissement est utilisé pour désigner la phase avant l'établissement de l'investissement et la phase après son établissement.

## **2. La typologie de l'investissement**

Dans le contexte de la globalisation, les investissements dans le secteur du tourisme se sont intensifiés et ont pris des formes très différentes. A l'instar des investissements dans d'autres secteurs économiques, ils pourraient être en effet classés et distingués en se fondant sur plusieurs critères différents les uns des autres. Ce qui facilite souvent l'analyse.

### **2.1. La classification dichotomique matériels et immatériels :**

Les économistes distinguent les investissements matériels des investissements immatériels. Les premiers augmentent le stock de capital technique. Il s'agit, d'une part, des dépenses consacrées à l'acquisition de biens de production physique comme les terrains, les bâtiments, les équipements des bureaux, les constructions, les machines, l'outillage, etc. et, d'autre part, des investissements financiers comme les prises de participation, les achats de titres, etc.

Les investissements immatériels sont constitués des dépenses consacrées à la formation du personnel, à la recherche développement (mettre au point de nouvelles innovations - recherche fondamentale et recherche appliquée), à des brevets et licences (droits qui protègent l'innovation), des dépenses de marketing-publicité, des dépenses en logiciels. Dans le secteur du tourisme, la richesse d'une entreprise réside de plus en plus dans ses actifs immatériels, dans les compétences des salariés, les licences (permettant les franchises), les marques, etc. Ces dépenses sont assimilées à des investissements car elles visent à accroître et augmenter la capacité de production et sont sources de revenus futurs car il faut que l'investissement soit rentable. Par exemple, les dépenses de formation (comme le cas de la formation initiale ou continue du personnel de l'hôtellerie) forment le capital humain qui est



source de revenus monétaires futurs. Ce stock de capital s'accroît avec des investissements (éducation, formation) et comme le capital technique, il se déprécie dans le temps.

Les investissements immatériels, qui sont essentiellement des dépenses de service, sont aujourd'hui primordiaux et leur part dans l'ensemble des dépenses d'investissement, notamment dans le secteur du tourisme qui est un domaine des services, augmente rapidement (même si elle reste bien plus faible que celle des investissements matériels).<sup>6</sup>

Dans le domaine du tourisme, une part importante de la hausse de l'investissement immatériel est due à la hausse des dépenses de publicité-marketing. Plus généralement, l'augmentation de l'investissement immatériel est due à la tertiarisation et l'essor de la nouvelle économie, ou à la fois les biens produits et les moyens de production sont immatériels.

## 2.2. La classification selon l'agent qui investit

Les investissements touristiques sont aussi classés en se fondant sur le critère de l'agent qui investit. Il est vrai que les entreprises sont les principaux investisseurs dans ce secteur économique, mais d'autres agents participent à l'investissement. Les Administrations publiques, et en particulier l'Etat, jouent en effet un grand rôle dans l'investissement, comme dans le cas de la formation, des infrastructures (autoroute, voie ferroviaire, etc.).<sup>7</sup>

## 2.3. La classification selon l'objectif

Les investissements peuvent également être classés en fonction des objectifs.

**Premier objectif : satisfaire une nécessité** (l'investissement obligatoire et l'investissement stratégique).

L'investissement, public ou privé, peut s'avérer nécessaire pour répondre à des besoins d'une communauté (large ou restreinte). Il s'agit d'un type d'investissement qui peut être dans certains cas à but non lucratif ; l'objectif étant de servir l'intérêt public.

En effet, certains investissements obligatoires s'effectuent en dehors de l'activité normale de l'entreprise :

- les obligations légales, réglementées par la législation ou les cahiers de charge, comme l'épuration des eaux usées avant rejet à la rivière,

---

<sup>6</sup> Marie-Ange Andrieux, « L'économie de l'immatériel en perspectives »

<sup>7</sup> Signalons que dans d'autres secteurs économiques, les ménages ont un rôle important dans l'investissement : par exemple, quand ils achètent un logement.

- les obligations sociales, comme la création d'un restaurant collectif pour le personnel de l'entreprise,
- et la nécessité matérielle, comme la création des locaux administratifs.

L'investissement peut être une nécessité stratégique. Il vise à s'assurer d'une source ou ressource indispensable au développement des activités. Il s'agit par exemple de procéder à une intégration verticale pour s'assurer d'une source de matière première rare et indispensable. L'investissement stratégique peut également viser à conforter une situation ; il est dit investissement défensif. Il s'agit par exemple d'une compagnie de transport aérien qui investit dans l'hôtellerie pour assurer l'hébergement à sa clientèle et ensuite assurer sa fidélité.

**Deuxième objectif : réduire les coûts** (remplacement, modernisation, rentabilité).

Les investissements peuvent avoir comme objectif la réduction des coûts, la réduction du prix de revient. Ce sont les investissements les plus fréquents et les plus simples à réaliser, Ce genre d'investissement s'impose dans l'entreprise pour répondre essentiellement à trois finalités :

- renouveler et remplacer un bien de production par un autre bien en raison du phénomène de l'usure. Il s'agit ici de maintenir le potentiel de l'entreprise, Le cas typique est celui de l'acquisition de mobilier pour les hôtels et les restaurants,
- moderniser pour réduire le coût de fabrication ou améliorer la productivité, comme dans le cas d'une agence de voyage qui remplace un véhicule utilisé par un autre plus moderne et plus rentable,
- accroître la rentabilité des services et du personnel, comme l'investissement qui permet de faire face au problème de l'archivage, d'organiser le travail, en intégrant des procédés technologiques, par exemple : l'achat d'un logiciel par une agence de voyage afin de gérer la billetterie.

**Troisième objectif : accroître les recettes** (expansion, innovation et diversification).

Les investissements peuvent aussi s'assigner comme tâche l'accroissement des recettes. Il s'agit, d'une part, de l'investissement d'expansion ayant pour but d'augmenter et d'accroître, dans des proportions importantes la capacité de production de l'entreprise et, d'autre part, de l'investissement d'innovation ou de diversification. Par exemple, l'agence de voyages

marocaine Atlas Voyages s'est restructurée récemment. En effet, ce leader du marché de l'industrie du voyage au Maroc (qui réalise environ 600 millions DH de CA annuel et emploie 2.000 employés) vient de déployer son organisation en Business Units afin de consolider et renforcer ses capacités opérationnelles. Il vient de signer un partenariat stratégique avec le n° 3 mondial dans le tourisme d'affaires, à savoir Hogg Robinson Group (HRG) en vue de développer l'activité MICE (Meetings, Incentives, Conférences, and Exhibitions).

Ces derniers investissements entraînent une modification plus profonde de la situation actuelle de l'entreprise. Ils lui permettent d'accéder et de développer une ou plusieurs activités nouvelles.

#### **2.4. La classification selon la taille de l'investissement**

Le critère de la taille de l'investissement est extrêmement important parce qu'il met en évidence la dimension et la portée de l'investissement. En effet, les économistes estiment qu'une distinction doit être faite entre les petits investissements et les grands investissements, ou ce qu'on appelle les investissements « géants » ou méga-investissement comme ceux de FADESA dans la région orientale. La réalisation des premiers n'a pas d'effets sur le système de prix et ne comporte pas beaucoup de risque, les seconds n'obéissent pas à cette règle. Autrement dit, la taille de l'investissement est une fonction croissante du niveau de risque : les investissements les plus risqués, exigeront la prise en compte de la notion du risque pour éclairer le choix et la prise de décision. Au Maroc, les promoteurs des grands investissements (estimés à 200 millions de DH ou plus) bénéficient de beaucoup de facilités foncières, fiscales et administratives (Visions stratégiques 2010 et 2020).

#### **2.5. La classification selon l'investissement productif (de remplacement, de capacité, de productivité)**

Les investissements liés à la production ou à la productivité peuvent être classés en trois types.

- *L'investissement de remplacement* : il s'agit de faire des investissements pour l'acquisition de biens de production pour remplacer les biens ayant subi l'usure physique.
- *L'investissement de capacité* : consiste à augmenter les capacités de production d'une entreprise ainsi que les quantités produites. L'investissement de capacité entraîne une augmentation des emplois dans l'entreprise. Par exemple, dans le domaine de la restauration,

les achats de machines supplémentaires afin de produire plus permet la création de nouveaux postes pour s'occuper des nouvelles machines.

▪ *L'investissement de productivité* : il s'agit d'augmenter la productivité en réduisant les coûts de production tout en gardant les mêmes quantités de biens ou de services produits. Cet investissement entraîne la réduction du nombre d'emplois, celles-ci étant remplacées par le capital.

L'adoption de l'une ou l'autre de ces trois options, ou types, de l'investissement productif est étroitement liée à la santé de l'environnement économique régional, national ou international. En pratique, les actions d'investissement peuvent en effet appartenir à deux ou trois des types distingués ci-dessus. Par exemple, on peut remplacer une machine usée par une machine plus moderne qui va permettre d'augmenter la productivité, mais aussi les quantités produites. En période de forte croissance, la confiance en l'avenir étant forte, les investissements de capacité se multiplient. A l'inverse en période de récession économique les investissements de productivité se développent pour pallier à la croissance ralentie en réduisant les coûts de production. Enfin, au cours des périodes de stagnation, l'usage des investissements de remplacement est plus important.

## **2.6. La classification dichotomique spécifique à l'investissement étranger (investissement direct vs franchise)**

Très longtemps, les investissements se faisant d'un pays à l'autre étaient des investissements directs. Mais la globalisation économique a favorisé le développement de nouvelles formes d'investissement international. La franchise en fait partie ; il s'agit d'un contrat établi entre un franchiseur et un franchisé par laquelle le premier met à la disposition du second un nom et une expérience et une méthode commerciale. Le domaine d'application de cet investissement est très large : les services (location de voiture, par exemple), la production (production et commercialisation d'un bien portant la marque du franchiseur après accord d'une licence par une société détenant un brevet) ou la distribution (par exemple, les chaînes de restauration rapide ou de magasins de prêt-à-porter).

Certaines obligations sont liées au contrat d'octroi de la franchise : le franchisé est dans l'obligation de se fournir en totalité ou en partie auprès du franchiseur et l'objet de la franchise doit répondre aux mêmes normes et à la même conception que celui des autres franchisés. Il peut bénéficier d'une exclusivité territoriale.

La franchise présente des avantages importants pour chacun des contractants : pour le franchiseur, elle lui permet de se développer sans effectuer de gros investissements en capital. Pour le franchisé, elle lui permet d'une part d'exercer son activité sous le nom d'une marque déjà bien établie (souvent à l'échelle internationale), sans avoir à créer une entreprise de toutes pièces, ni à faire connaître une nouvelle marque, et d'autre part, de s'inscrire dans un réseau très large et de partager, ainsi, l'expérience des autres.

Ces atouts font de la franchise une option très intéressante dans le secteur du tourisme, du point de vue marketing : le touriste est en effet rassuré de retrouver des marques qu'il connaît et la qualité et les standards auxquels il est habitué, et en conséquence, il n'a pas besoin de grande campagne de publicité pour le convaincre.

### **2.7. Le contrat de concession et le contrat de gestion**

Deux autres formes de l'investissement se sont développées en raison de la globalisation économique. Le contrat de concession et le contrat de gestion connue essentiellement dans le domaine de l'hôtellerie. La première est le contrat de concession établie entre le propriétaire d'un hôtel et une chaîne hôtelière. L'octroi de cette concession implique que le propriétaire est autorisé à utiliser le nom, les marques déposées ainsi que divers services offerts par la chaîne, en contre partie d'une redevance versée à profit de la firme. La concession permet immédiatement de nombreux avantages au cessionnaire (identité, reconnaissance et image de marque immédiatement assurées, publicité et vente organisées par le cédant, manuels de gestion, assistance dans le domaine de la gestion, achats groupés) et au cédant (méthode de développement peu coûteuse et ne comportant que de faibles risques, développement de branches connexes).

La deuxième forme d'investissement est le contrat de gestion. Il s'agit d'une convention établie entre un propriétaire d'établissement et une société de gestion qui, en vertu de cette convention, assume l'entière responsabilité dans la gestion de l'établissement. Selon l'OMT, le contrat de gestion donne lieu à un certain nombre d'avantages pour le propriétaire (assistance technique, gestion par des professionnels, affiliation avantageuse à des sociétés multinationales de renommée mondiale, ouverture de crédit et possibilité d'investissement de l'exploitant, accès aux marchés) et pour la chaîne hôtelière (méthode de développement peu coûteuse assortie d'un contrôle de la qualité, potentiel de profit).

### **3. Les déterminants de la décision d'investissement**

La prise de décision d'investir dans sa propre entreprise ou dans d'autres entreprises est déterminée par plusieurs facteurs. Les trois plus importants d'entre eux et qui interviennent simultanément sont :

- l'information : la connaissance du marché, de l'environnement propice qui permet d'estimer l'importance de la demande,
- le financement : la disponibilité des ressources financières,
- la rentabilité : l'estimation fondée de la rentabilité de l'investissement.

#### **3.1. L'information : l'importance de la connaissance du marché et du rôle de la demande dans la prise de décision de l'investissement**

L'information pour l'investisseur (notamment la connaissance du marché et de la demande) est d'une importance capitale dans la prise de décision ; elle constitue le meilleur moyen pour identifier le facteur de risque afférent au monde des affaires. Elle est définie par Anas Elhasnaoui comme étant « toute donnée pouvant servir dans l'étude de faisabilité, la réalisation, le démarrage et le développement d'un projet. L'investisseur y a recours, chaque fois que, dans une étape de ce processus, il a besoin d'identifier un élément lui permettant de réduire l'incertitude afférente à la prise de décision d'investissement. »<sup>8</sup>

La décision d'investir est considérée par Rachid Mrabet<sup>9</sup>, comme l'effet de la conjonction de deux dimensions, qu'il estime, distinctes : la première dimension, appelée « structures environnantes », est celle attachée à l'environnement dans lequel se développe l'entreprise avec les opportunités et les contraintes qu'il offre. Et la deuxième dimension porte sur des facteurs subjectifs liés à la personne du dirigeant et à sa volonté : « les structures mentales des dirigeants ». Mais il convient de signaler que ces deux dimensions sont d'une inégale importance ; la volonté du dirigeant est soumise à l'information sur l'environnement. En effet, si la décision de l'investissement résulte d'une volonté délibérée, elle passe nécessairement par la recherche et l'analyse de l'information pertinente afférente.

---

<sup>8</sup> ELHASNAOUI Anas, *Etude du système d'information pour l'investisseur industriel étranger au Maroc*, p.103

<sup>9</sup> M'RABET Rachid, *La décision d'investissement de l'entreprise*, Casablanca, Editions Consulting, 1996, p.10.

La connaissance du marché joue un rôle primordial dans la décision de l'investissement, dans la mesure où toute action d'investissement repose sur l'activité de constitution de l'image du marché de l'environnement de l'entreprise (région ou pays) ; elle passe nécessairement par la diffusion de l'information sur le climat d'investissement du pays et les opportunités offertes par ce dernier en faveur des promoteurs.

Mais les informations utiles dans la prise de décision d'entreprendre un investissement relèvent de niveaux différents. Anas Elhasnaoui<sup>10</sup>, qui a réalisé une enquête pour comprendre le système d'information destiné à l'investisseur étranger au Maroc, a répertorié et classé ces informations en trois niveaux : ceux relatifs au pays, ceux relatifs aux régions et ceux relatifs à la réglementation en matière d'investissement et activités connexes. Il mentionne comme quatrième rubrique une série d'informations pratiques pouvant éclairer l'investisseur.

### *3.1.1. Les informations relatives au pays*

Ces informations visent à présenter les atouts et les potentialités du pays, éventuellement de manière comparative à d'autres pays proches ou concurrents. Cette présentation porte sur trois paramètres : l'homme, la terre, et les ressources. L'auteur a choisi ces trois éléments parce qu'ils permettent de donner des informations quasi statiques ; en effet, les informations liées à ces trois paramètres ne varient et ne changent que dans la longue durée : il s'agit des changements géologique, climatologique, démographique et culturel. D'autre part, l'interaction de ces paramètres crée des situations d'ordre politique, économique ou social caractéristique à chaque pays.

Cette présentation distingue les informations en trois niveaux : les informations dites de base ou invariables, les facteurs de changement et les informations découlant de l'interaction entre les éléments de base sous l'effet des facteurs de changement.

---

<sup>10</sup> ELHASNAOUI, Anas, *Etude du système d'information pour l'investisseur industriel étranger au Maroc*. Mémoire du cycle des informaticiens spécialisés soutenue à l'École des Sciences de l'Information (ESI), Rabat, en 1999, (260 P.), p.104.

Ce mémoire (ou thèse) est une enquête auprès des institutions constituant les sources d'information du système d'information pour l'investisseur industriel étranger ; c'est une enquête réalisée auprès d'investisseurs étrangers- 62 entreprises travaillant au Maroc dans le secteur des industries de transformation. Le mémoire a porté sur les questions suivantes: âge de l'entreprise, raisons du choix du Maroc, structure interne spécialisée en information, besoins d'information, temps consacrés à la recherche d'informations, éléments pour la rénovation du système en question.

### *3.1.2. Les informations relatives aux régions*

Ces informations présentent les régions, en mettant en évidence leurs atouts et potentialités spécifiques et en les hiérarchisant en trois niveaux. Il s'agit des mêmes niveaux que ceux de la présentation des informations sur le pays : données de base, facteurs de changement et données sur les résultats de l'interaction des données de base sous l'effet des facteurs de changement.

### *3.1.3. La réglementation en matière d'investissement et activités connexes*

Cette rubrique rassemble les informations et données relatives au système de promotion. Elle comporte des informations concernant la fiscalité de l'entreprise, la réglementation de changes et les coûts des facteurs de production. Un nombre important de ce types d'informations jalonnent les divers domaines d'intervention de l'état et du privé dans les différentes présentations des programmes des visions 2010 et 2020.

### *3.1.4. Les informations d'ordre pratique*

Il s'agit principalement :

- des procédures liées au parcours de l'investisseur comprenant les différentes stations par lesquelles il doit passer lors de l'accomplissement d'un projet d'investissement ;
- les adresses utiles pour toutes les informations supplémentaires.<sup>11</sup>

Rachid Atouani<sup>12</sup>, qui s'est également intéressé à l'information à destination de l'investisseur au Maroc, a dressé une autre typologie de l'information nécessaire à la décision de l'investissement, en se basant sur deux critères : le contenu et la cible. Le premier permet d'identifier deux types d'informations : celles d'ordre général (portant sur les lois, les réglementations relatives à l'investissement privé, les procédures de création d'entreprises, la réglementation du travail, les réglementations fiscales, etc.) et celles d'ordre sectoriel (portant sur l'importance des secteurs économiques, sur le marché interne et externe, la concurrence...). Le deuxième critère (la cible) permet la segmentation de l'information en deux types : l'information d'orientation (qui consiste à fournir sous forme

---

<sup>11</sup> Voir la présentation du projet Méditerranée Saidia, donnée dans les annexes.

<sup>12</sup> ATOUANI, Rachid, *La communication en matière de promotion des investissements privés étrangers au Maroc*, p.135



individualisée des incitations, renseignements et conseils aux investisseurs) et l'information médiatisée (par le recours à la presse).

### **3.2. Le financement : la contrainte et le mode de financement de l'investissement**

Tout système financier, d'investissement, est centrée autour de deux acteurs : les agents économiques qui ont des capacités de financement, des capitaux à placer (y compris les ménages) et les agents économiques qui ont des besoins de financement (il s'agit des entreprises à la recherche des capitaux nécessaires pour acheter les moyens de production et, souvent, des administrations publiques).

La nature de ces agents permet de distinguer trois circuits de financement, ou trois modalités essentielles de mise en relation des agents à capacités de financement et des agents à besoins de financement : financement interne, financement externe direct et financement externe indirect.

#### *3.2.2. Le financement interne*

La première modalité est celle dite financement interne, ou autofinancement ; il s'agit du cas où celui qui a besoin de capitaux et celui qui a la capacité de financer est le même agent (entrepreneur, entreprise). En d'autres termes, l'entreprise peut financer ses investissements sans recourir à d'autres agents. C'est l'utilisation des profits non distribués (aux actionnaires) mis en réserve par l'entreprise dans ce but. Ces profits réinvestis minimisent le coût de l'investissement puisqu'il n'y a pas d'intérêts à payer sur ces sommes-là.

#### *3.2.3. Le financement externe direct*

La deuxième modalité de financement est le financement externe direct, ou également investissement direct (ID) ou financement de marché. C'est la situation où les deux agents économiques sont mis en relation directe par le système financier, ils se rencontrent directement sur les marchés financiers. L'entreprise cherche à l'extérieur des sources de financement. Elle recourt aux marchés financiers ou, éventuellement, monétaires : elle rencontre directement ses fournisseurs de capitaux soit pour leur emprunter (émission d'obligations), soit pour leur vendre des parts de la société (émission d'actions). Dans le 1° cas, l'entreprise, qui émet des obligations, s'endette. Elle est tenue alors de rembourser en payant en supplément un intérêt, déterminé selon les conditions du marché au moment de l'émission des obligations. Par contre, dans le 2° cas, l'entreprise, qui émet des actions nouvelles, n'est pas tenue de rembourser (l'action n'est pas en effet un titre d'emprunt, mais

un titre de propriété). Cette solution est certes intéressante, mais elle comporte un risque important : dilution du capital de la société et perte du contrôle de la société en raison de la multiplication du nombre des actionnaires. En outre, elle est contrainte d'assurer une rentabilité suffisante pour satisfaire les actionnaires.

#### *3.2.4. Le financement externe indirect (ou intermédié)*

La troisième modalité de financement, dite financement indirect ou financement intermédié, est celle où les agents économiques passent par des intermédiaires financiers institutionnels. L'entreprise emprunte alors à aux banques et autres organismes financiers plus spécialisés (comme le CIH). Ces institutions financières se chargent de trouver les fonds et, comme intermédiaires, se font évidemment payer. La plupart des financements externes au Maroc, notamment dans le secteur touristique, restent des financements intermédiés, car ce type de financements a l'avantage d'être bien plus accessible, en particulier pour les entreprises non cotées en bourse. Mais ce système a l'inconvénient d'être plus coûteux que le financement direct (financement interne et financement externe direct).

Dans le secteur touristique marocain, l'état a mis en place des dispositifs nationaux et régionaux pour promouvoir essentiellement le deuxième type d'investissement national ou étranger (IDE), comme par exemple, le projet Méditerranée Saïdia du groupe FADESA. En effet, il est conscient que l'activité de promotion et d'incitation de l'investissement est inhérente au monde des affaires et de la concurrence. La mondialisation de l'activité économique a permis, depuis une dizaine d'années, une croissance exponentielle du commerce, des investissements et des flux financiers internationaux. Le principal initiateur de ce phénomène a été une importante libéralisation soutenue et amplifiée par le progrès technique, la réduction des frais de transport et de communication.

La mondialisation de la circulation importante des investissements et des capitaux internationaux a été rendu possible par la libéralisation considérable de l'économie mondiale, à savoir l'abaissement des barrières commerciales tarifaires et non tarifaires, l'encouragement des investissements étrangers et la déréglementation des marchés des capitaux. Ces éléments ont considérablement élargi le champ et le volume des échanges internationaux de biens et de services.

Le Maroc s'est inscrit dans cette mouvance et politique de mondialisation et de libéralisation des marchés de capitaux, d'où la création de la bourse de Casablanca. Il porte un intérêt particulier aux investissements directs (c'est-à-dire le financement interne et surtout

le financement externe). Cet intérêt s'explique par le fait que ce type de financement non créateur d'endettement, présente bien des avantages en l'occurrence la modernisation des économies, la création des emplois, et le développement des exportations.

En effet, des experts du Fonds Monétaire International (FMI) et de la Banque Mondiale<sup>13</sup> ont confirmé que les flux des capitaux privés sont de nature à renforcer le processus de croissance des pays. Ils ont un impact positif sur la croissance économique à travers l'établissement d'une intégration mondiale des marchés des capitaux. Cet impact positif se manifeste notamment, d'une part, par la possibilité de diversifier les investissements et les prêts pour les détenteurs de flux (investisseurs) et, d'autre part, par la diffusion de pratiques optimales en matière de gestion des entreprises, des règles comptables et d'application des lois. Ces financiers ajoutent, en outre, que les investissements directs étrangers contribuent, à des degrés variés, à la croissance économique des pays hôtes ; ils favorisent le transfert des technologies, la mise en place de programme de formation et l'augmentation des recettes fiscales de ces pays. Toutefois, ils reconnaissent que les flux des investissements directs sont très inégalement répartis dans le monde.

### **3.3. La rentabilité : la contrainte de rentabilité et les risques d'investissement**

Il a été écrit ci-dessus que l'objectif de tout investissement est de réaliser des gains, des profits. En effet, investir consiste à engager une importante dépense aujourd'hui afin d'obtenir un bénéfice dans le futur. Pour atteindre cet objectif, l'investisseur procède aux études de faisabilité (étude économique et technique). En prenant en considération les paramètres relatifs aussi bien à l'environnement économique de l'entreprise, qu'à l'environnement global dans lequel il va agir (sociologique, politique, culturel.)

Mohamed Chahdaoui<sup>14</sup> a tenté, dans son mémoire de fin du cycle de la formation des informaticiens, de définir les besoins informationnels relatifs à l'élaboration des études de faisabilité. Il a réalisé le dépouillement d'un échantillon de 100 dossiers relatifs aux projets d'investissement agréés par la Caisse Nationale de Crédit Agricole, la Banque Nationale pour le Développement Economique et le Crédit Immobilier et Hôtelier. Les éléments d'information nécessaires à l'élaboration de l'étude de faisabilité ont été recensés et

---

<sup>13</sup> MISHRA D., MODY, A., MURSHID P., *Flux de capitaux privés et croissance. Finances et développement*, juin, 2001, p2. Le même constat est fait par LOUNGANI L., RAZIN A. *L'investissement direct étranger est-il bénéfique aux pays en développement. Finances et développement*, juin, 2001, p6

<sup>14</sup> CHAHDAOUI Mohamed. *L'information pour la promotion de l'investissement. Mem. du cycle des informaticiens : Ecole des Sciences de l'Information de Rabat, soutenu en 1981, p.30*

groupées en deux catégories: les informations indispensables pour l'élaboration de l'étude économique et les données nécessaires à la mise en œuvre de l'étude technique.

### *3.3.1. Les informations pour la réalisation de l'étude économique*

L'étude économique permet à l'investisseur de minimiser les risques et de s'assurer le maximum de profits. Les facteurs les plus importants qui justifient une telle étude, quoique souvent antagoniques, sont cependant liés entre eux. Il s'agit principalement de :

- la recherche de rentabilité (liée à l'objectif de maximisation du profit) ;
- le maintien de la liquidité : condition indispensable pour la survie de l'entreprise ;
- la prise en compte du risque lié à l'incertitude du futur.

Il est admis chez les consultants que, pour réaliser correctement l'étude économique, le promoteur a besoin des informations relatives aux trois séries d'indicateurs suivants :

- le coût d'investissement : afin de procéder au calcul de ces coûts, le promoteur doit disposer des données sur le prix de terrain, des voiries, de canalisation et de raccordement électrique, le coût de bâtiments et le coût du matériel et équipements, ainsi que les frais préliminaires, les droits d'enregistrement et autres taxes ;
- les frais d'exploitation concernant les frais généraux, le coût du crédit bancaire, la quantité et coûts des matières premières, les frais de transport, de consommation en eau et en électricité, les effectifs et salaires du personnel, les frais d'entretien et le calcul des impôts et taxes ;
- les frais de démarrage : à partir des éléments dégagés précédemment, l'étude détermine le fonds de roulement et estime les frais de démarrage et leur répartition.

### *3.3.2. Les informations pour la réalisation de l'étude technique*

Ces données concernent particulièrement :

- La capacité et la durée de production du projet ;
- Les besoins en matières premières et les produits finis correspondants ;
- Le matériel de production ;
- Les différents procédés de traitement.

Quel que soit le type d'investissement engagé, la notion de risque reste présente, à des degrés différents, et constitue l'une des caractéristiques intrinsèques à toute action d'investir.

En effet, Pierre Conso et Farouk Hémici confirment que le facteur risque est inhérent à tout processus d'investissement. Il est étroitement lié à la durée de vie de l'investissement : « le risque de l'investissement se définit, quelle que soit l'optique choisie, par rapport à la durée des effets des actions engagées ».<sup>15</sup>

De nombreux économistes et gestionnaires établissent une relation entre le risque et le gain éventuel de l'investissement. Ils tiennent pour principe la relation proportionnelle entre les deux facteurs : plus le risque est élevé, plus le rendement augmente. Ce qui rappelle l'adage « qui ne risque rien n'a rien ».<sup>16</sup>

Il existe plusieurs types de risques d'investissement. L'on se limitera dans ce qui suit aux quatre principaux types.

- a. La demande est peu importante : selon la thèse keynésienne, le montant de l'investissement dépend principalement du niveau de la demande anticipée. Or si la demande des produits n'est pas assez vigoureuse pour entraîner la reprise des investissements, le risque devient important. Ce qui entraîne un autre risque qu'est le manque de liquidité, résultant du fait que certains biens ne se vendent pas rapidement parce qu'il y a peu d'acheteurs.
- b. L'absence de diversification : l'entreprise encourt un risque important dans ces investissements si elle procède à des placements financiers sans diversifier ses valeurs et catégories d'actif et sans multiplier ses marchés ou les régions géographiques de son intervention.
- c. L'inflation : lorsque le rendement du placement financier n'est pas égal ou supérieur au taux d'inflation, l'investissement est voué à l'échec.

---

<sup>15</sup> Pierre Conso et Farouk Hémici, *La gestion financière de l'entreprise*. Paris : Dunod, Collection Gestion Sup, 2005, 11<sup>e</sup> édition, p.417 (604 p.)

<sup>16</sup> Le site professionnel suisse <http://swiss-bank-accounts.com> (consulté le 10/7/2011) présente un papier intitulé « les 3 règles fondamentales de l'investisseur » qui donne un diagramme pour expliquer que « le rendement est lié au risque. Un taux de rendement élevé sans aucune prise de risque est irréaliste. Inversement, une forte prise de risque qui ne rapporte qu'un faible rendement est un mauvais investissement. Le rendement d'un investissement est donc proportionnel à la prise de risque »

L'e-magazine *new-cfo.fr* (site web : <http://www.new-cfo.fr>) dans une interview intitulée « pas de risque, pas de profit » rapporte : « *S'il est un domaine où le risque est tel que le législateur ait exigé qu'il soit mentionné sur tous les documents destinés au grand public, c'est bien celui de la gestion de produits financiers.* »

Ou encore Dominique Jacquet, « la recherche et développement : un portefeuille d'options financières ? » (<http://www.ecole.org> consulté le 12.9.2011), « dans la théorie des options, l'incertitude est source de richesse ».

- d. L'accroissement d'intérêt des emprunts et la baisse des taux de marge constituent également de sérieux dangers pour l'investissement.

La composante risque, selon Najib Ibn Abdeljalil<sup>17</sup> ne peut jamais être éradiquée, supprimée. Par conséquent, l'investisseur est tenu de la comprendre, de la mesurer afin de « l'apprivoiser » et réduire son effet et limiter le degré d'incertitude. Pour ce faire, il a besoin d'un ensemble d'informations lui permettant d'accroître la visibilité de son projet et de connaître avec exactitude les risques auxquels il peut être confronté. La composante information –cela a été dit ci-dessus - s'impose donc avec acuité dans le processus de prise de décision d'investissement. Il convient pour les pays et les organismes souhaitant drainer davantage d'investissements de doter les investisseurs aussi bien réels que potentiels de toutes les informations susceptibles d'éclaircir leur chemin et de les convaincre à s'engager en réduisant le plus le degré d'incertitude qui pourrait les dissuader.

#### **4. La promotion de l'investissement**

Pour compléter notre description de l'investissement, il nous semble opportun de soulever la question de la promotion de l'investissement, qui est essentiellement fondée sur l'information (phénomène traité précédemment). Elle est définie, par Louis Wells et Alvin Wint<sup>18</sup>, comme étant une activité marketing menée par les gouvernements afin d'attirer davantage de capitaux. Elle vise trois objectifs principaux:

- améliorer l'image du pays pour le présenter comme une terre d'accueil aux opérations d'investissement;
- générer des investissements directs ;
- offrir les services sollicités par les investisseurs aussi bien réels que potentiels.

La concurrence internationale en matière d'attraction des investissements constitue un des facteurs importants justifiant la mise en place d'un dispositif offensif et efficace pour la promotion des investissements : convaincre les investisseurs de placer leurs capitaux dans un pays donné et les soutenir et les accompagner dans leur démarche. Or l'attractivité d'un pays pour les investissements dépend de sa capacité de faire face aux défis de la mondialisation de

---

<sup>17</sup> Najib IBN Abdeljalil : " évaluation & financement des investissements de l'entreprise", 1<sup>er</sup> édition 2002, édition consulting

<sup>18</sup> Louis T. Wells, Alvin G. Wint, *Marketing a country: promotion as a tool for attracting foreign investment*, IFC-International Finance Corporation, 2000 - Business & Economics – (189 pages), p.4

l'économie (la compétitivité internationale), à offrir un environnement transparent et incitatif ainsi qu'une vision stratégique claire de l'avenir.

Le dispositif promotionnel (une stratégie claire et des mesures efficaces) est constitué de trois composantes distinctes à savoir : une stratégie ciblée, des techniques de communication marketing adéquates et un climat d'affaires attractif.

#### **4.1. La stratégie de promotion de l'investissement**

La promotion de l'investissement, à l'instar de la promotion de tout autre produit industriel, se base sur trois composantes du mix marketing, à savoir :

- le produit est représenté par les avantages et inconvénients intrinsèques de l'entreprise support de l'investissement ;
- le prix concerne aussi bien les facteurs de production (coût de terrain, de construction, de main d'œuvre, etc.) que les incitations fiscales, les subventions étatiques, les avantages financiers, etc. ;
- et la promotion est une activité (ou ensemble d'activités) vise à diffuser les informations adéquates sur les opportunités d'investissement et sur le climat d'affaires en vue de construire une image de marque de la destination auprès des promoteurs.

Par ailleurs, Louis T. Wells et Alvin G. Wint considèrent que la réussite d'une stratégie de promotion est tributaire de son degré de détermination en termes d'objectif et de ressources. «Il y a un consensus presque universel sur le fait que les stratégies promotionnelles d'investissements devraient être orientées, tant pour diriger des flux d'investissements vers le secteur prioritaire que pour utiliser efficacement des ressources promotionnelles rares »<sup>19</sup>. La promotion de l'investissement gagnerait à être centrée sur des objectifs à la fois quantitatifs à travers la stimulation d'un flux prédéfini d'investissements et qualitatifs en canalisant ces investissements vers des secteurs considérés par les gouvernements comme étant des secteurs prioritaires dans l'économie nationale et ce en utilisant efficacement les ressources disponibles.

---

<sup>19</sup> Il s'agit de la traduction du passage suivant de WELLS, L, WINT,A, *Promotion as a tool for attracting foreign investment*, p.9: "There is almost universal consensus on the point that investment promotion strategies should be targeted, both in order to direct investment flows into « priority » sector and to utilize scarce promotional resources efficiently »

## 4.2. Les techniques de communication marketing

La promotion de l'investissement peut se faire en adoptant certaines techniques inhérentes à l'approche marketing. Louis Wells et Alvin Wint dressent une liste des principales activités permettant de mener à bien l'opération de promotion de l'investissement, notamment: le mailing, le télémarketing et le marketing direct.

- a. Le mailing, qui se présente sous des formes différentes (lettres, prospectus, dépliant, cassette, disquette, etc.) est conçu à partir de fichiers sélectionnés en fonction des critères retenus pour la communauté ciblée. Ce instrument de promotion est largement utilisé car il a l'avantage de permettre une sélectivité importante, une personnalisation et une adaptation optimales.
- b. Le télémarketing, ou marketing téléphonique, est une technique qui prend de l'essor au Maroc avec le développement du réseau téléphonique et l'apparition des numéros verts.
- c. Le marketing direct (porte à porte, sur catalogue) vise à promouvoir la notoriété de l'organisme, la promotion de vente, à stimuler l'achat sans impliquer d'intermédiaire. Il s'agit donc d'un circuit de distribution sans intermédiaires entre le fabricant et le consommateur.

« Au fur et à mesure que d'autres formes de télémarketing se sont développées, la notion de marketing direct, telle que définie par l'AMD (Association du marketing direct) s'est élargie : "Le marketing direct est un marketing interactif qui utilise un ou plusieurs médias en vue d'obtenir une réponse et/ou une transaction." ».<sup>20</sup>

Certains spécialistes élargissent la signification de cette activité et la conçoivent pratiquement comme une discipline a part : le marketing relationnel<sup>21</sup>. Il s'agit de tout recours à un média ayant pour but d'accéder à un client dont le profil est entré dans une banque de données. L'accent est mis sur la construction d'une relation à long terme avec les investisseurs.

- d. La publicité consiste à diffuser de l'information par le biais de canaux de communication. La publicité visant la promotion de l'investissement se fait généralement par le biais des média spécialisés dans les finances et l'économie. Mais elle peut également se faire à travers divers supports : presse, mass média, affichage urbain, distribution grand public des supports promotionnels. Ce type de campagne

---

<sup>20</sup> Jean-Marc Lehu, *L'encyclopédie du marketing*, Paris, Editions d'Organisation, 2004, 956 pages

<sup>21</sup> Stan Rapp et Tom Collins,, *La Métamorphose du marketing : ou comment gagner sur vos marchés en maîtrisant la relation avec le consommateur*, Paris, Publi-Union, 2003



publicitaire est utilisé pour promouvoir l'investissement dans la phase de la constitution de l'image de marque. Elle est destinée à un grand public, en visant également des promoteurs réels ou potentiels.

### **4.3. Le climat de l'investissement**

Il importe de signaler que la promotion de l'investissement est certes nécessaire pour promouvoir l'investissement, en mettant en évidence les opportunités du marché et les mesures incitatives. Mais elle n'est pas suffisante ; elle ne peut à elle seule suffire pour drainer les investissements. Les gouvernements désireux d'attirer davantage de capitaux devraient en effet mettre un dispositif incitatif combinant des mesures administratives, foncières, financières et institutionnelles. L'objectif ultime de ce dispositif est de garantir un climat d'investissement attractif à même de permettre aux investisseurs de rentabiliser leurs financements.

De nombreuses commissions ont été constituées au Maroc pour réfléchir aux mesures susceptibles de garantir un climat favorisant l'attraction des investissements et réglementant la concurrence. Le rapport de la commission mise en place pour préparer le plan de développement économique et social pour la période 1999-2003 mettait en évidence les atouts et les enjeux. La promotion de l'investissement y est définie comme « l'action qui implique la clarification de la fonction incitative et la définition des cadres institutionnel, juridique, financier et la mise en place d'une politique de promotion de la concurrence »<sup>22</sup>. Ce rapport a amené le gouvernement marocain à mettre en place un certains de mesures incitatives susceptibles d'encourager les investisseurs à s'implanter dans notre pays. Il s'agit de mesures fiscales préférentielles, de disponibilités foncières et la simplification des procédures administratives.

D'autres facteurs ont une incidence extrêmement importante dans la prise de décision d'investissement dans un pays donné à savoir : la stabilité politique et économique du pays, le cadre incitatif et réglementaire stable, transparent et fiable, les qualifications professionnelles, les programmes de privatisation, les incitations fiscales et un système de communication performant.

---

<sup>22</sup> Ministère des Affaires Générales du Gouvernement, *Rapport de la commission de la promotion des investissements et de la concurrence pour la préparation du plan de développement économique et social pour la période 1999-2003*

Inversement, Abdelbar Kabbaj<sup>23</sup> a abordé la question du climat des investissements d'un nouvel angle, il a énuméré plusieurs facteurs de dissuasion pouvant limiter les flux de capitaux vers une destination donnée. L'on pourrait reprendre et classer ces facteurs en quatre rubriques

1. les facteurs liés aux structures et à l'institutionnel : l'inefficacité institutionnelle, l'instabilité de la législation et l'absence des organismes de soutien à l'investissement ; barrières à l'entrée et à la sortie ;
2. les facteurs liés aux intervenants dans le domaine : absence de compétences humaines ; bureaucratie ; absence de maîtrise des langues étrangères non pratiquées ;
3. les facteurs liés à la situation financière : exigüité du marché ; taux d'inflation ; mécanismes noirs d'allocation (corruption, vol, laxisme...) ;
4. les facteurs liés à l'insuffisance des infrastructures.

## **Conclusion**

La diversité des types des investissements touristiques découle du caractère vairé et complexe des rapports commerciaux, compliqués encore par la libération du commerce et le déploiement des capitaux à l'échelle continentale et planétaire. Les IDE sont les plus convoités à l'échelle mondiale, comme dans le cas des programmes des visions 2010 et 2020, contrairement au financement des banques, qui prêtent avec intérêt. La protection des IDE dans le cadre des programmes bilatéraux ou multilatéraux a fait l'objet de plusieurs législations internationales promulguées par l'OMT.

---

<sup>23</sup> KABBAJ, Abdelbar, *La promotion de l'investissement étranger au Maroc à travers les joint ventures : approche analytique et empirique*. mém. Cycle supérieur de gestion : Institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises de Casablanca, 1999.p.26

## ***Chapitre 2***

### ***Le cadre institutionnel de l'investissement au Maroc : L'évolution de la stratégie de développement des investissements touristiques au Maroc***

#### **Introduction**

Le secteur touristique a très tôt bénéficié d'un réel intérêt de la part des pouvoirs publics, dès le lendemain de l'indépendance. Il a été en effet considéré comme un secteur prioritaire dans les plans successifs de développement économique et social. En 1965, le pays s'est doté, pour la première fois, d'une institution dédiée à la gestion du secteur : le ministère du tourisme créé comme entité à part entière.

Le choix du tourisme en tant que secteur prioritaire, stratégique de la politique de développement national n'est pas fortuit ; il est dicté par la conjonction de différents facteurs liés essentiellement aux potentialités naturelles dont dispose le Maroc, à sa richesse culturelle, ainsi qu'à l'importance socio-économique du tourisme pour l'Etat. Le facteur socio économique était, demeure, le levier le plus important : il s'agit en effet de la nécessité de se procurer des ressources en devises pour le financement de la croissance économique et la recherche de l'équilibre social par la création de l'emploi.

Au Maroc, les investissements touristiques récents, notamment ceux à caractère public, sont très significatifs, comparativement aux autres secteurs économiques. Ils ont joué un rôle indéniable dans le développement de ce secteur, et leur évolution était remarquable ces dernières années.

Le cadre institutionnel garantit la pérennité de l'investissement. L'état marocain a œuvré pour garantir un climat favorable à l'investissement afin de redynamiser les « 3 F » de l'investissement (Foncier, Fiscalité, Finance) en adaptant sa législation, en créant des structures d'accompagnement des intervenants dans le domaine touristique, à l'échelle nationale et régionale, et en prenant des mesures incitatives

## **1. La politique promotionnelle de l'investissement touristique de 1960 à 1994 : les 3 codes de l'investissement touristique**

L'état marocain a dû jouer un rôle moteur dans l'élaboration et le développement de l'industrie touristique nationale. Ce rôle s'est traduit par une intervention directe à travers des investissements publics et par le biais du département ministériel chargé du tourisme et divers autres organismes publics et semi-publics créés à cette fin.

Pour favoriser le développement de ce secteur socio-économique, il s'est également doté d'instruments d'incitation de l'investissement touristique. Plusieurs codes de l'investissement touristique ont été en effet promulgués depuis 1960. Le nombre de ces textes (trois codes et une charte) et l'importance des amendements qui les ont touchés révèlent l'intérêt accordé à ce secteur économique. Les deux premiers codes (élaborés en 1960 et en 1973) étaient considérés à l'époque comme des instruments d'incitation de l'investissement et largement libéraux pour l'investissement étranger. Ils ont en effet accordé de nombreux avantages financiers aux investisseurs nationaux et étrangers : il s'agit de multiples exonérations d'impôts pour des périodes allant de 5 à 10 ans.

Mais en dépit des larges avantages et facilités que ces deux codes accordaient aux investisseurs, ils n'ont pu produire l'effet escompté. Cette contreperformance tient aux faits que le coût de l'investissement est élevé (construction, achat du terrain, etc.) et aux nombreux problèmes liés au foncier (difficultés pour l'achat de sites convenables). D'autre part, ces codes n'accordaient d'avantages, fiscaux et douaniers, qu'aux seuls établissements hôteliers classiques et classés, excluant les résidences touristiques, les établissements d'animation et autres unités assimilées.

L'état qui n'a de cesse de dynamiser le secteur, par le biais de l'instauration d'une politique d'incitation à l'investissement touristique, a élaboré le 3<sup>o</sup> code de l'investissement touristique en 1983, qui sera amendé en 1988, en concertation avec les professionnels du secteur. Ce code venu pallier les difficultés des versions précédentes a repris et développé les facilités et exonérations des codes précédents. Il a en particulier précisé en élargissant la définition de la notion «d'entreprise touristique» ; ce qui a permis à de nombreux établissements d'être concernés par les dispositions du code (par exemple, les marinas, les casinos, les agences de voyage, stations de skis, palais des congrès) et donc de bénéficier des exonérations. Il a également permis de développer les activités d'animation touristique

En comparaison avec les deux codes précédents, celui-ci présente un cadre mieux adapté au développement du secteur pour de nombreuses raisons. Les plus importantes sont résumées et présentées ci-après<sup>24</sup> :

- La notion d'entreprise touristique est étendue à toutes les branches du secteur, alors que les textes antérieurs avaient entièrement délaissé certaines activités fondamentales dans le développement du tourisme, telles que l'animation touristique, la commercialisation du produit touristique et les opérations de réfection des établissements classés ;
- L'importance de la régionalisation est proclamée dans cette loi. En effet, pour assurer une répartition équilibrée des investissements touristiques à travers les régions du royaume, ce texte prévoit un régime préférentiel au profit des entreprises touristiques s'implantant dans les zones éloignées ou défavorisées ;
- Cette loi favorise le drainage des capitaux étrangers, en leur accordant, en plus des avantages consentis aux investisseurs nationaux, des garanties de transfert des bénéfices et du produit de cession, y compris les plus-values et sans aucune limitation.

Eu égard aux facilités qu'il accorde, ce code a eu un impact relativement positif sur le processus d'incitation de l'investissement touristique et a renforcé son rendement. Les mesures d'encouragement aux investissements touristiques ont en effet permis d'enregistrer une hausse substantielle en terme d'investissement : près de 250 unités d'hébergement touristique classées ont été créées entre 1982 et 1995, totalisant 50 000 lits environ, pour un investissement qui est passé, au cours de la même période, de 65 millions à plus de 500 millions de dollars<sup>25</sup>.

## **2. La politique promotionnelle de l'investissement touristique à partir de 1995 : la charte des investissements**

Pour accompagner l'économie marocaine, dans un environnement caractérisé par une concurrence globalisée, l'état a promulgué la *Charte des investissements* en 1995. Cette charte, élaborée dans la concertation (d'où sa dénomination), n'est pas spécifique au secteur touristique. Elle concerne tous les secteurs d'activités, à l'exception du secteur agricole (comme il est stipulé par l'article 24).

---

<sup>24</sup> Dahir n°1-83-134 du 21 Chaâbane 1403 (3juin 1983) portant promulgation de la loi n° 20-82 instituant des mesures d'encouragement aux investissements touristiques

<sup>25</sup> Direction des aménagements et des investissements, Le rapport de l'investissement, 1996, p.6

## 2.1. Les ambitions affichées

Contrairement aux codes précédents à finalité sectorielle, cette charte (qui comporte 25 articles) s'inscrit dans une vision globale de l'économie marocaine ; elle « fixe les objectifs fondamentaux de l'action de l'Etat pour les dix années à venir » (article 1). Elle a apporté plusieurs mesures pour l'incitation et la promotion de l'investissement. Ces mesures visent<sup>26</sup>:

- l'allègement des charges fiscales afférentes aux opérations d'acquisition de matériels, d'outillages, de biens d'équipements et de terrains nécessaires à la réalisation de l'investissement et une meilleure répartition de ces charges fiscales et une bonne application des règles de libre concurrence;
- la simplification et l'allègement des procédures administratives relatives à l'investissement ;
- la réduction du taux d'imposition sur les revenus et les bénéfices;
- l'octroi d'un régime fiscal préférentiel en faveur du développement régional;
- le renforcement des garanties accordées aux investisseurs en aménageant les voies de recours en matière de fiscalités nationale et locale;
- la promotion des places financières offshore, des zones franches d'exportation et du régime de l'entrepôt industriel franc.

Ces différentes mesures d'encouragement s'assignent comme tâches d'encourager les exportations, de promouvoir l'emploi, de réduire le coût de l'investissement, de rationaliser la consommation de l'énergie et de l'eau et de protéger l'environnement.

### 2.1.1. Les avantages fiscaux

Pour inciter les investisseurs, les diverses mesures prévues par la *Charte des investissements* leur ont accordé des avantages fiscaux avant la réalisation de l'investissement et après sa réalisation :

- Les incitations liées à la phase de la création, de l'investissement:
  - Droit d'enregistrement (article 5): il s'agit des exonération pour les actes d'acquisition de terrain destinées a la réalisation d'un projet d'investissement et l'application d'un taux de 2,5 pour les actes d'acquisition de terrains destinés à l'opération de lotissement et de construction.

---

<sup>2626</sup> Voir l'article 2 de la Charte des investissements

- Droit de douane (article 3): cette mesure concerne l'importation de biens d'équipements, de matériels, d'outillage, etc., considérés comme nécessaires à la promotion ou au développement de l'investissement. Il s'agit de la réduction du droit d'importation à 2,5% ou 10% et de l'exonération du prélèvement fiscal à l'importation "P.F.I".
- Taxes sur la valeur ajoutée (article 4): la T.V.A est supprimée ou remboursée pour les biens d'équipement, les matériels et les outillages acquis localement ou importés.
- Impôts de patentes : l'investisseur (personne physique ou morale) est exonéré pendant les 5 cinq premières années d'exploitation
- Taxes urbaines: il était également exonéré des taxes urbaines pour une période de cinq années à compter de l'achèvement ou de l'installation de constructions nouvelles, d'additions de constructions ainsi que l'acquisition de machines et d'appareils faisant partie intégrante des établissements de production des biens ou des services.
- Les incitations liées à la phase d'exploitation
  - L'impôt dit participation à la solidarité nationale "P.S.N" est supprimé et remplacé par la contribution de 25% au montant de l'impôt sur les sociétés (I.S.)
  - L'I.S et l'impôt général sur le revenu (I.G.R) peuvent être réduits ou supprimés pour une période de 5 années.
  - Les entreprises artisanales et les entreprises implantées dans certaines préfectures ou province bénéficient d'une réduction de 50% de l'I.S ou de l'I.G.R.

### *2.1.2. Les diverses autres mesures*

Les autres mesures, d'ordre financier, foncier et administratif, ont pour objectifs de soutenir l'investissement et de se conformer aux normes internationales. Il s'agit:

- de libérer le transfert de bénéfices et de capitaux pour des personnes qui réalisent des investissements en devises ; l'investisseur peut ainsi transférer les bénéfices nets d'impôts sans limitation de montant ni de durée, et transférer le produit de cession ou de liquidation totale et partielle de l'investissement y compris les plus values,
- de constituer une réserve foncière destinée à la réalisation des projets d'investissement et de définir le degré de participation de l'état dans l'acquisition et l'équipement des terrains et autres infrastructures nécessaires à l'investissement et sa contribution dans la formation professionnelle,

- d'orienter et d'assister les investisseurs dans la réalisation de leurs projets et ce par la création d'un organe national unifié,
- de simplifier et d'alléger la procédure administrative relative aux investissements. Par exemple, les investisseurs ayant déposé une demande d'autorisation administrative pour l'octroi des avantages accordés par la charte, peuvent bénéficier automatiquement de cette autorisation, si l'administration ne répond pas à cette demande pendant un délai de 60 jours, à compter de la date du dépôt de cette demande.

## **2.2. Le bilan de la charte d'investissement depuis 1995**

Pour mesurer l'impact de l'avènement de la charte d'investissement sur le secteur du tourisme au sein de l'économie marocaine, il est évident que le volume des investissements constitue l'un des indicateurs significatifs. D'autre part, la période choisie pour cette évaluation est la période s'étalant de 1995 à 2001 ; les deux dates qui bornent cette période correspondent, respectivement, à la mise en place de la charte des investissements et au début du programme de la Vision 2010.

### *2.2.1. Des réalisations intéressantes*

Durant ces six années, les investissements ont connu un relatif regain. Au cours de l'année 2000, par exemple, 26 projets hôteliers ont été mis en place, dont 17 concernent la création de nouvelles unités et 9 portent sur des opérations de rénovation et/ou d'extension d'unités existantes. L'ensemble de ces projets a totalisé un investissement de l'ordre de 1,2 Milliards de Dhs pour une capacité additionnelle de 2594 lits. Quant aux projets qui étaient en cours de réalisation durant cette année, ils sont au nombre de 91 dont 69 concernent les nouvelles créations et 22 autres projets relatifs aux opérations d'extension et/ou de rénovation.

Les investissements privés étrangers dans le secteur du tourisme ont également évolué de façon substantielle. en 2000. Ils ont atteint 127,9 Millions de Dhs contre 105 en 1999 soit une progression de +21,8%. De même, plusieurs conventions ont été signées avec de grandes entreprises internationales dans le domaine du tourisme, dont celles conclues avec Dallah El Baraka, Group Oberoi, Group Fram, Nesco, ABS Hôtels, Condor Neckerman Liwa International et Club Med, pour un montant de 4,7 Milliards de Dhs.

Ces investissements montrent certes que les potentialités du Maroc sont énormes et rentables et qu'elles peuvent encore être exploitées. Mais elles prouvent aussi que la charte des investissements n'a pas produit l'effet escompté ; elle n'a pas pu à elle seule dynamiser les



investissements au sein du secteur touristique ; elle n'a pas permis de réaliser les ambitions affichées par les promoteurs de cette charte. Les investissements privés étaient encore faibles, en deçà des besoins du secteur touristique.

### *2.2.2. Des entraves importantes*

« Le boom touristique s'estompera si les infrastructures ne suivent pas. C'est élémentaire et pourtant le Maroc a du mal à faire preuve de souplesse dans ses investissements, problèmes de foncier, lourdeur administrative... »<sup>27</sup>. En effet, le développement de l'investissement dans ce domaine se confrontait à des entraves liées principalement au problème du foncier qui engloutit une grande partie du fonds initial, à la complexité des procédures et formalités administratives, au poids de la fiscalité, à la rigidité des textes juridiques et au grand coût du financement résultant de taux d'intérêt jugés prohibitifs.

#### a- la non disponibilité du foncier

Le foncier, levier indispensable de l'investissement en général au Maroc, a constitué, durant la période en question, un handicap important pour le secteur touristique en raison du problème du peu de disponibilités foncières ; ce qui n'a pas aidé au développement du processus de la promotion de l'investissement. Cette situation résulte essentiellement de trois des facteurs. Le premier est la rareté des terrains viabilisés destinés aux investissements touristiques, du fait que l'assiette foncière touristique aménagée était insuffisante pour répondre aux besoins des promoteurs s'intéressant au Maroc. Elle se limitait principalement à la baie de Tanger et d'Agadir aménagées respectivement par la société nationale d'aménagement de la baie de Tanger et la société nationale d'aménagement de la baie d'Agadir créées pour cette fin.

Le deuxième facteur concerne l'objectif recherché par l'Etat. A travers la création de ces deux sociétés, il s'agissait d'acquérir, aménager et viabiliser les terrains et les céder aux investisseurs à des prix attractifs. Cependant, la croissance du secteur touristique était lente : le but fixé n'était pas atteint malgré la constitution d'une réserve foncière très importante.

Le troisième facteur est la lenteur et la complication procédurales pour l'acquisition des terrains domaniaux. Ces deux contraintes, étaient dues essentiellement à l'absence d'une agence et d'un patrimoine fonciers réservés exclusivement à l'investissement touristique,

---

<sup>27</sup> Fatima. Mossadeq, Des investisseurs à gogo. Economie & entreprises. Juillet-aout 2002.p.5

comme c'est le cas dans d'autres pays méditerranéens, par exemple la Tunisie qui a créé très tôt des agences de développement.

Les promoteurs étaient ainsi confrontés à une multitude des intervenants dans la gestion des terrains (terre Guich, terre domaniale, domaine forestier...)<sup>28</sup>, au coût excessivement élevé des terrains et à la spéculation accentuée sur les terrains privés.

#### b- Des procédures administratives complexes et opaques

L'acte d'investir au Maroc faisait également face à des difficultés relatives aux formalités nombreuses et complexes exigées pour la création d'entreprises individuelles et l'aboutissement des procédures administratives nécessaires aux opérations de placements de capitaux.

Cet état des lieux a été décrit par Mohamed Bentabet<sup>29</sup>. En effet, cet auteur a mené une enquête qui a concerné 80 entreprises marocaines et dont l'objectif était d'identifier, d'analyser et de répertorier les entraves à la création de l'entreprise. Il a constaté que, sur le terrain, la promotion de l'investissement touristique, à l'instar des autres secteurs économiques, n'avait pas un environnement favorable. L'une des raisons majeures est que les procédures administratives que chaque promoteur touristique devait entreprendre, avant que les centres régionaux d'investissement ne soient mis en place, sont lentes et compliquées.

#### c- Des textes législatifs rigides

Ces difficultés se situent au niveau de l'application des avantages accordés par les départements concernés particulièrement au niveau régional ainsi que l'absence de décrets d'application de la loi 18-95 formant charte de l'investissement. En effet, promulguée en 1995, la charte de l'investissement n'a été complétée par un décret d'application qu'en 2001. Ce retard a ainsi créé un vide réglementaire pendant une durée de 6 ans, des années nuisibles à l'attractivité du cadre incitatif régissant l'investissement touristique.

---

<sup>28</sup> BANQUE MAROCAINE DE COMMERCE EXTERIEUR. L'industrie du tourisme au Maroc : tableau de bord de l'économie nationale. : Revue d'information de la BMCE, 1999, n°266, p.22.

<sup>29</sup> BENTABET Mohamed. Création d'entreprise : dimension théorique et données marocaines, Casablanca : EDISCA, 2000.p.211.

#### d- Une fiscalité pénalisante

La promotion des investissements dans le secteur touristique est handicapée par une charge fiscale lourde. Dans le rapport rédigé par la Banque Marocaine du Commerce Extérieur, en 1999, les auteurs constatent que « le secteur touristique est un secteur prioritaire dans l'économie marocaine. Néanmoins, il est le secteur le plus taxé en matière d'impôts directes et indirects »<sup>30</sup> ; ces taxes concernent pratiquement tous les produits : la TVA, l'impôt des patentes, l'IGR, l'IS, la taxe urbaine, la taxe d'édilité, la taxe de licence sur les débits de boissons, la taxe sur les débits de boissons, la taxe de fermeture tardive, la taxe d'ouverture matinale, la taxe sur le spectacle, la taxe de séjour, la taxe de promotion touristique, la redevance sur les enseignes, les droits d'auteur et la taxe de la formation professionnelle.

#### e- L'accès au financement difficile

L'entreprise touristique souffrait de la difficulté d'accès au financement liée principalement à l'implication limitée des établissements bancaires dans le financement des projets touristiques en particulier, l'exigence de plus en plus de garanties (souvent sous forme de titres fonciers) sans assumer aucun risque, au manque de fonds de restructuration et de fonds de capital risque, ainsi qu'au taux d'intérêt encore élevé oscillant entre 8.5 et 9 %.

Les pouvoirs publics ont constaté l'inadéquation des dispositifs incitatifs avec l'évolution du secteur touristique ; laquelle évolution était ralentie par la lourdeur administrative, la multiplicité des intervenants, l'opacité et le caractère sinueux des procédures et l'inefficacité des organismes de financement. Ce constat a poussé les décideurs à œuvrer afin d'apporter les réponses adéquates à ces insuffisances, et mettre en œuvre les conditions nécessaires à un redéploiement du secteur touristique sur plusieurs échelons.

La relance du secteur touristique nécessitait la mise en place d'une stratégie nationale concertée impliquant tous les acteurs concernés par le secteur et à même de combler les lacunes ayant entravé jusqu'à la fin du siècle l'investissement touristique.

Le réaménagement du cadre incitatif de l'investissement au Maroc au début du siècle fait également suite aux mutations de l'environnement économique mondial, dont notamment

---

<sup>30</sup> BANQUE MAROCAINE DE COMMERCE EXTERIEUR., « *L'industrie du tourisme au Maroc : tableau de bord de l'économie nationale* », Revue d'information de la BMCE, 1999, n°266, p.23

l'apparition de nouvelles règles régissant les relations commerciales internationales, la concurrence effrénée entre les Etats pour drainer les investissements étrangers. Cette réadaptation institutionnelle était rendue également nécessaire en raison de la conclusion de l'accord de partenariat entre le Maroc et l'Union Européenne visant notamment la création d'une zone de libre échange en l'an 2010. Cet accord exige en effet des entreprises marocaines de se mettre à niveau, et de s'adapter pour pouvoir affronter la compétitivité étrangère, d'une part, et de disposer d'une législation moderne et efficace pour l'incitation à l'investissement, d'autre part.

### **3. La politique promotionnelle de l'investissement touristique de 2000 à 2020 : l'Accord Cadre et le Contrat programme (Visions 2010 et 2020)**

Cette volonté d'une stratégie globale de l'investissement au Maroc, stratégie destinée à s'adapter aux multiples défis économiques qui se posent à notre pays et qui sont les fruits de la globalisation et de la mondialisation, est à la base de l'accord cadre 2001-2010 (Vision 2010) et du contrat-programme 2010-2020 (Vision 2020).

Ces programmes étalés chacun sur une décennie se prolongent. Celui de la 2<sup>e</sup> décennie de ce siècle s'inscrit dans la continuité de celui de la décennie précédente ; il le complète et le corrige. Ces deux programmes se sont tous deux tracés comme objectifs l'amélioration de la qualité de l'offre touristique et la restauration de la compétitivité du secteur en envisageant des mesures à des niveaux différents, essentiellement : fiscal, foncier, financier et administratif.

#### **3.1. L'allégement fiscal**

Au niveau de la fiscalité liée au secteur touristique; il s'agit de :

- Ü faire bénéficier le secteur touristique des dispositions de l'article 3 de ladite charte stipulant que les biens d'équipement, matériels et outillages sont passibles aux taux minima en matière d'importation ;
- Ü doter l'investissement touristique d'une réduction de l'impôt sur les sociétés pour le montant de chiffre d'affaires réalisé en devises ;
- Ü réduire la TVA appliquée au transport terrestre, aux activités des agences de voyage et aux restaurants à 10% et à l'hôtellerie à 7% ;
- Ü appliquer la circulaire de 1967 relative à l'impôt des patentes ;
- Ü aligner la taxation de la cession de fonds de commerce hôteliers au droit commun;

- ü baisser le seuil de l'investissement requis pour l'élaboration de convention avec le gouvernement de 500 à 200 millions de dirhams ;
- ü supprimer la double imposition locataire-gestionnaire au titre des patentes ;
- ü simplifier et rationaliser les taxes et impôts locaux (élimination de la taxe sur les débits de boissons, suppression de la taxe sur les spectacles d'animation dans les établissements d'hébergement touristique, uniformisation des taux de la taxe de séjour, etc.) ;
- ü exonérer les entreprises touristiques des charges sociales patronales pour les nouveaux emplois créés pendant les 5 premières années d'exploitation ;
- ü faire bénéficier les porteurs d'actions dans les sociétés hôtelières de dégrèvement fiscal sur l'IGR afin de drainer l'épargne vers le secteur.

### **3.2. Les disponibilités foncières**

Pour pallier au problème des disponibilités foncières dont souffre l'investisseur touristique, ces deux programmes de développement ont prévu la création d'une agence foncière touristique afin de mettre à la disposition des promoteurs un portefeuille des sites touristiques à des prix compétitifs. Cette action étant toujours en cours d'étude, le Département du Tourisme à travers la DAI et les deux sociétés d'aménagement (SNABT et SONABA) se chargent de constituer des réserves foncières à mettre à la disposition de l'investisseur touristique. Les efforts de constitution de réserves foncières sont orientés de manière à développer davantage le produit balnéaire et de repositionner l'offre culturelle.

### **3.3. L'allègement et le soutien financiers**

Sur le plan financier, le but est de surmonter les difficultés de financement de l'entreprise touristique. Ces programmes ont prévu l'institution d'un certain nombre d'actions en l'occurrence :

- ü créer un fonds de promotion des investissements ;
- ü renforcer l'implication de la caisse centrale de garantie dans la construction des établissements d'hébergement afin d'assurer aux promoteurs un financement à des conditions avantageuses. La Caisse Centrale de Garantie (CCG) étant un établissement public régi par la Loi n° 47-95 (promulguée par le Dahir n° 1-96-107

du 7 août 1996), accorde des garanties de crédit au profit des établissements touristiques.<sup>31</sup>

- ü impliquer Dâr Ad-Damâne (société anonyme de droit privé), qui est une Institution de Garantie des crédits bancaires, d'investissement et de fonctionnement, dans la garantie des crédits touristiques ;
- ü mettre en place un fonds spécial de rénovation à taux bonifié garanti par la caisse centrale de garantie pour permettre aux entreprises hôtelières de disposer de crédits à taux préférentiels en vue de mettre à niveau leurs établissements.

En effet, le fonds Hassan II a créé un mécanisme de financement conjoint (banques/CCG ou Dâr Ad-Damâne) destiné spécifiquement aux opérations de rénovation hôtelière. Cette nouvelle ligne de crédit dite Renovotel est actuellement gérée par la CCG et Dâr Ad-Damâne ; elle permet d'octroyer des crédits dans la limite de 50 % du montant sollicité par le promoteur, les 50 % restant sont financés par les banques. Quant à la part du crédit octroyé par le fonds Hassan II, elle est remboursable sur une période de 10 ans, avec un différé de 2 années, pour un taux d'intérêt de l'ordre de 2 %.

### **3.4. Allègement des procédures administratives**

Au niveau de la lenteur administrative, la multitude des procédures légales ou réglementaires retardent, certes, l'acte d'investir. Mais elles sont nécessaires, car la liberté d'entreprendre - consacrée par la constitution marocaine- exige un cadre juridique capable de rassurer l'investisseur et garantir la sécurité et l'égalité de tous devant la loi, ainsi que la mise en jeu d'une concurrence saine et loyale.

Cependant, dans le cadre de la nouvelle politique de promotion de l'investissement initiée par les pouvoirs publics, ces procédures ont été allégées et leur mise en œuvre devrait se réaliser en adoptant une approche de proximité envers les investisseurs : « afin de mettre un terme à multiplication et à la complication des mécanismes juridiques et administratifs, à l'origine de l'avortement de beaucoup de projets (...) l'investisseur trouvera à sa disposition, pour créer son entreprise ou développer ses investissements, un responsable et un interlocuteur unique, un espace également unique et situé le plus près de lui, ainsi qu'un formulaire unique »<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> CAISSE CENTRALE DE GARANTIE. Adresse URL : <http://www.ccg.org.ma/presentation/index.html>.  
Date de consultation, avril 2004

<sup>32</sup> Extrait du discours royal du 12 octobre 1999.

D'autres mesures incitatives ont été mises en place. Parallèlement à toutes les actions précédentes, les pouvoirs publics ont adopté des mesures destinées à améliorer l'environnement général de l'investissement au Maroc, il s'agit principalement de :

- ü l'institution des tribunaux de commerce pour assurer une justice des affaires fiable et rapide, garantissant les intérêts des promoteurs nationaux et étrangers ;
- ü le réaménagement et l'actualisation du code de la douane ;
- ü l'élaboration du code de travail ;
- ü l'élaboration du code de la concurrence et des prix, appelé à réglementer les différents aspects de la vie économique.

Au niveau de l'investissement touristique étranger, la stratégie de relance du secteur touristique prônée par le Maroc, à travers ces deux contrats-programmes, a été à l'origine de la confiance des investisseurs internationaux à venir placer leurs capitaux dans le tourisme. En effet, plusieurs leaders du tourisme au niveau international ont placé leur confiance dans le secteur touristique marocain et ont placé d'importants investissements dans ce secteur tels que Accor et Thomas Cook.

## **Conclusion**

Pour promouvoir le tourisme, le cadre institutionnel des investissements n'a cessé d'évoluer et de changer, depuis *le code de l'investissement touristique* de 1964. L'évolution de ce cadre, qui visait l'attraction et l'assainissement de l'environnement des investissements, prenait progressivement en compte la politique la politique régionale.

Les différents codes ont certes attiré des investissements, mais leur volume n'était en deçà de l'espérance et n'a pu développer vraiment le tourisme. Le secteur avait d'un économique global, que la vision des deux décennies 200-2020.

## Conclusion

Les investissements touristiques, qui se classent sur des bases très différentes, se déclinent sous des types différents. Ils sont tous représentés par le secteur touristique marocain, comme le montrent les nombreux exemples donnés dans le premier chapitre. Cependant, les 6 programmes constituant le plan des visions 2020, les investissements privilégiés sont les investissements directs étrangers (IDE).

Durant près de cinq décennies, le cadre institutionnel des investissements a changé et a été réaménagé en fonction des objectifs, des réussites et des échecs. L'évolution de ce cadre, qui visait l'attraction et l'assainissement de l'environnement des investissements, prenait en compte fondamentalement trois contraintes. La première est la régionalisation. Cet aspect se manifeste progressivement dans les codes et la charte des investissements et dans les différentes mesures foncières, financières et fiscales prises durant ces décennies. Il se voit également dans l'importance progressive des différentes structures et instances créées au niveau de la région pour gérer le secteur du tourisme. La deuxième contrainte est constituée par la recherche de multiplication des mesures permettant des facilités foncières, financières et fiscales. Enfin, la dernière contrainte est la recherche de l'industrie marocaine de s'adapter à la mondialisation de l'économie et à la libéralisation du commerce.

Ce cadre est promu à l'échelle internationale, d'où l'importance des IDE. Il devrait également être promu à l'intérieur du Maroc pour drainer l'investissement national vers le tourisme des niches à potentiel touristique.



## **2° P A R T I E**

### **La situation de la région orientale dans le tissu touristique marocain**

## **Introduction**

Le contrat programme, qui s'inscrit dans la vision stratégique de la vision 2020 prolonge, corrige et développe celui de la vision 2010, est l'aboutissement d'une expérience longue de plus d'un siècle, depuis l'indépendance, dans le domaine du tourisme. Il est le résultat d'une vision globale et intégrée de développement du secteur touristique. L'un des impératifs stratégiques de cette vision, présente dans le programme de la décennie précédente, est la régionalisation. En effet, la région est au cœur de cette nouvelle politique de développement durable du tourisme. Les professionnels publics et privés dans les régions, réunies dans des structures régionales, notamment les agences régionales du tourisme et les centres régionales d'investissements, sont tenus, par un contrat signé, de mettre en œuvre cette politique. Ils doivent proposer un plan de travail pour le développement du tourisme spécifique à leur régions (voir la fiche Mada'in, en annexe, qui décline les étapes de l'étude relative à l'oriental) et le réaliser. Ce plan met en évidence les atouts, les sites à potentiel touristique et les opportunités touristiques et présente le plan d'action et un plan de financement.

La deuxième partie de cette recherche est essentiellement l'identification des atouts et opportunités touristiques de la région orientale du Maroc (1<sup>o</sup> chapitre) et une mise en évidence de la politique régionale dans le programme 2020 (1<sup>o</sup> chapitre).

# ***Chapitre 1***

## ***Le potentiel touristique de la région***

### **Introduction**

L'Oriental érige le tourisme en priorité de développement socioéconomique. Les nombreux atouts sont très variés, ils peuvent être classés en deux ensembles. Le premier est le balnéaire ; la région dispose en effet d'une riche réserve foncière sur près de 200 kilomètres de littoral. Le deuxième ensemble est constitué d'une richesse très importante et très variée pouvant répondre à des besoins touristiques très variés. Il s'agit des nombreuses niches à grand potentiel touristique parsemées dans le vaste espace de l'oriental : désert, thermal, montagne, etc.

### **1. Aperçu du potentiel économique et sociodémographique de la région**

#### **1.1. Des données générales**

La Région de l'Oriental occupe une position géographique privilégiée : elle est limitée

- à l'Est par sa frontière avec l'Algérie, de Saïdia jusqu'à Figuig, sur une longueur d'environ 430 Km,
- au Nord par la Méditerranée ; elle dispose d'une large côte maritime sur la méditerranée s'étalant sur 200Km,
- à l'Ouest par la Région de Taza – Al Hoceima – Taounat,
- au Sud – Ouest par la Région de Fès – Boulmane,
- au Sud par la Région de Mekhnès – Tafilalt.

Sa Superficie est de 82.820 Km<sup>2</sup>, représentant environ 11,6% de la superficie totale du pays (près de 9 fois la superficie de la Région de Rabat-Salé-Zemmour-Zâaer ou presque la moitié de la superficie de la Tunisie).

La population de cette région, selon le recensement général de la population et de l'habitat de 2004, s'élevait à 1.908.905 habitants, représentant environ 6,4% (au lieu de 6,8% en 1994) de la population totale du Royaume. Près de 3/5 (58%) de la population est concentré dans les agglomérations urbaines. Tandis que la population rurale ne connaît qu'une légère croissance au profit du processus d'urbanisation dont les conséquences sont claires au niveau des différents centres urbains de la région.

Sur le plan administratif, la région orientale regroupe la préfecture d'**Oujda- Angad** et six provinces : **Berkane, Taourirt, Jerada, Figuig, Driouch (créée 2009)** et **Nador**.

Le climat de cette vaste région est aride au sud et semi aride, voire humide au nord, et ce au fur et à mesure qu'on s'approche du bassin méditerranéen. La région connaît certaines difficultés en matière d'approvisionnement en eau potable. Des efforts ont été consentis ces dernières années afin de sécuriser la population en matière d'alimentation en eau potable. Deux barrages d'une importance considérable ont été construits sur l'Oued Moulouya: Le barrage de Mohammed V et celui de Machrâa Hammadi. Le troisième barrage a été construit, récemment, sur l'Oued Za: le barrage Hassan II.

## **1.2. Les indicateurs économiques de la région**

L'économie de la région est essentiellement une économie traditionnelle, à l'exception des pôles tourisme et technologies de l'offshoring. Elle est caractérisée par la domination des activités du secteur tertiaire (commerce et services) avec une large prolifération des activités non organisées. La proportion de la population active occupée dans ce secteur a atteint en 2005 et 2009, respectivement, 46% et près de 51% du total de la main d'œuvre employée dans la région.

Au second rang, le secteur agricole mobilise une main d'œuvre qui représente 33% des postes d'emploi disponibles dans la région. Cependant, l'emploi dans ce secteur est sujet à des fluctuations plus ou moins importantes en fonction des aléas climatiques. En outre, les zones irriguées ne représentent que 14.5% des terres cultivables, mais elles garantissent toutes seules l'existence des cultures pérennes.

L'élevage des ovins et des caprins, pratiqué sur de vastes étendues, notamment dans les hauts plateaux du sud, constitue la principale ressource des populations de cette zone.

Dans le domaine de la pêche, la région de l'Oriental dispose d'une façade maritime importante sur la méditerranée (environ 200 km) lui permettant d'exploiter les différentes richesses halieutiques. Il importe également de signaler que les infrastructures portuaires de

Béni-Ansar et Ras-Kebdana sont à même de participer au développement du secteur de la pêche et d'encourager l'instauration d'industries halieutiques.

Le secteur secondaire (industries et mines) a des difficultés pour s'affirmer. En dépit de l'évolution notable qu'il a connu durant les dernières décennies, il n'arrive pas à drainer suffisamment d'investissements pour lui permettre de s'épanouir et de contrecarrer complètement le commerce transfrontalier de contrebande et les activités informelles. Ce secteur économique souffre également des coûts de production relativement élevés en comparaison avec d'autres régions (transport, énergie, eau, ...). Cette situation a eu comme conséquence directe, une faible participation de l'industrie régionale au produit industriel national. La région enregistre ainsi des taux annuels variant de 3 à 5% des valeurs nationales, en termes de valeur ajoutée, de chiffre d'affaires, d'investissements et d'exportations. Avec la nouvelle dynamique imprimée au secteur économique depuis 2003, ce taux a atteint 6%. Les principales unités industrielles sont localisées aux alentours des villes d'Oujda et de Nador : SONASID, COLAIMO, HOLCIM, SUCRAFOR.

### 1.3. Les indicateurs socio-démographiques de la région

<b>Population</b>	<b>1 918 094</b>
Taux de croissance démographique (%)	0,8
Taux d'urbanisation (%)	61,7
Taux de densité de la population (hab. /km <sup>2</sup> )	23,2
Taille moyenne des ménages (personnes/ménage)	5,2

**Tableau 1 : Indicateurs démographiques de la région de l'Oriental**

Sur une population de près de 2 millions d'habitants, environ 62% est concentré dans les villes, tandis qu'un peu plus du tiers (près de 38%) seulement réside en milieu rural. La densité moyenne s'élève à 23,2 hab. /km<sup>2</sup>, sachant qu'elle atteint des niveaux très élevés dans le nord et des taux faibles en allant vers le sud de la région.

La population de la région d'Oujda est majoritairement jeune.

<b>Moins de 15 ans</b>	<b>27</b>
<b>Moins de 25 ans</b>	<b>49</b>
<b>Moins de 30 ans</b>	<b>58.1</b>

**Tableau 2 : caractéristiques de la structure de la population de la région de l'Oriental selon l'âge (en %)**

Plus du quart de la population n'a pas encore atteint 15 ans et près de la moitié des habitants ont un âge n'excédant pas 25 ans. Ce qui nécessite la préparation et la mise en place de structures pouvant servir cette tranche importante de la population en matière d'établissement scolaire et universitaire et en matière d'équipement socio-culturel, ainsi que la dynamisation du marché du travail dans la mesure où une fraction non négligeable de cette population est formée de demandeurs d'embauche.

	<b>1994</b>	<b>2004</b>	<b>Taux de croissance</b>
Urbain	975978	1183355	1.9
Rural	792713	734739	-0.8

**Tableau 3 : Flux migratoires dans la région de l'Oriental (en %)**

Le tableau précédent montre que le taux de croissance des flux migratoires est en faveur du milieu urbain enregistrant un taux positif (presque 2%), tandis que l'espace rural de la région perd son attractivité en matière de migration (soit un taux négatif : -0,8% durant la période intercensitaire 1994-2004). Ce fait peut être expliqué par le processus de sécheresse que connaît la région depuis plusieurs années et qui pousse les ruraux à quitter leurs villages et douars pour s'installer dans les zones urbaines.

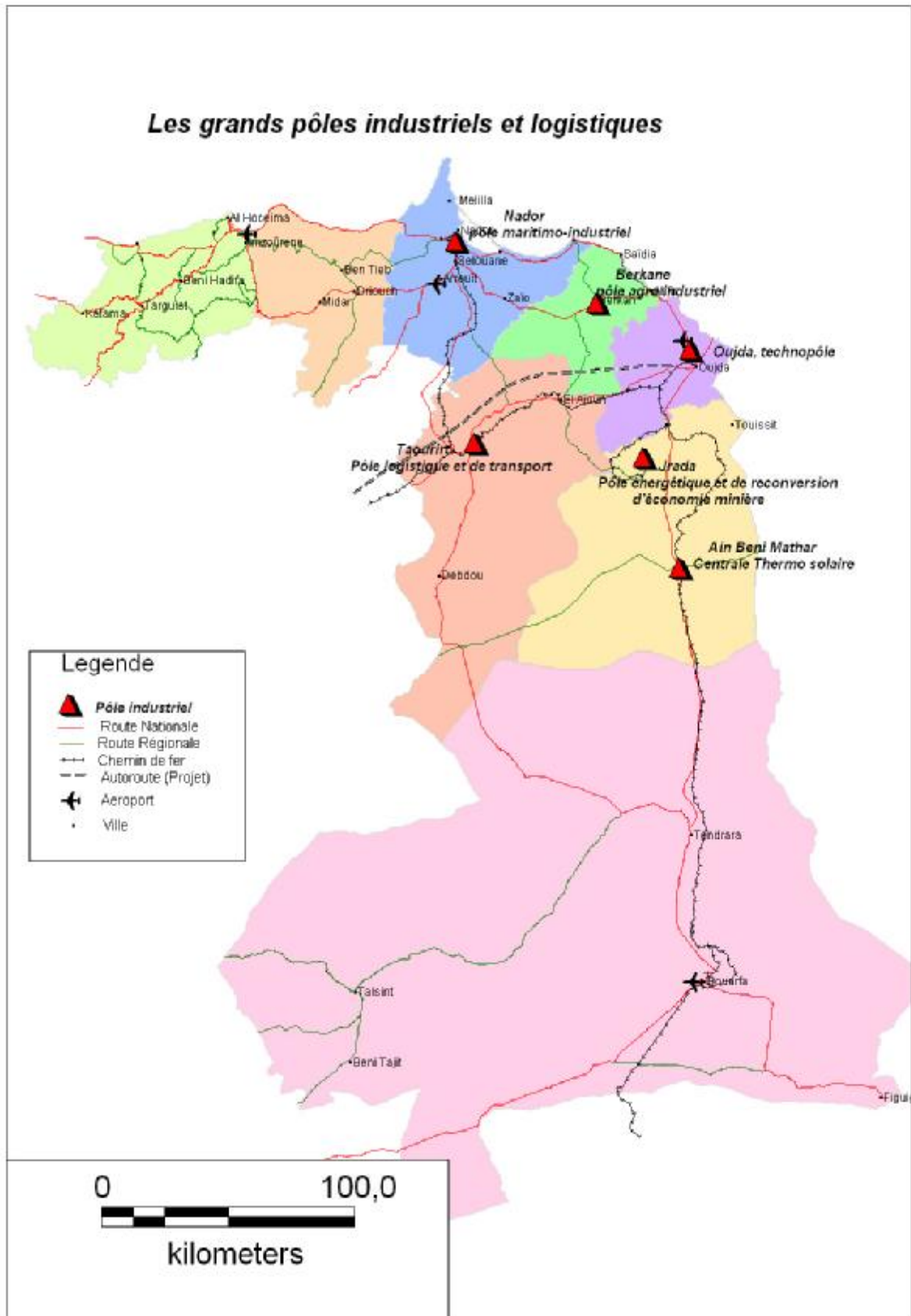
L'analphabétisme est très élevé dans notre région (42,9), il touche beaucoup plus les femmes (54,2) que les hommes. La région présente d'autres lieux de disparité entre les genres, comme le niveau de scolarisation dans le milieu urbain et le milieu rural qui est, respectivement, de 11% et 2,4 au lycée et de 6,6 et 1,1 au supérieur. Il est de même de la scolarisation des garçons et des filles.

	<b>1994</b>	<b>2004</b>
Masculin	67.6	83.2
Féminin	59.8	78.4
<b>Ensemble</b>	<b>68.4</b>	<b>80.8</b>

**Tableau 4 : Taux de scolarisation dans la région de l'Oriental selon le sexe (en %)**

Certes, un constat positif est à relever dans la mesure où les taux de scolarisation ont nettement augmenté durant la décennie 1994-2004. Néanmoins, des efforts doivent encore être entrepris en vue d'atteindre des taux de scolarisation satisfaisants.

Carte élaborée par M. Essadek Abdelhaq, professeur de géographie à l'université Mohammed 1<sup>er</sup> Oujda



## 2. Le potentiel touristique culturel

Fondée en l'an 384 de l'hégire (994) par Ziri Ben Attia de la tribu des Zénètes Maghraoua, cette ville était la capitale de son fief s'étendait de l'Ouest Algérien jusqu'à Fès. Durant ces dix siècles, la large région qui entoure cette ville représente actuellement 7% du territoire national ; elle a connu des périodes de prospérité et des périodes de récession. Elle fut conquise et reconquise par des tribus différentes ; elle fut longtemps l'objet de convoitise des Ottomans installés dans le reste du Maghreb et l'un des premiers territoires occupés par les français.

Mais au cours de toute son histoire, elle est restée rattachée aux différentes dynasties marocaines. Son histoire a toujours été liée à celui du Maroc ; sa situation actuelle ne peut se comprendre que si on l'intègre dans l'histoire du pays. En d'autres termes, la présentation de la région orientale ne peut se comprendre complètement que si on l'intègre dans son environnement national.

En effet dans le secteur du tourisme, la région d'Oujda, à l'instar des autres régions du royaume, bénéficie et profite de la réputation et de la situation du pays. Elle est aussi partie intégrante de la politique nationale dans le domaine de l'économie, y compris le secteur touristique, auquel le Maroc accorde une place.

La région de la ville d'Oujda qui s'inscrit dans la mosaïque culturelle et touristique nationale présente certains atouts propres. Cette ville millénaire a vu, durant plus de dix siècles, ses remparts tour à tour se détruire et se reconstruire ; une bonne partie de ses remparts reste cependant bien conservée en dépit des traîtrises du temps. La ville connaît un développement rapide au XX<sup>ème</sup> siècle, en raison de la position privilégiée qu'elle occupe à un nœud ferroviaire et routier. Elle se développe autour d'un centre administratif et commercial de style européen et comprend des quartiers d'aspects variés.

### 2.1. Sites touristiques

L'Oriental marocain recèle de nombreux monuments et curiosités historiques :

- *Bab Sidi Abdelouahab* : cette porte, percée dans les remparts, est construite au XIII<sup>ème</sup> Siècle, c'était un lieu de rencontre de plusieurs spectacles.
- *La Grande Mosquée*, construite sous le règne de Ennaser en l'an (604-1208), fût réaménagée et dotée d'un minaret sous le règne d'Abou Youssef.



- *Musée Lalla Meryem* : lieu très ombragé et fréquenté par la population locale en quête de calme et de détente, il renferme de nombreuses curiosités. Le siège et les bureaux du Syndicat d'Initiative et de Tourisme s'y sont installés.
- *Parc Lalla Aïcha* : cet espace d'une superficie de 20 Ha est créé en 1935 ; il constitue aujourd'hui l'espace vert le plus important de la ville.
- *Dar Essebti* : ancienne d'hôtes située en face de la Kasbah d'Oujda, abrite les soirées chantées du Gharnati.
- *Place Sidi Ziane* : L'école Sidi Ziane construite en 1907.
- *L'ancienne Médina* : est construite en l'an 994 par Ziri Ben Attia ; elle conserve son cachet strictement traditionnel : La kasbah ; les trois fontaines ; Hammam El bali avec son style Andalous ; les ruines Mérinides des Béni-Ouattas ; la Medersa qui témoigne de l'intérêt porté au culturel.
- *Bab Al Gharbi* : est la principale porte du côté Ouest, elle se dresse timidement et rappelle le style architectural imprégné sur toutes les portes construites par les dynasties qui se sont succédées. Elle permettait la liaison d'Oujda avec le Maroc intérieur. Elle s'appelait également « la porte des têtes » : les têtes coupées des insurgés étaient accrochées sur les remparts à côté de cette porte.
- *Sidi Mâafa* : est un site important au pied de Jbel Hamra. Avec sa couverture forestière et son altitude, il constitue un cadre naturel agréable et un panorama sur la ville d'Oujda.
- *Sidi Yahya* : est le point de rencontre de diverses civilisations, cette oasis abrite également les mausolées de plusieurs Saints dont le plus vénéré est celui de Sidi Yahya Benyounés. Pour certains chrétiens, il s'agit de Saint John, fils de Jonas contemporain de Jésus. Pour les Juifs c'est un Rebbi Castillan installé à Oujda en 1391. Les croyances populaires en attribuent une " Baraka "provenant d'une longue vie de quatre vingt ans passées dans l'adoration de Dieu. Musulmans et juifs continuent jusqu'à nos jours d'organiser des moussems autour de ce marabout.
- *Kasbahs* : Taourirt édifiée sous le règne du Sultan Abou Yâacoub Youssef, Le mérinide en 1295 ; Kasbah d'Oujda édifiée également sous le règne du Sultan Abou Yâacoub Youssef en 1298 et restaurée par Moulay Ismaïl en 1680 ; Kasbah El Aïoun édifiée sous le Sultan Hassan 1er au XIX ème Siècle ; Kasbah de Saïdia édifiée sous le Sultan Hassan 1er en 1883 ; Kasbah Selouane édifiée sous le Sultan Moulay Ismaïl au XVIIème Siècle.

## **2.2. L'artisanat de l'Oriental**

Le tissage de couvertures, de Djellabas en laine ainsi que le Haïk font la spécialité de l'artisanat de la région orientale du royaume. La plupart des foyers de la région disposent de ce type de couvertures dont le poids peut aller jusqu'à 20 Kg. Cette tendance à la confection de couvertures en laine trouve son explication dans l'abondance de la laine dans la région. En outre, ces couvertures changent de style suivant les zones de production : ainsi, Debdou est réputée pour ses "Hambel" et "Hchaïchi" ainsi que pour ses djellabas et burnous ; Figuig se distingue notamment par sa djellaba de laine, différentes de celles de Ain Béni Mathar et Taourirt.

L'artisanat de l'orient marocain s'étend, par ailleurs à l'exploitation de l'Alfa, espèce forestière couvrant près de 2 millions d'hectares. On en fait des nattes (tapis de campagne) destinées également à la construction des tentes dans certains cas, des tapis avec un mélange d'alfa et de laine. Le tissage de tapis modernes en laine et la broderie sont très prospères notamment dans les complexes artisanaux.

La région orientale du Maroc est aussi réputée pour les fusils de fantasia; les armes des cavaliers et des danseurs, qui fonctionnent à base de poudre et de plomb.

## **3. Le potentiel touristique de montagne**

Entre la ville d'Oujda et la côte Méditerranéenne, se dressent les monts Béni-Snassen qui font découvrir une multitude de grottes, de cascades, de vallées et de gorges.

- Taforalt : est située au Sud de Berkane, au Nord-Ouest d'Oujda, à environ 60km, Taforalt offre un cadre de détente, de promenade et d'escalades.
- Zegzel : à 9 km de Taforalt, la vallée de Zegzel est un espace grandiose boisé avec des sentiers vivaces parcourus quotidiennement par des montagnards, sous un climat le plus souvent agréable car serein et vivifiant.
  - La grotte du chameau : est un site historique et archéologique unique en son genre. Creusée dans une montagne, elle est située à 13km au Sud de Berkane et à 64 km au Nord-Ouest d'Oujda. Elle constitue une véritable oasis de verdure et de fraîcheur.
  - La grotte des pigeons : est un refuge pour nos ancêtres depuis des millénaires comme en témoignent les précieux héritages mis en lumière par les fouilles archéologiques qui ont abouti à l'identité de "l'homme de Taforalt".

- Debdou : est un village à 52 km au Sud de Taourirt, il est située à l'extrémité sud-ouest de la Wilaya, dans une vallée au cœur d'un massif à allure montagneuse et pourvu d'une très belle forêt exubérante. Entourée des plateaux de la Gâada, et abritant la kasbah et les vestiges de la principauté Mérinide, l'ancienne médina de Debdou avec son mellah autrefois étaient très peuplés par les Juifs.
- Taourirt : est une petite ville aux potentialités touristiques diversifiées, à savoir des casbahs, des montagnes et des forêt variées constituées essentiellement de pin, de chêne et d'alfa ; cet environnement constitue un espace où l'on peut chasser différentes sortes de gibier.
- Ain Sfa : est une vallée verdoyante au cœur de la chaîne des Béni-Snassen, la célèbre grotte "El Kahf" s'enfonce horizontalement dans la montagne. C'est un cours d'eau au débit important
- Sources thermales : elles constituent à elles seules un motif de visite indiscutable.
  - La source de Benkachour : située à l'intérieur même de la ville d'Oujda. La température de l'eau est de 50° C., elle est réputée pour la guérison des maladies dermiques et rhumatismales,
  - La source de Sidi Chafi, à 25 km à l'Ouest du centre de Taourirt, est connue chez les patients souffrant des maladies de la peau et des rhumatismes,
  - La source de Fezouane se trouve à proximité de la route reliant Ahfir à Berkane. Elle est réputée pour le traitement des maladies des reins et du foie.

De son côté, La Province de Nador dispose de plusieurs sources thermales qui connaissent un flux considérable : Aïn Chifa, Hamma El Bali et Aïn Messaouda. En outre, les deux barrages, Machrâa Hammadi et Mohamed V, qui constituent deux lacs artificiels sur le Moulouya, sont de véritables pôles d'attraction pour les amateurs de villégiatures, de la pêche et du sport nautique.

#### **4. Le potentiel touristique du désert**

Située à l'Est du Royaume, la province de Figuig s'étend sur une superficie de 56.000km. Elle recèle d'importants sites et attraits touristiques de par sa situation de carrefour reliant l'Est à l'Ouest et le Sud au Nord, par son climat continental semi-désertique, ainsi que par l'existence de monuments historiques très anciens et de paysages variés. Les sites touristiques de cette région sont essentiellement les oasis, les monuments et

vestiges historiques, les montagnes, les dunes de sable et certaines activités telles que la chasse, l'artisanat, les moussems.

Les oasis les plus importantes de la province sont celles de Bouanane, Aïn Chaer, Ich et celle de Figuig.

Elles offrent le repos et la détente aux visiteurs.

- La palmeraie de Figuig est un panorama touristique sans égal, irriguée par l'eau des sources et des puits. Elle comprend plus de 100.000 palmiers dattiers et des centaines d'autres arbres fruitiers.
- Les palmeraies de Bouanane, de Aïn Chaer, d'Ich jouent un rôle touristique non négligeable pour la verdure, l'eau et la sécurité qu'elles offrent aux voyageurs.
- Les eaux thermales de Richael, appréciées pour leur valeur minérale guérissent certaines maladies de la peau.
- Un autre attrait touristique est celui de la médecine traditionnelle telle que l'usage des bains de sable pour guérir le rhumatisme.
- La province détient d'importants monuments touristiques très anciens tels que les minarets, les tours, les mausolées et les clôtures servant d'enceinte aux sept Ksours.
- Les montages et les dunes de sables : les hauts plateaux disposent de la nappe alfatière, alors que les plaines sont balayées par le vent apportant du sable sous forme de dunes toujours en déplacement.
- La chasse : d'un gibier très varié dans certaines localités telles que Mâatarka et Tamlalt.
- L'artisanat : se caractérise par la disponibilité de la matière première telles : la laine, l'alfa, le cuir, l'argile....
- Les moussems : se tiennent régulièrement dans cette région, comme le moussem de Moulay Ali Ben Amar à Talsint et celui de Sidi M'hamed Ben Khattou à Tendrara à la fin du mois de Septembre et au début du mois d'Octobre.

## **5. Le potentiel touristique balnéaire**

La frange littorale est favorisée par les conditions naturelles pour servir de cadre touristique. Sur les 200 km de côtes, s'étendant de l'embouchure du Neckor à l'Ouest jusqu'à celle du Kiss à l'Est. On distingue plusieurs sites de plages au sable fin, d'étendue variable, de l'embouchure du Kert à la pointe Negri : 8 km, plage de Kariat Arekmane : 8 km, plongée par le cordon lagunaire de Sebkha Bou Areg.

### **5.1. Saïdia : 60 km au Nord d'Oujda**

La plage de Saïdia a une longueur de 14 km de l'embouchure de la Moulouya jusqu'à celle du Kiss, frontière naturelle avec l'Algérie. Une profondeur moyenne estimée à 33 mètres, et bordée immédiatement par une forêt d'eucalyptus. Les températures varient entre 15° et 30° C. l'été. La pluviométrie est faible. En été le temps est beau, chaud et sec. La mer est calme et favorable à la natation. La station balnéaire de Saïdia constitue le pôle touristique le plus important de la région économique de l'Oriental. Ce site balnéaire exerce un attrait particulier pendant la saison d'été sur les habitants de la région ainsi que sur ceux des provinces voisines et les marocains résidents à l'étranger.

Le premier noyau de Saïdia date de 1883 et fut l'œuvre du Sultan Hassan Premier qui bâtit une kasbah sur la rive gauche de l'embouchure du Kiss pour servir de poste de surveillance et de borne frontalière face à l'Algérie. Elle devint une station d'estivage depuis la période coloniale.

Sur le plan climatique, elle est nettement avantagée en comparaison avec la côte méditerranéenne occidentale : la moyenne des températures des eaux côtières en été est de l'ordre de 24° à Saïdia contre 20° sur la côte de Tétouan, où la proximité de l'Océan Atlantique explique le rafraîchissement des eaux. La durée de l'insolation est de 2.600 à 3.000 heures par an à Saïdia.

La plage de Saïdia est en train d'être aménagée et exploitée à des fins touristiques. Son cadre naturel réunit tous les éléments recherchés par les touristes et loués par les slogans publicitaires des agences de voyages sous le nom des 3 S : " Sun - Sea - Sand " (Soleil - mer - sable). Si le climat de la région de l'Oriental est dans l'ensemble continental sub - aride, à grandes amplitudes thermiques, la situation géographique de la station balnéaire de Saïdia lui confère des conditions atmosphériques plutôt méditerranéennes caractérisées par :

- des températures : variant entre 1°C l'hiver et 17°C l'été pour les moyennes minimales et entre 15°C et 30°C l'été pour les moyennes maximales ;
- des précipitations : la quasi-totalité des précipitations concerne la basse saison, du début d'octobre jusqu'à la fin mai, le reste de l'année est marqué par une pluviométrie très faible sinon nulle. En été le temps à Saïdia est beau, chaud et sec ;
- la capacité de la plage de Saïdia : ses facilités d'accès et de mise en valeur, la sécurité de la baignade sont autant d'atouts incontestables. Elle bénéficie d'une image de marque appréciable au niveau national et international, ce qui fait d'elle un véritable

pôle d'attraction. Cette image est rehaussée par les équipements qu'offre la ville en matière d'animation et par l'essor qu'ont connu les festivités aussi bien artistiques, culturelles que sportives depuis l'officialisation du festival des arts populaires organisé chaque année, aux mois de juillet et août. Durant la saison estivale, elle connaît une animation débordante aussi bien de jour que de nuit. On peut profiter d'un soleil doux et radieux, d'une magnifique baie donnant sur une mer azurée et de multiples divertissements et manifestations.

- Ras El Ma : près de 9 km de sable gris fin se développent depuis la pointe de Ras El Ma jusqu'à l'embouchure de la Moulouya. Il s'agit d'une plage bien abritée, du moins dans sa partie ouest, et adossée à une ancienne falaise d'une quarantaine de mètres de hauteur. Entre la falaise et la mer, de petites dunes ont fait l'objet d'un boisement en eucalyptus qui donnent à la plage un aspect très avenant.
- Kariat Arekmane : de longueur totale 8.000 mètres, est le prolongement est du cordon littoral jusqu'aux falaises d'argile de Jorf Erroum. La plage se rétrécit à l'Est du village de Kariat Arekmane.
- Miami Plage : est la plage de Nador proprement dite, elle se développe sur le cordon lagunaire jusqu'au chenal de la sebkha Bou Areg sur une longueur de 2500 mètres.
- Cordon Lagunaire : Plage de 10.000 m jusqu'au rétrécissement du cordon lagunaire.
- Pointe Negri : situé à l'est de l'embouchure de l'Oued Ighzer, cet espace est une succession de 3 criques. La dernière étant la plus importante (200m de plage). La profondeur des plages est moyenne ; leur longueur totale est de 350 m.
- Oued Kert : il s'agit d'une plage de 8 km ; elle prend naissance légèrement à l'Ouest de l'embouchure de l'Oued Kert, et se développe essentiellement à l'est de cette embouchure jusqu'aux abords de la pointe Negri. Elle présente une assez grande profondeur.

## **5.2. Les sites de Nador susceptibles d'accueillir les investissements touristiques**

Huit sites touristiques balnéaires importants existent au niveau de la province de Nador (voir annexe : sites balnéaires Nador). Rappelons que suite aux hautes instructions royales pour le développement du tourisme interne, la province de Nador a été sélectionnée parmi les huit régions à l'échelon national pour accueillir des investissements compatibles pour le développement de ce type tourisme.

La province de Nador abrite également 35 sites (essentiellement des plages ou des débarcadères) qui sont à forte potentialité touristique (voir annexe Sites de pêche artisanale) ; elles sont caractérisés par la pêche traditionnelle et seront amenés à être aménagés comme des sites touristiques.

## **6. Le potentiel touristique des niches : le train du désert et autres produits de niche**

Le tourisme de niche est, certes, un tourisme à petite échelle qui vise des volumes de 1 000, 2 000 ou 5 000 personnes ; mais il peut influencer sur la vie de la région. Pour cette forme de tourisme, la région orientale recèle de diverses potentialités touristiques qui allient des caractéristiques à même de faire de cette partie du Maroc un lieu unique en son genre. On peut distinguer le produit de niche « train du désert » comme produit phare et de nombreux autres produits de niche liés à des sites à grand potentiel touristique diversifié.

### **6.1. Le train du désert**

Le train du désert est mis sur les rails sur l'axe Oujda-Bouâarfa. Cette ligne ferroviaire, longue de 350 km, date de la période coloniale. Elle appartenait à la société MerNiger, créée au temps du protectorat, pour relier la mer Méditerranée à l'Afrique noire, c'est-à-dire au Niger, d'où son nom. Mais le projet a été abandonné en cours de route et la ligne de chemin de fer qui est partie d'Oujda s'est arrêtée à Bouâarfa. Aujourd'hui, cette ligne est exploitée dans un but touristique. En effet, un promoteur séduit par l'idée a procédé à un test sur ce trajet pittoresque, avec à bord quelque sept cents touristes. Actuellement, il exploite cette ligne par le biais de son agence de voyage à Errachidia « SpratTeam Travel », qui a rendu cette région désertique accessible. Au cours des trois dernières années, plus d'une vingtaine de voyages sont réalisés annuellement, contre onze voyages en 2007 et deux en 2006.

Plusieurs raisons expliquent l'initiation de cette activité touristique dans la région orientale par l'agence « SpratTeam Travel », notamment :

- le Sud de la Région de l'Oriental est peu développé sur le plan touristique
- des Potentialités naturelles et culturelles riches et variées;
- rendre cette région facilement accessible ;
- attirer une clientèle à haut apport économique ;
- l'Enrichissement du Produit « PAT de l'Oriental » ;

- proximité de la future station touristique de Saïdia.

## 6.2. D'autres produits de niche à fort potentiel touristique

La région orientale du Maroc abrite d'autres produits de niche à forte potentialités touristiques. Ces sites au nombre de 32 se répartissent entre les différents espaces de cette région :

- *la préfecture d'Oujda Angad :*

L'ancienne Médina d'Oujda, l'oasis de Sidi Yahya, El Kahf d'Aïn Sfa, Aïn Almou d'Aïn Sfa,

- *la province de Berkane :*

Les Monts de Béni Snassen, les grottes du Chameau et du Pigeon, la station thermale de Fézouane, la Kasbah de Saïdia, SIBE de Moulouya,

- *la province de Nador :*

La plage Ras El Ma, la plage Kariat Arekmane, la plage Boucana, la plage El Kallat, la plage Marchica, la forêt Gourougou,

- *la province de Jerada :*

La vallée de Tgafayet, le site de Tissouriyine, les plateaux de Ain Béni Mathar, la montagne de Ras Asfour, le Musée minier de Jerada, le site touristique d'Ain El Karma, le site à intérêt biologique et écologique de Cheikhar,

- *la province de Taourirt :*

La Kasbah de Taourirt, la Kasbah Debdou, la Kasbah de Layoune, le site Tafrente, la forêt de Louasaa El Hamra, la station thermale Sidi Chafi

- *et la province de Figuig :*

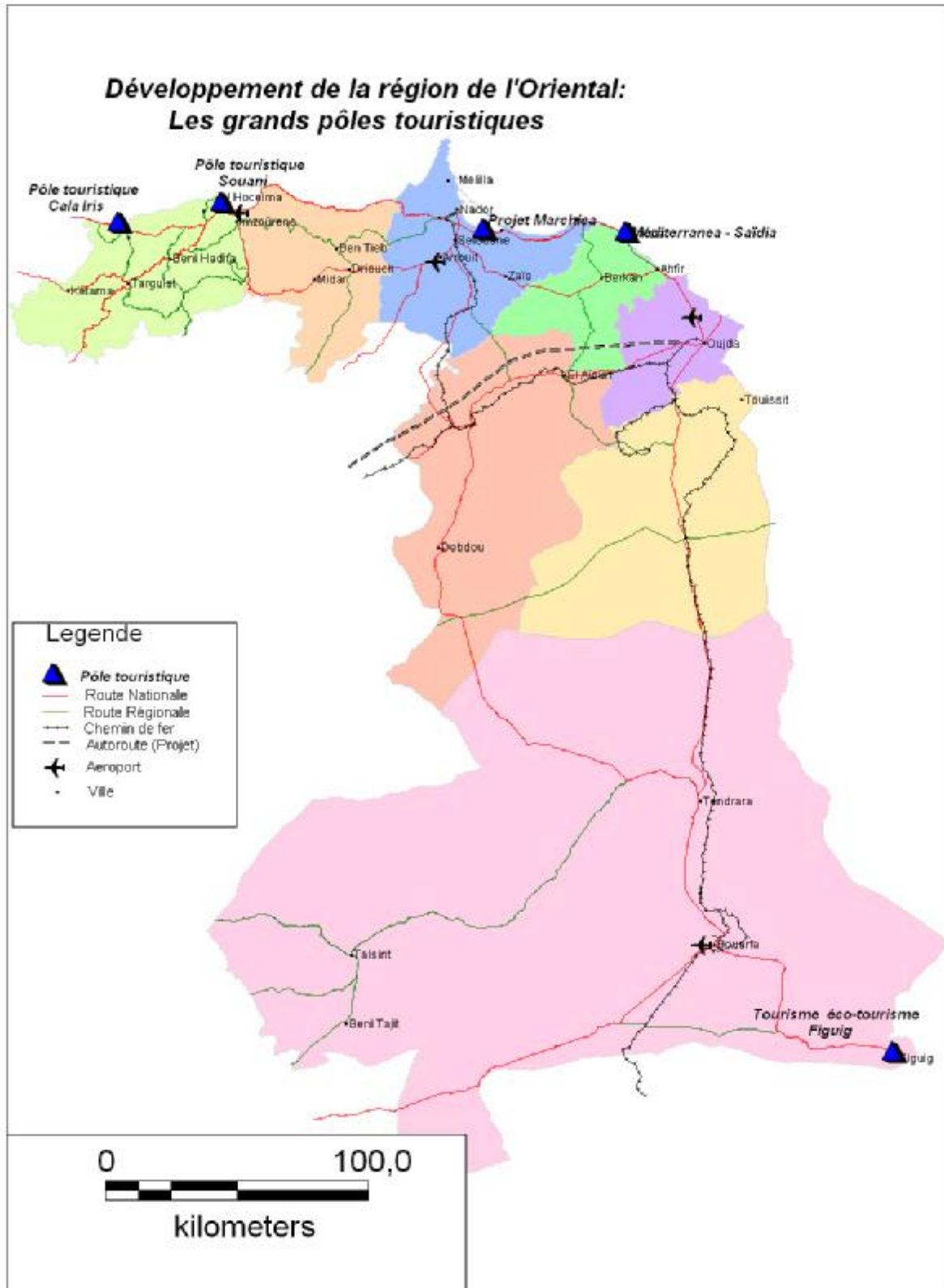
L'oasis de Figuig, les Ksour, les palmeraies et les hauts plateaux.

L'extrême diversité des paysages et des sites montre des atouts naturels et culturels indéniables et révèle un fort potentiel touristique qui en devraient faire de ces sites des produits touristiques attractifs, des destinations phares de diverses cibles partant de celle recherchant les monuments jusqu'à celle visant le tourisme thermal ou de montagne sans pour autant omettre celle cherchant les sites d'intérêt biologique, écologique ou archéologique... Toutefois, l'identification de ces 32 sites ne suffit absolument pas pour permettre à la Région de persévérer sur sa lancée dans une perspective de développement intégré qui fait de l'industrie touristique sa locomotive. Des contraintes existent, notamment la nécessité d'établir un programme d'aménagement de ces différents sites ; lequel



programme devrait faire partie d'un plan d'actions prioritaires pour pouvoir se permettre de parler d'une industrie touristique dans la région orientale. Pour ce faire, il faudrait engager des études pour chiffrer les besoins et étudier toutes les possibilités offertes par lesdits sites.

Carte élaborée par M. Essadek Abdelhaq, professeur de géographie à l'université Mohammed 1<sup>er</sup> Oujda



## **Conclusion**

La région est riche d'un potentiel touristique important (un patrimoine côtier de 200 Km). Et d'un tourisme culturel, désertique, etc., très riche.

La stratégie de développement et de promotion touristiques se doit de prendre en compte ces atouts et potentialités et adopté un traitement équilibré ente les différentes régions de l'oriental. Il importe de réhabiliter les régions du sud et de l'ouest et de développer les sites à potentiel touristique très riche, qui sont nombreux dans ces régions. Le tourisme semble être un vecteur important pour le décroisement et le développement de es régions.

## ***Chapitre 2***

### ***Les visions stratégiques 2010 et 2020 : la région au centre de la politique touristique***

#### **Introduction**

L'Accord Cadre (Vison 2010)<sup>33</sup> et le contrat programme (Vision 2020) rompent fondamentalement avec le passé en matière de politique touristique marocaine. En effet, la vision stratégique de développement touristique dans laquelle se sont engagés les intervenants du secteur est une vision à long terme fondée sur un contrat programme chiffré et détaillé. En outre, l'approche adoptée dans la préparation des deux programmes (relatifs aux deux décennies) est une approche participative: une large concertation a été en effet lancée avec tous les intervenants dans le domaine touristique, qui ont opté officiellement pour cette nouvelle politique touristique. Enfin la troisième raison principale qui marque la rupture avec le passé est que cette stratégie de promotion du secteur touristique est volontariste : la préparation des contrats programmes par les différentes régions circonscrites (voir ci-après le paragraphe « régionalisation ») confirme l'attitude des intervenants dans le secteur touristique : prendre des décisions conformes aux intentions définies et les mettre en œuvre avec fermeté. Ce volontarisme est susceptible de déclencher une dynamique de développement durable et intégré dans le secteur du tourisme marocain.

Par rapport au programme de la 1<sup>o</sup> décennie, celui de la décennie 2011-2020 semble bénéficier d'une efficacité accrue. D'une part, il est adossé à une expérience de dix ans. En effet, il est vrai que la première décennie du programme (2001-2010) était caractérisée parfois par des tâtonnements et des difficultés. M. Mohamed Horani, président de la CGEM, a en effet reconnu, lors de la réunion du comité stratégique du tourisme en octobre 2010, que

---

<sup>33</sup> L'Accord Cadre a été signé, sous la présidence effective du souverain marocain Mohammed VI, le 10 janvier 2001, entre le Gouvernement et la Confédération Générale des Entreprises Marocaines (CGEM). Cet accord 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 œuvre le dispositif stratégique de la nouvelle politique touristique « Vision 2010 ».

«cette démarche militante et participative (de la Vision 2010) a souffert de contraintes et de difficultés qui ont entravé sa mise en œuvre et l'échéancier de ses réalisations». Mais il est évident aussi que l'expérience accumulée durant cette décennie a permis aux opérateurs touristiques d'être mieux outillés pour la réussite du programme de la deuxième décennie. «Conçue avec rigueur et réalisme, la Vision 2020 devrait consolider les acquis importants réalisés dans le cadre de la mise en œuvre de la «Vision 2010» dont elle aura tiré les enseignements nécessaires, après en avoir identifié les faiblesses et les insuffisances».<sup>34</sup>

D'autre part, le contrat-programme 2011-2010 doit assurer une articulation plus étroite du tourisme avec les autres activités économiques ou sociales, comme l'artisanat, la culture, l'agriculture et les ressources naturelles. Pour le gouvernement et patronat marocain, il ne s'agit pas de se limiter seulement aux objectifs chiffrés ; une évaluation approfondie de la Vision 2010 et des différentes réalisations afférentes est indispensable avant de s'engager dans le contrat programme de la prochaine décennie. «Parler de la Vision 2020 pour améliorer le qualitatif est une excellente perspective d'avenir, encore faut-il que le fondement de la stratégie de la Vision 2010 soit revisité», estime Mohamed Horani, président de la CGEM, lors de la réunion précédemment mentionnée.

Ce chapitre vise la présentation des composantes essentielles des visions stratégiques 2010 et 2020, en mettent en évidence les traits qui centrent ces programmes autour de la régionalisation.

## **1. Les objectifs**

La concertation très large entre les intervenants publics et privés a permis de fixer les objectifs suivants devant être atteints à la fin de la décennie en cours :

- doubler les arrivées des touristes : de 9 millions fin 2010 à 20 millions ; la destination Maroc ambitionne en effet de doubler ses parts de marché au départ d'Europe, de recruter 1 million de touristes dans les pays émergents et de multiplier par trois le nombre de visiteurs nationaux ;
- créer 200 000 nouveaux lits hôteliers, au rythme de 20 000 nouveaux lits par an ;
- doubler le PIB touristique de 60 milliards de dirhams à 150 milliards de dirhams ;

---

<sup>34</sup> Discours du souverain lors des dernières Assises nationales du Tourisme tenues à Saïdia L'Economiste Magazine N°19 Janvier 2010

- doubler le nombre d'emplois dans le secteur : de 500 000 à 1 million d'emplois ;
- figurer parmi les 20 premières destinations touristiques mondiales, au lieu de l'actuelle place (la 27<sup>ème</sup> position).

Il nous semble opportun de présenter ci-après quelques résultats de la décennie précédente, pour avoir une idée de l'état d'avancement dans les réalisations des programmes touristiques nationaux et régionaux :

- augmentation des arrivées touristes non-résidents : augmentation générale depuis 2002 : 42% ; entre 2005 et 2006 + 12%, passant de 5.8 à 6.6 millions de touristes ;
- croissance des nuitées : 7% entre 2005 et 2006, contre 16% entre 2004 et 2005 ;
- développement de capacité d'hébergement : de 1520 lits pour la période 1996-2000 à 9000 pour la période 2001-2006 ;
- augmentation des recettes générées : 30% entre 2005 et 2006, passant de 41 à 53 milliards de Dhs.

## **2. Les 6 programmes touristiques du Plan 2020**

Pour garantir l'atteinte de ses buts, le tourisme marocain se réorganise en prenant en considération les évolutions du tourisme international. Le plan d'action de 2020 prévoit la mise en place ou le renforcement de six grands projets structurants qui sont impulsés et soutenus par l'Etat, les investisseurs et les régionaux :

### **2.1. Le « Programme Azur 2020 »**

En continuité avec le Plan Azur 2010 déjà lancé et centré sur la réalisation de six stations balnéaire de «nouvelle génération», ce programme se concentre également sur le développement de l'offre balnéaire. Si certains projets du Plan Azur, qui est le projet phare de la Vision 2010, ont connu un succès relatif, comme la station balnéaire Taghazout qui rencontre des difficultés. D'autres projets de stations balnéaires constituent des réussites. Les sites de Saïdia et de Mazagan, déjà ouvert, devraient drainer plus de touristes, en prenant en considération d'autres activités, notamment les activités d'animation et de loisirs. «Il ne s'agissait pas d'édifier des structures immobilières résidentielles parsemées et quelques hôtels et golfs, en tournant le dos à toutes les formes d'animation culturelle, sportive, éducative et sans s'inspirer et s'imprégner des spécificités de la région et ses habitants qui accueillent ces mêmes stations», rappelle M. Horani. Le plan Azur 2020 devra être à la fois la continuité et l'accélération dans la création de nouvelles stations balnéaires.

## **2.2. Le « Programme Green-Eco-Développement durable »**

Il prévoit la mise en valeur des ressources naturelles dans le respect de l'environnement et de l'authenticité socioculturelle ; Eco & Green valorisera les ressources naturelles du pays et favorisera le développement de l'écotourisme.

## **2.3. Le « Programme Patrimoine et Héritage »**

Il est destiné à mettre en valeur l'offre culturelle, et à faire rayonner l'identité culturelle du Maroc ; il impulsera l'ouverture de musées de niveau international et l'aménagement d'anciens ksour et kasbah en hébergement haut de gamme.

## **2.4. Le « Programme Animation et Loisirs »**

Il vise à développer et à enrichir l'offre touristique hôtelière, et la rendre plus compétitive ; il aura pour la création de centres sportifs et de parcs d'attractions

## **2.5. Le « Programme Niches à Forte Valeur Ajoutée »**

Il envisage de positionner le Maroc comme destination de rang international sur le bien-être ; Niches mettra l'accent sur le bien-être et le MICE

## **2.6. Le « Programme Biladi »**

Il a pour but de favoriser le développement du tourisme national, il est l'une des grandes priorités de la Vision 2020, avec la réalisation des sept stations initialement prévues dans les régions les plus fréquentées par les marocains. Biladi fera de la promotion du tourisme interne et familial une des priorités du secteur, il adaptera l'offre aux attentes des marocains.

## **3. Les lignes directrices**

Le Maroc entame la réalisation du programme 2020 doté d'une d'une très riche expérience accumulée au cours de la période de la mise en œuvre du programme précédent (2001-2010). Les enseignements tirés de l'expérience 2001-2010 et la connaissance et la compréhension des tendances et de l'évolution du marché mondial du tourisme ont permis aux acteurs de la conception et de la réalisation du programme 2020 d'ériger quelques lignes directrices pouvant constituer les prémisses du programme de la vision 2020. Les plus importantes d'entre elles sont au nombre de cinq.

### **3.1. Mettre en place de normes écologiques répondant aux standards internationaux**

Le développement durable constitue un des axes majeurs de la Vision 2020. Le tourisme marocain prend désormais en compte la préservation des ressources naturelles, le maintien de l'authenticité socioculturelle des régions et le développement et le bien être des populations locales. Des « éco territoires » vont émerger : ils constituent de véritables vitrines du Maroc en matière de développement durable.

Le secteur du tourisme devrait en effet mieux s'approprier et prendre en considération la culture de la préservation de l'environnement et de l'écologie. Il ne s'agit pas de sacrifier le confort, mais simplement de faire l'effort de préserver la nature et l'environnement. Le programme prévoit de prendre des mesures, notamment, pour :

- la promotion du pavillon bleu;
- le développement de l'énergie solaire (donc de l'énergie propre et renouvelable) et des techniques de recyclage et de traitement de l'eau.

### **3.2. Promouvoir les ressources humaines**

Tous ceux qui s'intéressent au tourisme savent que ce secteur est par excellence un secteur des services. En conséquence, les ressources humaines constituent le cœur du dispositif du développement, d'autant plus que l'enjeu majeur du programme 2020 est de privilégier davantage l'approche qualité, l'amélioration continue.

### **3.3. Eriger la qualité en priorité**

Le programme 2020 découle d'une vision de la qualité. En effet, les spécialistes du tourisme reconnaissent que l'un des facteurs essentiels du succès des principales destinations touristiques mondiales est la qualité. L'un des concepts clés de la vision 2020 est justement la recherche continue de la qualité, sur tout le parcours du touriste (de l'aéroport d'arrivée à l'aéroport de départ).

Par conséquent, l'assainissement de l'environnement du touriste constitue l'un des éléments prioritaires de la Vision 2020. Les professionnels du tourisme se sont ainsi engagés, pour l'élaboration de la stratégie de la Vision 2020 et la réalisation du programme afférent, de se concentrer sur l'aspect qualitatif, au lieu de se focaliser sur un chiffre, comme le chiffre 10 millions de touristes sur lequel beaucoup ont « fantasmé ». En effet, les participants aux ateliers d'évaluation des résultats du tourisme au cours de la décennie précédente s'accordent à dire que les réalisations du premier plan du tourisme étaient indéniablement intéressantes ; mais elles n'ont pas répondu à toutes les attentes, elles n'ont été toutes à la hauteur des



ambitions initiales. Le chiffre de 10 millions arrivées touristiques a certes été pratiquement atteint durant la décennie en question, mais il ne peut à lui seul refléter le succès de la Vision 2010. Des indicateurs comme le nombre de nuitées, le montant des recettes, la formation des ressources humaines ou encore le taux de retour des touristes ou d'occupation des hôtels sont beaucoup plus décisifs.

### **3.4. Un système de gouvernance plus efficace**

Parmi les entraves essentielles à l'origine des retards et des contretemps observés dans la réalisation du programme 2001-2010, les observateurs avaient pointé le manque d'une structure nationale de gouvernance : l'absence de mise en place d'un véritable dispositif de gouvernance du tourisme à travers une instance nationale de pilotage public/privé. La création d'une telle structure est pourtant stipulée dans le contrat d'exécution du programme. «Le tourisme ne peut se développer sans une coordination centralisée et une planification rigoureuse dont le partenariat entre l'Etat et le secteur privé constitue la pierre angulaire», a indiqué le président du patronat marocain lors de la rencontre signalée précédemment. Il s'agit de mettre en place des mécanismes et des moyens de pilotage adaptés et mieux partagés. En outre, il est souhaitable que l'organisation du pilotage institutionnel soit réduite pour éviter un nombre d'acteurs trop important.

Cette instance, qui sera incessamment créée, aura une vision globale tout au long de l'exécution du programme 2011-2020. Elle sera chargée du suivi et des modifications de la réalisation du programme.

### **3.5. Assurer un développement homogène de l'ensemble du territoire**

L'une des grandes leçons tirées de la Vision 2010 est celle relative à la conception du territoire. En effet, l'approche de la Vision de la stratégie 2020 est non seulement orientée sur le produit et le client, mais elle prend également en considération la région. Il s'agit de s'assurer de la cohérence et de l'homogénéité de l'offre et de l'existence de la clientèle pour satisfaire cette offre à l'horizon 2020. Pour ce faire, chaque région du royaume doit se définir une vocation, et identifier une offre claire qui soit agréée par ses élus et par ses citoyens. Le programme vise à procéder à un rééquilibrage des efforts, notamment des efforts d'investissement, vers les régions où le tourisme n'arrive pas encore à décoller.

#### **4. La régionalisation**

La Vision 2020 est non seulement la stratégie de la qualité et du développement durable ; mais elle est également la stratégie de la régionalisation touristique. Elle a été en effet conçue pour mettre en valeur chacune des régions du royaume, et pour mettre en place un tourisme respectueux de l'environnement de chacune de ces régions. Désormais, il ne s'agit plus de plus de l'offre Maroc, mais des offres Maroc.

Le programme lié à cette vision est amené à jouer un rôle important dans le processus de régionalisation avancée dans lequel le Maroc s'est engagé, en adoptant une démarche novatrice fondée sur un nouveau découpage territorial spécifique, en 8 territoires, qui ne se confond pas avec le découpage administrative :

- Maroc Méditerranée : Saïdia, Marchica et Cala Iris ;
- Sahara-Souss Atlantique : Agadir, son arrière pays (Tafraout, Imouzzar-idda-ouatanane, etc.) ;
- Marrakech Atlantique : Marrakech, le Toubkal et Essaouira ;
- Centre Atlantique : Casablanca, Rabat et El Jadida ;
- Atlas et Vallées : Ouarzazate, vallées et oasis, et Haut Atlas ;
- Grand Sud Atlantique : centrée autour du site de Dakhla ;
- Cap Nord : Tanger, Tétouan, Chefchaouen, Asilah et Larache ;
- Maroc Centre : Fès, Ifrane et Meknès.

Ces territoires présentent une cohérence touristique, une attractivité et une masse critique nécessaires pour un positionnement international. Chacun de ces territoires, doté d'un positionnement et d'une ambition spécifiques, sera l'objet d'une feuille de route précise qui mettra en valeur ses atouts et la stratégie à adopter pour faire profiter au maximum les populations locales. Des primes seront mises en place pour soutenir l'investissement et l'orienter vers les zones moins développées ou émergentes. Ce processus devrait se réaliser en étroite concertation avec l'ensemble des acteurs locaux: élus, professionnels, société civile et acteurs publics. Un effort particulier sera consenti pour développer une offre d'animation culturelle et de loisirs de rang international, à même de renforcer l'attractivité de nos destinations touristiques.

## **5. Les organes de gouvernance**

Le dispositif institutionnel pour la promotion de l'investissement comporte deux types de structures : des structures dotées d'une mission transversale de promotion de l'investissement dans les différents secteurs de l'activité économique au niveau national, et des structures sectorielles chargées de gérer et de promouvoir l'investissement uniquement pour l'activité touristique.

### **5.1. Les structures et instances chargées des missions transversales**

Elles sont au nombre de 4

#### *5.1.1. Le centre d'accueil et d'orientation des investisseurs (CAOI)*<sup>35</sup>

Il est chargé de promouvoir l'investissement au Maroc. Il assume 4 fonctions principales :

- l'information à travers la collecte et la diffusion de toutes les données économiques, statistiques, techniques susceptibles d'intéresser les investisseurs et afférentes à la conjoncture marocaine et ses perspectives de développement,
- l'orientation et l'accompagnement des investisseurs,
- la coordination de l'action des services administratifs,
- l'étude de rentabilité jointe à l'habilité de proposer les aménagements, notamment au niveau des avantages à caractère fiscal.

Ce centre est rattaché directement au cabinet royal ; il est dirigé par un membre de ce cabinet, qui est assisté par des représentants des différents intervenants dans les activités intéressant l'investisseur ainsi que le directeur du CND.

#### *5.1.2. Les centres régionaux d'investissement (CRI)*

Ils sont institués par lettre royale. Ils sont composés de deux guichets : l'un chargé de l'aide à la création d'entreprise ; le second, de l'aide aux investisseurs en leur fournissant toutes les informations dont ils ont besoin et en leur facilitant l'obtention des autorisations nécessaires à leurs opérations d'investissement.

#### *5.1.3. La commission interministérielle des investissements*

Mise en place, dans la cadre de la volonté du gouvernement à améliorer le climat d'investissement au Maroc, elle est chargée des investissements sous tutelle du ministère

---

<sup>35</sup> Institué par le décret royal n° 420-67 du 29 décembre 1967. Bulletin Officiel, 10/01/1968, n° 2880, .p. 19-20

délégué auprès de Premier Ministre chargé des affaires économiques et de la mise à niveau de l'économie dont les missions<sup>36</sup> sont de :

- statuer sur les problèmes qui peuvent bloquer la concrétisation de tout projet d'investissement,
- se constituer comme organe de recours pour les décisions rendues par les centres régionaux d'investissement,
- approuver les projets de convention avec les investisseurs par application des dispositions de l'article 17 de la *Charte des investissements*, ainsi que tout autre contrat liant l'état à l'investisseur ;
- proposer toute mesure destinée à améliorer l'environnement des investissements.

#### 5.1.4. La direction des investissements extérieurs (DIE)

Elle dépendait initialement du ministère délégué auprès du premier ministre chargé des affaires économiques et de la mise à niveau de l'économie<sup>37</sup>. La mission principale de cette direction est de mettre en œuvre toute action susceptible de consolider l'image de marque du Maroc comme pays d'accueil fiable des investissements étrangers. Pour ce faire, elle est chargée de l'accompagnement des investisseurs tout au long de leur parcours<sup>38</sup> :

- L'accueil, l'information et l'orientation : elle accueille et renseigne sur le cadre législatif et réglementaire ainsi que sur les opportunités d'investissements offertes par le Maroc. Elle oriente, également, vers les différents intervenants selon les besoins et la nature de l'investissement.
- L'assistance : parmi les autres prérogatives de la D.I.E., l'assistance des investisseurs depuis l'étape de conception jusqu'à la réalisation effective du projet d'investissement. Elle organise des rendez-vous d'affaires avec les opérateurs du secteur choisi afin d'apprécier de près le tissu économique marocain et soutient les projets d'investissement dans toutes les démarches administratives pour activer le processus de leur réalisation.

---

<sup>36</sup> Ahlam. Jebbar, Pouvoir des walis : le détail des textes et lois adoptés. La vie économique, 22-03-2002. p.14

<sup>37</sup> Au mois de décembre 2007, la Direction des investissements extérieurs (DIE) a quitté la Primature pour être rattachée au ministre du Commerce, de l'Industrie et des nouvelles Technologies dans le cadre du plan Emergence. Mais elle garde son caractère transversal.

<sup>38</sup> Ministère de l'économie et des finances : direction des investissements extérieurs .adresse url : [http://www.mfie.gov.ma/die/t\\_f\\_fra\\_.htm](http://www.mfie.gov.ma/die/t_f_fra_.htm).

- Le suivi des projets d'investissement : après l'investissement, la D.I.E. apporte son aide pour faciliter tous les contacts auprès des administrations concernées par cet investissement afin de lui assurer une réussite durable.

## **5.2. Les structures sectorielles chargées de la promotion de l'investissement touristique: elles sont au nombre de trois.**

*5.2.1. Le Département ministériel chargé du tourisme est, conformément au décret précité<sup>39</sup>.*

Il s'occupe notamment des missions et tâches relatives à la mise en œuvre de la politique du gouvernement en matière de tourisme, d'orienter les investissements et équipements touristiques et d'initier des mesures d'incitation et d'encouragement aux investissements touristiques et veiller à leur application.

Il comprend 4 directions, dont les attributions et les prérogatives sont définies conformément au décret fixant l'organisation du département du tourisme:

- La direction de la planification et de la coordination de la promotion.
- La direction des entreprises et activités touristiques.
- La direction de la formation et de la coopération.
- La direction des aménagements et des investissements.

L'activité de promotion de l'investissement touristique est attribuée à la direction des aménagements et des investissements. Elle est chargée d'étudier toutes les mesures susceptibles d'encourager les investissements touristiques, et d'examiner les projets de réalisation d'unités d'hébergement et d'animation touristique. Elle se compose de deux divisions : la Division des Aménagements et des Equipements et la Division des Investissements. Les missions de cette direction peuvent être schématisées et présentées de la manière suivante <sup>40</sup> :

- recenser, étudier, protéger, équiper et, le cas échéant, promouvoir les sites touristiques en vue d'élargir la gamme de l'offre touristique nationale et contribuer au développement régional ;

---

<sup>39</sup> Décret n° 2-90-73 du 19 Dû-Kaâda 1410(13 JUIN 1990) relatif à l'organisation et attributions du Département ministériel chargé du tourisme in : BO n° 4051 du 20-06-90

<sup>40</sup> EL ALAUI, L, KHETTOUCH, M. Monographie organisationnelle et fonctionnelle du ministère du tourisme.

Rabat : Ministère du tourisme, 1997.p.34.

- contribuer à la constitution d'une réserve foncière dans le domaine du tourisme en liaison avec les départements ministériels et organismes concernés ;
- élaborer la carte touristique nationale et constituer, une base de données foncières, climatologiques, écologiques et économiques pour les besoins de l'administration, des collectivités locales et des investisseurs ;
- assurer la promotion de nouveaux produits touristiques ;
- étudier et proposer toute mesure d'incitation aux investissements touristiques et veiller à la mise en œuvre des dispositions législatives et réglementaires relatives à l'encouragement des investissements touristiques ;
- analyser les informations économiques et sociales en vue d'élaborer des prévisions sur les actions à entreprendre en matière touristique ;
- mettre en place une base de données sur les potentialités marocaines en matière de tourisme.

Toutes ces missions sont de nature à démontrer que la DAI oriente ses activités vers la promotion de l'investissement touristique avec tout ce que cela suppose de bonne gestion de l'information relative aux opportunités d'affaires et au climat d'investissement. Par conséquent, on peut déduire que cette direction se situe au cœur du dispositif institutionnel mis en place afin de promouvoir l'investissement dans le secteur du tourisme.

### *5.2.2. Les services extérieurs du département du tourisme*

Ils comprennent les délégations régionales dont relèvent les délégations préfectorales et provinciales. Ces délégations ont pour mission de veiller, en liaison avec les autorités et collectivités locales et les professionnels du tourisme, au développement harmonieux et intégré du secteur au niveau régional et provincial<sup>41</sup>. Outre, les activités d'accueil, d'assistance et d'information destinés aux promoteurs, les délégations régionales et provinciales du tourisme contribuent à la promotion de l'investissement touristique ; ce qui ressort de leurs missions et attributions réglementaires<sup>42</sup> :

- rassembler toutes les informations utiles relatives aux questions ou projets d'intérêt touristique ;

---

<sup>41</sup> EL ALAOUI L., KHETTOUCH M. Monographie organisationnelle et fonctionnelle du ministère du tourisme, Rabat, Ministère du tourisme, 1997.p.53.

<sup>42</sup> Arrêté ministériel n°2768.94 du 2 Safar 1415 (12 juillet 1994) relatif à l'organisation et attributions des services extérieurs du Ministère du Tourisme. Bulletin Officiel, 16/11/1994, n°4261

- suivre la mise en valeur, l'aménagement et l'équipement des sites touristiques des zones placées sous leur compétence territoriales ;
- participer à l'élaboration et à l'exécution des programmes de promotion et d'animation de leur région.

5.2.3. *Les Conseils régionaux ou provinciaux du tourisme (CRT/CPT)* est un outil de gouvernance régional. C'est une instance mixte (Gouvernement et Confédération Générale des Entreprises Marocaines) créée dans le cadre des dispositions de l'article 57 de l'accord d'application de l'accord cadre<sup>43</sup>. Elle vise à garantir une exécution coordonnée de la nouvelle politique touristique des Conseils régionaux ou provinciaux du Tourisme. Leurs missions consistent en effet à :

- veiller au développement du produit (en harmonie avec la vision nationale);
- apporter un appui à l'ONMT dans la promotion de la destination (plan d'action);
- effectuer certaines missions d'animation et d'intérêt touristique (point info/aéroport, etc.).

Chaque CRT ou CPT, qui est une association de membres actifs, est structuré en 4 collèges représentant chacun un ou plusieurs secteurs d'activités économiques et/ou sociales:

- le collège du secteur associatif privé;
- le collège des collectivités locales et régionales, des chambres de commerces, d'industrie et des services et des chambres d'artisanat;
- le collège des administrations publiques et organismes semi-publics ;
- le collège des promoteurs privés.

#### 5.2.4. *Les Agences de Développement Touristique*

Pour matérialiser la démarche d'aménagement intégrée des territoires, des Agences de Développement Touristique seront créées parallèlement à l'instance nationale. Elles auront pour principales missions de suivre l'exécution des feuilles de route régionales, de développer l'attractivité des destinations et de piloter les projets stratégiques pour garantir l'efficacité de leur exécution. Ces Agences deviendront l'interlocuteur unique sur toutes les questions liées au tourisme, et seront de véritables plateformes de concertation. Elles bénéficieront de tout l'appui, expertise et compétences des instances nationales en charge du tourisme.

---

<sup>43</sup> ACCORD D'APPLICATION DE L'ACCORD CADRE, 2001, p. 59

Un des facteurs clés de réussite de la vision 2020, eu égard aux différents enjeux qu'elle devra relever (transversalité du secteur – régionalisation- durabilité), dépend de la capacité du tourisme à mettre en place une nouvelle gouvernance du secteur. Une haute autorité du tourisme va être créée : c'est une instance publique-privée associant les régions, qui aura pour mission de garantir la cohérence des stratégies nationale et régionales, de coordonner, suivre et évaluer leurs mises en œuvre.

## **6. Le financement : la mise en œuvre**

La stratégie ambitieuse 2020 devra orienter les flux d'investissements vers les nouvelles destinations tout en développant de nouveaux produits. Le programme 2020 est très ambitieux, il nécessite une forte mobilisation des ressources financières nationales et internationales ; il s'agit d'un investissement estimé à plus de 140 milliards de dirhams. Les recettes touristiques vont être portées à 140 milliards de DH en 2020, soit une somme cumulée sur la décennie proche de 1 000 milliards de dirhams.

Plusieurs mesures ont été prises :

- la création d'un Fonds Marocain pour le Développement Touristique (FMDT). Il est financé par l'Etat et le Fonds Hassan II pour le développement économique et social pour une enveloppe initiale de 15 milliards de dirhams. Il aura pour objectif une capitalisation de près de 100 milliards de dirhams, avec les fonds de pays amis. Ce fonds qui concrétise l'engagement volontariste de l'Etat auprès du secteur dans son ensemble, afin de stimuler une forte dynamique d'investissement. En outre, il met en place un partenariat durable avec des Fonds Souverains de pays amis disposés à soutenir ce programme d'investissement ;
- la mise en place de primes afin d'encourager l'investissement, et de l'orienter vers les zones moins développées ou émergentes ;
- la mobilisation d'une enveloppe de 24 milliards de dirhams de financement bancaire pour les projets considérés comme stratégiques dans le cadre de la Vision 2020, notamment les projets Azur ;
- la mise en place des programmes se fera en lien avec les régions. Les Agences de Développement Touristique (ADT) joueront un rôle primordial.



Parallèlement à ces mesures, des instances financières ont été créées ou restructurées, notamment au niveau régional. Il s'agit des principaux intervenants en matière d'incitation et d'assistance aux investisseurs

### **6.1. Le Ministère de l'Economie et des Finances**

Le Ministère de l'Economie et des Finances intervient de façon décisive dans la préparation, la signature et la mise en œuvre des conventions d'investissement relatives aux grands projets et conclues entre les investisseurs et l'Etat. En règle générale, l'intervention du ministère concerne l'octroi de terrains à prix incitatifs, les exonérations d'impôts et de taxes ainsi que d'autres avantages en matière fiscale et douanière.

### **6.2. L'Agence Marocaine de Développement des Investissements**

L'Agence Marocaine de Développement des Investissements (AMDI), est un organisme public créé en 2009, sous tutelle du Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Nouvelles Technologies. Elle a pour mission de promouvoir l'investissement au Maroc et d'apporter le soutien nécessaire aux investisseurs étrangers.

Avec son réseau à l'international et un éventail de partenariats institutionnels avec l'ensemble des administrations marocaines ainsi qu'avec les acteurs du monde privé, l'AMDI offre un service public gratuit et professionnel à tous les investisseurs.

### **6.3. Les Centres Régionaux d'Investissements (CRI)**

La lettre royale adressée relative à la gestion déconcentrée de l'investissement (2002<sup>44</sup>) a institué la création des Centres Régionaux de l'Investissement (CRI) sous la responsabilité des Walis des Régions. Les CRI ont deux missions essentielles, l'aide à la création d'entreprises et l'assistance des investisseurs et ce à travers deux guichets.

#### *6.3.1. Le guichet d'aide à la création d'entreprises*

Ce guichet, interlocuteur unique de toute personne désirant créer une entreprise, a pour mission, d'une part, de mettre à la disposition des investisseurs un formulaire unique dans lequel figurent tous les renseignements pour la création de l'entreprise, et d'autre part, d'accomplir les démarches pour recueillir auprès des administrations compétentes les documents ou attestations nécessaires à la création d'une société.

---

<sup>44</sup> Il s'agit de la lettre adressée par le souverain marocain au Premier Ministre relative à la gestion déconcentrée de l'investissement le 09 janvier 2002.

### *6.3.2. Le guichet d'aide aux investisseurs*

Ce guichet a une triple mission :

- procurer aux investisseurs toutes les informations utiles pour l'investissement régional ;
- dans le cas de l'investissement inférieur à 200 millions de dirhams, étudier toutes les demandes d'autorisation administrative ou préparer tous les actes administratifs nécessaires à la réalisation des projets d'investissements dans les différents secteurs économiques. L'objectif est de permettre au wali de la région de délivrer les autorisations ou de signer les actes administratifs afférents à ces investissements;
- dans le cas de l'investissement égal ou supérieur à 200 millions de dirhams, étudier les projets de contrats ou de conventions à conclure avec l'état et les transmettre à l'autorité gouvernementale compétente pour approbation et signature par les parties contractantes ;
- proposer des solutions amiables aux différends entre les investisseurs et les administrations.

### **6.4. La Commission Interministérielle des Investissements**

Le gouvernement a institué, sous la présidence du Premier Ministre, une Commission Interministérielle dont l'objectif est de mettre en œuvre toute mesure pouvant améliorer et promouvoir l'environnement des investissements au Maroc, de statuer sur les questions pouvant entraver la réalisation des projets d'investissements et de simplifier les procédures pouvant bloquer la réalisation des projets d'investissement dont le coût dépasse 200 millions de dirhams.

La Commission Interministérielle des Investissements est chargée principalement de :

- Statuer sur les problèmes qui bloquent la réalisation de tout projet d'investissement,
- Agréer les contrats particuliers objet de l'article 17 de la loi cadre 18-95 formant charte des investissements ainsi que toute autre convention liant l'Etat à des investisseurs et suivre l'exécution des projets d'investissements correspondants,
- S'informer sur l'état général des investissements et mettre en œuvre toute mesure à même d'améliorer l'environnement des investissements.

## **Conclusion**

Le contrat-programme de la vision 2020, qui s'inscrit dans le prolongement de la vision 2010, est très ambitieux et évolutif. Engageant tous les professionnels, publics et privés, il met au centre de ces préoccupations les régions et le développement décentralisé des régions.

## **Conclusion**

La vision 2020 en construisant ses différents programmes autour de la région renforce la politique de régionalisation et donne une marge de latitudes importante aux structures et instances régionales chargées la gestion du secteur touristique. La région orientale présente de nombreux atouts géographiques, naturels et démographiques.

La région présente un potentiel balnéaire très important (200 Km). Elle offre également de nombreuses niches à potentiel touristique très riche.

La politique de développement et de promotion touristiques, et de manière générale, économiques devrait prendre en compte ces atouts et mettre en place une stratégie équilibrée entre les différentes régions de l'oriental. Il s'agit de réhabiliter les régions du sud et de l'ouest et de développer les sites à potentiel touristique très riche, qui sont nombreux dans ces régions. Le tourisme semble être un vecteur important pour le décloisonnement et le développement de ces régions.

## **3° PARTIE**

### **L'évolution de l'investissement touristique dans l'oriental : 1985-1995 et 2001-2020**

## Introduction

La troisième et dernière partie de cette recherche est un examen de l'évolution des tendances dans les investissements touristiques dans la région orientale et leurs impacts sur le développement de l'offre et de la demande touristiques. Cet examen, mené à partir des données disponibles, permet de délimiter deux moments importants mais différents dans l'histoire touristique de la région.

La première période qui s'étale de 1985 à 1995 (qui correspond au 1<sup>o</sup> chapitre) se caractérise par un développement anarchique du tourisme, sans aucune vision stratégique, s'inscrivant dans une économie rationnelle et transfrontalière. Cette période est en outre délimitée par deux moments de l'histoire institutionnelle du tourisme marocain : en 1983, la promulgation du 3<sup>o</sup> code de l'investissement touristique révélateur d'une vision sectorielle et directive du tourisme national et en 1995, la publication de la charte des investissements (loi-cadre n<sup>o</sup> 18-95 du 3 octobre 1995) fondée sur une vision globale et une approche participative<sup>45</sup>.

La deuxième période importante de l'histoire de l'investissement touristique à l'oriental (qui correspond au 2<sup>o</sup> chapitre) est la période située entre 2000 et 2010. Elle est fondamentalement caractérisée par une nouvelle dynamique économique inscrite dans une vision stratégique volontariste (discours royal du 28 mars 2003 prononcé à Oujda) et par un programme de développement touristique réfléchi (vision 2020).

---

<sup>45</sup> Cette différence de vision transparait dans les intitulés des deux textes : « code », « investissement touristique », « charte », « investissements » en général.

## ***Chapitre 1***

### ***L'investissement touristique dans l'oriental au cours de la période 1985-1995***

***Oujda, ville au tourisme frontalier tourné essentiellement vers le voisin algérien.***

#### **Introduction**

Ce chapitre est consacré à la présentation d'un diagnostic des investissements touristiques dans la région orientale et à leurs impacts sur les activités touristiques. Il s'agit plus précisément de rendre compte des tendances du marché des investissements touristiques dans la région orientale : investissements, l'offre touristique et la demande touristique.

La période examinée dans ce chapitre est la décennie située entre les années 1985 et 1995. Le choix de cette période est dicté par trois raisons essentielles. La première est que cette période est située entre deux événements dans l'histoire institutionnelle du tourisme marocain : le premier événement est la promulgation du dernier code de l'investissement de 1983 ; ce qui permettra de mesurer l'impact de ce code, qui a apporté beaucoup de mesures incitatives juridiques, financières et procédurales, sur la progression du tourisme et sur la promotion de l'investissement touristique. La deuxième raison est que la fin de cette période coïncide avec l'avènement de la première *charte des investissements* (1995) ; ce qui permet d'expliquer cet avènement.

La troisième et dernière raison, spécifique à la région orientale, est que cette période a connu deux grands événements qui ont eu un impact aussi bien positif que négatif sur l'offre et la demande touristique de la région orientale. Il s'agit de l'ouverture de la frontière terrestre maroco-algérienne en 1988 puis sa fermeture au milieu de l'année 1994.

## **1. Trois remarques préalables relatives aux statistiques utilisées**

### **1.1. La présentation des statistiques**

La première remarque concerne les statistiques et informations que nous avons collectées auprès des organismes et institutions habilités. Ces données se présentaient initialement dans des tableaux détaillés selon un canevas précis. Pour les besoins de notre travail, nous avons dû les réorganiser dans de nouveaux tableaux ; ce qui a permis, nous semble-t-il, de mieux illustrer et appuyer notre propos. Nous avons également constaté quelques divergences entre les statistiques de nos différentes sources ; certaines d'entre elles résultent de l'absence de précisions quant à la date de l'enquête. Par ailleurs, ces divergences et éventuelles erreurs n'affectent pas l'essentiel de notre étude, car il s'agit dans ce travail, en particulier dans la dernière partie, non pas de se limiter à l'évaluation et à la discussion de chiffres et équations, mais d'utiliser quelques statistiques pour mettre en évidence les tendances (évolution, baisse, progression) des investissements et leurs impacts sur le secteur touristique marocain.

### **1.2. La méthode de calcul**

La deuxième remarque porte sur la méthode de calcul adoptée par les organismes précités pour élaborer leurs statistiques. En effet, les acteurs impliqués dans les activités touristiques au Maroc (autorités gouvernementales, investisseurs, journalistes, universitaires et autres) se fondent sur les bases statistiques et les principes de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) pour transmettre leurs données. Mais il convient de préciser que les méthodes de collecte des données, tout en se conformant à ces bases statistiques et à ces principes, diffèrent d'un pays à l'autre, d'une région à l'autre. En effet, sans entrer dans toutes les considérations méthodologiques, il nous semble important de remarquer certaines incohérences dans les pratiques d'élaboration de ces statistiques. Quelques exemples de ces pratiques, signalés ou rappelés ci-après, permettent d'illustrer nos propos.

Certains pays produisent leurs données en comptabilisant les touristes seulement (c'est-à-dire les personnes qui séjournent au moins une nuit dans un hébergement collectif, individuel ou privé dans le pays visité, sans dépasser un an et sans qu'il ait pour objectif l'exercice d'une activité rémunérée. D'autres incluent les touristes et les excursionnistes (c'est-à-dire les personnes qui entrent et sortent d'un pays, ou quittent une région), et certains vont même



jusqu'à compter un touriste plusieurs fois lors de son séjour, car ils le calculent chaque fois qu'il fréquente un hébergement différent.

Si tous les pays disposaient d'une méthode de collecte de données uniforme, le classement mondial des pays établi sur la base des afflux touristiques par l'OMT serait certainement différent. Par exemple, le Canada comptabilise ses statistiques selon la méthode TF (arrivées des touristes internationaux aux frontières, sans les excursionnistes). En revanche, l'Angleterre et Hong Kong adoptent le même procédé de calcul, ils incluent les touristes et les excursionnistes dans leurs chiffres (méthode VF, c'est-à-dire arrivées des visiteurs internationaux aux frontières, avec inclusion des touristes et des excursionnistes). L'Allemagne et l'Autriche présentent leurs données selon la méthode TCE<sup>46</sup>, ce qui signifie qu'un touriste est comptabilisé autant de fois que d'établissements qu'il a fréquentés lors de son séjour.

### **1.3. L'impact de la définition de l'investissement touristique**

Enfin, la troisième remarque concerne la définition même d'« investissement touristique ». Il est généralement reconnu qu'un investissement touristique est ainsi appelé parce qu'il porte sur les activités touristiques. Par conséquent, définir une activité touristique est le seul moyen pour définir l'investissement touristique. Or les activités touristiques relèvent de secteurs économiques très hétérogènes et très différents<sup>47</sup> ; elles recouvrent des activités diverses et impliquent des entreprises de natures différentes, de tailles différentes, relevant de secteurs économiques différents.

Certains les définissent, de manière très restrictive, en les assimilant strictement à la branche de l'hôtellerie et de la restauration : passer une nuit à l'hôtel et y manger et boire, en effectuant un séjour plus ou moins loin de son domicile, est considéré par excellence comme une activité typiquement touristique. Ce séjour est effectué soit à l'étranger (tourisme international), soit dans son propre pays (tourisme national, interne). En revanche, l'Organisation Mondiale du Tourisme place la définition de ces activités dans un cadre plus large, en les envisageant sous l'angle de la demande, non de l'offre. Il s'agit « des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés

---

<sup>46</sup> TCE : arrivées de touristes internationaux dans les établissements collectifs (arrivée comptabilisée chaque fois qu'un nouvel établissement est fréquenté par le même touriste).

<sup>47</sup> Vincent Bozonnet, *l'économie du tourisme en Savoie*, mémoire de maîtrise (sous la direction de Catherine Nancy) soutenu en 1998-1999, Université de la Méditerranée, Aix-Marseille II.

en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs».

Joël Raboteur a ainsi distingué deux types d'activités<sup>48</sup>. Le premier correspond aux activités caractéristiques dont la finalité est de satisfaire exclusivement les besoins des touristes (nationaux ou internationaux) ; il s'agit d'activités concourant directement au tourisme. Le second type est celui des activités complémentaires, qui correspondent à des biens et services dont la production serait réalisée en l'absence du touriste (comme les infrastructures routières et ferroviaires, les restaurants, la gestion de l'eau potable, etc.).<sup>49</sup>

Un autre phénomène est lié aux faits précédemment discutés (investissement et activité touristique) est la définition des « emplois touristiques »<sup>50</sup>. Répartis en « emplois directs et indirects », l'estimation des emplois touristiques constitue un indicateur pertinent dans la détermination de l'importance de l'investissement touristique. Selon la définition adoptée par l'OMT, il s'agit des activités « dont une partie de l'output principal est constituée de produits qui, dans la plupart des pays, cesseraient d'exister en quantité significative en l'absence de tourisme ». Les principales activités génératrices des emplois touristiques sont en conséquence l'hôtellerie et les autres structures d'hébergement (gîte, camping, etc.), la restauration et les cafés, les agences de voyages, etc.

Mais cette définition, par ailleurs très intéressante, ne permet pas cependant de distinguer systématiquement ce qui est emploi touristique et ce qui ne l'est pas. En effet, le même emploi peut être comptabilisé différemment en fonction de l'espace et de la période : par exemple, le même transporteur est dit touristique durant la haute saison et non touristique durant la basse saison ; de même l'emplacement de l'établissement, comme dans le cas du restaurant ou du café, en zone touristique ou en zone non touristique, influe sur l'estimation de l'emploi.

---

<sup>48</sup> Joël Raboteur, *Introduction à l'économie du tourisme*, p. 71

<sup>49</sup> *Ibidem*.

<sup>50</sup> Brigitte Baccaini, Gwenaëlle Thomas, et Abdel Khiati, « L'emploi salarié dans le tourisme : une nouvelle estimation », in revue *INSEE Première*, Paris, publications de l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, n° 1099 - Août 2006, pp. 1-4

## 2. L'analyse de la demande et de l'offre touristiques durant la période 1985- 1995

La demande touristique durant cette période était largement tributaire de l'économie régionale, essentiellement frontalière : en effet, elle dépendait largement des entrées par la frontière maroco-algérienne.

### 2.1. L'analyse de la demande

L'oriental marocain présentait au cours de la décennie 1985-1995 les caractéristiques de l'économie frontalière ; son commerce formel ou informel, était orienté vers les pays voisins : l'Espagne au Nord et, essentiellement, l'Algérie à l'est. Ces frontières, en particulier, la frontière terrestre maroco-algérienne (dite *jouj bghâl*), connaissaient un déplacement intense des produits et des hommes. En effet, le tourisme de l'oriental marocain était largement tributaire des entrées touristiques par cette frontière : voir le tableau ci-après qui représente le pourcentage des entrées touristiques par la frontière maroco-algérienne par rapport au nombre de touristes ayant visité la région:

Année	1985	1991	1993	1994	1995
Taux de touristes par frontière terrestre maroco-algérienne	58,07%	92,82%	97,63%	79,55%	0%

**Tableau 5 : Taux de touristes par frontière terrestre maroco-algérienne**

Le nombre des touristes passant par la frontière maroco-algérienne ne représentait en 1985 que 58,07% du total des touristes visitant la région orientale. En 1991 il est passé à 92,82% puis à 97,63% en 1993. Les activités économiques de la région orientale du Maroc subissaient ainsi les fluctuations des rapports entre les pays voisins et les changements de politiques relatifs aux flux frontaliers. Ses activités touristiques subissaient également l'influence de ces changements politiques. En effet, l'impact de l'ouverture et de la fermeture des frontières terrestres maroco-algériennes est extrêmement important sur l'économie de la région et, notamment, sur son tourisme.

Rappelons qu'à partir de 1974, date du début du conflit maroco-algérien sur la question du Sahara marocain, les frontières terrestres maroco-algériennes ont été fermées. Elles n'ont été ouvertes qu'en 1988. Mais sept ans plus tard, au cours du deuxième semestre de l'année 1994, la décision a été prise, encore une fois, pour les refermer suite à l'évènement dramatique de l'hôtel Atlas Isni.

### 2.1.1..Le nombre de touristes et nuitées touristiques

Le tableau suivant représente le flux des touristes ayant séjourné à Oujda au cours de la décennie concernée.

	1985	1987	1988	1989	1991	1992	1993	1994	1995
Nombre touristes	262766		122812	1660010	2157776	2000000	1774146	1076010	1076010
Nuitées touristiques		94196		737636	700637	700000	673670	585131	176219
Durée Moy. Séjours				1,2	0,32	0,35	0,37	0,54	0,16

**Tableau 6 : flux des touristes**

Sur la décennie représentée dans ce tableau, notamment de 1985 à 1991, le nombre des touristes est à la hausse : il passe de 262.766 touristes en 1985 à 2.157.776 touristes en 1991 (où il a culminé) pour stagner aux environs de 2 millions de touristes en 1992. Il connaîtra une légère baisse en 1993 : 1.774.146 touristes. De manière particulière, le flux touristique est, sur une période de six ans, entre 1988 et 1993, très important et connaît une évolution extraordinaire : par exemple, les arrivées touristiques ont grimpé de 135.16% en 1989 par rapport à 1988.

Les nuitées touristiques ont également augmenté de 30.25% en 1989 par rapport à 1988. Elles se répartissent entre hôtels classés et hôtels non classés : 74.6% des nuitées touristiques en hôtels non classés, 20.3% en hôtels classés, le taux d'occupation des chambres est de 45% dans la région contre 66% en hôtels à l'échelle nationale.

Cependant à partir de 1994 (du 2<sup>ème</sup> semestre de 1994), le nombre d'arrivées touristiques dans la région orientale connaîtra une diminution vertigineuse, il régresse en 1994 à 1.076.010 touristes. Le taux d'occupation des chambres est de 38%, nuitées en hôtels non classés 73,6% contre 65% en hôtels à l'échelle nationale.

### 2.1.2. Le flux des entrées touristiques par la frontière maroco-algérienne

Cette évolution du flux touristique en dents de scies s'explique par l'ouverture de la frontière terrestre maroco-algérienne en 1988 et sa fermeture en 1994. En effet, au cours de cette période, le nombre d'entrées touristiques par cette frontière connaîtra la même courbe, comme le montre le tableau suivant :

Année	1985	1986	1987	1988	1989	1991	1993	1994	1995
Entrées	152606	94737	38379	407155	981610	2002946	1732099	856062	0

**Tableau 7 : le flux des entrées par la frontière maroco-algérienne**

1986/85	1987/86	1988/87	1989/88	1991/89	1993/91	1994/93	1995/94
-37,92%	-59,48%	+1060,87%	+241,09%	+204,04%	13,52%	-50,57%	-100%

**Tableau 8: le taux de variation des entrées par la frontière terrestre maroco-algérienne**

Dés l'ouverture des frontières maroco-algériennes en 1988, le nombre d'entrées des touristes (essentiellement de nationalités algérienne, tunisienne et libyenne) est passé de 38379 en 1987 à 407155 entrées en 1988, connaissant ainsi une augmentation de 1060,87%. Il connaîtra une croissance plus importante en 1989 (981610 touristes) et culminera en 1991 en franchissant le seuil de deux millions (2.002.946) de touristes entrant par la frontière maroco-algérienne. Avec la fermeture de la frontière au cours de la deuxième moitié de 1994, le nombre de touristes passant par la frontière a diminué par rapport à 1993. A partir de 1995, la frontière sera complètement hermétique.

## **2.2. L'analyse de l'offre ou de l'investissement durant la période : l'infrastructure touristique dans la région orientale de 1985 à 1995**

Pour répondre au flux touristique au cours de la décennie 1985-1995, l'infrastructure hôtelière de la région orientale a dû être développée. Elle a en effet connu un saut quantitatif relativement considérable : de 1985 à 1992 le nombre d'hôtels a doublé (x 2,12) soit 212,30% ; il est passé de 65 hôtels à 138 hôtels. De même le taux de variation en infrastructure hôtelière (capacité d'hébergement) a augmenté de 238,46 % en 1995 par rapport à 1985. Cet accroissement concerne aussi bien les hôtels classés que non classés : augmentation de +333,33% en hôtels classés en 1995 par rapport à 1985, et un accroissement de 216,98% en hôtels non classés en 1995 par rapport à 1985.

L'effort d'investissement qui a été consenti durant cette période, souvent à travers des prêts bancaires, a eu pour conséquence de favoriser le développement de l'infrastructure touristique, ce qui a permis à l'offre en chambre d'hôtels d'évoluer de 236,29% entre 1985 et 1995 et au nombre de lits de s'accroître de 253,78% entre 1985 et 1995. Voir les tableaux ci-dessous :

<b>Infrastructure</b>	<b>1985</b>	<b>1989</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Hôtels classés	12	18	29	35	38	40
Chambres	681	876	1323	1618	1674	1720
Lits	1217	1624	2481	2894	3000	3174
Hôtels non classés	53	70	109	109	109	115
Chambres	1151	1475	2510	2510	2510	2609
Lits	1834	2216	4395	4395	4395	4569
Total hôtels	65	88	138	144	147	155
Total chambres	1832	2351	3883	4128	4184	4329
Total lits	3051	3840	6876	7289	7395	7743

**Tableau 9: l'évolution de la capacité d'hébergement touristique dans la région orientale**

<b>1985/1995</b>			
Taux de variation en nombre de chambres d'hôtels		Taux de variation en nombre de lits d'hôtels	
en hôtels classés %	+252.56	en hôtels classés %	+260.80
en hôtels non classés %	+226.67	en hôtels non classés %	+249.12
en hôtels %	+236.30	en hôtels %	+153.78

**Tableau 10 : le taux de variation en nombre de chambres et de lits d'hôtels**

Cette dynamique en infrastructure hôtelière va s'accompagner de l'évolution d'un autre type d'infrastructures et d'activités touristiques. Il s'agit essentiellement des activités de transport.

	<b>1985</b>	<b>1989</b>	<b>Taux de variation 89/85</b>
Agences de location de voitures	2	3	+166,66%
Agences de voyages	9	15	+150%
Campings	6	8	+133,33%

**Tableau 11 : évolution des activités touristiques du transport**

Durant plusieurs années après 1994, le secteur touristique, à l'instar des autres activités économiques tournées vers les frontières, connaîtra à l'oriental une grave crise qui le paralysera pratiquement. Plusieurs hôtels ont fermé ou ont été confisqués et vendus aux enchères. L'évolution en scies qu'a connue le secteur touristique dans la région orientale et la paralysie qui s'en est suivie résultent certes principalement de l'ouverture de la frontière terrestre maroco-algérienne en 1988 et de sa fermeture en 1988. Mais il importe de signaler que l'entrée par la frontière maroco-algérienne avait commencé à ralentir bien avant cette

date, en raison de la conjoncture politique en Algérie : à partir de 1992, le pays va connaître en effet une décennie de troubles politiques très violentes.

Il est reconnu que le secteur du tourisme est dynamique, avec des perspectives de croissance à moyen et long terme intéressantes et des effets multiplicateurs indéniables sur l'économie et la société. Mais il est également très sensible et vulnérable aux facteurs externes et aux turbulences de tout ordre. Les événements sur le plan international ces dernières années, notamment le problème de nuages de poussières volcaniques, des tsunamis, des grèves, mais aussi et surtout des troubles dans certains pays du Maghreb, en sont la preuve. L'industrie touristique est fragilisée par des événements extérieurs : l'investissement est bloqué ainsi que l'activité elle-même. Cette paralysie est due également au fait que le tourisme à l'oriental ne présentait pas un produit diversifié ; il était dédié aux touristes arrivant par la frontière maroco-algérienne.

### **3. Les contraintes et les entraves**

De nombreuses contraintes et entraves ont pesé sur le tourisme qui, en dépit de tout, était au cours de cette période encore embryonnaire, au regard des potentialités de la vaste région orientale.

#### **3.1. Le manque ou déficit des infrastructures touristiques : hôtels et restaurants**

Durant la période envisagée (1985-1995), le nombre d'hôtels classés était certes significatif par rapport à la demande enregistrée au cours d'une partie de l'année. Mais il était très faible en comparaison avec de nombreuses régions du Maroc. D'ailleurs dans certaines provinces de la région orientale, il n'existait aucun établissement hôtelier classé, d'où les limites de la capacité d'accueil dans ce type d'hôtels au niveau des provinces de l'oriental. Cette région présentait aussi un taux faible en nuitées touristiques par rapport aux villes touristiques telles que Marrakech et Agadir. La durée moyenne de séjour dans l'oriental était également très faible.

D'autre part, certaines infrastructures hôtelières, essentiellement au niveau de la préfecture d'Oujda-Angad, étaient créées au temps du protectorat, elles étaient vétustes et nécessitaient vraiment des rénovations. De même, les hôtels non classés et une partie de ceux des hôtels classés étaient majoritairement en mauvais état (dégradation des meubles, le sanitaire, l'hygiène, etc.).

Les capitaux visant la création de nouvelles capacités d'hébergement ont été investis au moment où l'activité était en progression 1990-1993 (au temps de l'ouverture de la frontière terrestre à l'est). Or la mise en exploitation de ces capacités, intervenant 3 à 4 ans après investissement, a coïncidé malheureusement avec la régression des nuitées due en grande partie à la fermeture de cette frontière.

Au vue des procès verbaux de la commission d'hygiène, les infrastructures touristiques (hôtels et restaurants) ne respectaient pas les normes d'hygiène non plus. Le rapport rétrospectif sur cette période élaborée par la Chambre du Commerce, de l'Industrie et des Services d'Oujda revient sur ce déficit dans le respect des normes d'hygiène qui caractérisait une grande partie des hôtels et restaurants de la région. Il donne comme exemple de restaurants ne respectant pas ces normes, ceux installés à Cap de l'Eau qui recevaient des touristes internationaux et précise que 2% des recettes de ces restaurants leur aurait permis de se mettre à niveau. Il reproche également à la commission d'hygiène son manque de professionnalisme et de vigilance.

Inversement, les quelques hôtels qui voulaient s'inscrire dans une approche qualité et adopter les normes pour améliorer la qualité de la gouvernance de leurs institutions rencontraient des entraves et des contraintes. Par exemple, parmi les hôtels classés 3 étoiles de la région, l'hôtel « Ibis » était certifié ISO, par des auditeurs français, de direction de l'hygiène. Quoique l'hôtel n'ait eu pas de problèmes au niveau des nuitées ou de la clientèle, il devait faire face à certaines contraintes extérieures qui risquaient d'avoir des conséquences néfastes sur l'image de l'hôtel (et de la chaîne dont il fait partie) et la bonne marche de sa gestion. Il s'agit, d'une part, du manque de fournisseurs référencés sur place. Cet hôtel, qui s'était inscrit dans la démarche qualité, devait s'approvisionner en ravitaillement ayant la traçabilité ; il faisait venir la viande, les poulets et les poissons d'Agadir, les épiceries de Marrakech ; les petits pains et les croissants congelés de Casablanca. Les fournisseurs en question étaient certifiés. Il s'agit, d'autre part, du recours à des sous-traitants dans le domaine de la manutention et stockage (surtout frigorifique) des marchandises. L'hôtel était obligé de prendre à sa charge les personnels chargés de l'entretien qui venaient des autres villes du Maroc. A l'époque, il n'existait pas dans l'oriental d'entreprise qui pouvait fournir un produit de qualité certifié avec traçabilité.

Enfin les quelques infrastructures classées étaient essentiellement concentrées dans la ville d'Oujda. L'offre n'était pas non plus variée : il y avait surtout des hôtels et très peu ou pas de gîtes, de riads, etc.



Les organismes de financement constituaient également une charge supplémentaire pour les investisseurs dans la région. En effet, CIH (Crédit Immobilier et Hôtelier) était, à l'époque, le seul organisme habilité par la loi pour financer des projets touristiques, sous deux formes : un prêt ou une avance de l'Etat qui représente jusqu'à 20% du montant total d'investissement. Mais ce financement se pratiquait à des coûts exorbitants. Jusqu'au jour d'aujourd'hui, le contentieux existe toujours avec certains hôteliers de l'oriental, et ce depuis plusieurs années, à cause de la récession du secteur touristique. Trois unités doivent toujours au CIH un montant de crédit dépassant les 10 millions de Dhs, cinq autres unités lui doivent encore l'avance de l'Etat. Depuis cette décennie, le CIH n'a plus reçu de demande de nouveaux projets d'investissement touristique pour financement. D'ailleurs la loi n'oblige plus les professionnels de passer par le CIH, n'importe quelle banque est habilitée à faire des transactions dans le secteur.

### **3.2. Le transport**

Les agences de voyage n'étaient pas non plus préparées pour accompagner les activités touristiques de la région orientale. Il est vrai que les prix des destinations de / vers l'Europe sont concurrentiels par rapport à d'autres villes marocaines, en raison de la proximité de la région. Certaines prestations étaient très raisonnables, comme : la desserte combinant un vol par avion Europe-Méllilla suivi d'un voyage par autocar Méllilla-Oujda.

Mais les prix des prestations touristiques offertes n'ont pu influencer sur le choix de la destination car de nombreuses contraintes de nature différente pesaient sur le secteur. Certaines de ces contraintes, spécifiques au transport aérien, relèvent du monopole que détenait et exerçait la RAM sur le voyage aérien au Maroc. En effet, en raison des nombreuses demandes émanant de toutes les régions du Maroc, cette compagnie aérienne était dépassée : elle ne pouvait assurer des vols réguliers, ni respecter les horaires, ni couvrir toutes les destinations, ni non plus répondre à toutes les demandes des voyageurs ou, tout au moins, à une grande partie de ces demandes.

D'autres contraintes relèvent du manque du professionnalisme des ressources humaines résultant de l'absence d'un statut des agences approprié<sup>51</sup>. En effet, le personnel n'était pas

---

<sup>51</sup> Deux textes plus appropriés ont été promulgués plus tard, en 1997 : La loi n °31-96 portant statut des agences de voyages, adoptée par la Chambre des représentants le 29 Chaâbane 1417 ( 9 janvier 1997) et le décret ministériel n°2-97-547 du 25 Joumada II 1418 (28 octobre 1997) fixant les modalités d'application de la loi n°31-96 portant statut des agences de voyages

formé aux métiers de voyagistes. Certains agents de voyages étaient, selon le rapport de la CCIS d'Oujda, analphabètes. Le personnel du secteur n'était pas formé pour produire des brochures et supports informationnels sur le tourisme dans la région orientale, et initier une stratégie pour inciter et vendre la région dans différentes manifestations, notamment les rencontres et forums étrangers. Il ne pouvait pas non plus concevoir et proposer des voyages organisés, non seulement par manque de professionnalisme, mais également par manque d'infrastructure d'accueil adéquate. Les seuls voyages qui étaient organisés par les agences de voyages de la région d'Oujda sont celles relatives au pèlerinage (hajj et Omra).

De manière générale, l'essentiel des activités du personnel de l'agence de voyages à l'oriental était centrée autour de la billetterie destinée essentiellement aux résidents marocains à l'étranger. L'agence pouvait être ainsi gérée par un personnel très réduit : une ou deux personnes. Il importe enfin de signaler que l'octroi des licences pour la création des agences se faisait dans une grande anarchie, sans tenir compte ni de la législation ni des contraintes du marché et sans aucune vision du secteur. Et certaines contraintes étaient liées aux clients douteux ou mauvais payeurs, qui utilisaient des chèques sans provision.

### **3.3. Les conséquences de l'absence de stratégie**

Rappelons que l'économie de la région orientale du Maroc au cours de la décennie 1985-1995 n'était pas intégrée dans l'économie nationale. Il s'agissait d'une économie traditionnelle qui reposait essentiellement sur l'agriculture, l'élevage et l'exploitation houillère, ainsi que sur l'industrie légère et la pêche. Deux autres faits ont caractérisé cette économie le commerce transfrontalier avec l'Algérie et le transfert des marocains résidents à l'étranger.

Il importe également de rappeler qu'à partir des années 1970, la région a subi une succession de chocs, parmi lesquels la fermeture successive de mines de charbon de Jerada, responsable d'une forte hausse du chômage, l'expulsion d'un nombre important de marocains de l'Algérie après 1975, une série de sécheresses à l'origine de faibles rendements agricoles. Il en a résulté un important exode de la population régionale, à la fois vers le reste du Maroc et vers l'Europe. Actuellement, un tiers de la diaspora marocaine est originaire de l'Oriental. La situation s'est encore aggravée en 1994, lors de la fermeture de la frontière avec l'Algérie, et durait jusqu'au début des années 10.

Les échanges économiques avec l'Algérie ont dominé l'économie de la région, avec une indifférence du gouvernement marocain central. Le commerce transfrontalier s'est développé sous forme de contrebande et d'économie clandestine. Les activités touristiques ont été influencées par cette situation : construire immédiatement des infrastructures touristiques pour répondre à des besoins immédiats, sans aucune stratégie ni réflexion structurée. Cette absence de stratégie explique largement les entraves et contraintes qu'a connues le secteur du tourisme à la fin de la dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle.

### **3.4. Un tourisme saisonnier, non diversifié**

Dans les provinces de l'oriental, le tourisme était saisonnier et limité essentiellement à trois activités : la billetterie pour les marocains résidents à l'étranger, le package pèlerinage et l'hébergement et la restauration des touristes entrant par la frontière de l'est. Les activités touristiques n'étaient donc pas diversifiées et étalées sur l'année. Il n'y avait en effet pas de politique de promotion qui aurait permis de valoriser le développement du tourisme balnéaire, du tourisme culturel (kasbah, ksour, etc.) et du tourisme des niches (le tourisme sportif, le tourisme naturel). La région orientale dispose en effet d'un impressionnant potentiel naturel (mer, désert, montagne, plaine); c'est probablement la seule région au Maroc où l'on peut passer, en l'espace de deux heures, de la mer, à la montagne, au désert. Cette diversification aurait permis de viser des touristes en dehors de l'Afrique, ce qui aurait pu atténuer les effets néfastes de la fermeture de la frontière maroco-algérienne (1994). Inscrite dans une stratégie raisonnée, elle aurait aussi permis l'implication de l'état en apportant son soutien institutionnel, logistique et financier. En effet, le développement du tourisme à l'époque avait besoin d'une assiette foncière saine; l'état aurait pu contribuer à résoudre le problème des terres collectives (Aljournou) et des terres appartenant aux eaux et forêts ou au domaine. De même, il aurait pu répondre aux besoins en formation des ressources humaines et en financements à des coûts raisonnables.

### **Conclusion**

La décennie de 1985-1995 a constitué dans l'histoire du tourisme de l'oriental une période de grandes fluctuations largement dominée par l'orientation de l'industrie touristique vers la frontière maroco-algérienne. La demande et l'offre touristiques limitées aux hôtels et restaurants non classés ne favorisaient pas le développement du tourisme. L'absence d'investissement significatif et de projets économiques structurants a également constitué un frein pour le développement de ce secteur.

## **Chapitre 2 :**

### ***L'investissement touristique dans l'oriental au cours de la période 2000-2010 : intégrer le tourisme de la région orientale dans l'économie nationale.***

#### **Introduction**

Après le marasme très difficile de la fin du siècle, l'économie orientale connaîtra au début du siècle suivant un moment important dans son histoire. Comme cela a été dit, il s'agit d'un tournant décisif dans le développement de cette région à travers le lancement du plan de développement économique spécifique, annoncé par le discours royal d'Oujda (prononcé le 18 mars 2003, par le souverain). L'objectif affiché est d'ancrer l'économie de l'oriental dans le tissu économique national, en stimulant l'investissement, en dotant la région des équipements de base nécessaires et en encourageant prioritairement les grands projets économiques structurants. Ce plan visait également la promotion de l'éducation et de la formation et les principes de solidarité sociale.

Cette dynamique soutenue par une volonté politique s'appuie sur une vision stratégique permettant la création d'un nouveau pôle de développement territorial, le « Pôle Méditerranée Est » en référence à la partie est du Royaume couverte par la région. Cette dynamique s'appuie également sur la mise en place en mai 2006 de l'Agence pour la promotion et le développement économique de l'oriental (ADO). Cette structure est chargée de l'accompagnement et du soutien de l'ensemble des programmes de développement, présentés précédemment et rappelés ici :

1. Le « Programme Azur 2020 »
2. Le « Programme Green-Eco-Développement durable »
3. Le « Programme Patrimoine et Héritage »
4. Le « Programme Animation et Loisirs »
5. Le « Programme Niches à Forte Valeur Ajoutée »
6. Le « Programme Biladi »

Ces efforts ont été guidés par le souci de désenclaver la région et de mettre en valeur son potentiel, en se fondant en grande partie sur l'amélioration des infrastructures, le renforcement de l'enseignement (par l'expansion de l'Université Mohammed Premier) et de la formation professionnelle. Pour ce faire, d'importants investissements nationaux et internationaux ont été mobilisés et drainés vers cette région pour accompagner les nombreux projets publics de développement des infrastructures. Par exemple, la centrale thermosolaire d'Aïn Béni Mathar, au sud d'Oujda, a reçu un investissement de 560 millions de dollars américains de capitaux étrangers.

Ces investissements ont créé une dynamique économique importante dans la région de l'Oriental et ont initié son ancrage dans l'économie nationale. La région de l'Oriental représente aujourd'hui 6,3 % de l'économie nationale ; elle tire l'essentiel de sa richesse de secteurs traditionnels (l'agriculture, la pêche et le commerce), ainsi que de nouveaux créneaux (le tourisme, l'offshoring et les énergies renouvelables). Ces secteurs, qui contribuent à générer des revenus tirés de l'exportation devraient continuer à attirer les investissements.

Parallèlement, le secteur touristique a accueilli également d'importants investissements étrangers qui ont permis la construction d'une infrastructure touristique très importante, la dernière en date est la construction et l'ouverture d'hôtels cinq étoiles de classe internationale à Saïdia. Pour entretenir cette dynamique et la renforcer un programme important de développement des infrastructures a été lancé au niveau des transports, de la formation, du financement et de la promotion.

## **1. Les investissements publics : les infrastructures**

### **1.1. Le transport**

#### *1.1.1. Les aéroports*

La région de l'Oriental dispose désormais de deux aéroports. Le plus grand est celui d'Oujda-Angad, qui est équipé de deux pistes pouvant accueillir tout type d'avion. Un nouveau terminal de 20 000 m<sup>2</sup> a récemment été construit et mis en service. L'aéroport Al Aroui, à 24 km au sud de Nador, a une capacité de 750 000 passagers par an. À proximité de Nador, se trouve l'aéroport de Melilla. Enfin, la mise en service de l'aérodrome de Bouâarfa peut permettre, entre autres, de faciliter l'accès des touristes à la ville Figuig, qui n'est qu'à

une heure de route de l'aérodrome au lieu des quatre heures nécessaires depuis l'aéroport d'Oujda-Angad.

#### *1.1.2. Le réseau ferroviaire*

Outre la ligne ferroviaire de 650 km reliant Oujda-Casablanca, une ligne à voie unique relie Oujda et Bouâarfa, sur lequel circule le train du désert. Le nouveau port de Nador West Med et le nouveau parc industriel de Selouane sont en train d'être raccordés à la ligne reliant Nador au réseau national.

#### *1.1.3. Le réseau routier*

Le réseau routier de la région de l'Oriental compte 3 300 km de routes goudronnées, s'étendant de la côte méditerranéenne à la frontière algérienne au sud. Un grand chantier vient d'être achevé: l'autoroute Oujda-Fès, longue de 328 km. La rocade méditerranéenne qui reliera les villes de Tanger et Saïdia est achevé à moitié (Saïdia-Nador). La fin des travaux est prévue en 2012.

Les ambitions de développement national et l'importance d'assurer la fluidité du transport des marchandises et des personnes ont conduit à accélérer la réalisation du programme autoroutier dans le but d'atteindre 1 800 km à l'horizon 2015.

#### *1.1.4. Les ports*

Le port de Nador (Béni Nsar), mis en service en 1980, est davantage tourné vers le transport de passagers, les lignes de cargaison préférant le port de Tanger. Le nouveau port de Nador (en cours de construction), Nador West Med, doit jouer un rôle logistique central. Il sera doté d'une zone franche d'exportation ainsi que d'un centre de stockage pour les hydrocarbures avant leur expédition vers l'Europe. Le port sera relié directement à l'autoroute Fès-Oujda et au réseau ferroviaire au niveau de Taourirt.

Les entreprises de la région de l'Oriental ont également accès, par voie routière et ferroviaire, au nouveau port de Tanger-Méditerranée, l'un des plus grands ports du bassin méditerranéen.

## **1.2. Les parcs industriels**

Le gouvernement, conscient du besoin de mettre en place une infrastructure de bonne qualité pour accueillir les entreprises dans la région, a mis en place en collaboration avec le privé, plusieurs parcs ou pôles industriels : le Parc industriel Med Est de Selouane, la

technopole d'Oujda qui comprendra six zones (le parc Cleantech, la zone PME-PM, le centre commercial, une zone logistique et le campus de formation) et l'agropôle de Berkane. La région bénéficie également du développement des capacités énergétiques, avec la mise en place d'une centrale thermosolaire à Ain Béni Mathar.

### **1.3. La formation des ressources humaines**

La main d'œuvre de la région de l'Oriental est jugée peu coûteuse et dispose d'un potentiel important du fait de la jeunesse de la population active. Un large programme de formation est lancé dans l'oriental. Dans le domaine du tourisme, l'École hôtelière de Saïdia forme entre 80 et 100 étudiants par an. Les écoles privées et les cursus proposés par l'Office de la formation professionnelle et de la promotion du travail (OFPPT) accompagnent le développement du secteur. L'université contribue également à cet effort : elle offre, notamment, deux DUT, une licence professionnelle et un master dans le domaine de la formation aux métiers du tourisme, en collaboration avec la délégation régionale du tourisme. D'autres filières forment pour ces métiers, comme le master intitulé gestion des ressources humaines.

## **2. Le développement et la promotion des produits touristiques de la région : deux tourisms, deux images**

L'Oriental –cela a été dit au chapitre 2 de la 2<sup>o</sup> partie- présente de nombreux attraits naturels et une grande diversité de paysages : le littoral méditerranéen au nord, les plateaux désertiques du sud, le fleuve de la Moulouya et le massif des Béni- Snassen. La stratégie adoptée pour le développement du tourisme est de mettre peu à peu en valeur ces atouts. Mais en dépit de la variété des sites naturels de la région, le balnéaire est actuellement en pleine expansion, en constitue la principale destination touristique connue. Le tourisme généré par cette station peut cependant être mis à profit afin de développer le tourisme de découverte vers les autres sites de la région, notamment dans le cadre de circuits touristiques intégrés.

### **2.1. Le tourisme balnéaire**

Dotée d'une façade méditerranéenne de 200 km, l'oriental se devait de développer le tourisme balnéaire qui représente une action publique importante. L'objectif est de développer les infrastructures et d'accroître la capacité d'accueil. Dans le cadre du Plan Azur

de la stratégie nationale touristique (Visions 2010 et 2020), deux projets de grande envergure ont été lancés. A côté du projet Mediterrania Saïdia, qui sera décrit dans le paragraphe suivant, sept cités touristiques vont être créés autour de la grande lagune de la Marchica, à proximité de Nador.

L'aménagement de la lagune de la Marchica, longue de 25 km, autour de laquelle sept zones touristiques seront développées, constitue le second grand projet balnéaire de l'Orient. Avec une capacité d'accueil de 100 000 lits, les promoteurs de ce projet prévoient notamment la construction d'une série d'infrastructures touristiques : hôtels, zones résidentielles, villas et golfs, parcs et espaces.

Le développement du balnéaire au nord du Maroc, notamment à la station de Saïdia et celle de Marchica, s'accompagne d'une visibilité accrue de ses sites touristiques au niveau des offres des voyagistes internationaux. En effet, les offres d'hébergement dans cette partie de la région sont certes encore en deçà des besoins ; mais elles augmentent rapidement avec l'avancement des constructions prévues, dans le cadre du Programme Azur. Ce développement favorisera un accroissement de la demande qui devrait générer à son tour une augmentation des offres touristiques. L'amélioration des capacités d'accueil dans le secteur balnéaire est en progression sur le plan qualitatif et le plan quantitatif, la construction de nouveaux hôtels sur le littoral devait pallier le manque actuel d'hébergements haut de gamme. Cette dynamique accentue l'image positive de la partie nord de la région.

	<b>Hébergement</b>	<b>Restauration</b>	<b>Loisirs</b>	<b>Transport</b>
Station balnéaire de Saïdia	510 Dhs la nuitée (2 personnes) 405 Dhs (1 personne) (Hôtel)	150 Dhs en moyenne (entrée, plat et dessert)	Existents de toute sorte	Proximité aéroport Oujda Agadir Car voiture taxi
Station balnéaire d'Agadir	1080 Dhs (2 personnes) 1040 (1 personne) Hôtel Sofitel	220 Dhs le menu	Tout	Existe

**Tableau 12 : comparaison de sites balnéaires**



## **2.2. Le tourisme de niches : le culturel, la montagne et le désert**

A côté du tourisme balnéaire, l'oriental tente de développer le tourisme naturel et culturel. Cette région comprend notamment de nombreux sites naturels protégés. Sur les 146 sites d'intérêt biologique et écologiques identifiés au niveau national, onze se situent dans la région. Les plus remarquables sont mentionnées en annexe.

L'oriental –cela a été dit (chapitre 1 e la partie 2)- présente de nombreux autres sites d'intérêt écotouristique, comme le massif des Béni-Snassen (vallée du Zegzel, grotte du Chameau et celle des Pigeons, etc.). Un riche patrimoine de production artisanale, de musique et de danses traditionnelles caractérisent aussi cette région. Enfin, les circuits touristiques visant la découverte du sud désertique, notamment l'oasis de Figuig, sa casbah et ses Ksours, en prenant le train du désert entre Oujda et Bouâarfa, est une autre attraction touristique.

Mais l'évolution touristique enregistrée au nord de la région orientale, ne concerne cependant pas encore l'intérieur et le sud de cette région. En dépit de ses nombreux attraits, cette richesse biologique, écologique et culturelle n'est pas en effet visible sur le marché touristique. Elles sont encore peu répertoriées dans les offres touristiques internationales, ce qui explique un tourisme essentiellement national (ou de marocains résidant à l'étranger).

Les efforts doivent être axés davantage sur le tourisme rural et le tourisme de montagne pouvant valoriser les paysages et reliefs très diversifiés qui coexistent dans la région du littoral jusqu'au désert. Les possibilités d'investissement que présente l'oriental dans l'écotourisme, pour lequel la demande mondiale s'accroît, sont pourtant importantes et des projets de développement de l'offre dans ce secteur pourraient être tout aussi attractifs que les stations balnéaires auprès des touristes nationaux et étrangers.

### *2.2.1. La comparaison des niches touristiques : l'oriental et les autres régions du Maroc*

Pour mettre en évidence l'offre touristique de la région orientale, nous présenterons ci-après quelques sites représentatifs des différents domaines (rural, désertique, écologiques, etc.). Cette présentation se fonde sur la comparaison (benchmark) des caractéristiques d'un site de l'oriental avec les caractéristiques d'un site des autres régions du Maroc.

2.2.2. *Le tourisme rural ou tourisme vert (montagne et campagne)*

	<b>Hébergement</b>	<b>Restauration</b>	<b>Loisirs</b>	<b>Transport</b>
Zone Tafoughalt et Zegzel (oriental) (montagnes de béni-Snassen)	des gîtes à Tafoughalt 50 Dhs la nuitée complexes haut gamme Tentes en plein air	Existe, café restaurant 10 Dhs la boisson 60 DH (menu varié)	Piscine Piscine Excursions, randonnées Grottes historiques Sommets des montagnes	Existe Aéroport Oujda Angad Car : Oujda-Taforalt voiture
Chefchaouen	Auberge Dardara à 60 Km de Tétouan 450 Dhs la nuitée + petit déjeuner	70 Dhs le menu	Canyoning, randonnées à cheval, à dos de mulets en 4x4 Grottes historiques Sommet des montagnes ou guide professionnels	

**Tableau 13 : comparaison de sites ruraux**

2.2.3. *Le tourisme thermal*

	<b>Hébergement</b>	<b>Restauration</b>	<b>Loisirs</b>	<b>Transport</b>
Sidi Fezouane (province de Berkane, oriental)	(150 DH complexe Hanae & 300 Dhs complexe Ramdani) (haute saison 500 DH)	Existe sur place A la portée	Espace de jeux piscine	Voiture Grand taxi Car de Berkane Proximité de l'aéroport Oujda-Angad

Sidi Harazem (Fès)	690Dh la nuitée (2 personnes) 1 personne 395 Dhs (Hôtel Sidi Harazem)	120 Dhs le repas en moyenne + petit déjeuner	Existe	Car Voiture
Moulay Yâacoub (Fès)	630Dh la nuitée (2 personnes) 465 DH 1 personne Hôtel Moulay Yâacoub.  300 Dhs la nuitée Hôtel FADOUA (plein cœur du village)	Restaurant de l'hôtel : 160 Dhs menu correct.  Pas de restaurant Petit déjeuner 20 Dhs	Jardins Espace de tennis	Car Voiture

**Tableau 14 : comparaison de sites thermaux**

Fiche de la station thermale :

La commune rurale de Fezouane se trouve au pied du massif des Béni Snassen sur une superficie de 210 hectares. Elle compte quelque 10.292 habitants. Son centre est situé à 2 kilomètres à mi-chemin de la route principale reliant Ahfir et Berkane. Cette petite localité vit essentiellement de la station thermale de Fezouane, qui est opérationnelle depuis 1961 et dont la gestion est réglementée par le dahir de 1951.

Il s'agit d'une nappe artésienne, d'une profondeur de 484 m et d'une température de 34°C à l'émergence. Les qualités de cette eau qu'on assimile à celle d'Evian (France) sont très réputées, sans élément toxique ni agent bactériologique. L'eau de Fezouane se distingue surtout par ses caractéristiques thérapeutiques efficaces. Conseillée pour les maladies rénales et du tube digestif, elle est souvent prescrite par les médecins de la région. D'un débit de 0,40 litre/seconde, l'eau est commercialisée sur place à seulement 0,20 DH le litre, en utilisant les moyens de bord.

L'intérêt pour ce site ne s'est manifesté qu'au début de la 1<sup>o</sup> décennie de ce siècle. En effet, des opérateurs économiques de la région ont investi dans les infrastructures d'accueil, en construisant notamment des résidences familiales. Il s'agit de deux unités d'hébergement construites au début de la 1<sup>ère</sup> décennie du siècle, les complexes Al Hanae et Ramdani, qui offrent également des espaces de restauration et de jeux. Le montant de l'investissement s'élève à 19 millions de Dhs (4 millions + 15 millions). Ce qui a permis à la commune rurale de Fezouane d'améliorer ses recettes financières qui ont triplé de 1993 à 2003, passant de 308.000 à 920.000 Dhs, soit 28% du total des recettes communales au titre de l'exercice 2006.

Durant les week-ends et les grandes vacances, ces deux complexes connaissent une affluence relativement importante grâce à une clientèle en majorité de la province de Nador et de l'enclave espagnole de Mellilia. En haute saison (de juillet à septembre), la station enregistre près de 1.500 visiteurs par jour, essentiellement des MRE ; mais les flux touristiques chutent durant la basse saison (d'octobre à mai).

Deux perspectives méritent d'être signalées, révélateurs de l'extension future de cette station. La première est le lancement de l'appel d'offres pour la gestion du site. La seconde est l'existence d'un projet en cours pour l'aménagement du site. En effet, les infrastructures existantes sont dans un état assez dégradé et ne mettent pas en valeur le potentiel de la station. Un important projet d'aménagement du centre de Fezouane est programmé en partenariat avec l'Agence Urbaine d'Oujda. Il est prévu de réhabiliter la station thermale et de construire un complexe commercial pour remplacer les baraques qui se dressent de façon très anarchique. Un montant de 7 millions de Dhs a été alloué à ce projet, en plus de la somme qu'a nécessité l'acquisition d'un terrain de plus de 5 hectares pour un coût d'environ 826.000 DH. L'objectif est de promouvoir le tourisme thermal et de créer quelque 50 emplois.

#### 2.2.4. Le tourisme du désert

	Hébergement	Restauration	Loisirs	Transport
Palmeraie de Figuig (oriental)	190Dh (2personnes) 120 Dhs (1 personne) Figuig hôtel Figuig va être classé patrimoine	100 DH menu complet	Piscine Randonnée en VTT à découvrir, Un paysage de paradis	Aéroport de Bouâarfa (à exploiter) Aéroport d'Oujda
Ouarzazate	280 Dhs la nuitée (2personnes) (hôtel Kasbah ait ben haddou) (classé patrimoine universel) 450 Dhs nuitée (2personnes) hôtel	Plats Marocains	Animation (folklore, charmeur de serpents, randonnées en montagnes à pied, en vtt ou à dos de mulets)	A 15 minutes de l'aéroport de Ouarzazate

**Tableau 15 : comparaison de sites du désert**

#### 2.2.5. Le tourisme culturel et d'affaires

	Hébergement	Restauration	Loisirs	Transport
Oujda	478 DH single 596DH double *** IBIS Oujda  585 DH single 770 DH double	+ petit déjeuner  menu 120DH/personne  + petit déjeuner menu	Piscine musique	Aéroport d'Oujda Angad Voie ferrée Transport urbain Transport voyageurs(Car), voiture
Rabat	Hotel plaza Regency*** 720 Dh single 620 dh double  hotel Windsor ****	+ petit déjeuner       + petit déjeuner		

**Tableau 16 : comparaison de sites urbains**

### 3. L'offre touristique : les infrastructures de base

A la fin de la décennie de la vision 2010, en 2009, la région de l'Oriental disposait d'une offre touristique de 48 établissements hôteliers classés,

Province/Préfecture	Etablissements	Chambres	Lits
Oujda-Angad	21	928	1511
Nador+Driouch	15	490	834
Berkane	10	1475	2816
Figuig	1	20	4
Jerada	1	7	19
Taurirt	0	0	0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>2920</b>	<b>5184</b>

Source : Annuaire Statistique Régional 2009.

**Tableau 17 : Capacité hôtelière selon les provinces et préfecture au 31/12/2009**

#### 3.1. Une offre en évolution

Il est vrai que cette offre est modeste, eu égard à sa taille géographique et, en particulier, à son ambition de faire du tourisme un levier du développement de l'économie de la région. Comme le montre le tableau ci-après, la vaste région orientale ne disposait en 2009 que de cinq hôtels classés 4 et 5 étoiles.

	Nombre d'étoiles					Résidences touristiques	Motels	Total
	1	2	3	4	5			
Oujda-Angad	6	7	6	1	1	0	0	<b>21</b>
Nador+ Driouch	2	6	5	1	0	0	1	<b>15</b>
Berkane	2	2	3	1	1	1	0	<b>10</b>
Figuig	0	0	1	0	0	0	0	<b>1</b>
Jerada	1	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
Taurirt	0	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>48</b>

Source : Annuaire Statistique Régional 2009.

**Tableau 18 : Etablissements classés selon les provinces et préfecture de l'oriental au 31/12/2009**

Mais il importe de rappeler que cet état de lieux est un point de démarrage d'une grande dynamique de développement du secteur du tourisme dans cette région. D'une part, les infrastructures hôtelières classées de la région orientale sont en train de connaître un développement très important, après une longue stagnation. En effet, la progression était certes faible entre 1995 et 2005, soit 10 ans plus tard. La région a connu un accroissement modeste de 10% : le nombre des hôtels classés est passé de 40 unités en 1995 à 44 unités en 2005. L'offre de lits des hôtels classés a connu également une faible progression durant cette période, soit 5,16% au niveau de toute la région.

En dépit du déclassement d'un nombre important d'hôtels lors de leur réévaluation en 2007, le patrimoine des hôtels classés a progressé en qualité et en quantité de 2007 à 2009 : 48 hôtels dont deux classés 4 et 5 étoiles. Le groupe FADESA est en train d'achever la construction de plusieurs infrastructures d'hébergement touristique (notamment, 1 hôtel de luxe, 4 hôtels de 4 étoiles, des villas de luxes, des villages de vacances, etc.) : voir, en annexe, la fiche technique du projet Meditterrania-Saïdia. L'offre touristique balnéaire, appuyé par le projet Azur 2020, est ainsi en évolution exponentielle. A termes, elle permettra, par sa diversité, de drainer plus de touristes dans le secteur du tourisme balnéaire.

### 3.2. Une offre concentrée géographiquement

Cette offre est également mal répartie. En effet, la ville d'Oujda connaît, relativement, une nette concentration de ces établissements : 21 unités, soit 44% de l'ensemble des unités hôtelières classées, contre 47% en 2006.

Préfecture/province	2006		2009	
	Nombre	Taux	Nombre	Taux
Préf. Oujda-Angad	19	47%	21	44 %
Province de Nador	14	35%	15	31,5%
Province de Berkane	5	14%	10	21,5%
Province de Taourirt	0	0%	0	0%
Province de Jerada	1	2%	1	3%
Province de Figuig	1	2%	0	0
<b>Total</b>	<b>40</b>		<b>48</b>	

Source : Chambre de Commerce, de l'Industrie et des Services, Oujda.

**Tableau 19 : La répartition des hôtels classés par préfecture et province entre 2006 et 2009**

De manière plus générale, le tableau ci-dessus met en évidence la forte concentration des unités hôtelières classées dans les 3 provinces du centre et du nord (Oujda-Angad, Nador et Berkane) : 47 unités, soit 97% de l'ensemble. En 2007, une grande concentration de ces hôtels dans la province Oujda-Angad : 19 unités, soit 47% de l'ensemble. Des trois autres provinces (au sud : Jerada et Figuig et à l'ouest : Taourirt) seule celle de Jerada a conservé une unité après la campagne de reclassement lancée en 2007.

### **3.3. Une offre également pour le tourisme interne**

L'offre constituée d'hôtels non classés a vu sa capacité litière évoluer au cours de la décennie 2000-2010 : elle est passée de 53 unités en 1985 à 115 en 1995. Le nombre actuel de ces hôtels est 116, pour un total de 2624 chambres et 4487 lits. Cette offre, devra contribuer à répondre aux besoins d'une clientèle spécifique : le tourisme interne et le tourisme des niches. En effet, actuellement, la demande touristique au niveau de la région de l'Oriental est essentiellement interne. Le tourisme interne constitue 78% du total du tourisme régional contre 22% pour le tourisme international. Il est à signaler par ailleurs que le flux des touristes a progressé de 7% entre 2007 et 2008.

Les réaménagements de ces hôtels et la construction des gîtes pourraient répondre aux besoins de ce tourisme, notamment dans les deux provinces du sud (Jerada et Figuig) et dans la province de l'ouest (Taourirt). La région orientale est amenée à diversifier son offre d'hébergement en développant d'autres types d'infrastructures, notamment dans les régions du sud : à côté des gîtes, il est possible d'aménager des campings et construire des résidences touristiques classées. A l'oriental, il n'existe en effet que 7 campings publics (5 dans la province de Berkane et 2 dans la province de Nador) et une seule résidence classée à Berkane. Enfin, l'offre d'établissements classés dans le domaine de la restauration est également limitée : 8 unités réparties entre Oujda (4), Berkane (2) et Nador (2).



Les activités touristiques ne peuvent se concevoir sans les moyens de transport : la répartition des transporteurs de touristes dans l'oriental en 2006 est schématisée et présentée sous forme de tableau :

Préfecture/province	Nombre d'Agréments	Transport routier International	Agences de location
Province de Nador	35	-	16
Préf.oujda –Angad	16	9	84
Province de Berkane	11	19	
Province de Taourirt	4	0	
Province de Jerada	1	0	
Province de Figuig	0	0	
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

**Tableau 20 : la répartition des transporteurs de touristes dans l'oriental en 2006**

Le nombre d'agences de voyages et d'agences de location de voitures sans chauffeur dans l'oriental a connu une évolution remarquable : les agences de voyage sont passées de 9 en 1985 à 67 en 2006, soit 446%. De même les agences de location de voiture sans chauffeur ont connu une progression fulgurante : de 2 à 100, soit 3333,4%.

#### **4. La demande touristique**

La demande touristique ne cesse de progresser au cours de la dernière décennie, mais elle n'est pas diversifiée

##### **4.1. Une demande en évolution**

Au cours de la dernière décennie, la demande touristique a connu une ascension constante et relativement importante dans les hôtels de la région orientale. Cette progression se fait remarquer aussi bien en nombre d'arrivées qu'en nombre de touristes. De manière particulière, le flux des touristes a progressé de 7% entre 2007 et 2008. De même, les nuitées touristiques dans les établissements classés, ont atteint en 2009 un total de 319.660 nuitées enregistrant une hausse de 10% par rapport à l'année 2008. Les établissements de 3,4 et 5 étoiles ont accaparé la majeure partie de ces nuitées, soit 79%.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2008
Arrivées	67365	62084	66028	74808	79029	79799	80970	93941
Nuitées	112247	99099	100624	117236	119839	120956	135042	

**Tableau 21 : arrivées et nuitées dans l'oriental de 2000 à 2008**

La dynamique économique créée par les investissements dans la région et la promotion qui l'a accompagnée semblent avoir eu un impact positif dans la mesure où, comme le montre le tableau précédent, il y a augmentation au fil des années du nombre des arrivées ainsi que du nombre des nuitées.

#### 4.2. Des aspects à améliorer

Trois remarques importantes méritent d'être faites à propos de cette demande touristique.

##### 4.2.1. Une demande plutôt balnéaire et d'affaires

Comme l'indique le tableau chiffré ci-après, l'activité touristique est mal répartie sur le territoire de la région. En effet, la préfecture d'Oujda-Angad et l'ancienne province de Nador s'accaparent 93,3% du total de la clientèle touristique accueillie par la région en 2008 : Oujda-Angad (pour le tourisme d'affaires, culturel et urbain) et Nador (pour le tourisme balnéaire). Il serait utile de lancer une enquête sur les choix des touristes pour pouvoir y répondre efficacement.

Oujda-Angad	Nador+Driouch	Berkane	Figuig	Jerada	Taourirt
53 279	34 348	5 661	313	340	93 941

Source : Annuaire Statistique Régional 2009.

#### **Tableau 22 : répartition des arrivées dans les établissements classés par type de tourisme en 2008**

##### 4.2.2. Une demande interne et saisonnière

Comme le montre le tableau ci-après, répartissant les demandes touristiques, par l'origine et la destination, qu'au niveau de la région de l'Oriental le tourisme est essentiellement interne. Ce type de tourisme constitue en effet 78% du total du tourisme régional contre 22% pour le tourisme international. Les touristes étrangers visitant la région de l'Oriental ne constituent que 0,5% du total national, alors que les touristes internes représentent 4,6%.

	<b>Oujda- Angad</b>	<b>Nador+Driouch</b>	<b>Berkane</b>	<b>Figuig</b>	<b>Jerada</b>	<b>Taourirt</b>
Tourisme international	10 314	7 445	2 959	225	45	20 988
Tourisme interne	42 965	26 903	2 702	88	295	72 953
<b>Total</b>	<b>53 279</b>	<b>34 348</b>	<b>5 661</b>	<b>313</b>	<b>340</b>	<b>93 941</b>

Source : Annuaire Statistique Régional 2009.

**Tableau 23 : répartition des arrivées dans les établissements classés par type de tourisme en 2008**

La demande touristique dans la région orientale est également saisonnière. Le printemps est la période idéale pour le tourisme dans la province de Figuig, à savoir la période des mois de mars, avril et mai (printemps), et, la période de la saison de cueillette des dattes au mois d'octobre et novembre (automne). En revanche, dans les autres provinces et dans la préfecture Oujda–Angad, la haute saison correspond à la période des mois de juillet et août.

Enfin, pour situer le tourisme de la région orientale dans la carte touristique nationale, nous avons élaboré un tableau à partir des données recueillies. Ce tableau (page suivante) représente les nuitées réalisées dans les hôtels classés de la région orientale par rapport à certaines villes du Maroc durant la période 2000-2006 : en chiffres absolus et en pourcentage. Chacune de ces villes se situe dans un créneau particulier du tourisme : le tourisme d'affaires ou urbain à Casablanca, le tourisme culturel (festival Gnawa) et autres, à Essaouira, le tourisme balnéaire à Tanger, etc.

**Tableau 24 : comparaison des nuitées réalisées dans les hôtels classés de la région orientale par rapport à certaines villes du Maroc durant la période 2000-2006**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Nuitées Oriental	112247	99099	100624	117236	119839	129338	135042
Marrakech	3786467	3576638	3308304	3305841	4185014	5333831	5684532
	2,96%	2,77%	3,04%	3,54%	2,86%	2,42%	2,37%
	4292065	3960337	3271710	3410140	4109216	4451871	4925667

Agadir	2,61%	2,50%	3,07%	3,43%	2,91%	2,90%	2,74%
Casablanca	1136826	1002554	982714	905893	1009511	1102540	1217847
	9,87%	9,88%	10,23%	12,94%	11,87%	11,73%	11,08%
Rabat	527374	552463	467750	453265	477267	551128	598285
	21,28%	17,93%	21,51%	25,86%	25,10%	23,46%	22,57%
Fès	720983	632643	549614	499436	602120	675716	678000
	15,56%	15,66%	18,30%	23,47%	19,90%	19,14%	19,91%
Tanger	612638	573692	560750	610579	652691	720752	745907
	18,32%	17,27%	17,94%	19,20%	18,36%	17,94%	18,10%
Tétouan	356215	348700	334145	329175	329302	347914	319702
	31,51%	28,41%	30,11%	35,61%	36,39%	37,17%	42,23%
Meknès	192002	192348	162395	159545	162632	199448	224747
	58,46%	51,52%	61,96%	73,48%	73,68%	64,84%	60,08%
Ouarzazate	591838	540232	466389	407530	468134	531973	550313
	18,96%	18,34%	21,57%	28,76%	25,59%	24,31%	24,53%
Essaouira	102343	144939	155449	140911	147424	162077	205621
	109,67%	68,37%	64,73%	83,19%	81,28%	79,80%	65,67%
Maroc	13539567	12695227	11320882	11173119	13164870	15215589	16326807
	0,82%	0,78%	0,88%	1,04%	0,91%	0,85%	0,82%

## 5. Le soutien financier : le fonds d'Investissement de la Région Orientale (FIRO)

Le soutien financier est nécessaire pour accompagner la dynamique touristique de la région orientale : taille des investissements et structure de gestion de ce fonds.

### 5.1. La taille des investissements (2003-2010) :

Le montant des investissements mobilisés par les programmes de développement dans l'Oriental lancé en 2003 s'élève à plus de 70 milliards de Dhs, Ce volume d'investissements considérable touche les principaux secteurs d'activité socio-économiques. Un Fonds d'investissement doté de 300 millions de Dhs a été créé pour financer les projets productifs, créateurs de valeurs et d'emplois qualifiés, et ayant un impact sur le développement économique de la Région. Ce fonds, doté d'une enveloppe initiale de 150 millions de Dhs,

est le fruit d'un partenariat public-privé associant : la Région de l'Oriental, le Fonds Hassan II, l'Agence de l'Oriental, la Banque Centrale Populaire, Attijariwafabank, BMCE Bank, la Caisse de Dépôt et de Gestion, le Crédit Agricole et Holmarcom.

La contribution dans le développement du secteur du tourisme est le fait à la fois du secteur public et du secteur privé (marocain et étranger). Les infrastructures touristiques mentionnées dans les chapitres précédents ont nécessité des enveloppes budgétaires très importantes : ci-après le montant d'investissement des projets touristiques ayant reçu l'avis favorable par pays (2003 à 2010) en millions de Dirhams, qui connaît une progression très nette.

**Tableau 25 : Projets d'investissement public ou privés, national ou international ayant reçu l'avis favorable (entre 2003 et 2010), classés, de par leur taille, en deux types**

	Investissement < 200MDH			Investissement > 200MDH			Total		
	Nbre de projets	Coût en MDH	Emplois prévus	Nbre de projets	Coût en MDH	Emplois prévus	Nbre de projets	Coût en MDH	Emplois prévus
2003	17	64	459	0	0	0	17	64	459
2004	23	325,151 750	2 270	0	0	0	23	325,151 750	2 270
2005	22	178,075 295	316	0	0	0	22	178,075 295	316
2006	23	850,85	3676	5	1781,70	600	28	2632,55	4576
2007	17	713,3	855	0	0	0	17	713,3	855
2008	40	1415,82	3051	6	25916,0 9	13498	46	27331,91	16519
2009	59	131,77	651	0	0	0	59	131,77	651
2010	30	1147,253 2	1120	1	1068,2	200	31	2215,253 2	1320
Total	231	4530,068 4	12 398	12	28771,9 9	14298	231	4530,068 4	12 398

MDH : millions de dirhams.

**Tableau 26 : Projets d'IDE ayant reçu l'avis favorable (entre 2003 et 2010), classés par pays d'origine**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2010
Maroc	51,6	323,129 250	148,905 295	174,78	67,5	14871,82	2210,7532
France	6,4	-	28	41	169,12	217,62	4,5
Canada	-	-	-	-	-	-	-
Belgique	6	-	-	-	-	-	-
Pays Bas	-	-	-	-	-	-	-
Espagne	-	2,022 500	1,170	2416,77	4	10792,42	-
Angleterre	-	-	-	-	471,1	740,05	-
Allemagne	-	-	-	-	1,58	-	-

Italie	-	-	-	-	-	710,00	-
Total	64	325,151 750	178,075 295	2632,55	713,3	27331,91	2215,2532

## 5.2. L'accompagnement financier

Le Fonds d'Investissement de la Région Orientale (FIRO) s'est assigné comme tâche d'accompagner le développement de la région orientale, qui est en pleine mutation eu égard à l'importance des projets structurants lancés pour se doter d'infrastructures de base (autoroute Fès-Oujda, voie ferrée Taourirt–Nador, Rocade Méditerranéenne, extensions des aéroports, etc.), et d'infrastructures touristiques et industrielles. Plus précisément, son ambition est de favoriser dans la vaste région orientale l'émergence d'un tissu économique compétitif à fort potentiel de croissance pour accompagner l'ouverture de la région aux plans national et Euro-Maghrébin. En effet, les futurs partenaires du Fonds bénéficieront de moyens financiers, mais surtout de conseils, d'expertises et de divers appuis aussi bien stratégiques qu'organisationnels, qui leur seront apportés par la société de gestion du Fonds :

### • Appuis stratégiques :

- ▮ Institutionnalisation du tour de table et consolidation de l'actionnariat
- ▮ Mise en place des meilleurs standards de gouvernance ;
- ▮ Accompagnement du dirigeant dans l'élaboration la stratégie de développement ;
- ▮ Apports d'opportunités de développement et de projets de croissance externe.

### • Appuis organisationnels :

- ▮ Contribution à l'identification des forces et faiblesses de l'entreprise, et réflexion sur ses projets de développement ;
- ▮ Réflexion sur la stratégie financière pour accompagner le porteur de projet.

### • Nature des investissements :

- ▮ Investissements en fonds propres et quasi-fonds propres;
- ▮ Détentions de participations assorties d'option de vente;
- ▮ Fourchette de participation : 10% à 35%;
- ▮ Taille du ticket d'intervention : de 1 MDhs à 30 MDh.

### • Secteurs d'activités :

- ▮ Tous les secteurs d'activité à l'exception de la promotion immobilière et du commerce

## **Conclusion**

Au cours de la décennie 2000-2010, le tourisme a connu un développement relativement spectaculaire dans l'oriental. Mais l'investissement, étant essentiellement orienté vers le balnéaire, est en train de créer un déséquilibre entre les provinces de l'oriental. L'offre et la demande touristiques sont essentiellement concentrées sur la préfecture Oujda-Angad et les trois provinces du nord (Berkane, Nador et Driouch).

Ces activités touristiques n'ont pas concerné les provinces du sud (Jerada et Figuig). Ce qui est en train de créer une fracture sociale. Il est nécessaire d'orienter les investissements, notamment les investissements nationaux, pour créer des offres touristiques adaptées aux sites touristiques de ces régions (gîtes, auberge, camping, etc.)



## Conclusion

Les deux moments les plus importants dans l'histoire du tourisme de l'oriental, identifiés sur la base des données disponibles relatives au volume des investissements et l'importance de l'offre et la demande touristiques, révèlent deux visions et deux politiques différentes. L'une est fondée sur une vision sectorielle (1985-1995) et partant n'a pu bénéficier d'investissements significatifs. L'autre (2000-2010) basée sur une vision globale et réfléchie a bénéficié d'investissements considérables.

Plusieurs leçons pourraient être tirées de l'examen des deux moments précédents de l'histoire du tourisme dans l'oriental ; quatre d'entre elles pourraient être résumées et présentées. La première est que l'investissement étranger, comme dans le nord de l'oriental, est un vecteur important dans le développement touristique ; il permet de générer une richesse et un nombre important d'emplois directs et indirects. La deuxième leçon est que le tourisme est un secteur très vulnérable : la crise politique ayant suivi la fermeture des frontières maroco-algérienne en est une preuve. Il importe donc de l'intégrer dans un développement durable et de renforcer les effets des programmes des deux décennies de notre siècle. La troisième est que le tourisme devrait connaître un développement équitable : le développement dans l'oriental devrait concerner également les niches à potentiel touristique dans les régions du sud, moins favorisées. La dernière leçon est la nécessité de développer le tourisme interne, ce qui permettrait d'atténuer le caractère saisonnier du tourisme dans la région.

## **Conclusion générale**

Le Maroc, qui n'a cessé d'adapter son dispositif foncier, financier et fiscal pour promouvoir l'investissement, a mis en place un dispositif intégré permettant par ces différentes mesures (contrat-programme 2020) d'attirer relativement de manière massive les IDE. Ce qui a provoqué une dynamique économique régionale (régionalisation) qui a favorisé le développement touristique de l'oriental.

D'autre part, l'offre touristique (approchée par le biais de la capacité d'hébergement touristique) et la demande touristique (analysée à partir des flux et des nuitées touristiques) ont constitué, dans cet essai d'analyse, deux indicateurs clés pour rendre compte des tendances de l'investissement dans le secteur touristique et mesurer sa taille. Ils ont permis de dégager deux périodes distinctes et importantes dans l'histoire du tourisme de l'oriental.

La première, caractérisée par une évolution en dents de scie, était tributaire de la conjoncture politique (des aléas de la décision politique de fermeture ou ouverture des frontières terrestres). L'absence de stratégie réfléchie et raisonnée rendait en effet les activités touristiques dans cette région vulnérables. En outre, en raison du défaut d'une politique promotionnelle et incitative visible (aux niveaux financier, foncier et fiscal), l'investissement était essentiellement local et de petites tailles, dont une partie importante financée par le crédit bancaire (CIH) à coût élevé.

La deuxième période révèle que la région est finalement en train de renouer avec le développement touristique durable. Elle est inscrite dans une stratégie mieux réfléchie, raisonnée et adaptée à la région. Elle présente deux tourisms différents par l'espace géographique et, en particulier, par le volume des investissements. Le tourisme balnéaire au nord de la région connaît un développement soutenu par une importante infrastructure en croissance exponentielle rendue possible par l'investissement public et privé. L'état a procédé à un assainissement de l'environnement de l'investissement et consenti des investissements considérables dans l'infrastructure de base, notamment les infrastructures de communication. Ce qui a attiré un volume très important des IDE dans le balnéaire au nord. Le tourisme des niches encore à l'état embryonnaire est encore limité. L'infrastructure d'hébergement n'est pas disponible ou est très limitée.

L'étude de l'offre et de la demande touristiques à partir des données disponibles est saisonnière, tournée essentiellement vers le marché interne.

Une stratégie offensive et efficace devrait être adoptée pour lancer une campagne de promotion territoriale, de sensibilisation pour intéresser les investisseurs au tourisme de la région, notamment le tourisme des niches à fort potentiel touristique. Les Agences Régionales de Tourisme, en cours de création dans les huit régions délimitées dans le cadre du programme 2020, devraient disposer d'outils et méthodes spécifiques et efficaces pour promouvoir les régions. L'on pourrait élaborer cette stratégie promotionnelle en adoptant l'approche du marketing territorial. Cette approche, quoiqu'elle ait des similitudes avec celle du marketing d'entreprise, s'en distingue par plusieurs traits. Le plus important est que le promoteur n'a pas pour mission de « vendre » un produit ou un service déjà existants, mais de convaincre l'investisseur qu'il trouvera sur le territoire un environnement d'affaires répondant à ses besoins, puis de faciliter son insertion durable dans l'économie locale. Cette approche est fondée sur trois piliers. Il s'agira de définir les objectifs visés par les politiques d'attractivité, en adéquation avec les potentialités et atouts du territoire, et de déterminer les fondements du pilotage stratégique (1° pilier). Au niveau du 2° pilier, l'action commerciale, les agences adopteront des techniques de promotion et interviendront dans les domaines préalablement déterminés. Pour piloter et mettre en œuvre efficacement ces actions, il est indispensable de bien connaître le marché. Cette connaissance des marchés (3° pilier) implique la connaissance de la demande, de l'offre territoriale et le processus de capitalisation, de mutualisation, et diffusion de cette connaissance (bases de données de différents types, sites web et outils de communication en réseau, matériel promotionnel, etc.).

## Bibliographie

- ATOUANI, Rachid. *La communication en matière de promotion des investissements privés étrangers au Maroc*. Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme d'études supérieures, Rabat: Institut Supérieur de Journalisme et de Communication, 1996
- Association du Marketing Direct (AMD). *Annuaire de marketing*. Paris : ADT, 1992
- ANDRIEUX, Marie-Ange. « L'économie de l'immatériel en perspectives ». [http : www.societe-de-strategie.asso.fr](http://www.societe-de-strategie.asso.fr), consulté le 1<sup>o</sup> juillet 2011.
- BACCAÏNI, Brigitte, THOMAS, Gwenaëlle et KHIATI, Abdel. « L'emploi salarié dans le tourisme : une nouvelle estimation ». in revue *INSEE Première*, Paris, publications de l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, n° 1099 - Août 2006, pp. 1-4
- BANQUE MAROCAINE DE COMMERCE EXTERIEUR. « L'industrie du tourisme au Maroc : tableau de bord de l'économie nationale ». in *Revue d'information de la BMCE*, 1999, n°266
- BEAU, Dominique et DAUDEL, Sylvain. *Stratégie d'entreprise et communication*. Paris : Dunod, 1992
- BELANGER, Charles-Etienne, SARRASIN Bruno et STAFFORD Jean Stafford. *Développement et tourisme au Maroc*. Paris : l'Harmattan, 2000, 174 p.
- BELKAMEL, Mohamed. *Le développement du tourisme au Maroc*. Casablanca : Editions maghrébines, 1980, 208 pages
- BENTABET, Mohamed. *Création d'entreprise : dimension théorique et données marocaines*. Casablanca : EDISCA, 2000.
- BOZONNET, Vincent. *L'économie du tourisme en Savoie*. Mémoire de maîtrise soutenu en 1998-1999, Université de la Méditerranée, Aix-Marseille II.
- RABOTEUR, Joël. *Introduction à l'économie du tourisme*. Paris : L'Harmattan, 2000, Collection « Sociétés & Economies Insulaires », 151 pages
- BROUILLARD, Jacques. « Réduire le risque ». Services Financiers Groupe Investors Inc., adresse url : [//http://www.mesfinances.com/monseuilderisque/chroniques/brouillard\\_reduire\\_risque.html](http://www.mesfinances.com/monseuilderisque/chroniques/brouillard_reduire_risque.html). Date de consultation : 5/08/2011

- CHAHDAOUI Mohamed. *L'information pour la promotion de l'investissement. Mémoire du cycle des informatistes : Ecole des Sciences de l'Information de Rabat, soutenu en 1981*
- CNUCED. *Investissement, synonyme de Partenariat*. Communiqué de presse du 22 octobre 1998
- CNUCED. *Examen de la politique de l'investissement au Maroc*, New York : Nations Unies, 2008.
- Pierre CONSO et Farouk HEMICI. *La gestion financière de l'entreprise*. Paris : Dunod, Collection Gestion Sup, 2005, 11<sup>e</sup> édition, 604 p.
- DIRECTION DES AMENAGEMENTS ET DES INVESTISSEMENTS. *Le rapport de l'investissement*. Rabat, 1996
- EL ALAOUI, L, KHETTOUCH, M. *Monographie organisationnelle et fonctionnelle du ministère du tourisme*. Rabat : Ministère du tourisme, 1997.p.34/ 53
- ELHASNAOUI, Anas, *Etude du système d'information pour l'investisseur industriel étranger au Maroc*. Mémoire du cycle des informatistes spécialisés soutenue à l'Ecole des Sciences de l'Information (ESI), Rabat, en 1999, (260 P.)
- FEKKAK, M. *Evaluation de la réalité et choix des investissements*. In *la minute du management*. N° 4 Juillet-sept 1997
- JEBBAR, Ahlam. « Pouvoir des walis : le détail des textes et lois adoptés ». in *La vie économique*, 22-03-2002.
- JACQUET, Dominique. « la recherche et développement : un portefeuille d'options financières ? ». URL : <http://www.ecole.org> consulté le 12.9.2011
- KABBAJ, Abdelbar. *La promotion de l'investissement étranger au Maroc à travers les joint-ventures : approche analytique et empirique*. Mémoire du Cycle supérieur de gestion : Institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises de Casablanca, 1999.
- KANOUNI, Leila. *Le tourisme prend son envol*. In revue *Economie & entreprise*, Juillet-août 2000
- LEHU, Jean-Marc. *L'encyclopédie du marketing*. Paris, Editions d'Organisation, 2004, 956 pages
- LOUNGANI L, Razin. « L'investissement direct étranger est-il bénéfique aux pays en développement ? ». in revue *Finances et développement*, Juin, 2001
- LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre. *Géographie du tourisme : de l'espace regardé à l'espace consommé*. Paris, Masson, Collection « Géographie », 1987, 192p.

- MICHALET, Charles-Albert. *Strategies of multinationals and competition for foreign direct investment*. Washington: Foreign investment advisory service. 1997, 47 pages (disponible sur l'URL :
- [https://www.wbginvestmentclimate.org/uploads/Competition for FDI.pdf](https://www.wbginvestmentclimate.org/uploads/Competition%20for%20FDI.pdf))
- MINISTERE DES AFFAIRES GENERALES DU GOUVERNEMENT. *Rapport de la commission de la promotion des investissements et de la concurrence pour la préparation du plan de développement économique et social pour la période 1999-2003*
- MISHRA D., MODY, A., MURSHID P. « Flux de capitaux privés et croissance ». in la revue *Finances et développement*, juin, 2001
- MOSSADEQ, Fatima. « Des investisseurs à gogo ». in la revue *Economie & entreprises*. Juillet-aout 2002.
- BANQUE MAROCAINE DE COMMERCE EXTERIEUR. « L'industrie du tourisme au Maroc : tableau de bord de l'économie nationale ». In *Revue d'information de la BMCE*, 1999, n°266
- M'RABET Rachid. *La décision d'investissement de l'entreprise*. Casablanca : Editions Consulting, 1996
- NAJIB, Abdeljalil. *Evaluation et financement des investissements de l'entreprise*. Casablanca : Edit consulting, 2002.
- NAJIB, Abdeljalil et MONEGER, Joël. *Le code marocain des investissements industriels: étude analytique et guide pratique*. Casablanca : Editions Maghrébines, 1984.
- OCDE. *Définition de référence de l'OCDE des investissements directs internationaux*. Paris : Éditions OCDE, 2008, 4<sup>o</sup> édition
- Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T.). *Stratégie de développement du tourisme rural au Maroc*. Rapport préparé dans le cadre du Programme des Nations-Unies pour le Développement (P.N.U.D.), Madrid, Mars 2002
- RAPP, Stan et COLLINS, Tom. *La Métamorphose du marketing : ou comment gagner sur vos marchés en maîtrisant la relation avec le consommateur*. Paris : Publi-Union, 2003
- SACHWARLD, Frédérique. *Les défis de la mondialisation : innovation, concurrence*. Paris : Masson, 1994
- SILEM, Ahmed. LAMIZET, Bernard. *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Paris, Ellipses, 1998, 592 pages

- WELLS, Louis T. et WINT, Alvin G. *Marketing a country: promotion as a tool for attracting foreign investment*. IFC-International Finance Corporation, Collection «Business & Economics », 2000, 204 pages (disponible à l'adresse URL suivante: <http://rru.worldbank.org/Documents/PapersLinks>)

### **Testes législatifs et textes d'orientation relatifs à l'investissement et au tourisme**

- Accord d'Application de l'Accord Cadre, 2001
- Arrêté du Directeur Général de la Sûreté Nationale n°371-02 du 05-03-2002 portant délégation de pouvoir aux walis de régions
- Arrêté ministériel n°2768.94 du 2 Safar 1415 (12 juillet 1994).
- Arrêté ministériel n°2768.94 du 2 Safar 1415 (12 juillet 1994) relatif à l'organisation et attributions des services extérieurs du Ministère du Tourisme.
- Dahir n°1-83-134 du 21 Chaâbane 1403 (3juin 1983) portant promulgation de la loi n° 20-82 instituant des mesures d'encouragement aux investissements touristiques
- Dahir n°1-83-134 du 21 Chaâbane 1403 (3juin 1983) portant promulgation de la loi n° 20-82 instituant des mesures d'encouragement aux investissements touristiques
- Décret n° 2-90-73 du 19 Kaâda 1410(13 JUIN 1990) relatif à l'organisation et attributions du Département ministériel chargé du tourisme
- Décret n°2-02-186 du 05-03-2002 instituant le classement des établissements touristiques.
- Décret ministériel n°2-97-547 du 25 Joumada II 1418 (28 octobre 1997) fixant les modalités d'application de la loi n°31-96 portant statut des agences de voyages
- Décret royal n° 420-67 du 29 décembre 1967.
- Décret n° 2-90-73 du 19 Dû-Kaâda 1410(13 JUIN 1990) relatif à l'organisation et attributions du Département ministériel chargé du tourisme
- Décret royal n° 420-67 du 29 décembre 1967. Bulletin Officiel, 10/01/1968, n° 2880
- Lettre Royale au Premier Ministre relative à la gestion déconcentrée de l'investissement.
- Loi n° 31-96 portant statut des agences de voyages, adoptée par la Chambre des représentants le 29 Chaâbane 1417 (9 janvier 1997).

## Table des matières

*Dédicace*

*Remerciements*

**Introduction générale .....8**

### **1° P A R T I E**

**L'investissement touristique et le cadre institutionnel national au Maroc**

#### **Introduction**

#### *Chapitre 1 : Définition et typologie de l'investissement touristique*

<b>1. Définition de l'investissement.....</b>	<b>13</b>
1.1-le point de vue comptable .....	14
1.2-Le point de vue économique .....	14
1.3-Le point de vue financier .....	15
<b>2. La typologie de l'investissement.....</b>	<b>16</b>
2.1. La classification dichotomique matériels et immatériels.....	16
2.2. La classification selon l'agent qui investit.....	17
2.3. La classification selon l'objectif.....	17
2.4. La classification selon la taille de l'investissement.....	19
2.5. La classification selon l'investissement productif.....	19
2.6. La classification dichotomique spécifique à l'investissement étranger.....	20
2.7. Le contrat de concession et le contrat de gestion.....	21



<b>3. Les déterminants de la décision d'investissement.....</b>	<b>22</b>
3.1. L'information : l'importance de la connaissance du marché et du rôle de la demande dans la prise de décision de l'investissement.....	22
3.1.1. Les informations relatives au pays.....	23
3.1.2. Les informations relatives aux régions.....	24
3.1.3. La réglementation en matière d'investissement et activités connexes.....	24
3.1.4. Les informations d'ordre pratique .....	24
3.2. Le financement : la contrainte et le mode de financement de l'investissement.....	25
3.2.2. Le financement interne.....	25
3.2.3. Le financement externe direct.....	25
3.2.4. Le financement externe indirect (ou intermédié).....	26
3.3. La rentabilité : la contrainte de rentabilité et les risques d'investissement.....	27
3.3.1. Les informations pour la réalisation de l'étude économique.....	28
3.3.2. Les informations pour la réalisation de l'étude technique.....	28
<b>4. La promotion de l'investissement.....</b>	<b>30</b>
4.1. La stratégie de promotion de l'investissement.....	31
4.2. Les techniques de communication marketing.....	32
4.3. Le climat de l'investissement .....	33

***Chapitre 2 : Le cadre institutionnel de l'investissement au Maroc ; l'évolution de la stratégie de développement des investissements touristiques au Maroc***

<b>1. La politique promotionnelle de l'investissement touristique de 1960 à 1994.....</b>	<b>36</b>
<b>2. La politique promotionnelle de l'investissement touristique à partir de 1995.....</b>	<b>37</b>
2.1. Les ambitions affichées.....	38
2.1.1. Les avantages fiscaux.....	38
2.1.2. Les diverses autres mesures.....	39
2.2. Le bilan de la charte d'investissement depuis 1995.....	40
2.2.1. Des réalisations intéressantes.....	40

2.2.2. Des entraves importantes.....	41
a- la non disponibilité du foncier.....	41
b- Des procédures administratives complexes et opaques.....	42
c- Des textes législatifs rigides.....	42
d- Une fiscalité pénalisante.....	43
e- L'accès au financement difficile.....	43
<b>3. La politique promotionnelle de l'investissement touristique de 2000 à 2020 : l'Accord Cadre et le Contrat programme (Visions 2010 et 2020)</b>	
3.1. L'allègement fiscal.....	44
3.2. Les disponibilités foncières.....	45
3.3. L'allègement et le soutien financiers.....	45
3.4. Allègement des procédures administratives.....	46
<b>Conclusion</b> .....	48
<b>2° P A R T I E</b>	
<b>La situation de la région orientale dans le tissu touristique marocain</b>	
<b>Introduction</b> .....	50
<b><i>Chapitre 1 : Le potentiel touristique de la région</i></b>	
<b>1. Aperçu du potentiel économique et sociodémographique de la région</b> .....	51
1.1. Des données générales .....	51
1.2. Les indicateurs économiques de la région.....	52
1.3. Les indicateurs socio-démographiques de la région.....	53
<b>2. Le potentiel touristique culturel</b> .....	56
2.1. Sites touristiques.....	56
2.2. L'artisanat de l'Oriental.....	58
<b>3. Le potentiel touristique de montagne</b> .....	58

<b>4. Le potentiel touristique du désert.....</b>	<b>59</b>
<b>5. Le potentiel touristique balnéaire.....</b>	<b>60</b>
5.1. Saïdia : 60 km au Nord d'Oujda.....	61
5.2. Les sites de Nador susceptibles d'accueillir les investissements touristiques.....	62
<b>6- Le potentiel touristique des niches : le train du désert et autres produits de niche</b>	
6.1. Le train du désert.....	63
6.2. D'autres produits de niche à fort potentiel touristique.....	64

***Chapitre 2 : Les visions stratégiques 2010 et 2020 : la région au centre de la politique touristique***

<b>1. Les objectifs.....</b>	<b>69</b>
<b>2. Les 6 programmes touristiques du Plan 2020.....</b>	<b>70</b>
2.1. Le « Programme Azur 2020 ».....	71
2.2. Le « Programme Green-Eco-Développement durable ».....	71
2.3. Le « Programme Patrimoine et Héritage » .....	71
2.4. Le « Programme Animation et Loisirs ».....	71
2.5. Le « Programme Niches à Forte Valeur Ajoutée ».....	71
2.6. Le « Programme Biladi ».....	71
<b>3. Les lignes directrices.....</b>	<b>71</b>
3.1. Mettre en place de normes écologiques répondant aux standards internationaux	
3.2. Promouvoir les ressources humaines.....	72
3.3. Eriger la qualité en priorité.....	72
3.4. Un système de gouvernance plus efficace.....	73
3.5. Assurer un développement homogène de l'ensemble du territoire.....	73
<b>4. La régionalisation.....</b>	<b>74</b>
<b>5. Les organes de gouvernance.....</b>	<b>75</b>
5.1. Les structures et instances chargées des missions transversales.....	75
5.1.1. Le centre d'accueil et d'orientation des investisseurs (CAOI) .....	75
5.1.2. Les centres régionaux d'investissement (CRI).....	75
5.1.3. La commission interministérielle des investissements.....	75
5.1.4. La direction des investissements extérieurs (DIE).....	76

5.2. Les structures sectorielles chargées de la promotion de l'investissement touristique.....	77
5.2.1. Le Département ministériel chargé du tourisme.....	77
5.2.2. Les services extérieurs du département du tourisme.....	78
5.2.3. Les Conseils régionaux ou provinciaux du tourisme (CRT/CPT).....	79
5.2.4. Les Agences de Développement Touristique.....	79
<b>6. Le financement : la mise en œuvre.....</b>	<b>80</b>
6.1. Le Ministère de l'Economie et des Finances.....	81
6.2. L'Agence Marocaine de Développement des Investissements.....	81
6.3. Les Centres Régionaux d'Investissements (CRI).....	81
6.3.1. Le guichet d'aide à la création d'entreprises.....	81
6.3.2. Le guichet d'aide aux investisseurs.....	82
6.4. La Commission Interministérielle des Investissements.....	82
<b>Conclusion.....</b>	<b>84</b>

### **3• PARTIE**

#### **L'évolution de l'investissement touristique dans l'oriental : 1985-1995 et 2001-2020**

<b>Introduction.....</b>	<b>86</b>
--------------------------	-----------

#### ***Chapitre 1 : L'investissement touristique dans l'oriental au cours de la période 1985-1995***

<b>1. Trois remarques préalables relatives aux statistiques utilisées.....</b>	<b>88</b>
1.1. La présentation des statistiques.....	88
1.2. La méthode de calcul.....	88
1.3. L'impact de la définition de l'investissement touristique.....	89
<b>2. L'analyse de la demande et de l'offre touristiques durant la période 1985- 1995.....</b>	<b>90</b>
2.1. L'analyse de la demande.....	90
2.1.1. Le nombre de touristes et nuitées touristiques.....	92

2.1.2. Le flux des entrées touristiques par la frontière maroco-algérienne.....	92
2.2. L'analyse de l'offre ou de l'investissement durant la période : l'infrastructure touristique dans la région orientale de 1985 à 1995.....	93
<b>3. Les contraintes et les entraves.....</b>	<b>95</b>
3.1. Le manque ou déficit des infrastructures touristiques : hôtels et restaurants.....	95
3.2. Le transport.....	97
3.3. Les conséquences de l'absence de stratégie.....	98
3.4. Un tourisme saisonnier, non diversifié.....	99

***Chapitre 2 : L'investissement touristique dans l'oriental au cours de la période 2000-2010 : intégrer le tourisme de la région orientale dans l'économie nationale.***

<b>1. Les investissements publics : les infrastructures.....</b>	<b>101</b>
1.1. Le transport.....	101
1.1.1. Les aéroports.....	101
1.1.2. Le réseau ferroviaire.....	102
1.1.3. Le réseau routier.....	102
1.1.4. Les ports.....	102
1.2. Les parcs industriels.....	102
1.3. La formation des ressources humaines.....	103
 <b>2. Le développement et la promotion des produits touristiques de la région : deux tourismes, deux images.....</b>	 <b>103</b>
2.1. Le tourisme balnéaire.....	103
2.2. Le tourisme de niches : le culturel, la montagne et le désert.....	105
2.2.1. La comparaison des niches touristiques : l'oriental et les autres régions du Maroc.....	105
2.2.2. Le tourisme rural ou tourisme vert (montagne et campagne).....	106
2.2.3. Le tourisme thermal.....	106
2.2.4. Le tourisme du désert.....	109
2.2.5. Le tourisme culturel et d'affaires.....	109

<b>3. L'offre touristique : les infrastructures de base</b> .....	110
3.1. Une offre en évolution.....	110
3.2. Une offre concentrée géographiquement.....	111
3.3. Une offre destinée au tourisme interne.....	112
<b>4. La demande touristique</b> .....	113
4.1. Une demande en évolution.....	113
4.2. Des aspects à améliorer.....	114
4.2.1. Une demande plutôt balnéaire et d'affaires.....	114
4.2.2. Une demande interne et saisonnière.....	114
<b>5. Le soutien financier : le fonds d'Investissement de la Région Orientale (FIRO)</b> .....	116
5.1. La taille des investissements (2003-2010).....	116
5.2. L'accompagnement financier.....	119
<b>Conclusion</b> .....	121
<b>Conclusion générale</b> .....	122
<b>Bibliographie</b> .....	124

**NB** : les annexes sont groupées et classées dans un fascicule à part.



**Université Ibn Zohr**  
**Faculté des Lettres et des Sciences Humaines d'Agadir**  
**Master Tourisme et Communication**

**Mémoire de fin d'études**

*Sous le Thème :*

**L'investissement touristique et la régionalisation :  
le Maroc oriental**

**Fasicule des annexes du mémire**

Préparé par :  
Khaoula KEMBOUCHE

Sous la direction de :  
M. Abdelfattah NACER IDRISSE

Année Universitaire : 2010/2011

<b>Annexe 1</b>	Parcours de l'investisseur touristique.....	<b>3</b>
<b>Annexe 2</b>	Exemple du projet d'investissement touristique Mediterrania Saïdia par le Groupe FADESA.....	<b>8</b>
<b>Annexe 3</b>	Le créneau du tourisme balnéaire.....	<b>14</b>
<b>Annexe 4</b>	les sites de pêche artisanale, des sites à fortes potentialités touristiques.....	<b>16</b>
<b>Annexe 4</b>	Plan Mada'In: le PDRT de l'Oriental (Programme de Développement Régional du Tourisme) .....	<b>21</b>



## Annexe 1 : Parcours de l'investisseur touristique

### Démarches et procédures de réalisation d'un projet d'investissement

Etape		Type de Société	Modalité	Lieu
1	Choix de la forme juridique			Fiduciaire/ cabinet d'avocats
2	Etablissement du certificat négatif (permet de protéger le nom de la société)	Obligatoire pour les sociétés, facultatif pour personnes physiques et les entreprises n'optant pas pour une enseigne	Présentation d'une demande faire sur imprimé Frais : 170 MAD	CRI
3	Etablissements des statuts de la société	Tous types de sociétés	Présentation de la forme juridique, de la nature des apports, du montant et de la répartition du capital, de la dénomination • Délai : 2 à 3 jours • Frais de timbres pour la légalisation : 20 MAD par feuille	Fiduciaire/ cabinet d'avocats
4	Enregistrement et timbres	Tous types de sociétés	S'effectue dans le mois de l'acte pour la constitution, l'augmentation de capital, la prorogation ou la dissolution de sociétés ou de groupements d'intérêt économique, ainsi que tous actes modificatifs du contrat ou des statuts. • Pour les SA, l'enregistrement est de 50 MAD pour des projets de statuts • Pour les SARL, le montant équivaut à 0,5 % sur le capital en numéraire. • 20 MAD par feuille et 2 MAD de timbres par signature légalisée sont requis	
5	Nomination des administrateurs	Société Anonyme	L'assemblée générale ordinaire ou bien les premiers administrateurs inscrits dans le cadre du statut nomment les administrateurs. Le conseil d'administration se réunit alors pour nommer le président et le directeur général, le cas échéant	En assemblée générale ordinaire

6	Blocage du capital libéré	SA et SARL en cours de constitution	Obtention d'une attestation de la banque sur la base des fonds versés	Banque
7	Etablissement des déclarations de souscription et de versement	Société Anonyme	Le notaire ou fiduciaire établit la déclaration de souscription (sur la base des bulletins établis auprès d'une fiduciaire) et le versement (sur la base de l'attestation de blocage de la banque)	Notaire ou Fiduciaire
8	Enregistrement de capital et des statuts	SA, SARL, SNC	Statuts, nomination des gérants, bulletin de souscription, signés, légalisés et timbrés + PV de l'assemblée générale ordinaire pour la SA + déclaration de régularité et de conformité. • Délai : 1 à 2 jours • Frais de timbres : 20 MAD par feuille et, le cas échéant, • 50 MAD par feuille d'enregistrement pour l'acte d'apport	Direction Régionale des Impôts ou au niveau du CRI
9	Publication au Journal d'annonces légales et au Bulletin Officiel	Toute société	Dépôt d'actes ou de pièces, en double exemplaire certifié conforme par l'un des représentants légaux de la société • Délai : 30 jours • Coût de l'annonce légale : 3 MAD par ligne • Frais de légalisation : 10 MAD • Frais de timbres : 1 MAD par exemplaire	Greffe du tribunal auprès duquel le registre de commerce est tenu
10	Dépôt des statuts	SA, SARL, SNC, SCS	Dépôt des statuts par les représentants légaux de l'entreprise ou mandataire dûment désigné • Frais de dépôt : 250 MAD • Frais d'enregistrement : 100 MAD • Taxe notariale : 3 MAD + timbres de 20 MAD par feuille	Tribunal du commerce ou au niveau du CRI du lieu du siège social

Source : Centre régional d'investissement de l'Oriental

### Acquisition du terrain

Type de terrains	Formalités	A qui s'adresser ?	Comment procéder ?	Délais
Terrain privé	Enregistrement du terrain	Conservation foncière	Préparation du contrat de vente	
Terrain domanial	Accord de cession	Gouverneur de la municipalité	Identification du terrain et soumission de la demande	2 mois
	Contrat de location	Direction des domaines	Soumission d'une demande et de l'étude de faisabilité	4 mois
Terrains des Eaux et Forêts	Cahier de charges pour : * Bail emphyotétique * Echange contre un autre site	Ministère des Eaux et Forêts		

### Construction du projet

Formalités	A qui s'adresser ?	Comment procéder ?	Délais
Décision de construire	Municipalité		
Décision de classement provisoire	DAI	Dépôt du dossier technique au CTPT	2 mois
Déclaration d'existence aux impôts	Sous direction des impôts	Demande sur imprimés du PV de l'assemblée constitutive et de l'inscription au Registre de commerce	1 mois
Déclaration à l'inspection du travail	Délégation du Ministère de l'emploi	Déclaration à l'inspection du travail	Avant d'exercer
Affiliation à la CNSS	CNSS	Demande sur imprimé accompagnée des statuts, du certificat d'inscription aux patentes et de l'inscription au Registre de commerce	Au 1 <sup>er</sup> recrutement
Abonnement aux réseaux téléphoniques et services postaux	IAM, Barid Al Maghreb	Demande d'abonnement	10 jours

## Commercialisation du projet

<b>Formalités</b>	<b>A qui s'adresser ?</b>	<b>Comment procéder ?</b>
Débit de boissons alcoolisées	Direction Sûreté Nationale	Demande sur imprimé, accompagnée des statuts et de l'inscription au registre de commerce
Exploitation de bateaux de plaisance	Ministère de la marine marchande	-
Maison de jeux	Département du premier Ministre	-
Exploitation des maisons de jeux	Ministère de l'intérieur	-

Il existe deux types de projets, conventionnés (2 MDhs et plus), et non conventionnés (moins de 2 MDhs). Ces projets sont réalisés sur des terrains privés ou des terrains appartenant à l'Etat :

- Terrains privés : appartenant à des personnes physiques ou morales, et dont les conditions d'acquisition dépendent étroitement des propriétés.
- Terrains appartenant à l'Etat : il existe 4 statuts des ces terrains
  - Domaine privé de l'Etat, tutté par le Ministère des finances ;
  - Domaine collectif, tutté par le Ministère de l'intérieur, et plus exactement la DAR (Direction des affaires rurales) ;
  - Domaine des Eaux et Forêts, tutté par le Commissariat d'Eaux et Forêts ;
  - Domaine de maritime, tutté par le Ministère de l'équipement.

Le parcours des projets doit toujours passer par des commissions. Il est déposé auprès de la commune rurale ou urbaine (quelque soit le type de projet), pour autorisation de construction et d'acheminement à la Délégation et aux membres du tourisme.

- Commission normale : à l'agence urbaine (demande d'autorisation de construire, de lotir, de créer des groupes d'habitation ...)

Dans le cadre de cette commission, il faut présenter 2 circulaires de :

- N° 14/2000 du 2 Octobre 2000, de Monsieur le Premier Ministre ;
  - N° 15/2000 du 6 Octobre 2000, du Chargé de l'aménagement du territoire, de l'urbanisme, de l'habitat et de l'environnement
- CTCPT (commission technique de coordination des projets touristiques) : cette commission est responsable du classement technique provisoire de société, prononcé avant ou en même temps que l'autorisation de construction. Il est attribué à l'établissement touristique (Loi 6100 portant des statuts, et des normes des établissements touristiques).

- CRC (commission régionale de classement) : cette commission est responsable du classement d'exploitation, en consultant les normes de classement.
- CRI (commission régionale d'investissement) : dans le cas où le terrain appartient à l'Etat, le projet est animé par la commission régionale d'investissement, au Centre Régional d'Investissement. Dans de cas, le projet doit suivre le parcours normal des procédures de réalisation des nouveaux projets.
- Commission de dérogation présidée par le Wali : elle porte sur les dispositifs urbanistiques.

Il ressort des tableaux ci-dessus que, outre, les démarches administratives liées à la création de l'entreprise, le projet d'investissement dans le tourisme doit être étudié par des commissions spécifiques et ce selon la nature juridique du terrain et son lieu d'implantation (voir parcours de l'investisseur touristique) :

- La commission interministérielle chargée de l'Aménagement touristique du littoral ;
- La commission chargée de l'affectation des terres récupérées ;
- Le comité technique provincial ;
- Le comité technique de coordination des projets touristiques.

Il est aussi à signaler que toute commercialisation de projet touristique est préalablement subordonnée à l'octroi par d'autres administrations que celle du tourisme d'autorisations supplémentaires :

- La direction de la sûreté nationale pour licence de débit de boissons alcoolisées ;
- La marine marchande et la pêche maritime pour l'autorisation d'exploitation des bateaux de plaisance et des jeux nautiques ;
- Le premier ministre pour autorisation d'ouverture des maisons de jeux ;
- Le ministre de l'intérieur et le ministre de l'économie et des finances pour l'exploitation des maisons de jeux.

## **Annexe 2 : Exemple du projet d'investissement touristique :**

### **Mediterrania Saïdia par le Groupe FADESA**

FADESA est un groupe immobilier Espagnol, concessionnaire de la station de Saïdia, Fadesa Maroc compte comme actionnaire Martinsa-Fadesa et le groupe Addoha qui gère le directoire. Tout son actif est au Maroc. Les seules devises reçues de l'étranger proviennent de la vente d'appartements, de villas...

FADESA est la première compagnie en Espagne avec plus de 40 ans d'expérience dans le secteur industriel. Elle est l'un des plus grands conglomérats d'affaires. Ses fondateurs avaient une vision très claire: offrir des produits de qualité et des services à un prix compétitif de réinvestir dans le pays et la société, qui rendent toute croissance possible.

Grâce à sa présence dans plusieurs secteurs industriels, FADESA appuie fortement les progrès de l'industrie. C'est une entreprise leader dans le secteur de l'emballage, elle encourage le développement de divers secteurs, spécialement l'industrie alimentaire, où elle est présente dans la conserverie de poisson, les boissons et l'industrie agro. FADESA a favorisé directement le développement agricole et industriel des produits non traditionnels. Ses produits peuvent être reconnus dans les cinq continents par leurs normes de qualité élevées. Le groupe dispose également d'une division de produits chimiques qui approvisionnent l'industrie des produits en vrac, qu'ils soient des produits finis ou des matières premières. Sa division commerciale est considérée comme fournisseur le plus complet de fournitures industrielles en Espagne.

Son alliance avec Addoha vise à promouvoir au Maroc des projets immobiliers résidentiels et touristiques d'envergure.

#### **Méga investissement du nouveau complexe de Saïdia**

##### **Présentation du projet**

Devant l'importante contribution du secteur touristique dans le développement de l'économie nationale, et dans le cadre de l'accord-cadre et son accord d'application adoptés par le gouvernement marocain, la Confédération Générale des Entreprises du Maroc et la Fédération Nationale du Tourisme, au titre du premier volet de ce contrat programme portant le nom du plan Azur, cinq méga complexes balnéaires devraient voir le jour sur la côte atlantique et un seul sur la Méditerranée. Ces sites sont à fort potentiel touristique, leur choix étant basé sur deux facteurs déterminants à savoir la proximité d'un aéroport et la répartition équilibrée de ces sites dans différentes régions du Royaume.

L'approche adoptée pour le développement de ces zones consiste à recourir à des aménageurs développeurs privés qui sont censés assurer l'aménagement in-site des nouvelles stations

selon un cahier de charge précis. L'Etat se charge quant à lui d'assurer les infrastructures hors-site.

Ainsi, pour le méga complexe méditerranéen, en témoignage de la confiance dans les potentialités touristiques et humaines de la Région de l'Oriental, le groupe espagnol FADESA a soumis sa candidature en réponse à l'appel d'offre pour la création et le développement d'une nouvelle station balnéaire de Saïdia. Présentant la meilleure offre, il a été adjudicataire du projet. Rappelons que ce groupe immobilier espagnol a déjà 20 ans d'expérience dans le domaine. En s'appuyant sur son expertise technique et humaine ainsi que sur son assise financière, il a déjà conduit avec succès des projets majeurs au Maroc.

La station sera articulée autour de deux axes principaux. Commercial, le premier sera destiné à abriter notamment des bureaux, des magasins, des boutiques... Le deuxième axe, quant à lui, sera une zone de divertissement et d'animation culturelle et sportive (cinéma, palais des congrès, centre de thalassothérapie, parc aquatique ...)

Dans son engagement avec l'Etat marocain, l'aménageur-développeur espagnol s'est tenu à réaliser lui-même deux hôtels, le port de plaisance, les trois parcours de golf et les 3.000 logements. Le reste sera confié à d'autres investisseurs pour lesquels des terrains seront mis en vente. La construction et la gestion des infrastructures par ces promoteurs seront soumises au cahier des charges.

### **Contrat du projet**

D'une valeur de 10 milliards DH, le projet de Mediterrania Saïdia Maroc est développé dans le cadre du mémorandum d'accord signé en 2002 entre FADESA Maroc et le gouvernement marocain, sous le haut patronage du souverain marocain. Le complexe balnéaire Méditerranée Saïdia Maroc est réalisé sur un terrain d'une superficie de 713 ha, et s'étend sur 6 Km, il couvre en effet 16 Km de plage.

### **Concept urbanistique**

Il est connu que Saïdia et le Sud de l'Espagne ont les mêmes produits touristiques. Ce sont ceux de la Méditerranée. Mais autant ces deux zones sont proches par la nature des sites, autant elles sont différentes quant à leur degré d'exploitation. Ainsi, du côté méditerranéen de l'Espagne, du Portugal ou de la France, il n'existe presque plus de nouveaux sites à valoriser. Tout a été construit et exploité. C'est peut-être cela aussi la chance de Mediterrania Saïdia Maroc. Pour les connaisseurs des questions touristiques en Méditerranée, l'aménagement de ce nouveau site balnéaire est une réelle opportunité pour la région

Saïdia Méditerranée Maroc, sera dotée d'une capacité de 30 000 lits, ce qui en fait le plus important site, à côté de celui de Taghazout, du plan Azur. La localisation du site près de Berkane (à 2 km de Saïdia et à 15 km de Ras El Ma) n'est toutefois pas fortuite.

## Mot du directeur exécutif

«C'est un projet méditerranéen ambitieux qui englobera tous les lieux de distraction dont une personne peut rêver, nous sommes convaincus que la nouvelle Station de Saïdia réalisera nos objectifs pour soutenir la croissance globale du pays, notamment grâce à son secteur touristique à fort potentiel. Nous essayons d'améliorer l'attractivité de la station sur toute l'année». Il ajoute : «Donnons un peu de temps à cette station pour qu'elle puisse développer d'autres produits de tourisme médical, d'écotourisme, de tourisme du 3e âge, etc.».

Notons à cet égard que Fadesa Maroc vient de terminer la construction d'une clinique qui devra être cédée à un opérateur étranger en plus d'un hélicoptère et qui peuvent constituer le noyau du développement du tourisme de santé et de l'accueil des touristes seniors. «Nous sommes en train de livrer trois Beach-clubs à des opérateurs privés pour animer la plage à côté de ceux des hôtels existants», insiste M. Adil Chennouf directeur exécutif de GFM.

## Fiche technique du projet

<b>Maître d'ouvrage</b>	Groupe immobilier FADESA		
<b>Situation</b>	Commune rurale Ras El Ma		
<b>Consistance du projet</b>	<b>Composante</b>	<b>Capacité</b>	<b>Superficies des planchers</b>
	-un hôtel de la plage, 5* Grand Luxe - 3 hôtels 5* - 4 hôtels 4*	5364 lits  16000 lits pour l'ensemble des hôtels	300 000 m <sup>2</sup> (hôtels)
	- des villages de vacances	10 378 lits	1 300 000 m <sup>2</sup>
	- des appartements côtiers, des appartements de la marina, et des villas touristiques - des maisons de ville -Forêt - la marina - un centre commercial - un souk - un port de plaisance	3000 unités 12000 lits pour l'ensemble du programme résidentiel	686 000 m <sup>2</sup> (entre 700 et 1000 m <sup>2</sup> la villa ; et 120 à 150 m <sup>2</sup> l'appartement)
	- 3 parcours de golf - cinéma ; palais des congrès ; centre de thalassothérapie ; parc aquatique ; clinique - bureaux ; magasins ; boutiques - un nouveau port ; - parking	700 bateaux	302 000 m <sup>2</sup>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- des espaces verts</li> <li>- des zones sportives (Beach soccer...)</li> </ul>		<p>51 000 m<sup>2</sup> 7000 000 m<sup>2</sup> 220 000 m<sup>2</sup></p>
<p>Les résidences : On compte deux différents types de résidences, construites selon un style architectural typiquement méditerranéen. Elles offrent l'opportunité de devenir propriétaire. Tout d'abord les 300 villas de styles divers mais toujours de haut standing. Ensuite de nombreux parcs d'appartements de superficies comprises entre 50 et 150 m<sup>2</sup> contenteront largement les budgets moins élevés. Ces deux types de logements s'avèrent convaincre de plus en plus de seniors en quête d'un lieu paisible au climat agréable pour jouir de leur retraite. Mais pas seulement, puisque les stars du football anglais John Terry, Rio Ferdinand et Gary Neville ont chacun investi dans une villa.</p> <p>Les logements touristiques : La station de Mediterrania Saïdia abrite exclusivement des hôtels 4 et 5 étoiles. Au nombre de neuf à terme, on peut déjà compter l'hôtel Barcelo 5*, construit dans le style traditionnel des médinas marocaines. Disposant de 614 chambres (550 standards, 55 suites et 12 masters suites) avec vues panoramiques sur les différents golfs et la mer, il n'est situé qu'à 200 m de la Marina et comporte une large gamme de loisirs : six piscines dont 2 pour enfants, Spa et salle de fitness, toutes sortes de sports comme le tennis ou le volley-ball. Mais aussi 3 restaurants, 3 bars et des salles de réunions.</p> <p>L'autre hôtel 5* du site sera quant à lui armé de 350 luxueuses chambres. Il disposera de 3 piscines et de multiples loisirs comme tennis, minigolf, spa et fitness club.</p> <p>Enfin les hôtels 4* dont l'Iberostar comprennent 500 chambres en moyenne chacun et sont à proximité de la marina ou de l'un des golfs du domaine.</p> <p>Les hôtels : Be Live Saïdia 4*; Iberostar 4*; Barcelo 5* (le plus grand hôtel balnéaire d'Afrique)</p> <p>Les résidences touristiques : Radisson &amp; Spa suites and appartements (Ouverture en 2013) ; Best Western Premier Resort (Ouverture en 2013) ; Golden Tulip Résidences (Ouverture en 2012)</p> <p>Ajouter à cela huit autres résidences touristiques et douze villages de vacances et la capacité d'accueil s'élèvera à 17 000 lits.</p> <p>La marina : Cafés, restaurants, animation et centre d'activités nautiques</p>			

### Retombées du projet

Ce considérable projet permettra la création de 8.000 emplois directs et de plus de 40.000 emplois indirects. Son impact sur le développement Régional sera considérable, et servira de force motrice à l'ensemble de l'économie régionale, ce qui ne manquera pas de tirer vers le haut l'ensemble des secteurs l'accompagnant. Les travaux ont été effectivement lancés au mois de février 2004.

Aussi notons qu'une dynamique touristique vient d'être induite par le plan AZUR au niveau de l'oriental.

## **Avancement des travaux et Etat de commercialisation de la Nouvelle station touristique de Saïdia**

Délai initial prévu pour l'aménagement de la NSTS a été réduit de 6 ans à 4 ans;

Le programme d'investissement direct de FADESA est plus important que celui prévu par la convention

Pratiquement toutes les parcelles touristiques et résidentielles sont déjà attribuées, grande demande sur les RT et VVT non satisfaite

### **Demande d'extension**

Suite à ce mouvement 'favorable', le Groupe FADESA Maroc demande la mise à disposition d'une nouvelle assiette foncière afin de consolider la destination touristique de la NSTS, et de compléter son offre touristique et d'animation.

Il s'agit de la Création :

-d'un 2ème pôle d'animation accessible à tous les citoyens de la région de l'Oriental

-d'un Parc Régional des Loisirs sur plus de 22 ha

### **Impacts immédiats et prévus du projet FADESA sur la région orientale**

Impact sur le prix du foncier (prix 5x plus) (ressenti déjà) ;

Impact social (risque d'exclusion sociale) (dans le futur) ;

Impact écologique (négatif dans le futur) ;

Impact sur l'immigration et l'urbanisation (mouvement population) (ressenti déjà) ;

Impact culturel (fort probable) ;

Impact sur l'emploi faible pour la région (ouvriers d'ailleurs) (ressenti déjà) ;

Impact positif sur les entreprises locales (ressenti pour les entreprises de BTP) ;

Impact sur le patrimoine dans le deux sens (dans le futur).

## Recommandations relatives au projet de la nouvelle station balnéaire de Saïdia :

### Accompagnement et acteurs intervenants

Accompagnement du projet FADESA à Saïdia	Implication de la région	Autres acteurs
Développement local et arrière pays	Moyenne	Collectivités locales/ ministères.
Produits culturels et artisanaux (terroir)	Faible	Chambres consulaires (professionnels)/ ministère.
Formations	Moyenne	OFPPT, écoles privées/ université/ institutions.
Educations, sensibilisation	Moyenne	ONG, éducation nationale, collectivités locales.
Institutions, gouvernance	Forte	Organisations de la société civile/ privé/ collectivités locales, élus.
Renforcement des capacités du CRT	Forte	Ministère/ professionnels.

## **Annexe 3 : Le créneau du tourisme balnéaire**

### **1- zone d'intérêt touristique Ras el ma :**

Elle s'étend sur 9 Km de plage de sable fin et dispose d'un port de pêche et d'un bois qui conforte son potentiel touristique. Deux unités d'aménagement touristique sont prévus dans ce cadre : Ras el Ma 1 (23 Ha) et Ras el Ma 2 (158 Ha).

Les principaux atouts de cette zone sont :

- la situation en front de mer
- la proximité de l'embouchure de l'Oued Moulouya avec un site d'intérêt biologique dont une zone protégée
- la proximité du centre ayant un port de pêche et une facilité d'accès aux équipements et aux infrastructures
- la disponibilité des terrains

### **2- zone d'intérêt touristique de Marchica Nador (59 Ha)**

Avec le haut Gourougou surplombant Nador, la plaine alluviale de Bou Arg au sud et la presqu'île d'Atalayoune au nord-ouest. Cette zone offre des atouts touristiques considérables au bord de la sabkha Bou Arg (lagune de Nador).les ports de béni Ansar et de Melilla ainsi que les équipements et infrastructures existants la confortent dans cette fonction.

### **3- zone d'intérêt touristique de Marchica-Boccana :**

Située dans la commune de Béni Ansar au nord du cordon littoral de Sabkhat Bou Arg, cette plage s'étend sur une longueur de plus d'un Km. Ce site pouvait être valorisé avec des infrastructures appropriées tout en veillant à la protection de l'environnement.

La plage est longuement fréquentée en été et accueille plus d'un million de personne par jour venant essentiellement de Nador et Melilla ;

Les équipements, infrastructures et services existants se résument ainsi : accès facile (piste praticable), eau potable, assainissement liquide sommaire (fosse septiques et puits perdus), balayage et nettoyage de la plage effectué régulièrement.

### **4- zone d'intérêt touristique de Marchica-Arekmane :**

Relevant de la commune de même nom et située au sud –est du cordon littoral de la Sabkha , cette plage s'étend sur une longueur de 7 Km et dispose d'infrastructures touristiques non négligeables .

Les équipements et infrastructures touristiques existants sont : accès facile (route goudronnée), eau potable, électricité et branchement téléphonique, assainissement liquide (Fosse septique et puits perdus) assainissement solide : balayage et nettoyage.

Les attraits particuliers résident dans la proximité du binôme urbain Nador-Mellilia et leurs ports respectifs, les activités commerciales de ces deux villes et la beauté de la plage.

### **5- zone d'intérêt touristique plage du Tazaghine :**

Entendre sur 10 Km de long, cette plage est située de part et d'autre de l'embouchure de l'oued Arekmane. Elle est délimitée à l'Ouest par la partie Afraon et à l'est par cap Ras Tarf surplombée d'un flanc montagneux, aménagé en terrasses de cultures, la plage de Tazaghine est constituée d'un sable grisâtre. Elle peut accueillir un grand nombre de touristes estivants et de baigneurs.

D'où, c'est un site prometteur qui jouit d'un cadre et de paysages pittoresques (mer calme, étendue, sableuse...). Il y a lieu de prévoir une infrastructure et des équipements appropriés.

### **6- la zone d'intérêt touristique d'Al Kalaat :**

Située à l'oued de Nador (commune d'Iaazanene), cette plage de sable fin s'étend sur près de 5Km avec plusieurs autres petites criques susceptible d'être valorisées en plus de la forêt et de la disponibilité de terrain (162 ha).

L'embouchure de l'oued est encadrée de côtés rocheuses ce qui confère au paysage une beauté exceptionnelle.

A proximité de cette plage, le village de Talt Bougafer, doté en eau potable et en électricité peut répondre actuellement aux premiers besoins des touristes.

La fréquentation du site est liée principalement à l'activité balnéaire et à la pêche sportive durant les « week-end » et pendant l'été. Les attraits touristiques de la zone renferment plage, forêt et embouchure.

### **7- zone d'intérêt touristique de Sidi lahcen :**

Située à l'ouest de Nador, dans la commune de Laazanene, cette plage d'environ 1.2 Km de long, présente des atouts pour le développement touristique avec la beauté de son paysage et son sable fin, en plus de la disponibilité de terrain (62 Ha).

A l'ouest de Punta Negro, plusieurs projets touristiques peuvent être implantés. Cette zone est équipée en eau potable avec électricité et téléphone.

Les atouts touristiques sont : la beauté de la mer et du paysage environnant ainsi que la disponibilité du terrain.

### **8- zone d'intérêt touristique du cap des trois fourches :**

Située dans la commune de Béni-chiker cette zone présente des caractéristiques physiques remarquables avec sa côte montagneuse comprenant des criques à l'état sauvage, assorties d'espaces naturels et de paysages d'une grande beauté.

L'absence d'infrastructures et d'équipements n'enlève rien à l'attrait particulier de la zone (caractère isolé et vierge du site, pêche sous marine, proximité de Mélillia).

## **Annexe 4 : les sites de pêche artisanale, des sites à fortes potentialités touristiques**

### **1- site SOUANI commune rurale de TROUGOUT**

C'est une plage vaste de sable située aux limites de la province d'Al-Hoceima (20Km).l'accès y est facile, 12 Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, très actif en été est proche d'autres sites touristiques.

Ce débarcadère est divisé en 2 sites de débarquement.

### **2- Site HDID : commune rurale de TROUGOUT :**

C'est une plage de sable et galets situés à 20 Km à l'est d'Al-Hoceima, l'accès y est un peu difficile.

### **3- Site KABDANA : commune rurale de TROUGOUT :**

Ce débarcadère est une plage de galets et roches abrité sous des petites montagnes située à une trentaine de Km à l'Est d'Al-Hoceima. L'accès y est un peu difficile. Le site est divisé en 2 points de débarquement.

### **4- Site SEHEL : commune rurale de TROUGOUT**

Ce débarcadère est une plage de galets habité par une falaise. Il se situe à une vingtaine de Km à l'Est d'Al Hoceima, l'accès y est un peu difficile.

### **5- Site Laâzib (sidi chaïb) : commune rurale de Ouled Amghar :**

Ce débarcadère est situé à 25 Km de l'Est d'Al-Hoceima. C'est une plage en sable et galets enserrée entre des falaises rocheuses d'environ 1,5 Km de longueur.

### **6- Site Lazib (Boujibar) : commune rurale Ouled Amghar :**

Ce débarcadère est une plage de galets et roches entouré de montagnes. Il se situe à une quarantaine de Km à l'Est d'Al-Hoceima. L'accès est y un peu difficile.

### **7- Site Calo Kilaté : commune rurale Oulad Amghar :**

C'est une plage de galet abrité sous une falaise. Il se trouve éloigné de Nador. L'accès est y un peu difficile.

### **8- Site Ouled Amghar : Commune rurale Ouled Amghar**

Une plage de sable et galets, entouré par les montagnes. Il se trouve à une quarantaine de Km de l'est d'Al-Hoceima.

### **9- Site Ijeti : Commune rurale BOUDINAR**

Une plage de sable entourée de montagnes. ; éloignée de Nador

**10- Site sidi Driss : commune rurale MARGHANIYIN :**

Une plage de sable entourée de montagnes. ; éloignée de Nador

**11- Site CHFIRT : commune Rurale TAZAGHINE :**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable, situé à une soixante de km de l'ouest de Nador.

**12- site Tazaghine : commune rurale TAZAGHINE :**

C'est une plage de sable entourée de montagne. Il est un peu éloigné de Nador.

**13- site Sidi HSSAIN : commune rurale Dar Kabdani**

Ce débarcadère est situé à 40 Km de l'Ouest de Nador dans une falaise à l'Ouest. C'est une plage de sable et galets.

**14- Site CHAABI : commune Rurale Dar Kabdani :**

C'est une plage de sable et galets, abrité par une grande falaise. un loin de Nador.

**15- Site IFRI Ogarabou : commune Rurale AMJAOU :**

C'est une plage de sable ; abritée par une grande falaise. Il se situe à une soixante de Km à l'Ouest de Nador.

**16- Site CHAMLALA commune rurale AMAJAOU**

Ce débarcadère est une plage de sable bien protégée par une falaise, limitée à l'est par Oued Chard. IL se trouve à une cinquante de Km de l'Ouest de Nador.

**17- site Samer : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

C'est une plage de sable, abrité sous une falaise. Il se trouve à cinquante de Km à l'Ouest de Nador.

**18- Site lassiakh : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

Ce débarcadère est une plage se sable entourée de montagnes .Il se trouve à une quarantaine de Km de l'Ouest de Nador.

**19- Site KALLAT : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

C'est une plage de sable, situé entre deux falaises. Il se trouve à une trentaine de Km de l'Ouest de Nador. Le site connaît une activité de pêche sportive durant les week-ends et pendant l'été.

**20- Site Djazira Lagune/ commune rurale Bou Areg :**

C'est un débarcadère situé sur le cordon dunaire, de rivage sablo-vaseux et protégé naturellement à l'intérieur de la lagune. Il se trouve à une trentaine de Km à l'est de Nador. Il est proche de plusieurs sites balnéaires.

### **21- Site cap trois fourches : commune Rurale Béni Chiker :**

Ce débarcadère est une plage de galets entouré de montagnes .Il se situe à une trentaine de Km à l'ouest de Nador.

### **22- Site TCHRANA : commune rurale Béni Chiker :**

C'est une plage de sable, limitée par des falaises et protégé par des roches. Il se situe à une trentaine de Km de l'Ouest de Nador et se trouve proche de quelques sites touristiques actifs en été.

### **23- Site TIBOUDA : commune rurale Béni Chiker**

Ce site est bien protégé à l'intérieur des falaises, situé à une trentaine de Km à l'Ouest de Nador.

### **24- Site Béni-Ansar Pachalik de Béni-Ansar**

Béni-Ansar est un centre connu par une activité importante de commerce et de pêche. Il est à 10 Km à l'Ouest de Nador. Les principales activités de ce port sont : La pêche, le transport des passagers et le commerce. La pêche artisanale en reste une activité très limitée. Les barques de la pêche artisanale sont protégées par une digue et un petit quai. On note la présence d'un hall, des frigos et des quais exploités surtout par les autres activités de la pêche.

### **25- Site BOCANA Pachalik Béni-Ansar**

Ce débarcadère est une plage de sable coquillé, proche de la passe d'entrée à la lagune « Marchica ». Il se situe à une quinzaine de Km de la ville de Nador. L'accès y est facile 3 Km de piste. C'est un site balnéaire, entouré d'autres sites touristiques, très actifs en été.

### **26- Site Ichtraine (mer) : commune rurale Bou Arg**

C'est un site où les palmeraies de Bouanane, de Aïn Chaer, d'Ich jouent un rôle touristique non négligeable pour la verdure, l'eau et la sécurité qu'elles offrent aux voyageurs. Plage de sable coquillé, située à 33 Km de l'est de Nador. L'accès y est facile, 3Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, entouré de plusieurs autres sites touristiques à activité importante en été.

### **27- Site Mouhandis commune rurale Bou Arg :**

C'est une plage de sable coquillé, limité à l'ouest par une formation rocheuse. Il se situe à une trentaine de Km à l'est de Nador. L'accès y est facile, 3Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, entouré de plusieurs autres sites touristiques à activité importante en été.



**28- Site Taourirt commune rurale Kariat Arekmane :**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable. C'est un site balnéaire, situé à une trentaine de Km à l'est de Nador et proche de quelques autres sites touristiques actifs en été. L'accès y est facile 2 Km de piste.

**29- Site FERMA : commune rurale Kariat Arekmane :**

C'est une plage ouverte de sable, située à une trentaine de Km à l'est de Nador. C'est un site balnéaire, proche de plusieurs autres sites très actifs en été.

**30- Site Moulay Ali Cherif : Commune rurale Al Barkaneyene :**

Ce débarcadère est une plage de galets ou pied de petites falaises. Il se trouve à une quarantaine de km à l'est de Nador. Il est proche de quelques sites balnéaires. L'accès y est un peu difficile 3 Km de piste.

**31- Site IHRIOUINE : commune rurale Al Barkaneyene :**

C'est une plage de galets ou pied de falaises, situées à une trentaine de Km à l'est de Nador. Ce débarcadère est proche de plusieurs sites touristiques à activité importante en été.

**32- Site TAMRSSAT : Commune rurale Barkaneyene**

Ce débarcadère est une plage de sable, abrité par des falaises. Il se trouve à 46 Km à l'est de Nador. L'accès y est facile 3 Km de piste.

**33- site plage rouge : commune rurale Cap de l'eau :**

C'est une plage de sable ; situé l'embouchure d'un oued abrité par la montagne. Il se trouve à une cinquantaine de Km de l'est de Nador.

**34- Site Ras Kebdana commune rurale cap de l'eau :**

Ras kebdana ou cap de l'eau est un village construit autour d'un port à 60 Km de l'est de Nador ; il est proche de plusieurs sites balnéaires. . L'activité principale des habitants est la pêcheWQ

**35- Site Bouhyaten : commune rurale Cap de l'eau**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable situé à 7 Km de l'est de Ras Kebdana et à une trentaine de Km de Saïdia. C'est un site balnéaire s'étendant sur 2 Km, à proximité d'autres sites balnéaires. L'accès y est facile, une piste sableuse de Km de la route goudronnée.

## **Annexe 5 : Plan Mada'In: le PDRT de l'Oriental (Programme de Développement Régional du Tourisme)**

*Qu'est ce qu'un PDRT ?*

Un contrat devant liant le Gouvernement/Région/CRT/.... et définissant :

- ü Les objectifs assignés pour la consolidation de la destination;
- ü Actions nécessaires pour atteindre ces objectifs et échéancier de leur réalisation;
- ü Besoins en investissements publics/privés et en ressources humaines, pour la mise en œuvre des actions.

Le Programme Développement Touristique de l'Oriental :

- Cadre Général :
  - Accord cadre.
  - Lettre Royale adressée aux participants des Assises de Tanger.
  - Consolidation des mesures d'accompagnement de la NSTS.
  
- Consistance du projet:
  - **Mission N° 1**: Diagnostic dynamique : état des lieux et mise en perspective.
  - **Mission N°2** : La définition d'une stratégie de développement et un plan marketing qui offrent aux acteurs les mesures d'accompagnement nécessaires au positionnement de la région de l'Oriental.
  - **Mission N°3** : Proposition de mise en œuvre à travers l'élaboration de quelques fiches projets qui peuvent toucher quelques segments prioritaires de l'activité touristique.
  
- Partenaires : Ministère du Tourisme, Wilaya, Conseil Régional, Agence pour le Développement de l'Oriental (ADO), CRT.
- Budget prévisionnel pour l'étude : 4 Millions Dirhams
- Date de lancement de l'étude : Mars 2007
- L'appel d'offre publié 5 mai 2007

**NB** : il n'est pas permis à une ville ou à une région de bénéficier de deux programmes à la fois. Cependant grâce aux efforts des autorités locales notamment Mr le wali de la région orientale, la région orientale vient de bénéficier du PDRT tout en bénéficiant du Plan Azur.

Source : Délégation Régional de l'Oriental



**Université Ibn Zohr**  
**Faculté des Lettres et des Sciences Humaines d'Agadir**  
**Master Tourisme et Communication**

**Mémoire de fin d'études**

*Sous le Thème :*

**L'investissement touristique et la régionalisation :  
le Maroc oriental**

**Fasicule des annexes du mémire**

Préparé par :  
Khaoula KEMBOUCHE

Sous la direction de :  
M. Abdelfattah NACER IDRISSE

Année Universitaire : 2010/2011

<b>Annexe 1</b>	Parcours de l'investisseur touristique.....	<b>3</b>
<b>Annexe 2</b>	Exemple du projet d'investissement touristique Mediterrania Saïdia par le Groupe FADESA.....	<b>8</b>
<b>Annexe 3</b>	Le créneau du tourisme balnéaire.....	<b>14</b>
<b>Annexe 4</b>	les sites de pêche artisanale, des sites à fortes potentialités touristiques.....	<b>16</b>
<b>Annexe 4</b>	Plan Mada'In: le PDRT de l'Oriental (Programme de Développement Régional du Tourisme) .....	<b>21</b>

## Annexe 1 : Parcours de l'investisseur touristique

### Démarches et procédures de réalisation d'un projet d'investissement

Etape		Type de Société	Modalité	Lieu
1	Choix de la forme juridique			Fiduciaire/ cabinet d'avocats
2	Etablissement du certificat négatif (permet de protéger le nom de la société)	Obligatoire pour les sociétés, facultatif pour personnes physiques et les entreprises n'optant pas pour une enseigne	Présentation d'une demande faire sur imprimé Frais : 170 MAD	CRI
3	Etablissements des statuts de la société	Tous types de sociétés	Présentation de la forme juridique, de la nature des apports, du montant et de la répartition du capital, de la dénomination • Délai : 2 à 3 jours • Frais de timbres pour la légalisation : 20 MAD par feuille	Fiduciaire/ cabinet d'avocats
4	Enregistrement et timbres	Tous types de sociétés	S'effectue dans le mois de l'acte pour la constitution, l'augmentation de capital, la prorogation ou la dissolution de sociétés ou de groupements d'intérêt économique, ainsi que tous actes modificatifs du contrat ou des statuts. • Pour les SA, l'enregistrement est de 50 MAD pour des projets de statuts • Pour les SARL, le montant équivaut à 0,5 % sur le capital en numéraire. • 20 MAD par feuille et 2 MAD de timbres par signature légalisée sont requis	
5	Nomination des administrateurs	Société Anonyme	L'assemblée générale ordinaire ou bien les premiers administrateurs inscrits dans le cadre du statut nomment les administrateurs. Le conseil d'administration se réunit alors pour nommer le président et le directeur général, le cas échéant	En assemblée générale ordinaire

6	Blocage du capital libéré	SA et SARL en cours de constitution	Obtention d'une attestation de la banque sur la base des fonds versés	Banque
7	Etablissement des déclarations de souscription et de versement	Société Anonyme	Le notaire ou fiduciaire établit la déclaration de souscription (sur la base des bulletins établis auprès d'une fiduciaire) et le versement (sur la base de l'attestation de blocage de la banque)	Notaire ou Fiduciaire
8	Enregistrement de capital et des statuts	SA, SARL, SNC	Statuts, nomination des gérants, bulletin de souscription, signés, légalisés et timbrés + PV de l'assemblée générale ordinaire pour la SA + déclaration de régularité et de conformité. • Délai : 1 à 2 jours • Frais de timbres : 20 MAD par feuille et, le cas échéant, • 50 MAD par feuille d'enregistrement pour l'acte d'apport	Direction Régionale des Impôts ou au niveau du CRI
9	Publication au Journal d'annonces légales et au Bulletin Officiel	Toute société	Dépôt d'actes ou de pièces, en double exemplaire certifié conforme par l'un des représentants légaux de la société • Délai : 30 jours • Coût de l'annonce légale : 3 MAD par ligne • Frais de légalisation : 10 MAD • Frais de timbres : 1 MAD par exemplaire	Greffe du tribunal auprès duquel le registre de commerce est tenu
10	Dépôt des statuts	SA, SARL, SNC, SCS	Dépôt des statuts par les représentants légaux de l'entreprise ou mandataire dûment désigné • Frais de dépôt : 250 MAD • Frais d'enregistrement : 100 MAD • Taxe notariale : 3 MAD + timbres de 20 MAD par feuille	Tribunal du commerce ou au niveau du CRI du lieu du siège social

Source : Centre régional d'investissement de l'Oriental

### Acquisition du terrain

Type de terrains	Formalités	A qui s'adresser ?	Comment procéder ?	Délais
Terrain privé	Enregistrement du terrain	Conservation foncière	Préparation du contrat de vente	
Terrain domanial	Accord de cession	Gouverneur de la municipalité	Identification du terrain et soumission de la demande	2 mois
	Contrat de location	Direction des domaines	Soumission d'une demande et de l'étude de faisabilité	4 mois
Terrains des Eaux et Forêts	Cahier de charges pour : * Bail emphyotétique * Echange contre un autre site	Ministère des Eaux et Forêts		

### Construction du projet

Formalités	A qui s'adresser ?	Comment procéder ?	Délais
Décision de construire	Municipalité		
Décision de classement provisoire	DAI	Dépôt du dossier technique au CTPT	2 mois
Déclaration d'existence aux impôts	Sous direction des impôts	Demande sur imprimés du PV de l'assemblée constitutive et de l'inscription au Registre de commerce	1 mois
Déclaration à l'inspection du travail	Délégation du Ministère de l'emploi	Déclaration à l'inspection du travail	Avant d'exercer
Affiliation à la CNSS	CNSS	Demande sur imprimé accompagnée des statuts, du certificat d'inscription aux patentes et de l'inscription au Registre de commerce	Au 1 <sup>er</sup> recrutement
Abonnement aux réseaux téléphoniques et services postaux	IAM, Barid Al Maghreb	Demande d'abonnement	10 jours

## Commercialisation du projet

<b>Formalités</b>	<b>A qui s'adresser ?</b>	<b>Comment procéder ?</b>
Débit de boissons alcoolisées	Direction Sûreté Nationale	Demande sur imprimé, accompagnée des statuts et de l'inscription au registre de commerce
Exploitation de bateaux de plaisance	Ministère de la marine marchande	-
Maison de jeux	Département du premier Ministre	-
Exploitation des maisons de jeux	Ministère de l'intérieur	-

Il existe deux types de projets, conventionnés (2 MDhs et plus), et non conventionnés (moins de 2 MDhs). Ces projets sont réalisés sur des terrains privés ou des terrains appartenant à l'Etat :

- Terrains privés : appartenant à des personnes physiques ou morales, et dont les conditions d'acquisition dépendent étroitement des propriétés.
- Terrains appartenant à l'Etat : il existe 4 statuts des ces terrains
  - Domaine privé de l'Etat, tutté par le Ministère des finances ;
  - Domaine collectif, tutté par le Ministère de l'intérieur, et plus exactement la DAR (Direction des affaires rurales) ;
  - Domaine des Eaux et Forêts, tutté par le Commissariat d'Eaux et Forêts ;
  - Domaine de maritime, tutté par le Ministère de l'équipement.

Le parcours des projets doit toujours passer par des commissions. Il est déposé auprès de la commune rurale ou urbaine (quelque soit le type de projet), pour autorisation de construction et d'acheminement à la Délégation et aux membres du tourisme.

- Commission normale : à l'agence urbaine (demande d'autorisation de construire, de lotir, de créer des groupes d'habitation ...)

Dans le cadre de cette commission, il faut présenter 2 circulaires de :

- N° 14/2000 du 2 Octobre 2000, de Monsieur le Premier Ministre ;
  - N° 15/2000 du 6 Octobre 2000, du Chargé de l'aménagement du territoire, de l'urbanisme, de l'habitat et de l'environnement
- CTCPT (commission technique de coordination des projets touristiques) : cette commission est responsable du classement technique provisoire de société, prononcé avant ou en même temps que l'autorisation de construction. Il est attribué à l'établissement touristique (Loi 6100 portant des statuts, et des normes des établissements touristiques).



- CRC (commission régionale de classement) : cette commission est responsable du classement d'exploitation, en consultant les normes de classement.
- CRI (commission régionale d'investissement) : dans le cas où le terrain appartient à l'Etat, le projet est animé par la commission régionale d'investissement, au Centre Régional d'Investissement. Dans de cas, le projet doit suivre le parcours normal des procédures de réalisation des nouveaux projets.
- Commission de dérogation présidée par le Wali : elle porte sur les dispositifs urbanistiques.

Il ressort des tableaux ci-dessus que, outre, les démarches administratives liées à la création de l'entreprise, le projet d'investissement dans le tourisme doit être étudié par des commissions spécifiques et ce selon la nature juridique du terrain et son lieu d'implantation (voir parcours de l'investisseur touristique) :

- La commission interministérielle chargée de l'Aménagement touristique du littoral ;
- La commission chargée de l'affectation des terres récupérées ;
- Le comité technique provincial ;
- Le comité technique de coordination des projets touristiques.

Il est aussi à signaler que toute commercialisation de projet touristique est préalablement subordonnée à l'octroi par d'autres administrations que celle du tourisme d'autorisations supplémentaires :

- La direction de la sûreté nationale pour licence de débit de boissons alcoolisées ;
- La marine marchande et la pêche maritime pour l'autorisation d'exploitation des bateaux de plaisance et des jeux nautiques ;
- Le premier ministre pour autorisation d'ouverture des maisons de jeux ;
- Le ministre de l'intérieur et le ministre de l'économie et des finances pour l'exploitation des maisons de jeux.

## **Annexe 2 : Exemple du projet d'investissement touristique :**

### **Mediterrania Saïdia par le Groupe FADESA**

FADESA est un groupe immobilier Espagnol, concessionnaire de la station de Saïdia, Fadesa Maroc compte comme actionnaire Martinsa-Fadesa et le groupe Addoha qui gère le directoire. Tout son actif est au Maroc. Les seules devises reçues de l'étranger proviennent de la vente d'appartements, de villas...

FADESA est la première compagnie en Espagne avec plus de 40 ans d'expérience dans le secteur industriel. Elle est l'un des plus grands conglomérats d'affaires. Ses fondateurs avaient une vision très claire: offrir des produits de qualité et des services à un prix compétitif de réinvestir dans le pays et la société, qui rendent toute croissance possible.

Grâce à sa présence dans plusieurs secteurs industriels, FADESA appuie fortement les progrès de l'industrie. C'est une entreprise leader dans le secteur de l'emballage, elle encourage le développement de divers secteurs, spécialement l'industrie alimentaire, où elle est présente dans la conserverie de poisson, les boissons et l'industrie agro. FADESA a favorisé directement le développement agricole et industriel des produits non traditionnels. Ses produits peuvent être reconnus dans les cinq continents par leurs normes de qualité élevées. Le groupe dispose également d'une division de produits chimiques qui approvisionnent l'industrie des produits en vrac, qu'ils soient des produits finis ou des matières premières. Sa division commerciale est considérée comme fournisseur le plus complet de fournitures industrielles en Espagne.

Son alliance avec Addoha vise à promouvoir au Maroc des projets immobiliers résidentiels et touristiques d'envergure.

#### **Méga investissement du nouveau complexe de Saïdia**

##### **Présentation du projet**

Devant l'importante contribution du secteur touristique dans le développement de l'économie nationale, et dans le cadre de l'accord-cadre et son accord d'application adoptés par le gouvernement marocain, la Confédération Générale des Entreprises du Maroc et la Fédération Nationale du Tourisme, au titre du premier volet de ce contrat programme portant le nom du plan Azur, cinq méga complexes balnéaires devraient voir le jour sur la côte atlantique et un seul sur la Méditerranée. Ces sites sont à fort potentiel touristique, leur choix étant basé sur deux facteurs déterminants à savoir la proximité d'un aéroport et la répartition équilibrée de ces sites dans différentes régions du Royaume.

L'approche adoptée pour le développement de ces zones consiste à recourir à des aménageurs développeurs privés qui sont censés assurer l'aménagement in-site des nouvelles stations

selon un cahier de charge précis. L'Etat se charge quant à lui d'assurer les infrastructures hors-site.

Ainsi, pour le méga complexe méditerranéen, en témoignage de la confiance dans les potentialités touristiques et humaines de la Région de l'Oriental, le groupe espagnol FADESA a soumis sa candidature en réponse à l'appel d'offre pour la création et le développement d'une nouvelle station balnéaire de Saïdia. Présentant la meilleure offre, il a été adjudicataire du projet. Rappelons que ce groupe immobilier espagnol a déjà 20 ans d'expérience dans le domaine. En s'appuyant sur son expertise technique et humaine ainsi que sur son assise financière, il a déjà conduit avec succès des projets majeurs au Maroc.

La station sera articulée autour de deux axes principaux. Commercial, le premier sera destiné à abriter notamment des bureaux, des magasins, des boutiques... Le deuxième axe, quant à lui, sera une zone de divertissement et d'animation culturelle et sportive (cinéma, palais des congrès, centre de thalassothérapie, parc aquatique ...)

Dans son engagement avec l'Etat marocain, l'aménageur-développeur espagnol s'est tenu à réaliser lui-même deux hôtels, le port de plaisance, les trois parcours de golf et les 3.000 logements. Le reste sera confié à d'autres investisseurs pour lesquels des terrains seront mis en vente. La construction et la gestion des infrastructures par ces promoteurs seront soumises au cahier des charges.

### **Contrat du projet**

D'une valeur de 10 milliards DH, le projet de Mediterrania Saïdia Maroc est développé dans le cadre du mémorandum d'accord signé en 2002 entre FADESA Maroc et le gouvernement marocain, sous le haut patronage du souverain marocain. Le complexe balnéaire Méditerranée Saïdia Maroc est réalisé sur un terrain d'une superficie de 713 ha, et s'étend sur 6 Km, il couvre en effet 16 Km de plage.

### **Concept urbanistique**

Il est connu que Saïdia et le Sud de l'Espagne ont les mêmes produits touristiques. Ce sont ceux de la Méditerranée. Mais autant ces deux zones sont proches par la nature des sites, autant elles sont différentes quant à leur degré d'exploitation. Ainsi, du côté méditerranéen de l'Espagne, du Portugal ou de la France, il n'existe presque plus de nouveaux sites à valoriser. Tout a été construit et exploité. C'est peut-être cela aussi la chance de Mediterrania Saïdia Maroc. Pour les connaisseurs des questions touristiques en Méditerranée, l'aménagement de ce nouveau site balnéaire est une réelle opportunité pour la région

Saïdia Méditerranée Maroc, sera dotée d'une capacité de 30 000 lits, ce qui en fait le plus important site, à côté de celui de Taghazout, du plan Azur. La localisation du site près de Berkane (à 2 km de Saïdia et à 15 km de Ras El Ma) n'est toutefois pas fortuite.



	- des espaces verts - des zones sportives (Beach soccer...)		51 000 m <sup>2</sup> 7000 000 m <sup>2</sup> 220 000 m <sup>2</sup>
<p>Les résidences : On compte deux différents types de résidences, construites selon un style architectural typiquement méditerranéen. Elles offrent l'opportunité de devenir propriétaire. Tout d'abord les 300 villas de styles divers mais toujours de haut standing. Ensuite de nombreux parcs d'appartements de superficies comprises entre 50 et 150 m<sup>2</sup> contenteront largement les budgets moins élevés. Ces deux types de logements s'avèrent convaincre de plus en plus de seniors en quête d'un lieu paisible au climat agréable pour jouir de leur retraite. Mais pas seulement, puisque les stars du football anglais John Terry, Rio Ferdinand et Gary Neville ont chacun investi dans une villa.</p> <p>Les logements touristiques : La station de Meditterrania Saïdia abrite exclusivement des hôtels 4 et 5 étoiles. Au nombre de neuf à terme, on peut déjà compter l'hôtel Barcelo 5*, construit dans le style traditionnel des médinas marocaines. Disposant de 614 chambres (550 standards, 55 suites et 12 masters suites) avec vues panoramiques sur les différents golfs et la mer, il n'est situé qu'à 200 m de la Marina et comporte une large gamme de loisirs : six piscines dont 2 pour enfants, Spa et salle de fitness, toutes sortes de sports comme le tennis ou le volley-ball. Mais aussi 3 restaurants, 3 bars et des salles de réunions.</p> <p>L'autre hôtel 5* du site sera quant à lui armé de 350 luxueuses chambres. Il disposera de 3 piscines et de multiples loisirs comme tennis, minigolf, spa et fitness club.</p> <p>Enfin les hôtels 4* dont l'Iberostar comprennent 500 chambres en moyenne chacun et sont à proximité de la marina ou de l'un des golfs du domaine.</p> <p>Les hôtels : Be Live Saïdia 4*; Iberostar 4*; Barcelo 5* (le plus grand hôtel balnéaire d'Afrique)</p> <p>Les résidences touristiques : Radisson &amp; Spa suites and appartements (Ouverture en 2013) ; Best Western Premier Resort (Ouverture en 2013) ; Golden Tulip Résidences (Ouverture en 2012)</p> <p>Ajouter à cela huit autres résidences touristiques et douze villages de vacances et la capacité d'accueil s'élèvera à 17 000 lits.</p> <p>La marina : Cafés, restaurants, animation et centre d'activités nautiques</p>			

### Retombées du projet

Ce considérable projet permettra la création de 8.000 emplois directs et de plus de 40.000 emplois indirects. Son impact sur le développement Régional sera considérable, et servira de force motrice à l'ensemble de l'économie régionale, ce qui ne manquera pas de tirer vers le haut l'ensemble des secteurs l'accompagnant. Les travaux ont été effectivement lancés au mois de février 2004.

Aussi notons qu'une dynamique touristique vient d'être induite par le plan AZUR au niveau de l'oriental.

## **Avancement des travaux et Etat de commercialisation de la Nouvelle station touristique de Saïdia**

Délai initial prévu pour l'aménagement de la NSTS a été réduit de 6 ans à 4 ans;

Le programme d'investissement direct de FADESA est plus important que celui prévu par la convention

Pratiquement toutes les parcelles touristiques et résidentielles sont déjà attribuées, grande demande sur les RT et VVT non satisfaite

### **Demande d'extension**

Suite à ce mouvement 'favorable', le Groupe FADESA Maroc demande la mise à disposition d'une nouvelle assiette foncière afin de consolider la destination touristique de la NSTS, et de compléter son offre touristique et d'animation.

Il s'agit de la Création :

-d'un 2ème pôle d'animation accessible à tous les citoyens de la région de l'Oriental

-d'un Parc Régional des Loisirs sur plus de 22 ha

### **Impacts immédiats et prévus du projet FADESA sur la région orientale**

Impact sur le prix du foncier (prix 5x plus) (ressenti déjà) ;

Impact social (risque d'exclusion sociale) (dans le futur) ;

Impact écologique (négatif dans le futur) ;

Impact sur l'immigration et l'urbanisation (mouvement population) (ressenti déjà) ;

Impact culturel (fort probable) ;

Impact sur l'emploi faible pour la région (ouvriers d'ailleurs) (ressenti déjà) ;

Impact positif sur les entreprises locales (ressenti pour les entreprises de BTP) ;

Impact sur le patrimoine dans le deux sens (dans le futur).

## Recommandations relatives au projet de la nouvelle station balnéaire de Saïdia :

### Accompagnement et acteurs intervenants

Accompagnement du projet FADESA à Saïdia	Implication de la région	Autres acteurs
Développement local et arrière pays	Moyenne	Collectivités locales/ ministères.
Produits culturels et artisanaux (terroir)	Faible	Chambres consulaires (professionnels)/ ministère.
Formations	Moyenne	OFPPT, écoles privées/ université/ institutions.
Educations, sensibilisation	Moyenne	ONG, éducation nationale, collectivités locales.
Institutions, gouvernance	Forte	Organisations de la société civile/ privé/ collectivités locales, élus.
Renforcement des capacités du CRT	Forte	Ministère/ professionnels.

## **Annexe 3 : Le créneau du tourisme balnéaire**

### **1- zone d'intérêt touristique Ras el ma :**

Elle s'étend sur 9 Km de plage de sable fin et dispose d'un port de pêche et d'un bois qui conforte son potentiel touristique. Deux unités d'aménagement touristique sont prévus dans ce cadre : Ras el Ma 1 (23 Ha) et Ras el Ma 2 (158 Ha).

Les principaux atouts de cette zone sont :

- la situation en front de mer
- la proximité de l'embouchure de l'Oued Moulouya avec un site d'intérêt biologique dont une zone protégée
- la proximité du centre ayant un port de pêche et une facilité d'accès aux équipements et aux infrastructures
- la disponibilité des terrains

### **2- zone d'intérêt touristique de Marchica Nador (59 Ha)**

Avec le haut Gourougou surplombant Nador, la plaine alluviale de Bou Arg au sud et la presqu'île d'Atalayoune au nord-ouest. Cette zone offre des atouts touristiques considérables au bord de la sabkha Bou Arg (lagune de Nador).les ports de béni Ansar et de Melilla ainsi que les équipements et infrastructures existants la confortent dans cette fonction.

### **3- zone d'intérêt touristique de Marchica-Boccana :**

Située dans la commune de Béni Ansar au nord du cordon littoral de Sabkhat Bou Arg, cette plage s'étend sur une longueur de plus d'un Km. Ce site pouvait être valorisé avec des infrastructures appropriées tout en veillant à la protection de l'environnement.

La plage est longuement fréquentée en été et accueille plus d'un million de personne par jour venant essentiellement de Nador et Melilla ;

Les équipements, infrastructures et services existants se résument ainsi : accès facile (piste praticable), eau potable, assainissement liquide sommaire (fosse septiques et puits perdus), balayage et nettoyage de la plage effectué régulièrement.

### **4- zone d'intérêt touristique de Marchica-Arekmene :**

Relevant de la commune de même nom et située au sud –est du cordon littoral de la Sabkha , cette plage s'étend sur une longueur de 7 Km et dispose d'infrastructures touristiques non négligeables .

Les équipements et infrastructures touristiques existants sont : accès facile (route goudronnée), eau potable, électricité et branchement téléphonique, assainissement liquide (Fosse septique et puits perdus) assainissement solide : balayage et nettoyage.

Les attraits particuliers résident dans la proximité du binôme urbain Nador-Mellilia et leurs ports respectifs, les activités commerciales de ces deux villes et la beauté de la plage.



### **5- zone d'intérêt touristique plage du Tazaghine :**

Entendre sur 10 Km de long, cette plage est située de part et d'autre de l'embouchure de l'oued Arekmane. Elle est délimitée à l'Ouest par la partie Afraon et à l'est par cap Ras Tarf surplombée d'un flanc montagneux, aménagé en terrasses de cultures, la plage de Tazaghine est constituée d'un sable grisâtre. Elle peut accueillir un grand nombre de touristes estivants et de baigneurs.

D'où, c'est un site prometteur qui jouit d'un cadre et de paysages pittoresques (mer calme, étendue, sableuse...). Il y a lieu de prévoir une infrastructure et des équipements appropriés.

### **6- la zone d'intérêt touristique d'Al Kalaat :**

Située à l'oued de Nador (commune d'Iaazanene), cette plage de sable fin s'étend sur près de 5Km avec plusieurs autres petites criques susceptible d'être valorisées en plus de la forêt et de la disponibilité de terrain (162 ha).

L'embouchure de l'oued est encadrée de côtés rocheuses ce qui confère au paysage une beauté exceptionnelle.

A proximité de cette plage, le village de Talt Bougafer, doté en eau potable et en électricité peut répondre actuellement aux premiers besoins des touristes.

La fréquentation du site est liée principalement à l'activité balnéaire et à la pêche sportive durant les « week-end » et pendant l'été. Les attraits touristiques de la zone renferment plage, forêt et embouchure.

### **7- zone d'intérêt touristique de Sidi lahcen :**

Située à l'ouest de Nador, dans la commune de Laazanene, cette plage d'environ 1.2 Km de long, présente des atouts pour le développement touristique avec la beauté de son paysage et son sable fin, en plus de la disponibilité de terrain (62 Ha).

A l'ouest de Punta Negro, plusieurs projets touristiques peuvent être implantés. Cette zone est équipée en eau potable avec électricité et téléphone.

Les atouts touristiques sont : la beauté de la mer et du paysage environnant ainsi que la disponibilité du terrain.

### **8- zone d'intérêt touristique du cap des trois fourches :**

Située dans la commune de Béni-chiker cette zone présente des caractéristiques physiques remarquables avec sa côte montagneuse comprenant des criques à l'état sauvage, assorties d'espaces naturels et de paysages d'une grande beauté.

L'absence d'infrastructures et d'équipements n'enlève rien à l'attrait particulier de la zone (caractère isolé et vierge du site, pêche sous marine, proximité de Mélillia).

## **Annexe 4 : les sites de pêche artisanale, des sites à fortes potentialités touristiques**

### **1- site SOUANI commune rurale de TROUGOUT**

C'est une plage vaste de sable située aux limites de la province d'Al-Hoceima (20Km). L'accès y est facile, 12 Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, très actif en été est proche d'autres sites touristiques.

Ce débarcadère est divisé en 2 sites de débarquement.

### **2- Site HDID : commune rurale de TROUGOUT :**

C'est une plage de sable et galets situés à 20 Km à l'est d'Al-Hoceima, l'accès y est un peu difficile.

### **3- Site KABDANA : commune rurale de TROUGOUT :**

Ce débarcadère est une plage de galets et roches abrité sous des petites montagnes située à une trentaine de Km à l'Est d'Al-Hoceima. L'accès y est un peu difficile. Le site est divisé en 2 points de débarquement.

### **4- Site SEHEL : commune rurale de TROUGOUT**

Ce débarcadère est une plage de galets habité par une falaise. Il se situe à une vingtaine de Km à l'Est d'Al Hoceima, l'accès y est un peu difficile.

### **5- Site Laâzib (sidi chaïb) : commune rurale de Ouled Amghar :**

Ce débarcadère est situé à 25 Km de l'Est d'Al-Hoceima. C'est une plage en sable et galets enserrée entre des falaises rocheuses d'environ 1,5 Km de longueur.

### **6- Site Lazib (Boujibar) : commune rurale Ouled Amghar :**

Ce débarcadère est une plage de galets et roches entouré de montagnes. Il se situe à une quarantaine de Km à l'Est d'Al-Hoceima. L'accès est y un peu difficile.

### **7- Site Calo Kilaté : commune rurale Oulad Amghar :**

C'est une plage de galet abrité sous une falaise. Il se trouve éloigné de Nador. L'accès est y un peu difficile.

### **8- Site Ouled Amghar : Commune rurale Ouled Amghar**

Une plage de sable et galets, entouré par les montagnes. Il se trouve à une quarantaine de Km de l'est d'Al-Hoceima.

### **9- Site Ijeti : Commune rurale BOUDINAR**

Une plage de sable entourée de montagnes. ; éloignée de Nador

**10- Site sidi Driss : commune rurale MARGHANIYIN :**

Une plage de sable entourée de montagnes. ; éloignée de Nador

**11- Site CHFIRT : commune Rurale TAZAGHINE :**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable, situé à une soixante de km de l'ouest de Nador.

**12- site Tazaghine : commune rurale TAZAGHINE :**

C'est une plage de sable entourée de montagne. Il est un peu éloigné de Nador.

**13- site Sidi HSSAIN : commune rurale Dar Kabdani**

Ce débarcadère est situé à 40 Km de l'Ouest de Nador dans une falaise à l'Ouest. C'est une plage de sable et galets.

**14- Site CHAABI : commune Rurale Dar Kabdani :**

C'est une plage de sable et galets, abrité par une grande falaise. un loin de Nador.

**15- Site IFRI Ogarabou : commune Rurale AMJAOU :**

C'est une plage de sable ; abritée par une grande falaise. Il se situe à une soixante de Km à l'Ouest de Nador.

**16- Site CHAMLALA commune rurale AMAJAOU**

Ce débarcadère est une plage de sable bien protégée par une falaise, limitée à l'est par Oued Chard. IL se trouve à une cinquante de Km de l'Ouest de Nador.

**17- site Samer : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

C'est une plage de sable, abrité sous une falaise. Il se trouve à cinquante de Km à l'Ouest de Nador.

**18- Site lassiakh : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

Ce débarcadère est une plage se sable entourée de montagnes .Il se trouve à une quarantaine de Km de l'Ouest de Nador.

**19- Site KALLAT : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

C'est une plage de sable, situé entre deux falaises. Il se trouve à une trentaine de Km de l'Ouest de Nador. Le site connaît une activité de pêche sportive durant les week-ends et pendant l'été.

**20- Site Djazira Lagune/ commune rurale Bou Areg :**

C'est un débarcadère situé sur le cordon dunaire, de rivage sablo-vaseux et protégé naturellement à l'intérieur de la lagune. Il se trouve à une trentaine de Km à l'est de Nador. Il est proche de plusieurs sites balnéaires.

### **21- Site cap trois fourches : commune Rurale Béni Chiker :**

Ce débarcadère est une plage de galets entouré de montagnes .Il se situe à une trentaine de Km à l'ouest de Nador.

### **22- Site TCHRANA : commune rurale Béni Chiker :**

C'est une plage de sable, limitée par des falaises et protégé par des roches. Il se situe à une trentaine de Km de l'Ouest de Nador et se trouve proche de quelques sites touristiques actifs en été.

### **23- Site TIBOUDA : commune rurale Béni Chiker**

Ce site est bien protégé à l'intérieur des falaises, situé à une trentaine de Km à l'Ouest de Nador.

### **24- Site Béni-Ansar Pachalik de Béni-Ansar**

Béni-Ansar est un centre connu par une activité importante de commerce et de pêche. Il est à 10 Km à l'Ouest de Nador. Les principales activités de ce port sont : La pêche, le transport des passagers et le commerce. La pêche artisanale en reste une activité très limitée. Les barques de la pêche artisanale sont protégées par une digue et un petit quai. On note la présence d'un hall, des frigos et des quais exploités surtout par les autres activités de la pêche.

### **25- Site BOCANA Pachalik Béni-Ansar**

Ce débarcadère est une plage de sable coquillé, proche de la passe d'entrée à la lagune « Marchica ». Il se situe à une quinzaine de Km de la ville de Nador. L'accès y est facile 3 Km de piste. C'est un site balnéaire, entouré d'autres sites touristiques, très actifs en été.

### **26- Site Ichtraîne (mer) : commune rurale Bou Arg**

C'est un site où les palmeraies de Bouanane, de Aïn Chaer, d'Ich jouent un rôle touristique non négligeable pour la verdure, l'eau et la sécurité qu'elles offrent aux voyageurs. Plage de sable coquillé, située à 33 Km de l'est de Nador. L'accès y est facile, 3Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, entouré de plusieurs autres sites touristiques à activité importante en été.

### **27- Site Mouhandis commune rurale Bou Arg :**

C'est une plage de sable coquillé, limité à l'ouest par une formation rocheuse. Il se situe à une trentaine de Km à l'est de Nador. L'accès y est facile, 3Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, entouré de plusieurs autres sites touristiques à activité importante en été.

**28- Site Taourirt commune rurale Kariat Arekmane :**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable. C'est un site balnéaire, situé à une trentaine de Km à l'est de Nador et proche de quelques autres sites touristiques actifs en été. L'accès y est facile 2 Km de piste.

**29- Site FERMA : commune rurale Kariat Arekmane :**

C'est une plage ouverte de sable, située à une trentaine de Km à l'est de Nador. C'est un site balnéaire, proche de plusieurs autres sites très actifs en été.

**30- Site Moulay Ali Cherif : Commune rurale Al Barkaneyene :**

Ce débarcadère est une plage de galets ou pied de petites falaises. Il se trouve à une quarantaine de km à l'est de Nador. Il est proche de quelques sites balnéaires. L'accès y est un peu difficile 3 Km de piste.

**31- Site IHRIOUINE : commune rurale Al Barkaneyene :**

C'est une plage de galets ou pied de falaises, situées à une trentaine de Km à l'est de Nador. Ce débarcadère est proche de plusieurs sites touristiques à activité importante en été.

**32- Site TAMRSSAT : Commune rurale Barkaneyene**

Ce débarcadère est une plage de sable, abrité par des falaises. Il se trouve à 46 Km à l'est de Nador. L'accès y est facile 3 Km de piste.

**33- site plage rouge : commune rurale Cap de l'eau :**

C'est une plage de sable ; situé l'embouchure d'un oued abrité par la montagne. Il se trouve à une cinquantaine de Km de l'est de Nador.

**34- Site Ras Kebdana commune rurale cap de l'eau :**

Ras kebdana ou cap de l'eau est un village construit autour d'un port à 60 Km de l'est de Nador ; il est proche de plusieurs sites balnéaires. . L'activité principale des habitants est la pêcheWQ

**35- Site Bouhyaten : commune rurale Cap de l'eau**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable situé à 7 Km de l'est de Ras Kebdana et à une trentaine de Km de Saïdia. C'est un site balnéaire s'étendant sur 2 Km, à proximité d'autres sites balnéaires. L'accès y est facile, une piste sableuse de Km de la route goudronnée.

## **Annexe 5 : Plan Mada'In: le PDRT de l'Oriental (Programme de Développement Régional du Tourisme)**

*Qu'est ce qu'un PDRT ?*

Un contrat devant liant le Gouvernement/Région/CRT/.... et définissant :

- ü Les objectifs assignés pour la consolidation de la destination;
- ü Actions nécessaires pour atteindre ces objectifs et échéancier de leur réalisation;
- ü Besoins en investissements publics/privés et en ressources humaines, pour la mise en œuvre des actions.

Le Programme Développement Touristique de l'Oriental :

- Cadre Général :
  - Accord cadre.
  - Lettre Royale adressée aux participants des Assises de Tanger.
  - Consolidation des mesures d'accompagnement de la NSTS.
  
- Consistance du projet:
  - **Mission N° 1**: Diagnostic dynamique : état des lieux et mise en perspective.
  - **Mission N°2** : La définition d'une stratégie de développement et un plan marketing qui offrent aux acteurs les mesures d'accompagnement nécessaires au positionnement de la région de l'Oriental.
  - **Mission N°3** : Proposition de mise en œuvre à travers l'élaboration de quelques fiches projets qui peuvent toucher quelques segments prioritaires de l'activité touristique.
  
- Partenaires : Ministère du Tourisme, Wilaya, Conseil Régional, Agence pour le Développement de l'Oriental (ADO), CRT.
- Budget prévisionnel pour l'étude : 4 Millions Dirhams
- Date de lancement de l'étude : Mars 2007
- L'appel d'offre publié 5 mai 2007

**NB** : il n'est pas permis à une ville ou à une région de bénéficier de deux programmes à la fois. Cependant grâce aux efforts des autorités locales notamment Mr le wali de la région orientale, la région orientale vient de bénéficier du PDRT tout en bénéficiant du Plan Azur.

Source : Délégation Régional de l'Oriental



**Université Ibn Zohr**  
**Faculté des Lettres et des Sciences Humaines d'Agadir**  
**Master Tourisme et Communication**

**Mémoire de fin d'études**

*Sous le Thème :*

**L'investissement touristique et la régionalisation :  
le Maroc oriental**

**Fasicule des annexes du mémire**

Préparé par :  
Khaoula KEMBOUCHE

Sous la direction de :  
M. Abdelfattah NACER IDRISSE

Année Universitaire : 2010/2011

<b>Annexe 1</b>	Parcours de l'investisseur touristique.....	<b>3</b>
<b>Annexe 2</b>	Exemple du projet d'investissement touristique Mediterrania Saïdia par le Groupe FADESA.....	<b>8</b>
<b>Annexe 3</b>	Le créneau du tourisme balnéaire.....	<b>14</b>
<b>Annexe 4</b>	les sites de pêche artisanale, des sites à fortes potentialités touristiques.....	<b>16</b>
<b>Annexe 4</b>	Plan Mada'In: le PDRT de l'Oriental (Programme de Développement Régional du Tourisme) .....	<b>21</b>



## Annexe 1 : Parcours de l'investisseur touristique

### Démarches et procédures de réalisation d'un projet d'investissement

Etape		Type de Société	Modalité	Lieu
1	Choix de la forme juridique			Fiduciaire/ cabinet d'avocats
2	Etablissement du certificat négatif (permet de protéger le nom de la société)	Obligatoire pour les sociétés, facultatif pour personnes physiques et les entreprises n'optant pas pour une enseigne	Présentation d'une demande faire sur imprimé Frais : 170 MAD	CRI
3	Etablissements des statuts de la société	Tous types de sociétés	Présentation de la forme juridique, de la nature des apports, du montant et de la répartition du capital, de la dénomination • Délai : 2 à 3 jours • Frais de timbres pour la légalisation : 20 MAD par feuille	Fiduciaire/ cabinet d'avocats
4	Enregistrement et timbres	Tous types de sociétés	S'effectue dans le mois de l'acte pour la constitution, l'augmentation de capital, la prorogation ou la dissolution de sociétés ou de groupements d'intérêt économique, ainsi que tous actes modificatifs du contrat ou des statuts. • Pour les SA, l'enregistrement est de 50 MAD pour des projets de statuts • Pour les SARL, le montant équivaut à 0,5 % sur le capital en numéraire. • 20 MAD par feuille et 2 MAD de timbres par signature légalisée sont requis	
5	Nomination des administrateurs	Société Anonyme	L'assemblée générale ordinaire ou bien les premiers administrateurs inscrits dans le cadre du statut nomment les administrateurs. Le conseil d'administration se réunit alors pour nommer le président et le directeur général, le cas échéant	En assemblée générale ordinaire

6	Blocage du capital libéré	SA et SARL en cours de constitution	Obtention d'une attestation de la banque sur la base des fonds versés	Banque
7	Etablissement des déclarations de souscription et de versement	Société Anonyme	Le notaire ou fiduciaire établit la déclaration de souscription (sur la base des bulletins établis auprès d'une fiduciaire) et le versement (sur la base de l'attestation de blocage de la banque)	Notaire ou Fiduciaire
8	Enregistrement de capital et des statuts	SA, SARL, SNC	Statuts, nomination des gérants, bulletin de souscription, signés, légalisés et timbrés + PV de l'assemblée générale ordinaire pour la SA + déclaration de régularité et de conformité. • Délai : 1 à 2 jours • Frais de timbres : 20 MAD par feuille et, le cas échéant, • 50 MAD par feuille d'enregistrement pour l'acte d'apport	Direction Régionale des Impôts ou au niveau du CRI
9	Publication au Journal d'annonces légales et au Bulletin Officiel	Toute société	Dépôt d'actes ou de pièces, en double exemplaire certifié conforme par l'un des représentants légaux de la société • Délai : 30 jours • Coût de l'annonce légale : 3 MAD par ligne • Frais de légalisation : 10 MAD • Frais de timbres : 1 MAD par exemplaire	Greffe du tribunal auprès duquel le registre de commerce est tenu
10	Dépôt des statuts	SA, SARL, SNC, SCS	Dépôt des statuts par les représentants légaux de l'entreprise ou mandataire dûment désigné • Frais de dépôt : 250 MAD • Frais d'enregistrement : 100 MAD • Taxe notariale : 3 MAD + timbres de 20 MAD par feuille	Tribunal du commerce ou au niveau du CRI du lieu du siège social

Source : Centre régional d'investissement de l'Oriental

### Acquisition du terrain

Type de terrains	Formalités	A qui s'adresser ?	Comment procéder ?	Délais
Terrain privé	Enregistrement du terrain	Conservation foncière	Préparation du contrat de vente	
Terrain domanial	Accord de cession	Gouverneur de la municipalité	Identification du terrain et soumission de la demande	2 mois
	Contrat de location	Direction des domaines	Soumission d'une demande et de l'étude de faisabilité	4 mois
Terrains des Eaux et Forêts	Cahier de charges pour : * Bail emphyotétique * Echange contre un autre site	Ministère des Eaux et Forêts		

### Construction du projet

Formalités	A qui s'adresser ?	Comment procéder ?	Délais
Décision de construire	Municipalité		
Décision de classement provisoire	DAI	Dépôt du dossier technique au CTPT	2 mois
Déclaration d'existence aux impôts	Sous direction des impôts	Demande sur imprimés du PV de l'assemblée constitutive et de l'inscription au Registre de commerce	1 mois
Déclaration à l'inspection du travail	Délégation du Ministère de l'emploi	Déclaration à l'inspection du travail	Avant d'exercer
Affiliation à la CNSS	CNSS	Demande sur imprimé accompagnée des statuts, du certificat d'inscription aux patentes et de l'inscription au Registre de commerce	Au 1 <sup>er</sup> recrutement
Abonnement aux réseaux téléphoniques et services postaux	IAM, Barid Al Maghreb	Demande d'abonnement	10 jours

## Commercialisation du projet

<b>Formalités</b>	<b>A qui s'adresser ?</b>	<b>Comment procéder ?</b>
Débit de boissons alcoolisées	Direction Sûreté Nationale	Demande sur imprimé, accompagnée des statuts et de l'inscription au registre de commerce
Exploitation de bateaux de plaisance	Ministère de la marine marchande	-
Maison de jeux	Département du premier Ministre	-
Exploitation des maisons de jeux	Ministère de l'intérieur	-

Il existe deux types de projets, conventionnés (2 MDhs et plus), et non conventionnés (moins de 2 MDhs). Ces projets sont réalisés sur des terrains privés ou des terrains appartenant à l'Etat :

- Terrains privés : appartenant à des personnes physiques ou morales, et dont les conditions d'acquisition dépendent étroitement des propriétés.
- Terrains appartenant à l'Etat : il existe 4 statuts des ces terrains
  - Domaine privé de l'Etat, tutté par le Ministère des finances ;
  - Domaine collectif, tutté par le Ministère de l'intérieur, et plus exactement la DAR (Direction des affaires rurales) ;
  - Domaine des Eaux et Forêts, tutté par le Commissariat d'Eaux et Forêts ;
  - Domaine de maritime, tutté par le Ministère de l'équipement.

Le parcours des projets doit toujours passer par des commissions. Il est déposé auprès de la commune rurale ou urbaine (quelque soit le type de projet), pour autorisation de construction et d'acheminement à la Délégation et aux membres du tourisme.

- Commission normale : à l'agence urbaine (demande d'autorisation de construire, de lotir, de créer des groupes d'habitation ...)

Dans le cadre de cette commission, il faut présenter 2 circulaires de :

- N° 14/2000 du 2 Octobre 2000, de Monsieur le Premier Ministre ;
  - N° 15/2000 du 6 Octobre 2000, du Chargé de l'aménagement du territoire, de l'urbanisme, de l'habitat et de l'environnement
- CTCPT (commission technique de coordination des projets touristiques) : cette commission est responsable du classement technique provisoire de société, prononcé avant ou en même temps que l'autorisation de construction. Il est attribué à l'établissement touristique (Loi 6100 portant des statuts, et des normes des établissements touristiques).

- CRC (commission régionale de classement) : cette commission est responsable du classement d'exploitation, en consultant les normes de classement.
- CRI (commission régionale d'investissement) : dans le cas où le terrain appartient à l'Etat, le projet est animé par la commission régionale d'investissement, au Centre Régional d'Investissement. Dans de cas, le projet doit suivre le parcours normal des procédures de réalisation des nouveaux projets.
- Commission de dérogation présidée par le Wali : elle porte sur les dispositifs urbanistiques.

Il ressort des tableaux ci-dessus que, outre, les démarches administratives liées à la création de l'entreprise, le projet d'investissement dans le tourisme doit être étudié par des commissions spécifiques et ce selon la nature juridique du terrain et son lieu d'implantation (voir parcours de l'investisseur touristique) :

- La commission interministérielle chargée de l'Aménagement touristique du littoral ;
- La commission chargée de l'affectation des terres récupérées ;
- Le comité technique provincial ;
- Le comité technique de coordination des projets touristiques.

Il est aussi à signaler que toute commercialisation de projet touristique est préalablement subordonnée à l'octroi par d'autres administrations que celle du tourisme d'autorisations supplémentaires :

- La direction de la sûreté nationale pour licence de débit de boissons alcoolisées ;
- La marine marchande et la pêche maritime pour l'autorisation d'exploitation des bateaux de plaisance et des jeux nautiques ;
- Le premier ministre pour autorisation d'ouverture des maisons de jeux ;
- Le ministre de l'intérieur et le ministre de l'économie et des finances pour l'exploitation des maisons de jeux.

## **Annexe 2 : Exemple du projet d'investissement touristique :**

### **Mediterrania Saïdia par le Groupe FADESA**

FADESA est un groupe immobilier Espagnol, concessionnaire de la station de Saïdia, Fadesa Maroc compte comme actionnaire Martinsa-Fadesa et le groupe Addoha qui gère le directoire. Tout son actif est au Maroc. Les seules devises reçues de l'étranger proviennent de la vente d'appartements, de villas...

FADESA est la première compagnie en Espagne avec plus de 40 ans d'expérience dans le secteur industriel. Elle est l'un des plus grands conglomérats d'affaires. Ses fondateurs avaient une vision très claire: offrir des produits de qualité et des services à un prix compétitif de réinvestir dans le pays et la société, qui rendent toute croissance possible.

Grâce à sa présence dans plusieurs secteurs industriels, FADESA appuie fortement les progrès de l'industrie. C'est une entreprise leader dans le secteur de l'emballage, elle encourage le développement de divers secteurs, spécialement l'industrie alimentaire, où elle est présente dans la conserverie de poisson, les boissons et l'industrie agro. FADESA a favorisé directement le développement agricole et industriel des produits non traditionnels. Ses produits peuvent être reconnus dans les cinq continents par leurs normes de qualité élevées. Le groupe dispose également d'une division de produits chimiques qui approvisionnent l'industrie des produits en vrac, qu'ils soient des produits finis ou des matières premières. Sa division commerciale est considérée comme fournisseur le plus complet de fournitures industrielles en Espagne.

Son alliance avec Addoha vise à promouvoir au Maroc des projets immobiliers résidentiels et touristiques d'envergure.

#### **Méga investissement du nouveau complexe de Saïdia**

##### **Présentation du projet**

Devant l'importante contribution du secteur touristique dans le développement de l'économie nationale, et dans le cadre de l'accord-cadre et son accord d'application adoptés par le gouvernement marocain, la Confédération Générale des Entreprises du Maroc et la Fédération Nationale du Tourisme, au titre du premier volet de ce contrat programme portant le nom du plan Azur, cinq méga complexes balnéaires devraient voir le jour sur la côte atlantique et un seul sur la Méditerranée. Ces sites sont à fort potentiel touristique, leur choix étant basé sur deux facteurs déterminants à savoir la proximité d'un aéroport et la répartition équilibrée de ces sites dans différentes régions du Royaume.

L'approche adoptée pour le développement de ces zones consiste à recourir à des aménageurs développeurs privés qui sont censés assurer l'aménagement in-site des nouvelles stations

selon un cahier de charge précis. L'Etat se charge quant à lui d'assurer les infrastructures hors-site.

Ainsi, pour le méga complexe méditerranéen, en témoignage de la confiance dans les potentialités touristiques et humaines de la Région de l'Oriental, le groupe espagnol FADESA a soumis sa candidature en réponse à l'appel d'offre pour la création et le développement d'une nouvelle station balnéaire de Saïdia. Présentant la meilleure offre, il a été adjudicataire du projet. Rappelons que ce groupe immobilier espagnol a déjà 20 ans d'expérience dans le domaine. En s'appuyant sur son expertise technique et humaine ainsi que sur son assise financière, il a déjà conduit avec succès des projets majeurs au Maroc.

La station sera articulée autour de deux axes principaux. Commercial, le premier sera destiné à abriter notamment des bureaux, des magasins, des boutiques... Le deuxième axe, quant à lui, sera une zone de divertissement et d'animation culturelle et sportive (cinéma, palais des congrès, centre de thalassothérapie, parc aquatique ...)

Dans son engagement avec l'Etat marocain, l'aménageur-développeur espagnol s'est tenu à réaliser lui-même deux hôtels, le port de plaisance, les trois parcours de golf et les 3.000 logements. Le reste sera confié à d'autres investisseurs pour lesquels des terrains seront mis en vente. La construction et la gestion des infrastructures par ces promoteurs seront soumises au cahier des charges.

### **Contrat du projet**

D'une valeur de 10 milliards DH, le projet de Mediterrania Saïdia Maroc est développé dans le cadre du mémorandum d'accord signé en 2002 entre FADESA Maroc et le gouvernement marocain, sous le haut patronage du souverain marocain. Le complexe balnéaire Méditerranania Saïdia Maroc est réalisé sur un terrain d'une superficie de 713 ha, et s'étend sur 6 Km, il couvre en effet 16 Km de plage.

### **Concept urbanistique**

Il est connu que Saïdia et le Sud de l'Espagne ont les mêmes produits touristiques. Ce sont ceux de la Méditerranée. Mais autant ces deux zones sont proches par la nature des sites, autant elles sont différentes quant à leur degré d'exploitation. Ainsi, du côté méditerranéen de l'Espagne, du Portugal ou de la France, il n'existe presque plus de nouveaux sites à valoriser. Tout a été construit et exploité. C'est peut-être cela aussi la chance de Mediterrania Saïdia Maroc. Pour les connaisseurs des questions touristiques en Méditerranée, l'aménagement de ce nouveau site balnéaire est une réelle opportunité pour la région

Saïdia Méditerranée Maroc, sera dotée d'une capacité de 30 000 lits, ce qui en fait le plus important site, à côté de celui de Taghazout, du plan Azur. La localisation du site près de Berkane (à 2 km de Saïdia et à 15 km de Ras El Ma) n'est toutefois pas fortuite.





	- des espaces verts - des zones sportives (Beach soccer...)		51 000 m <sup>2</sup> 7000 000 m <sup>2</sup> 220 000 m <sup>2</sup>
<p>Les résidences : On compte deux différents types de résidences, construites selon un style architectural typiquement méditerranéen. Elles offrent l'opportunité de devenir propriétaire. Tout d'abord les 300 villas de styles divers mais toujours de haut standing. Ensuite de nombreux parcs d'appartements de superficies comprises entre 50 et 150 m<sup>2</sup> contenteront largement les budgets moins élevés. Ces deux types de logements s'avèrent convaincre de plus en plus de seniors en quête d'un lieu paisible au climat agréable pour jouir de leur retraite. Mais pas seulement, puisque les stars du football anglais John Terry, Rio Ferdinand et Gary Neville ont chacun investi dans une villa.</p> <p>Les logements touristiques : La station de Meditterrania Saïdia abrite exclusivement des hôtels 4 et 5 étoiles. Au nombre de neuf à terme, on peut déjà compter l'hôtel Barcelo 5*, construit dans le style traditionnel des médinas marocaines. Disposant de 614 chambres (550 standards, 55 suites et 12 masters suites) avec vues panoramiques sur les différents golfs et la mer, il n'est situé qu'à 200 m de la Marina et comporte une large gamme de loisirs : six piscines dont 2 pour enfants, Spa et salle de fitness, toutes sortes de sports comme le tennis ou le volley-ball. Mais aussi 3 restaurants, 3 bars et des salles de réunions.</p> <p>L'autre hôtel 5* du site sera quant à lui armé de 350 luxueuses chambres. Il disposera de 3 piscines et de multiples loisirs comme tennis, minigolf, spa et fitness club.</p> <p>Enfin les hôtels 4* dont l'Iberostar comprennent 500 chambres en moyenne chacun et sont à proximité de la marina ou de l'un des golfs du domaine.</p> <p>Les hôtels : Be Live Saïdia 4*; Iberostar 4*; Barcelo 5* (le plus grand hôtel balnéaire d'Afrique)</p> <p>Les résidences touristiques : Radisson &amp; Spa suites and appartements (Ouverture en 2013) ; Best Western Premier Resort (Ouverture en 2013) ; Golden Tulip Résidences (Ouverture en 2012)</p> <p>Ajouter à cela huit autres résidences touristiques et douze villages de vacances et la capacité d'accueil s'élèvera à 17 000 lits.</p> <p>La marina : Cafés, restaurants, animation et centre d'activités nautiques</p>			

### Retombées du projet

Ce considérable projet permettra la création de 8.000 emplois directs et de plus de 40.000 emplois indirects. Son impact sur le développement Régional sera considérable, et servira de force motrice à l'ensemble de l'économie régionale, ce qui ne manquera pas de tirer vers le haut l'ensemble des secteurs l'accompagnant. Les travaux ont été effectivement lancés au mois de février 2004.

Aussi notons qu'une dynamique touristique vient d'être induite par le plan AZUR au niveau de l'oriental.

## **Avancement des travaux et Etat de commercialisation de la Nouvelle station touristique de Saïdia**

Délai initial prévu pour l'aménagement de la NSTS a été réduit de 6 ans à 4 ans;

Le programme d'investissement direct de FADESA est plus important que celui prévu par la convention

Pratiquement toutes les parcelles touristiques et résidentielles sont déjà attribuées, grande demande sur les RT et VVT non satisfaite

### **Demande d'extension**

Suite à ce mouvement 'favorable', le Groupe FADESA Maroc demande la mise à disposition d'une nouvelle assiette foncière afin de consolider la destination touristique de la NSTS, et de compléter son offre touristique et d'animation.

Il s'agit de la Création :

-d'un 2ème pôle d'animation accessible à tous les citoyens de la région de l'Oriental

-d'un Parc Régional des Loisirs sur plus de 22 ha

### **Impacts immédiats et prévus du projet FADESA sur la région orientale**

Impact sur le prix du foncier (prix 5x plus) (ressenti déjà) ;

Impact social (risque d'exclusion sociale) (dans le futur) ;

Impact écologique (négatif dans le futur) ;

Impact sur l'immigration et l'urbanisation (mouvement population) (ressenti déjà) ;

Impact culturel (fort probable) ;

Impact sur l'emploi faible pour la région (ouvriers d'ailleurs) (ressenti déjà) ;

Impact positif sur les entreprises locales (ressenti pour les entreprises de BTP) ;

Impact sur le patrimoine dans le deux sens (dans le futur).

## Recommandations relatives au projet de la nouvelle station balnéaire de Saïdia :

### Accompagnement et acteurs intervenants

Accompagnement du projet FADESA à Saïdia	Implication de la région	Autres acteurs
Développement local et arrière pays	Moyenne	Collectivités locales/ ministères.
Produits culturels et artisanaux (terroir)	Faible	Chambres consulaires (professionnels)/ ministère.
Formations	Moyenne	OFPPT, écoles privées/ université/ institutions.
Educations, sensibilisation	Moyenne	ONG, éducation nationale, collectivités locales.
Institutions, gouvernance	Forte	Organisations de la société civile/ privé/ collectivités locales, élus.
Renforcement des capacités du CRT	Forte	Ministère/ professionnels.

## **Annexe 3 : Le créneau du tourisme balnéaire**

### **1- zone d'intérêt touristique Ras el ma :**

Elle s'étend sur 9 Km de plage de sable fin et dispose d'un port de pêche et d'un bois qui conforte son potentiel touristique. Deux unités d'aménagement touristique sont prévus dans ce cadre : Ras el Ma 1 (23 Ha) et Ras el Ma 2 (158 Ha).

Les principaux atouts de cette zone sont :

- la situation en front de mer
- la proximité de l'embouchure de l'Oued Moulouya avec un site d'intérêt biologique dont une zone protégée
- la proximité du centre ayant un port de pêche et une facilité d'accès aux équipements et aux infrastructures
- la disponibilité des terrains

### **2- zone d'intérêt touristique de Marchica Nador (59 Ha)**

Avec le haut Gourougou surplombant Nador, la plaine alluviale de Bou Arg au sud et la presqu'île d'Atalayoune au nord-ouest. Cette zone offre des atouts touristiques considérables au bord de la sabkha Bou Arg (lagune de Nador).les ports de béni Ansar et de Melilla ainsi que les équipements et infrastructures existants la confortent dans cette fonction.

### **3- zone d'intérêt touristique de Marchica-Boccana :**

Située dans la commune de Béni Ansar au nord du cordon littoral de Sabkhat Bou Arg, cette plage s'étend sur une longueur de plus d'un Km. Ce site pouvait être valorisé avec des infrastructures appropriées tout en veillant à la protection de l'environnement.

La plage est longuement fréquentée en été et accueille plus d'un million de personne par jour venant essentiellement de Nador et Melilla ;

Les équipements, infrastructures et services existants se résument ainsi : accès facile (piste praticable), eau potable, assainissement liquide sommaire (fosse septiques et puits perdus), balayage et nettoyage de la plage effectué régulièrement.

### **4- zone d'intérêt touristique de Marchica-Arekmane :**

Relevant de la commune de même nom et située au sud –est du cordon littoral de la Sabkha , cette plage s'étend sur une longueur de 7 Km et dispose d'infrastructures touristiques non négligeables .

Les équipements et infrastructures touristiques existants sont : accès facile (route goudronnée), eau potable, électricité et branchement téléphonique, assainissement liquide (Fosse septique et puits perdus) assainissement solide : balayage et nettoyage.

Les attraits particuliers résident dans la proximité du binôme urbain Nador-Mellilia et leurs ports respectifs, les activités commerciales de ces deux villes et la beauté de la plage.

### **5- zone d'intérêt touristique plage du Tazaghine :**

Entendre sur 10 Km de long, cette plage est située de part et d'autre de l'embouchure de l'oued Arekmane. Elle est délimitée à l'Ouest par la partie Afraon et à l'est par cap Ras Tarf surplombée d'un flanc montagneux, aménagé en terrasses de cultures, la plage de Tazaghine est constituée d'un sable grisâtre. Elle peut accueillir un grand nombre de touristes estivants et de baigneurs.

D'où, c'est un site prometteur qui jouit d'un cadre et de paysages pittoresques (mer calme, étendue, sableuse...). Il y a lieu de prévoir une infrastructure et des équipements appropriés.

### **6- la zone d'intérêt touristique d'Al Kalaat :**

Située à l'oued de Nador (commune d'Iaazanene), cette plage de sable fin s'étend sur près de 5Km avec plusieurs autres petites criques susceptible d'être valorisées en plus de la forêt et de la disponibilité de terrain (162 ha).

L'embouchure de l'oued est encadrée de côtés rocheuses ce qui confère au paysage une beauté exceptionnelle.

A proximité de cette plage, le village de Talt Bougafer, doté en eau potable et en électricité peut répondre actuellement aux premiers besoins des touristes.

La fréquentation du site est liée principalement à l'activité balnéaire et à la pêche sportive durant les « week-end » et pendant l'été. Les attraits touristiques de la zone renferment plage, forêt et embouchure.

### **7- zone d'intérêt touristique de Sidi lahcen :**

Située à l'ouest de Nador, dans la commune de Laazanene, cette plage d'environ 1.2 Km de long, présente des atouts pour le développement touristique avec la beauté de son paysage et son sable fin, en plus de la disponibilité de terrain (62 Ha).

A l'ouest de Punta Negro, plusieurs projets touristiques peuvent être implantés. Cette zone est équipée en eau potable avec électricité et téléphone.

Les atouts touristiques sont : la beauté de la mer et du paysage environnant ainsi que la disponibilité du terrain.

### **8- zone d'intérêt touristique du cap des trois fourches :**

Située dans la commune de Béni-chiker cette zone présente des caractéristiques physiques remarquables avec sa côte montagneuse comprenant des criques à l'état sauvage, assorties d'espaces naturels et de paysages d'une grande beauté.

L'absence d'infrastructures et d'équipements n'enlève rien à l'attrait particulier de la zone (caractère isolé et vierge du site, pêche sous marine, proximité de Mélillia).

## **Annexe 4 : les sites de pêche artisanale, des sites à fortes potentialités touristiques**

### **1- site SOUANI commune rurale de TROUGOUT**

C'est une plage vaste de sable située aux limites de la province d'Al-Hoceima (20Km).l'accès y est facile, 12 Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, très actif en été est proche d'autres sites touristiques.

Ce débarcadère est divisé en 2 sites de débarquement.

### **2- Site HDID : commune rurale de TROUGOUT :**

C'est une plage de sable et galets situés à 20 Km à l'est d'Al-Hoceima, l'accès y est un peu difficile.

### **3- Site KABDANA : commune rurale de TROUGOUT :**

Ce débarcadère est une plage de galets et roches abrité sous des petites montagnes située à une trentaine de Km à l'Est d'Al-Hoceima. L'accès y est un peu difficile. Le site est divisé en 2 points de débarquement.

### **4- Site SEHEL : commune rurale de TROUGOUT**

Ce débarcadère est une plage de galets habité par une falaise. Il se situe à une vingtaine de Km à l'Est d'Al Hoceima, l'accès y est un peu difficile.

### **5- Site Laâzib (sidi chaïb) : commune rurale de Ouled Amghar :**

Ce débarcadère est situé à 25 Km de l'Est d'Al-Hoceima. C'est une plage en sable et galets enserrée entre des falaises rocheuses d'environ 1,5 Km de longueur.

### **6- Site Lazib (Boujibar) : commune rurale Ouled Amghar :**

Ce débarcadère est une plage de galets et roches entouré de montagnes. Il se situe à une quarantaine de Km à l'Est d'Al-Hoceima. L'accès est y un peu difficile.

### **7- Site Calo Kilaté : commune rurale Oulad Amghar :**

C'est une plage de galet abrité sous une falaise. Il se trouve éloigné de Nador. L'accès est y un peu difficile.

### **8- Site Ouled Amghar : Commune rurale Ouled Amghar**

Une plage de sable et galets, entouré par les montagnes. Il se trouve à une quarantaine de Km de l'est d'Al-Hoceima.

### **9- Site Ijeti : Commune rurale BOUDINAR**

Une plage de sable entourée de montagnes. ; éloignée de Nador

**10- Site sidi Driss : commune rurale MARGHANIYIN :**

Une plage de sable entourée de montagnes. ; éloignée de Nador

**11- Site CHFIRT : commune Rurale TAZAGHINE :**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable, situé à une soixante de km de l'ouest de Nador.

**12- site Tazaghine : commune rurale TAZAGHINE :**

C'est une plage de sable entourée de montagne. Il est un peu éloigné de Nador.

**13- site Sidi HSSAIN : commune rurale Dar Kabdani**

Ce débarcadère est situé à 40 Km de l'Ouest de Nador dans une falaise à l'Ouest. C'est une plage de sable et galets.

**14- Site CHAABI : commune Rurale Dar Kabdani :**

C'est une plage de sable et galets, abrité par une grande falaise. un loin de Nador.

**15- Site IFRI Ogarabou : commune Rurale AMJAOU :**

C'est une plage de sable ; abritée par une grande falaise. Il se situe à une soixante de Km à l'Ouest de Nador.

**16- Site CHAMLALA commune rurale AMAJAOU**

Ce débarcadère est une plage de sable bien protégée par une falaise, limitée à l'est par Oued Chard. IL se trouve à une cinquante de Km de l'Ouest de Nador.

**17- site Samer : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

C'est une plage de sable, abrité sous une falaise. Il se trouve à cinquante de Km à l'Ouest de Nador.

**18- Site lassiakh : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

Ce débarcadère est une plage se sable entourée de montagnes .Il se trouve à une quarantaine de Km de l'Ouest de Nador.

**19- Site KALLAT : Commune Rurale d'IAAZANENE :**

C'est une plage de sable, situé entre deux falaises. Il se trouve à une trentaine de Km de l'Ouest de Nador. Le site connaît une activité de pêche sportive durant les week-ends et pendant l'été.

**20- Site Djazira Lagune/ commune rurale Bou Areg :**

C'est un débarcadère situé sur le cordon dunaire, de rivage sablo-vaseux et protégé naturellement à l'intérieur de la lagune. Il se trouve à une trentaine de Km à l'est de Nador. Il est proche de plusieurs sites balnéaires.

### **21- Site cap trois fourches : commune Rurale Béni Chiker :**

Ce débarcadère est une plage de galets entouré de montagnes .Il se situe à une trentaine de Km à l'ouest de Nador.

### **22- Site TCHRANA : commune rurale Béni Chiker :**

C'est une plage de sable, limitée par des falaises et protégé par des roches. Il se situe à une trentaine de Km de l'Ouest de Nador et se trouve proche de quelques sites touristiques actifs en été.

### **23- Site TIBOUDA : commune rurale Béni Chiker**

Ce site est bien protégé à l'intérieur des falaises, situé à une trentaine de Km à l'Ouest de Nador.

### **24- Site Béni-Ansar Pachalik de Béni-Ansar**

Béni-Ansar est un centre connu par une activité importante de commerce et de pêche. Il est à 10 Km à l'Ouest de Nador. Les principales activités de ce port sont : La pêche, le transport des passagers et le commerce. La pêche artisanale en reste une activité très limitée. Les barques de la pêche artisanale sont protégées par une digue et un petit quai. On note la présence d'un hall, des frigos et des quais exploités surtout par les autres activités de la pêche.

### **25- Site BOCANA Pachalik Béni-Ansar**

Ce débarcadère est une plage de sable coquillé, proche de la passe d'entrée à la lagune « Marchica ». Il se situe à une quinzaine de Km de la ville de Nador. L'accès y est facile 3 Km de piste. C'est un site balnéaire, entouré d'autres sites touristiques, très actifs en été.

### **26- Site Ichtraine (mer) : commune rurale Bou Arg**

C'est un site où les palmeraies de Bouanane, de Aïn Chaer, d'Ich jouent un rôle touristique non négligeable pour la verdure, l'eau et la sécurité qu'elles offrent aux voyageurs. Plage de sable coquillé, située à 33 Km de l'est de Nador. L'accès y est facile, 3Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, entouré de plusieurs autres sites touristiques à activité importante en été.

### **27- Site Mouhandis commune rurale Bou Arg :**

C'est une plage de sable coquillé, limité à l'ouest par une formation rocheuse. Il se situe à une trentaine de Km à l'est de Nador. L'accès y est facile, 3Km de piste sableuse. C'est un site balnéaire, entouré de plusieurs autres sites touristiques à activité importante en été.



**28- Site Taourirt commune rurale Kariat Arekmane :**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable. C'est un site balnéaire, situé à une trentaine de Km à l'est de Nador et proche de quelques autres sites touristiques actifs en été. L'accès y est facile 2 Km de piste.

**29- Site FERMA : commune rurale Kariat Arekmane :**

C'est une plage ouverte de sable, située à une trentaine de Km à l'est de Nador. C'est un site balnéaire, proche de plusieurs autres sites très actifs en été.

**30- Site Moulay Ali Cherif : Commune rurale Al Barkaneyene :**

Ce débarcadère est une plage de galets ou pied de petites falaises. Il se trouve à une quarantaine de km à l'est de Nador. Il est proche de quelques sites balnéaires. L'accès y est un peu difficile 3 Km de piste.

**31- Site IHRIOUINE : commune rurale Al Barkaneyene :**

C'est une plage de galets ou pied de falaises, situées à une trentaine de Km à l'est de Nador. Ce débarcadère est proche de plusieurs sites touristiques à activité importante en été.

**32- Site TAMRSSAT : Commune rurale Barkaneyene**

Ce débarcadère est une plage de sable, abrité par des falaises. Il se trouve à 46 Km à l'est de Nador. L'accès y est facile 3 Km de piste.

**33- site plage rouge : commune rurale Cap de l'eau :**

C'est une plage de sable ; situé l'embouchure d'un oued abrité par la montagne. Il se trouve à une cinquantaine de Km de l'est de Nador.

**34- Site Ras Kebdana commune rurale cap de l'eau :**

Ras kebdana ou cap de l'eau est un village construit autour d'un port à 60 Km de l'est de Nador ; il est proche de plusieurs sites balnéaires. . L'activité principale des habitants est la pêcheWQ

**35- Site Bouhyaten : commune rurale Cap de l'eau**

Ce débarcadère est une plage ouverte de sable situé à 7 Km de l'est de Ras Kebdana et à une trentaine de Km de Saïdia. C'est un site balnéaire s'étendant sur 2 Km, à proximité d'autres sites balnéaires. L'accès y est facile, une piste sableuse de Km de la route goudronnée.

## **Annexe 5 : Plan Mada'In: le PDRT de l'Oriental (Programme de Développement Régional du Tourisme)**

*Qu'est ce qu'un PDRT ?*

Un contrat devant liant le Gouvernement/Région/CRT/.... et définissant :

- ü Les objectifs assignés pour la consolidation de la destination;
- ü Actions nécessaires pour atteindre ces objectifs et échéancier de leur réalisation;
- ü Besoins en investissements publics/privés et en ressources humaines, pour la mise en œuvre des actions.

Le Programme Développement Touristique de l'Oriental :

- Cadre Général :
  - Accord cadre.
  - Lettre Royale adressée aux participants des Assises de Tanger.
  - Consolidation des mesures d'accompagnement de la NSTS.
  
- Consistance du projet:
  - **Mission N° 1**: Diagnostic dynamique : état des lieux et mise en perspective.
  - **Mission N°2** : La définition d'une stratégie de développement et un plan marketing qui offrent aux acteurs les mesures d'accompagnement nécessaires au positionnement de la région de l'Oriental.
  - **Mission N°3** : Proposition de mise en œuvre à travers l'élaboration de quelques fiches projets qui peuvent toucher quelques segments prioritaires de l'activité touristique.
  
- Partenaires : Ministère du Tourisme, Wilaya, Conseil Régional, Agence pour le Développement de l'Oriental (ADO), CRT.
- Budget prévisionnel pour l'étude : 4 Millions Dirhams
- Date de lancement de l'étude : Mars 2007
- L'appel d'offre publié 5 mai 2007

**NB** : il n'est pas permis à une ville ou à une région de bénéficier de deux programmes à la fois. Cependant grâce aux efforts des autorités locales notamment Mr le wali de la région orientale, la région orientale vient de bénéficier du PDRT tout en bénéficiant du Plan Azur.

Source : Délégation Régional de l'Oriental