

L'Héritage au Cœur de la Stratégie Touristique Marocaine: la Vision 2020

The Heritage in the Heart of Moroccan Tourism Strategy : Vision 2020

Dr. Mohamed Meddahi, Maitre Conférence "A", Université Mohand Akli- Bouira *

Dr. Sawsen Zirek, Maitre Conférence "A", Université 20 Aout 1955- Skikda **

تاريخ النشر: 2018-07-15

تاريخ القبول: 2018-06-22

تاريخ الإبداع: 2018-04-12

Résumé: Aujourd'hui, le Maroc est classé parmi les destinations touristiques les plus sollicitées dans le monde, résultat des atouts exceptionnels répartis sur tout le territoire et rayonnés par des ambitions soutenues par des stratégies bien déterminées et structurées mis-en œuvre sous l'intitulées de la « Vision 2010 » et la « Vision 2020 », cette dernière qui vise à mettre le Maroc au bon classement mondial en focalisant sur la diversité et la durabilité des produits touristiques. Le tourisme culturel est l'un de ces produits variés et plein de mystères historiques. La « Vision 2020 » qui veille au développement et promotion du secteur touristique adopte une démarche de valorisation des atouts culturels variés et diversifiés entre patrimoine matériel et immatériel en préservant l'identité historique et culturelle des monuments, des traditions et des savoir- faire par l'exécution du programme patrimoine et héritage afin de concrétiser ses ambitions et garantir une réputation touristique mondial qui conduit aux recettes financières et contribue au développement économique, social et culturel.

Mots clés: Tourisme culturel; Vision 2020; patrimoine; valorisation.

Abstract: Morocco is one of the most sought-after tourist destinations in the world due to all the exceptional qualifications spread across the entire globe. It is surrounded by ambitions supported by the implementation of specific and structured strategies. These are called "Vision 2010" and "Vision 2020", which aims to improve Morocco's global classification in the context of diversification And sustainable tourism products. The cultural tourist product is one of these diverse products filled with historical secrets. Vision 2020, which ensures the development and promotion of the tourism sector, adopts a methodology for valuing diverse and diverse cultural qualifications between a material and intangible heritage in order to preserve the historical and cultural identity of monuments and customs through the implementation of the Heritage and Heritage Program in order to embody ambitions and ensure a global tourism reputation that leads to financial income and contribute to economic, social and cultural development.

Keywords: Tourism Culture; Vision 2020; Heritage; Valuation.

*Dr. Mohamed Meddahi, Maitre Conférence "A" à l'université Mohand Akli- Bouira, email: meddahi26@gmail.com

** Dr. Sawsen Zirek, Maitre Conférence "A" à l'université 20 Aout 1955- Skikda, email: sawsenzirek5@gmail.com

Introduction

Au fil des dernières décennies, le tourisme s'affirmait comme une priorité nationale dont le Maroc a décidé d'en tirer profit et pousser le développement économique et social du pays. Pour réaliser ces ambitions, le Maroc a adopté une stratégie touristique conformément aux hautes orientations royales en la matière, il s'agit de la « Vision 2020 » qui a été capitalisée sur les acquis de la stratégie précédente, la « Vision 2010 ».

La « Vision 2020 » a pour objectif promouvoir le secteur touristique et développer sa compétitivité en basant sur ses différents atouts divers et exceptionnels dans le pourtour de la méditerranée dont l'atout culturel est en premier rang.

La concrétisation de ces objectifs passe par la mise en place des transformations profondes et accélérées dans tous les domaines pour construire un pays moderne et ouvert sur le monde en lui offrant une image touristique aimable et ambitieuse, et l'exécution des programmes assignés aux certains volets dans un cadre d'aménagement territorial intégré. L'un de ces programmes envisage à entretenir le patrimoine culturel matériel et immatériel et enrichir son offre afin de répondre aux différents besoins des touristes assoiffés de revivre l'histoire et son charme. Dans ce contexte que notre problématique se pose sous la forme de la question suivante : Quelle est la démarche touristique choisie par le Maroc pour développer le tourisme culturel dans le cadre de la « Vision 2020 » ?

La réponse sur cette question requiert la réponse aux questions suivantes :

- Qu'elle est la contribution du tourisme à l'économie marocaine ?
- Qu'est-ce-qui enrichit l'offre touristique culturelle du Maroc ?
- La « Vision 2020 » couvre- elle les ambitions en matière de tourisme culturel ?

Performance du secteur de tourisme au Maroc : Chiffres clés :

Le secteur du tourisme est un secteur prioritaire de l'économie marocaine grâce à ses revenus importants reçus de toutes activités touristiques, cette importance due à plusieurs facteurs comme (Maroc, Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020, 2013) :

- La stabilité politique et économique du pays ;
- Les atouts naturels et culturels dont jouit le Maroc ;
- Pouvoir et volonté politique favorisant le développement du secteur touristique depuis le lancement de la nouvelle conception de promotion en janvier 2001, poursuite par les visions de 2010 et 2020 ;
- La collaboration entre toutes les parties prenantes qui se bénéficient du développement de ce secteur y compris les pouvoirs publics, le secteur privé...

Ce secteur est le deuxième contributeur au PIB national avec une demande touristique qui représente environ 11,4 %, il contribue aussi à la diminution du chômage avec 515 000 emplois créés en 2016 soit près de 5 % de l'ensemble de l'emploi de l'économie.

Il est un important générateur de devises étrangères, qui cumulent près de 63,2 milliards de dirhams et représentent près de 19 % des exportations des biens et services et le solde de la balance des voyages a couvert 27 % du déficit de la balance commerciale en 2016, sans sous- estimé les transferts financiers des marocains résidents à l'étranger (Tourisme en chiffres, 2018).

Cette contribution de recettes touristiques réfère en premier lieu aux arrivées des touristes qui dépensent pour jouir leurs séjours, le tableau suivant illustre ces arrivées de touristes non- résidents :

Tableau 1 : Evolution des arrivées des touristes :

2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
4 278 120	9 288 338	9 342 133	9 375 156	10 046 264	10 282 944	10 176 762	10 331 731

Source : Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Ce tableau montre clairement qu'il y a une progression dans le nombre des touristes non résidents qui atteignent les 10 millions chaque année, ce qui prouve que la demande touristique est en plein d'expansion due à la diversité des produits touristiques offerts.

Le Maroc reçoit chaque année des touristes de différents pays émetteurs, comme le montre le tableau suivant :

Tableau 2 : Evolution par nationalité des arrivées des touristes aux postes frontières :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Touristes Etrangers	2 325 505	4 910 435	4 933 883	5 011 729	5 323 333	5 437 453	5 151 704	5 103 204
France	813 865	1 827 453	1 775 961	1 769 710	1 782 056	1 798 190	1 563 568	1 449 757
Espagne	232 245	726 540	693 255	730 882	682 834	683 761	626 896	615 720
Royaume-Uni	137 232	338 060	352 141	357 347	403 325	476 550	504 475	458 561
Belgique	79 918	221 371	258 620	255 290	272 593	267 308	243 815	238 984
Maghreb	63 989	155 550	174 417	219 280	270 227	213 675	195 214	209 823
Allemagne	211 039	205 417	219 576	199 349	237 852	255 124	286 328	260 255
Italie	142 426	233 224	211 405	196 186	234 912	254 209	227 961	219 334
Hollande	59 436	175 078	197 642	204 767	210 859	191 158	183 349	182 379
Moyen Orient	67 157	121 635	134 289	152 987	164 534	177 233	198 229	208 655
Etats Unis	121 068	135 376	130 427	140 045	160 033	167 267	181 468	197 858
Scandinavie	77 935	64 322	83 769	67 165	83 999	95 193	83 554	93 009
MRE	1 952 615	4 377 903	4 408 250	4 363 427	4 722 931	4 845 491	5 025 058	5 228 527
Total Récepteur	4 278 120	9 288 338	9 342 133	9 375 156	10 046 264	10 282 944	10 176 762	10 331 731

Source : Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

L'Europe est le premier marché émetteur des touristes au Maroc à cause de la proximité géographique et la divergence substantielle des atouts naturels et culturels qui attirent ces touristes, où la France vient en premier rang suivi par l'Espagne et l'Allemagne puis les autres pays européens, le Maghreb et le Moyen orient ne représentent que 2 % à 3 % de la totalité des touristes reçus ce qui prouve la faiblesse du inter-tourisme entre ces pays. Le tableau illustre aussi la contribution majeure des marocains résidents à l'étranger (MRE) dans cette progression, ils représentent près de 50 % du total récepteur et ça augmente constamment.

La capacité d'hébergement joue un rôle primordial dans ces résultats, les touristes cherchent à trouver des hébergements appropriés à leurs demandes pour séjourner, à la fin 2016 le Maroc a compté 242 624 lits, une évolution de 11 290 lits par rapport à 2015 dont les hôtels 3*, 4*, 5* et les hôtels clubs constituant 58 % du total du parc de l'hébergement touristique classé l'étranger (Tourisme en chiffres, 2018)). Le tableau suivant illustre l'évolution de la capacité d'hébergement selon les catégories des hôtels :

Tableau 3 : Évolution par catégorie de la capacité hôtelière classée en lits :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hôtel 1*	5 246	10 022	10 488	12 339	13 950	14 406	14 574	14 862
Hôtel 2*	9 768	13 885	13 685	14 328	14 960	15 246	16 092	16 558
Hôtel 3*	17 925	24 964	25 768	27 397	27 825	29 127	30 132	30 978
Hôtel 4*	26 935	46 813	46 993	47 097	48 575	48 072	47 572	50 487
Hôtel 5*	15 006	27 525	30 187	32 231	32 320	33 643	35 217	37 308
Résidences Hôtelières	4 641	11 823	15 843	16 102	17 250	20 930	22 256	24 177
Clubs Hôtels	15 659	20 211	20 673	20 671	21 519	20 409	22 215	22 335
Maisons d'Hôtes	-	15 572	17 789	20 660	22 382	23 882	26 694	28 168
Autres*	-	3 204	6 448	9 266	13 193	15 896	16 582	17 751
Total	95 180	174 019	187 874	200 091	211 974	221 611	231 334	242 624

Source : Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Cette capacité d'hébergement qualifiée en voie de développement successivement mène à l'évolution des nuitées réalisées par ces touristes comme le prouve le tableau suivant :

Tableau 4 : Evolution par marché des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Non résidents	11 267 761	13 954 733	12 418 868	12 549 244	13 931 125	14 326 312	12 525 014	12 703 471
France	4 691 544	5 814 687	4 906 790	4 931 430	5 052 091	4 749 129	3 741 482	3 622 303
Royaume-Uni	544 767	1 345 539	1 339 620	1 360 602	1 518 319	1 719 944	1 726 408	1 762 780
Pays Arabes	379 387	638 137	698 113	921 331	1 092 162	969 995	1 022 608	1 088 664
Allemagne	1 833 759	946 341	944 227	909 077	991 489	1 190 061	1 345 079	1 270 357
Espagne	589 982	945 415	706 488	684 495	714 286	757 782	631 157	606 350
Belgique	452 420	589 450	641 355	590 669	659 138	639 845	535 764	502 913
Italie	750 212	657 050	460 409	368 660	401 112	430 607	271 701	217 935
Hollande	148 260	340 837	290 093	306 490	333 399	308 401	265 059	252 072
U S A	323 569	286 147	239 422	269 707	314 717	373 718	361 995	372 664
Russie	-	220 293	110 048	151 866	250 563	168 616	83 339	285 821
Scandinavie	449 989	141 899	183 703	105 512	149 422	196 333	155 110	158 214
Résidents	2 271 806	4 065 572	4 448 798	4 936 518	5 183 004	5 307 163	5 899 237	6 551 459
TOTAL	13 539 567	18 020 305	16 867 666	17 485 762	19 114 129	19 633 475	18 424 251	19 254 930

Source : Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Le nombre de nuitées évoluent proportionnellement avec l'évolution de nombre des touristes reçus, dans ce cas on peut calculer la durée moyenne de séjour dont il varie entre 2 et 3 jours. Cette durée était affectée par le nombre des nuitées des résidents par rapport aux non-résidents ce qui montre la contribution du tourisme international ou étranger par rapport à celui interne.

Cette capacité d'hébergement se diffère selon les zones touristiques comme le montre le tableau suivant :

Tableau 5 : Evolution par marché des nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique par destination:

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Marrakech	3 786 467	6 357 486	5 754 482	5 918 055	6 513 577	6 727 532	6 260 132	6 638 486
Agadir	4 292 065	4 806 728	4 487 139	4 498 648	4 956 193	5 055 424	4 697 741	4 909 643
Casablanca	1 136 826	1 600 964	1 524 649	1 674 875	1 841 688	1 892 975	1 825 152	1 940 681
Tanger	612 638	818 346	815 886	862 649	920 410	932 777	906 032	989 611
Fès	720 983	820 800	643 790	644 391	770 750	823 120	724 369	682 421
Rabat	527 374	635 329	613 153	602 448	621 353	639 441	619 647	625 600
Essaouira-Mogador	102 343	309 132	350 701	399 246	472 035	484 595	418 716	413 497
Oujda-Saidia	50 250	356 132	475 901	471 079	464 199	350 011	414 755	449 508
El Jadida-Mazagan	50 834	267 287	281 817	318 026	371 196	386 183	387 803	363 526
Ouarzazate	591 838	420 626	332 322	337 574	358 865	427 172	311 501	287 493
Tétouan	356 215	293 465	286 490	340 078	318 031	321 075	328 366	357 096
Meknès	192 002	249 073	211 110	200 557	216 530	219 076	209 538	199 007
TOTAL	13 539 567	18 020 305	16 867 666	17 485 762	19 114 129	19 633 475	18 424 251	19 254 930

Source : Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Il paraît clairement dans tableau que Marrakech et Agadir sont les destinations touristiques les plus demandées par rapport aux nuitées réalisées, cela dépend de leurs atouts touristiques riches et diversifiés entre naturels et culturels, sans oublier l'attention accordée à ces destinations majeures par les autorités. Suivi par Casablanca, la capitale économique du pays qui compte elle-même des atouts importants correspondants à certains types de tourisme y compris le tourisme d'affaire, de congrès et de loisirs.

Certes, l'occupation litière de ces régions ne se diffère pas à celles des nuitées, le tableau suivant l'éclaircit :

Tableau 6 : Évolution par destination de la capacité hôtelière classée en lits :

	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Marrakech	18 696	55 355	60 844	62 917	64 587	65 730	70 950	73 993
Agadir	21 494	29 506	31 774	34 164	34 968	37 405	38 021	38 800
Casablanca	7 750	13 732	14 170	15 344	16 273	16 629	17 245	20 037
Tanger	7 087	7 685	7 680	7 920	8 820	9 706	10 153	11 256
Fès	3 995	7 458	8 074	8 374	8 764	9 286	9 532	9 844
Ouarzazate	4 730	7 674	7 866	8 281	8 537	8 698	8 766	9 167
Oujda-Saidia	1 651	5 514	6 731	7 205	8 105	8 259	8 343	8 457
Rabat	3 861	4 965	5 089	5 485	5 741	5 842	5 842	5 935
Tétouan	4 293	5 017	5 050	5 693	5 705	6 116	6 638	7 122
Essaouira-Mogador	1 286	4 313	4 817	5 153	5 280	5 562	5 876	6 090
Meknès	1 929	3 298	3 333	3 460	3 540	4 286	4 404	4 430
Ifrane	826	1 723	2 828	3 133	4 893	5 012	5 052	5 092
El Jadida-Mazagan	648	2 849	2 933	3 024	3 088	3 088	3 280	3 333
TOTAL	95 180	174 019	187 874	200 091	211 974	221 611	231 334	242 624

Source : Tourisme en chiffres, disponible le 19/11/2017 sur le site électronique :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>

Correspondant aux résultats précédents, Marrakech et Agadir, les destinations les plus attractives occupent ensemble presque la moitié de la capacité litière globale du pays, les autres destinations sont éloignées d'être comparables.

Tourisme culturel au Maroc :

Le tourisme culturel, qui est une forme de tourisme centré sur la culture, l'environnement culturel, les valeurs et styles de vie, les traditions et les ressources de loisir d'une communauté d'accueil (Maroc L. t., 2010-2011). Cette forme de tourisme est considérée comme la plus sollicitée au Maroc qui se rend compte actuellement de plus en

plus de son héritage culturel qui offre plus d'images à explorer par rapport aux autres produits touristiques.

1- L'offre touristique culturelle au Maroc :

Le Maroc jouit de plusieurs atouts naturels et culturels incontournables qui embellissent l'offre proposée aux touristes et permettent de développer plusieurs créneaux touristiques.

Favorisé par sa position géographique entre l'Atlantique et la Méditerranée, le Maroc joint l'Afrique à l'Europe ; le plus grand marché international du tourisme. Il est limité du nord par le détroit de Gibraltar et la mer méditerranéenne, à l'est par l'Algérie, un autre marché touristique potentiel ; au sud par la Mauritanie ; et à l'Ouest par l'océan atlantique. Le Maroc bénéficie d'une large ouverture maritime s'étend à 3500Km sur la Méditerranée et sur l'Atlantique entaillée de baies encore à l'état vierge, des falaises et des plages qui présentent une variation climatique et végétale et un atout inestimable pour le développement du tourisme durable.

Par ailleurs, le Maroc dispose de la chaîne de montagnes du Rif dont les sommets ne dépassent pas 2450 m, et sont souvent recouvertes de paysages forestiers. Il y a aussi au cœur du pays les montagnes de l'Atlas, formant trois chaînes, avec plus de 200 sommets recensés, tous accessibles, y compris le plus haut, le Toubkal de 4165 m de hauteur. Toutes ces chaînes offrent au Maroc un domaine privilégié pour la pratique du tourisme de montagne et jouent un rôle économique considérable, notamment par l'approvisionnement du pays en eau.

Cette diversité de paysage a conduit aux nuances climatiques entre la chaleur de l'été adoucie par la brise de la mer, et la neige qui tombe en hiver aux montagnes du moyen et haut Atlas, sans oublier le climat désertique au sud et est du pays.

La richesse naturelle a été accompagnée par une autre culturelle matérielle et immatérielle qui font ensemble du Maroc une destination touristique privilégiée. L'histoire du Maroc remonte à près de 3000 ans, sa position géographique fait du Maroc un carrefour qui a attiré de différentes populations, il a été occupé par les Berbères, Phéniciens, Carthaginois, Romains, Vandales et Byzantins avant d'être islamisé en l'an 788. Durant toute la période arabe plusieurs dynasties ont marqué leurs présences : Almohade, Mérinides, Saadiens...

L'époque de la colonisation a commencé avec l'occupation espagnole en 1860, puis la France à partir de 1912 jusqu'à l'indépendance en 1956. Cet enchaînement de cultures diverses a permis de créer un patrimoine et héritage incontestable et donner au Maroc une personnalité et charme exceptionnelle en matière d'architecture visualisée dans ses villes impériales : Fès, Marrakech, Agadir, Rabat, Mekhènes et Casablanca la capitale économique du pays. Toutes ces villes jouissent d'attraits touristiques variés : mosquées, mausolées, musées, minarets, souks, médinas et riads.

Sans oublier le rôle primordial des formes du patrimoine immatériel confirmé par :

- Coutumes, traditions et expressions orales ;
- Arts du spectacle;
- Pratiques sociales, rituels et événements festifs;
- Connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers;
- Savoir-faire lié à l'artisanat traditionnel.

Et toute sorte de l'interaction des plusieurs siècles entre le Maroc et le monde extérieur.

2- Le patrimoine et le tourisme culturel :

Le tourisme culturel est un moyen d'échange et de dialogue entre les cultures et les sociétés, donc le patrimoine matériel et immatériel demeure toujours une attraction touristique majeure. L'intérêt principal des afflux de touristes est de voir quelque chose d'extraordinaire ou de faire l'expérience de quelque chose d'inhabituel, inconnu et parfois exotique. Les touristes cherchent à vivre des expériences positives et passer un bon moment

à la destination choisie, un choix qui est parfois stimulé par l'effet de la marque ou le label « Patrimoine Culturel Mondial », donc un site du patrimoine mondial est rarement visité pour lui-même. Au contraire, il est généralement visité pour l'expérience qu'il peut offrir aux visiteurs.

Cependant, l'implication de ce patrimoine au cœur du tourisme culturel nécessite un grand intérêt à cause de sa capacité de créer de la richesse et générer des ressources qui contribuent à la dynamique socioéconomique. La réussite de cette implication privilège trois volets : l'écotourisme, le tourisme culturel et l'industrie de la restauration et de la conservation (Benyoucef, 2013).

Le tourisme est l'un des objectifs centraux de la conservation du patrimoine culturel, qui utilise ce dernier comme base pour l'établissement de produits touristiques. Donc, des efforts considérables ont été réalisés depuis pour restaurer et préserver les sites historiques à l'échelle internationale, ce qui prouve la relation étroite entre le patrimoine et le tourisme. Au Maroc cette démarche a été introduite en 1956 pour valoriser des sites historiques plus spécialement ceux classés « Patrimoine Culturel Mondial » qui donnent un certain prestige pour la commercialisation touristique et le renforcement des afflux de touristes (Fasskaou, 2014).

Tourisme culturel et stratégies touristiques:

Avant de s'introduire à la « Vision 2020 » et ses ambitions concernant le tourisme culturel, il faut bien se parler de la « Vision 2010 » qui a inspiré les autorités marocaines de mettre en œuvre la « Vision 2020 » basée sur les leçons comprises lors de son exécution.

1- La « Vision 2010 »:

Les premiers pas de la mise en place de cette stratégie ont commencé officiellement le 10 janvier 2001 avec le discours de sa Majesté le Roi Mohamed IV lors des assises nationales du tourisme à Marrakech pour développer ce secteur et s'intégrer dans une nouvelle politique de développement par la signature de l'accord cadre et l'accord d'application, et s'engager de mettre en œuvre un dispositif touristique appelé « la Vision 2010 ».

Cette vision a été optée par le Maroc pour promouvoir le secteur du tourisme et dynamiser le développement durable et intégré, cette vision focalise sur certains axes qui se rapportent à (Royaume de Maroc , Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, 2011) :

- La diversification du produit touristique en prenant en compte la demande touristique, et plus précisément le produit balnéaire et culturel qui est le plus demandé grâce à la richesse du patrimoine et héritage culturel inexploité ou mal exploité, faute de l'absence des zones touristiques aménagées et animées qui respectent la demande touristique variée;
- Le renforcement de la formation dans un cadre de valorisation des ressources humaines et professionnalisation des métiers en introduisant des systèmes d'éducation et de motivation adéquats qui garantissent la qualité des prestations touristiques ;
- L'Organisation et l'exploitation du foncier par l'aménagement et la construction des assiettes dédiées au tourisme ;
- La libéralisation de l'aérien;
- Le développement du marketing en concluant des partenariats avec des tours opérateurs et professionnels;
- L'amélioration de l'environnement touristique.

La Vision 2010 a fixé des buts chiffrés comme (La vision 2010, 2018) :

- L'atteinte de 10 millions de touristes dont 7 millions sont des touristes internationaux ;

- La création de 160 000 lits dont 130 000 lits balnéaires et 30 000 lits aux destinations culturelles, portant la capacité hôtelière nationale à 230 000 lits ;
- L'augmentation de l'investissement touristique en matière d'aménagements des nouvelles stations balnéaires, infrastructures, hôtellerie et animation afin d'atteindre 8 à 9 milliards d'euros ;
- L'atteinte du montant prévu de 48 milliards d'euros de recettes en devises ;
- La création de 600 000 nouveaux emplois dans tous les métiers de tourisme ;
- La formation au moins de 72 000 professionnels dans les métiers de l'hôtellerie et tourisme ;
- La progression de la contribution du tourisme au PIB en moyenne annuelle de 8,5 % pour arriver à près de 20 % à l'horizon 2010.

Après une décennie, le Maroc a réalisé beaucoup d'avantages à tous les niveaux économiques et socioculturels, et même en matière de réputation internationale comme une destination touristique remarquable malgré les écarts enregistrés entre les ambitions chiffrées et leurs réalisations faute de la situation économique internationale qui a affecté l'activité touristique mondiale et non seulement celle du Maroc. Le Maroc a réalisé aussi l'importance de l'adoption de stratégie continue qui vise à développer ce secteur et privilégier la destination du Maroc. Cela a fini par la mise en œuvre du dispositif «la « Vision 2020 » qui complète grandement celui de 2010.

2- La « Vision 2020 »

2-1- Présentation et ambitions :

C'est une stratégie qui vise à faire en sorte que le Maroc soit des 20 meilleures destinations touristiques à l'horizon 2020. Cette vision impose une ambition qui fera émerger progressivement six nouvelles destinations touristiques afin de soutenir la croissance de « Marrakech » et « Agadir », les deux pôles internationaux déjà établis. Cette ambition va orienter les efforts fournis sur (La vision 2010, 2018) :

- L'enrichissement de l'offre culturelle à travers le développement de deux nouveaux pôles de croissances en complétant l'offre actuelle centrée au pôle Marrakech-Essaouira ;
- La poursuite de la réalisation de l'investissement touristique autour du balnéaire sur le littoral Atlantique et Méditerranéen dans le cadre du « Plan Azur » ;
- La création d'une offre « Nature » complémentaire à travers des produits innovants de faible intensité touristique et de qualité élevée (éco- lodges, resorts du désert...)
- La mise en place de corridors thématiques pour valoriser les ressources naturelles et culturelles des régions et de promouvoir le tourisme dans les régions rurales ;
- La structuration d'une offre performante d'animation sur les huit destinations touristiques assignées en appuyant sur des initiatives publiques et associatives locales à travers un tissu des PME touristiques modernes et compétitives, et à travers la création des produits culturels et de loisirs de qualité internationale.

Concernant les ambitions chiffrées, la « Vision 2020 » vise à (Royaume de Maroc , Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, 2011) :

- Doubler la taille du secteur avec la création de 200 000 lits hôteliers et assimilés ;
- Doubler les arrivées touristiques ;
- Tripler le nombre de voyages domestiques ;
- Créer 470 000 emplois directs ;
- Doubler les recettes touristiques pour atteindre 140 milliards DH ;
- Accroître le PIB touristique de 2 points.

La concrétisation de cette ambition est fondée sur trois axes majeurs de développement (TAYBI, 2018):

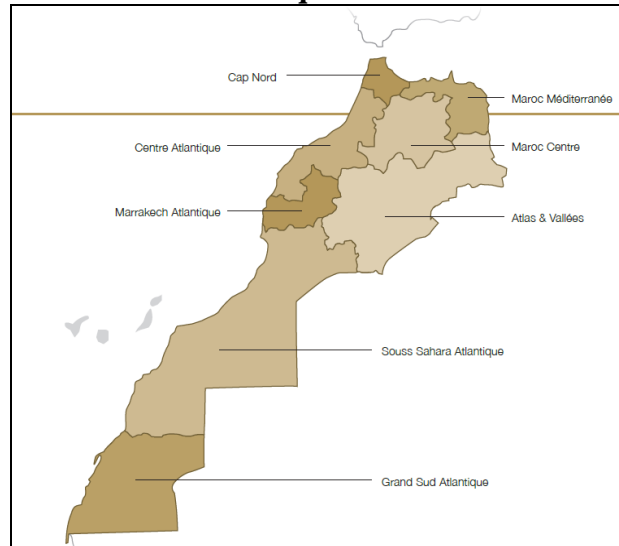
- Aménagement territorial de l'offre touristique ;
- Une nouvelle structure de gouvernance ou un nouveau schéma institutionnel;
- Une démarche intégrée de développement durable.

2-2- Le modèle de développement :

- L'aménagement territorial de l'offre touristique :

La « Vision 2020 » a choisi 8 destinations touristiques différentes à développer ; deux destinations consacrées à l'offre balnéaire dans le cadre du programme « Azur », il s'agit de **Souss- Sahara- Atlantique** comprenant Agadir et son arrière pays, de Laâyoune et de Guelmim. La deuxième est **Maroc Méditerranée** avec les sites de Saïda, Marchida et Cala Iris. Ensuite, quatre destinations manifestent la culture et l'authenticité du Maroc à **Marrakech Atlantique** qui réunit Marrakech, Essaouira et Toubkal. Maroc Centre focalise sur la complémentarité de Fès, Meknes et Ifrane. **Cap Nord** ancré sur les sites de Tanger, Tétouan, Chefchaouen, Asilah et Larache. **Centre Atlantique** rassemble Casablanca, Rabat et El Jadida constituant la côte des affaires et des loisirs. Les deux dernières destinations célèbrent le tourisme durable au Maroc, il s'agit du **Grand Sud Atlantique** basé sur le site de Dakhla et **Atlas et Vallées** ancré sur Ouarzazate, les vallées et les oasis. Le schéma suivant les montre clairement :

Schéma 1 : Destinations touristiques du Maroc à la « Vision 2020 » :



Source : Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, op.cit, p 43.

Cet aménagement territorial sous forme de destinations touristiques a été fait pour réaliser certaines ambitions chiffrées montrées dans le tableau suivant :

Tableau 7 : Objectifs à horizon 2020 par destination :

Destinations	Arrivées de touristes	Capacité litière additionnelle	Création d'emplois directs	Recettes touristiques
Souss- Sahara- Atlantique	3,9 millions	75 000 lits	117 400	28 550 millions DH
Maroc Méditerranée	0,9 millions	17 800 lits	23 000	6 070 millions DH
Marrakech Atlantique	3,7 millions	26 000 lits	67 700	26 285 millions DH
Maroc Centre	2,8 millions	20 700 lits	74 500	19 300 millions DH
Cap Nord	2,8 millions	28 300 lits	76 000	19 745 millions DH
Centre Atlantique	3,8 millions	12 500 lits	63 700	24 190 millions DH
Grand Sud Atlantique	114 000	3 200 lits	4 260	820 millions DH
Atlas et Vallées	1,8 millions	10 600 lits	39 000	13 045 millions DH

Source : Etabli par les auteurs à partir de plusieurs renseignements.

Ce tableau montre la détermination des destinations touristiques dépendant de leurs atouts et leurs positionnements au secteur du tourisme, cette stratégie focalise sur la valorisation des deux destinations principales, qui sont Marrakech et Agadir, par le développement des six autres destinations afin de garantir une distribution équitable de ce développement d'une part, et pour renforcer l'offre touristique d'une autre part.

- **Un nouveau schéma institutionnel pour une régulation dynamique :** Après la détermination des ambitions chiffrées de la « Vision 2020 », une mise en place d'un dispositif de planification, de coordination et de pilotage révèle autant qu'une nécessité indispensable, ce dispositif repose sur les éléments suivants (Royaume de Maroc, Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, 2011):

- La mise en place d'une nouvelle architecture institutionnelle qui consacre la transversalité du secteur du tourisme, la territorialisation de sa stratégie de développement, et l'indispensable concertation entre le secteur public et le secteur privé au niveau national et régional, à travers la création de structures spécifiques de pilotage national et régional, qui seront notamment chargées de mettre en pratique les deux principes énoncés suivants :
- L'adoption du principe de pilotage coordonné de tous les paramètres de l'équation touristique qui consistera à assurer, dans le temps et l'espace, la juste adéquation entre les capacités littorales, la desserte aérienne, une main d'œuvre qualifiée et la mobilisation des budgets de promotion nécessaire au remplissage des capacités, mais également de s'assurer de la bonne adéquation entre le positionnement du territoire et celui de ses produits hôteliers avec les segments de clientèle visés, les réseaux de commercialisation utilisés et le type de desserte aérienne sollicité ;
- Ainsi, la création de structures efficaces de pilotage national et territorial, engagées sur des objectifs qualitatifs et quantitatifs, et sur des méthodes de travail adéquates, devrait favoriser la maximisation des investissements au cours de la décennie en apportant les assurances d'un pilotage harmonieux de la nouvelle économie touristique.

L'adoption de ce nouveau schéma institutionnel a introduit la mise en place de certaines institutions pour garantir l'exécution de la nouvelle politique, il s'agit du Conseil National du Tourisme et des Agences de Développement Touristique progressivement créés dans les huit territoires. Ces institutions, en appuyant sur des missions bien définies, veillent sur le suivi et l'évaluation du programme de développement touristique au niveau national et régional afin d'augmenter l'attractivité et la compétitivité globale des territoires de manière harmonieuse.

- **Une démarche intégrée de développement durable :**

La dimension sociale et environnementale est une tendance de plus en plus présente dans la politique touristique du Maroc, qui possède de potentiels remarquables pour promouvoir un modèle de tourisme responsable qui prend en considération les mesures permettant de confronter et gérer toutes les contraintes hydriques et énergétiques liées à l'activité touristique, et qui peuvent préserver les ressources naturelles et maintenir l'authenticité socioculturelle du pays en vue du tourisme de masse et la densité des touristes dans certaines destinations. L'adoption du contexte de durabilité dans la « Vision 2020 » a permis de fixer un seuil ajusté pour chaque destination et à ne pas dépasser pour éviter la dégradation des écosystèmes et tous impacts négatifs sur la communauté locale. Ces objectifs nécessitent la diversification de l'offre touristique en accordant aux touristes des expériences inoubliables entre la nature, ses populations, ses valeurs, sa culture et ses

traditions (Royaume de Maroc, Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, 2011).

Pour réussir ce modèle de développement, le Maroc a créé le Fond Marocain de Développement Touristique (FMDT) pour impliquer le volet de l'investissement ce qui va permettre d'instaurer la confiance des investisseurs et donner une impulsion aux grands chantiers portés par la « Vision 2020 ». Cette dynamique d'investissement sera consacrée à six programmes privilégiant le tourisme durable, qui sont (Maroc S. d., 2018):

- Azur 2020 axé sur l'offre balnéaire ;
- Eco/Développement durable, visant à valoriser les ressources naturelles et rurales tout en les préservant ;
- Patrimoine & Héritage dont l'objectif est de valoriser l'identité culturelle du Maroc ;
- Animation, Sports & loisirs qui visent à créer une offre d'animation variée qui vient compléter les infrastructures touristiques de base ;
- Niches à forte valeur ajoutée en relation avec le tourisme d'affaires, le bien-être et la santé ;
- Tourisme interne « Biladi » qui va permettre de répondre aux attentes des Marocains en leur offrant un produit adapté.

Ces programmes seront soutenus par des stratégies de marketing, pilotage et d'évaluation et suivie pour garantir leurs réalisations, et par conséquent la réalisation de la stratégie de la « Vision 2020 » et ses ambitions.

2-3- Programme Patrimoine et Héritage

Promouvoir la « destination Maroc » par la culture est une des ambitions de la « Vision 2020 » du Ministère du Tourisme conséquence des flux croissants des touristes qui visitent le Maroc pour jouir de ses atouts culturels incontestables, comme le patrimoine architectural marocain qui est riche, varié et couvre presque toutes les périodes historiques de la préhistoire à l'époque islamique en passant par les périodes phénicienne, punique, mauritanienne et romaine. À ce jour, 216 sites et monuments historiques ont été classés par le Ministère de la Culture. Ils connaissent une affluence significative, comparée à celle des musées. En 2011, 1,5 millions de personnes ont fréquenté ces lieux de culture et du patrimoine marocain. Les plus attractifs sont à Marrakech : le Palais El Bahia et les tombeaux des Saadiens.

Les festivals sont également des moteurs touristiques par excellence. La renommée internationale de certains d'entre eux, dont Mawazine-Rythmes du Monde, le festival Gnaoua, le festival international du film de Marrakech ou encore le Festival des musiques sacrées de Fès, drainent un public d'aficionados chaque année. Ces superproductions véhiculent une image du Maroc qui fait le tour du monde (Nasrallah Belkhayate, 2018).

Le programme Patrimoine & Héritage a pour objectifs de mettre en exergue l'identité culturelle du Maroc à travers la structuration et la valorisation du patrimoine matériel et immatériel du Royaume et la construction des produits touristiques cohérents et attractifs par (Royaume de Maroc , Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, 2011) :

- La réhabilitation et la reconversion des monuments historiques du pays tout en préservant leur identité architecturale ;
- La création d'une société de revalorisation touristique du patrimoine pour mettre à profit l'héritage architectural du Royaume (kasbahs, ksours, ryads, fondouks, palais d'hôte, greniers...) par sa transformation en hébergement haut de gamme authentique caractérisé par un fort cachet culturel. Leur répartition géographique sur l'ensemble

du territoire marocain facilitera le tissage d'un réseau d'établissements classés répondant aux normes internationales. Ce dernier générera par la suite un effet de marque contribuant à la réussite du projet ;

- La conception de circuits d'interprétation parcourant les médinas des grandes villes impériales du Royaume fait également partie de ce programme.
- Au fil de différentes thématiques reprenant les aspects les plus significatifs du patrimoine historique marocain et grâce à la mise en réseau de ces circuits, le touriste aura le loisir de découvrir et de s'approprier les fondamentaux de la culture marocaine ;
- La création de grands musées de classe internationale permettant d'offrir aux touristes une découverte et une interprétation du patrimoine historique et culturel du Royaume est également prévue. Dans un premier temps, deux grands musées, le musée de l'Afrique de Tanger et le musée de l'Histoire du Maroc de Meknès, seront des institutions reconnues pour la qualité de leurs expositions, à l'instar des grands musées d'Europe, et contribueront au rayonnement international du pays ;
- L'essaimage d'une offre d'animation fondée sur les arts et le patrimoine immatériel comprenant de nombreux festivals. Les festivals de traditions des différentes régions du Maroc, perpétuant des traditions ancestrales, seront gérés par la Fondation des Festivals de Traditions. Des projets comme des hôtels des arts ou des marchés de l'art hebdomadaire permettront d'affirmer le positionnement de certaines villes tout en capitalisant sur la créativité des artistes locaux.

Conclusion

Malgré la situation économique et financière mondiale défavorable due à la crise économique, l'activité touristique reste évolutive et génère de recettes considérables aux pays touristiques de haute réputation mondiale. Dans ce contexte que le Maroc a voulu valoriser ses atouts naturels et culturels incontestables dans le pourtour de la Méditerranée, où l'Europe offre le premier marché émetteur de touristes, pour bâtir une réputation touristique mondiale qui lui fait parti des 20 meilleures destinations au monde à l'horizon 2020.

Cette ambition est atteignable surtout avec l'attention et les efforts que les autorités marocaines accordent au secteur touristique, ce dernier se base sur la diversité des produits touristiques tout au long du territoire, et dont le produit culturel prend une priorité nationale.

L'offre touristique culturelle au Maroc dépend de la richesse du patrimoine matériel et immatériel qui nécessite une valorisation, une démarche bien déterminée dans le cadre de la stratégie touristique la « Vision 2020 » qui veille sur la réalisation des ambitions en matière de tourisme. Cette démarche focalise sur la préservation de l'héritage matériel en lui donnant une identité par la réhabilitation architecturale des monuments historiques répartis sur tout le territoire sous forme de villes impériales, palais et ksours...

La valorisation du patrimoine matériel classe la création des musées pour préserver et revaloriser des chefs d'œuvre qui reculent aux plusieurs siècles et qui racontent des histoires inattendues.

Cette démarche de valorisation continue avec la création des loisirs fondés sur les différents composants du patrimoine immatériel pour perpétuer son charme et élargir son intérêt.

Enfin, l'objectif de cette démarche conclue sous l'intitulé du programme « Patrimoine et Héritage » est de promouvoir le tourisme culturel au Maroc et acquérir de facteurs de forte attraction qui présentent un produit touristique renouvelable et durable.

Références

- B. Benyoucef, Le patrimoine au cœur du tourisme culturel, HAL archives-ouvertes, 20/02/2013, p 05, disponible le 07/07/2018 sur le site électronique : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00790476v2>
- Brahim El Fasskaoui, Andreas Kagremeier, Patrimoine et Tourisme Culturel au Maroc, 9^{ème} Colloque maroco- allemand, Université Mouley Ismaïl- Meknès, 2014, p 17.
<http://nasrallahbelkhayate.blog.lemonde.fr/2017/05/02/le-patrimoine-culturel-un-atout-touristique-pour-le-maroc/>
- Ibid, p 38.
- La vision 2010, p p 09-10, disponible le 03/07/2018 sur le site électronique : <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538c8419e1dfe.pdf>
- Mounsif TAYBI, Approche stratégique de la gestion intégrale de la qualité du Maroc : Zoom sur le programme de compétitivité et qualité du tissu, p 05, disponible le 05/07/2018 sur le site électronique : http://cf.cdn.unwto.org/sites/.../pdf/session_1_mounsif_taybi_ministry_tourism_morocco.pdf
- Nasrallah Belkhayate, SM le Roi Mohamed VI : « Quand à la diplomatie culturelle, il importe de lui accorder l'appui et l'encouragement qu'elle mérite », disponible le 06/07/2018 sur le site électronique :
- Royaume de Maroc, Ministère de l'économie et des finances, Direction des études et des prévisions financières DEPS/SAT, Secteur du tourisme : Bilan d'étape et analyse prospective, Avril 2011, p 05, disponible le 07/07/2018 sur le site électronique : https://www.finances.gov.ma/Docs/2011/depf/1679_secteur_activitesavril_2011.pdf
- Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Vision 2020 Stratégie de Développement Touristique, op.cit, p 66.
- Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, d'Artisanat et de l'Economie Sociale, Vision 2020 Engagements, disponible le 07/07/2018 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/presentation/engagement-objectifs>
- Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, d'Artisanat et de l'Economie Sociale, Vision 2020 Un nouveau schéma institutionnel pour une régulation dynamique, disponible le 05/07/2018 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/gouvernance>
- Royaume du Maroc, Ministère du Tourisme, du Transport Aérien, d'Artisanat et de l'Economie Sociale, Patrimoine et Héritage, disponible le 02/07/2018 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/produits-touristiques/patrimoine-heritage>
- Stratégie du secteur du tourisme au Maroc, la Vision 2020, Disponible le 05/07/2018 sur le site électronique : <https://www.portailsudmaroc.com/actualite/vision-2020-maroc>
- Stratégie du Tourisme au Maroc : Vision 2020, Rabat- Maroc, 2013, p 05, disponible le 01/07/2018 sur le site électronique : <https://www.icao.int/Meetings/Moroccan-Economic-Forum/Documents/TourismMaroc.pdf>
- Techniques de Commercialisation et de Communication, Le tourisme culturel au Maroc, 2010-2011, p 09, disponible le 04/07/2018 sur le site électronique : <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/5384bcc007f4e.pdf>
- Tourisme en chiffres, disponible le 03/07/2018 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>
- Tourisme en chiffres, disponible le 03/07/2018 sur le site électronique : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>