

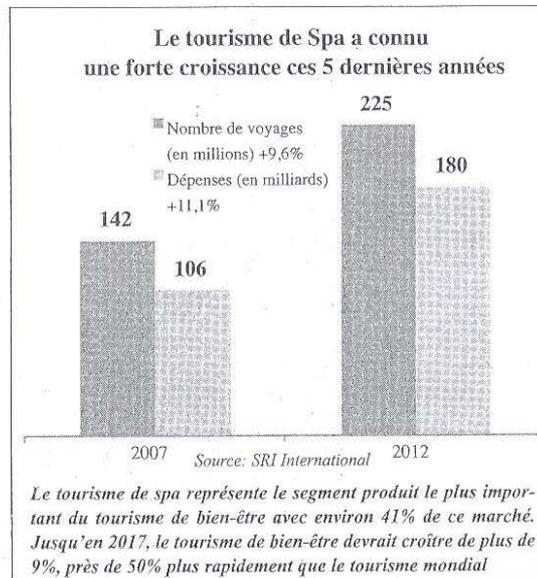
Tourisme de bien-être: Le nouveau tournant

• Le spa, l'Eldorado des hôteliers

• Le Maroc s'attaque à un marché de 500 milliards de dollars

• Et présente ses atouts à la grand-messe du bien-être de Marrakech

C'EST un marché qui se porte bien, voire très bien compte tenu des conjonctures. Le tourisme de bien-être affiche des taux de croissance de 10% par an au moment même où d'autres segments du secteur stagnent au Maroc. Souvent associé au tourisme de santé et médical, le tourisme de bien-être constitue une niche à part entière même si elle présente des synergies avec différentes autres niches à forte valeur ajoutée (tourisme sportif et médical, mices...). Le tourisme de bien-être représente 14% du tourisme mondial en termes de dépenses. Ce qui correspond à près de 500 milliards de dollars et pourrait atteindre un chiffre d'affaires de 679 milliards de dollars à l'horizon 2017. Dans ce paysage, le Maroc pourrait bien se positionner parmi les 10 premières destinations mondiales dans le tourisme du bien-être à cette échéance.



dispose d'atouts considérables pour en devenir l'un des acteurs des plus dynamiques. D'abord, une infrastructure dédiée. Quatre de ses grandes régions touristiques marocaines ont inscrit le tourisme du bien-être et le SPA au cœur de leur stratégie: Agadir, Marrakech, Fès et Tétouan... c'est que le spa représente le segment produit le plus dynamique avec environ 41% du tourisme de bien-être et est défini par l'international SPA Association comme un lieu consacré au bien-être mettant à disposition une gamme de services professionnels qui encouragent la régénération du

corps et de l'esprit. Parce que le spa est devenu une accroche marketing obligatoire, ce n'est plus un simple service proposé comme un terrain de tennis par exemple: le spa booste, en effet, le chiffre d'affaires dans le secteur touristique. Et les hôteliers ne souhaitent pas rater le coche puisque le tourisme de spa représente le segment produit le plus important du tourisme de bien-être avec environ 41% de ce marché d'après Stanford Research Institute. En clair, la niche «bien-être» rapporte gros et devient un solide argument de vente. Des agences de consulting investissent également le créneau répondant aux besoins de cette nouvelle clientèle. Ce qui fait dire à ce spécialiste que le secteur a de grands jours devant lui. L'offre qui existe a besoin d'être consolidée, développée, structurée et enfin règlementée pour se hisser au rang d'une destination mondiale de bien-être, estime Imad Barakad, directeur de la Smit. Et le Royaume compte sur ce secteur porteur pour booster sa vision stratégique pour le développement du tourisme à l'horizon 2020 et ce n'est d'ailleurs pas fortuit que la

société marocaine d'ingénierie touristique, le bras armé du ministère du Tourisme, co-organise la 8e édition du salon Global SPA & Wellness Summit (GSWS). Ce salon qui démarre le 10 septembre à Marrakech devra appuyer les actions de promotion marocaine pour l'attraction des investisseurs touristiques en général, et en particulier des investisseurs potentiels pour les produits de Spa et bien-être existant. Aussi, la Smit souhaite à travers ce salon, organiser pour la première fois au Maroc, renforcer son positionnement comme étant un facilitateur de l'investissement touristique au Maroc tout en braquant les projecteurs sur ce qui a été déjà réalisé sur ce segment et enfin permettre ainsi le développement d'une offre variée sur les autres territoires touristiques. □

B. B.



L'offre par ville

AVEC quatre centres de thalassothérapie, plusieurs centres de remise en forme et spa, sans compter sa belle façade balnéaire, Agadir se positionne en pôle naturel dans ce domaine, talonné par Tétouan. La destination Fès mise aussi sur le tourisme de bien-être au cœur de son contrat-programme régional et va capitaliser sur les cures de Moulay Yacoub et les thermes aménagées. A Marrakech, il n'y a pas un hôtel de luxe qui ne soit pas aujourd'hui doté d'un spa qui devient un sérieux argument de vente. □

Le dernier rapport du Stanford Research Institute (SRI) le confirme et le Maroc devrait enregistre un taux de croissance annuel moyen de 14,7%, soit 60% plus rapide que la moyenne mondiale. Un secteur porteur pour le Maroc d'autant plus intéressant que ces touristes étrangers estampillés bien-être dépensent environ 65% de plus lors de leurs séjours qu'un touriste lambda. Des pourcentages doublés quand on parle de tourisme national de bien-être. Toujours d'après le rapport du SRI, le marché devrait évoluer 2 fois plus en Afrique et au Moyen-Orient que dans le reste du monde, avec une croissance de 15%. Il faut dire que le Royaume

dispose d'atouts considérables pour en devenir l'un des acteurs des plus dynamiques. D'abord, une infrastructure dédiée. Quatre de ses grandes régions touristiques marocaines ont inscrit le tourisme du bien-être et le SPA au cœur de leur stratégie: Agadir, Marrakech, Fès et Tétouan... c'est que le spa représente le segment produit le plus dynamique avec environ 41% du tourisme de bien-être et est défini par l'international SPA Association comme un lieu consacré au bien-être mettant à disposition une gamme de services professionnels qui encouragent la régénération du

Les ambitions du Maroc pour cette nouvelle industrie



• **Faire partie des 10 premières destinations mondiales du secteur**

• **Consolider et restructurer l'offre existante**

• **La Smit décline sa stratégie**

- **L'Economiste: Qu'attendez-vous du congrès du GSWS qui se tient pour la première fois au Maroc?**

- **Imad Barrakad:** Le Global Spa & Wellness Summit (GSWS) est considéré comme le plus prestigieux rassemblement des acteurs étatiques, des hommes d'affaires et des universitaires s'illustrant dans les industries de bien-être, voyage et spa et représentant plus de 40 pays. A travers la co-organisation de cette rencontre, nous souhaitons annoncer le positionnement escompté du Maroc sur cette niche au potentiel confirmé. Et c'est une excellente occasion pour orienter l'investissement vers le développement de cette industrie au Maroc. On en attend donc une impulsion de la dynamique d'investissement dans le bien-être au Maroc permettant d'amorcer de nouveaux partenariats au profit du développement de cette industrie au Maroc. L'esprit de ce

sommet est également d'échanger des idées, débattre des stratégies de développement à même de façonner l'avenir de l'industrie Spa et bien-être.

- **Le pari de la niche du tourisme du bien-être implique aussi celle du tourisme médical. Il s'agit de deux secteurs distincts qui demandent des infrastructures différentes?**

- Oui, bien entendu! Le tourisme médical se définit comme le déplacement dans un pays autre que celui de sa résidence habituelle pour s'y faire soigner. Ce sont des touristes dont le voyage est motivé par des soins médicaux. Nous incluons alors dans ce segment tous les traitements invasifs de maladies lourdes ainsi que toutes les interventions chirurgicales esthétiques et dentaires. Le tourisme de bien-être tel que le thermalisme, la thalassothérapie, le spa, ou encore la sablo-thérapie, inclut tous les traitements non invasifs permettant une amélioration de l'état de santé ou de l'esprit du patient et/ou curiste. Nous parlons ici de traitements préventifs de médecines alternatives et autres soins curatifs et thérapeutiques, comme la massothérapie, retraite holistique et méditation, la nutrition. De nos jours, les produits de tourisme de bien-être et tourisme médical sont de plus en plus souvent associés et constituent des offres complémentaires. Au Maroc, l'offre s'est rapidement développée sur le second segment et selon



Pour le patron de la Smit, Imad Barrakad, l'offre actuelle a besoin d'être structurée et enfin règlementée pour se hisser au rang d'une destination mondiale de bien-être (Ph. Archives de L'Economiste)

plusieurs études, le Maroc pourrait bien se positionner parmi les 10 premières destinations mondiales dans le tourisme du bien-être.

- **Et c'est un segment qui pèse un chiffre d'affaires de 500 milliards de dollars...**

- Ce n'est qu'un début. En 2012, l'industrie mondiale du tourisme de bien-être représentait plus de 439 milliards de dollars et les experts de l'industrie prévoient une croissance annuelle du secteur de plus de 9% à l'horizon 2017. C'est pour cela que l'un des six programmes structurants de la Vision 2020 porte sur les niches à forte valeur ajoutée, notamment le tourisme de santé incluant le tourisme de bien-être et le tourisme médical. Le Maroc regorge d'un fort potentiel en matière de bien-être, des ressources naturelles diversifiées, telles que les produits du terroir, les sources thermales, le large littoral, des pratiques et rituels ancestraux notamment le hammam, une offre touristique variée et abondante et bien évidemment une situation géographique Premium à quelques heures seulement des grandes capitales mondiales. Malgré ce fort potentiel, la niche du tourisme de bien-être au Maroc reste sous-exploitée. L'offre existe certes, toutefois elle a besoin d'être consolidée, développée, structurée et enfin règlementée pour se hisser au rang d'une destination mondiale de bien-être.

- **Comment se décline la stratégie marocaine pour développer cette niche? Et quelles sont les perspectives?**

- La Smit a lancé un chantier stratégique portant sur le tourisme de bien-être s'inscrivant sans continuité du schéma directeur de développement du tourisme

médical. Un diagnostic a été établi et a permis de dresser l'état des lieux de l'offre tourisme de bien-être, d'identifier les leviers stratégiques d'amélioration de cette offre et enfin les décliner en plan d'action concret. Il en ressort que compte tenu de l'offre existante et des ressources dont il dispose, le Maroc devrait concentrer ses efforts pour développer la niche bien-être autour de quatre produits phares, à savoir le Thermalisme, la Thalassothérapie, le SPA avec comme produit d'appel le hammam et enfin la sablothérapie. Par ailleurs, des projets pilotes pour chacun de ces produits ont fait l'objet d'études de concept et positionnement que l'on va présenter aux opérateurs bien-être les plus reconnus.

- **Plus globalement, où en sommes-nous au niveau des investissements touristiques programmés dans le cadre de la Vision 2020?**

- La Vision 2020 a pour ambition d'atteindre à l'horizon 2030 un volume d'investissement de 150 milliards de DH. Près de 30 milliards de DH ont été réalisés durant la période 2011-2014, soit 20% de ce qui avait été annoncé pour la Vision 2020. Ces investissements correspondent notamment à l'ouverture de lits touristiques entre 2011 et 2014. De plus, 102 milliards de DH d'investissements touristiques sont déjà engagés. Il s'agit des projets dont un investisseur s'est engagé au développement par une convention d'investissement, travaux en cours, etc. □

Propos recueillis par
Badra BERRISOULE