

# Tourisme: Les chiffres mirobolants du bien-être

• A défaut de balnéaire, la niche du SPA peut sauver la stratégie

• Elle représente un chiffre d'affaires de 253 millions de dollars

APRÈS l'Inde, les projecteurs sont braqués sur Marrakech où se poursuit le Global SPA and Wellness Summit

prises du monde du tourisme de bien-être avec comme objectif commun: imaginer l'ascension d'une industrie toujours plus prisée à travers le monde. Pour sa 8e conférence, le GSWS s'est associé à un partenaire de premier choix, la Société marocaine d'ingénierie du tourisme (SMIT). «Il n'était pas facile d'attirer un événement de cette envergure au Maroc car nous étions en concurrence avec plusieurs autres destinations», confie son président directeur général, Imad Barrakad.

axes stratégiques de la Vision 2020. Il s'agit du programme «Niches à forte Valeur ajoutée», à travers lequel le Maroc aspire à une montée en gamme de la destination et un développement du tourisme à forte valeur ajoutée.

Le secteur du bien-être affiche des chiffres mirobolants représentant 14% du tourisme mondial en termes de dépenses. Ce qui correspond à près de 500 milliards de dollars. Et ce n'est pas fini puisque le segment affiche des taux de croissance de 10% par an au moment même où d'autres stagnent.

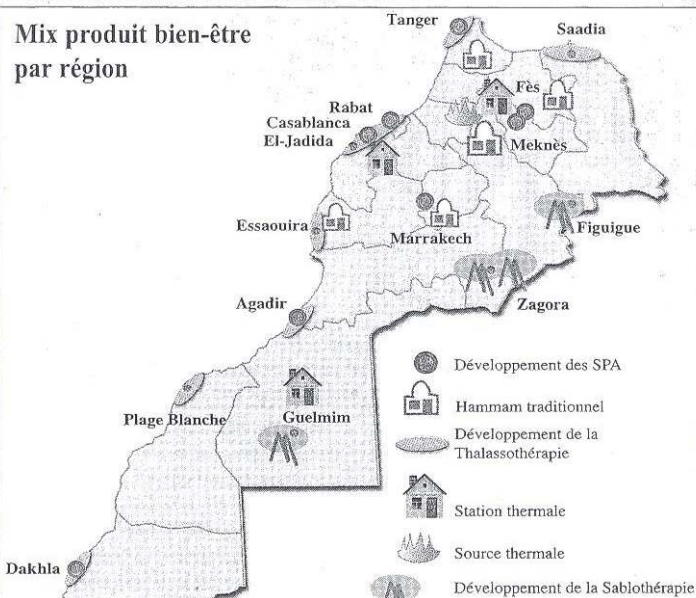
Les perspectives prévoient un chiffre d'affaires de 679 milliards de dollars à l'horizon 2017 (voir aussi notre édition du mercredi 10 septembre). Plus intéressant encore, le Maroc commence à se faire une place de choix. Selon le dernier rapport du Stanford Research Institute, l'offre est estimée à 1.700 instituts SPA avec un chiffre d'affaires annuel de 253 millions de dollars. Et toujours selon l'étude, un total de 2,2 millions de tou-

ristes se sont rendus au Maroc en 2013 pour le tourisme de bien-être, faisant du Royaume le pays de la région MENA qui a réalisé la plus forte croissance sur ce segment entre 2007 et 2013 (+67 %), indique Neil B Jacobs, chief Executive officer du GSWS.

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. «Vu les stratégies en cours, les réalisations marocaines seront facilement doublées», estime Jacobs. Et tant mieux pour le Maroc qui a raté le coche pour le balnéaire, même s'il essaye encore de sauver les meubles. En attendant cette hypothétique offre balnéaire, le tourisme de bien-être apparaît comme une sérieuse alternative. □

B. B.

## Mix produit bien-être par région



Source: SMIT

Le Maroc regorge d'atouts pour se positionner sur cette niche en croissance. La SMIT a d'ailleurs identifié le potentiel de développement de ce produit au Maroc qui passera par des stations intégrées et une offre de soins et de services diversifiés pour chaque région

(GSWS). Rencontre mondiale à laquelle participe depuis hier 400 chefs d'entre-

A travers cet événement, la SMIT engage l'opérationnalisation de l'un des