



### CHIFFRES CLÉS

Pop. en M	PIB/hab. (USD)	Croissance PIB (%) 2016	Croissance PIB (%) 2017	Note env <sup>t</sup> des affaires
34,5	3 004	1,2	4,3	A4

Source : Coface 2018

### CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ

#### Taille du marché

#### Tendances

- ▶ Le secteur du tourisme est l'un des vecteurs majeurs de l'économie marocaine. Il est le 2<sup>ème</sup> contributeur au PIB national.
- ▶ Le secteur emploie 532 000 emplois ; soit 5 % de l'emploi dans l'ensemble de l'économie.
- ▶ Les recettes en devises des touristes non résidents représentent 6,47 Mds EUR.
- ▶ Les villes d'Agadir, de Marrakech et de Casablanca sont les locomotives de l'économie touristique.

#### Évolutions

- ▶ Le nombre augmente en moyenne de 10 % chaque année. En 2017, Le Maroc a attiré 120 000 nouveaux touristes chinois grâce à la suppression des visas en 2016. Le Maroc ambitionne d'en accueillir 500 000 d'ici 2020.
- ▶ Le tourisme d'affaires est en croissance : 54 % des activités des hôtels à Casablanca et Tanger sont dédiées au segment MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions)..
- ▶ Emergence du tourisme médical avec 2 centres dédiés à Agadir.

### CHIFFRES DU SECTEUR

Part du secteur dans le PIB	11,4 %
Nombre de touristes	11,35 M
Capacité hôtelière en 2016	251 206 lits
Investissement dans le secteur	1,9 Md EUR



## OPPORTUNITÉS POUR L'OFFRE FRANÇAISE

### Vision Tourisme 2020

- ▶ **Vision Tourisme 2020** se donne comme objectif de hisser le Maroc parmi les 20 premières destinations mondiales, de valoriser les destinations balnéaires, de doubler la taille du secteur en créant 200 000 nouveaux lits, de doubler les arrivées de touristes internationaux, de tripler le nombre de voyages domestiques, de créer 470 000 nouveaux emplois directs sur l'ensemble du territoire et d'atteindre un CA de 12,4 Mds EUR.
- ▶ Lancement du programme M'dinti, avec un budget de 200 M EUR pour valoriser les atouts de chaque région.
- ▶ Soutien à l'investissement : création du Fonds marocain de Développement Touristique, primes pour l'investissement dans les zones émergentes et exonération de l'impôt sur les sociétés et de la TVA pour les 5 premières années.
- ▶ La vision Tourisme 2020 ambitionne le développement de plusieurs segments de marché :
  - Azur 2020 : développement du tourisme balnéaire
  - Patrimoine et héritage
  - Ecologie et développement durable
  - Animation loisir et sport
  - Tourisme interne
  - Tourisme de niche

### Mécanisme d'appui

- ▶ **Moussanada Siyada** accompagne les PME touristiques en phase de modernisation ou de restructuration, par le biais de subventions pour l'achat d'expertise technique (prestations, études, consultations ...etc.), et/ou la mise en place de systèmes d'information ou de labellisation.
- ▶ **Renovootel 3** est un fonds de financement conjoint avec les banques. Ce fonds est dédié à la mise à niveau des unités hôtelières. Il est destiné à financer les projets d'investissements matériels et immatériels, à l'exclusion de l'augmentation de la capacité d'accueil en lit.

## SECTEURS PORTEURS

- ▶ Tourisme de luxe
- ▶ Tourisme d'affaires
- ▶ Tourisme médical
- ▶ Tourisme national
- ▶ Tourisme sportif
- ▶ Tourisme culturel
- ▶ Tourisme balnéaire
- ▶ Thermalisme
- ▶ Tourisme de montagne
- ▶ Equipement
- ▶ Formation
- ▶ Gestion et construction d'unité hôtelière



## La concurrence et positionnement de la France

### La concurrence locale / internationale

- ▶ De nombreux opérateurs marocains et étrangers se sont déployés au Maroc : FOUR SEASON, HYATT, RIU TIKIDA, HILTON, MARIOTT, MANDARA, ATLAS, GRAND MOGADOR, etc.
- ▶ De nombreuses sociétés d'investissements : MADAEF, SUD PARTNERS, PICKALBATROS MOROCCO FOR TOURISM & INVESTMENT, etc.

### Le positionnement de l'offre française

- ▶ ACCOR MAROC est devenu l'un des principaux opérateurs hôteliers avec plus de 5 % de la capacité hôtelière nationale. Le groupe exploite 3 000 chambres dans dix villes, réparties dans 17 établissements classés de trois à cinq étoiles. Les principaux segments de clientèle : économique, luxe, affaires et loisirs. Les enseignes : SOFITEL, MERCURE, CORALIA et IBIS.
- ▶ Une nouvelle structure vient de voir le jour pour la gestion des opérations, le développement de contrats de franchise et le management du réseau hôtelier pour l'ensemble du continent africain. En effet, ACCOR HOTELSERVICES AFRIQUE installe son siège à Casablanca pour suivre les opérations sur le continent.
- ▶ De nombreux français (entreprises ou privés) se sont installés dans les villes touristiques marocaines et y développent leurs activités.
- ▶ La coopération décentralisée entre régions françaises et marocaines permettra de développer de nombreux échanges notamment dans le tourisme de niche : montagne, thermal, parcs de loisir, etc.

## ATOUS DE L'OFFRE FRANÇAISE

- ▶ Expérience mondiale reconnue touristique
- ▶ Un savoir-faire et une expertise touristiques avérés
- ▶ Accords de coopération décentralisée entre régions françaises et marocaines



## CLÉS D'ACCÈS

### Le profil des partenaires commerciaux / Approche commerciale à privilégier

- ▶ Afin de se rapprocher de ses clients une présence locale est à envisager en direct au travers d'une implantation en propre.
- ▶ Il est également possible de passer par un partenaire-distributeur qui aura pour mission d'ouvrir de nouveaux marchés, commercialiser vos produits et assurer le service après-vente.

### La réglementation spécifique

- ▶ La nouvelle loi n° 80-14, relative aux établissements touristiques et aux autres formes d'hébergement touristique a été adoptée. Ce nouveau cadre légal et réglementaire vise le rehaussement de la qualité des prestations des établissements touristiques et l'adaptation du système de classement hôtelier à l'évolution des exigences des touristes en termes de qualité, de sécurité, d'hygiène et de développement durable.

### NIVEAU DE TAXATION

- ▶ Exonération des droits de douanes pour tous les équipements fabriqués en UE.
- ▶ TVA : 20%
- ▶ Taxe parafiscale : 0,25 %
- ▶ Retenue à la source de 10 % sur le montant hors taxe d'une prestation de service réalisée au Maroc par une entreprise non résidente.
- ▶ Cette retenue à la source est récupérable sous forme de crédit d'impôt en France.



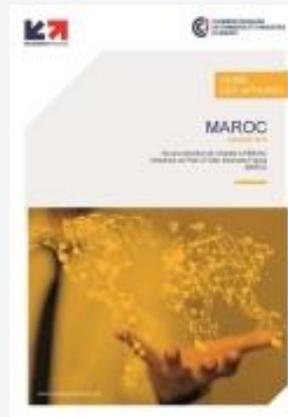
## ➔ POUR ALLER PLUS LOIN

### PROCUREZ-VOUS LE GUIDE DES AFFAIRES BUSINESS FRANCE AU MAROC

Pour comprendre les spécificités commerciales de ce pays et vous aider à faire les bons choix : de l'information très opérationnelle assortie de conseils précieux. [Commandez-le...](#)

### RETROUVEZ TOUTES LES PUBLICATIONS BUSINESS FRANCE SUR LE MAROC EN SUIVANT CE LIEN :

<https://export.businessfrance.fr/prestations/conseil/marches-et-secteurs/analyse-et-potentiel-de-marche-export.html>



## ➔ LES ÉVÉNEMENTS À NE PAS MANQUER

### POUR CONNAÎTRE LES GRANDS RDV SUR LE SECTEUR PROJETS TOURISTIQUES ET HÔTELIERS :

<http://www.programme-france-export.fr/>

#### SALON :

Salon VOYAGE TOURISME ET LOISIRS MAROC – SVTL



GRÂCE AU V.I.E, DÉTECTEZ VOS FUTURS CHAMPIONS À L'EXPORT !

@BF\_VIE

N° azur 0810 659 659

[export.businessfrance.fr/vie](http://export.businessfrance.fr/vie)



## NOUS CONTACTER

### Chambre française de Commerce et d'Industrie du Maroc

15 avenue Mers Sultan  
20130 Casablanca  
Maroc

[www.cfcim.org](http://www.cfcim.org)

Tel. : +212 (0) 522 43 96 49

Mail : [cchebani@cfcim.org](mailto:cchebani@cfcim.org)

© 2018 - BUSINESS FRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

#### CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.