



RELANCE DU TOURISME MÉDICAL AU MAROC UNE INDUSTRIE NÉGLIGÉE MAIS RENTABLE

PRÉSENTATION D'UNE STRATÉGIE DE MARQUE NATIONALE

Lignes directrices pour améliorer le positionnement
stratégique du Maroc dans le domaine du tourisme médical

Policy Paper

Par **Jihad Jorio** and **Camelia Dinia**
Consultants
MSc International Strategy and Influence, SKEMA Business School
IMIS Experts

iMIS
Institut marocain d'intelligence stratégique

TABLE DES MATIÈRES

Présentation générale	3
Constat et origine des blocages actuels	4
Introduction au tourisme médical	5
Le Maroc, acteur méconnu du tourisme médical	6
Trois moteurs pour façonner le développement de l'industrie	8
L'Etat au service de la promotion de la destination Maroc	8
Le Nation Branding, un levier de relance	8
Réinventer le « Made in Morocco » comme une expérience unique	9
L'Office du tourisme médical : pilier de la stratégie nationale	10
Le renouveau numérique : vecteur de compétitivité	11
Le panafricanisme en réponse à la «slowbalisation»	11
Investissements dans l'infrastructure médicale et hôtelière	13
Fiabilisation du système de santé : Infrastructure et main d'œuvre	13
L'instauration d'un cadre réglementaire et d'un système d'accréditation comme levier de différenciation	13
Une prospérité axée sur la technologie : un parcours client 2.0	14
Les téléconsultations : un moyen d'assurer la proximité entre patients et médecins	14
La digitalisation du parcours client : automatisation et réalité virtuelle	15
Le futur du tourisme médical : écoresponsabilité, communautés locales et seniors 19	15
Le tourisme durable : favori de la Génération Z	15
La valorisation des communautés, acteurs et bénéficiaires indirects du tourisme médical	16
L'expansion du marché des seniors	16
Sources	17

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Ce document d'orientation a été préparé sous l'égide de l'Institut Marocain d'Intelligence Stratégique (IMIS). Il établit un nombre de recommandations stratégiques orientées vers le renforcement de la position du Maroc sur le marché du tourisme médical. L'objectif étant de faire du Royaume, à travers le marché africain, une destination santé incontournable.

Dans un premier temps, ce document introduit une stratégie de promotion du Maroc en tant que marque nationale. Ceci implique la création d'un bureau dédié au tourisme médical. L'objectif de ce bureau serait de réinventer le «Made in Morocco» comme étant une expérience unique. Il s'occuperait également de renforcer les alliances africaines, en accord avec le ralentissement de la Mondialisation («slowbalisation») en faveur d'alliances régionales ainsi que l'accent mis par le Royaume sur une stratégie Sud-Sud. Le bureau appuierait les investissements financiers et la construction d'un cadre réglementaire au service de l'industrie du tourisme médical. Il plaiderait également en faveur de l'obtention d'accréditations et de labels internationaux. Le bénéfice tiré de ces composantes permettrait au Royaume d'améliorer la qualité du service et ainsi accroître son capital réputation, outre le renforcement de son influence.

Dans un second temps, l'étude s'attaque aux défis posés par la crise sanitaire actuelle. En effet, l'avènement du Covid-19 met en péril l'essence même du tourisme médical dans la mesure où, la réduction des mobilités limite, de manière significative, à la fois l'accès aux services médicaux de bien-être et aux activités touristiques. Le document suggère un renouveau numérique comme deuxième levier. Cela comprend la téléconsultation, une expérience client 2.0 et une valorisation durable axée sur la technologie.

Enfin, l'étude présente un troisième moteur qui permet de s'adapter à l'évolution du consumérisme vers des voyages plus éthiques et des séjours éco-responsables. Les offres de tourisme médical devront adopter une approche holistique et présenter des alternatives plus écologiques, en faveur du développement durable et au service des communautés locales.

En conclusion, les auteurs de ce document estiment qu'en endossant ces recommandations, le Maroc sera en mesure de résister aux effets de la crise du Covid-19 et de se positionner comme leader dans cette industrie en essor.

CONSTAT ET ORIGINE DES BLOCAGES ACTUELS

La question du développement durable du tourisme médical se révèle pertinente à deux égards: celui d'un marché niche ainsi que celui des impacts du Covid-19 sur le marché mondial.

L'avènement du Covid-19 début 2020 a remis en cause la Mondialisation. Le modèle économique actuel a été notamment perturbé suite à la restriction des mouvements, au ralentissement de l'activité économique... La crise sanitaire a également entraîné un changement dans les comportements et les revenus des consommateurs. En effet, l'évolution du modèle de consommation favorise une approche plus responsable à l'égard du tourisme.

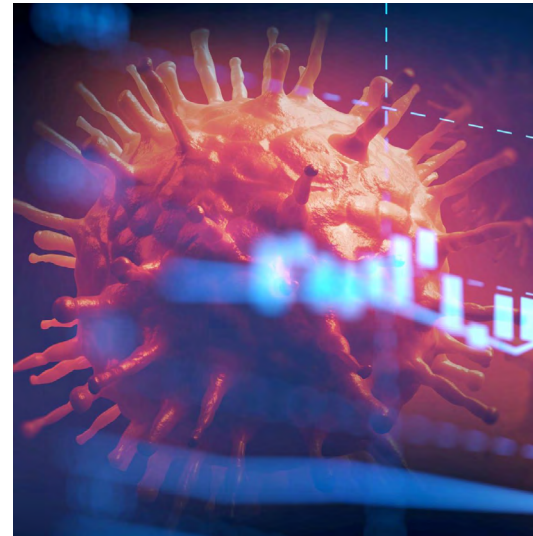
Aussi, l'industrie du Tourisme, pilier de l'économie marocaine, est l'une des industries les plus touchées par la crise sanitaire actuelle. Une étude du Haut-Commissariat au Plan révèle que le secteur de la restauration et de l'hôtellerie est le premier secteur à être durement touché par la Covid-19, avec la faillite de près de 90% des opérateurs. En outre, les perspectives économiques de ce secteur sont loin d'être positives pour au moins les 3 prochaines années. On estime que les retombées de cette crise dureront suffisamment longtemps pour dépasser la durée de vie du virus.

S'il existe un secteur capable de bénéficier de cette pandémie, ce serait a priori le secteur de l'équipement médical et pharmaceutique. En effet,

face aux pénuries observées en Chine concernant les masques médicaux, le Maroc a mis en œuvre les moyens nécessaires pour répondre dans l'immédiat à la demande de masques. En mai 2020, le Maroc a atteint une production quotidienne de 7 millions de masques et prévoit d'augmenter sa capacité de production de masques lavables à hauteur de deux millions de masques en plus, par jour. Cette augmentation couvrirait la demande locale des secteurs privé et public. Elle permettrait également l'exportation du reste de la production vers les pays européens et africains qui ont dès lors exprimé un besoin impérieux de masques. Le Maroc a ainsi pu stimuler son économie en adaptant sa stratégie industrielle afin de répondre aux besoins estimés vitaux aujourd'hui, compte tenu de la crise sanitaire.

La genèse du tourisme médical, à cheval sur deux secteurs sévèrement éprouvés et dont les conséquences sont relativement positives pour le secteur médical et alarmantes pour le secteur du tourisme, justifie l'étude des influences causées par la crise sanitaire actuelle.

Cette pandémie pourra insuffler un nouveau souffle à cette industrie stratégique, cependant comment l'éclosion de ce concept peut-elle propulser l'économie marocaine dans le futur et contribuer à une résilience face à la crise ?



INTRODUCTION AU TOURISME MÉDICAL

En pleine croissance, l'industrie du tourisme médical a poussé certaines nations à entamer de réelles recherches stratégiques pour s'outiller et ainsi décrocher la place du leader. Ce concept consiste à faire bénéficier la patientèle de soins médicaux et de services touristiques autant au niveau national qu'international. Le touriste-patient peut alors s'orienter soit vers les activités de bien-être (Spas, thalassothérapie...), soit vers les traitements hospitaliers et les opérations chirurgicales (oncologie, radiologie, greffes, laboratoires de tests...).

A ce jour, la valeur réelle du marché du tourisme médical est de plus de 74 milliards de dollars. Le record annuel de touristes médicaux est d'environ 14 millions de personnes avec une perspective de croissance du marché de 20%. Les moteurs de ce marché englobent les particularités du système de santé local, les disparités des niveaux de vie entre les pays, la qualité des infrastructures médicales ainsi que la réputation du pays hôte. D'une part, la demande croissante pour les procédures non couvertes par l'assurance, telles que la reconstruction dentaire et la chirurgie esthétique, stimule le marché. D'autre part, un patient peut avoir recours à des voyages à des fins médicales pour palier au temps d'attente excessivement longs dans d'autres structures hospitalières. Enfin, concernant la disparité de niveau de vie entre destinations: cela permet de réduire le coût des prestations dans le cas notamment de déplacement



à un pays en voie de développement. Il s'agit d'une situation octroyant un avantage réciproque pour le pays hôte comme pour le touriste. En effet, ce dernier peut économiser jusqu'à 85% de ses frais médicaux dans certains cas (étude de The Economist).

Compte tenu du dynamisme des différents moteurs de ce marché, **la cartographie de l'industrie du tourisme médical indique une croissance annuelle de 25%** au cours de la prochaine décennie, selon Visa et Oxford Economics. La taille du marché mondial du tourisme médical devrait atteindre 207,9 milliards de dollars américains d'ici 2027, avec un TCAC de 21,1 %, révèle le dernier rapport réalisé par Grand View Research, Inc. La croissance du tourisme médical est tirée par le vieillissement de la population dans une société postmoderne où l'espérance de vie est élevée, celle-ci étant associée à une meilleure accessibilité aux services/procédures médicaux de qualité et à moindre coût.

Somme toute, le tourisme médical participe à la croissance de l'économie locale: en générant des revenus directs en devises, en développant l'emploi et en dynamisant l'entrepreneuriat. De surcroît, ce secteur est également vecteur d'**externalités positives** dans la mesure où il contribue à l'essor des secteurs associés (pharmaceutique, équipements sanitaires, tourisme local...).

LE MAROC, ACTEUR MÉCONNU DU TOURISME MÉDICAL



Selon l'Index de Tourisme Médical (MTI), outil de mesure d'attractivité de destinations de tourisme médical, le **Maroc est classé 31ème sur un total de 46 destinations ; notamment grâce à sa réputation internationale sur le plan touristique.** En effet, le tourisme est un pilier de l'économie marocaine dans la mesure où il représente 20% du PIB national. En 2010, le gouvernement a placé le développement durable au cœur de sa stratégie. A travers la "Vision 2020", le Maroc a mis en place un modèle basé sur le tourisme responsable et respectueux de l'environnement, avec la volonté de devenir une destination touristique privilégiée. La stratégie lancée porte ses fruits puisque le Maroc enregistre, en 2018, 12,3 millions de visiteurs, avec un objectif fixé à 20 millions pour 2020. Dans cette lancée, le Royaume vise à se placer parmi les 20 premières destinations mondiales. Toutefois, le secteur touristique est aujourd'hui fortement perturbé par la crise du Covid-19, et les attentes doivent être redéfinies. Cette crise est l'occasion de repenser la stabilité et la résilience de l'activité économique. Des stratégies de sortie de crise sont implémentées à travers le lancement de plans de relance par exemple. Ces stratégies de relance permettront, au mieux, d'amortir le choc économique mais uniquement si elles s'accompagnent d'une orientation et de perspectives claires.

La sécurité, la stabilité et la disponibilité des infrastructures sont des atouts favorables à l'épanouissement du tourisme médical. Avec une

économie libérale et un PIB de 107 milliards de dollars, l'économie marocaine se classe au 5e rang en Afrique. L'environnement des affaires reste très attractif d'autant plus que le Royaume est considéré comme un «hub» dans de nombreux domaines (finance, tourisme, industrie automobile...). Cette attractivité s'explique par divers facteurs tels que l'emplacement stratégique du Maroc (Gibraltar, Détroit, proximité de l'Europe...) et la stabilité politique assurée par sa monarchie constitutionnelle. Dans son article 31, la Constitution de 2011 affirme que l'État et les institutions publiques ont l'obligation de mettre en œuvre, par tous les moyens possibles, les conditions nécessaires pour que tous les citoyens jouissent du droit à la protection sociale, aux soins de santé et à la couverture sanitaire.

En conséquence, **le gouvernement a mis en œuvre, depuis 2012, de nombreuses réformes pour soutenir les transitions démographiques et épidémiologiques.** Deux systèmes de santé ont été créés: le système d'Assurance Maladie Obligatoire (AMO) en 2002 et le système d'aide médicale (RAMED - «Régime d'Assistance Médicale») en 2012. Alors que le premier système (AMO) est dédié aux citoyens qui sont des employés, des entrepreneurs, des détenteurs de fonds de pension, des anciens combattants ou des étudiants, le second (RAMED) est basé sur les principes de bien-être social et de solidarité et est dédié aux très pauvres. En outre, le domaine de la santé est en pleine croissance: le budget annuel des soins de



santé a enregistré une croissance de 20 % entre 2012 et 2014, passant ainsi de 1,08 milliard d'euros en 2012 à 1,3 milliard d'euros en 2014.

Néanmoins, le chemin est encore long à parcourir et surtout sinueux pour le secteur médical. Les établissements publics du Royaume sont confrontés à des problèmes majeurs qui les empêchent de fournir aux communautés locales un service de santé adéquat et répondant aux attentes. Dans son rapport annuel, la Cour des Comptes a mis en avant le manque de médecins qualifiés, d'équipements et de médicaments au niveau des centres de soins régionaux. On y retient que 152 centres de santé ont été forcés de fermer en 2014, principalement en raison du manque de personnel. On y énumère également: 141 hôpitaux, 400 cliniques privées et 2 600 centres de soins de santé et de dispensaires, à travers l'ensemble du Royaume. Selon la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, les quatre principaux hôpitaux universitaires (Casablanca, Fès, Rabat et Marrakech) ont enregistré, en 2013, plus du tiers (35%) des hospitalisations nationales et des interventions chirurgicales.

Le Maroc est ainsi mieux reconnu pour ses efforts dans le secteur du tourisme que pour ceux du secteur médical. En effet, **le Maroc est la première destination touristique en Afrique, mais arrive en deuxième position en termes de tourisme médical**, selon le MTI. Dans les faits, l'Index place le Maroc à la 31ème place mondiale en termes de "l'environnement de la destination", principalement

en raison du contexte géopolitique complexe (Printemps arabe, tensions au Sahara occidental) et 35e sur 46 pays concernant le facteur "Qualité des facilités et des services". Aujourd'hui, la disponibilité de main d'œuvre qualifiée médicale est jugée insuffisante pour palier à la qualité de prise en charge dans sa globalité. En effet, la qualité des installations ainsi que celle des services n'ont pas encore été améliorées. En outre, il existe un écart important entre les hôpitaux publics et les cliniques privées en termes d'équipement, selon les zones géographiques. Le secteur public, dispose d'un lit d'hôpital pour 1 000 citoyens, seulement d'un médecin pour 12 000 citoyens, d'un centre de soins de santé pour 10 000 citoyens et d'un(e) infirmier(e) pour 1 000 citoyens. En sus, 54 % des dépenses directes des ménages sont consacrées au secteur de la santé, ce qui représente 400 MAD (environ 37 EUR) par habitant dépensés chaque année en médicaments. Aujourd'hui, l'accès aux soins médicaux est limité au Maroc et s'accroît davantage avec le manque d'installations médicales, le coût élevés des services médicaux ainsi que leur accessibilité pour les régions reculées.

En somme, le classement global du Maroc (31ème) est basé sur 3 facteurs principaux: d'abord, «l'environnement» (31ème) ensuite, la «qualité des facilités et des services» (35ème) et enfin «l'industrie du Tourisme Médical» où le Maroc s'illustre à la 26ème position. Il s'avère que le Royaume n'est pas perçu comme une option de soins de santé moins chère, mais plutôt comme un hub touristique à l'attractivité croissante. De facto, la destination tente de catalyser le développement du tourisme médical à travers différentes initiatives telle que le développement d'un complexe de soins de santé à Marrakech. Ce dernier offre des procédures médicales de pointe, ainsi que des services en cardiologie et radiologie ; et dispose d'une capacité annuelle de 5 000 patients. Par ailleurs, le Royaume a pour volonté de s'aligner sur une stratégie de niche. En effet, à travers les investissements réalisés dans les services hospitaliers de luxe, le Maroc propose à ses visiteurs de vivre "l'expérience marocaine" et celle des "Mille et Une Nuits". Les résultats de **l'approche "Marché de Niche" constitue une promotion concluante de l'expérience marocaine dans la sphère sélective et de l'influence à échelle internationale.**

TROIS MOTEURS POUR FAÇONNER LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE



De nouvelles stratégies touristiques ont vu le jour en réponse aux répercussions économiques de la crise sanitaire. Elles se focalisent, dans un premier temps et à court-terme, sur la stimulation du tourisme domestique. Il est toutefois capital de tracer des perspectives à long terme pour la prospérité du secteur. Pour ce faire, trois aspects clés ont été identifiés pour stimuler l'industrie du tourisme médical au Maroc: l'image de marque, la transformation digitale et l'anticipation des nouvelles tendances du marché. Le premier aspect met en évidence l'intervention nécessaire du gouvernement à travers la promotion d'une stratégie d'image de marque nationale, ainsi que la consolidation d'alliances régionales et le soutien des investissements nécessaires dans les domaines de la santé et de l'hébergement. Le deuxième aspect présente le numérique comme un vecteur de renouveau facilitant l'absorption des chocs liés aux préjudices causés par le Covid-19. Enfin, le troisième aspect s'adresse aux défis d'actualité liés aux enjeux d'écoresponsabilité et d'écologie, placés au cœur des préoccupations des clients, notamment en ce qui concerne le segment «bien-être» du tourisme médical.

L'ÉTAT AU SERVICE DE LA PROMOTION DE LA DESTINATION MAROC

Le soutien permanent de l'Etat est un facteur clé permettant de régir une réputation prospère sur la scène internationale tant sur la stabilité

politique que sur le plan infrastructurel. De ce fait, la conceptualisation d'une stratégie de marque nationale «Nation Branding» est nécessaire à la promotion du Maroc à l'échelle internationale. En effet, la dimension «destination» est cruciale lors de la sélection du lieu d'hospitalisation et du traitement médical. Ce choix découle en grande partie de la réputation du pays. Il est ainsi fondamental de mettre les efforts nécessaires, non seulement pour créer des offres innovantes, mais également pour assurer la sécurité des touristes-patients, à savoir la stabilité géopolitique, la qualification de la main d'œuvre (médicale ou hôtelière), et un faible niveau d'insécurité. La qualité des services proposés - conformes aux attentes, est également une composante concluante dans l'évaluation de l'expérience client.

Le Nation Branding, un levier de relance:

Le changement profond d'un monde multipolarisé a poussé de nombreuses nations vers l'adoption d'une stratégie agressive sur l'échiquier international. En effet, une approche d'Intelligence Economique est plus que jamais en jeu en guise de riposte à la crise pandémique. Les conséquences critiques de l'épidémie, telles que la restriction de la liberté des déplacements, la réduction du trafic aérien, suspension du commerce international et le risque de récession, ont conduit de nombreuses industries à reconsidérer leur **sécurité économique** et leur statut **d'influence**.

De nombreux aspects critiques de l'économie et du domaine politiques sont menacés, les gouvernements ont été bousculés et contraints de fournir des solutions efficaces et coercitives de gestion de crise. À tous égards, certains pays européens ont manqué de solidarité et de collaboration régionale pour réduire les impacts des enjeux économiques. Cependant, certains ont saisi cette occasion pour briller sur la scène internationale, tout comme l'a fait le Maroc. Alors que plusieurs pays et nations dépendaient de la production de masques chinois, le Maroc a réussi à converger toutes les ressources disponibles vers un seul objectif: **la production nationale** de masques exponentiels en un temps record avec un slogan clair «**Made in Morocco**». Le Maroc a incontestablement doré son image en matière de gestion de crise et de réactivité en faisant exemplairement face à la pandémie. Une opération concrète et exemplaire qui a réussi à lever le voile sur les capacités de réhabilitation stratégiques, la consolidation des relations d'aide régionale ainsi que le renforcement de la confiance nationale. De surcroît, cette crise a eu des effets positifs en termes d'influence puisqu'elle a également renforcé la souveraineté du Royaume au sein du continent africain. Une riposte pouvant être qualifiée de **véritable éveil national**, qui a été salué et pris en exemple.

Ces séries d'événements récents soulèvent de sérieuses questions concernant les stratégies adoptées par les nations en tant que réponses aux stratégies de crise et celles qui devraient être prises postérieurement. En réalité, bien que le gouvernement ait adopté l'une des stratégies de gestion de crise pandémique des plus cohérentes et proactives, il faut néanmoins souligner le manque de perspective notable pour la rendre **durable**. De ce fait, de quelle manière le Nation Branding pourrait-il conduire à la reprise économique marocaine ?

Le concept de «Nation Branding» peut être défini comme étant la capacité d'une nation à réagir face à la concurrence sur le plan de la réputation. Au sens plus large, le concept consiste pour un Etat à développer sa réputation sur la base d'avantages comparatifs et de différenciation, et ce, sur différents segments: économie, politique, culture... (Kaneva 2011). Positionner le «Nation Branding» au cœur de la stratégie de développement du tourisme médical marocain est un facteur clé de succès: il

permettra au Royaume de valoriser son image de marque, asseoir sa réputation et d'étendre son prisme d'influence sur le plan international.

Dans le but d'éveiller le renouvellement du modèle socio-économique, le tourisme se doit d'être au centre des discussions puisqu'il joue un rôle majeur dans la promotion d'un pays sur le rang international. Afin d'aborder cette stratégie de manière holistique il est impératif de définir un prisme schématisant toutes les approches s'alliant à l'intelligence économique marocaine en s'attaquant aux composantes marocaines suivantes

■ Réinventer le «Made in Morocco» comme une expérience unique

Historiquement, la notion de «Made in» est apparue pendant les révolutions industrielles. La Grande-Bretagne, qui était alors le leader industriel, a imposé une loi obligeant les entreprises étrangères qui imitaient ses produits à préciser le pays d'origine sur leurs produits. Voulant discriminer le challenger (Allemagne), il s'est avéré que le label «Made in Germany» est devenu un cachet pour les produits bien faits et a marqué sa réputation pour la livraison de produits de bonne qualité, dit le New Yorker. Aujourd'hui, le marquage de l'origine des produits est principalement obligatoire dans l'Union européenne, entre autres, en particulier dans le domaine de l'agriculture et de l'alimentation qui sont plus réglementés pour des raisons sanitaires. Qu'en est-il de l'utilisation du label «Made in» pour qualifier des expériences?

La quête d'une **souveraineté africaine a été engagée par le gouvernement Marocain de même que la volonté** de renforcer son positionnement stratégique international via le "Nation Branding". Les prémices de ce cheminement émergent nommément à travers les campagnes dépeignant "**l'Expérience Marocaine**", les rituels bien-être des bains maures, l'expérience élitiste et luxe à Marrakech, etc. Ainsi, le premier label de la production **marocaine** Handmade & Nation: «**Made in Morocco**» a été introduit au Royaume en 2015. Cette initiative a eu pour but de faire converger les différentes institutions vers un seul objectif commun: faire briller l'image de la Marque Maroc à échelle nationale et internationale. Cette démarche a été fortement utilisée en Espagne, en Afrique du Sud, en Turquie et finalement en Tunisie.

L'effervescence du «**Made In**» au Maroc a conduit à la création de plusieurs connotations telles que «Made in Casablanca/Marrakech». Le ministère du Tourisme, de l'Artisanat, du Transport Aérien et de l'Economie Sociale a également livré et approuvé le label «**Maroc Handmade**». La position du Ministère souligne la volonté du Royaume marocain de lancer une campagne efficace afin de mettre en place un cadre pour toute future production marocaine, qu'elle soit tangible ou intangible. Ces débuts ont permis de préparer un canevas ad hoc pour mener une stratégie d'étiquetage à grande échelle. Cela a joué un rôle dans l'amplification de l'image **culturelle véhiculée et projetée du Maroc à l'étranger**.

Dans le cadre du développement d'une stratégie de marque nationale, le concept «Made in Morocco» devra être adopté et promu pour décrire les produits et services fournis par le Royaume du Maroc. Cette stratégie de **marketing territorial ainsi appliquée au secteur du tourisme médical** devrait contribuer à promouvoir l'image de marque du Maroc. En effet, la perception de la marque Maroc «Made in Morocco» comme gage de qualité constituera un facteur de différenciation. Ceci facilitera la promotion du Maroc en tant que destination de tourisme médical et lui attribuerait un meilleur positionnement stratégique dans ce secteur. Pour ce faire, le slogan «Made in Morocco» devra être pensé et développé par un bureau dédié au tourisme médical.

■ L'Office du tourisme médical: pilier de la stratégie nationale

MDe nombreux pays ont renforcé leurs stratégies touristiques, et plus particulièrement le secteur médical, en fondant un bureau de tourisme médical ou à travers des **organismes intermédiaires** privés. La Turquie a notamment fondé différents bureaux de coordination pour faciliter les soins aux patients: de la prise en charge à l'aéroport jusqu'à la fin de l'hospitalisation. On retrouve également ces unités de coordination intégrées et développées au sein de la procédure d'acquisition de service médical en Afrique du Sud. La profusion de ces facilitateurs est utilisée comme **levier d'attractivité et de distinction**.

Le gouvernement tunisien a suivi la voie et a contribué à catalyser son secteur du tourisme médical. En 2009, le gouvernement a lancé une

stratégie visant à transformer le pays en un pôle médical régional pour l'année 2016, et en incluant des mesures incitatives telles que **la suppression de la TVA** pour les traitements médicaux destinés aux résidents non tunisiens ; ainsi que l'exonération fiscale pour les équipements et dispositifs médicaux, et **une réduction d'impôt de 50%** sur tous les investissements liés aux institutions médicales et aux infrastructures. Plus récemment, dans le cadre de son Plan Tunisie 2020: route vers l'inclusion, la durabilité et l'efficacité, le gouvernement a donné la priorité au développement du **tourisme du bien-être**, avec des objectifs clés qui incluent la création directe d'emplois en thalassothérapie et la création d'emplois indirects. (Sources: Lautier, 2008; Lautier, 2013).

La Turquie, peut être considérée comme étant un réel cas d'usage puisque le gouvernement a lancé une pléiade de politiques stratégiques visant à faire du tourisme médical leur avantage compétitif. Emin Çakmak, président fondateur du Conseil turc des voyages dans le domaine de la santé, déclare que «quelques 756 000 touristes en bonne santé ont été accueillis en 2017, générant 7,2 milliards de dollars». En outre, la Turquie s'est fixée pour objectif d'attirer 2 millions de patients, avec un chiffre d'affaires de 7,5 milliards de dollars, d'ici 2030. Cette comparaison souligne la nécessité pour le gouvernement de s'intéresser à ce segment et d'essayer de le développer par le biais des politiques et d'infrastructures nécessaires.

A l'image des pays précédemment cités, le Maroc devrait créer, à son tour un office/bureau de tourisme médical, engageant la participation des secteurs privé et public. L'avantage qui résulterait de l'aménagement d'un bureau engagé est d'aplanir les difficultés d'accès aux soins médicaux en créant **un canal de réception** stimulé, de bout en bout. Ce cluster fera intervenir les secteurs privé et public et inclura de facto toutes les parties prenantes pouvant intervenir directement ou indirectement sur le plan de relance de cette industrie. Les problématiques qui seront traitées toucheront dès lors à l'exonération des non-résidents, à l'attribution des visas pour raisons médicales, au développement du «Nation Branding» et sa promotion, les **stratégies de prospérité**, ainsi qu'à la création d'organismes de coordination de séjours.

La **gouvernance** permettra également d'attirer davantage d'**Investissements Directs Etrangers (IDE)** vers le secteur du tourisme médical. La démocratisation des offres dans ce secteur générerait non seulement des retombées financières, mais elle fera également prospérer **la sphère d'influence** marocaine sous un air de renouveau de l'industrie de santé. En effet, l'office de tourisme médical se chargera du développement d'un **pôle d'attractivité** à travers la fédération d'un **"Hub Médical Africain"**. Ceci permettra au Maroc de jouir d'une position de leader quant à **l'industrialisation de la santé** sur le continent. **Un volet d'accompagnement** pourra être proposé aux pays africains désireux de commencer la réhabilitation des hôpitaux dans le domaine du tourisme médical, sur le long terme.

Dans l'ensemble, le bureau médical du tourisme est nécessaire à la structuration de la position stratégique du Maroc dans ce secteur. Sans réelle implication de la part du gouvernement, aucune donnée concise ne permet aujourd'hui d'estimer le flux de patients potentiels ; quoique certains experts évaluent approximativement le panel à 50000 patients.

Actuellement, un unique bureau de coordination privé existe à Casablanca «ClinicAcces» démontrant l'intérêt de proliférer l'existence de ces intermédiaires mais également la pertinence d'un bureau capable de les réguler à l'avenir. En outre, cette commission dédiée choisirait sélectivement **des experts et des porte-paroles fiables** pour promouvoir les offres médicales sous le slogan du «Made in Morocco».

■ Le renouveau numérique: vecteur de compétitivité

Aujourd'hui, nombreuses sont les organisations et entreprises souhaitant rattraper le retard cumulé sur le plan de la digitalisation. De nombreux secteurs privés et publics marocains **ont manqué le virage numérique**, marquant un réel besoin de réajustement et de transition. La vague de la révolution numérique doit être considérée **comme un catalyseur de promotion** pour le domaine du tourisme ; c'est une condition sine qua non et un prérequis d'influence. Celle-ci est porteuse aujourd'hui de solutions qui orientent les entreprises vers des automates indépendants et auto-apprenants.

Au niveau national, plusieurs mesures devraient être prises pour réaffirmer la volonté du gouvernement de soutenir la transition vers la digitalisation, en encourageant les acteurs de l'économie à entreprendre les changements nécessaires et rattraper ainsi leur retard. En réponse à ce besoin, l'ONSSA (Office National de Sécurité Sanitaire des produits Alimentaires) a démontré l'utilité de la numérisation des processus en lançant une plateforme en ligne **«Bureau d'Ordre Digital»** visant à avoir un bureau d'enregistrement digital. Un site Web permettant aux organismes publics et aux administrations d'échanger des documents dématérialisés, avec un reçu d'accusé de réception. Cette tentative de dématérialisation, est une preuve soulignant **une prise de conscience numérique** jugeant opportun de se tourner vers cette typologie de système ; abordant deux principes de la digitalisation: **à moindre coût** et **efficience**.

Au niveau international, l'ère de la numérisation remodèle l'industrie du tourisme de bien des façons: les parcours client en ligne ont évolué, le nombre de plateformes de réservation en ligne est indénombrable, et la disponibilité d'une pléthore d'offres. Ces changements contribuent à la congestion de multiples canaux en raison de la sur-communication. Cette conséquence amplifie ainsi la nécessité de faire une promotion judicieusement réfléchie **en créant une vitrine numérique unique grâce aux bureaux de coordination**. De telles plateformes seraient responsables de l'émergence d'un engagement auprès des futurs patients potentiels. Elles offriront de la visibilité à ceux qui ont besoin d'être rassurés, avant d'engager leur première étape: la prise de rendez-vous. Une solution à étendre également au management des plateformes en ligne, en y intégrant des technologies de pointe: **IoT Médical** "L'internet des objets", Chatbots, vidéo connectée, etc. Enfin, la présence en ligne constitue un pilier complémentaire à l'approche de l'intelligence économique. Les plateformes tout comme les applications smartphones pourraient avoir pour objectif de faciliter les premières interactions, érigant la fiabilité et la transparence.

■ Le panafricanisme en réponse à la «slowbalisation»

L'âge d'or de la Mondialisation a probablement atteint son apogée: remise en cause des règles du libre-échange, ralentissement du commerce

international et de la croissance mondiale. Cette nouvelle ère post-globalisation est aujourd'hui appelée «**slowbalisation**». Suite à la pandémie et à la crise économique imminente, le contexte est aujourd'hui propice aux politiques de repli national ainsi qu'aux alliances régionales et constituent le fer de lance des gouvernements internationaux. Au tour du Maroc de revoir ses objectifs sur la scène internationale ; de quelle manière les alliances africaines devraient-elles être renforcées ?

Le Maroc connaît aujourd'hui **une véritable nitescence au sein de la communauté africaine, grâce notamment à son panafricanisme**. Le Royaume œuvre en effet en faveur d'une intégration africaine et pour le développement de l'Afrique par les africains. Dans ce sens, il est passé premier investisseur en Afrique francophone et multiplie les implantations en Afrique de l'Est. Il manifeste ainsi une volonté d'être leader africain et exerce indéniablement un soft power sur ses voisins. Son influence diplomatique sur le continent est confirmée par son retour au sein de l'Union africaine et par son intégration à la zone de libre-échange continentale africaine (ZLECA).

ZLECA est la première zone de libre-échange où 54 nations sont réunies. Le défi avec une telle affiliation est de capitaliser le libre mouvement des personnes et des produits en faveur de l'industrie du tourisme médical. Plusieurs initiatives peuvent être mise en place dans ce sens. Le Maroc pourrait s'inspirer de des voisins, notamment la Tunisie, **pour octroyer des exonération fiscales aux patients non-Marocains**. En outre, **un système d'assurance régional servirait de levier et favoriserait une reprise économique inclusive**. A l'image du plan Aetna auquel sont associés plusieurs pays africains avec l'Inde, la zone de libre-échange africaine faciliterait la mise en place d'un système similaire et renforcerait l'intégration interrégionale. En effet, l'établissement d'une zone de libre échange et de libre mouvement accompagné d'un système d'assurance régionale favoriseraient le déplacement dans des pays voisins dans le but de bénéficier de services de santé à la pointe de la technologie. Dans le cas du Maroc, ZLECA permettrait d'attirer davantage de jet-setters africains dans le cadre de la promotion du tourisme «bien-être» et de l'expérience «Made in Morocco».

Le Maroc a également noué des accords unilatéraux avec différents pays africains. Ces partenariats ont été engagés dans le but de livrer des protocoles de contrôle de qualité notamment dans le domaine pharmaceutique et médical. Ils assurent également des formations en cas de besoin et visent à lutter contre les tentatives de fraudes et de contrefaçons. A ce jour, 8 protocoles de coopération ont été signés avec les membres suivants: le Vice-Premier Ministre de la République du Gabon, les Ministres sénégalais, les ministères de la santé de la Côte d'Ivoire, de la Guinée Conakry et de la Guinée Bissau, l'Ambassadeur du Tchad à Rabat, le Ministre national du Congo-Brazzaville et le Secrétaire permanent à la Santé en Gambie.

Le Maroc dispose également d'une alliance importante avec les Emirats Arabes Unis. Le promoteur immobilier émirati Tasweek a investi environ 100 millions de dollars pour construire «Marrakech Healthcare City»: une village touristique luxueux de 12.000 m², dédié à la santé. Le village comprend un centre de réhabilitation luxueux d'une capacité de 160 lits, un hôtel avec une soixantaine de suites, 16 blocs opératoires dont 12 de classe 4 iso5 (environnement stérile élevé), et 80 appartements médicalisés. Les spécialités de Marrakech Healthcare City incluent: cardiologie, neurologie, traumatologie, dentisterie, ophtalmologie, réhabilitation vasculaire et neurochirurgicale... On y trouve également une zone de soins de beauté avec des technologies performantes qui traitent par exemple du vieillissement. De nombreux spécialistes marocains et étrangers exerceront dans cet établissement. En effet, pour faire face au manque de personnel médical et de praticiens hautement qualifiés, Tasweek a appelé 71 médecins et professeurs marocains à rejoindre les équipes - la plupart d'entre eux ont été formés à l'étranger et veulent s'installer au Maroc. Par ailleurs, Fouad El Mountassir, directeur général Nord/Sud d'investissement au sein d'Emirates Morocco Hospital, a souligné que «le personnel sera constamment formé, et comptera dans les émoluments» (l'Economiste, 2017).

«Marrakech Healthcare City» témoigne de la volonté du Maroc à développer une industrie de tourisme médical et à se positionner davantage sur des «services de qualité à des prix raisonnables». L'alliance avec le promoteur émirati est un atout majeur. Ce dernier envisage en effet de construire

des villages de santé à Tanger et à Dakhla dans les prochaines années. Toutefois, ces projets sont généralement accompagnés d'investissements étrangers et gérés par les secteurs privés de la médecine et du tourisme. Le secteur médical public marocain est-il prêt à investir dans le tourisme de santé ?

Somme toute, les alliances engagées par le Royaume demeurent alignées sur sa **stratégie Sud-Sud** et sa volonté à asseoir une souveraineté africaine. Elles renforcent d'une part, la présence du Maroc sur le continent et accentuent son pouvoir économique ainsi que son influence politique à une échelle plus large. D'autre part, elles ont pour ambition de favoriser l'échange de connaissances et d'expertise. Le cas échéant, la politique de **partage des bonnes pratiques** dans le domaine médical pourrait s'étendre au domaine du tourisme médical et créer un effet de levier, dynamisant l'industrie du tourisme par la même occasion.

Investissements dans l'infrastructure médicale et hôtelière:

Le tourisme médical a entraîné, dans les pays développés, une hausse du nombre d'établissements de santé de pointe, dans le but d'attirer davantage de ressortissants étrangers. Pour maintenir une position stratégique dans le secteur du tourisme médical, le Maroc doit investir massivement dans les infrastructures médicales et hôtelières, afin d'assurer un service de qualité tant au peuple marocain qu'aux ressortissants étrangers.

■ Fiabilisation du système de santé: Infrastructure et main d'œuvre

Face au coronavirus, le Royaume a mis au point diverses initiatives qui devraient être soutenues après la crise. Parmi ces initiatives, **des campagnes de sensibilisation** ont été menées par les autorités et les citoyens bénévoles. Le gouvernement a apporté un soutien historique au secteur informel avec des aides sociales. Dans cette lancée, le Ministère de la Santé a mis en place en un temps record une plate-forme appelée «**Allo 300**» afin de répondre aux questions et aux sollicitations des citoyens adressant le Covid-19. La plateforme «**Allo 300**» a été en mesure de rassurer jusqu'à 9500 appelants par jour.

En complément, des mesures restrictives ont été conçues pour limiter la propagation du virus et éviter la saturation des hôpitaux, en ordonnant un confinement stricte. La capacité des hôpitaux publics à recevoir des lits de soins intensifs a été renforcée, mais reste insuffisante: une vraie politique de réassort d'équipement médicale doit être appliquée. De telles mesures ont tenté de restaurer la confiance des citoyens dans le secteur médical marocain. Ces mesures ont également permis au Maroc de gagner en réputation à l'échelle internationale, notamment grâce à la mobilisation saluée des acteurs dans la gestion de la crise sanitaire.

En partant du constat que le **capital humain** est un facteur clé de la compétitivité, il est d'une évidence certaine que les investissements dans la **formation des professionnels** du secteur du tourisme médical sont vitaux. Aujourd'hui, il y a des lacunes en termes de qualité de service et de turnover du personnel dans les hôtels. Des **plateformes** de recrutement et de formation en hôtellerie au Maroc ont récemment vu le jour pour répondre à ce besoin, fondées sur des normes internationales. A titre d'exemple, une plateforme "Talent Advisor" a été lancée au Maroc en 2019. Sur cette plate-forme, les stagiaires prennent en charge leur formation, pour un coût avoisinant les 500 dirhams pour une demi-journée, soit moins de 50 euros. Les groupes hôteliers intéressés par le personnel formé prennent des abonnements sur la plateforme.

Toutefois, les formations continues doivent faire partie intégrante des métiers de l'hôtellerie et de la gestion de l'activité hôtelière. En effet, les hôtels doivent s'associer à des écoles de formation accréditées pour offrir des formations ciblées tous les 3 mois environ. Il faut également inclure des évaluations techniques dans les plans de suivi de carrière et de perfectionnement professionnel. Ce faisant, l'industrie sera en mesure de répondre aux normes de professionnalisme, et par conséquent attirer une clientèle exigeante.

■ L'instauration d'un cadre réglementaire et d'un système d'accréditation comme levier de différenciation

Les systèmes d'accréditation sont structurés de manière à fournir des mesures objectives sur la gestion et l'évaluation de la qualité des services

proposés. Les accréditations internationales de renommée se sont transformées en un pilier moteur de la croissance du marché du tourisme médical. Il est à noter que la participation au système d'accréditation est volontaire. La force de cet engagement réside dans son effet «coup de pouce» pour les organisations des pays développés qui cherchent à développer le marché du tourisme médical et de la santé mondiale.

Plusieurs pays font appel aujourd'hui à de **grands acteurs internationaux d'accréditation de santé**, pour évaluer leurs services de santé. Il y a plusieurs raisons à cela: la volonté d'améliorer la qualité des soins pour ses citoyens (la gouvernance est le socle de la qualité des soins apportés), ou encore le souhait de développer un marché pour les «touristes-patients». Cette démarche est prisee par certains hôpitaux puisqu'elle charpente une promotion directement induite. A titre d'exemple, la Thaïlande est désormais en tête de l'Asie du Sud-Est en nombre d'hôpitaux accrédités JCI – la norme mondiale de qualité – avec 66 hôpitaux accrédités JCI, en juin 2019, et se situe au quatrième rang mondial (22 % de la part du marché en 2019), renforçant son statut de destination touristique médicale de premier plan et de modèle de santé publique parmi les pays en développement. Aussi, La normalisation des accréditations est au cœur de la stratégie du tourisme médical turque, le pays compte au moins 5 accréditations à Ankara.

A ce jour, le Maroc ne possède aucun hôpital accrédité JCI. La SEMAC, organisme marocain d'accréditation, pourrait tenter de décrocher ces accréditations. En effet, pour être accrédité par la JCI, un hôpital visant à être international doit répondre à un ensemble de normes rigoureuses établies aux États-Unis par la Commission conjointe. Plus de 950 hôpitaux et services cliniques à travers le monde ont obtenu l'accréditation JCI et ce nombre augmente approximativement de 20 % chaque année. Le Ministère marocain de la Santé devrait engager dès lors engager une véritable voie de consolidation par le biais d'une politique d'accréditation, qui viserait à dompter le domaine médical sur un plan national. De surcroît, ces accréditations renforceront la position du Maroc sur le champ de bataille concurrentiel, en comblant de facto les lacunes de fiabilité.

Identifiées par la Conférence des Nations Unies sur

le Commerce et le Développement en 2017, d'autres contraintes peuvent impacter le développement du tourisme médical à savoir: l'absence de cadres réglementaire et juridique protégeant la sureté des patients et la qualité, des soins (protection des patients en cas d'erreurs professionnelles). L'Etat se doit de prendre des mesures coercitives pour dresser un cadre réglementaire adéquat, tel que celui implémenté par le Kenya. En effet, la stratégie touristique de santé kenyane (2014-2018) identifie ce qui suit comme essentiel au développement du segment de marché: la mise en place d'un **système national d'accréditation** pour le tourisme médical conforme aux normes internationales et l'amélioration de la gouvernance du secteur de la santé.

Parallèlement aux accréditations, les certifications de sécurité sont maintenant en vogue au sein de l'industrie hôtelière. Accor Group et Bureau Veritas se sont alliés sur un plan de regain de la confiance de la clientèle et façonnent des **normes certifiées «Coronavirus-free»**. Ce partenariat «The Safeguard Label» met en évidence la nécessité d'utiliser les certifications et les accréditations afin de contourner la réticence et la crainte de la population par la transparence.

UNE PROSPÉRITÉ AXÉE SUR LA TECHNOLOGIE: UN PARCOURS CLIENT 2.0

Face au Covid-19, différents secteurs ont dû réinventer le fonctionnement actuel des entreprises, et l'industrie du tourisme médical ne fait pas exception à la règle. La transformation numérique semble être aujourd'hui la solution pour assurer la pérennité de ce secteur. En effet, elle s'avère être un réel instrument accélérateur de performance pour les entreprises et de la productivité du **«capital humain»**. L'application de ce biais ouvre un champs de possibilités d'amélioration des parcours clients et, à titre d'exemple, la téléconsultation.

Les téléconsultations: un moyen d'assurer la proximité entre patients et médecins

Les dispositifs pour limiter la propagation virale ont poussé le secteur médical à adopter des postures jusqu'à présent peu communes, **les consultations à distance, dites «téléconsultations»**. Celles-ci ont connu un succès fulgurant et ont rattaché indéniablement la patientèle à la sphère digitale.

Plusieurs plateformes ont vu le jour depuis le début de cet épisode pandémique, tentant d'offrir un service favorisant tant bien que mal la proximité entre patients et médecins. En effet, le **levier digital** marquera un vrai tournant dans la consultation médicale outre-mer, il fera office de catalyseur en érigeant des points d'accessibilité sans barrières entre les deux parties. Ce lien est incontestablement important aujourd'hui à l'instauration de confiance lors du premier point de contact qui initie la poursuite de l'offre médicale et touristique. Le développement des plateformes de téléconsultations aura un effet d'aubaine pour le Maroc, et pour 400 cliniques privées. Le Maroc devrait penser à allouer un vrai travail de mise en avant des **vitrines médicales** marocaines en se servant de sites certifiés pour la promotion des cliniques privées et hôpitaux publics internationaux, des offres hybrides disponibles, et des téléconsultations ; il va falloir aujourd'hui adopter une vraie approche avant-gardiste au niveau des **bureaux ministériels digitalisés**, en numérisant notamment l'Office du Tourisme Médical, afin de se démarquer.

La digitalisation du parcours client : automatisation et réalité virtuelle

Les destinations santé doivent aujourd'hui reconquérir les voyageurs en leur proposant une expérience revisitée, axée sur la connectivité. Une expérience de parcours client améliorée intégrerait de nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle. **Les Chatbots**, par exemple, pourraient aider les patients à rechercher une destination touristique médicale 24h/24 et 7j/7. Cela contribuerait également à contrer les retards de réponse souvent trop longs, en raison d'un décalage horaire ou une congestion des services, à titre d'exemples.

Aussi, l'automatisation est au cœur des stratégies de transformation digitale. Aujourd'hui, l'enjeu s'axe de plus en plus sur le **développement d'un parcours «sans-contact»**. Certaines entreprises lancent un phénomène de voyage basé sur la réalité virtuelle. Une manière de rendre davantage accessible les déplacements, en explorant sur commande la destination souhaitée. Cette immersion virtuelle a été développée, dans un premier temps, au Danemark, aux Iles Féroé. Cette technique pourrait être clé dans la promotion des services hospitaliers et médicaux. Enfin, cette dernière peut contribuer à la réduction de

l'empreinte écologique. Une nouvelle manière de secourir le tourisme ?

LE FUTUR DU TOURISME MÉDICAL : ÉCORESPONSABILITÉ, COMMUNAUTÉS LOCALES ET SENIORS

Les prévisions pour le tourisme post-crise sanitaire à moyen et à long terme incluent moins de tourisme de masse, moins de tourisme d'affaires et moins de baby-boomers. Ces tendances favorisent en contrepartie une augmentation de la proportion de la génération Z et une montée en puissance du tourisme durable: une offre de voyage éco-responsable et «éthique». En effet, les problématiques de neutralité de carbone et d'impact positif sur la planète sont au cœur des préoccupations de cette future cible clients. Il est donc pertinent de questionner l'impact de ce nouveau modèle de consumérisme et préparer le tourisme médical à répondre aux exigences de la Génération Z.

Les changements d'habitude de consommation comprennent une diminution des vols long-courrier, en faveur d'alternatives plus écologiques. On notera dans un premier temps, une préférence pour l'utilisation de transports, privés et non-fermés, dont des scooters, en raison de la crise sanitaire. Au niveau de l'hébergement, la Génération Z favorisera des locations à court-terme tel que la plateforme Airbnb; afin de vivre une expérience plus privée et authentique, en phase avec les recommandations de distanciation sociale mais qui permettront toutefois une certaine proximité avec les locaux. Tout ceci implique une évolution du tourisme médical, en particulier le segment «bien-être», vers un tourisme de proximité, soucieux de l'environnement et mettant en avant les communautés locales. Les destinations qui souhaitent maintenir leur compétitivité sur ce marché de niche doivent dresser les lignes directrices suivantes:

Le tourisme durable: favori de la Génération Z

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit le tourisme durable ou responsable comme: Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs,

des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. Ce segment touristique est en plein essor et incite au développement d'une expérience de voyage «consciencieuse» et plus écologique. En effet, le développement durable figure dans le top 10 des enjeux cités par de milliers de voyageurs et de responsables voyages, sondés en 2019 par le Business Travel Show. Les hôtels se mettent donc au vert en recyclant le mobilier, en utilisant des matelas bio ou encore des carafes d'eau plutôt que des bouteilles en plastique... Le groupe hôtelier Marriott a par exemple promis de mettre un terme à l'utilisation des petites bouteilles en plastique pour les produits de toilette. Aujourd'hui, le premier hôtel à énergie positive est en cours de construction au Nord du cercle Arctique: Svart économisera 85 % de sa consommation annuelle d'énergie et aura une empreinte carbone minime. Aussi, à l'avenir, les hôtels devraient être en mesure de fournir des trackers de carbone personnels pour mesurer chaque émission de CO₂, par client.

La valorisation des communautés, acteurs et bénéficiaires indirects du tourisme médical:

Pour tirer parti de la croissance du tourisme médical, les autorités gouvernementales devraient être disposées à investir dans les entreprises locales. Ces organismes gouvernementaux devraient autoriser des projets qui contribuent au développement global des infrastructures dans le pays, tels que le système de transport public et les installations d'approvisionnement en eau, afin d'attirer les voyageurs haut de gamme.

Compte tenu du potentiel des liens intersectoriels, le gouvernement devrait appuyer l'établissement de liens solides en mettant en œuvre des politiques qui encouragent l'approvisionnement local. Il devrait également initier des partenariats avec le secteur privé qui répondent aux contraintes sous-jacentes imposées aux fournisseurs locaux. Dans les faits, le renforcement des capacités et du système institutionnel favoriserait le développement des nations émergentes. En effet, cela aiderait les agriculteurs et les pêcheurs à atteindre les normes sanitaires et phytosanitaires ainsi que les exigences de certification des produits biologiques exigées par les établissements touristiques. Cela

permettrait aux fournisseurs locaux de puiser dans des chaînes d'approvisionnement à plus forte valeur ajoutée dans le tourisme, souvent dominées par des fournisseurs étrangers.

En outre, le tourisme médical devra embarquer les communautés locales dans une phase de valorisation des produits artisanaux et dans la gestion durable des expériences de voyage consciencieuses. Le but est de partager la croissance et de faire bénéficier les locaux d'une manière équitable des retombées du secteur. Cet impact positif et durable deviendrait possible grâce au Sourcing éthique, la formation, le développement de partenariats durables, et la promotion des coopératives locales. A titre d'exemple, les complexes hôteliers pourraient inclure des concept shops mettant en avant les produits artisanaux issus des coopératives locales.

L'expansion du marché des seniors:

D'ici 2025, les voyageurs âgés de 65 ans et plus doubleront leurs voyages internationaux pour atteindre 180 millions de voyages. Ce qui représente un voyage international sur huit dans le monde. Les voyageurs plus âgés peuvent se permettre des voyages conséquents. Ces derniers sont plus axés sur le confort et la santé. L'industrie du tourisme médical répond à ce besoin de combiner des actes médicaux avec une approche "d'air de vacances". Les fournisseurs de soins de santé devront désormais offrir des forfaits touristiques complets, comprenant des services allant de la réservation d'hôtels à la souscription d'une assurance maladie. Le tourisme médical est appelé à connaître une croissance accélérée, car un nombre croissant de ces voyageurs âgés recherchent de nouveaux traitements, ainsi que des soins moins coûteux ou de meilleure qualité qui ne sont pas disponibles dans leur pays ou région d'origine.

SOURCES

- «*Made in Morocco*»: Comment une stratégie d'image de marque nationale peut-elle contribuer à l'amélioration du positionnement stratégique du Maroc dans l'industrie du tourisme médical ? (Dinia, Jorio, 2018)
- <https://www.jeuneafrique.com/945371/politique/maroc-la-diplomatie-des-masques-nouvel-atout-du-royaume/>
- <https://www.lavieeco.com/coronavirus/cest-fait-le-maroc-va-produire-5-millions-de-masques-de-protection-a-partir-de-mardi/>
- <https://www.bladi.net/production-masques-maroc-exportation,68382.html>.
- <https://usa.visa.com/dam/VCOM/global/partner-with-us/documents/global-travel-and-tourism-insights-by-visa.pdf>
- <https://www.redaction.media/articles/turquie-souhaite-devenir-leader-mondial-tourisme-de-sante/>
- https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/aldcafrica2017_en.pdf
- <https://www.portailsudmaroc.com/actualite/vision-2020-maroc>
- <https://smit.gov.ma/vision-2020/>
- <https://www.leconomiste.com/article/1017853-tourisme-les-objectifs-de-la-vision-2020-hors-de-portee>
- <https://leconomiste.com/article/1048324-tourisme-2020-20-millions-d-arrivees>
- <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-medical-tourism-market>
- <https://www.medias24.com/le-maroc-face-a-l-adversite-du-coronavirus-une-analyse-de-l-institut-amaedus9330.html>
- <https://maroc-diplomatique.net/transformation-digitale-levier-de-riposte-covid-19-et-de-relance-post-covid/>
- <http://www.ugppartenariats.com/index.php/news/details/5>
- <https://lesec.ma/convention-de-partenariat-entre-l-institut-pasteur-du-maroc-et-cdc-afrique/>
- <https://www.argusdelassurance.com/les-assureurs/assistance-axa-et-accor-unissent-leurs-forces.164921>
- <http://www.hospitalitynewsmag.com/en/event/jumeirah-al-naseem-is-the-first-hotel-in-the-world-to-receive-bureau-veritas-safeguard-labe>
- <https://www.challenge.ma/coronavirus-des-acteurs-marocains-tendent-la-main-a-lafrique-138548/>
- <https://afrique.medias24.com//3420.html>
- <https://www.medyaturk.info/international/2020/05/11/la-turquie-lance-le-programme-de-certification-de-tourisme-sain/>
- <https://www.agenceecofin.com/entreprendre/1105-76520-au-maroc-talent-advisor-mise-sur-la-formation-du-personnel-dans-le-secteur-de-l-hotellerie>
- https://www.lepoint.fr/monde/maroc-tout-pour-la-dynamique-sud-sud-26-03-2019-2303866_24.php#
- <https://www.imtj.com/news/2m-international-patients-turkey-2030/>
- <https://www.voyages-d-affaires.com/conscious-travel-bts-2020-20191128.html>

iMIS

Institut marocain d'intelligence stratégique

Adress: Km 3,5 - Mohammed VI Avenue,
Ensemble Saada, Office N°3, Souissi, Rabat

Phone: +212 537 651 679 - E-mail: contact@imis.ma

Twitter: [@ImisMaroc](https://twitter.com/ImisMaroc) / Facebook: [IMISMaroc](https://www.facebook.com/IMISMaroc)

www.imis.ma