

Ceci est la version preprint du chapitre I de la troisième partie de l'ouvrage "Tourisme des nationaux, tourisme des étrangers: Quelles articulations en Méditerranée ? Publié en 2009 sous la direction de Mohamed Berriane par la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat - Série Essais et Etudes n° 41, pp.125-168

3.1. Tourisme des nationaux, tourisme des étrangers au Maroc : articulations, stratégie des acteurs et appropriation de l'espace

Mohamed BERRIANE

L'existence d'une demande touristique interne au Maroc a déjà été mise en évidence (BERRIANE, 1987, 1988, 1990), et ce, en dépit de l'idée bien admise parmi les économistes et selon laquelle les pays du tiers-monde sont incapables d'émettre une demande interne en tourisme et en loisirs (BARETJE et DEFERT, 1972). L'ampleur des déplacements est aujourd'hui telle qu'un Marocain citadin sur trois part chaque été en vacances, que le trafic-voyageurs supplémentaire estival enregistre des écarts par rapport à la moyenne compris entre 27 et 42% et que certaines petites villes et villes moyennes d'accueil voient leurs populations doubler ou tripler au cours du mois d'été. Une enquête officielle menée pour le compte du Ministère du Tourisme est venue confirmer ces tendances et souligner la généralisation du phénomène (Ministère du tourisme, 2000).

L'objet de cet article est moins de démontrer l'importance de ce phénomène que de souligner sa spécificité par rapport au tourisme international qui se dirige vers le même pays. En effet, outre le fait que la caractérisation du tourisme dans nos pays se limite souvent à sa composante internationale car la plus étudiée, les articulations réelles entre les deux tourisms sont riches en enseignements aussi bien pour la compréhension des sociétés méditerranéennes que pour l'enrichissement de la réflexion actuelle relative à la relance du tourisme au Maroc.

Pour souligner les apports de cette analyse à la compréhension du phénomène du tourisme, nous avons opté pour une démarche qui partirait de l'étude du tourisme intérieur à travers la sélection de quelques paramètres jugés par nous comme significatifs, pour ensuite les mettre en parallèle avec le tourisme international. Ce parti pris méthodologique est également destiné à rendre justice à cette composante essentielle du tourisme marocain en étudiant ce tourisme selon le prisme de la demande interne. L'analyse des articulations existant entre les deux composantes du tourisme au Maroc, la dimension interne et la dimension internationale insistera sur les processus d'appropriation de l'espace à travers le tourisme et les loisirs et sur les stratégies adoptées par les différents acteurs du tourisme suite à l'émergence spontanée du tourisme national face à un tourisme international voulu, planifié et soutenu.

1. Quelques éléments méthodologiques

Pour étudier et comprendre les styles et comportements touristiques d'une société arabo-musulmane ou tiers-mondiste on ne dispose pas encore de schémas théoriques et conceptuels satisfaisants. Les

chercheurs pionniers dans ce domaine ont essayé d'appréhender les aspects sociologiques et géographiques du tourisme des populations appartenant à l'aire culturelle arabo-musulmane en partant d'une comparaison avec ce fait de société tel qu'il est décrit dans les sociétés occidentales. C'est ainsi que GROTZBACH dans sa présentation du livre «Loisirs et recreation, un problème de géographie humaine comparative» (GROTZBACH, 1981) considérait les loisirs et le tourisme comme un phénomène culturel spécifique à chaque culture. Il proposait de ce fait, pour l'étude du tourisme dans les pays en voie de développement, une démarche qui part de l'opposition «tradition» «modernité», cette dernière étant assimilée à «occidentalisation»¹. Selon cet auteur, en Turquie, par exemple, le tourisme traditionnel serait lié à un mode de vie rural, islamique et en grande partie montagnard, sa forme privilégiée étant le Yayla, alors que les formes de tourisme moderne qui résulteraient de l'influence occidentale se concentreraient sur la côte et se regrouperaient avec le tourisme étranger (CZAPEK et GROTZBACH, 1981).

Cette approche nous semble trop schématique car elle enferme les concepts de tourisme, loisirs et recreation dans leurs contextes socio-culturels traditionnels ou modernes. Nous privilégions, pour notre part, une explication plutôt dynamique qui fait de l'ensemble des pratiques touristiques actuelles l'aboutissement d'une évolution interne où les facteurs exogènes peuvent intervenir également. Le résultat en est une variété de styles qu'on peut rencontrer au sein du même ménage ou du même individu. Au delà du schématisme «tradition / modernité», tout à fait contestable, nous pensons que la compréhension de plusieurs aspects relatifs à la recreation pourrait tirer un grand profit de ce que ETIEMBLE, dans ses réflexions sur le comparatisme en littérature, appelle les «invariants culturels» (ETIEMBLE, 1988) et qu'il décèle sous les diversités de maintes cultures. L'étude des styles et comportements touristiques des Marocains est, pour nous, dans ce présent travail, l'occasion de vérifier jusqu'à quel point le rejet de la démarche citée précédemment est valable, au profit de cette nouvelle approche tout à fait opposée.

Les matériaux sur lesquels s'appuiera cette analyse proviennent de trois sources. Les données produites lors de nos recherches sur le tourisme des Marocains au cours des années 80 constitueront un point de départ et permettront le suivi de l'évolution du phénomène grâce à la prise en compte des résultats d'une large enquête commandée par l'administration en 2000 et qui sera notre deuxième source. La troisième source consiste en une série d'interviews et d'entretiens menés avec des responsables, des professionnels, des gérants d'agences de voyages et des touristes pour les besoins de ce projet de recherche.

Tout en étant l'une des manifestations les plus voyantes des transformations socio-culturelles de la société urbaine marocaine, les déplacements de vacances des Marocains ne sont pas moins remarquables par la diversité des styles et des comportements touristiques qu'ils revêtent. Nous avons sélectionné trois paramètres et qui sont les caractéristiques des ménages rencontrés sur les lieux de séjours touristiques, les formes de tourisme pratiquées et le vécu quotidien du séjour touristique. L'analyse de ses trois thèmes permettra de répondre à une série de questions destinées à

¹ « Erholung als Kulturspezifisches Phanomen wird in globaler Sicht im Rahmen der Kulturerdteile dargestellt. Auf die aktuellen Erholungsmuster in Entwicklungslandern bezogen, bietet sich das dualistische Konzept von Traditionalität und Modernität für eine Analyse von Erholungsformen und deren räumliche Strukturen an ». (La recreation en tant que phénomène culturel spécifique est décrite sous une perspective globale, dans le cadre des grandes aires culturelles. Si on considère les modes actuels de recreation dans les pays en voie de développement, les critères retenus pour une analyse des types de loisirs et de cultures géographiques sont l'opposition «tradition» et «modernité».) (E. Grotzbach, 1981).

faire la part des traits propres à la société marocaine actuelle et de dégager la spécificité éventuelle du tourisme marocain par rapport à celui des sociétés occidentales de consommation. Pour ce faire, nous proposons une démarche qui accorde plus d'importance aux oppositions socio-culturelles internes à la société marocaine. La description des styles et comportements touristiques se fera sans tenir compte de l'opposition entre des pratiques touristiques «traditionnelles» et d'autres «modernes». Tout en les ramenant aux pratiques des touristes étrangers que reçoit le Maroc, nous chercherons à privilégier en fin de compte les différenciations des comportements selon les groupes sociaux qu'ils soient marocains ou étrangers.

2. Le tourisme des Marocains est avant tout familial, le séjour touristique étant l'occasion de la reconstitution de la famille élargie

La cellule familiale joue un rôle fondamental dans les départs de vacances. Il convient de souligner ici la forte promiscuité qui est recherchée comme un des attraits des séjours de vacances, les regroupements de familles dispersées à l'occasion des *moussem* et le rôle de la famille de type conjugal dans la diffusion des besoins en tourisme. De ce fait, la prédominance des touristes venus en famille est remarquable. Elle est d'autant plus frappante qu'elle traduit parfois la reconstitution, à l'occasion des séjours touristiques, de la famille élargie à partir de cellules conjugales éclatées le reste de l'année. Ceci traduit la permanence de liens étroits entre les différentes cellules issues du même groupe familial élargi.

Cette recherche de la promiscuité et des regroupements se traduit également par la faiblesse de la fréquentation de l'hôtel en particulier et des formes d'hébergement commercial en général, au profit du séjour chez l'habitant ou dans le camping.

2.1 La majorité écrasante des vacanciers marocains est constituée de cellules familiales

80% des ménages enquêtés sur les lieux de vacances sont constitués de familles, près de 15% sont des amis qui séjournent ensemble et 5%, enfin, des individus qui prennent des vacances seuls. Avec, d'une part, une moyenne de 6,3 personnes par ménages (5,5 pour le Maroc urbain) et, d'autre part, plus de la moitié des familles qui sont composées de 6 personnes et plus, ces ménages sont de tailles appréciables.

La propension des jeunes à partir pour des séjours touristiques sans leurs familles est assez fréquente (14,2% des ménages rencontrés sur les lieux d'arrivées étaient composés d'étudiants et d'élèves). Mais malgré cela, les séjours touristiques restent dans leur majorité écrasante le fait de familles. En dépit de toutes les mutations qui l'ont affectée dans le sens d'un éclatement, l'institution familiale demeure le cadre idéal pour la réalisation de divers besoins qu'éprouve l'individu. La liberté, toute relative, de la femme réduit ses possibilités de voyager seule ou avec des amis. De ce fait, les groupes d'amis rencontrés sur les lieux de vacances sont composés uniquement de personnes de sexe masculin. Les difficultés économiques imposent aussi une cohabitation de la majorité des membres de la famille au cours des séjours touristiques. Les liens, enfin, que maintiennent encore les différents membres de la famille avec celle-ci, sont toujours fermes et solides et se traduisent par des voyages collectifs. Ce dernier facteur explique notamment l'augmentation de la taille du ménage lorsque celui-ci se déplace sur le lieu de vacances.

2.2 Un retour momentané à la famille élargie

Les ménages de type restreint et de petite taille jouent un rôle majeur dans la naissance et le développement des besoins en loisirs et le tourisme et la possibilité de pouvoir satisfaire ces besoins. Mais l'étude des structures de la famille sur les lieux de séjours révèle le poids important des ménages de grande taille puisque ceux qui comportent 6 personnes et plus représentent plus de 50% du total des foyers. Cette contradiction n'est en fait qu'apparente et traduit une modification de la taille du ménage par regroupement sur les lieux de séjour (Tableau 1).

Au total, 34% des ménages ont vu leur taille augmenter alors que 18% seulement ont enregistré une diminution de celle-ci. Ce sont d'abord les petites familles de type conjugal (2 personnes) qui se transforment en familles plus grandes: 32% des familles restreintes constituées de 2 personnes sur le lieu d'origine sont composées de 3 à 5 personnes sur les lieux d'arrivées et 22% de celles formées de 3 à 5 personnes à l'origine passent à une taille plus grande qui est de 6 à 7 personnes sur le site du séjour touristique. Ce sont également les grandes familles élargies (10 personnes et plus) qui enregistrent une augmentation remarquable (plus de la moitié de cette classe augmente de taille). Entre ces deux extrêmes, les familles de taille moyenne diminuent ou gardent leur volume.

Tableau 1: Taille de la famille (en nombre de personnes) sur les lieux de résidence permanente et les lieux de séjour touristique

Sur les lieux de résidence	Taille du ménage sur les lieux des séjours touristiques					Total
	1-2 personnes	3-5 personnes	6-7 personnes	8-9 personnes	10 personnes et +	
1-2	48,6	31,6	7,4	5,6	6,8	100
3-5	3,1	60,0	22,2	6,2	8,5	100
6-7	2,0	15,9	54,8	13,9	13,4	100
8-9	3,2	18,3	17,4	41,3	19,8	100
10 et plus	2,7	12,3	15,9	17,8	51,3	100

Source: enquête de l'auteur sur les lieux d'arrivée (1983, 1984, et 1985)

Un essai d'explication de ce phénomène de regroupement avait été rapidement esquissé lors de notre analyse de la fréquentation des *moussem*² (BERRIANE, 1990). Nous avons insisté alors sur l'habitude prise par des ménages dispersés suite aux mouvements migratoires interurbains et aux changements de résidence dus aux affectations ou mutations de l'emploi, à se retrouver régulièrement à l'occasion du *moussem* de la région d'origine. Ceci permet un maintien de liens continus entre les différents éléments du groupe familial original et constitue un facteur de cohésion plus ou moins fort. Nous retrouvons cette habitude surtout sur les plages, mais aussi dans les petites stations de montagne. Des ménages de type conjugal (les deux parents et deux à trois enfants) formés par des frères et sœurs, cousins et cousines et qui vivent éloignés dans différentes localités, se réunissent de façon régulière au cours des vacances autour des parents. Ceci leur permet de se retrouver et de reconstituer ainsi le clan familial original et d'entretenir des liens qui renforcent plus ou moins l'appartenance à ce groupe. Mais cette pratique leur permet aussi de réduire les frais de séjour, surtout dans les moyens d'hébergement qui nécessitent une location. C'est la raison pour laquelle ce phénomène de regroupement est plus fréquent dans les formes d'hébergement en dur que dans le camping.

² Le *moussem* est, à l'origine, un rassemblement d'une ou de plusieurs tribus autour du tombeau d'un saint ou d'un ancêtre, qui peut durer entre une journée et une semaine. Les pèlerins campent sous des tentes et participent, pendant toute la durée du *moussem*, à des pratiques rituelles mais aussi à des distractions et divertissement. Voir à ce propos M. Berriane, 1990, et F. Reyssoo, 1988.

La pratique du tourisme révèle donc un intéressant aspect de l'évolution de l'institution familiale marocaine. Si, en effet, le modèle du ménage conjugal tend à se développer parmi certaines couches sociales urbaines, l'emprise de la famille étendue demeure vivace. A plusieurs occasions et en de nombreuses circonstances le couple conjugal se trouve réinséré dans un tissu de relations plus ou moins dense qui le rattache régulièrement et organiquement au groupe familial élargi. A l'occasion des vacances que différentes familles parentales passent ensemble, on assiste parfois à la reconstitution de la famille «patriarcale». Différents couples appartenant au moins à deux générations différentes, sinon trois, auxquels s'ajoutent d'autres frères et sœurs célibataires, se réunissent autour des grands-parents et sous le même toit. Cette « famille-souche » ne présente pas, certes, toutes les caractéristiques du groupe patriarcal d'autrefois. Celui qui joue le rôle du patriarche, par exemple, a perdu de son autorité puisqu'il ne détient plus le pouvoir économique. Ce sont désormais les enfants - de sexe féminin éventuellement- qui se cotisent pour financer le séjour. Ils interviennent, par conséquent, dans la prise des différentes décisions nécessaires au déroulement et à l'organisation du séjour. Ils peuvent se libérer notamment des contraintes sociales et familiales qui pesaient autrefois sur les relations entre parents et enfants (promiscuité entre les deux sexes, absence de gêne, liberté de se déshabiller, et de circuler en maillot de bain et bikini en présence des parents).

Ainsi, le développement du tourisme moderne au sein de la société marocaine, bien que résultant en partie d'un processus d'innovation dans les habitudes, ne s'accompagne pas de l'individualisme et de l'intimité du couple qui marquent les départs en Europe occidentale. Des raisons économiques évidentes interviennent pour expliquer l'organisation collective des vacances. Mais le maintien de liens étroits entre les différentes cellules familiales se trouve aussi à l'origine de ces structures. **En fin de compte, une pratique moderne du tourisme contribue curieusement au maintien des structures traditionnelles qui sont ici les structures familiales d'origine patriarcale.** Cette conclusion doit cependant être fortement nuancée. Seule la forme de ces structures est maintenue, car le fond, ainsi que les rapports entre les différentes générations sont peu sauvegardés.

Si cette spécificité des conduites touristiques marocaines trouve son origine comme cela vient d'être démontré dans les particularités culturelles et sociologiques de la société marocaine, c'est aussi une réponse à des structures d'hébergement hôtelières qui ont été d'abord et avant tout conçues et aménagées pour la clientèle étrangère.

2.3. Des structures d'hébergement commerciales destinées avant tout aux visiteurs étrangers

L'étude des moyens d'hébergement ne peut être sérieusement menée que pour les types d'hébergement classés pour lesquels des statistiques sont disponibles. Des données existent certes pour les hôtels non classés et pour les campings, mais elles sont le résultat d'estimations et leur fréquentation ne fait pas l'objet d'un relevé systématique avec une distribution spatiale. Cependant ces modes d'hébergement non classés sont souvent sollicités par le tourisme intérieur et seront, de ce fait, intégrés à l'analyse à partir des quelques données disponibles.

Le parc hôtelier marocain a commencé à se développer à partir du Plan Triennal 1965-1967 qui avait retenu le tourisme parmi les priorités économiques du pays (Tableau 2). Bien que légèrement diversifié, il réserve une grande place à l'hôtellerie, et en particulier à l'hôtellerie dite de luxe. 54 % des 150.000 lits homologués et recensés en 2008 sont classés dans les catégories des hôtels 4 et 5 étoiles et des villages de vacances. L'hôtellerie de luxe (4-5 étoiles) concentre 42,4% des lits; la

capacité en lits de cette catégorie de luxe a été multipliée par plus de 8 entre 1964 et 2008, ce qui lui donne la première place (Tableau 2). La part des catégories moyennes (3 étoiles) a baissé dans un premier temps (jusqu'en 1989) avant de reprendre de l'importance en valeur absolue et en pourcentage. Quant aux classes inférieures (1 et 2 étoiles), elles occupaient en 1964 la première place avec 41,4% de la capacité totale. Depuis cette date, cette catégorie a enregistré le plus faible taux d'accroissement toutes catégories confondues et occupait en 1989 une place assez faible avec 13,3% du total. Aujourd'hui, elle a repris de l'importance et ce à la fois suite à de nouvelles créations et suite à des déclassements. Quasi inexistante vers 1964, puisque, à cette date un seul établissement de cette catégorie existait à Al Hoceïma, le village de vacances a connu un accroissement assez soutenu en valeur absolue. Bien que convenant mieux aux attentes des touristes marocains, la Résidence Touristique n'occupe qu'une place relativement minime dans ce dispositif ; sa capacité a cependant connu un accroissement régulier. Enfin, l'évolution de la demande a introduit de nouvelles formes d'hébergement comme les auberges, les motels et surtout les maisons d'hôtes. Celles-ci apparaissent désormais dans les statistiques officielles et occupe une place non négligeable (Tableau 2).

Tableau 2. Evolution de la structure des moyens d'hébergement classés (en lits)

Catégories	1977		1989		2000		2008	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
4-5 étoiles	22.820	51,33	42.994	53,4	41.941	44,0	63.647	42,4
3 étoiles	6.461	14,53	9.211	11,4	17.925	18,8	24.526	16,3
1-2 étoiles	7.482	16,83	10.726	13,3	15.014	15,8	22.202	14,8
VVT	7.691	17,30	11.433	14,2	15.659	16,5	17.685	11,8
Rés. touristiques	-	0,0	6.190	7,7	4.641	4,9	9.672	6,4
Maisons d'hôtes	-	-	-	-	-	-	12.544	8,3
Total	44.454	100	80.554	100	95.180	100	150.303	100

Source: Ministère du Tourisme

Les 150.000 lits classés doivent être augmentés de quelques 40.000 lits non classés et de 90.000 emplacements répartis en 96 campings. Reste un dernier mode d'hébergement difficile à estimer car ne faisant l'objet d'aucune statistique. Il s'agit de la location chez l'habitant et du séjour chez les parents et amis. Les études et recherches précédentes ont insisté sur ce phénomène et estimé sa place parmi les différents types d'hébergement à 50-60% (BERRIANE, 1986, 1990). L'enquête menée pour le compte du Ministère du Tourisme pour la compréhension du tourisme intérieur en 2000 et sur laquelle nous reviendrons longuement confirme son importance puisque presque 80% des déclarations des enquêtés ont mentionné ce type d'hébergement. Cela pose le problème de l'adéquation entre la structure actuelle des moyens d'hébergement et les besoins et attentes des familles marocaines qui pratiquent le tourisme. Car il n'est pas sûr que ces familles tournent le dos à l'hôtel classique uniquement par manque de moyens. Les caractéristiques démographiques et les comportements de la famille marocaine font que l'hôtel ne se prête pas toujours à leurs besoins.

En effet, la structure des moyens d'hébergement du Maroc est beaucoup plus destinée à satisfaire les besoins du tourisme international que ceux du tourisme national. Cet état de chose est tout à fait normal dans la mesure où le parc hôtelier lorsqu'il a été conçu, l'a été à une époque où c'est la clientèle étrangère qui était ciblée. De ce fait les catégories de haut standing comme les hôtels de 4 et 5 étoiles et les Villages de Vacances prédominent. Les catégories moyennes ne jouissaient pas des

faveurs des planificateurs et des investisseurs car le tourisme marocain se voulait un tourisme d'un certain standing et non un tourisme de masse selon le modèle tunisien. Leur part relative, a même baissé un certain moment.

Cette tendance des moyens d'hébergement à privilégier les structures de luxe va se continuer sans grands bouleversements comme le prouvent les projets d'investissement agréés à bénéficier des avantages étatiques (Tableau 3). En tenant compte des lits en cours de réalisation au début de la décennie 2000, nous obtenons une capacité additionnelle de 17.751 lits qui viendrait s'ajouter à la fin des chantiers à la capacité existante. Or, sur ces 17.751 lits, 62,3% appartiennent aux catégories 4 et 5 étoiles et seulement 5, 6% seront classés Résidences Touristiques et 4,0% 1 et 2 étoiles. Bien que la structure des moyens d'hébergement tende à s'équilibrer avec en particulier une légère augmentation de la part des 3 étoiles, mais une baisse continue des catégories inférieures, la part des hôtels de luxe reste prédominante. Les Résidences Touristiques qui semblent répondre le mieux aux attentes des touristes marocains, ne semblent pas bénéficier des faveurs des investisseurs. Le maintien d'une structure d'accueil au profit des catégories de luxe traduit les choix de modernisation du secteur hôtelier marocain et son implantation sur le marché du tourisme international. La structure d'hébergement prévisionnelle répond donc peu aux attentes du tourisme intérieur et tout est à faire et à imaginer dans ce domaine.

Tableau 3. Capacité additionnelle en cours de réalisation actuellement (2003)

Catégories	Nombre de lits	%
Hôtels 4-5 étoiles	11.054	62,3
Hôtels 3 étoiles	2.960	16,7
Hôtels 1-2 étoiles	724	4,1
Résidences Touristiques	1.000	5,6
VVT	350	2
Complexe touristique	1.200	6,8
Maisons d'hôtes	230	1,3
Auberges	170	0,9
Campings	63 (emplacements)	0,3
Total	17.751	100

Source : Direction des Aménagements et des Investissements

Cette prédominance des établissements de luxe va de paire avec l'édification d'établissements de plus en plus grands, ce qui, dans les années à venir, devrait marquer certains sites. La taille moyenne des hôtels était de 80 lits en 1964, elle atteignait 117 lits en 1986 et 173,4 lits en 2003 et augmente en fonction des catégories : 70,2 lits pour les catégories inférieures, 132,8 lits pour les catégories moyennes, 314 lits pour les hôtels 4-5 étoiles et 566 lits pour les villages de vacances. On a donc de plus en plus de grands complexes de 600, 900, voire 1 400 lits pour un seul établissement. Ce qui donne des ensembles nécessitant l'aménagement de grandes superficies, une gestion moderne, mais aussi un ravitaillement régulier pendant la haute saison, et qui sont de grands consommateurs d'espace et d'eau, d'une part, de personnel qualifié d'autre part, et de capitaux de plus en plus importants enfin. Autant de conséquences directes ou indirectes sur l'aménagement du territoire.

Or, aujourd'hui, le tourisme des nationaux fait l'objet d'une certaine attention et il est de ce fait urgent de repenser cette structure. Outre les Résidences Secondaires qui jouissent d'une certaine demande mais dont la part demeure faible, il est de notre avis important d'imaginer d'autres types

d'hébergement qui peuvent mieux répondre aux attentes de la clientèle nationale, attentes qui ne sont pas les mêmes que celles des visiteurs étrangers.

Ceci apparaît de façon claire lorsqu'on compare la part des différents modes d'hébergement des deux clientèles et ce à partir des statistiques et estimations du Ministère du Tourisme (Figure 1). En supposant que les estimations relatives aux nuitées passées dans les hôtels non classés, les campings et les autres moyens d'hébergement sont fiables, on peut constater une opposition entre les deux clientèles : plus de 49% des nuitées du tourisme international (49,8%) sont enregistrées dans les établissements classés, alors que plus de 59 % des nuitées du tourisme intérieur le sont dans les hôtels non classés et les campings. La rubrique « Autre » qui correspond à la location chez l'habitant et les parents et amis mérite toute l'attention des planificateurs. Elle est aussi bien fréquentée par le tourisme international que par les touristes nationaux. Cela suppose le développement d'un marché informel de l'hébergement auquel répondent également les touristes étrangers.

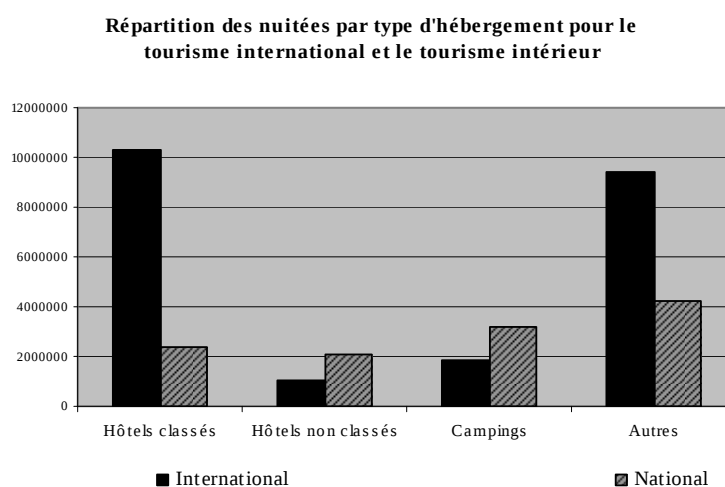


Figure 1 : Répartition des nuitées par type d'hébergement pour le tourisme international et le tourisme intérieur - 2001

Ces données issues en partie d'estimations, sont confirmées par les résultats de l'enquête du Ministère du Tourisme en 2000 (Figure 2). On apprend, en effet, que les Marocains interrogés ont fréquenté pour 70,6 % des maisons appartenant à des familles ou à des amis pour un séjour non payant, le reste ayant utilisé des formes d'hébergement commercial (26,7%) ou la résidence secondaire (2,0%). La place de l'hôtel est assez faible et ne semble pas s'améliorer : des enquêtes menées au début des années 80 lui accordaient 8,9% (BERRIANE, 1980) et l'enquête 2000 lui réserve 8% !!! La faible utilisation de l'hôtel non classé (4,4% seulement des déclarations) peut répondre à deux types d'explications. La capacité en lits offerte par ce type d'hébergement est relativement faible (22.000 lits sur un total de 150.000 lits, soit 14,8%). Le peu de confort rencontré dans ces hôtels pousse les familles et individus à lui préférer le camping ou la location chez l'habitant ou encore le séjour chez la famille. Il est certain que si cette catégorie faisait l'objet d'un plan d'action qui l'aiderait à améliorer la qualité et le confort offerts, elle pourrait récupérer une partie des estivants qui sont parfois obligés de choisir leurs lieux de séjour en fonction de la disponibilité sur place d'amis ou de parents. Quant au camping, il nous semble que les résultats de l'enquête sous-estiment largement son importance qu'atteste l'observation directe.

Il est donc temps de réfléchir sérieusement à une politique d'accompagnement pour assainir, améliorer et labelliser les moyens d'hébergement que pourrait utiliser le touriste marocain. Il est urgent d'imaginer des formules pour sortir le marché de la location chez le particulier de l'informel afin à la fois de pouvoir le contrôler et l'accompagner et améliorer les prestations qu'il offre. La formule des résidences touristiques nous semble offrir des potentialités non négligeables pour le tourisme interne.

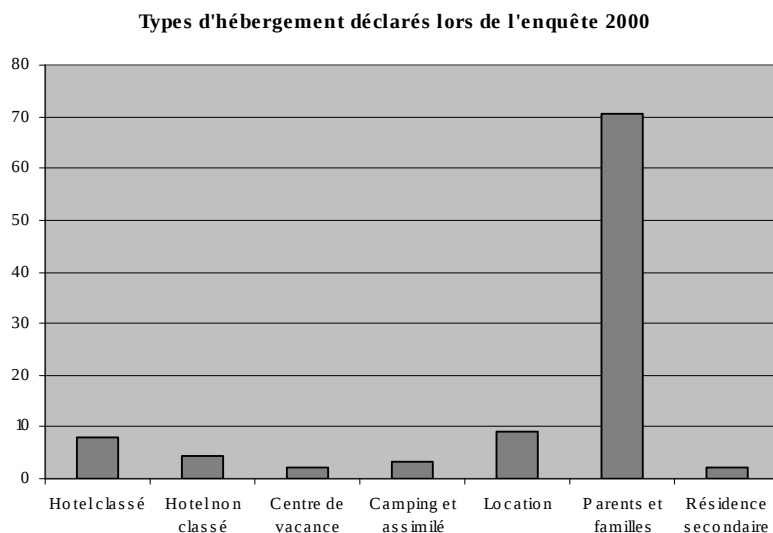


Figure 2 : Types d'hébergements déclarés lors de l'enquête 2000

3. Le tourisme des Marocains est à prédominance balnéaire

L'une des caractéristiques les plus frappantes, car la plus paradoxale, du tourisme marocain, est la généralisation à toutes les couches de la société, du tourisme balnéaire. Contrairement à ce qu'on pouvait attendre d'une société où la religion, la culture et la pression sociale désapprouvent l'ensemble des pratiques accompagnant la fréquentation des plages, on assiste aujourd'hui à une accélération dans l'adoption des plaisirs de la mer. Cette véritable «révolution» dans les mœurs n'est pas toujours aisée à expliquer.

3.1 Une véritable révolution dans les rapports du Marocain avec la mer

La conscience collective a entretenu dans les siècles passés un sentiment d'appréhension vis-à-vis du littoral

Deux visions s'opposent quant à l'interprétation des relations des Marocains avec la mer en général et le littoral en particulier. Une première vision, de type colonial, présentait autrefois les Marocains comme un peuple plutôt allergique à la mer et tournant le dos à celle-ci (MONTAGNE, 1923)³. D'après une explication plus récente et qui se présente, en quelque sorte, comme une réaction contre

³ C'est ainsi que, d'après M. Brunot (La mer dans les traditions et les industries maritimes à Rabat et Salé [non date]), que cite R. Montagne: « la vie maritime de Salé, si intense au XVIIème siècle, n'a été qu'un accident passager provoqué par des étrangers », alors que A. Bernard (sans références) cité par le même auteur, pense que « les Berbères, ont toujours été de piètres navigateurs, l'eau n'est pas leur élément, ils en ont peur ». R. Montagne, enfin, écrit: « Les Marocains n'aiment pas la mer, n'y connaissent rien, l'Atlantique leur inspire une frayeur profonde » (R. Montagne, 1923).

la première, « la mer a plutôt (...) profondément modelé leur histoire » (FERHAT, 1979 et MEKOUAR, 1986). Des liens étroits ont existé entre le Maroc et le bassin méditerranéen dès la Haute Antiquité et pendant tout le Moyen Age.

En fait si, durant les siècles passés, les peuples du Maghreb ont su tirer profit de la mer grâce notamment au rôle d'intermédiaire qu'ils ont joué entre l'Afrique d'une part et les ports européens de la Méditerranée d'autre part, à partir du XVI^{ème} siècle, la côte devient une zone répulsive. Les tentatives d'implantation sur ce littoral des Portugais et des Espagnols la transforment en une ligne défensive. « Pendant longtemps, les pays maghrébins ont tourné le dos à la mer qui leur avait amené la plupart des envahisseurs, tout au long de l'histoire, des ports, comptoirs commerciaux, commandaient le débouché des voies terrestres, les puissances européennes les ont longtemps contrôlés ou les ont utilisés comme têtes de ponts ou bases de conquêtes » (MAURER, 1985). Ces têtes de ponts où les Européens ont réussi parfois à se maintenir pendant de longues périodes (Mazagan, Azemmour, Safi, Asilah, etc.), ont fait du littoral, pendant les siècles suivants, un espace de confrontation et non une base de contacts et d'échanges.

Mais on ne peut pas lier cette répulsion vis-à-vis du littoral, qui s'est installée au cours des siècles derniers dans l'esprit des Marocains, à ce seul sentiment de peur d'origine historique. L'influence de la religion et de la culture s'est opposée à la diffusion précoce du loisir balnéaire. La religion musulmane n'admet pas, pour les deux sexes et surtout pour les femmes, la découverte en public de certaines parties du corps. Elle désapprouve également la promiscuité entre hommes et femmes. La ségrégation entre les sexes - au niveau de l'utilisation de l'espace - qui en résulte va à l'encontre des pratiques balnéaires qui supposent des conduites exactement à l'opposé de ces préceptes. Par la réglementation des rapports humains, religion et culture ont donc joué un rôle d'inhibition des comportements de loisirs balnéaires. Pour toutes ces raisons, la conscience collective a entretenu vis-à-vis du littoral et de la plage un sentiment d'appréhension.

Traditionnellement pourtant, les bains de mer ne sont pas absents de la vie de la société marocaine. Ils apparaissent néanmoins comme des pratiques rituelles et non comme une recherche des plaisirs de l'eau (BERRIANE, 1990). Quand les bains de mer ont fait leur apparition, ils étaient plus discrets qu'aujourd'hui et se faisait loin des regards. Une jeune femme d'Azemmour (40 ans) nous a relaté les conditions dans lesquelles elle fréquentait, à 7 ans, la plage de la ville (distance d'un Km environ) :

« A la belle saison, on se rendait deux à trois fois à la mer. Cela se passait le plus souvent le vendredi. Ma mère étant encore *hajba*, c'est à dire qu'elle n'avait pas encore le droit de sortir du domicile conjugal, et mon père organisant ses sorties avec ses amis, c'était ma grand-mère qui nous accompagnait, moi et mes trois frères. Ma sœur aînée, ayant atteint l'âge de la puberté, n'avait plus droit à ces sorties. On se levait le matin tôt, car il fallait effectuer le déplacement à pied (qui durait entre 3/4 d'heure et une heure) dans l'obscurité et arriver sur la plage au lever du jour. Nos provisions se réduisaient à une bouteille d'eau potable et à un pain (parfois sucré). Arrivées au bord de l'eau avec quelques autres familles qui se tenaient assez loin les unes des autres, on se déshabillait sous le regard et avec l'aide de la grand-mère pour rentrer deux ou trois fois dans l'eau froide, s'essuyer et se rhabiller. Après avoir mangé un bout de pain et bu l'eau de la bouteille, celle-ci était remplie d'eau de mer que nous ramenions à notre mère restée à la maison. Le retour devait se faire aussi vite que l'aller, car notre père était là en train de guetter le moindre retard : il fallait être à table pour le petit déjeuner. ».

Plus tard lorsque la fréquentation des plages par les Marocains devint plus régulière, elle se faisait parfois dans le respect de la séparation des sexes⁴ et lorsqu'enfin la promiscuité devint la règle, les familles veillaient à se tenir le plus loin possible de la foule pour suivre le jeu des enfants, seuls autorisés à rentrer dans l'eau⁵. Jusqu'à la fin des années 60 il était interdit à ces derniers - même lorsqu'ils étaient de sexe masculin- de se rendre seuls à la plage de peur des noyades.

Vers la fin des années 1960, la société marocaine redécouvre la mer et lève progressivement tous les tabous

Suite à l'introduction du loisir balnéaire sous sa forme moderne par la colonisation, la fréquentation des plages par la population marocaine commence timidement dès le début des années 1960. Mais elle était avant tout le fait de jeunes qui s'y rendaient en groupes, parfois contre le gré de leurs parents. Puis, petit à petit, les classes aisées, motorisées et plus réceptives aux modèles étrangers, commencèrent à fréquenter certaines plages peu touchées par la foule des jeunes aux moyens limités. Vers la fin des années 1960, on assista à un véritable déferlement sur les plages de la part d'une foule dense et variée quant à ses origines sociales. La généralisation des plaisirs de la mer à toutes les couches sociales et à toutes les régions s'accélère alors, au cours des deux décennies suivantes et on est aujourd'hui en présence d'un véritable phénomène de masse.

Les destinations balnéaires ne constituent toutefois pas l'unique forme de tourisme que pratiquent les Marocains. D'autres formes ajoutent à la diversité des styles touristiques. Faute de statistiques, il n'est malheureusement pas possible de suivre l'évolution de cette demande dans le temps.

Mais s'il s'avère difficile de suivre l'évolution dans le temps des différentes formes de tourisme pratiquées, nous pouvons constater l'importance des destinations littorales au cours des 10 dernières années. Nous avons regroupé, dans cette catégorie, les stations balnéaires mais aussi les villes côtières. Avec 67% des séjours touristiques en 1985, et un pourcentage toujours supérieur à 50% depuis 1977, les stations et villes balnéaires concentrent la majorité des estivants. Ramené à notre estimation des départs au cours de l'été qui est de 3.000.000, ce taux signifierait qu'un peu plus de deux millions d'estivants se concentrent chaque été sur différents points du littoral. En 1982, un comptage rapide mené par nos soins (par lettre) auprès des autorités locales de toutes les communes littorales nous a fourni le chiffre global et estimatif de 1.000.000 d'estivants qui auraient séjourné au bord de la mer au cours du seul mois d'août. Cet engouement pour les plaisirs de la mer s'est maintenu depuis et la récente enquête effectuée en 2000 pour le compte du Ministère du Tourisme a confirmé ces chiffres.

Ce qui frappe dans l'attraction balnéaire c'est sa généralisation aux habitants de toutes les régions - qu'elles soient intérieures ou côtières- et à toutes les couches de la société urbaine. Les sites littoraux fréquentés offrent un grand choix, allant de la station aménagée selon des normes internationales à la plage encore vierge, objet d'une occupation sauvage.

⁴ « Il n'y a pas si longtemps, la plage de Rabat était réservée par alternance un jour aux hommes, un jour aux femmes » (M. Belfquih, 1978).

⁵ « A Temara-plage ou ailleurs, on pouvait naguère admirer le spectacle de ces familles nombreuses qui descendaient silencieusement de leur voiture pour venir s'asseoir sur le sable face à la mer en s'abritant du soleil par de grands parasols multicolores. Impatients, seuls les petits enfants et le fils aîné, accompagné d'un cousin, se mettaient en tenue de bain » (M. Belfquih, 1978).

3.2 Essai d'explication de la diffusion du loisir balnéaire

Les raisons du développement du tourisme balnéaire sont diverses. Si les transformations récentes de la société sous l'effet d'éléments exogènes, mais aussi de facteurs endogènes, interviennent pour l'essentiel dans cette explication, les rapports à la tradition ne lui sont pas étrangers.

En dépit de tous les blocages, à la fois, religieux et culturels, on peut se demander si la société urbaine marocaine traditionnelle ne présentait pas quelques prédispositions à adopter ce type de tourisme. La bourgeoisie des anciennes capitales de l'intérieur comme Fès et Marrakech avait déjà une tradition récréative qui se traduisait par des déplacements en dehors de la ville. Cette bourgeoisie, surtout celle de Fès, a pris l'habitude de fuir de temps en temps cette ville où « une tradition vigoureuse réglait presque tous les actes de la vie sociale (...) et où la règle stricte ne favorisait pas la spontanéité » (LE TOURNEAU, 1965)⁶. Arrivés sur d'autres lieux, où la contrainte citadine de la ville est absente, cette population n'est plus tenue par les règles sociales empreintes de formalisme qui sont nécessaires, lorsqu'elle réside à Fès, pour sauver les apparences.

D'où une libération relative des mœurs, et une certaine réaction contre les pesanteurs de la pression sociale de tous les jours. Cet affranchissement temporaire s'accommode bien des pratiques balnéaires. Les évasions vers les villes côtières (El Jadida, Essaouira, Asilah et Tanger), au climat frais et clément, commencent dès le début du siècle sans qu'elles soient liées obligatoirement à la fréquentation des plages. Elles s'expliquent aussi par les fortes chaleurs estivales des cites intérieures. Mais la classe bourgeoisie sera la première à emboîter le pas aux Français de la colonisation pour s'évader de la ville vers l'atmosphère assez libérale de la plage.

Le type de séjours balnéaire qui prédomine le plus souvent de nos jours correspond au style récréatif qui prévalait autrefois parmi la bourgeoisie citadine. Population nonchalante, celle-ci recherchait avant tout des loisirs passifs où l'effort physique était absent (LE TOURNEAU, 1965). De ce fait, on n'est pas surpris, aujourd'hui, par la faiblesse de la diffusion, parmi les classes supérieure et moyenne, des séjours de montagne qui supposent un certain effort physique. Par contre, si les jeunes réservent une partie de leurs séjours au bord de la mer aux plaisirs de la plage - y compris les sports-, les moins jeunes consacrent la quasi-totalité du séjour à de longs moments de passivité ponctués de réceptions qui ne vont pas sans bonne chère ou de veillées familiales où l'effort physique n'est pas de mise. En fin de compte, on retrouve sans grand-peine, dans ces séjours balnéaires, les *nzaha* (ou délassements) d'autrefois qui avaient lieu dans les jardins et vergers de la banlieue ou à l'intérieur des remparts et au cours desquelles on se reposait à l'ombre des arbres en dégustant des plats de fête et en se plaisant dans un certain laisser-aller.

Mais si les sorties traditionnelles ont su récupérer et adopter la fréquentation de la plage, celle-ci reste avant tout une pratique qui a été importée de l'extérieur en même temps que le modèle de comportement et de consommation international. Cette habitude fait partie des signes extérieurs des profondes mutations affectant la société marocaine.

⁶ « Elle [la règle stricte] habille les hommes d'un vêtement uniforme, les rend perpétuellement attentifs à leur moindres gestes. A Fès, on est sans cesse sur le qui-vivre, inquiet de soi-même... A la longue tant de retenus fatigue, bien des Fassi ne font pas mystère qu'ils se lassent parfois de leur cité, ceux qui le peuvent la quittent pour un temps, vont s'épanouir ailleurs » (Le Tourneau, 1965, page 253).

Le rôle joué par la colonisation a été décisif et ce facteur est essentiel pour comprendre la fréquentation privilégiée de certaines plages comme, par exemple, celle de Moulay Bou Selham par les habitants de Meknès et ceux des villes du Gharb. Les mêmes habitudes développées par les colons du Saïs et du Gharb se maintiennent de nos jours. Le tourisme international qui se projette de plus en plus sur le littoral a lancé d'autres plages et contribue également à la diffusion des habitudes balnéaires. Tous les autres facteurs qui ont abouti à la transformation de la cellule familiale citadine et à l'installation de nouveaux rapports entre ses membres ont convergé vers une libération des mœurs. Les mass-media, enfin, diffusent directement ou indirectement, en la valorisant, l'image du loisir balnéaire et des plaisirs de l'eau.

Mais les transformations récentes de la société et de l'espace marocains, ce sont aussi les bouleversements qui affectent la vie urbaine. La croissance urbaine sur le plan spatial, prive les principales villes de cette ceinture verte qui était faite de *jnane* et de jardins et où convergeaient chaque vendredi des familles ou des groupes pour des *nzaha* qui pouvaient durer jusqu'à une semaine. Aujourd'hui, ces citadins étouffent, en quelque sorte, à la suite du recul de cette banlieue maraîchère. Ne pouvant plus se diriger vers les jardins environnants, et les transformations sociales et médiatiques aidant, ces évasions se tournent vers la plage. Or, celle-ci est aussi le produit touristique le plus accessible pour toutes les classes sociales. L'aspect économique est, en effet, assez déterminant dans ce choix. A la limite, la mer peut se prêter à une utilisation sans aucune transformation ni le moindre aménagement. Le cas extrême est fourni par ces plages vierges où séjournent gratuitement des personnes dans des campings rudimentaires. Ce qui est recherché, dans ces cas, c'est un cadre naturel qui se prête à un séjour plus ou moins long rompant avec la vie quotidienne. Parfois, les installations nécessaires sont assez simples et ne nécessitent pas des investissements élevés, de ce fait, le séjour demeure sans grands frais et à la portée de tout le monde. La baisse relative, dès les années 1980 parmi les ménages des classes supérieures, de la part du littoral dans l'ensemble des destinations touristiques, renforce cette idée. Cette dernière catégorie sociale⁷ a séjourné pour 63% au bord de la mer contre 70% pour les classes moyennes, 69% pour les membres des secteurs traditionnel et inférieur et 80% pour les émigrés marocains à l'étranger⁸. La faiblesse du pourcentage des séjours à la mer pour les représentants des classes supérieures est liée à l'augmentation des sorties à l'étranger - ce qui est évident -, mais aussi à une préférence de plus en plus marquée pour les séjours en montagne.

Cette tendance à privilégier le séjour au bord de la mer s'oppose à une demande internationale qui est partagée entre le balnéaire et le culturel. Nous avons en effet, mis en évidence⁹, ce balancement entre les deux produits qui s'explique en partie par la coexistence d'une part d'une demande internationale contrôlée par les TO et recherchée par les ambitieux projets en gestation et qui est basée avant tout sur le balnéaire avec un alibi culturel et d'autre part une forte demande quasi-spontanée relayée par une offre elle-même plus ou moins spontanée et qui est à la recherche de niches de découverte culturelle.

⁷ Pour les définitions des catégories sociales utilisées tout le long de cette analyse, voir Berriane, 1992, *Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc, étude géographique*, Publications de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Rabat, Série Thèse et Mémoires, n° 16.

⁸ Selon les résultats de nos enquêtes au cours de la décennie 1980 (voir Berriane, 1992 et 1993)

⁹ Cf. infra, deuxième partie

4. Les conduites touristiques des Marocains : ni traditionnelles ni modernes

Pour décrire les moments forts du séjour touristique, il convient de distinguer deux catégories de ménages: une minorité occidentalisée qui organise et vit son séjour selon le modèle européen et la majorité des estivants, dont les conduites touristiques ne sont « ni modernes, ni traditionnelles ».

4.1. La majorité occidentalisée organise et vit son séjour d'une façon plus ou moins fidèle à un modèle importé

Cette catégorie d'estivants recoupe les classes dominantes ainsi que les strates supérieures des classes moyennes. Le dénominateur commun, entre ces ménages issus de deux groupes sociaux différents et hétérogènes, est la taille du ménage et son indépendance vis-à-vis de la famille élargie. Leur niveau social fait que les familles ne dépassent pas 3 à 4 membres et peuvent partir seules en vacances.

Les modes d'hébergement les plus recherchés sont l'hôtel, la résidence touristique et, dans une moindre mesure, le village de vacances de type « Club Méditerranée ». Ces touristes possèdent de plus en plus des résidences secondaires, mais s'adressent aussi au camping classé. Dans certains cas, ils peuvent avoir recours à la location chez l'habitant, mais ils le font alors dans des quartiers de standing pour de longues périodes et en occupant des demeures que leur laisse en totalité le propriétaire.

Lorsqu'ils fréquentent le camping, ils ne le font pas pour des raisons financières en recherchant un mode d'hébergement bon marché, comme c'est le cas de la majorité des campeurs marocains. Le séjour en camping est recherché « pour son caractère sportif, la possibilité qu'il offre pour rompre avec le quotidien et pour redécouvrir la nature. »¹⁰. Résider sous une tente peut s'interpréter dans certains cas comme une forme de snobisme qui explique l'acquisition d'un matériel de camping, moderne, coûteux, parfois inutile et qu'on prend bien soin d'afficher.

Le séjour à l'hôtel de 3 ou 4 étoiles, comprend surtout la fréquentation de la piscine où l'on se mêle à la foule des touristes étrangers. Que ce soit à l'hôtel ou sur le camping, la famille sort volontiers. Des repas sont pris dans les restaurants de la station. On fréquente les établissements d'animation nocturne quand ils existent et on organise des escapades accompagnées de pique-niques.

La durée moyenne du séjour est assez courte. Dans l'hôtellerie classée elle est à peine de 2 jours et demi. Dans les autres moyens d'hébergement, il arrive qu'elle dépasse la semaine. Mais les séjours sont fractionnés et nombreux. Ils sont en moyenne au nombre de deux à trois par saison, dans des lieux différents. De ce fait, la durée annuelle des séjours en vacances demeure assez longue.

La façon dont se déroulent les séjours de vacances de cette minorité est, en fin de compte, peu différente du modèle européen, que ces ménages entrevoient à travers les comportements du touriste étranger ou à travers les médias. Ils disposent de plus d'occasions de rencontrer des touristes étrangers, mais ne constitue qu'une minorité car l'essentiel de ces ménages projette ses besoins en tourisme à l'étranger.

¹⁰ Extrait d'interview.

Ceci est loin d'être le cas de la majorité des estivants marocains dont le comportement nous semble mériter plus de développements.

4.2 La majorité des Marocains en séjour touristique a des conduites qui ne sont ni traditionnelles, ni modernes

Le cadre de vie

Ce qui frappe tout d'abord l'observateur habitué aux séjours touristiques des estivants européens, c'est la tendance qu'ont les Marocains à recréer, sur le lieu de séjour, leur cadre de vie de tous les jours.

Les déplacements sur les sites des vacances sont de véritables déménagements, au cours desquels on transfère son mobilier et tout ce qui l'accompagne. Les moyens de transport les plus utilisés pour ces déplacements sont, à cet égard, assez significatifs. Si un peu moins de la moitié de nos enquêtés (47,1%) se sont déplacés en utilisant les moyens de transport en commun, plus de 11% ont utilisé des véhicules utilitaires (petites camionnettes, poids lourds). Parmi les moyens de transport en commun, le train, lorsqu'il dessert la région souhaitée, est préféré. Train et véhicules utilitaires permettent le transfert sur le lieu du séjour de tout le nécessaire pour recréer ce cadre de vie. Sur le camping, chaque famille dresse plusieurs tentes, qui sont autant de pièces à différents usages. Une véritable cuisine est aménagée, avec la cuisinière qui a été apportée ainsi qu'une bonne partie de la vaisselle et des ustensiles. Une autre tente, servant de salle de séjour et de chambre à coucher, est meublée selon le modèle du salon marocain. Des banquettes de mousse sont disposées autour d'une natte en plastique qui remplace le tapis. Au milieu, une table ronde recouverte d'une nappe brodée, supporte un bouquet de fleur en plastique. Dans un coin de cette tente principale, l'incontournable poste de télévision, qu'alimente une batterie, trône sur une autre table. Dehors et dans ce qui tient lieu de patio au milieu des 2 ou 3 tentes, des fauteuils servent à recevoir d'éventuels visiteurs ou aux interminables parties de cartes ou de jeux de dame auxquels se livrent les hommes en fin d'après-midi. Légèrement en retrait, les femmes sont occupées à leurs travaux manuels: couture et broderie¹¹. Ces efforts pour recréer le foyer vont jusqu'à la reconstitution de la maison, lorsque la place le permet. Il arrive ainsi que le groupe en vacances délimite un espace, le plus vaste possible, en l'entourant d'une haie faite de roseaux.¹² A l'intérieur de cet enclos, qui rappelle parfois la maison rurale des plaines atlantiques, différentes pièces sont aménagées autour d'une courette.

Quelques éléments explicatifs peuvent être avancés ici, à titre d'hypothèses, pour expliquer ce comportement.

- Contrairement aux autres modes d'hébergement, le séjour en camping dure plus longtemps. En se basant sur les déclarations des enquêtés, nous estimons la durée moyenne de séjour à 22 jours¹³. Nous avons rencontré des ménages qui ont séjourné sur des plages jusqu'à deux ou trois mois. Pour une si longue durée un minimum de confort est probablement nécessaire.

¹¹ Nous avons noté parfois la présence de la grande machine à coudre ou à broder qui accompagne la femme et ses filles sur le lieu de vacances.

¹² Sur certains sites, dans le Nord notamment, des artisans s'installent sur place pour fournir, sur commande, des panneaux faits en roseaux tressés.

¹³ Lorsque nous interrogeons les séjours dans l'hôtellerie, qui sont plus courts, cette durée moyenne est ramenée à 15 jours.

- Le campeur marocain moyen est loin de ressembler à son homologue européen que certains auteurs assimilent au nomade: déplacements entre la maison et différents points qui sont les aires de camping, adoption d'une forme d'habitation mobile et discours de liberté et de retour à la nature. Dans sa mobilité, le campeur marocain choisit d'être plutôt sédentaire. Il aménage son campement de façon confortable pour s'y sentir comme chez lui. Son déplacement se fait entre deux points fixes qui sont la maison et le camping. Il ne circule pas selon un itinéraire donné que ponctuent différents arrêts. Les analogies entre ce déplacement et les installations qui l'accompagnent d'une part et ce que nous avons relevé lors du pèlerinage collectif au *moussem* d'autre part sont nombreuses (BERRIANE, 1990, 1992, 1993).

- La raison de cette situation peut être aussi d'ordre matériel. En effet, pour pouvoir pratiquer le camping moderne tel qu'il est conçu en Europe, il faut disposer d'équipements appropriés. Le campeur européen dispose de tout l'équipement de la maison miniaturisé et gadgétisé à l'extrême. La voiture particulière est pratiquement indispensable pour le camping et a été adaptée à ses exigences. De ce fait tout en prétendant redécouvrir la nature, le campeur ne redécouvre en fin de compte que le confort domestique. Or, le Marocain ne dispose ni de moyens de transport individuels et adaptés ni de toute cette panoplie d'équipements qu'offre la société de consommation. De ce fait, il se déplace-en faisant appel au transport en commun-avec son confort domestique, grandeur nature, sur le lieu du séjour touristique sédentaire où l'ambiance qui est recrée rappelle aussi celle régnant sur le campement du *moussem*.

Une atmosphère de fête et d'opulence

Cette atmosphère décrite sur le *moussem* (Berriane, 1992) se retrouve également sur les campings balnéaires. Elle est moins intense, mais dure plus longtemps. Elle est cependant moins perceptible dans les quartiers de cabanons et de résidence en dur. Le regroupement de familles et d'amis crée une animation qui est dans ce cas tout à fait spontanée. Mais celle-ci peut être aussi entretenue grâce aux fêtes foraines qui s'installent pour une durée de deux à trois mois ou à l'occasion de la « Quinzaine touristique » que prennent en charge les collectivités locales.

Les dépenses des ménages se trouvent multipliées par deux, trois ou plus selon les catégories sociales; l'augmentation la plus forte est le fait des ménages de conditions modestes. Ayant fait quelques économies, ces ménages profitent de ce court séjour au bord de la mer pour oublier les privations de tous les jours. L'existence d'un port de pêche permet l'achat, directement auprès du pêcheur de poisson frais, aliment qui a déjà déserté et depuis longtemps le couffin de la ménagère en temps normal. La viande est consommée presque quotidiennement, bien qu'en petites quantités et les fruits ne manquent pas au cours de l'été. Tout ceci nous renvoie à une inversion déjà soulevée sur le *moussem* où la sobriété du régime alimentaire de la vie courante cède la place à une certaine opulence.

À côté des denrées alimentaires, on a tendance à acheter différents objets qui seront ramenés à la maison: Quincaillerie, friperie, petits appareils électro-ménages, radios-cassettes, etc. Dans les stations du Nord (Tanger et surtout sur la côte de Tétouan), les articles de contrebande d'origine espagnole sont l'un des attraits les plus évidents du séjour et expliquent en partie le gonflement des flux vers cette destination. Le soir venu, les trottoirs et terrains vagues sont occupés par une

multitude de marchands ambulants. Là aussi, l'analogie avec le « *barouk* »¹⁴ rapporté du *moussem* est frappante¹⁵.

Les dépenses des ménages sur les lieux de vacances, soulignent cette tendance, toute relative certes, à la consommation. En nous basant sur les résultats de nos diverses enquêtes sur les lieux de séjour, nous estimons la dépense moyenne par ménage et par séjour à 3.300 dirhams. La durée moyenne de séjour étant de 22 jours et la taille moyenne du ménage de 6,2 personnes, nous parvenons à une dépense moyenne par personne et par jour de 24 dirhams, soit 720 dirhams par mois de séjour. Ces dépenses en périodes de vacances sont donc très supérieures à celles de la vie de tous les jours (enquête consommation et dépenses). En outre, le revenu mensuel moyen des ménages estivants étant de l'ordre de 2500 dh, la dépense en période de vacances est également supérieure à ce revenu (4400 dh) de quelques 76%. Dans leurs évaluations de la dépense des touristes marocains à Tanger, les auteurs du S.D.A.U.¹⁶ estiment pour leur part que celle-ci est supérieure au revenu d'au moins 50%¹⁷.

Il apparaît donc que, dans tous les cas, la dépense sur les lieux de séjour dépasse largement et le revenu du ménage (de 50 à 70%) et les dépenses sur le lieu de résidence permanente (de 40 à 70%). Ceci confirme nos observations sur la tendance des ménages à consommer davantage au cours du séjour touristique. Toutes proportions gardées, cette tendance est plus forte chez les ménages les plus démunis, où les privations au cours de l'année sont les plus élevées. Lorsque le revenu ne permet pas de dégager l'épargne nécessaire à ce séjour dépensier, on n'hésite pas à s'endetter pour financer ces jours de fête. Tout se passe, en effet, comme si les deux ou trois semaines de séjour au bord de la mer étaient mises à profit pour bien vivre et ne manquer de rien. On peut s'interroger aussi sur le rôle d'habitudes héritées de la fréquentation des *mousssem* durant lesquels les repas copieux témoignaient de la *baraka* du saint¹⁸. Pris en groupes, ces repas avaient un caractère de communion et renforçaient les liens entre les commensaux. Dépenses alimentaires et dépenses en achats de souvenirs (aujourd'hui) et de *barouk* (hier) auraient ainsi un caractère symbolique et une valeur sociale puisqu'elles contribuent à la reproduction du groupe.

La vie quotidienne: des attitudes ambivalentes

Il apparaît, en fin de compte, que le tourisme tel qu'il est pratiqué par la majorité des Marocains est la résultante d'une interpénétration complexe d'éléments hérités de la tradition et d'apports récents issus le plus souvent de modèles importés.

Le fait même d'aller séjourner au bord de la mer (apport extérieur), mais selon des pratiques plus ou moins héritées de la tradition du *moussem*, est l'exemple le plus évident de cette situation. Il en résulte une coexistence entre différents types de comportements qui, parfois, conduisent à une véritable ambivalence. Cette ambivalence se retrouve dans différentes attitudes que nous présentons à travers deux situations sélectionnées.

¹⁴ Souvenirs ramenés d'un *moussem*, supposés être imprégnés de la bénédiction (*Baraka* qui donne *Barouk*) du saint autour duquel se tient le rassemblement

¹⁵ On ne manque pas, en effet de rapporter du Nord quelques tablettes de chocolat et des sucreries d'origine espagnole pour les parents et amis restés à la maison.

¹⁶ Schéma Directeur d'Aménagement Urbain.

¹⁷ Tous ces chiffres sont à considérer avec la valeur du DH au cours des années 1980

¹⁸ « Plus un repas rassasié de monde, plus il contient de *baraka* » (F. Reysoo, 1988).

La première concerne la situation de la femme. Le rôle de la femme dans la diffusion de la demande en départs touristiques est à souligner. Elle est dans certains cas un personnage central dans la prise de décision et elle participe de plus en plus au financement. Aussi peut-on se demander si ce rôle peut se prolonger par une émancipation de la femme et une liberté d'action, du moins sur le lieu du séjour. Le conjoint masculin, en situation de campeur, participe davantage aux tâches quotidiennes qu'au domicile permanent. Mais un choix s'opère rapidement et toutes les tâches ménagères les plus dépréciées et les plus contraignantes sont réservées à la femme. Celle-ci, venue pour se reposer et se distraire, n'a pas une minute de liberté. Le travail de cuisine, déjà accaparant en temps normal, le devient davantage en période de vacances, car nous l'avons vu, les repas occupent une grande place dans le séjour. Pendant ce temps, l'homme, lorsqu'il aide, assimile les tâches quotidiennes qu'il prend en charge à des jeux ou à des loisirs. En définitive, tout en s'inscrivant dans une situation perçue comme moderne et positive, les relations du couple changent peu.

La seconde a trait aux nouvelles relations qui s'installent entre les membres de la famille. Il nous est arrivé d'observer des situations assez paradoxales comme celle décrite ci-dessous et qui n'est pas l'exception:

La famille possède un cabanon à Moulay Bou Selham qu'elle a racheté à un ancien colon du Saïs; Elle y estive depuis une dizaine d'années. Le père (commerçant en tissus à Méknès) et la mère (femme au foyer) approchent la soixantaine. Le fils aîné (40 ans) est artisan. Deux jeunes filles (18 et 20 ans) sont employées l'une dans le secteur bancaire et l'autre dans l'enseignement. La famille comprend trois autres enfants encore lycéens. La mère descend rarement à la plage, passant l'essentiel de la journée dans la cuisine en compagnie de la bonne. Le père fait volontiers quelques promenades au bord de la mer, mais de préférence en fin d'après-midi, lorsque la plupart des baigneurs sont remontés. Il est absent pendant une grande partie du séjour- qui dure en moyenne deux mois- pour surveiller son commerce et ne vient qu'une fois tous les dix à quinze jours. Lorsque le père est présent, il reçoit de temps à autres un à deux amis de même âge, qui le rejoignent sur la terrasse du cabanon dont la vue donne directement sur la plage bondée de baigneurs des deux sexes. Là, ils passent des heures entières à réciter des versets du Coran et à discuter de religion. Pendant ce temps et en contrebas, les deux filles aînées, en bikini de la dernière mode, se mêlent avec des amis à la foule des baigneurs. Lorsqu'elles remontent, elles prennent leur douche sur le gazon de la terrasse à proximité du père et ses compagnons. Le fils aîné, par contre, désapprouve ce manque de gêne et exige plus de retenue quand il est présent. La famille le soupçonne de sympathiser avec le mouvement intégriste.

Ces types de comportements qui coexistent ici au sein de la famille, en fonction de l'âge, du sexe et du niveau intellectuel, sont parfois difficiles à comprendre. Tel est le cas dans l'exemple du père et du fils aîné qui, appartenant à deux générations différentes, auraient dû avoir deux comportements totalement opposés à ce que nous livre la description. Cette coexistence de deux types de comportements ne se limite pas uniquement à la famille; elle peut concerner la même génération d'âge et parfois le même individu devenant, ainsi une véritable ambivalence. C'est le cas, par exemple, de la femme qui passe la journée sur la plage, en maillot de bain et dans une promiscuité totale pour - en fin d'après-midi- s'habiller, se voiler et aller visiter le mausolée de Moulay Bou Selham dans un profond recueillement. L'environnement immédiat du marabout est d'ailleurs sévèrement défendu, puisqu'il est interdit de s'en approcher ou d'y pénétrer en maillot de bain. Mais le mausolée étant situé directement au bord de la lagune, plage qu'occupent les baigneurs, ceux-ci arrivent à quelques mètres de celui-ci, sans que cela n'entraîne la moindre protestation.

Arrivés à ce stade de l'analyse, on est tenté par le désir d'effectuer des comparaisons avec les pratiques des touristes étrangers, ce qui est extrêmement difficile dans la mesure où les uns sont chez eux, alors que les autres sont en situation de voyageurs venus de loin. Cependant, ces styles et pratiques touristiques des Marocains sont loin d'être spécifiques à cette société et se retrouvent dans

d'autres sociétés méditerranéennes mêmes sur les rives nord. En France et en Espagne, des manifestations religieuses ou collectives (les Saintes Maries de la mer, les Pardons bretons, les fêtes des vendanges et des moissons) rappellent bien les *moussems* marocains avec leurs aspects ludiques et leur rôle dans le développement des pratiques touristiques. Bien que se distinguant par de nombreuses caractéristiques qui soulignent sa spécificité, le tourisme des Marocains révèle également certains comportements que l'on retrouve dans d'autres aires culturelles, en particulier dans les sociétés occidentales. Même si les attitudes, les motivations et les relations humaines sont particulières à chaque société, nous retrouvons les mêmes habitudes de regroupement, par exemple, en Espagne et en France. Dans ce dernier pays, le cas de la maison accueillant l'été la famille élargie est très fréquent (**Cribler**, 1969). Serait-ce là un trait des sociétés méditerranéennes ? De même, la manière de vivre le séjour au **bord de la** mer qui se manifeste par le déménagement sur le lieu des vacances de nombreux objets et la reconstitution **de** la maison soit sous la tente soit dans la caravane, s'observe, semble-t-il, souvent en **France**, chez les familles d'origine modeste et **particulièrement** sur les sites littoraux. Sommes-nous là plutôt en présence de comportements de classe rencontrés tout autour du bassin méditerranéen ? Des recherches comparatives entre les différentes sociétés sont ici nécessaires.

5. Les évolutions des préférences spatiales : le partage de l'espace

La prise en compte des statistiques que produit le Ministère du Tourisme¹⁹ permet de suivre l'évolution géographique de la fréquentation des hôtels par les nationaux et de la rapporter à celle des touristes étrangers. Une comparaison de la situation qui prévalait au cours des années 1980 à travers les nuitées hôtelières de 1988 et de la situation des années 2000 à travers les données de l'enquête de 2000 et les nuitées hôtelières de 2008 servira à repérer ces éventuelles évolutions.

5.1. Au cours des années 1980 on relevait un net partage de l'espace touristique entre visiteurs internationaux et vacanciers marocains

Ceci est d'abord attesté par la répartition géographique des nuitées hôtelières des deux clientèles. Les lieux de séjour qui recevaient l'essentiel des flux au cours des années 1980 n'étaient pas tout à fait les mêmes pour les Marocains et les touristes étrangers. Agadir, Marrakech et Tanger étaient, certes, les villes les plus fréquentées à cette époque aussi bien par les nationaux que par les visiteurs étrangers, mais, alors que pour ces derniers, c'est Agadir qui arrivait en tête, suivie de Marrakech, Tanger puis Casablanca, les Marocains plaçaient Casablanca en tête suivie de Marrakech, Tanger et enfin Agadir. Notons que pour la cinquième position les visiteurs étrangers préfèrent Fès et les Marocains Tétouan (Tableau 4 et figure 3).

Soulignons aussi la relative diffusion des nuitées nationales par rapport à une forte concentration de celles revenant aux touristes étrangers. Les quatre destinations les plus fréquentées au niveau des nuitées hôtelières par les Marocains, Casablanca, Marrakech, Tanger et Agadir recevaient 54% du total de ces nuitées. Par contre les touristes étrangers réservaient 76,3% de leurs nuitées aux quatre destinations précitées, alors que les deux villes d'Agadir et de Marrakech concentraient à elles seules plus de la moitié (56,4%) de la fréquentation.

¹⁹ Nous adressons nos vifs remerciements aux responsables de la Direction de la Planification et de la Coordination de la Promotion relevant du Ministère du Tourisme pour leur aide précieuse à ce sujet.

Mais cette première esquisse d'une géographie des séjours touristiques ne concerne que les séjours ayant lieu dans les formes d'hébergement commerciales tels que hôtels, villages de vacances et résidences touristiques homologuées. Lorsque l'on prend en compte les autres modes d'hébergement comme le logement chez les parents et amis ou la location chez l'habitant, la situation change sensiblement. Les réponses recueillies par le biais d'une enquête principale menée sur les lieux de résidence (BERRIANE, 1992) à la question « Où avez-vous passé vos vacances de l'été 1985 ? » modifient quelque peu ces préférences spatiales et soulignent une prédominance à l'époque des destinations du Nord du pays chez les Marocains.

Tableau 4 - Nuitées hôtelières nationales et internationales dans les principales destinations touristiques au cours de la décennie 1980

Provinces	1988			
	Interne		International	
	Effectifs	%	Effectifs	%
Casablanca	287.948	16,3	867.831	9,9
Marrakech	248.108	14,0	1.740.208	19,8
Tanger	230.802	13,1	881.350	10,0
Agadir	201.465	11,4	3.215.016	36,6
Tétouan	186.006	10,5	316.896	3,6
Rabat-Salé	138.617	7,8	329.330	3,7
Fès	118.959	6,7	425.784	4,8
Ouarzazate	10.300	0,6	294.542	3,3
Sous total	1.422.205	80,5	8.070.957	91,9
Total	1.766.521	100	8.782.262	100

Sources : Statistiques du Ministère du Tourisme

La concentration spatiale apparaît encore moins forte que pour les nuitées hôtelières: 6 provinces cumulent 55,4 % des déclarations. Nous retrouvons en tête de liste les mêmes villes que dégageaient les statistiques hôtelières; cependant l'ordre du classement change. Tétouan qui occupait la 5ème position - loin derrière Casablanca, Agadir, Marrakech et Tanger- pour les séjours hôteliers, arrive en deuxième position des destinations, suivie de Tanger, El Jadida, Agadir et Casablanca. Des villes comme El Jadida, Essaouira, Ifrane et Al Hoceima, absentes ou timidement présentes dans les données du Ministère, émergent du lot à travers les résultats de l'enquête.

En combinant les données de cette enquête avec celles des nuitées hôtelières nous pouvons dresser la liste des principales destinations touristiques des Marocains.

- En prenons en compte la part revenant à l'Oriental et représentant en fait, pour l'essentiel, des séjours au bord de la Méditerranée (Saïdia et les nombreuses plages des provinces d'Oujda et de Nador), **le littoral Nord, avec 30 % des séjours déclarés, apparaissait à l'époque comme le principal pôle récepteur des flux touristiques nationaux.** Tanger a été depuis longtemps un lieu de vacances privilégié et une destination classique des habitants de l'intérieur. Le littoral de Tétouan connaît encore aujourd'hui une rapide urbanisation due aux diverses implantations touristiques destinées à la clientèle nationale. Les multiples criques des provinces de Chefchaouen et d'Al Hoceima reçoivent chaque été des milliers de campeurs. Quant aux côtes de la province de Nador et la station de Saïdia, elles étaient et sont toujours l'exutoire naturel des habitants de l'Oriental.

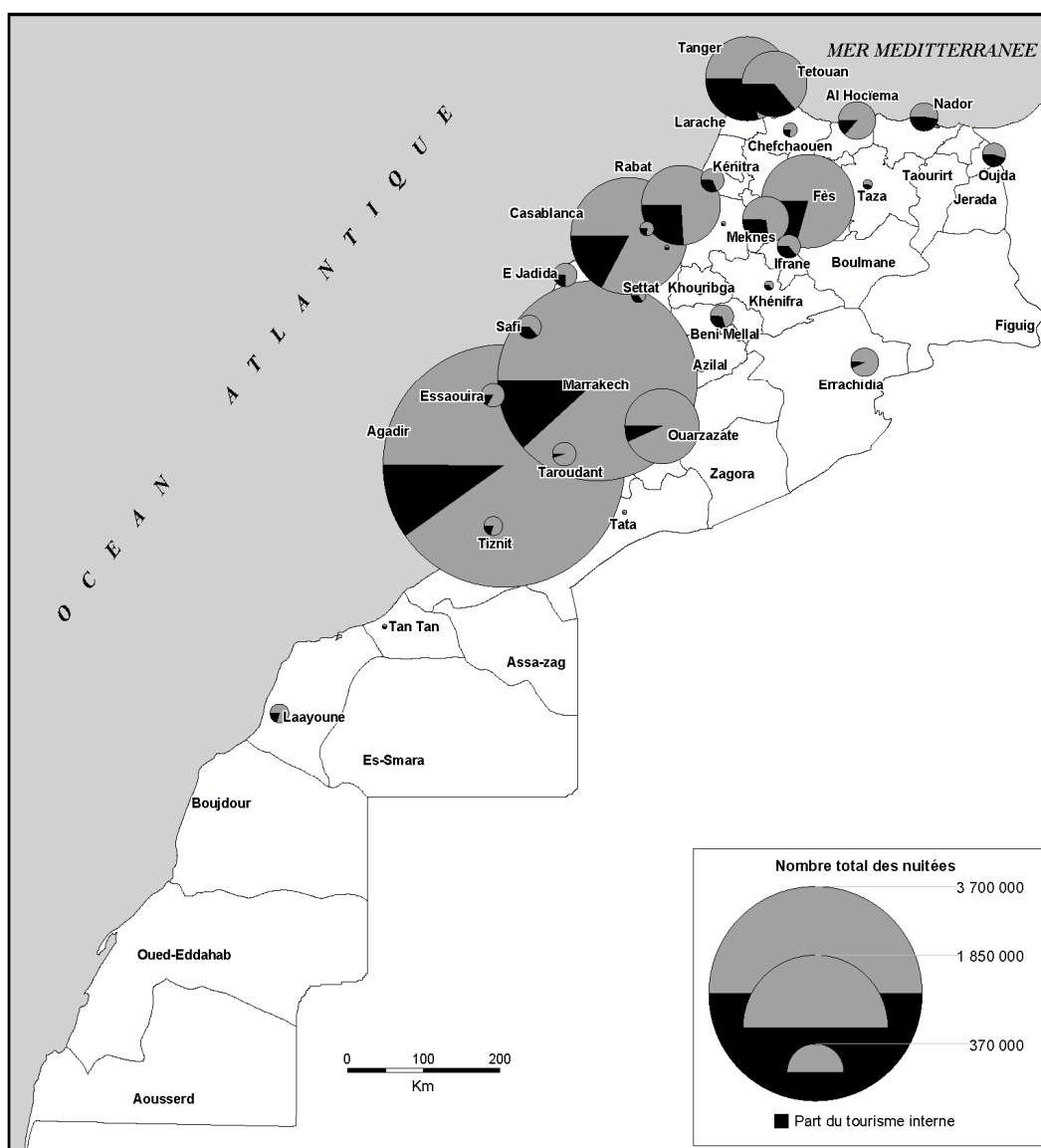


Figure 3: Part en pourcentage des nuitées des Marocains dans le total des nuitées hôtelières vers la décennie 1980 (1988)

- Le littoral Atlantique Nord suivait de près la Méditerranée. De Moulay Bou Selham au Nord à El Jadida au Sud, plusieurs stations anciennes ou récentes accueillait les citadins de l'axe atlantique et ceux des villes de l'intérieur. L'ouverture de l'autoroute Casablanca-Tanger a augmenté les flux vers la station du Gharb. Les deux capitales, Rabat et Casablanca, exercent une fascination certaine sur les habitants des autres villes. La ville d'El Jadida, au poids relativement faible dans le total des nuitées hôtelières, passe à la quatrième place des séjours touristiques grâce à un flux traditionnel issu de Marrakech, mais aussi à des flux plus récents dont l'origine se trouve dans les centres urbains du Plateau des Phosphates et du périmètre irrigué du Tadla.

- L'Atlantique Sud, la première destination du tourisme international, occupait au cours des années 1980 la troisième place parmi les régions les plus visitées par les nationaux. Tout en étant d'accès difficile - à la fois pour des raisons géographiques, mais aussi financières -, Agadir restait assez attractif pour ceux qui en ont les moyens. L'affirmation du tourisme international expliquait en grande partie cette fascination/répulsion pour la capitale du Sud. Mais Essaouira constituait déjà à l'époque, pour l'Atlantique Sud, l'équivalent d'El Jadida pour l'Atlantique Nord. L'ouverture d'un aéroport desservi par un vol intérieur et la création de plusieurs festivals culturels annonçaient le renforcement de la place de cette ville dans l'armature des destinations du tourisme intérieur.
- Dans l'intérieur, Marrakech d'un côté et l'ensemble Fès-Meknès de l'autre, arrivaient assez loin derrière le littoral. La question posée dans notre questionnaire portant sur les lieux de vacances au cours de l'été pouvait expliquer la faible place qu'accordaient les réponses à ces deux destinations, peu fréquentées en pleine saison de canicule. Les nuitées hôtelières, étalées sur toute l'année, accordaient à ces villes des pourcentages plus élevés, mais ne modifiaient pas pour autant leurs places dans le classement.
- Il faut noter la relative attraction du Moyen Atlas sur les touristes marocains. Cette destination, héritée de l'époque coloniale, continue à drainer une part non négligeable des touristes. Alors qu'elles reçoivent en plein hiver une clientèle issue des milieux aisés, Ifrane et Immouzer voient leur fréquentation se démocratiser au cours des mois d'été.
- Le Sud intérieur, enfin, semblait ne jouer aucun rôle, aussi bien au niveau des nuitées qu'à travers les déclarations des enquêtés relatives aux séjours de 1985. Il était pratiquement absent de l'espace touristique des nationaux !

En dernière analyse, les régions les plus recherchées par les touristes nationaux soulignaient la spécificité du tourisme marocain au cours des années 1980. **Un partage assez net de l'espace touristique semblait s'instaurer entre d'une part les vacanciers nationaux et d'autre part les visiteurs étrangers. Les premiers se réservaient (ou récupéraient) de plus en plus le Nord du pays (Tanger et la côte méditerranéenne), l'axe atlantique compris entre Asilah et El Jadida, et secondairement, le Moyen Atlas d'Ifrane. Les seconds investissaient avant tout les destinations méridionales avec Agadir, Marrakech et le Sud intérieur.** Au sein de l'ensemble des lieux de séjours des touristes marocains, les villes petites et moyennes occupaient une place remarquable. En leur ajoutant les stations isolées des grands centres urbains, ces villes ont totalisé d'après les déclarations de nos enquêtés 51,8 % des séjours de l'été 1985. En effet, alors que le touriste international, même lorsqu'il éprouve le besoin de s'isoler, se dirigeait avant tout vers les grandes villes (Agadir, Marrakech, Tanger), les petites villes, les villes moyennes et divers petits autres centres étaient les réceptacles d'une partie non négligeable des flux du tourisme interne qui émanaient principalement des grandes agglomérations.

5.2. A propos des ségrégations socio-spatiales des années 1980

Différentes raisons expliquaient ce partage du Maroc entre les deux clientèles. Outre le système des aires de plaisance des différentes villes, sur lequel nous ne pouvons nous étendre ici, il faut retenir les effets de la structure régionale des moyens d'hébergement, ceux des retours sur les lieux d'origine et les effets directs et indirects du tourisme international lui-même.

Rappelons en effet que la structure de l'hôtellerie marocaine avantage encore aujourd'hui les catégories de luxe au dépend des catégories inférieures et moyennes (Tableau 2). Or, qu'elle appartienne aux ménages aisés ou qu'elle soit issue des classes moyennes, la clientèle marocaine est doublement écartée de ce mode d'hébergement. En effet, si les structures d'accueil de haut standing sont hors de portée financière de la clientèle marocaine moyenne²⁰, l'hôtel classique ne convient pas culturellement aux ménages marocains lorsque ceux-ci ont les moyens de prétendre y séjourner. Les résidences touristiques et les villages de vacances répondent mieux aux attentes des touristes marocains, surtout pour les séjours qui s'effectuent en familles, mais sont peu représentés.

Or, la répartition régionale des différentes catégories d'hébergement est assez déséquilibrée (Figure 4). D'un côté Agadir, Marrakech, le Sud intérieur se font remarquer par la prédominance des établissements de luxe destinés aux touristes étrangers. De l'autre côté, des régions comme le Moyen Atlas, l'Oriental, et dans une moindre mesure Tanger et Tétouan attirent l'attention par la place importante qu'y occupent les catégories d'hébergement inférieures. La comparaison de Tanger et de Tétouan d'un côté avec Agadir et Marrakech de l'autre, est assez significative à cet égard. La situation n'est pas amenée à changer de façon considérable, suite aux choix retenus dans le cadre du Plan Azur et des actions accompagnant la relance du tourisme jusqu'à l'horizon 2010. Nous pouvons supposer que le touriste marocain aura plus facilement accès aux régions dotées de moyens d'hébergements non homologués ou classés dans les catégories inférieures. Inversement il sera plus ou moins écarté des régions équipées avant tout en hôtellerie de luxe. Enfin, lorsque ses moyens lui permettent d'aborder les structures d'hébergement classées il aura tendance à privilégier les régions équipées en résidences touristiques (Agadir) ou en Village de Vacances (littoral de Tétouan).

Mais la réalité est loin d'être aussi simple. L'intervention des autres modes d'hébergement de type informel (location chez l'habitant, séjour chez des amis et parents, utilisation du camping), peut modifier ce schéma en augmentant la part des ménages les moins aisés dans les régions où nous ne les attendions pas. En effet, pour comprendre une part des flux que reçoivent certaines destinations il faut faire appel à un élément explicatif qui relève plus du psycho-social que de l'attraction - réelle ou mythique - ou de l'accessibilité d'une région. Il s'agit de l'habitude relevée chez les néo-citadins de visiter régulièrement leurs régions d'origine à l'occasion d'un séjour touristique. Au total, presque le quart des habitants des villes enquêtées partis en vacances avaient migré au cours des étés de la décennie 1980 vers le lieu de naissance de l'un des deux conjoints. Outre le milieu rural, les villes petites et moyennes recevaient une part non négligeable de ses retours sur les lieux d'origine.

Il convient d'ajouter à ces éléments explicatifs l'effet du tourisme international. Ce dernier dont l'influence au niveau des pratiques se limite aux classes supérieures et à une partie des classes moyennes, intervient parfois de façon efficace pour promouvoir des régions auprès de ces mêmes classes. Mais tout en attirant des vacanciers marocains issus des classes aisées qui se plaisent à fréquenter les mêmes lieux que les étrangers, le tourisme international, en agissant sur le coût de la vie dans le sens d'une augmentation, refoule les estivants appartenant aux classes pauvres.

²⁰ Alors que par le biais des voyages organisés et en raison du poids des T.O qui obtiennent des prix très avantageux, ces mêmes hôtels sont à la portée des classes moyennes et même populaires européennes.

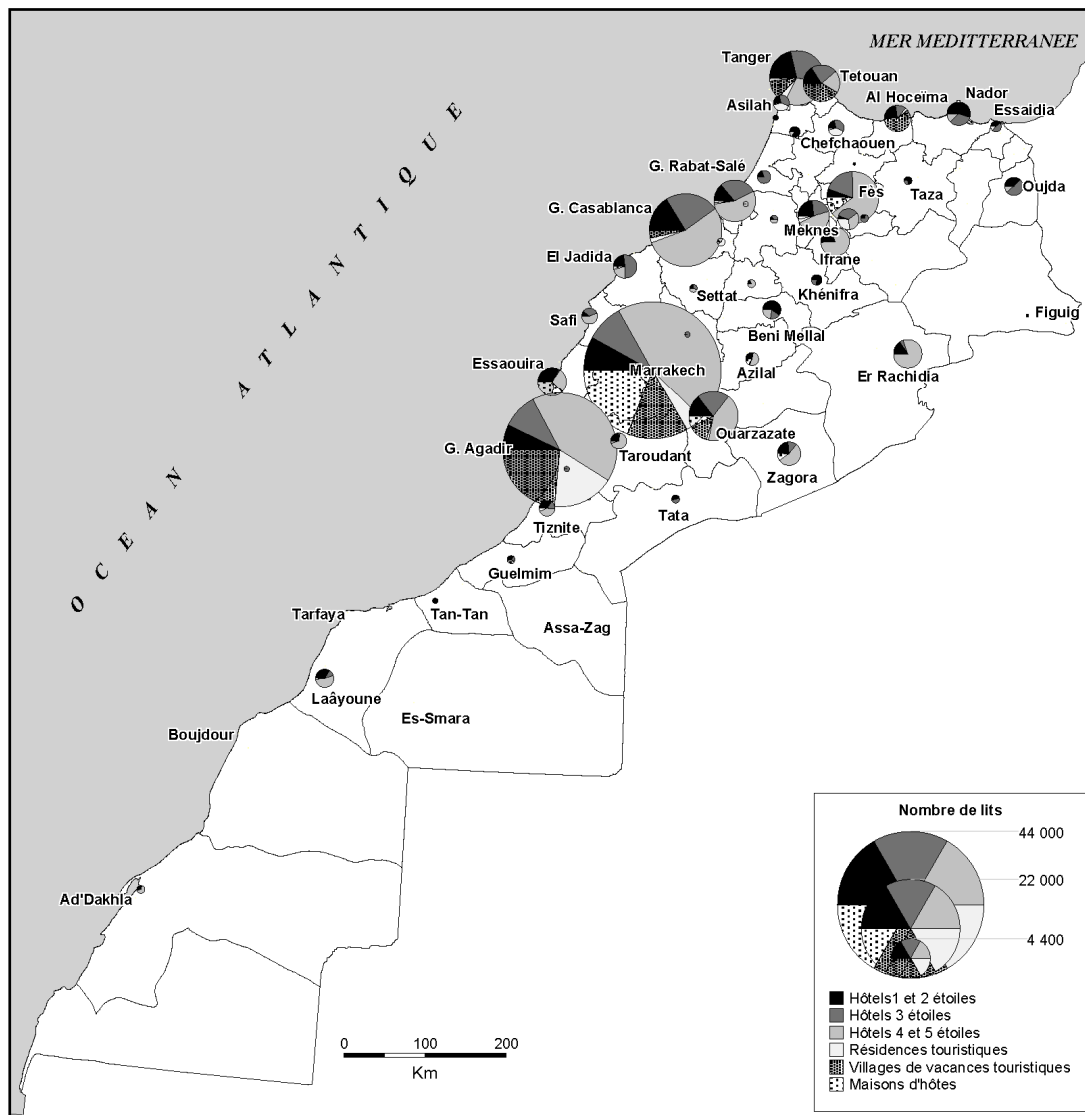


Figure 4 – Structures de l'hébergement hôtelier par destination (2008)

La combinaison de tous ces facteurs explique en partie les ségrégations socio-spatiales et le partage de l'espace touristique marocain entre nationaux et visiteurs étrangers qu'on pouvait aisément observer au cours des années 1980. Le poids écrasant des catégories d'hébergement destinées au tourisme international, souvent accompagné par une forte présence de ce dernier, détourne les flux internes et les filtre. N'arrivent alors que les classes supérieures et les classes moyennes, attirées par la promotion de la région, mais aussi parce que pouvant à la fois accéder aux moyens d'hébergement et supporter un coût de la vie extrêmement élevé. Mais dès que des moyens d'hébergement accessibles aux autres catégories sociales sont disponibles, à la suite, par exemple, d'une offre émanant de la population locale (location) ou de solutions improvisées par les touristes

eux-mêmes (camping sauvage), les flux se démocratisent. Ce processus était observable avant tout sur les sites non touchés - ou abandonnés - par le tourisme international, comme les côtes atlantique et méditerranéenne occidentale.

Retenons, enfin, la complémentarité assez remarquable qui se dessinait entre les deux tourisms. Comme pour compenser l'absence ou le départ des touristes étrangers de certaines destinations, la demande interne est toujours là pour occuper le vide laissé.

5.3. Depuis la fin de la décennie 1990, les comportements spatiaux des Marocains en matière de tourisme tendent à rejoindre ceux des touristes étrangers

On note tout d'abord la tendance à la concentration spatiale **des nuitées hôtelières**. En 2008, les 4 premières destinations bénéficiaient de 75,7% du total des nuitées contre 72,7% en 1988. Mais ce mouvement s'explique plus par les comportements des touristes étrangers : en 1988, les 3 principales destinations des touristes étrangers (Marrakech, Agadir et Tanger) recevaient 66,4% des nuitées internationales, alors qu'en 2008 Agadir et Marrakech concentraient à elles seules 68% de ces nuitées. Bien que réelle, la concentration est moins perceptible chez les Marocains : Les 5 premières destinations (Casablanca, Marrakech, Tanger, Agadir et Tétouan) ont bénéficié de 65,3% des nuitées nationales en 1988 et de 63,9% de celles de 2008 (Tableau 5).

Bien qu'encore sensiblement différente de celle du tourisme international, la répartition spatiale des nuitées des Marocains a tendance à la rejoindre. En effet, outre la tendance à la concentration on relève un intéressant reclassement des destinations. Agadir et Marrakech se tiennent désormais en tête des destinations des Marocains, alors que Tanger arrive bien loin en troisième position et Tétouan voit sa part descendre sous la barre des 10%. Rappelons ici que les observations qui concernent la décennie 1980 donnaient la primauté au Nord sur le Sud.

Tableau 5 - Nuitées hôtelières nationales et internationales dans les principales destinations touristiques (2008) et lieux de séjours déclarés par les touristes marocains lors de l'enquête 2000

Province	Nuitées hôtelières internes		Lieux de séjours 2000	Nuitées hôtelières internationales			
	2008	1988		2008	1988		
	Effectifs	%		%			
Casablanca	305.877	9,0	16,3	5,4	1.162.905	8,9	9,9
Marrakech	756.302	22,3	14,0	26,3	4.817.227	36,8	19,8
Tanger	366.068	10,8	13,1	9,2	402.490	3,1	10,0
Agadir	575.086	16,9	11,4	27,0	4.078.071	31,2	36,6
Tétouan	165.955	4,9	10,5	2,5	182.044	1,4	3,6
Rabat-Salé	180.902	5,3	7,8	1,7	603.159	4,6	3,7
Fès	198.691	5,9	6,7	4,4	540.249	4,1	4,8
Ouarzazate	59.945	1,7	0,6	4,8	448.482	3,4	3,3
Sous total	2.608.826	76,8	80,5	81,3	12.234.627	93,6	91,9
Total	3.393.925	100	100	100	13.067.592	100	100

Sources : Statistiques du Ministère du Tourisme et Enquête « Tourisme intérieur »

L'analyse de la part des nuitées hôtelières marocaines dans le total des nuitées pour 2008 permet de dégager trois types de destinations (Figure 5) :

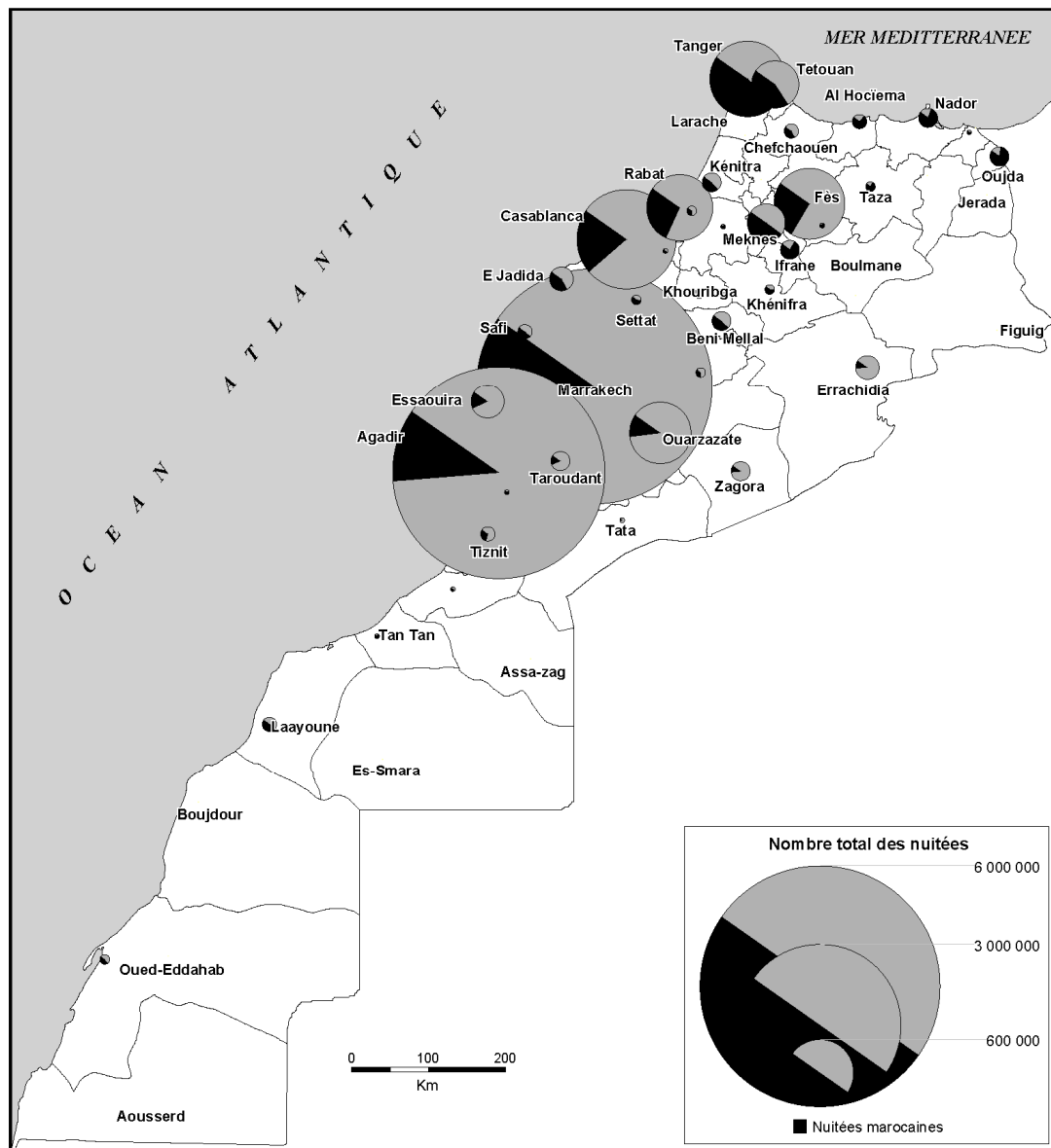


Figure 5. Part en pourcentage des nuitées des Marocains dans le total des nuitées hôtelières vers la fin de la décennie 2000 (2008)

- Des destinations où la clientèle marocaine, malgré son importance numérique, est submergée par le flux du tourisme international. Ce sont toutes les villes où la part en pourcentage des nuitées marocaines se tient au-dessous de 20%. Agadir, Marrakech, Ouarzazate, Errachidia, Essaouira peuvent être considérées comme les destinations surtout du tourisme international. La situation change néanmoins pendant la saison estivale, dans quelques-unes au moins de ces villes. C'est ainsi que la fréquentation des hôtels par les nationaux, assez faible au niveau de la moyenne annuelle, augmente sensiblement au cours des deux mois d'été à Agadir et Marrakech. L'audience de ces villes que le tourisme international a promues, en quelque sorte, parmi les nationaux et qui sont peu

fréquentées en été par la clientèle étrangère, explique cette augmentation estivale de la part de la clientèle nationale.

- Des destinations où la clientèle marocaine est comprise entre 50 et 100 %. Ces provinces attirent peu les visiteurs étrangers et les Marocains s'y dirigent pour des motifs autres que le tourisme. Exception faite pour Ifrane, destination incontestable du tourisme national, nous ne pouvons lier la forte présence des Marocains dans ces provinces à leur attractivité touristique, la fréquentation de ces hôtels renvoyant plutôt à d'autres motifs.

- Entre ces deux extrêmes, se situe un ensemble intermédiaire de destinations fréquentées à la fois par les deux clientèles. Dans ces villes qui attirent de plus en plus de Marocains, les étrangers ne sont pas présent trop massivement. Les nationaux procèdent parfois à des opérations de récupération de structures d'accueil prévues pour le tourisme international et qui pour diverses raisons ont été boudées par ce dernier : c'est le cas de Tanger, de Tétouan, d'Al Hoceïma. On peut ajouter à ce groupe les villes de Méknes, Chefchaouen, Rabat, etc.

Au niveau des ensembles régionaux, on peut relever à la fois des nuances entre les deux types de fréquentations et des évolutions dans le temps. Chez les Marocains, l'Atlantique Sud (Agadir et sa région), suivi de la Méditerranée (y compris la ville du détroit), de Marrakech et de l'Atlantique Nord sont désormais les régions les plus recherchées. Nous assistons là aussi à un reclassement par rapport à la période précédente et une tendance à l'alignement des Marocains sur les visiteurs étrangers.

Mais comme pour les années 1980, cette géographie des séjours touristiques ne concerne que les touristes qui s'adressent pour organiser leurs séjours aux formes d'hébergement commerciales. Pour prendre en compte **les autres modes d'hébergement**, nous faisons appel aux données de l'enquête « tourisme intérieur » menée pour le compte du Ministère du Tourisme en 2000 et à laquelle nous avons participé. Les résultats de cette enquête permettent l'actualisation des données collectées au cours des années 1980 par nous même. En s'adressant aux touristes potentiels sur leurs lieux de départ cette enquête ne se limite pas aux seuls touristes hébergés à l'hôtel et fournit des informations sur les villes émettrices de touristes et les lieux de séjours les plus fréquentés ainsi que les espaces touristiques des principaux foyers de départ des touristes dont nous livrons quelques exemples.

Les grandes villes se trouvent à l'origine de l'essentiel des déplacements enregistrant les taux de départ les plus élevés en relation avec leurs poids démographiques et économiques. Les villes du centre et du centre-sud sont en fait le principal réservoir de touristes : Casablanca, Rabat-Salé, Fès, Marrakech et Khouribga fournissent plus de la moitié des estivants (Figure 6).

Concernant les destinations (Figure 7), nous retrouvons en tête de liste les mêmes villes que dégageaient les statistiques hôtelières, avec Agadir et Marrakech en tête suivies de Tanger, alors que les autres destinations (Casablanca, Ouarzazate, Al Hoceïma, Ifrane, Fès, Essaouira et Tétouan) arrivent très loin derrière.

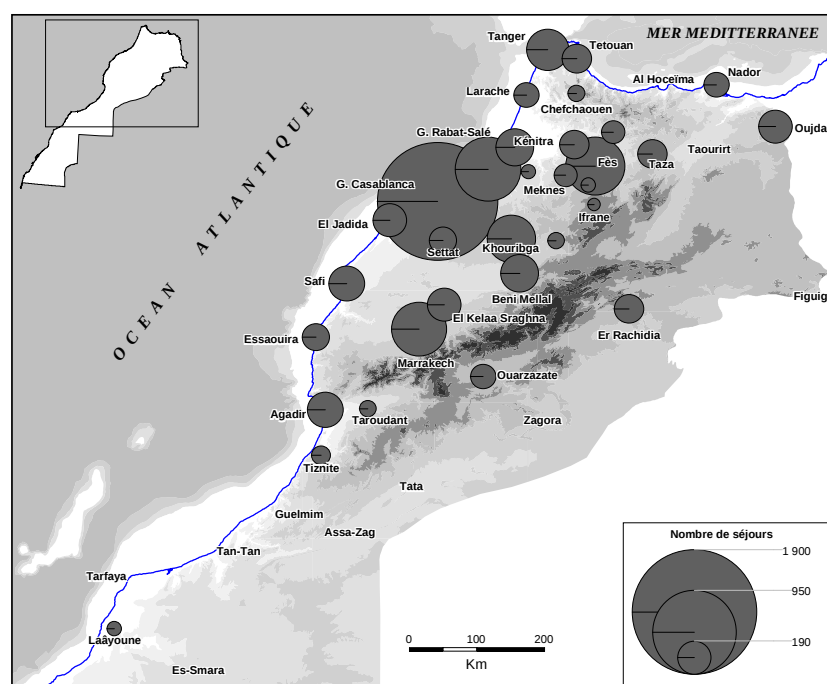


Figure 6 - Nombres de séjours déclarés par lieux de départ

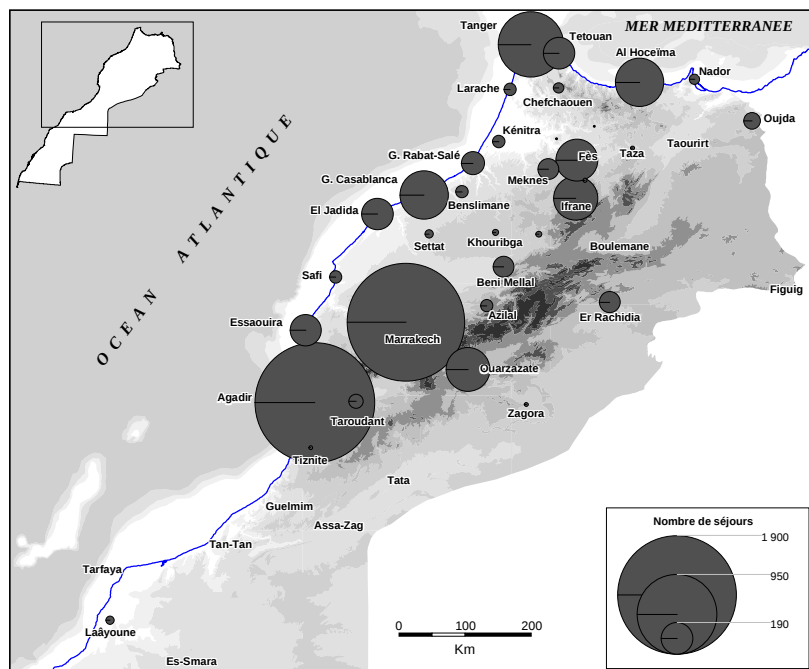


Figure 7 Nombres de séjours déclarés par lieux de séjour

En fait, la répartition des séjours touristiques est plus diffuse que ne le laissent apparaître les données de la carte dressée à l'échelle de la province. Le logement chez l'habitant (à la fois les visites des parents et amis et la location) ainsi que les terrains de camping improvisés ou équipés, élargissent le champ des flux touristiques nationaux à d'autres destinations. Mais le type d'hébergement le plus utilisé permet de distinguer, d'un côté des destinations touristiques enregistrant une fréquentation plus ou moins équilibrée des différents modes d'hébergement, et d'un autre côté des destinations où les visites familiales sont l'unique motif du voyage ou du retour.

Désormais les principales destinations touristiques des Marocains se présentent au cours des années 2000 comme suit (Tableau 5, page 151 et figure 7).

- Marrakech et Agadir occupent désormais la première place, ce qui est une nouveauté dans la mesure où au cours des années 1980, c'était le Nord et la Méditerranée qui se trouvaient en tête de liste, alors que les visiteurs étrangers se réservaient presque exclusivement les destinations méridionales (Agadir et Marrakech).
- Le littoral Nord et la Méditerranée arrivent en deuxième place chez les Marocains bien qu'ils soient boudés par les visiteurs étrangers. Tanger a été depuis longtemps un lieu de vacances privilégié et une destination classique des habitants de l'intérieur.
- L'ensemble Fès-Meknès maintient sa fascination sur les Marocains pour des raisons historiques et culturelles évidentes.
- Le Sud intérieur (Ouarzazate-Errachidia), enfin, joue encore un rôle négligeable auprès des nationaux mais a vu sa part augmenter sensiblement par rapport aux années 1980.

En fin de compte, les régions les plus recherchées par les touristes nationaux connaissent une dynamique assez surprenante avec un reclassement continu. Aujourd'hui et selon les données récentes à la fois des nuitées hôtelières (2008) et de l'enquête 2000, on observe un glissement de la demande des Marocains en voyages touristiques vers le sud. Cependant l'attraction des destinations septentrionales demeure.

En dernier analyse on peut tenter une typologie des destinations touristiques en les regroupant en trois ensembles :

- Des destinations **classiques ou presque exclusives des Marocains** : sur ces sites la présence du tourisme international a cédé le pas au tourisme national. La côte méditerranéenne et la baie de Tanger constituent ce qu'on pourrait appeler le balnéaire nord. Elle est complétée par la côte atlantique comprise entre Tanger et Rabat et celle située entre Azemmour et Essaouira. On peut ajouter à ces deux littoraux les banlieues de loisirs des grandes villes comme Rabat et Casablanca, les sources thermales et les moussem.
- Des destinations **où se côtoient touristes marocains et touristes étrangers**. Il s'agit des villes impériales comme Fès, Meknes et Marrakech, du balnéaire, surtout autour d'Agadir, et des destinations émergentes nouvellement découvertes par les deux clientèles comme Essaouira et Chefchaouene.
- Des destinations **presqu'exclusives du tourisme international** et où la présence des vacanciers marocains est encore timide à faible. C'est le cas des nouvelles niches émergentes comme la randonnée en montagne, le tourisme rural ou la découverte du désert.

Il est bien évident que ce reclassement incessant va perdurer suite notamment aux grandes opérations d'aménagement menées dans le cadre du Plan Azur et celle de moindre importance du plan Biladi. Ces nouveaux ressorts vont ouvrir de nouveaux littoraux aussi bien aux touristes étrangers qu'aux touristes marocains.

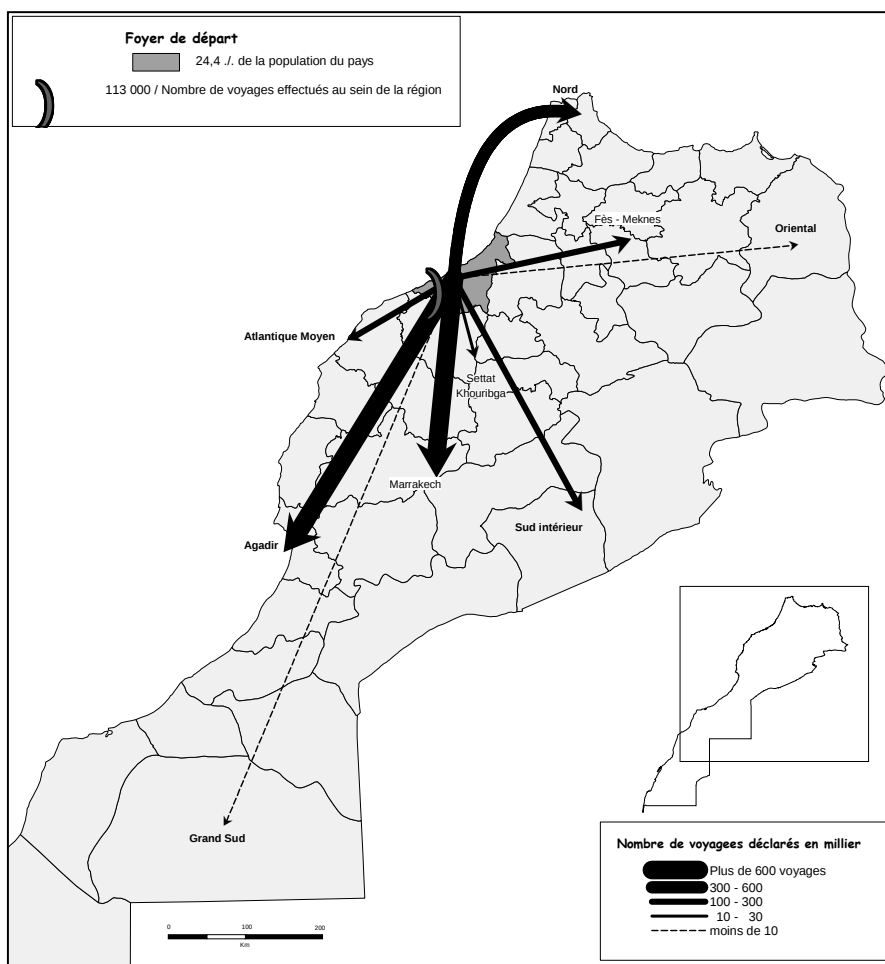


Figure 8 Lieux de voyages touristiques par grands foyers de départ : Casablanca – Rabat

Cette mouvance constatée dans les aires de plaisance et de tourisme des Marocains par rapport aux touristes internationaux peut être saisie à travers les aires de rayonnement touristique des villes. En effet si une organisation de l'espace touristique des villes commence à s'esquisser, chaque ville organisant autour d'elle une zone au sein de laquelle elle projette de façon préférentielle ses besoins en séjours touristiques, on remarque que les grands organismes urbains émettent aussi bien vers les destinations septentrionales que méridionales. Rabat - Casablanca (Figure 8) d'un côté et Marrakech et sa région (Figure 9) de l'autre, prises ici comme exemple, illustrent bien ces tendances. Ces deux pôles ont certes chacun une zone d'émission préférentielle : Marrakech est tournée beaucoup plus vers le sud que Casablanca – Rabat qui rayonne partout. Mais tous en ayant des zones d'émissions légèrement différentes, ces deux pôles irriguent aussi bien le Maroc nord, destination classique des

Marocains au cours des années 1980, que les stations et sites touristiques du sud, autrefois destinations presque exclusives des étrangers et aujourd'hui, nouvelles destinations des Marocains.

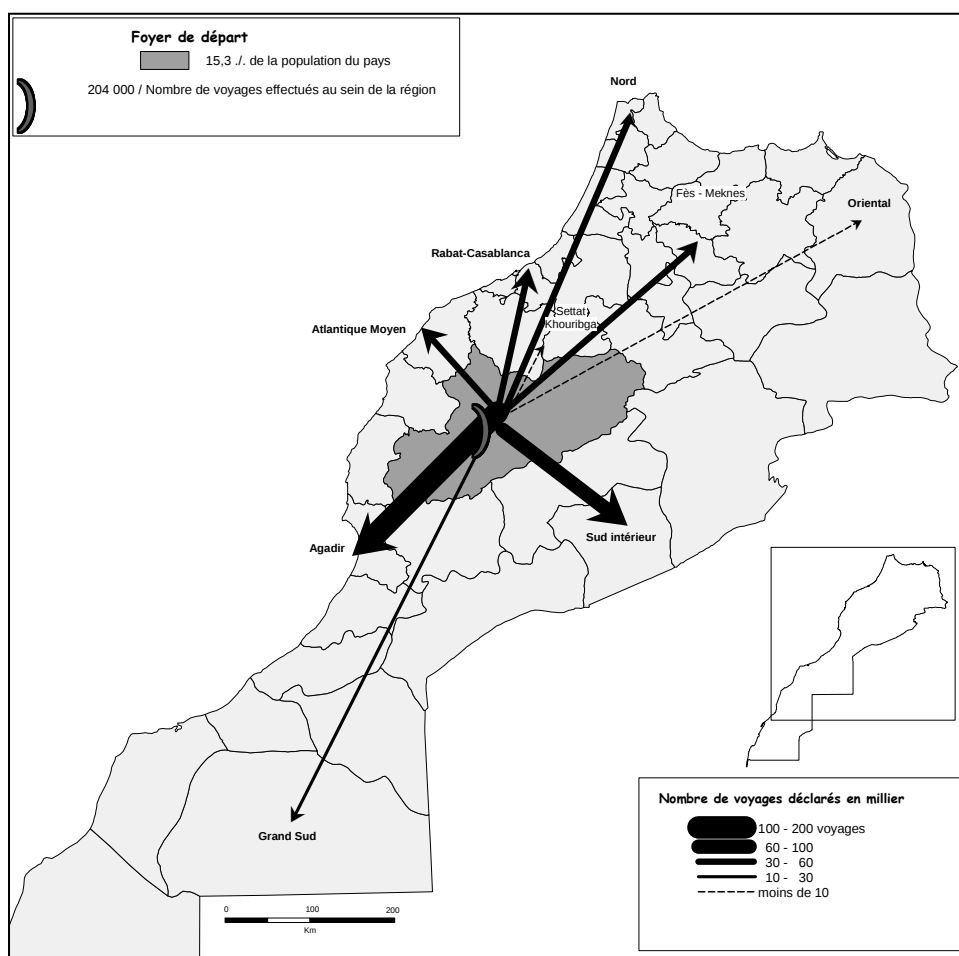


Figure 9 : Lieux de voyages touristiques par grands foyers de départ : Marrakech

5.4. Mimétisme, mais aussi stratégies des acteurs du tourisme expliquent ces nouveaux comportements spatiaux

En dernière analyse, on peut dire que la situation du Maroc aujourd'hui rappelle celle des pays européens au cours de la moitié du siècle dernier. Départs en familles, utilisation d'une offre en logements informelle et mode de commercialisation désuet. Les deux déclarations suivantes recueillies auprès de deux professionnels du tourisme résument bien cette situation : « *Au cours de ces trente dernières années, la politique du tourisme est tournée vers le tourisme international. Or, on découvre aujourd'hui que le tourisme intérieur représente une nouvelle demande, mais il n'y a pas d'offres conçues pour l'accueillir (...). Il n'existe pas non plus d'offres adaptées et celles qui existent ne sont pas au niveau de qualité recherchée. C'est le cas des hôtels non classés, des résidences et des campings.* » ; « *L'hôtel tel qu'il est conçu aujourd'hui ne correspond aucunement à cette demande. La règle est l'hébergement en villa. Ceux qui ne le peuvent pas se tournent vers le*

camping. Comme il existe peu de structures adéquates, on assiste à l'explosion du camping sauvage. La demande est très forte ».

Cependant les nouvelles tendances relevées dans les préférences spatiales des vacanciers marocains qui tendent à s'aligner sur la demande internationale, au niveau des destinations de leurs voyages de tourisme, annoncent des modifications dans leurs comportements touristiques. Le système touristique marocain, du moins d'un point de vue spatial, a aujourd'hui un fonctionnement assez complexe. Le tourisme interne y occupe une grande place et chaque crise qui affecte les arrivées du tourisme international met en évidence cette place.

Différents éléments peuvent être avancés pour expliquer cet alignement des comportements touristiques spatiaux des Marocains sur ceux diffusés par les visiteurs étrangers. En plus de l'effet de la diffusion de pratiques touristiques exogènes par le biais du tourisme international, nous assistons également à la conjugaison de stratégies multiples mais pas toujours concordantes et émanant de différents acteurs qui ne négligent plus cette composante socio-économique. L'analyse de ces stratégies constitue un thème novateur pour le cas du Maroc et permet justement d'avancer des éléments explicatifs de ces mutations dans la pratique du territoire par le biais du tourisme.

Les effets d'entraînement du tourisme international

Le tourisme international peut avoir tout d'abord un rôle d'entraînement en diffusant des habitudes et des pratiques touristiques exogènes tout en incitant parfois des groupes et individus au départ en voyage touristique. Mais son influence la plus voyante et la plus géographique se trouve ailleurs. C'est, nous semble-t-il, son rôle à lancer, promouvoir et valoriser de manière indirecte certaines destinations auprès des touristes nationaux qui a le plus de conséquences sur le plan géographique. Le succès sur le plan interne de villes ou stations comme Marrakech, Agadir, Essaouira, Ouarzazate et même Tanger, doit beaucoup à l'audience internationale de ces destinations. La mise en place d'une infrastructure d'accueil homologuée destinée initialement à répondre à la demande internationale incite aussi la clientèle marocaine à se diriger vers les lieux ayant reçu ces infrastructures. Ailleurs, la fréquentation de certains sites, non équipés, par de jeunes touristes européens itinérants, pratiquant le camping, attire également les jeunes marocains étudiants, lycéens ou autres.

L'un des effets les plus sensibles du tourisme international sur les espaces qu'il fréquente massivement, est l'augmentation du coût de la vie. Il peut, de ce fait, avoir comme conséquence directe l'élimination des catégories sociales moyennes et démunies des destinations qu'il investit le plus. Mais en même temps, la fréquentation privilégiée d'une station par le tourisme international, peut valoriser celle-ci aux yeux des catégories sociales supérieures du pays d'accueil: de nombreux ménages des classes supérieures de la ville de Marrakech ont progressivement abandonné El Jadida, destination classique de cette ville, au profit d'Agadir, principal pôle marocain du tourisme international.

Le lancement d'une station touristique moderne destinée au tourisme international se fait parfois au détriment des estivants marocains qui fréquentent le plus souvent en campeurs, des sites vierges encore disponibles. Ces sites découverts par les jeunes, les émigrés lors de leurs retours annuels au pays, les classes moyennes et les groupes transitionnels, une fois convoités par les aménageurs ou les investisseurs doivent être abandonnés par les premiers utilisateurs. Le tourisme international apparaît dans ces cas comme un redoutable concurrent du tourisme national.

Mais il arrive aussi que des structures d'accueil, programmées pour répondre aux besoins des visiteurs étrangers soient récupérées par les estivants nationaux. Plus encore, ces installations initiales servent de points d'appui à une urbanisation balnéaire dont profite essentiellement la clientèle interne. Les stations balnéaires aménagées au cours des années 1960 le long du littoral de Tétouan représentent une bonne illustration de ce processus. Aménagées avant tout pour recevoir le tourisme international, ces stations étaient longtemps connues par la prédominance de la gestion étrangère (Club Méditerranée). Mais suite à un échec de ces stations auprès du tourisme international sur lequel on ne peut s'arrêter ici, la plupart des unités d'hébergement produites ont été privatisées. Pratiquement tous les chantiers de la deuxième phase une fois lancés, furent accompagnés de campagnes publicitaires dans la presse et la radio et visant en grande partie le marché intérieur (cas de Soumaya-plage et de Marina-Smir). Le standing des réalisations est très variable, mais les prix sont parfois extrêmement élevés, surtout pour les produits haut de gamme. Ceci ne semble pas se répercuter sur la demande existante et le rythme des réalisations n'est pas pour autant ralenti. De ce fait, la demande touristique interne émanant des classes sociales supérieures et des classes moyennes a pu sauver les investissements initiaux effectués par la puissance publique dans les années 1960 et 1970. La côte méditerranéenne occidentale est désormais orientée vers l'accueil de la clientèle nationale. Les touristes étrangers se limitent aux seuls résidents des quelques villages de vacances comme le Club Méditerranée quant ils existent encore. Le remplacement de la première clientèle pour qui les projets ont été initialement programmés, par la deuxième qui s'implante de différentes manières est une donne qui a marqué le tourisme dans le Nord du Maroc au cours des années 1980 et 1990. Ce processus de "reconquête" du Nord s'est accompagné cependant de glissements regrettables vers des opérations immobilières, le tout se passant dans un climat de spéculation, et de recherche du profit facile et immédiat.

- Les collectivités locales : une opportunité pour générer une fiscalité locale

Cependant dès les années 1970, certaines collectivités locales avaient saisi l'intérêt de la demande nationale pour générer de nouvelles sources de revenus. A l'époque, l'attention des aménageurs et producteurs d'espaces touristiques était focalisée sur la seule demande internationale. La demande nationale quant elle émanait des classes supérieures remplaçait, on la vu, la clientèle internationale sur certaines destinations ou s'adressait aux structures d'hébergement commerciales créées pour la demande internationale. Lorsqu'elle était le fait des ménages populaires et aux moyens limités, cette demande interne se tournait vers les nombreux campings plus ou moins organisés ou faisait appel à l'hébergement chez les parents et amis. C'est dans ce contexte que, observant la montée du besoin en espaces balnéaires aménagés, des collectivités locales riveraines de l'Atlantique ou de la Méditerranée vont prendre des initiatives innovantes en lançant des aménagements de petites stations balnéaires répondant aux besoins particuliers des Marocains.

On peut distinguer entre deux types d'initiatives. Le premier est porté par des classes supérieures qui mettent en œuvre une série d'actions en gagnant l'appui des autorités locales et en les inscrivant dans les programmes portés par les collectivités locales. Le second est le fait de petites communes rurales qui cherchent à développer des activités pouvant générer des entrées d'argent pour alimenter leurs maigres budgets communaux. La station de Sidi Bouzid et celle de Sidi El Abed dans la région d'El Jadida illustrent ces deux types d'initiatives.

Nous avons à l'époque analysé ces deux opérations et la comparaison avait abouti aux enseignements suivants.

- Bien que conduits dans les mêmes circonstances, selon la même procédure et livrant sur le marché des lots de terrains de même valeur, les deux projets avaient débouché sur deux stations différentes quant au contenu social. Sidi Bouzid est la station par excellence de la classe supérieure et Sidi El Abed celle des classes moyennes. Il est par exemple significatif que le camping soit banni dans la première station, alors qu'il est toléré et même encouragé dans la seconde.

En fait, les buts visés par les deux opérations n'étaient pas les mêmes. A Sidi Bouzid, la classe dominante a cherché à s'aménager un lieu de vacances selon des normes de confort assez précises. Elle a utilisé les structures locales en réalisant une station dans le cadre communal tout en veillant à ce que la sélection des bénéficiaires soit assez rigoureuse. Le but premier n'était pas la recherche d'une mise en valeur du site susceptible d'un apport en recettes supplémentaires pour les finances locales; il s'agissait avant tout de satisfaire les besoins en loisirs et en tourisme de la classe aisée. A Sidi El Abed, l'initiative première est venue de la collectivité locale. En s'inspirant de ses voisins celle-ci voulait créer une activité économique supplémentaire. D'où l'importance du centre commercial et l'encouragement du camping: deux secteurs considérés comme ayant des retombées financières. L'aménagement n'a pas fait l'objet d'une recherche minutieuse et le contenu social de la future station n'était pas défini au préalable. On y a relevé une forte présence des classes moyennes : Enseignants d'El Jadida et de Casablanca et cadres moyens de l'administration à Rabat prédominant à côté de quelques notables de la région. Le camping communal, en particulier, est occupé en grande partie par des instituteurs et des jeunes inactifs originaires de la capitale économique et secondairement de Safi.

- Des opérations similaires se retrouvent dans d'autres communes. Lorsque celles-ci disposent d'une façade maritime qui se prête à une exploitation touristique (plage sableuse sauvage ou noyau d'occupation préexistant) les collectivités n'hésitent pas à se lancer dans des projets touristiques. Plusieurs projets de ce type on vu le jour sur la façade méditerranéenne. La plage de Steiha dans la province de Chefchaouène est l'équivalent de Sidi El Abed aussi bien sur le plan de l'initiative que sur celui des erreurs commises²¹. Un lotissement de résidences secondaires destinées aux cadres moyens de l'administration y a été créé au début des années 1980. Il a été implanté sur la plage alors que les collines du versant rifain constituaient un site remarquable, protégeant la plage et sauvegardant une belle vue sur la mer. Cette erreur d'aménagement a compromis la qualité du site et pose de sérieux problèmes d'assainissement.

- Ces opérations, lorsqu'elles ne visent pas les intérêts particuliers d'un groupe de privilégiés, sont une recherche de diversification des ressources communales. Depuis la Charte Communale de 1976 les communes sont considérées comme des « *Collectivités territoriales dotées de la personnalité morale et de l'autonomie financière* ». Or, la commune est loin d'avoir tous les moyens financiers nécessaires pour sauvegarder cette autonomie et par conséquent pour utiliser les pouvoirs qui lui sont reconnus dans la gestion de son espace. Les recettes des petites communes rurales se limitent généralement aux rentrées du souk hebdomadaire et à la location des boutiques communales. De ce fait, lorsqu'elle en a la possibilité, la commune rurale essaie de créer des stations touristiques s'apparentant aux centres urbains. Le lancement d'un lotissement balnéaire suppose, en effet, des rentrées fiscales comme l'impôt sur les terrains urbains, la taxe urbaine et diverses autres taxes

²¹ A Sidi El Abed, la falaise morte et son pied se prêtaient bien à l'implantation d'un habitat pavillonnaire en escalier dominant la plage mais en retrait par rapport au rivage. Or, le lotissement a été localisé en contrebas de la falaise sur la plage et en partie dans la cuvette interdunaire, ce qui génère de sérieux problèmes d'environnement.

(édilité, abattage, marchés, spectacles, etc..) et des recettes domaniales comme la location des marchés communaux, des piscines, des campings, des parkings, des logements communaux, etc.). D'où le désir des communes qui ont une façade côtière de supporter des investissements, parfois lourds, pour créer ces lotissements balnéaires. Mais ces communes sont confrontées à d'innombrables problèmes qui résultent de ces nouvelles activités: urbanisation sauvage, tourisme anarchique, erreurs d'aménagement aux conséquences irréversibles.

Aujourd'hui, nous sommes loin de ce type d'initiatives et l'Etat par le biais de divers plans a bel et bien initié une nouvelle génération de stations dont les porteurs ne sont pas les collectivités locales, mais des investisseurs - aménageurs - développeurs mobilisant des investissements lourds pour répondre aux attentes des touristes qu'ils soient nationaux ou internationaux.

La stratégie de l'Etat : d'un tourisme de compensation à une composante économique à part entière

Lorsqu'elle a été prise en compte officiellement (dès la fin des années 1980), la dimension interne du tourisme n'a été intégrée dans le système touristique que de manière incomplète et conjoncturelle : c'est pendant les saisons de baisse des arrivées et pendant les mauvaises années du tourisme international que le tourisme national était sollicité, soit par l'Etat, soit par les professionnels. Il est de ce fait traité comme complément ou comme moyen de compensation et non pour lui-même. Depuis, la place du tourisme intérieur au sein du système touristique marocain a évolué mais sans que pour cela une unanimité se dégage à ce sujet.

L'intérêt de l'Etat pour ce tourisme apparaît dès le milieu des années 1980 lorsque celui-ci impose aux professionnels des réductions à certaines conditions au profit des nationaux. Mais outre le fait que ces dispositions étaient mal connues par le public, les hôteliers s'arrangeaient parfois pour ne pas les appliquer. Il faut attendre la décennie suivante et le début des années 2000 pour enregistrer une prise de position nette en faveur de ce tourisme. C'est en effet suite au déclenchement de la guerre du Golfe que les hôteliers se sont trouvés confrontés à des annulations massives du tourisme international pour les saisons d'hiver et du printemps 1991. Devant cette absence subite du touriste étranger qui n'a pas répondu présent, les hôteliers se sont tournés vers la clientèle nationale qui était toujours dans l'attente d'actions promotionnelles spécifiques. Ils se sont rendu compte à cette occasion à quel point ils ignoraient tout des besoins et des attentes de cette clientèle qui se distinguait bien de la clientèle internationale. Ils se sont rendu surtout compte que les aménagements réalisés jusqu'alors répondaient peu à l'attente de la majorité des touristes nationaux. Il n'est pas étonnant à ce propos de relever que seuls les résidences touristiques conçues sous forme de studios dotés d'un coin - cuisine (Self catering) et implantées à Agadir, Marrakech ou Tanger faisaient la joie de ces touristes : ces structures sont adaptées au style touristique des Marocains qui comme on l'a vu arrivent en groupes ou en familles.

C'est pour cerner au mieux cette demande sur les plans à la fois qualitatif et quantitatif et dégager les attentes de ces touristes, que l'étude « Tourisme intérieur » a été commandée par le Ministère du Tourisme marocain en 2000. Elle devait permettre la mise en place d'une véritable politique de développement du tourisme intérieur.

Après avoir caractérisé ce tourisme, l'étude propose au Ministère une stratégie basée sur trois axes. Le premier concerne le produit dont elle cherche l'adéquation avec la demande, notamment par un soutien aux entreprises touristiques. Le deuxième s'attache à l'aménagement par le biais de

l'équipement et la résolution du problème du foncier. Le troisième, enfin, renvoie à l'intermédiation (transport, commercialisation et promotion). Ces actions sont complétées par le choix de deux ensembles de zones à développer prioritairement. Le premier ensemble recouvre les futures stations balnéaires programmées dans le cadre du contrat-programme (Taghazout, Essaouira, Plage blanche, Saidia, Al Haouzia, Larache) ainsi que quelques destinations majeures retenues par ce programme (Fez, Marrakech, Casablanca,) qui devraient inclure des programmes destinés aux touristes marocains. Le second ensemble regroupe les destinations traditionnelles du tourisme marocain (littoral Nord, stations de l'axe atlantique, stations d'estivage en montagne) qui sont à requalifier.

Concernant les rapports entre les deux tourisms, cette stratégie insiste sur la nécessité de ne pas dissocier le développement du tourisme international du tourisme national mais met en garde en même temps contre une politique qui ne considère ce dernier que comme un produit de substitution au tourisme international lorsque celui-ci ne répond pas présent.

Ce plan d'action a connu un début de réalisation selon les trois axes. Nous reviendrons plus loin sur le volet promotion, pour s'arrêter ici sur la déclinaison du plan d'action relative aux moyens d'hébergement. L'un des volets phares de ce plan est le programme *Biladi* (mon pays) qui s'est donné des objectifs chiffrés précis pour doubler le nombre des voyages vacances vers les structures d'hébergement commerciales, avec une capacité de 42 000 lits répartis comme suit : 5 000 lits à travers la réhabilitation des hôtels existants, 7 000 lits à créer dans le cadre du Plan Azur, et 30 000 lits à créer à travers le Plan Biladi répartis entre 11 000 lits en Résidences Hôtelières et 19 000 lits en camping. Pour cela la réalisation de 8 resorts touristiques à petits prix pour les touristes nationaux a été lancée ; elle vise les régions les plus fréquentées par le tourisme national tout en étant proches des grandes agglomérations à forte fréquentation touristique et faciles d'accès grâce aux infrastructures routières existantes et à venir. 3 sites sont déjà identifiés : Sidi el Abed (El Jadida), et Imi Ouaddar (Agadir) sur le rivage atlantique et Ifrane en zone de moyenne montagne, et 5 sont en cours d'identification. Celui de Imi Ouaddar est le plus avancé puisque la convention dédiée à ce site a été signée en mai 2008, l'entreprise retenue devant investir 400 millions de DH pour la création de 6000 lits en hôtellerie et campings. Le chantier qui a été lancé durera 36 mois, comportera une station d'épuration des eaux usées et proposera des tarifs selon les catégories d'hébergement compris entre 100 et 400 DH pour la nuitée.

Aujourd'hui, pour l'Etat marocain, la demande touristique interne n'est plus un simple complément de la demande internationale ou un quelconque service social, mais bel et bien un élément incontournable dans la stratégie de développement du secteur touristique.

- Les promoteurs immobiliers : un nouveau créneau ciblant aussi bien le tourisme international que domestique

S'inscrivant dans la stratégie étatique, le secteur privé a trouvé dans cette dynamique une opportunité d'un nouveau redéploiement de ses activités. La démarche choisie pour concrétiser la nouvelle politique fait appel aux aménageurs développeurs qui peuvent être soit des investisseurs étrangers, soit des investisseurs nationaux, soit enfin des montages combinant les deux. Des conventions signées entre ces investisseurs et l'Etat fixent les modalités et les cahiers de charge de chaque projet.

Tableau 6 – Part du résidentiel dans le total des lits programmés par station (Plan Azur et Plan Azur bis)

Station	Capacité total en lits	Part du résidentiel	
		En lits	En %
Saïdia	29610	12.000	40,5
Taghazout	21 000	5 000	23,8
Lixus	12 000	4 500	37,5
Haouzia	7576	3876	51,2
Mogador	10.500	3.800	36,2
Plage Blanche	30 000	10 500	35,0
Cala Iris	7.500	3500	46,6
Dakhla	5.000	1750	35,0
Oued Chbika	24.000	10.000	41,7
Total	147.186	54.926	37,3

Sources : Ministère du Tourisme et diverses brochures

Les principaux chantiers du Plan Azur ont été déjà lancés, et ils ne se limitent pas à la structure hôtelière classique. Ils comportent désormais un volet destiné aux particuliers avec un parc nommé « résidentiel » et composé de villas et d'appartements qu'accompagnent divers services, le tout articulé autour de marina ou de terrains de golfs. La part de cet immobilier résidentiel est assez importante et atteint en moyenne 37,3% de la capacité totale en cours de réalisation ou programmée. Mais selon les stations cette part peut être très élevée et atteindre ou dépasser les 50% (Tableau 6), ce qui est considérable. Nous sommes donc dans une nouvelle génération de stations où l'hôtel classique n'est plus la forme d'hébergement quasi-dominante.

Prenant le relais des groupes d'investisseurs étrangers, les principaux groupes financiers nationaux investissent ces créneaux sans aucun complexe. La société espagnole Fadessa, à l'origine société immobilière, qui a aménagé Saïdia, première station du Plan Azur à entrer en fonction, a ainsi été rachetée par un holding marocain, lui aussi promoteur immobilier donnant naissance à Fadessa Maroc. Des organismes financiers comme la CDG, interviennent également dans le même créneau. D'autres sociétés immobilières, marocaines ou étrangères²² de moindre envergure lancent ici et là des lotissements immobiliers mais dont la vocation est voulue touristique, soit sur les nombreux sites côtiers du Nord ou du Sud, soit dans la palmeraie de Marrakech. Tous ces programmes visent en premier lieu l'accès à la propriété en ciblant aussi bien les étrangers que les Marocains. Finalement la tendance esquissée au cours des années 1980 et 1990 sur le littoral méditerranéen et atlantique nord²³ avec un net glissement d'un aménagement touristique au sens strict vers des opérations immobilières devient aujourd'hui la règle. De ce fait les promoteurs immobiliers trouvent leurs bonheurs dans ce processus et deviennent tous des promoteurs touristiques. On peut toutefois s'interroger sur les retombées réelles de ces nouvelles formes d'hébergement qui ne sont pas grandes créatrices d'emploi comme les formes d'hébergement classiques.

Mais d'un autre côté ces nouveaux concepts d'aménagement touristique supposent beaucoup plus de possibilités de rencontre entre les touristes marocains et les touristes étrangers. En effet, les clients ciblés par les volets résidentiels de ces programmes ne sont plus exclusivement les touristes

²² Les capitaux des pays du Golfe sont de plus en plus présents

²³ Voir infra, page 159

étrangers, mais également les nationaux. Ces derniers sont d'ailleurs majoritaires lors des premières opérations de vente de ce mobilier de loisirs. Il est cependant trop tôt pour évaluer les retombées de ces nouveaux ressorts sur les interactions entre touriste nationaux et visiteurs internationaux.

- Les hôteliers : un moyen d'améliorer le taux d'occupation ?

Parmi les nombreuses mesures préconisées pour l'adéquation du produit avec la demande nous nous arrêtons sur celles relatives à l'hébergement. Comme souligné plus haut, l'hébergement touristique du Maroc qui est largement orienté vers le tourisme international aussi bien par ses structures que par ses prix, se trouve inadapté par rapport aux besoins et attentes des touristes marocains. L'hôtel classique ne répond pas à la taille du groupe marocain en voyage, son prix est inaccessible alors que les hébergements qui seraient adaptés au Marocain manquent de qualité et sont commercialisés de façon informelle. De ce fait 75% des hébergements utilisés par les Marocains sont hors système commercial. Pour remédier à cela, l'étude propose d'initier une évolution allant vers une diminution de l'hébergement non commercial en faisant passer 10% de cette offre vers le secteur commercial. Ceci nécessite des propositions de classification et de labélisation en 5 types d'hébergements : les gîtes, villas et meublés ; Les résidences de tourisme ; les villages « resorts » ; les campings et l'hôtellerie familiale. Par ailleurs 35% de l'offre commerciale non classée devrait être récupérée pour en faire une capacité commerciale classée.

Ce programme en faveur du tourisme intérieur a été retenu par le Ministère, ce qui démontre que désormais cette dimension interne du tourisme n'est plus ignorée. Cependant deux réserves sont à souligner. D'un côté, les responsables du tourisme n'ont fixé aucun calendrier d'exécution de ce programme et de l'autre les professionnels du tourisme, notamment les hôteliers, s'ils adhèrent à la stratégie dans son ensemble, ne semblent pas être enthousiastes à la démarche préconisant la diversification des structures d'hébergement.

En effet, selon eux, si une action devait être engagée pour appuyer le développement du tourisme national, celle-ci devrait consacrer tous ses efforts à drainer le maximum de touristes marocains vers l'hébergement hôtelier et non en diversifiant les structures d'accueil de ces touristes ce qui priverait l'hôtellerie de cette clientèle²⁴. D'autant plus que cette clientèle est assez recherchée : *« Le touriste marocain respecte les outils mis à sa disposition. Il est très convivial. Il aime les rencontres et les vacances. C'est un touriste de qualité. Il dépense beaucoup d'argent localement, ce qui n'est pas toujours le cas pour les touristes étrangers. Il ne cherche pas simplement l'hébergement. Il lui faut de l'animation à côté, pour les enfants (...) Ce touriste aime la grandeur, il aime bien manger autour d'une table bien garnie »*²⁵.

L'accord d'application de l'accord cadre signé en 2001 entre le gouvernement et les professionnels du tourisme est assez significatif à ce sujet. Après avoir érigé à nouveau le tourisme comme priorité économique nationale, les deux parties confirment leurs engagements sur la stratégie qui retient un positionnement offensif sur le balnéaire et la réalisation de six nouvelles stations tout en visant la consolidation des stations balnéaires existantes. La demande intérieure n'est pas oubliée et l'article 14 prévoit diverses mesures pour promouvoir ce tourisme dans le cadre de la mise en œuvre de la

²⁴ Ayant été impliqué par le groupement de bureaux d'études (THR en Espagne, Interstratégic au Maroc et IPK en Allemagne) qui a réalisé l'étude en question, j'ai été amené à participer aux différentes présentations des résultats de cette étude. Or, l'opposition des professionnels à cette option était réelle.

²⁵ Extrait d'interview avec un professionnel du tourisme

vision 2010; Le modèle de simulation global annexé au Contrat Programme, prévoit à l'horizon 2010 un quasi doublement de touristes nationaux hébergés en hôtels classés (2 millions environ contre 1,2 en 2000), avec un taux de croissance annuel moyen compris entre 4% et 5%. Pour atteindre cet objectif les contractants décident d'un commun accord d'élaborer des produits spécifiques attrayants (formules week-end, semaine, package tout compris) commercialisés à des tarifs promotionnels et supportés par une campagne nationale de promotion en direction des nationaux. Parallèlement un comité ad hoc constitué de la FNIH²⁶, de la FNAVM²⁷, du Syndicat des Transporteurs du Tourisme, de l'ONCF²⁸, de l'ONMT²⁹ et de la RAM³⁰ est chargé d'élaborer des propositions qui seront soumises au Comité de Pilotage Stratégique pour validation. Enfin, un appel est lancé pour que l'étude du tourisme soit achevée le plus vite possible. Ainsi l'essentiel des actions prévues par l'accord cadre pour le développement du tourisme intérieur concerne la mise en place de produits spécifiques

- L'ensemble des opérateurs et l'Etat : Un objectif pédagogique ?

L'un des principaux handicaps au développement du tourisme intérieur marocain qui a été soulevé par l'étude de 2000 concerne son caractère informel et l'absence de canaux de distribution et de commercialisation organisée. Le résultat en est des prix destinés au client national qui sont prohibitifs alors que le touriste étranger qui arrive dans le cadre de voyages organisés bénéficie de prix très avantageux. De ce fait l'étude a formulé diverses propositions à ce sujet.

En attendant l'application de ces recommandations, le Ministère en charge du tourisme et l'Office National Marocain du Tourisme ont engagé depuis le début de l'actuelle décennie et en partenariat avec les professionnels une campagne appelée *Kounouz Biladi* (ou trésors de mon pays). Portée par une action de communication³¹, cette campagne associe les hôteliers, les transporteurs nationaux (l'O.N.C.F., la RAM, la Regional Airlines, la Compagnie de Transport Marocaine) et des agences de voyages. Commercialisés par ces dernières, les package prévoyaient des réductions jusqu'à 50% au profit des nationaux à condition que le séjour soit égal ou supérieur à deux nuitées. Plusieurs éditions ont déjà eu lieu et nous nous arrêtons ici sur celles de 2003 et 2004. En 2003 deux éditions ont été programmées (la première correspondant à la saison du printemps du 14 avril au 18 mai et la seconde à celle de l'été), alors que 2004 a vu le lancement de trois (du 27 avril au 30 mai pour la saison du printemps et juillet – août pour la saison de l'été). Les établissements hôteliers participant à l'opération (104 en 2003 et 106 en 2004) sont répartis dans les principales destinations touristiques (Agadir, Marrakech, Fès, Meknès, Ouarzazate, Tanger, etc.) et les agences de voyages (67 en 2003 et 64 en 2004) choisies dans les principales villes émettrices (Casablanca, Rabat, Kénitra, Marrakech, Khouribga, etc.). Ainsi au départ de Casablanca les exemples d'offres de 2003 pour une personne adulte étaient de 1599 DH pour 3 nuits à Ouarzazate, de 1267 DH pour 5 nuits à Marrakech et de 2452 DH pour 6 nuits à Agadir, des suppléments étant prévus pour les enfants.

²⁶ FNIH : Fédération nationale de l'industrie hôtelière

²⁷ FNAVM : Fédération nationale des agences de voyages marocaines

²⁸ ONCF : Office national de chemin de fer

²⁹ ONMT : Office national marocain du tourisme

³⁰ RAM : Royal Air Maroc

³¹ 3 millions de DH pour la première édition de 2003

L'un des objectifs de cette initiative qui était d'augmenter de 20% les nuitées réalisées par les nationaux dans les hôtels a été atteint en 2003, le nombre des arrivées et des nuitées ayant augmenté dans les hôtels impliqués respectivement de 44 et 40 % alors qu'il n'a pas dépassé 15 et 12 % pour l'ensemble des établissements. Un autre objectif visé et largement atteint était aussi d'amener les différents opérateurs du tourisme à travailler ensemble pour proposer des packages destinés au touriste national. Mais l'objectif principal était pédagogique puisqu'il cherchait à sensibiliser la clientèle marocaine au rôle de l'intermédiation et à la nécessité de faire appel aux agences de voyages pour programmer et acheter un séjour touristique.

En attendant une vraie évaluation des effets de ces initiatives sur les habitudes touristiques des Marocains, arrêtons-nous sur quelques retombées :

L'opération demeure louable et a permis au moins une reconnaissance à la fois par la puissance publique et les professionnels de la demande touristique interne. « *Les Marocains commencent à goûter aux plaisirs du voyage et aux charmes de leur pays* » titre un quotidien spécialisé. Ils se placent désormais en deuxième position après les Français avec 24% des nuitées hôtelières de 2003. Ils sont surtout sollicités et un constat fait l'unanimité parmi les professionnels du voyage : les nationaux sont davantage enclins au voyage, qu'il soit individuel ou organisé et la demande sur le produit *Kounouz Biladi* est pour beaucoup dans ce changement. Des agences de voyage ne faisant pas partie du programme n'hésitent pas à commercialiser des séjours touristiques à travers le Maroc destinés au Marocains. Le voyage organisé à l'étranger est également de plus en plus sollicité avec une préférence pour les destinations dites classiques comme l'Egypte, l'Espagne, la Turquie et l'Italie avec une évolution de la demande vers de nouvelles destinations comme la Thaïlande ou même les îles et Cuba.

Mais ce sont les retombées sur le remplissage des hôtels de certaines destinations qui restent l'effet le plus palpable. Pour illustrer cette évolution nous avons dressé la carte de la figure 10 en traitant des seules villes considérées comme des destinations touristiques privilégiées des nationaux et en isolant les nuitées hôtelières que les nationaux y ont consommées en avril et mai 2003, mois de la campagne printemps *Kounouz Biladi*.

En considérant la variation entre 2002 et 2003 de la part des nuitées des Marocains on peut classer les destinations retenues en trois groupes :

- Des villes où la variation a été négative ou faible et qui présentent plusieurs cas de figures. La variation à Agadir (-8,6%) et à Errachidia (-0,8%) montrent que malgré cette campagne, certaines destinations sont encore parfois inaccessibles (Agadir) ou non encore recherchées par les Marocains (Errachidia et Ouarzazate) alors que celles d'Essaouira (+1,2%), Asilah (-2,5%) et El Jadida (0,08%) ne peuvent en aucun cas traduire la non présence des Marocains car ces villes disposent d'une très faible capacité hôtelière et les touristes marocains qui y arrivent massivement se dirigent vers la location chez l'habitant. Ceci se traduit d'ailleurs par la faiblesse extrême des nuitées hôtelières en général.
- Le deuxième groupe comprend des villes qui ont vu la part des Marocains hébergés en avril et mai augmenter de façon très sensible entre 2002 et 2003. Avec une variation de 15%, Tanger représente ce groupe. Pour une ville qui souffre d'une stagnation, voire une baisse inquiétante de la demande depuis des années, l'évènement n'est pas passé inaperçu et la presse titrait « Tanger: Les touristes nationaux sauvent la mise ». Mieux encore, l'édition de Juillet –Août a été plus concluante

(accroissement de la demande des nationaux de 20%). La hausse de la demande sur les hôtels était due principalement aux touristes nationaux dont les arrivées ont été dopées par les promotions du programme *Kounouz Biladi*. Ces arrivées, enfin, ont compensé les pertes sur le marché espagnol, principal pourvoyeur de visiteurs étrangers de la ville et durement touché par les tragiques événements de mai 2003.

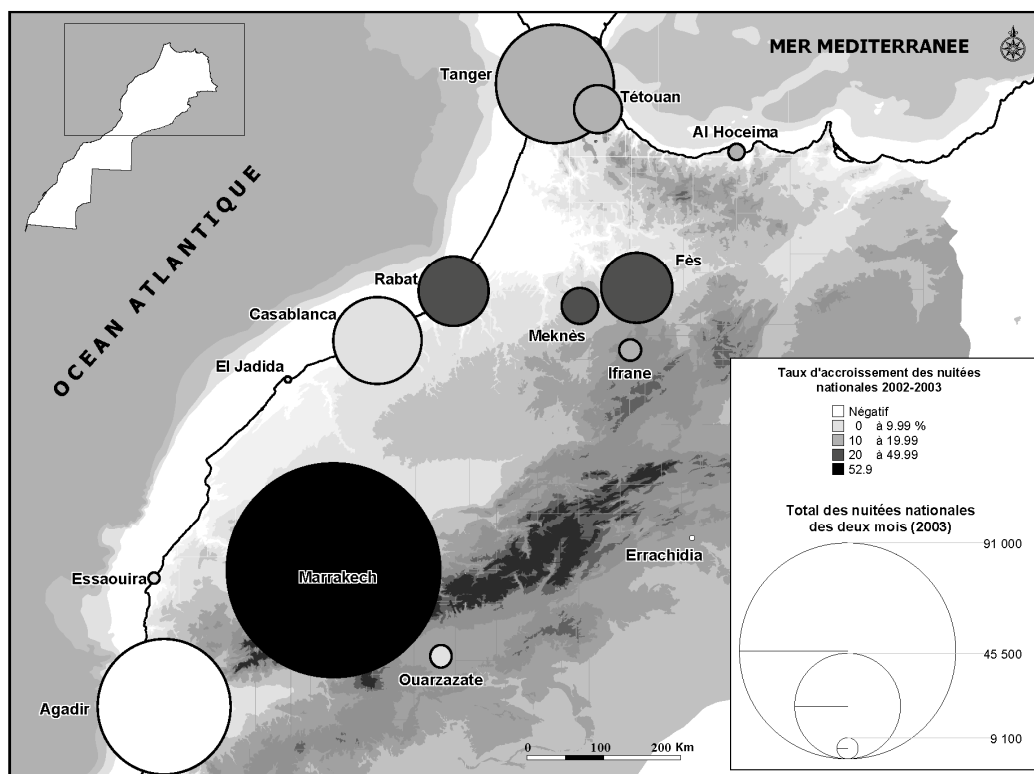


Figure 10. Effets de la campagne Kounouz Biladi :
Nuitées des mois d'Avril et de Mai (2002 et 2003)

- Marrakech reste toutefois la principale gagnante de cette opération avec une augmentation spectaculaire de la part des Marocains dans les nuitées des deux mois de plus 52%. Au total les nationaux ont consommé 504.826 nuitées en 2003 contre 431.872 en 2002, soit une augmentation sur toute l'année de 17%, à un moment où la fréquentation totale des hôtels (nuitées internationales comprises) a enregistré une baisse entre les deux années. C'est sans doute cela qui a poussé les professionnels du tourisme de la ville de lancer leur propre campagne *Kounouz Marrakech*, offrant des réductions de presque 50% aux nationaux en distribuant une brochure comprenant des package de séjours en demi-pension ou avec petit-déjeuner pour toute l'année à l'instar des brochures des Tours Opérateurs.

Testée en 2003, *Kounouz Biladi* a été reconduite en 2004 en introduisant des réajustements pour s'adapter aux comportements de la clientèle nationale. Des assouplissements au montage ont été apportés : les transports en commun n'y font plus partie suite à la faible utilisation de ces moyens par les vacanciers marocains et le passage par l'agence de voyage n'est plus obligatoire et ce pour les

mêmes raisons. Les prix ont été davantage étudiés et leur fixation inclus l'ensemble des taxes facturées par les hôteliers. Une nuitée avec petit déjeuner est facturée 300 DH dans un hôtel 3 étoiles, 500 DH dans un établissement 4 étoile et 700 DH dans un hôtel 5 étoiles. Par ailleurs, le caractère familial des déplacements en vacances des Marocains est pris en compte : les enfants de moins de 4 ans bénéficient de la gratuité et ceux dont l'âge est inférieur à 12 paient respectivement selon la catégorie de l'hôtel 75, 100 et 125 DH. De même que la programmation d'une offre en haute saison (août) moins intéressante que celles de basse saison (avril, mai et juillet) cherche à désaisonnaliser les voyages des Marocains fortement concentrés en août. La campagne du mois de juillet vise essentiellement à pousser les Marocains à prendre des vacances avec séjour à l'hôtel en dehors du mois d'août qui demeure le mois des grands départs. Un centre d'appel, enfin, est opérationnel tous les jours de la semaine pour apporter à la clientèle intéressée toutes les informations qu'elle souhaite.

2005³² a connu l'aboutissement du processus de la mise en place d'une politique de promotion et de vente des séjours touristiques pour les nationaux. Le Ministère a en effet offert une aide pour la création de Tours opérateurs destinés au marché interne. Une présélection de sept agences parmi celles ayant répondu à l'appel d'offre devait aboutir au choix de trois ou quatre agences qui, dotées du statut de Tours Opérateurs, bénéficieraient, sur la base d'un cahier de charges, d'une subvention pour la promotion de leurs offres destinées au marché interne.

Il reste que la programmation dans le temps traduit la vision que responsables et professionnels se font encore du tourisme des nationaux. Les périodes du 14 avril au 18 mai et de l'été rappellent que le tourisme des nationaux est encore considéré comme palliatif au tourisme international puisque le calendrier retenu correspond aux périodes de faible demande internationale. Dans le cas du printemps 2003 le contexte international était marqué par les effets de la guerre en Irak et la campagne visait en fait à atténuer ces effets sur les hôtels en substituant à la clientèle étrangère une clientèle nationale. Ceci s'est traduit d'ailleurs par des effets pervers puisque la chute des arrivées des touristes étrangers attendus et les annulations qui s'en suivent habituellement ont été moins fortes que prévu et de ce fait certains hôteliers se trouvèrent dans l'obligation de revenir sur les packages vendus aux Marocains. En fait, la formule *kounouz biladi*, aussi judicieuse soit-elle n'a vraiment fonctionné que lorsque le Maroc souffrait encore d'une baisse de la demande extérieure. Dès que celle-ci a repris son rythme d'autrefois, les hôteliers n'ont plus joué le jeu. Aujourd'hui plusieurs hôteliers inscrits dans le programme³³, déclarent ne plus faire partie de ce programme ou soutiennent qu'ils n'y sont engagés qu'en basse saison, alors que le site dédié au programme affirme que « *l'offre Kounouz Biladi est valable toute l'année* » ! Cela signifie qu'en haute saison le client marocain est soumis au même traitement qu'un touriste normal³⁴. Cela signifie surtout que pour l'hôtelier le Marocain demeure un client de substitution !

³² La campagne lancée pour 2005 a vu le nombre des agences impliquées passer de 64 à 138 agences et la généralisation de l'offre à toutes les régions du Maroc.

³³ Le site www.kounouzbiladi.com affiche la liste de tous les partenaires du programme

³⁴ La presse spécialisées s'est fait échos de ces désistements par des titres très suggestifs : « Agadir/Tourisme : Kounouz Biladi? Repassez ! » ; « Une stratégie uniquement sur le papier » ; « Aucune chambre disponible pour cette formule » ; « La clientèle nationale, cinquième roue de la charrie » ; « Tourisme: Kounouz Biladi en panne » ; « Désistement des hôtels partenaires »...

Conclusion

L'analyse des interactions qui s'établissent entre le tourisme national et le tourisme international au Maroc est riche en enseignements aussi bien pour comprendre la société marocaine d'aujourd'hui que pour imaginer l'espace méditerranéen de demain en cours de reconfiguration.

Autrefois méconnue et ignorée, la demande en tourisme des nationaux est aujourd'hui une réalité que professionnels et responsables essaient à la fois de développer et d'exploiter. Cette évolution révèle aussi des enjeux multiples et parfois contradictoires qui mobilisent des acteurs aux stratégies mouvantes. Jusqu'ici négligé, aussi bien par les décideurs que par les professionnels du tourisme, le tourisme intérieur dont l'existence était et est toujours réelle, a capté l'intérêt des uns et des autres lorsque les fluctuations du marché international sont devenues presque structurelles. Il mobilise de ce fait les différents acteurs (Etat, collectivités locales, touristes, promoteurs immobiliers, professionnels du tourisme) qui mettent en place des actions allant dans le sens de son encouragement et sa consolidation. Mais si l'Etat inscrit ses actions dans la durée, il semblerait que les professionnels de l'hôtellerie n'attachent de l'importance à ce tourisme que lorsqu'ils ont des problèmes de remplissage dans l'immédiat. Ceci dit, l'habitude des séjours à l'hôtel s'installe progressivement chez le Marocain. Il faudra s'attendre dans un proche avenir à ce que ce client n'accepte plus de jouer le rôle de compensation du tourisme international et devienne plus exigeant aussi bien en ce qui concerne le produit que le moyen d'hébergement.

Il serait malvenu aussi de ne retenir de la stratégie définie que l'élément commercialisation des hôtels en ignorant les autres composantes de cette stratégie. Après avoir initié le touriste marocain à utiliser l'hôtel et à passer par l'agence de voyage, il faudra travailler à satisfaire les attentes et besoins de ce touriste potentiel. Il serait, en effet, temps à ce que responsables et surtout professionnels réfléchissent à des formes d'hébergement adéquates répondant aux attentes du touriste marocain et qui ne se réduisent pas au seul hôtel classique. Il serait également judicieux d'imaginer des services spécifiques qui ne soient pas uniquement cette animation importée et légèrement adaptée au goût du Marocain et à cette restauration internationale ou faussement marocaine que proposent les buffets en self-service des hôtels. Ceci drainera plus de touristes marocains vers les formes d'hébergement qui reçoivent en même temps des touristes étrangers et multipliera les occasions de contacts.

Si cette demande est l'aboutissement d'une évolution socio-culturelle interne de formes de tourisme authentiquement marocaines, elle continue, cependant, à évoluer de nos jours sous l'influence d'apports externes. Mais si les effets du tourisme international ne sont qu'un élément parmi ces apports externes multiples, ces effets interviennent de façon décisive à deux niveaux. Le premier concerne l'appropriation de l'espace du tourisme et des loisirs. Les touristes internationaux contribuent au redéploiement spatial de la demande interne, attirant par endroits les touristes nationaux dans leurs sillages et les refoulant dans d'autres endroits. La promotion parmi les touristes nationaux de certaines destinations phares qu'ils fréquentent est l'un des effets les plus frappants. Le second niveau renvoie à l'alignement de la commercialisation de ce tourisme sur les standards internationaux : Augmentation de la part de l'hôtel classique comme forme d'hébergement et bientôt passage obligé par l'agence de voyage.

Par ailleurs si les occasions de mise en contact des touristes nationaux et des visiteurs étrangers sont encore rares, leur fréquence augmente de plus en plus et ce notamment grâce à l'augmentation de la demande des nationaux en nuitées hôtelières. De ce fait les comportements et les styles touristiques tendent également à s'aligner sur ceux du tourisme international en tendant vers un modèle méditerranéen. Cependant, l'analyse menée plus haut de certains comportements pousse à nuancer cette conclusion. En effet, les conduites touristiques des Marocains peuvent donner l'impression de tendre vers le modèle dominant et banalisé du tourisme international. Mais à l'examen détaillé des styles et comportements, s'impose une image à la fois plus complexe et plus riche en caractères originaux. Le renforcement de la cellule familiale élargie à l'occasion du déplacement touristique, la revitalisation d'anciens modes d'hébergement comme le camp de toile du *moussem*, la marocanisation des pratiques balnéaires importées et la modernisation des anciennes fréquentations des marabouts ou des sources thermales en sont les traits les plus saillants. Finalement tout en s'ouvrant sur les influences occidentales et en empruntant divers éléments exogènes –de manière forcée ou avec consentement –, la société marocaine fait preuve d'une grande faculté d'assimilation et d'intégration de ces éléments à sa propre culture. On peut se demander, par exemple, si ce sont les loisirs balnéaires modernes qui envahissent le *moussem*, en le désacralisant ou bien si c'est ce dernier qui a emprunté ces pratiques pour élargir et réactualiser le répertoire des divertissements offerts de temps en temps à ses visiteurs. Parmi les intellectuels, les modernistes déplorent les aspects encore archaïques de ces comportements, alors que les jaloux de "l'authenticité marocaine" s'élèvent contre cette double aliénation-acculturation. Entre les deux, le Marocain moyen, fruit du renouvellement sensible de la société citadine, semble se mouvoir avec assez d'aisance dans cet équilibre de pratiques ni modernes ni traditionnelles. Il se fonde de ce fait dans un comportement touristique méditerranéen et contribue ainsi à une certaine unité de cette Méditerranée multiple.