

# Résultats de l'analyse SVF

2021

Financé par



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,  
de la formation et de la recherche DEFR  
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Ambassade de Suisse au Maroc

En collaboration avec



Royaume du Maroc  
Ministère du Tourisme, de l'Artisanat,  
du Transport Aérien et de l'Economie Sociale



SMIT MOROCCO  
Tourism Engineering  
and Investment

Mis en œuvre par



swisscontact<sup>1</sup>

# Rappel du programme TDSM

---

→ Zone: Province de Béni-Mellal et Azilal

→ Durée: 2020-2024

→ Composantes:

## Pilier 1

- Plan d'action durable du tourisme
- Plan de suivi évaluation du tourisme durable
- Plateforme de coordination du tourisme durable

## Pilier 2

- Réhabilitation de 40 HTR dans la province de Béni-Mellal/Azilal plus quelques HTR dans la province de Khénifra
- Soutien au développement de l'accueil et de l'animation dans les gîtes et les communautés
- Soutien aux coopératives pour renforcer leur inclusion dans la chaîne de valeur du tourisme (Gestion et Développement de produits et services)

## Pilier 3

- Conception et mise en place de modules de formation dans le domaine du tourisme et des métiers dans la montagne
- Formation de formateurs sur ces modules



# Méthode et activités d'analyse des flux de visiteurs dans la province d'Azilal

# Méthodologie et activités pour la réalisation du plan d'action du tourisme durable

---

✓ R

Formation de facilitateurs locaux sur l'approche St-Gall (20 facilitateurs)

✓ R

Analyse des flux de visiteurs selon l'approche St-Gall (INR, 5 ateliers de cartographies et d'analyse, information complétée par d'autres sources...)

✓ R

Formation sur les critères GSTC (2 webinar institutionnels et 5 webinar acteurs locaux)

✓ EC

Restitution des résultats, vision et création de groupe de travail

✓ EC

Réunion des groupes de travail pour la définition des actions prioritaires

✓ EC

Consolidation des actions dans un plan

Réalisation et suivi évaluation des actions





# Principes de la méthodologie d'analyse des flux de visiteurs

---

Orientation sur les visiteurs, leurs besoins et sur la durabilité

Pour l'analyse et la définition d'actions

Réajustement en fonction de l'évolution des caractéristiques et des besoins des visiteurs

# Principes de la méthodologie

---

## Comprendre nos visiteurs...



Dans la nature, nous observons les "flux".



# Un “Flux de visiteurs”

---

Touristes qui :

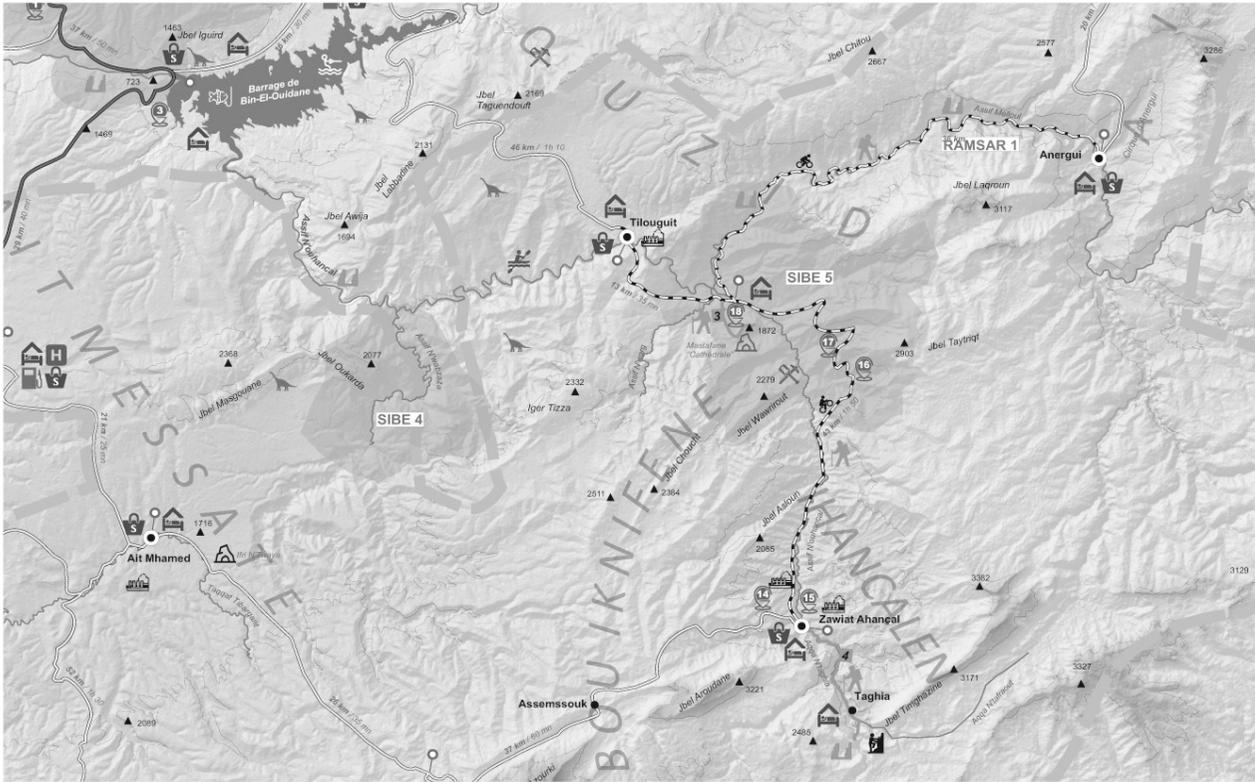
- ✓ Viennent avec la même motivation
- ✓ Visitent les mêmes lieux et attractions
- ✓ Utilisent les mêmes services
- ✓ Utilise les mêmes sources d'information
- ✓ Achètent via les mêmes canaux



# Les outils d'analyse SVF: La carte

-  Hébergement
-  Restauration
-  Achats
-  Activité
-  lieu de visite

Nom Flux de Visiteurs : \_\_\_\_\_  
 Numéro : \_\_\_\_\_



Durée? \_\_\_\_\_ (# jours)  
 Nuité?  oui  non  
 Dépenses quotidiennes moyennes p.p. \_\_\_\_\_ (devise)

Qui vient? Profil (âge-origine-profession-voyage en groupe ou seul) ?

Pourquoi viennent-ils (motivation) ?

Que font-ils principalement ?

Quand viennent-ils et combien de visiteurs?  
 ##  par mois  par weekend  par jour

Jan	Fev	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Sep	Oct	Nov	Dec

Quel est le stade de développement du flux ?

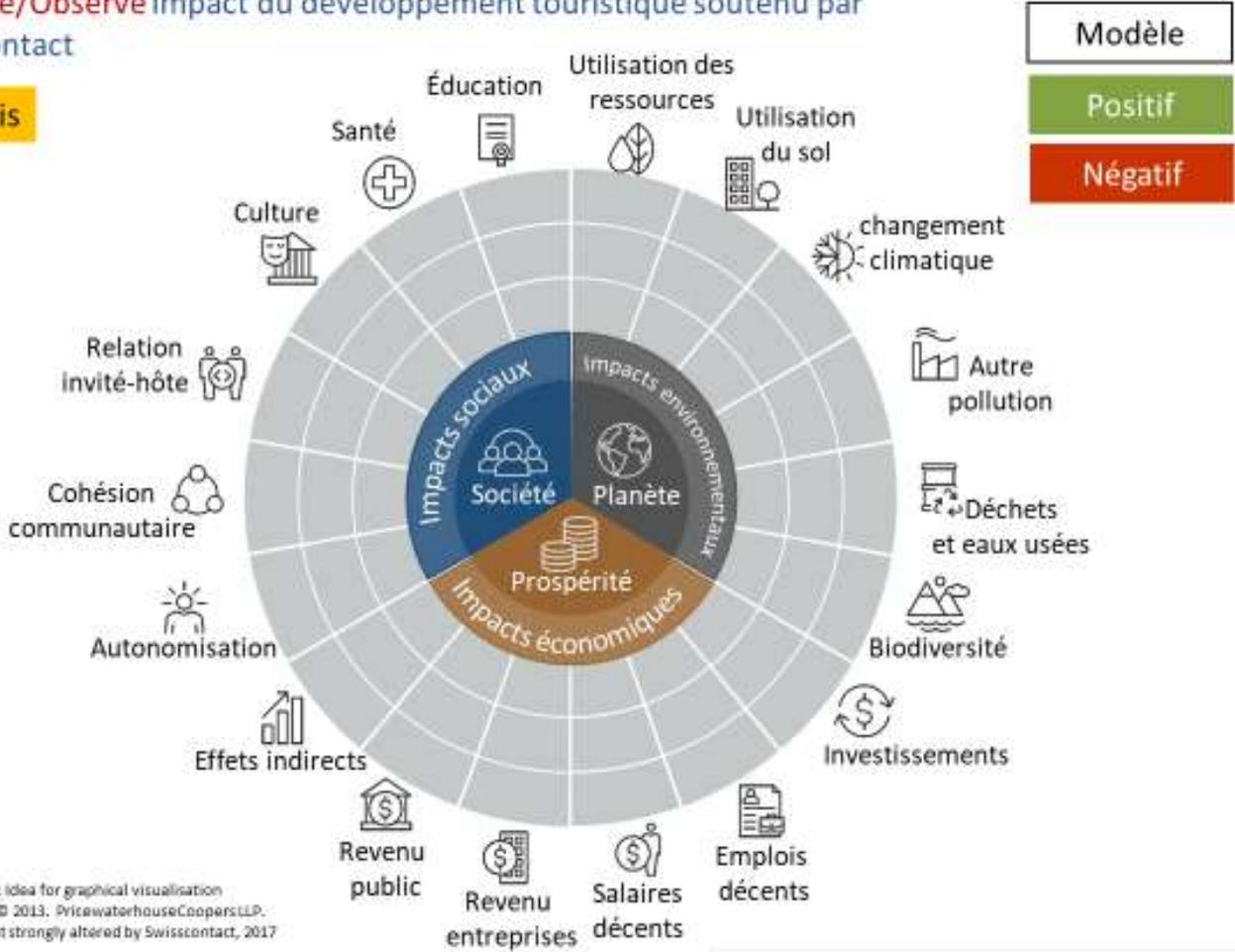
# Les outils d'analyses SVF: Le tableau d'analyse

Principale attraction / parties prenantes	Offre	Promotion et information	Achat	Contexte de Covid	Contact
Quelle est la principale attraction qui attire ce visiteur vers la destination? Qui est/sont le(s) acteur(s) le(s) plus important(s) de l'offre touristique ?	Quels sont les sites et les services touristiques que ce flux de visiteurs visite et utilise ?	Qui fait la promotion à ce flux de visiteur? Qui informe les visiteurs sur l'offre? Qui a le plus d'influence sur ce flux visiteur?	Qui vend à ce flux de visiteur ?	Situation du flux dans le contexte du COVID? Besoins du flux dans le contexte du COVID ? Autres visiteurs intéressés par ce FV au niveau du marché interne?	Qui peut nous en dire plus sur ce flux de visiteur ?
<p><u>Principale attraction/raison du tourisme pour ce FV</u></p> <p>Ce qui manque :</p> <p><u>Services touristiques utilisés par ce FV</u> : Qu'est-ce qui est en place (dont on peut être fier) ?</p> <p>Ce qui manque :</p> <p><u>Acteur(s) le(s) plus important(s) de l'offre touristique pour ce visiteur avec lesquels il y a une possibilité de collaboration :</u></p> <p>Besoin pour ce visiteur en matière de formation aux métiers de montagne ?</p> <p><u>Infrastructure touristique utilisée</u> : Qu'est-ce qui est en place (dont on peut être fier) ?</p> <p>Ce qui manque :</p> <p>Besoin pour ce visiteur spécifique en matière d'hébergement ?</p>	<p><u>Sites touristiques visités par ce FV</u> : Qu'est-ce qui est en place (dont on peut être fier) ?</p> <p>Ce qui manque :</p> <p><u>Services touristiques utilisés par ce FV</u> : Qu'est-ce qui est en place (dont on peut être fier) ?</p> <p>Ce qui manque :</p> <p>Besoin pour ce visiteur en matière de formation aux métiers de montagne ?</p> <p><u>Infrastructure touristique utilisée</u> : Qu'est-ce qui est en place (dont on peut être fier) ?</p> <p>Ce qui manque :</p> <p>Besoin pour ce visiteur spécifique en matière d'hébergement ?</p>	<p><u>Promotion</u>: Qui fait la promotion de ce flux?</p> <p>Ce qui fonctionne?</p> <p>Ce qui pourrait être amélioré ?</p> <p><u>Information</u>: Qui informe ce FV?</p> <p>Ce qui fonctionne?</p> <p>Ce qui pourrait être amélioré?</p> <p><u>Influence</u>: Qui influence ce FV?</p> <p>Ce qui fonctionne?</p> <p>Ce qui pourrait être amélioré?</p>	<p><u>Achat offline</u>: Ce qui fonctionne :</p> <p>Ce qui manque :</p> <p><u>Achat online</u> :Ce qui fonctionne :</p> <p>Ce qui manque :</p>	<p>Dans le contexte COVID ce flux a: Stoppé/ Diminué / Maintenu / Augmenté... :</p> <p>Comment développer ce flux à court terme dans le contexte du COVID ?</p> <p>Comment développer ce flux à long terme dans le contexte du COVID ?</p> <p>Quelles autres catégories de personnes au niveau du marché interne auraient les mêmes centres d'intérêt et motivation que ce FV? Précisez qui et de quelle région?</p>	<p><u>Nom et coordonnées (tél et email :</u></p>

# Les outils d'analyses SVF: La roue d'impact

Envisagé/Observé impact du développement touristique soutenu par Swisscontact

Français



Modèle
Positif
Négatif

Source: idea for graphical visualization TIMM © 2013. PricewaterhouseCoopers LLP. Content strongly altered by Swisscontact, 2017

Nom Flux de Visiteurs :  
 Numéro du Flux :

# Principes de la méthodologie

---

Impliquer les acteurs concernés par le tourisme

Ne pas travailler sur tous les flux dans un premier temps. Sélectionner des flux prioritaires pour les acteurs

Ne pas chercher la « perfection » c-à-d à compléter toute l'information sur les flux.

Mettre rapidement en place des actions prioritaires et réalisables

Compléter et affiner l'analyse des flux progressivement

Ajuster la planification au fur et à mesure.

Les SVF analysés ont été sélectionnés comme prioritaires par les acteurs: en prenant en compte la situation du COVID, donc accent mis sur le marché marocain

# Intérêts de l'approche selon les acteurs du tourisme

---

Implique les acteurs publics, privés et associatifs directement concernés par le tourisme dans l'analyse des problèmes

Permet de changer la façon de voir les touristes et d'aller vers une meilleure compréhension de leurs besoins

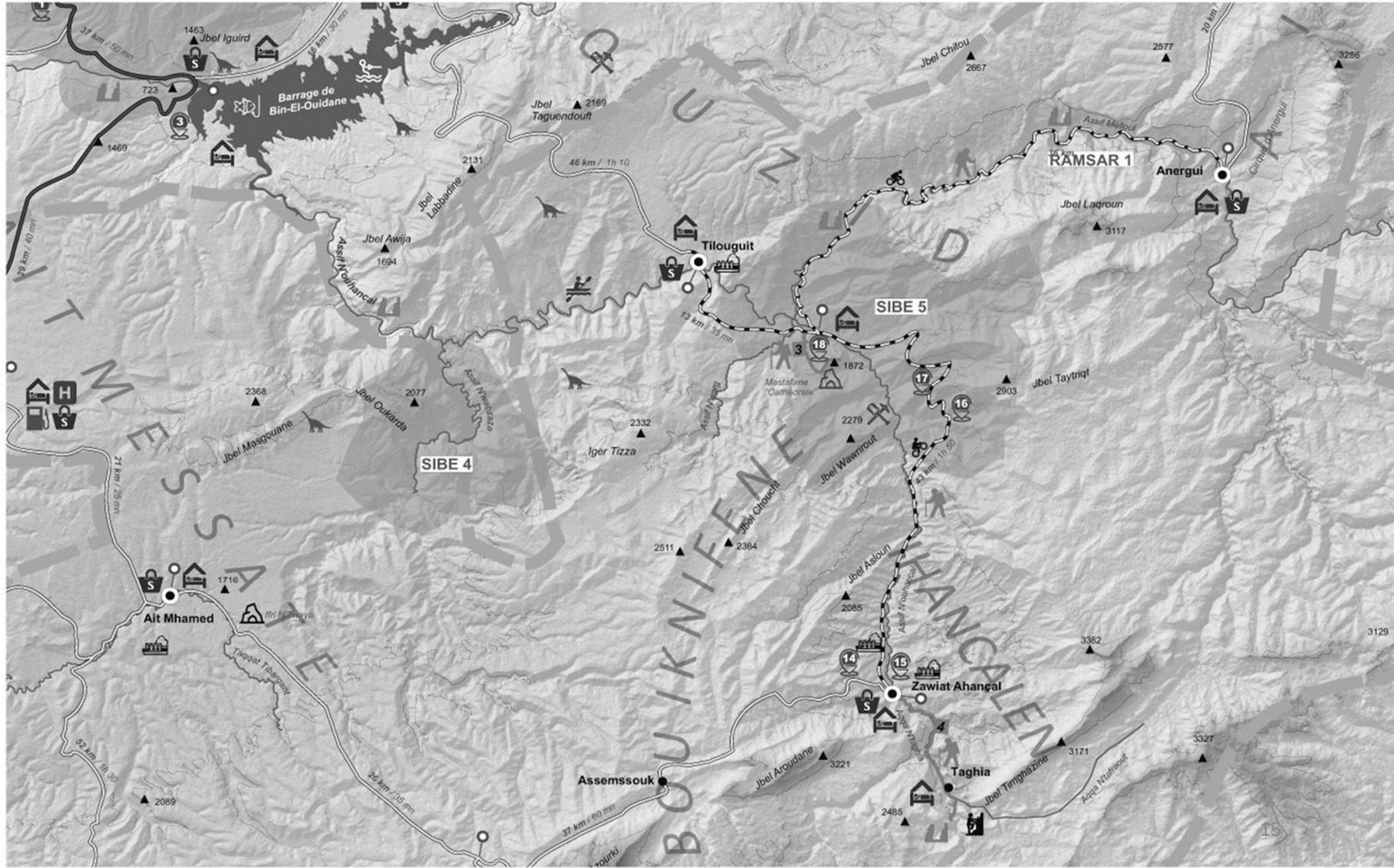
Affine les capacités d'analyse des problèmes

Renforce la réflexion sur et la prise en compte de la durabilité

Meilleures réponses en termes d'actions à mener pour améliorer le tourisme

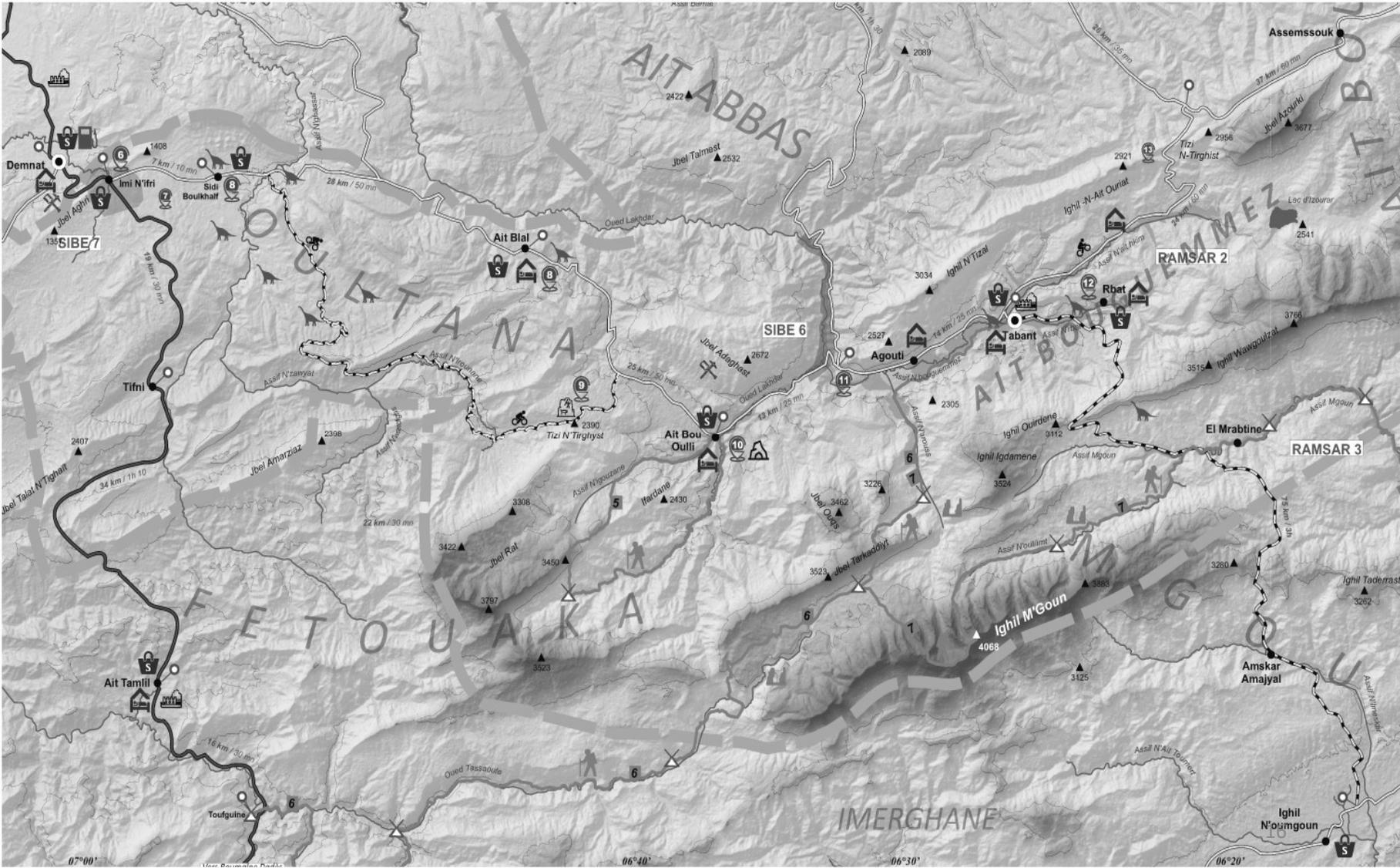
# Les zones d'analyse des flux de visiteurs

La vallée de Zaouiat  
Ahençale  
Tilouguit et Anergui



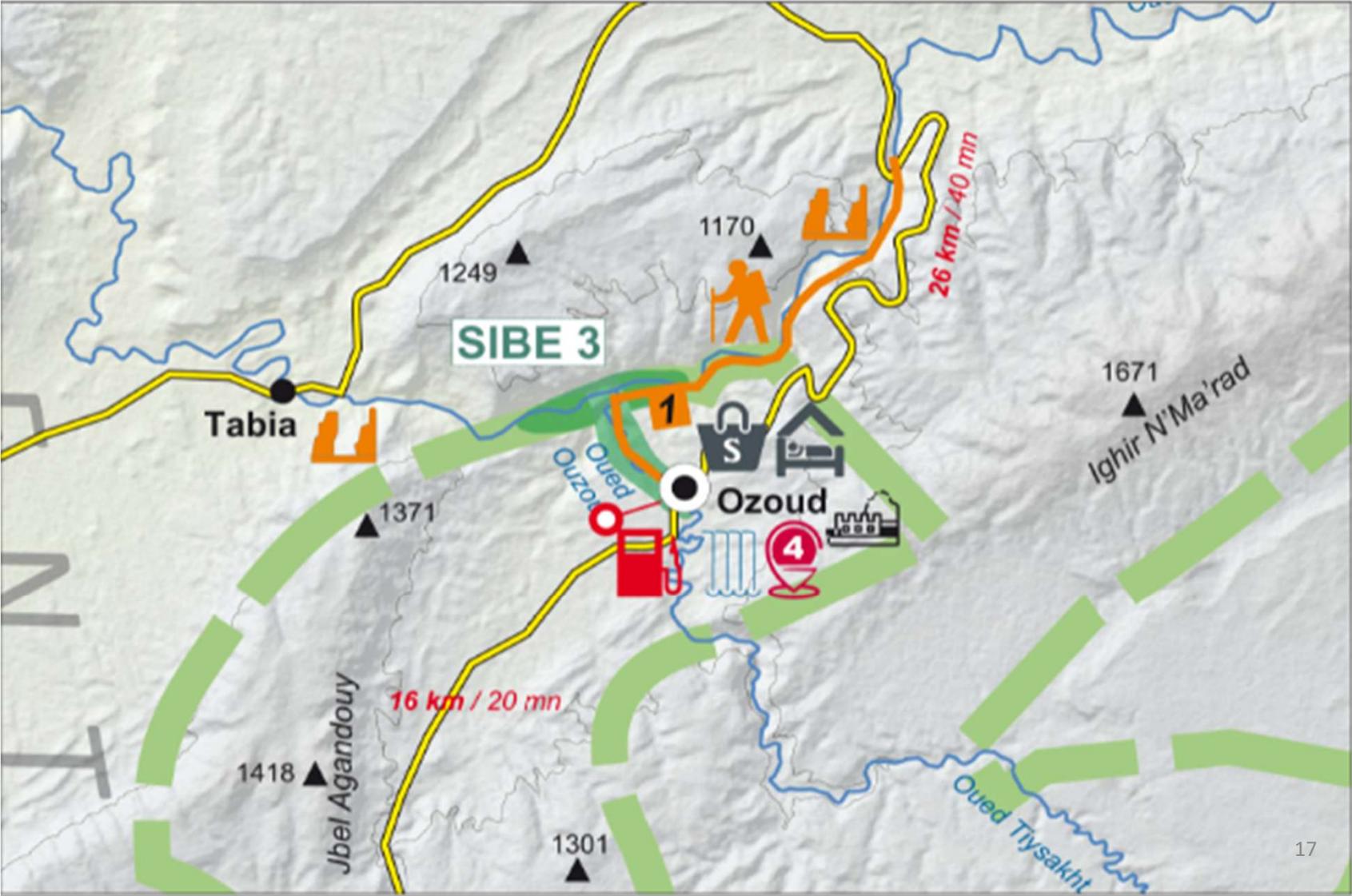
# Les zones d'analyse des flux de visiteurs

La vallée de Ait Bouguemez, Aït Bououlli



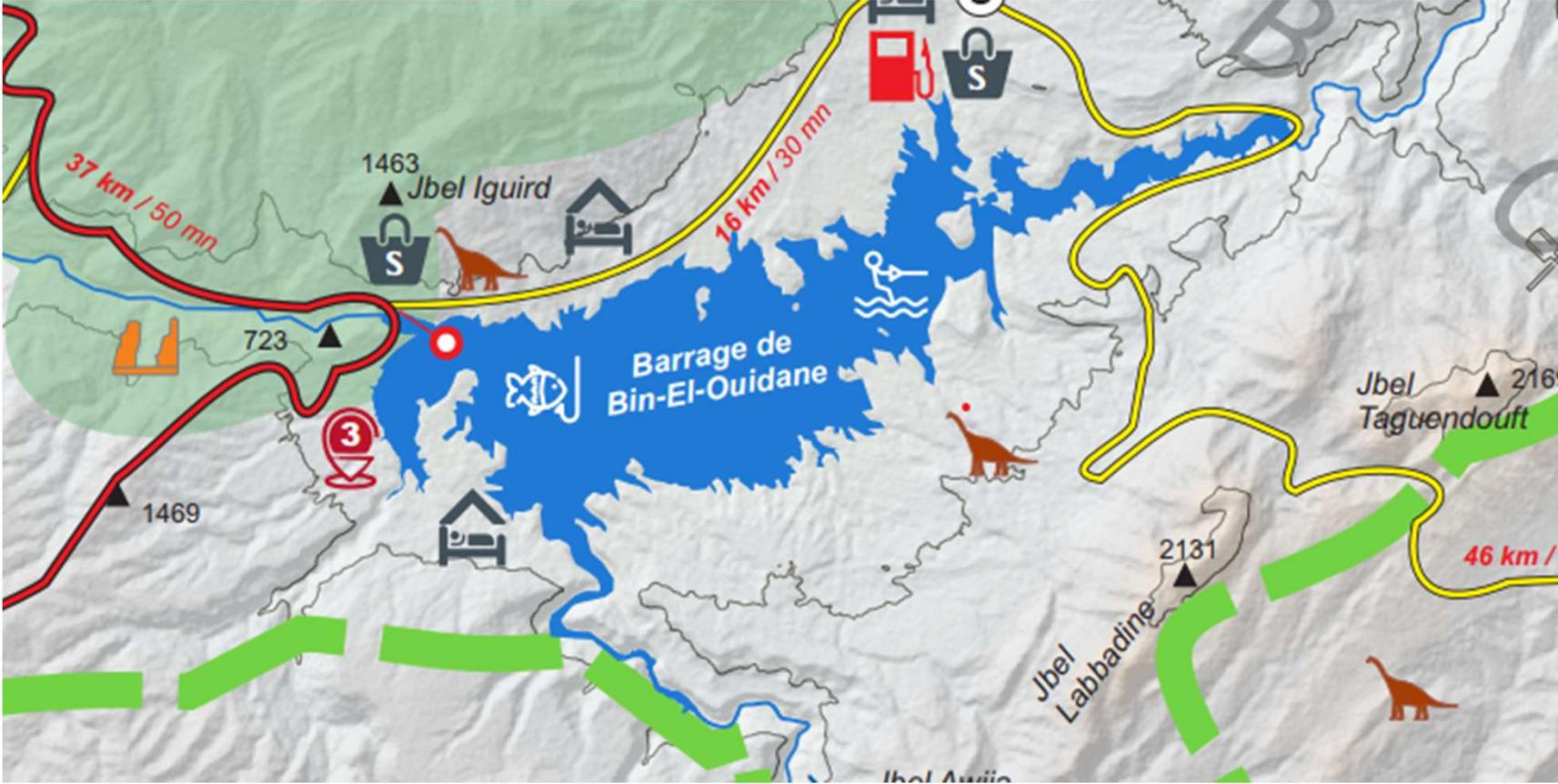
# Les zones d'analyse des flux de visiteurs

Ouzoud



# Les zones d'analyse des flux de visiteurs

Bin Al Ouidane



# Les zones d'analyse des flux de visiteurs

---

- Choix de travailler par zone d'attraction touristique. Les raisons sont:
  - Flux de visiteurs prioritaires différents selon chaque zone d'attraction
  - Plus grande qualité et précision de l'information (contraintes/points forts...)
  - Implication plus forte des acteurs et plus grand nombre d'acteurs mobilisés
- Ce choix n'a pas permis de couvrir durant cette première phase toutes les zones d'attraction touristiques de la province d'Azilal
- L'analyse sera poursuivie en 2022 pour couvrir les autres zones d'attraction d'Azilal
- L'analyse générale des flux de visiteurs sera revue, complétée et détaillée (au besoin) chaque année jusqu'à 2024

Note: Le travail sur 1 flux dans une catégorie aura des répercussions sur les autres flux non encore analysés et sur les autres catégories de flux

# Les participants aux ateliers

---

- 10 à 20 personnes dans les ateliers (total de 60 personnes environ)
- Délégation du tourisme
- Province et INDH
- Association du Géoparc Mgoun
- CRT
- Association des guides touristiques de la région BMK
- Association des gîteurs
- Club du Géoparc Mgoun pour le développement des sports de montagne et nautique
- Guides/ propriétaires de gîtes/ prestataires de services/ Agences de voyage/
- Représentants du secteurs associatif et de coopératives

# Les Flux de Visiteurs identifiés dans la région d'Azilal

# Les principaux flux identifiés et les flux analysés dans la région d'Azilal

19 GRANDS TYPES  
DE FLUX  
IDENTIFIES

44 FLUX DE  
VISITEURS  
IDENTIFIES

18 FLUX ANALYSES

6 ZA  
5 AB  
7 OU  
3 BIN

Rappel les actions  
sur chaque flux  
auront des  
répercussions sur  
les autres flux non  
encore analysés

RANDONNEURS

PASSIONNES  
D'ESCALADE/  
CANYONING

RAFTEURS/ KAYAK/ VTT

SPORTIFS NOUVELLES  
TENDANCES

SPORTIFS D'HIVER

MAROCAINS NATURE  
ET REPOS

LES ETRANGERS  
RESIDENTS AU MAROC  
NATURE, DECOUVERTE  
ET REPOS

LES MRE

LES TOURISTES  
SOLIDAIRES

ATELIERS, TEAM  
BUILDING  
ENTREPRISES,  
BAILLEURS, ONG

EXCURSIONS  
ORGANISEES 1  
JOURNEE DE  
MARRAKECH

BIEN ETRE

LES SCIENTIFIQUES

VISITEURS EN  
PELERINAGE

LES MECANIQUES  
MOTO ET 4X4

LES CAMPING CAR

PECHEURS

CHASSEURS

ARTISTES  
PHOTOGRAPHES  
D'AVEVENTURE

# Les flux de randonneurs par zone d'attraction

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>RANDONNEURS</b>				
Randonneurs occidentaux en groupe	<b>Randonneurs occidentaux en groupe</b>	<b>Randonneurs occidentaux en groupe</b>		Randonneurs occidentaux en groupe
Randonneurs en étoiles occidentaux séniors	Randonneurs en étoiles occidentaux séniors			
Passionnés de trekking	Passionnés de trekking occidentaux			
Randonneurs marocains revenu moyen (CS)	Randonneurs marocains revenu moyen (CS)	<b>Randonneurs marocains revenu moyen (CS)</b>	Randonneurs marocains revenu moyen (CS)	Randonneurs marocains revenu moyen (CS)
Randonneurs jeunes marocains « zéro DH »	Randonneurs jeunes marocains « zéro DH »	Randonneurs jeunes marocains « zéro DH »		

Légende: **Surlignés en noir les flux sur lesquels les acteurs ont travaillé**  
**Surlignés en jaune les petits flux avec très peu de visiteurs**

# Les flux Escalade/ Canyoning/ Raft / VTT par zone d'attraction

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>PASSIONNES D'ESCALADE/ CANYONING</b>				
Grimpeurs occidentaux (LS/TLS)		<b>Grimpeurs occidentaux (LS/TLS)</b>		Grimpeurs occidentaux
Grimpeurs débutants	Grimpeurs débutants	Grimpeurs débutants		
Les canyoning		Les canyoning		
<b>RAFTEURS/ KAYAK/ VTT</b>				
ZA Jeunes marocains rafteurs		<b>Jeunes marocains rafteurs</b>		
Etrangers multisports (rafting/kayak/VTT)		Etrangers multisports (rafting/kayak/VTT)		
Passionnés de VTT	Passionnés de VTT	Passionnés de VTT		

Légende: **Surlignés en noir les flux sur lesquels les acteurs ont travaillé**  
**Surlignés en jaune les petits flux**

# Les flux Sportifs nouvelles tendances et sports d'hiver

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>SPORTIFS NOUVELLES TENDANCES</b>				
Trailistes		Trailistes		
Parachutisme sauvage		Parachutisme sauvage		Parachutisme sauvage
Parapente		Parapente		
Skytline (Taghia)		Skytline (Taghia)		
<b>SPORTIFS D'HIVER</b>				
Les skieurs hors pistes (marocains et étrangers)	Les skieurs hors pistes (marocains et étrangers)	Les skieurs hors pistes (marocains et étrangers)		
Randonneurs en raquettes		Randonneurs en raquettes		
Les marocains de la région qui veulent voir la neige	Les marocains de la région qui veulent voir la neige		Les marocains de la région qui veulent voir la neige	Les marocains de la région qui veulent voir la neige

# Les flux Nature, découverte et repos

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>MAROCAINS NATURE ET REPOS</b>				
Marocains luxe			Marocains luxe	Marocains luxe
Marocains nature et repos revenus supérieurs	<b>Marocains nature et repos revenus supérieurs</b>	<b>Marocains nature et repos revenus supérieur</b>	<b>Marocains nature et repos revenus supérieur</b>	<b>Marocain nature et repos revenu supérieur</b>
Marocains nature et repos revenus moyens	Marocains nature et repos revenus moyens	Marocains nature et repos revenus moyens	Marocains nature et repos revenus moyens	<b>Marocains nature et repos revenus moyens</b>
Jeunes marocains voyage organisé				<b>Jeunes marocains voyage organisé (voyage en cars ou minibus)</b>
Marocains pique-nique une journée			Marocains pique-nique une journée (nombreux mais beaucoup d'impact négatif)	<b>Marocains pique-nique une journée</b>
Marocains de passage	<b>Marocains de passage</b>	Marocains de passage	Marocains de passage	Marocains de passage
Maisons secondaires			Maisons secondaires (Une centaine de maisons) flux considéré comme important	
Jeunes marocains low budget				Les jeunes marocains campeurs (low budget ou zéro DH)

## Les flux Nature, découverte et repos (suite)

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>LES ETRANGERS RESIDENTS AU MAROC NATURE, DECOUVERTE ET REPOS</b>				
Les Résidents étrangers / Découverte	<b>Résidents étrangers / découverte (CMS)</b>	Les Résidents étrangers / Découverte	Les résidents étrangers découverte (flux faible)	Les résidents étrangers découverte

# Les flux divers

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>LES TOURISTES SOLIDAIRES</b>				
Volontaires jeunes étrangers (TLS)	<b>Volontaires jeunes étrangers (TLS)</b>			
Touristes solidaires occidentaux (LS)		<b>Touristes solidaires occidentaux (LS)</b>		
Touristes solidaires marocains			<b>Touristes solidaires marocains</b> (flux considéré comme important, viennent pour soutenir les populations locales)	
<b>ATELIERS, TEAM BUILDING ENTREPRISES, BAILLEURS, ONG</b>	<b>Ateliers, teams building</b>		<b>Ateliers, teams building</b> (flux considéré comme très important notamment parce qu'ils viennent en basse saison)	<b>Ateliers, teams building</b>
<b>EXCURSIONS ORGANISEES 1 JOURNEE DE MARRAKECH</b>				<b>Groupes organisés Marrakech une journée étranger</b>
<b>BIEN ETRE</b>	<b>Les bien êtres (yoga...)</b>		<b>Les bien êtres (yoga...) Flux faible à développer</b>	

# Les flux divers

Zones d'attraction	Ait Bouguemez, Aït Bou Oulli	Zaouiat Ahençale, Anergui Tilouguit	Bin Al Ouidane	Ouzoud
<b>Flux existants</b>				
<b>Les scientifiques</b>				
	Les scientifiques et étudiants géologues, archéologues	Les scientifiques et étudiants géologues, archéologues		<b>Les scientifiques et étudiants géologues, archéologues</b>
<b>VISITEURS EN PELERINAGE</b>				
Touristes religieux Israélien	Touristes religieux Israélien	Touristes religieux Israéliens		Touristes religieux Israéliens
Touristes religieux marocain (flux en baisse)		Touristes religieux marocain (flux en baisse)		
<b>Les mécaniques Moto et 4X4</b>	Les mécaniques	Les mécaniques	Les mécaniques (flux assez important)	
<b>Les camping car</b>			Camping-car	<b>Camping-car</b>
<b>Pêcheurs</b>		<b>Les pêcheurs</b>	Les pêcheurs (no kill)	
<b>Chasseurs</b>		<b>Les chasseurs</b>	Les chasseurs	
<b>Artistes et photographes d'aventure/ publicitaire</b>		Artistes et photographes d'aventure	Artistes (peu nombreux mais restent longtemps et sont des influenceurs)	Artistes et photographes d'aventure publicitaires

## Choix des flux analysés dans les 4 zones touristiques étudiées

---

Le choix des flux de visiteurs à analyser a été fait par les acteurs du tourisme qui ont participé aux ateliers d'analyse.

Ils ont retenu les flux qui sont importants en termes de visiteurs et de retombées économiques.

Cependant et compte tenu de la situation du COVID l'accent a été volontairement mis sur la sélection des flux de visiteurs internes les plus porteurs.

## Récapitulatif des flux analysés dans les 4 zones touristiques étudiées

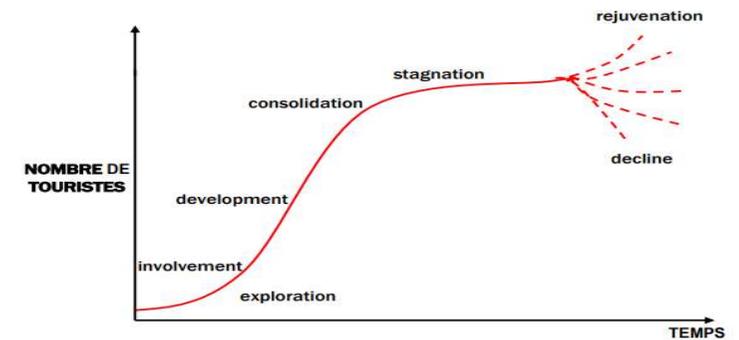
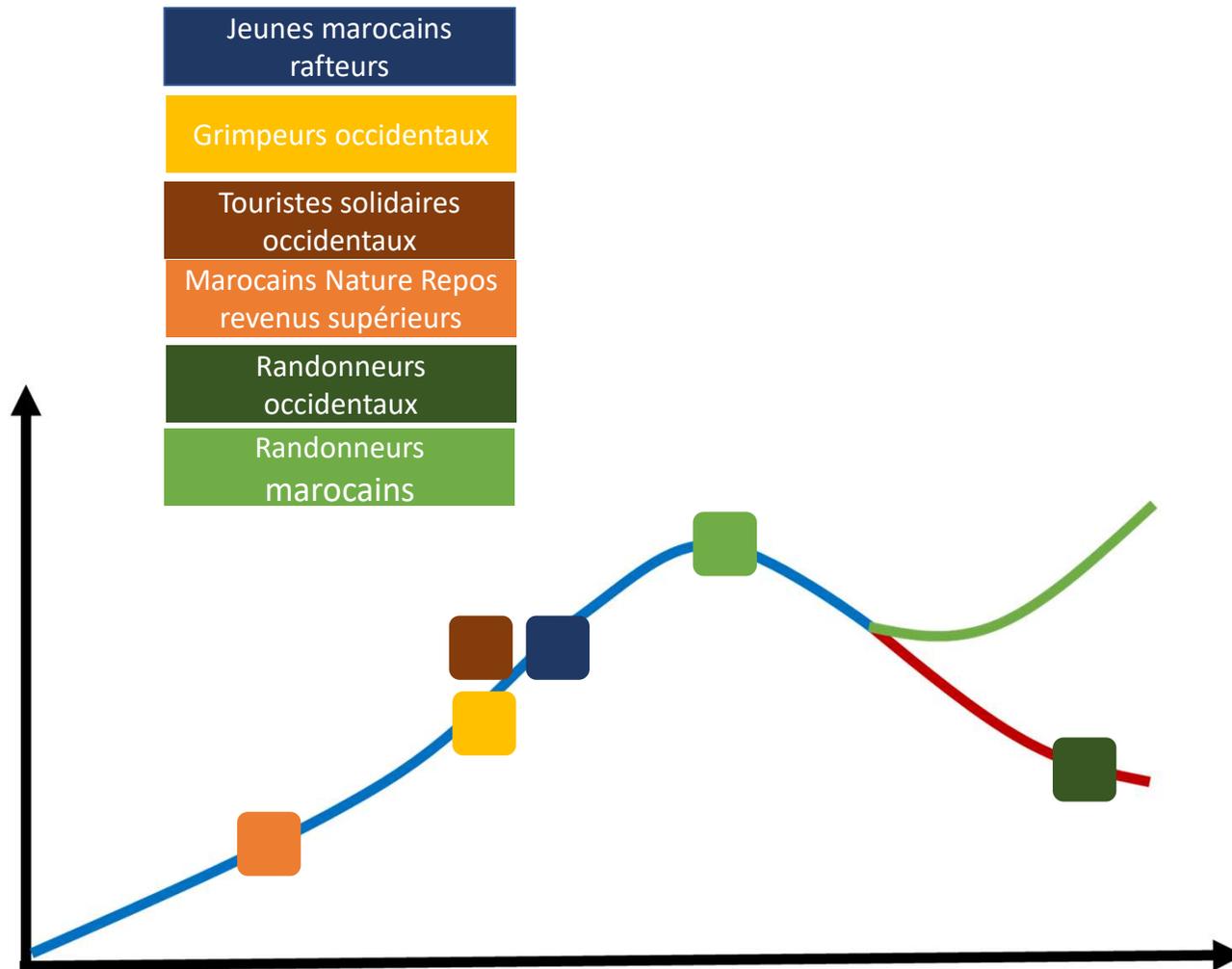
Nom du flux	Zaouiat Ahançal, Anergui, Tilouguit	Aït Bouguemez	Bin A Ouidane	Ouzoud
Jeunes marocains rafteurs	X			
Grimpeurs occidentaux	X			
Touristes solidaires occidentaux	X			
Volontaires occidentaux		X		
Marocains Nature Repos revenus supérieurs	X	X	X	X
Marocains Nature Repos revenus moyens			X	X
Marocains pique-nique une journée				X
Marocains de passage		X		
Jeunes marocains en voyage organisé				X
Groupes organisés Kech 1 journée étrangers				X
Résidents étrangers nature et découverte		X		
Randonneurs occidentaux	X	X		
Randonneurs marocains	X			
Touristes ateliers, team building....			X	
Camping-car				X
Scientifiques				X

# Informations générales sur les SVF prioritaires analysés

Zaouiat Ahençale/ Anergui / Tilouguit



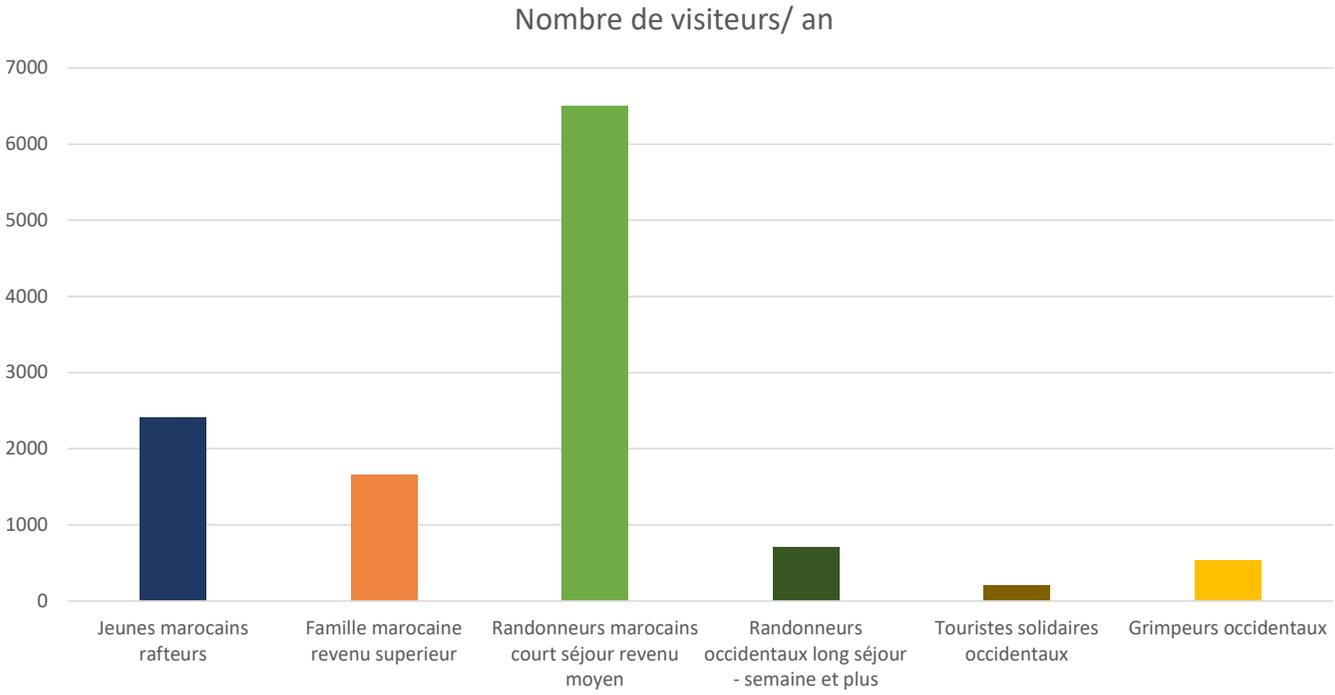
# Flux prioritaires & courbe de Butler: Zaouiat Ahençal/Anergui/Tilouguit...



Les flux analysés dans cette zone sont essentiellement des flux en développement, sauf les flux des randonneurs occidentaux qui est en déclin dans la région.

Les questions à se poser : Que voulons-nous pour ce flux: maintenir, soutenir, développer... ou le laisser décliner au profit d'autres flux.

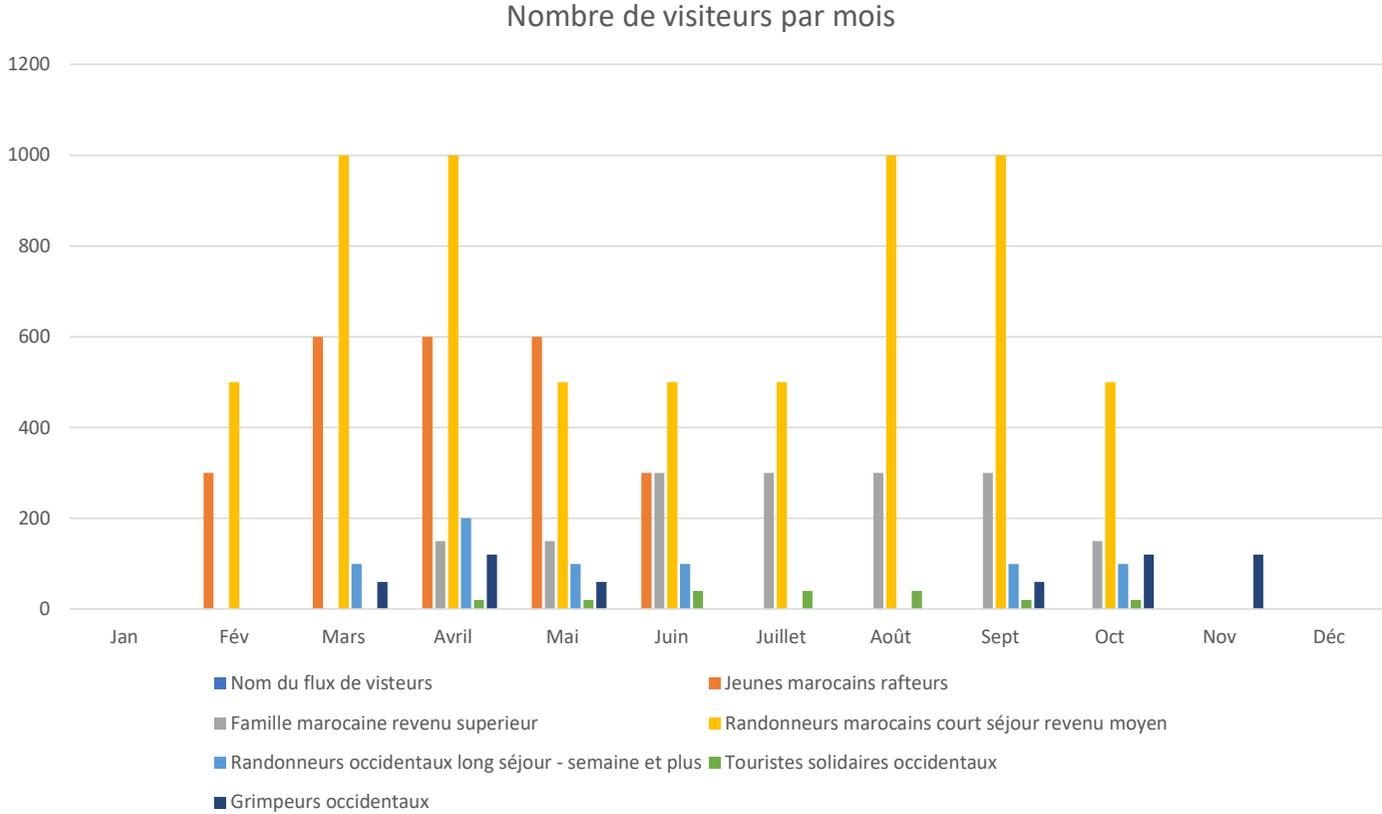
# Nombre de visiteur ZA par an



- Jeunes marocains rafteurs
- Grimpeurs occidentaux
- Touristes solidaires occidentaux
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Randonneurs occidentaux
- Randonneurs marocains

Parmi les flux prioritaires sélectionnés, les plus nombreux sont les randonneurs marocains, les jeunes rafteurs ainsi que familles marocaines revenus supérieur.

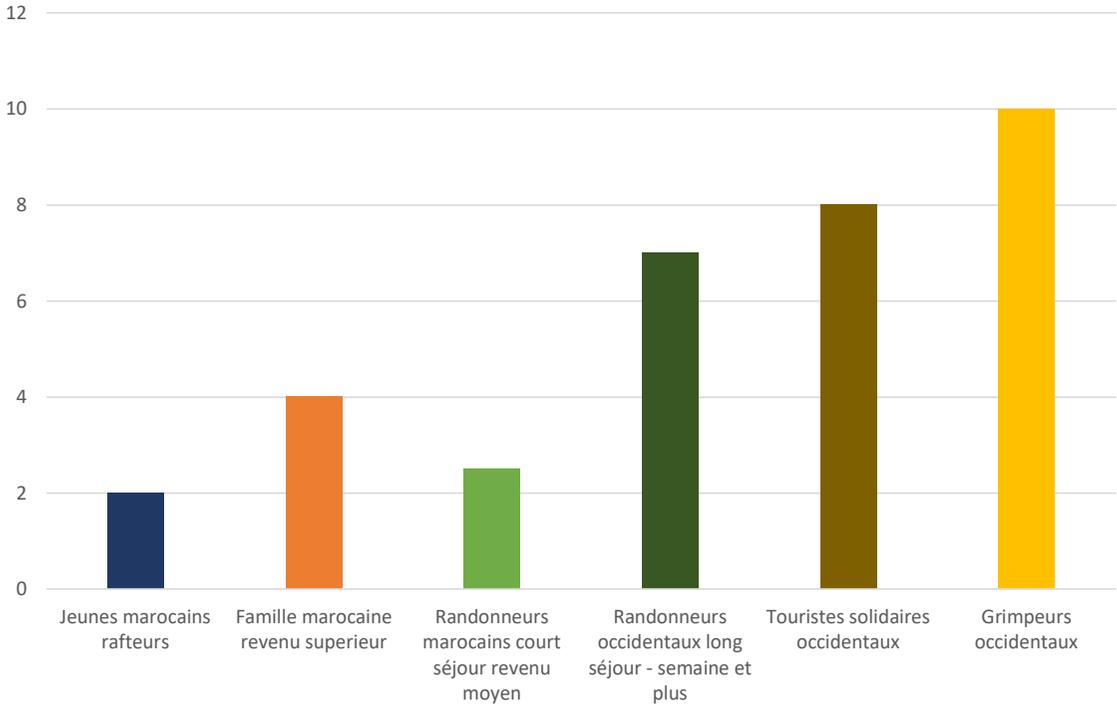
# Nombre de visiteur ZA par mois



Pour les flux retenus pour cette première phase, le nombre de visiteurs le plus élevé est en mars avril et août septembre, suivi des mois de mai/juin et juillet.

# Durée de séjour visiteur ZA par mois

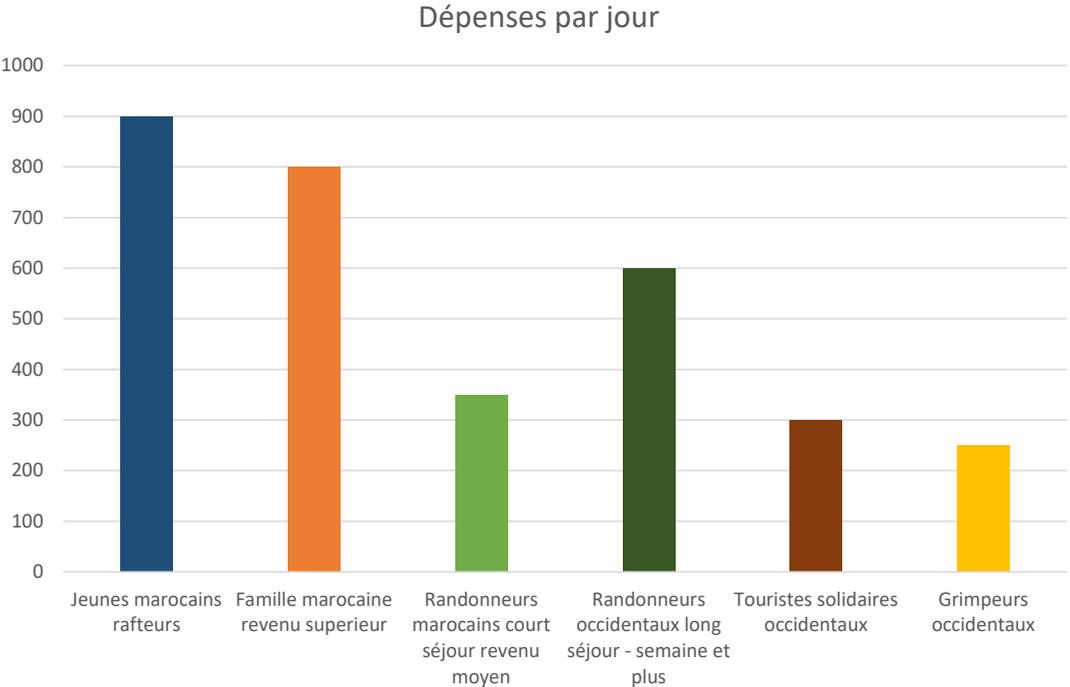
Moyenne des nuités



- Jeunes marocains rafteurs
- Grimpeurs occidentaux
- Touristes solidaires occidentaux
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Randonneurs occidentaux
- Randonneurs marocains

Pour les flux retenus, les flux dont le nombre de nuités par séjour est le plus élevé sont les flux occidentaux de grimpeurs, touristes solidaires, et randonneurs longs séjours. Pour les autres flux essentiellement de marocains la durée est de 4 à 2 jours

# Dépenses quotidiennes flux de visiteurs ZA



- Jeunes marocains raftereurs
- Grimpeurs occidentaux
- Touristes solidaires occidentaux
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Randonneurs occidentaux
- Randonneurs marocains

Les jeunes raftereurs, les marocains revenus supérieurs sont les flux qui dépensent le plus par jour

# Résumé des SVF prioritaires analysés

Zaouiat Ahençale/ Anergui / Tilouguit

## Flux: ZA Jeunes marocains Rafteurs

### Motivation

Le plaisir des expériences de rafting

### Principales activités

Rafting/kayak et petites randonnées

### Principale attraction

La rivière: Oued Ahansal et Assif Melloul

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 2400

**Nuités:** 2

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Augmenté

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 900

### Profil

Origine: de toutes les villes du Maroc, notamment de Casablanca, Rabat.

Age: entre 16 et 55 ans.

Situation familiale: Ils sont célibataires ou mariés avec de jeunes enfants ou des adolescents.

Revenu/profession: Moyen à supérieur.

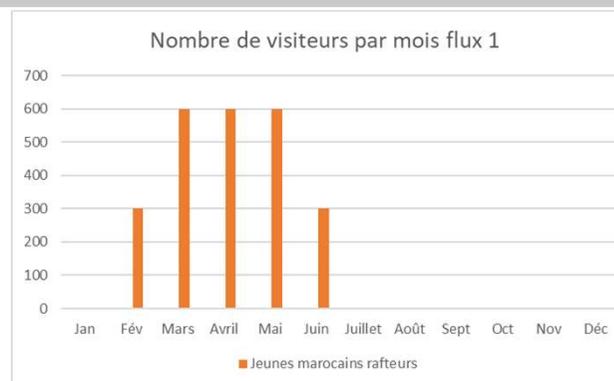
Type de voyage (en groupe ou seuls): Ils voyagent généralement en groupe de 15 personnes environ. Près de la moitié de ces personnes viennent en voyages organisés, les autres voyagent en famille ou avec des amis.

Autres informations: Ils viennent à 80% le week end, durant la saison du rafting de février à juin.

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Nombre de visiteurs maximum et durable pendant la saison de rafting.

Quelques petits conflits entre les prestataires autour des prix de la prestation de rafting.



## Flux : ZA Jeunes marocains Rafteurs

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter  (tout en voyant s'il ne faut pas définir un nombre limite durant les 4 mois d'activité pour ne pas créer de surcharge pour l'écosystème)	Augmenter  (potentiel de dépense élevé)	Difficile  (voyagent essentiellement le week-end)



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort de l'hébergement
- Clarifier l'offre de rafting existante dans la zone (types de circuits et activités existants, durée, horaires...)
- Diversifier l'offre en faisant le lien avec les activités proposées par d'autres flux d'aventure dans la zone et en rajoutant des activités d'animation (notamment pour les jeunes) et le passage par des coopératives
- Mettre en place des petits aménagements de base légers adaptés au site (aménagements de points de départ et d'arrivée en kayak, sanitaires...)
- Renforcer la qualité des équipements de raftings
- Développer des services pour compléter l'expérience du visiteur (commodités en bord de route, en bord de rivière, ...) et des produits (bouteilles rechargeables, sac au sec...) avec logo personnalisé avec histoire et culture de la destination.
- Proposer des offres promotionnelles pour les séjours en semaine
- Accroître le ciblage de la promotion notamment auprès des fédérations, clubs de sport et magazines /blogs /Instastories
- A court terme, renforcement de la formation pratique des animateurs en matière de Kayak (instructions à donner...)
- A moyen et long terme programme de certification pour les guides de rafting locaux

## Flux: ZA Grimpeurs occidentaux professionnels

### Motivation

Le plaisir de l'escalade, la qualité et la difficulté du rocher, le coût du séjour d'escalade plus faible qu'à l'étranger. L'hospitalité, le calme.

### Principales activités

Escalade (Randonnée, Canyoning)

### Principale attraction

Taghia, Aroudan, Essm Souk, Kousser

### Profil

Origine : Occident

Age: Entre 18 et 60 ans

Situation familiale:

Revenu/profession:

Type de voyage : en petits groupes ou seuls

Autres informations: Il s'agit de grimpeurs qui sont passionnés par l'escalade et qui sont attirés par la qualité des sites d'escalade notamment le site de Taghia, maintenant reconnu au niveau international, et par le faible coût de cette activité au Maroc par rapport à l'Europe. Tout le temps des grimpeurs est dédié à l'activité. Ils disposent de peu de temps après l'escalade.

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 540

**Nuités:** 5 à 15 jours

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Faible

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 250

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Faible entente sur les tarifications des prestations peu créer certains conflits

Nombre de visiteurs par mois flux 5



## Flux: ZA Grimpeurs occidentaux professionnels

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort de l'Hébergement
- Proposer des activités sportives et de divertissement adaptées aux besoins des grimpeurs et faire lien avec les autres flux d'aventure (étant donné que leur motivation est directement liée à l'hospitalité dont ils font l'expérience, le développement d'une offre touristique supplémentaire doit inclure, par exemple, des éléments de la culture de la vie quotidienne et la visite de coopératives).
- Renforcer le matériel d'escalade disponible chez les accompagnateurs
- Amélioration de la délimitation des voies d'escalade (niveau compatible aux cartes, besoin d'appui technique)
- Développer des produits et services pour compléter l'expérience du visiteur avec logo personnalisé avec histoire et culture de la destination.
- Faire ressortir dans la promotion les qualités du site d'escalade, les prix abordables et l'hospitalité
- Formation diplôme certifié par l'état pour les moniteurs d'escalade

## Flux: ZA Randonneurs marocains court séjour revenu moyen

### Motivation

Ils viennent pour marcher dans la nature, le dépaysement et pour prendre des photos

### Principales activités

Marcher, manger la cuisine locale, prendre des photos

### Principale attraction

La rivière (oued Ahansal), les parois et les gorges de Taghia, les montagnes, les kasbah et greniers

### Profil

Origine: Villes du Maroc

Age: Tous les âges (14 à 70 ans)

Situation familiale:

Revenu/profession: Revenu moyen à supérieur

Type de voyage (en groupe ou seuls): Ils voyagent en groupe de 4 personnes à 20 personnes. Ils viennent généralement avec des groupes ou des clubs de randonnée

Autres informations:

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 6500

**Nuités:** 2 à 3

**Stade de développement du flux:** En stagnation

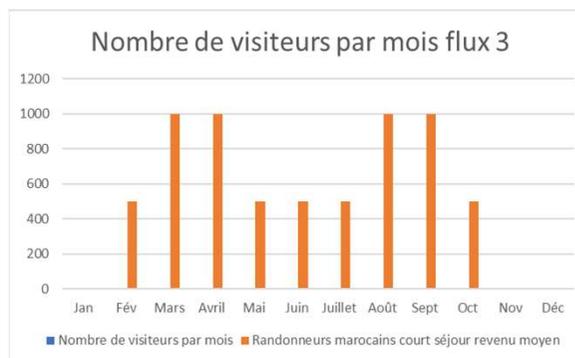
**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 350

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Effet négatif sur les ressources : feux de camps  
pollution des eaux de rivières

Effet négatif sur l'utilisation du sol : emplacement des tentes



## Flux: ZA Randonneurs marocains court séjour revenu moyen

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	Augmenter



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort de l'hébergement
- Améliorer la qualité des sentiers (entretien)
- Analyser plus en profondeur les autres raisons possibles qui expliquent la stagnation de ce flux (outre la qualité d'hébergement et des sentiers)
- Intégrer les coopératives dans les circuits
- Accroître le ciblage de la promotion (écoles, comités d'entreprise, associations, club de sports, visiteurs des régions proches)

## Flux: ZA Randonneurs occidentaux long séjour semaine et plus

### Motivation

Sport nature, découverte et contact avec une culture différente

### Principales activités

Marcher, camper, prendre des photos, profiter de la nature, sérénité

### Principale attraction

Les hauts sommets, les rivières, les villages typiques  
la faune et la flore, l'accueil chaleureux, la culture et les traditions

<b>Nombre estimé de visiteurs par an:</b>	700
<b>Nuités:</b>	7 jours et plus
<b>Stade de développement du flux:</b>	Déclin
<b>Résilience face au Covid:</b>	Stoppé
<b>Dépenses moyennes par jour en MAD:</b>	600

### Profil

Origine: Occidentaux (à préciser)

Age: de 7 à 70 ans

Situation familiale:

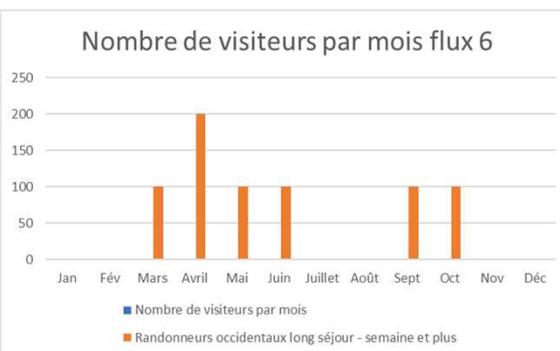
Revenu/profession:

Type de voyage (en groupe ou seuls): Voyagent en groupe organisés

Autres informations:

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Concurrence entre les gens du métiers peu créer des conflits



## Flux: ZA Randonneurs occidentaux long séjour semaine et plus

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort de l'hébergement
- Améliorer la qualité des sentiers (entretien et mise en place de nouveaux sentiers pour remplacer ceux qui sont devenus des routes)
- Analyser plus en profondeur les autres raisons possibles qui expliquent la stagnation de ce flux (outre la qualité d'hébergement et des sentiers)
- Développer des offres de randonnée autour des anciens circuits de transhumance, cours de cuisine, de tissage et autre fabrication de produits artisanaux en fonction des compétences de la zone, observation des étoiles, couchage sous tentes de luxes dans la montagne)
- Besoin également de mieux connaître ce flux de visiteur pour améliorer la promotion

## Flux: ZA Marocains nature et repos revenus supérieurs

### Motivation

Dépaysement, découverte du patrimoine naturel et historique et repos.

### Principales activités

Petites randonnées en étoile/ visite du patrimoine /Repos  
Rafting notamment pour les jeunes qui accompagnent les familles.

### Principale attraction

Montagnes, rivières, nature, patrimoine, diversité de la flore

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 1650

**Nuités:** 4

**Stade de développement du flux:** En Développement

**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 800

### Profil

Origine : Grandes villes du Maroc

Age: de 4 ans à 60 ans et plus

Situation familiale:

Revenus/ profession : cadres supérieurs ou profession libérale généralement (médecins, avocats, entrepreneurs...)

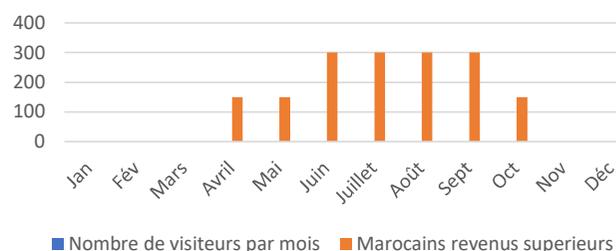
Ils viennent en famille ou entre amis ou en groupe (groupe organisé par les amis, par les entreprises, associations professionnelles...)

Type de voyage (en groupe ou seuls):

Autres informations: Ils apprécient les petits circuits en étoile et les petites marches à proximité des hébergements. Ils apprécient des programmes avec des petites activités ainsi que des temps de repos dans la nature et au niveau des hébergements.

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Nombre de visiteurs par mois  
flux 2



## Flux: ZA Marocains nature et découverte revenus supérieurs

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	Difficile



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort des hébergements de première catégorie (salon de repos, espace d'activité pour les enfants...)
- Clarifier l'offre existante dans la zone (types de circuits existants, durée, activités...) en mettant l'accent sur les randonnées en étoiles
- Développer des offres/promotionnelles sur mesure pour les familles marocaines (exemple: petites randonnées, randonnées à dos de mulets, journées près des gorges, ateliers divers pour enfants, soirée folklore, camping de luxe dans des lieux attractifs...) et faire lien avec les activités des autres flux
- Définir et aménager des petits sentiers pédestres de randonnées à proximité des gîtes et des zones de repos/pique-nique sous tente dans la nature
- Cibler la promotion sur les associations du secteur libérale et les associations d'entreprise

## Flux: ZA Touristes solidaires occidentaux

### Motivation

Solidarité, pour soutenir des petits projets de développement de la zone.

### Principales activités

Actions solidaires: soutien scolaire, aides diverses aux populations, rencontres avec les populations locales

### Principale attraction

Actions solidaires

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 200

**Nuités:** 8

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Stoppé

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 300

### Profil

Origine : Occident

Age: 12 à 60 ans

Situation familiale:

Revenus/profession:

Type de voyage (en groupe ou seuls): Ils voyagent en groupe

Autres informations: Viennent avec des ONG généralement

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Création de tension entre les bénéficiaires (entre les personnes qui bénéficient le plus de l'aide des touristes solidaires et ceux qui en bénéficient moins)



## Flux: ZA Touristes solidaires occidentaux

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	Difficile



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

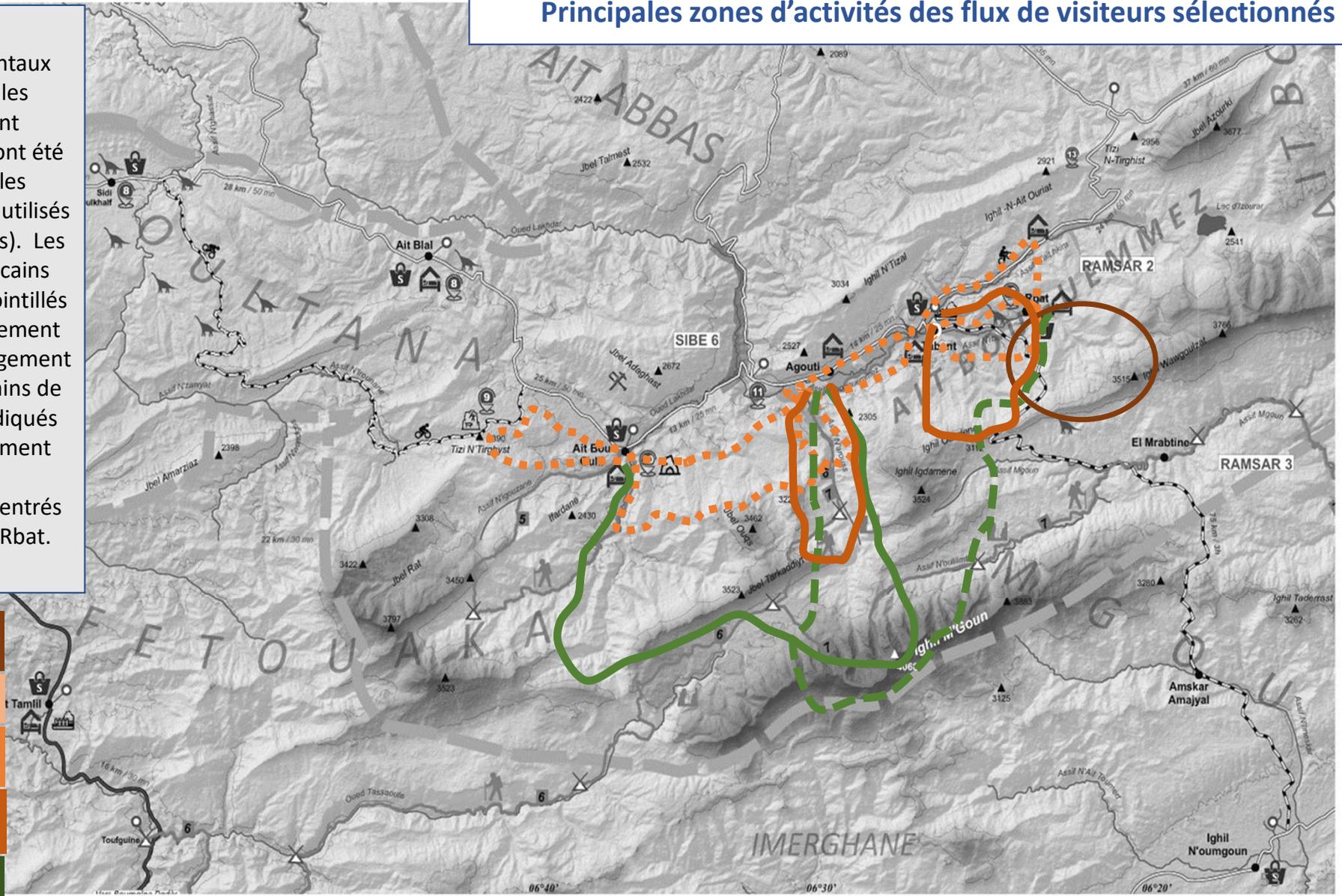
- Clarifier les activités que ce flux peut réaliser en marge des activités solidaires en faisant le lien avec les différents flux
- Développer des offres sur mesure pour les besoins des touristes solidaires avec les associations locales et nationales, les ONG et les bailleurs de fonds existants, clubs universitaires, entreprises solidaires...notamment autour de la durabilité dans le secteurs du tourisme (plantation d'arbres ou bosquets villageois, jardins agroécologiques, restauration du patrimoine, aménagement de petits sentiers de randonnées...)
- Cibler la promotion sur les ONG, les bailleurs de fonds existants ainsi que les agences spécialisées dans le tourisme solidaire (et sur les canaux d'informations où ces visiteurs échangent les informations entre eux)

# Informations générales sur les SVF prioritaires analysés

Ait Bouguemez/ Aït Bou Oulli

## Principales zones d'activités des flux de visiteurs sélectionnés

Les randonneurs occidentaux font plusieurs circuits les principaux qui incluent généralement le Mgoun ont été indiqués sur la carte (les pointillés en verts ont été utilisés pour distinguer les circuits). Les déplacements des marocains revenus supérieurs (en pointillés marron clair) sont relativement proches des lieux d'hébergement et des routes. Les marocains de passage n'ont pas été indiqués sur la carte leur déplacement suivent les routes. Les volontaires sont concentrés au niveau de la zone de Rbat.



Volontaires jeunes étrangers

Marocains de passage

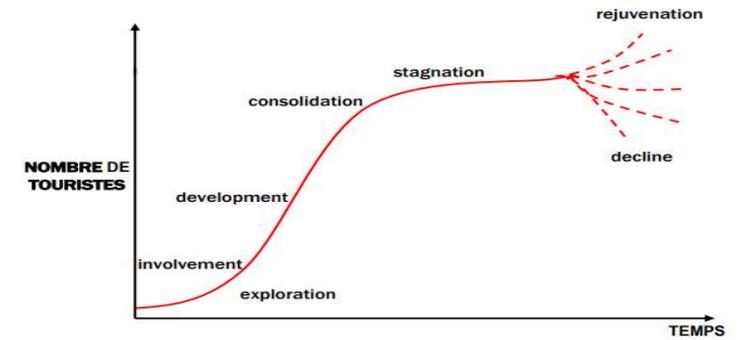
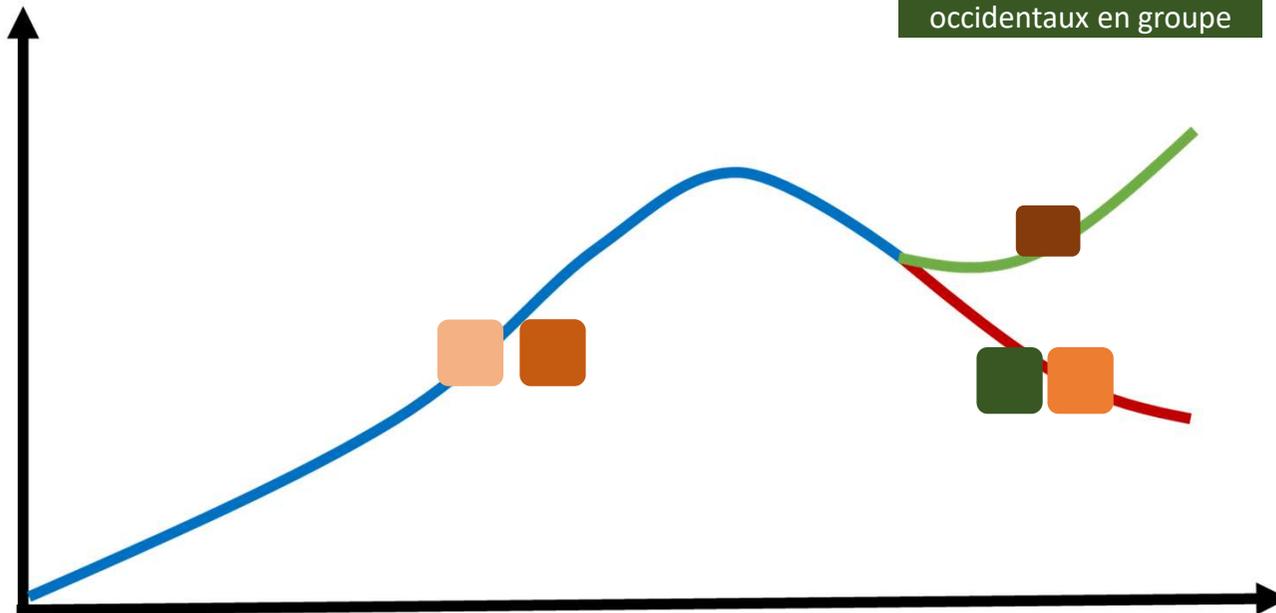
Marocains Nature Repos revenus supérieurs

Résidents étrangers / découverte

Randonneurs occidentaux en groupe

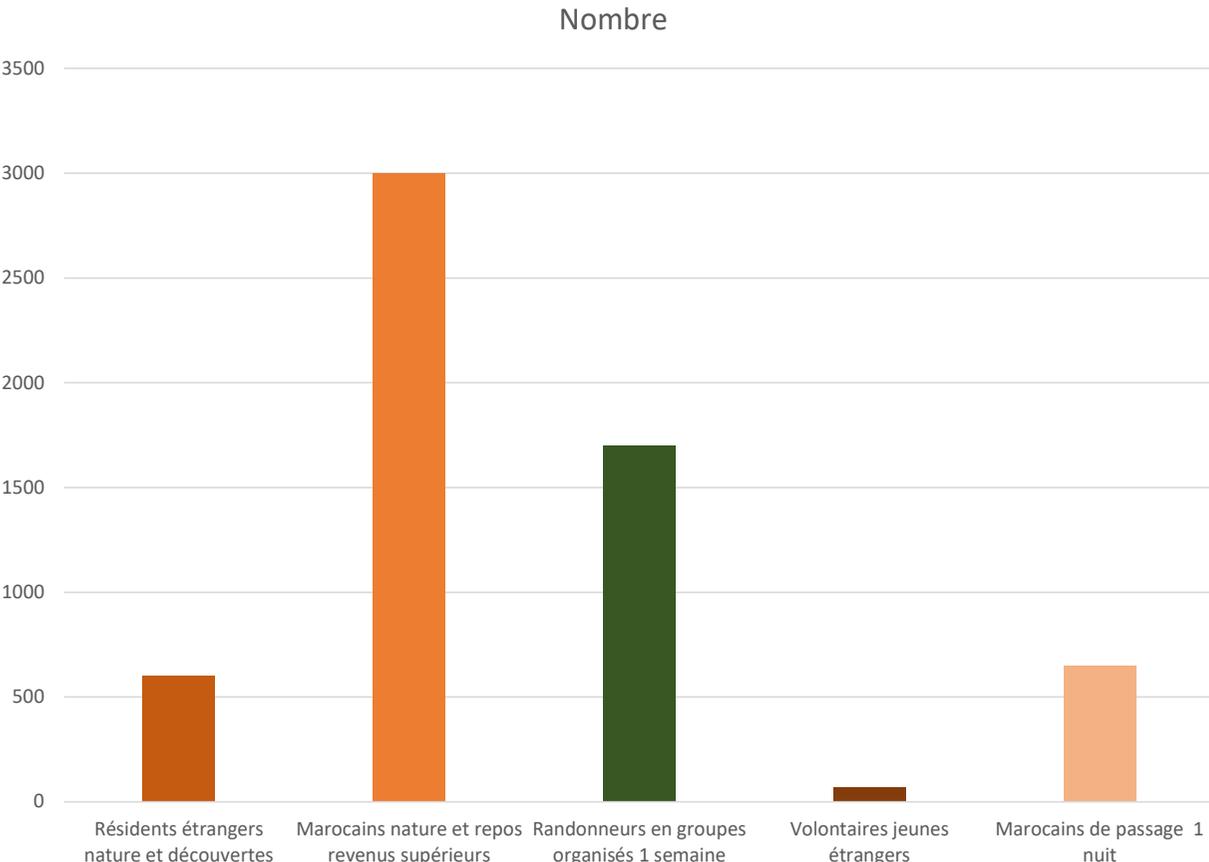
# Flux prioritaires & courbe de Butler:

Volontaires jeunes étrangers
Marocains de passage
Marocains Nature Repos revenus supérieurs
Résidents étrangers / découverte
Randonneurs occidentaux en groupe



Flux en déclin: Randonneurs occidentaux en groupe et Marocains nature et repos.  
Reprise: Volontaires jeunes étrangers  
Développement: Marocains de passage, Résidents étrangers découverte

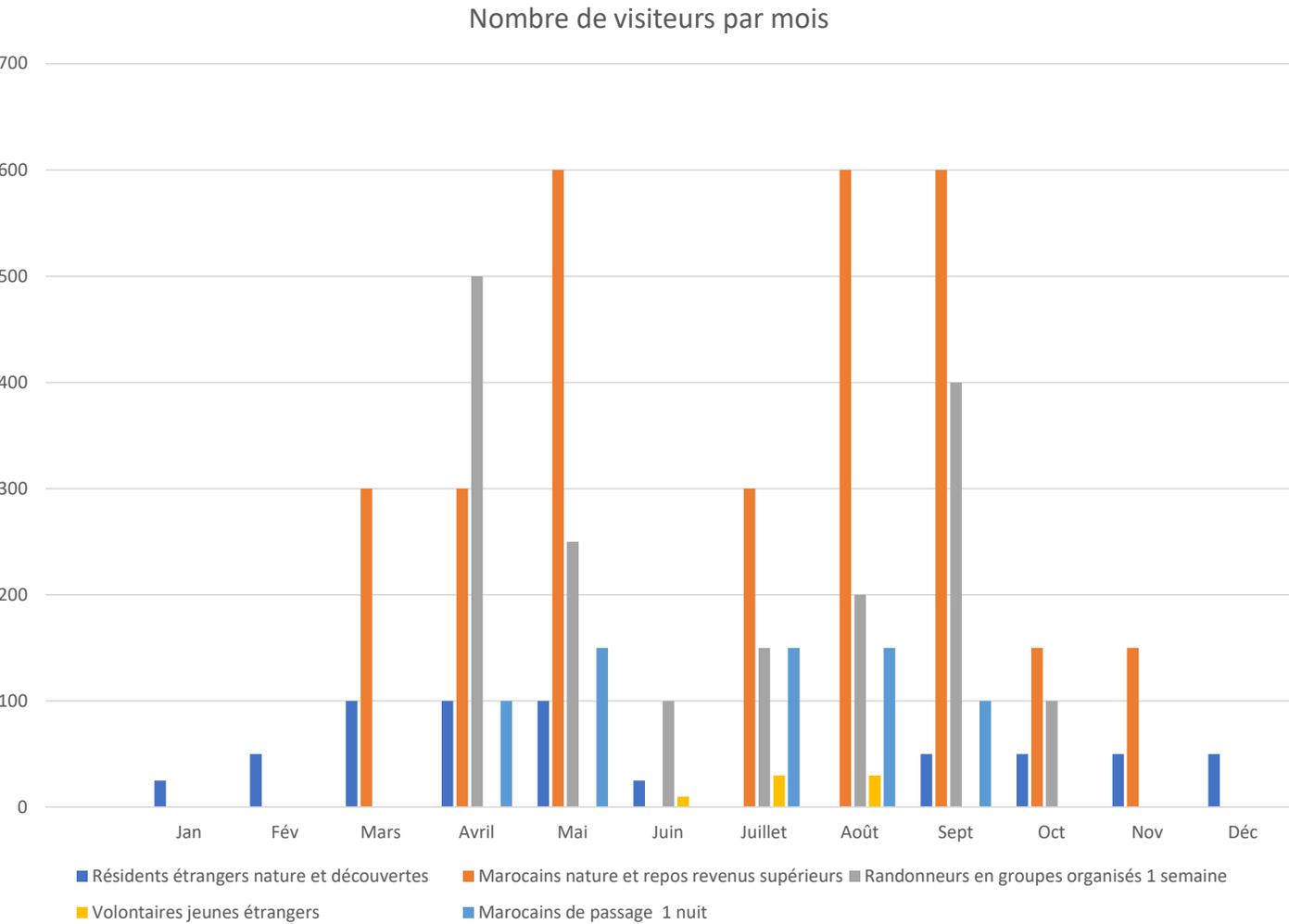
# Nombre de visiteur ABB par an



- Volontaires jeunes étrangers
- Marocains de passage
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Résidents étrangers / découverte
- Randonneurs occidentaux en groupe

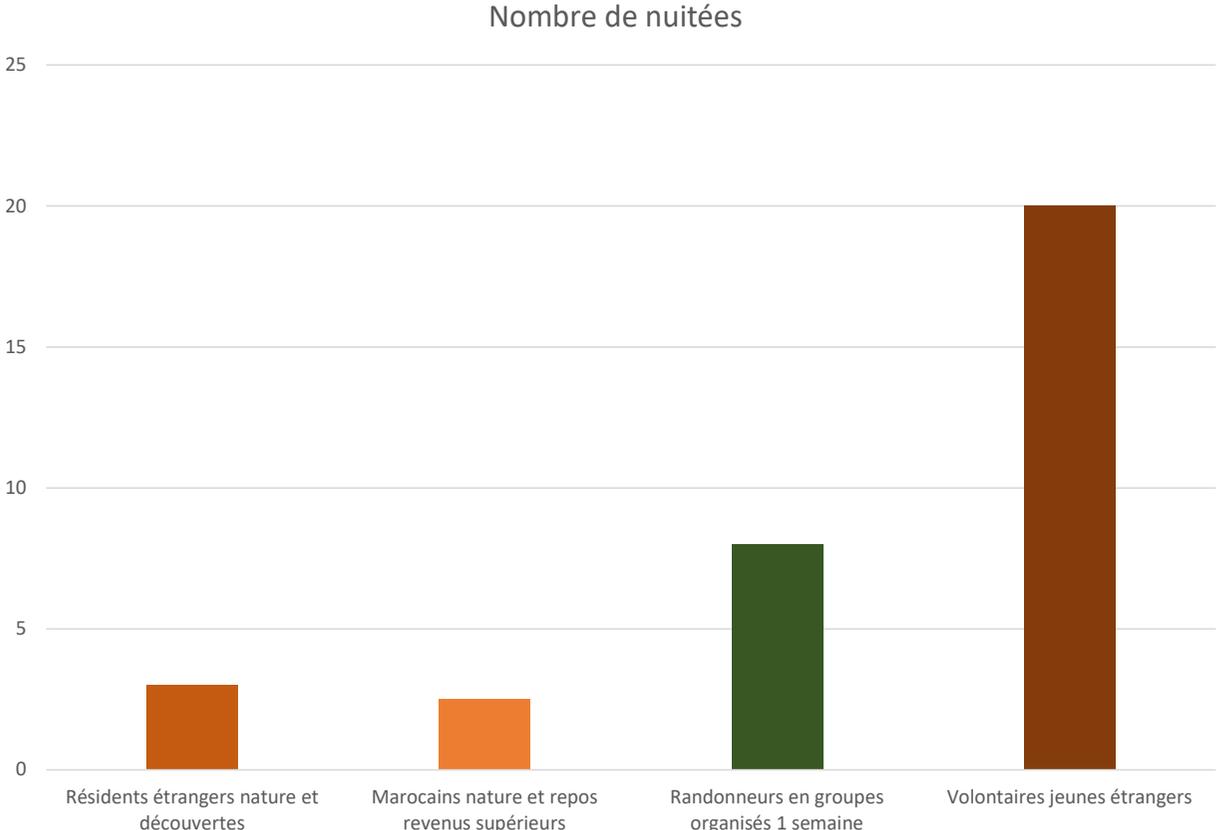
Parmi les flux prioritaires sélectionnés, les plus nombreux sont les marocains nature et repos, les randonneurs occidentaux en groupes.

# Nombre de visiteur ABB par mois



Pour les flux retenus pour cette première phase, le nombre de visiteurs le plus élevé est en mars avril et août septembre, suivi des mois de mai/juin et juillet.

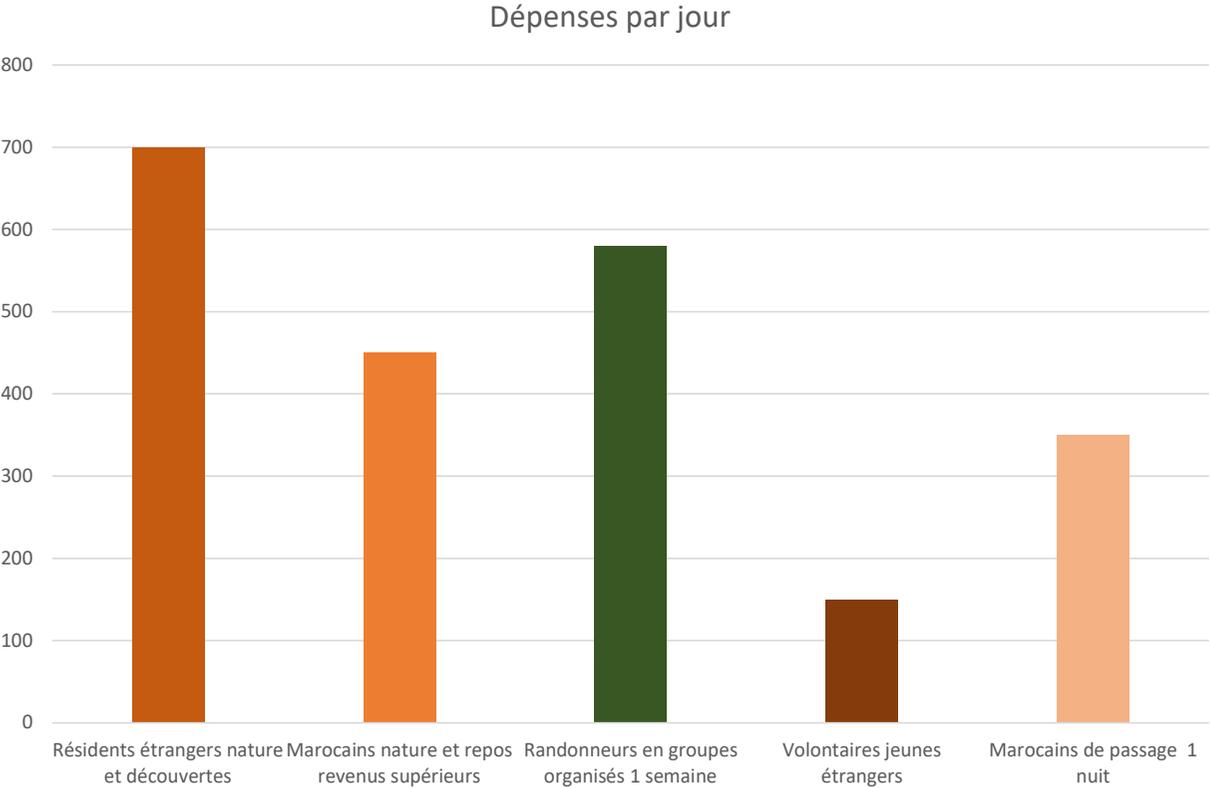
# Durée de séjour visiteur ABB par mois



- Volontaires jeunes étrangers
- Marocains de passage
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Résidents étrangers / découverte
- Randonneurs occidentaux en groupe

Durée de séjour le plus élevé Les volontaires jeunes étrangers et randonneurs occidentaux en groupe.

# Dépenses quotidiennes flux de visiteurs AB



- Volontaires jeunes étrangers
- Marocains de passage
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Résidents étrangers / découverte
- Randonneurs occidentaux en groupe

Dépenses les plus élevées les Résident étrangers nature et découverte, les marocains nature et repos et les randonneurs en groupe organisés

# Résumé des SVF prioritaires analysés

Aït Bouguemez, Aït Bou Oulli

## Flux: Résidents étrangers nature et découverte

### Motivation

Découverte de la nature et culture

### Principales activités

Randonnées en étoile, visite de sites

### Principale attraction

Les vallées, l'histoire, la culture

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 600

**Nuités:** 2 à 5 jours

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Augmenté

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 700

### Profil

Origine: Européens résidents au Maroc : de Casablanca, Marrakech, Tanger, Fès, Agadir, Rabat

Age: Adultes et jeunes

Situation familiale: Famille, retraités en groupe.

Revenus/profession: Diplomates, expatriés...

Type de voyage (en groupe ou seuls): En famille ou en groupe

Autres informations: Ils aiment réaliser beaucoup d'activités et sont attirés par les rencontres avec les habitants et tous les aspects culturels. Ils aiment également disposer de beaucoup d'informations sur les lieux visités et sur les activités disponibles.

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Résidents étrangers nature et découverte 2 à 5 j



## Flux: Résidents étrangers découverte

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	Augmenter



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

Clarifier les offres existantes (types de circuits et activités existants, durée...)

Développer de nouvelles activités en étoile adaptées aux besoins de ce flux (petites randonnées faciles avec pique-nique, petits bivouacs en pleine nature, soirées folklore...) et aux besoins des enfants et adolescents (VTT, ateliers divers de création avec des artisans, visites de coopératives...)

Développer des offres familiales autour du « dinosaure »

Développer des produits et services pour compléter l'expérience du visiteur avec logo personnalisé avec histoire et culture de la destination.

Développer une promotion orientée vers la communauté des expatriés (sur leurs sites d'échange d'information...)

Renforcer l'implication des agences de voyages marocaines dans le développement et la commercialisation d'offres

## Flux: Marocain nature et découverte revenu supérieur

### Motivation

Découverte de la haute montagne et de la vallée. Dépaysement, rencontre et partage avec la population locale.

### Principales activités

Petites randonnées en étoile, visite de coopératives agricoles et artisanales, découverte du patrimoine paléontologique.

### Principale attraction

Vallée heureuse, nature, architecture typique, simplicité et chaleur humaine, gastronomie locale

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 3000

**Nuités:** 2 à 3

**Stade de développement du flux:** Déclin

**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 450

### Profil

Origine: Marocains de Casa, Rabat, Tanger, Nador, Tétouan, Marrakech, Agadir

Age: Plus de 40 ans

Situation familiale:

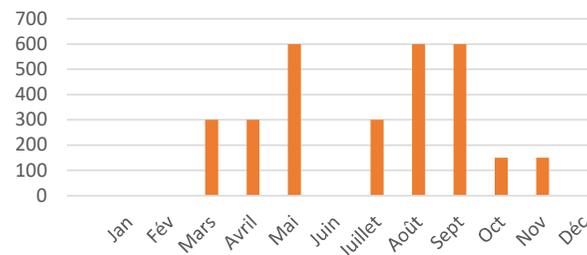
Revenus/profession: Diverses

Type de voyage (en groupe ou seuls): Voyage en groupe de 2 à 6 personnes et aussi en famille avec les enfants

Autres informations: Ils apprécient les petits circuits en étoile et les petites marches à proximité des hébergements. Ils apprécient des programmes avec des petites activités ainsi que des temps de repos dans la nature et au niveau des hébergements.

### Durabilité du flux/Point d'attention:

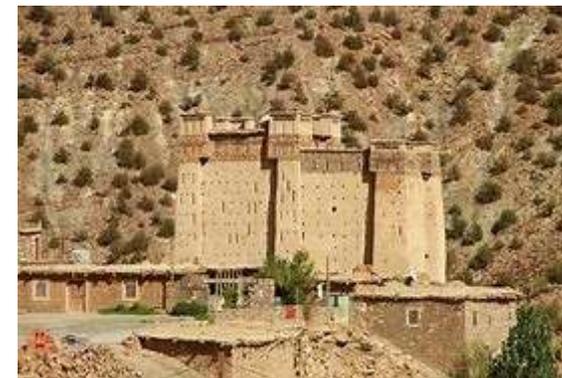
Marocains nature et repos revenus supérieurs



## Flux: Marocain nature et découverte revenu supérieur

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	Au moins une journée



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort des hébergements de première catégorie (salon de repos, espace d'activité pour les enfants...)
- Clarifier les offres existantes (types de circuits et activités existants, durée...)
- Développer de nouvelles activités en étoile adaptées aux besoins de ce flux (petites promenades et bivouacs en pleine nature, animation folkore, activités pour les enfants...) développer les activités en lien avec le flux des résidents étrangers
- Développer des offres familiales autour du « dinosaure »
- Développer des produits et services pour compléter l'expérience du visiteur avec logo personnalisé avec histoire et culture de la destination.
- Impliquer les agences de voyages marocaines dans le développement d'offres promotionnelles
- Cibler la promotion sur les associations du secteur libérale et les associations d'entreprise
- Développer une promotion orientée sur les flux de visiteurs de la région de même catégorie notamment les flux de Bin Al Ouidane

## Flux: Randonneurs étrangers en voyage organisé une semaine

### Motivation

Randonnée, découverte, challenge; culture

### Principales activités

Marche

### Principale attraction

Sommet du Mgoun, culture et tradition berbère, les gorges

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 1700

**Nuités:** 8 (incluant transfert)

**Stade de développement du flux:** Déclin

**Résilience face au Covid:** Stoppé

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 580

### Profil

Origine: Européens, français en majorité

Age:

Situation familiale:

Revenus/profession: Fonctionnaires, ingénieurs, médecins, professeurs...

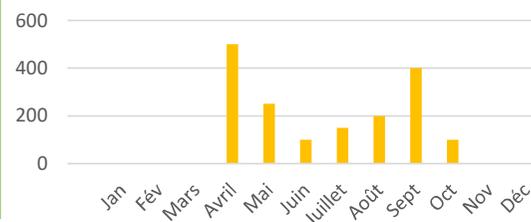
Type de voyage (en groupe ou seuls): Voyage en groupe

Autres informations:

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Diminution des salaires des muletiers et cuisiniers

Randonneurs étrangers en voyage organisé une semaine



## Flux: AB Randonneurs étrangers en voyage organisé une semaine

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Relancer le flux	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer le confort de l'hébergement
- Améliorer la qualité des sentiers (entretien)
- Maintenir autant que possible l'authenticité architecturale notamment au niveau de Aït Bouguemez
- Analyser plus en profondeur les autres raisons possibles qui expliquent la stagnation de ce flux (outre la qualité d'hébergement et des sentiers)

## Flux: Volontaires jeunes étrangers

### Motivation

Volontariat et projet de fin d'étude

### Principales activités

Construction, Cours de langue, Sensibilisation, Formation, Randonnées, Découverte

### Principale attraction

Les villages de montagne ayant besoin d'aide

<b>Nombre estimé de visiteurs par an:</b>	<b>70</b>
<b>Nuités:</b>	15 à 30 jours
<b>Stade de développement du flux:</b>	Reprise
<b>Résilience face au Covid:</b>	Stoppé
<b>Dépenses moyennes par jour en MAD:</b>	150

### Profil

Origine: Français

Age: 18 à 24 ans

Situation familiale:

Revenus/profession: Scouts, étudiants, stagiaires

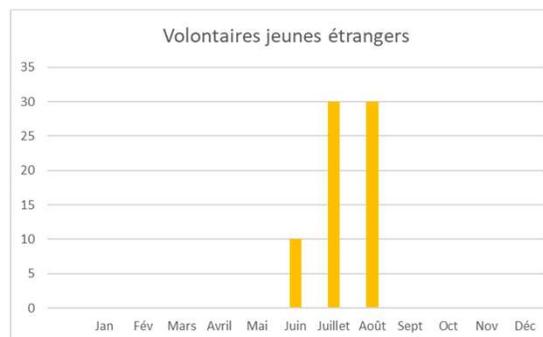
Type de voyage (en groupe ou seuls): En groupe (8 à 10 pax) ou seul

Autres informations:

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Parfois des malentendus avec quelques villageois sur certains comportements des jeunes

Influence négative sur les jeunes qui essaient d'adopter certains comportements et coutumes des jeunes étrangers



## Flux: Volontaires jeunes étrangers

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Développer des activités pour les volontaires en lien avec la durabilité dans le domaine du tourisme (plantation et parrainage d'arbres, réhabilitation de petits sentiers, sensibilisation à la gestion des déchets...)
- Renforcer la promotion et l'organisation de séjour pour ce type de visiteurs auprès des universités, centres de formation...

## Flux: Marocains de passage 1 nuit

### Motivation

Découverte de la région, la nature et la culture

### Principales activités

Visite rapide de découverte

### Principale attraction

Paysage de montagnes

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 650

**Nuités:** 1

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 350

### Profil

Origine: Maroc en général

Age: 30 à 70 ans

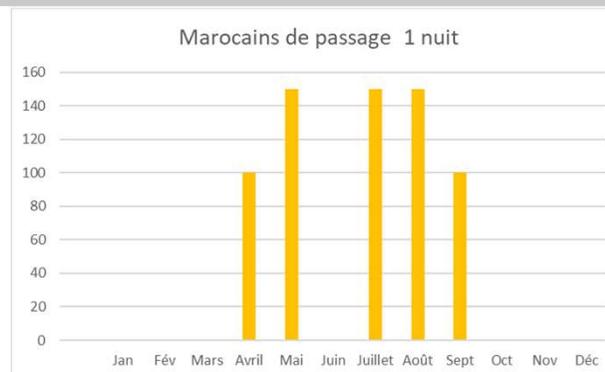
Situation familiale:

Revenus/profession:

Type de voyage (en groupe ou seuls): En petits groupes ou individuels

Autres informations: Ils s'agit de marocains qui sont soit de passage vers un autre site, soit qui découvrent la région avec des petites haltes dans chaque site

### Durabilité du flux/Point d'attention:



## Flux: Marocains de passage 1 nuit

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	Augmenter



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Clarifier les offres d'activités existantes qui pourraient correspondre aux besoins de ce flux (visites courtes, visites de coopératives locales...) pour améliorer la qualité de leur séjour court, augmenter leur dépense, leur donner l'envie de revenir et pour qu'ils fassent de la publicité à leur retour
- Développer de nouvelles offres d'activités sur mesure adaptées aux besoins de ces touristes (en lien avec les autres flux)

# Informations générales sur les SVF prioritaires analysés

Ouzoud

## Principales zones d'activités des flux de visiteurs sélectionnés

Tous les flux sont concentrés dans la même zone Ouzoud. Les cercles indiquent l'importance des flux en nombre (et non pas les zones où ils réalisent des activités).

Les scientifiques

Camping car

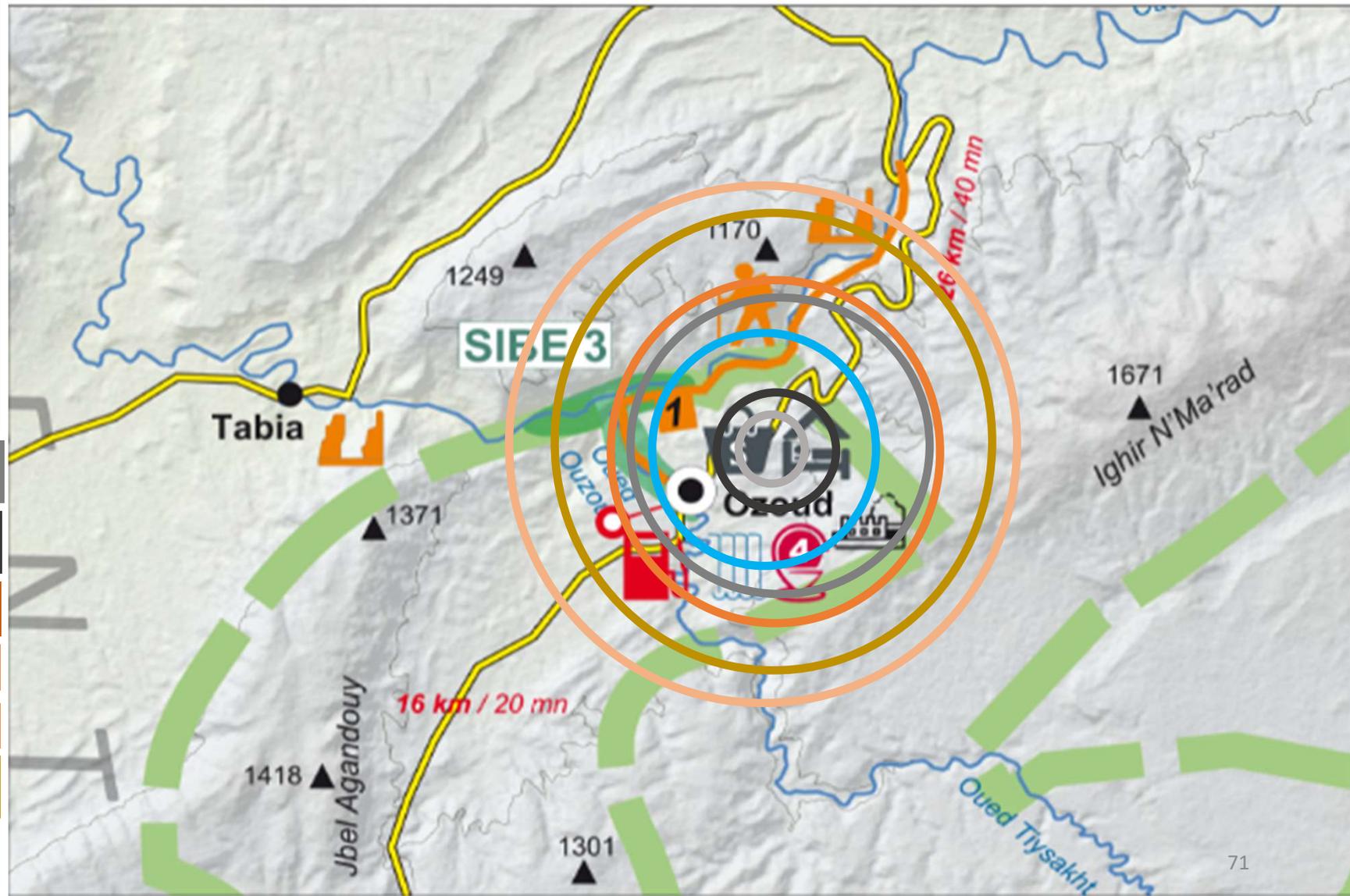
Marocains **pique-nique**  
une journée

Marocains Nature Repos  
revenus moyens

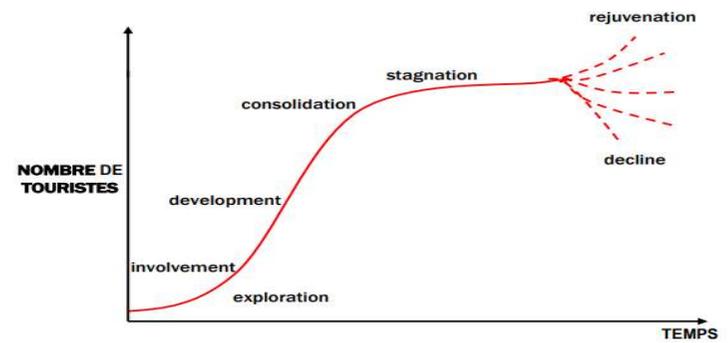
Marocains Nature Repos  
revenus supérieurs

Jeunes marocains  
voyages organisés

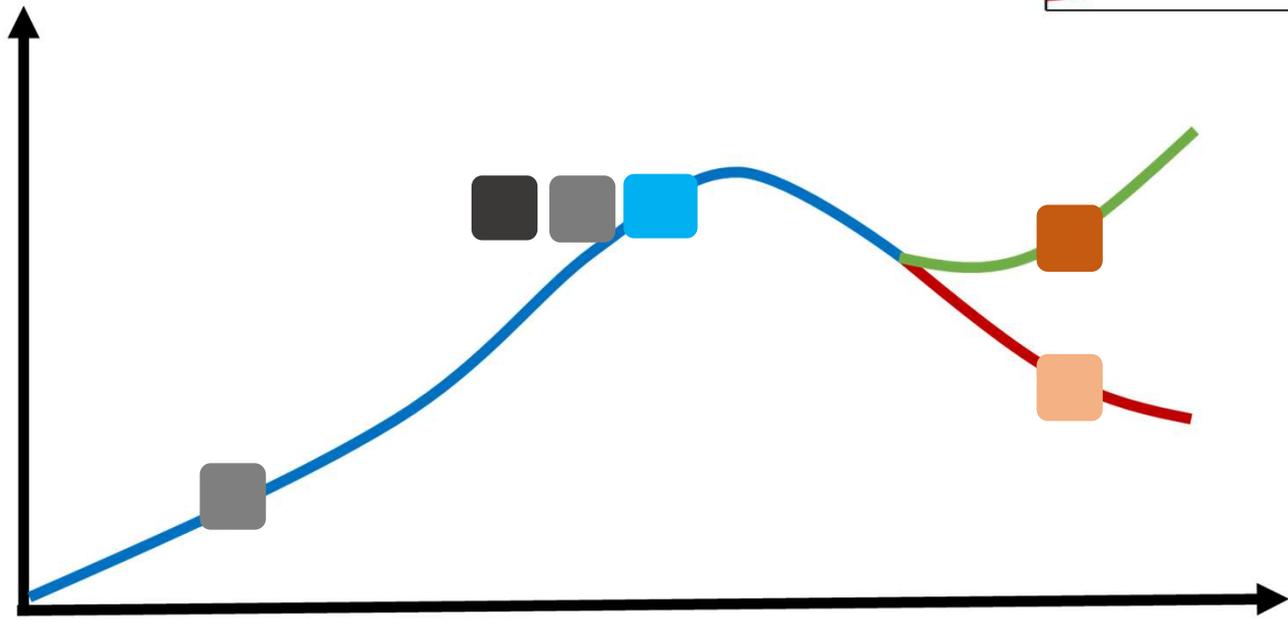
Groupes organisés Kech  
1 journée étrangers



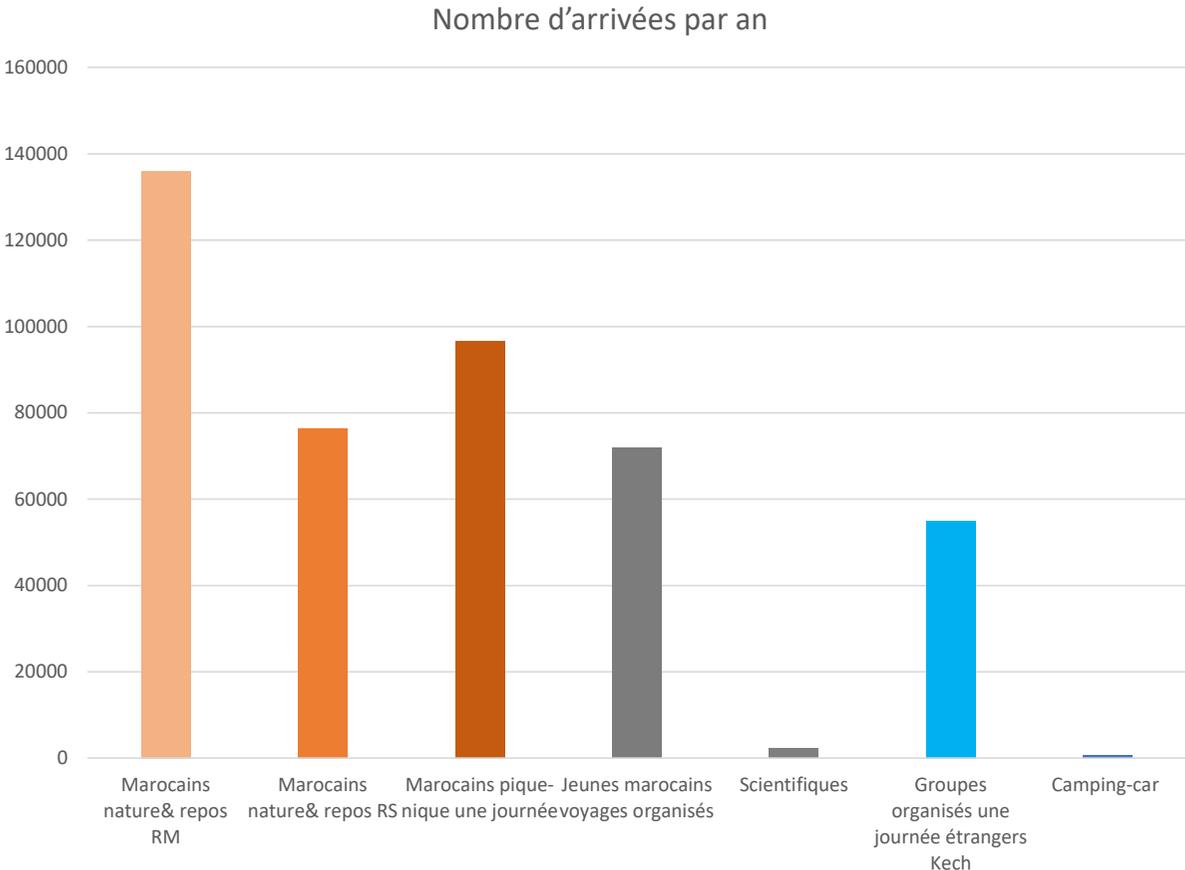
# Flux prioritaires & courbe de Butler: Ouzoud



- Les scientifiques
- Camping car
- Marocains pique-nique une journée
- Marocains Nature Repos revenus moyens
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Groupes organisés Kech 1 journée étrangers**
- Jeunes marocains voyages organisés



# Nombre de visiteur Ouzoud par an

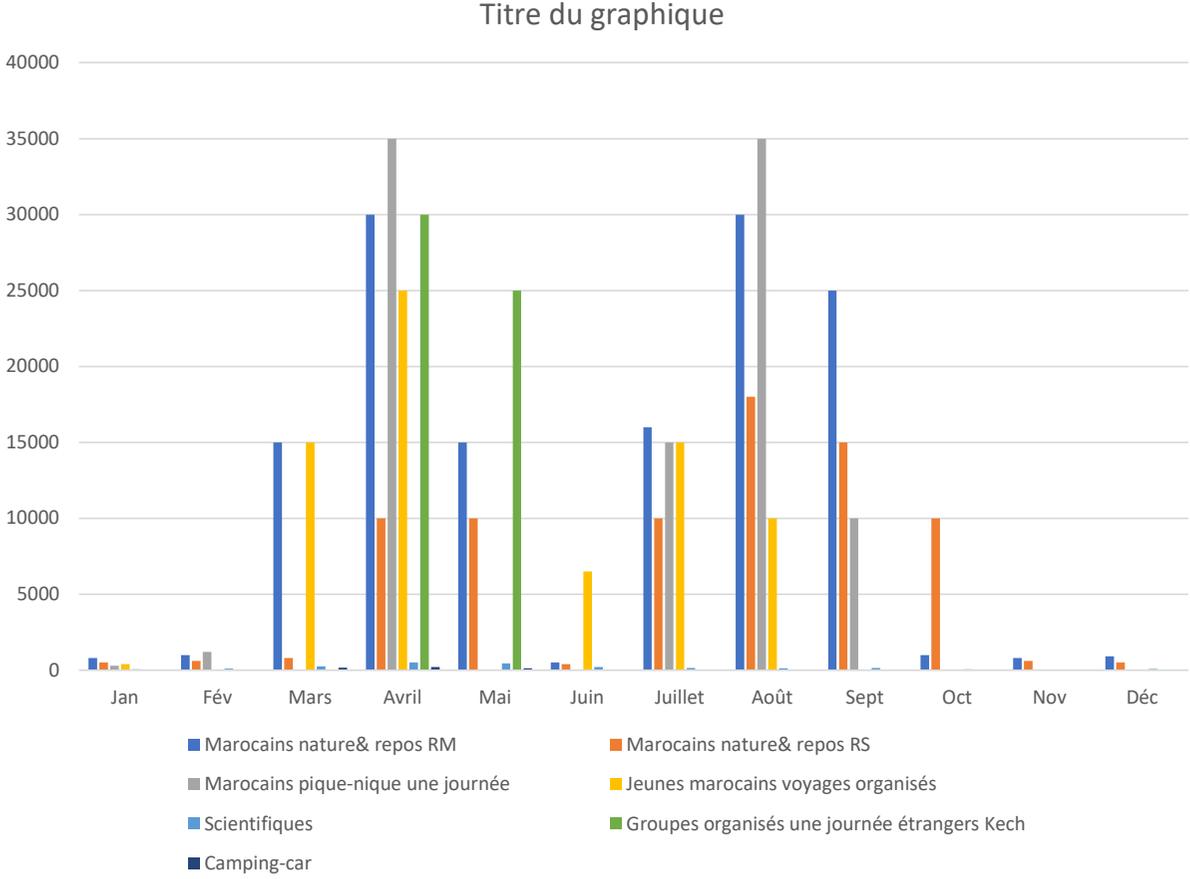


- Les scientifiques
- Camping car
- Marocains pique-nique une journée
- Marocains Nature Repos revenus moyens
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Groupes organisés Kech 1 journée étrangers**
- Jeunes marocains voyages organisés

Les flux les plus importants en nombre par ordre décroissant sont:

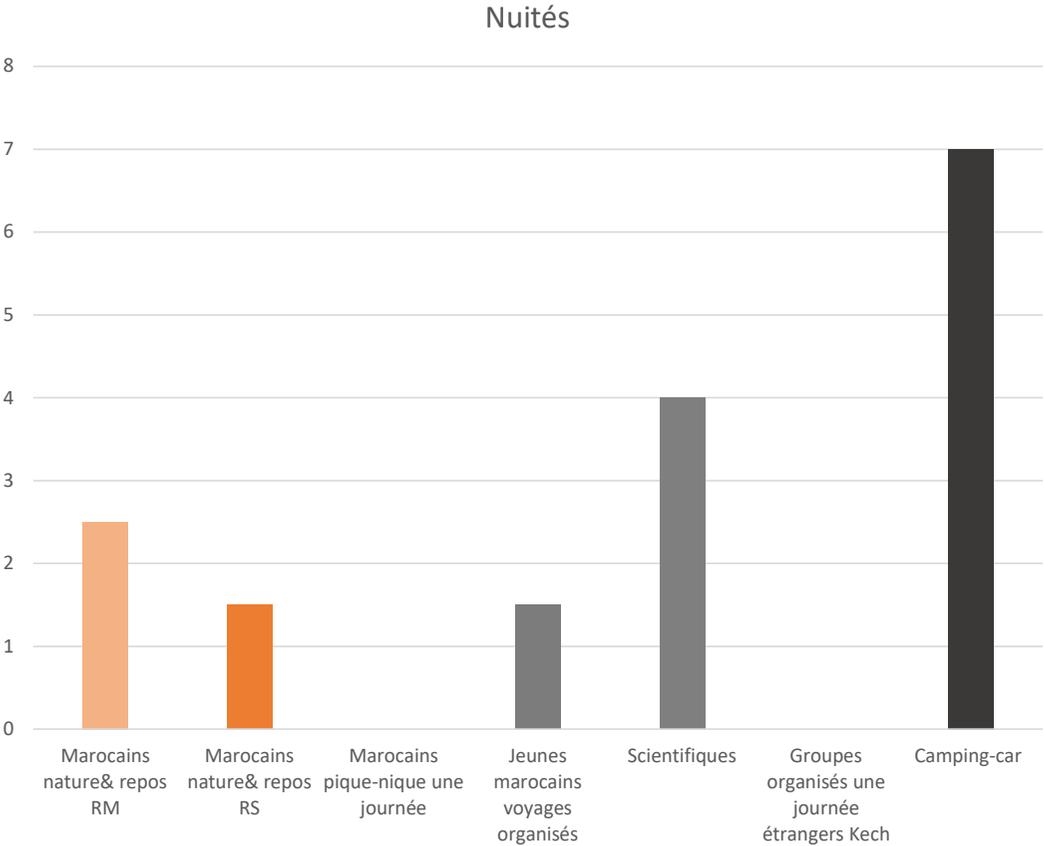
- Marocains Nature et repos revenu moyen
- Marocains pique nique 1 journée
- Marocains nature et repos revenus supérieur
- Jeunes marocains voyage organisés
- Groupes organisés Kech

# Nombre de visiteur Ouzoud par mois



Pour les flux retenus pour cette première phase, le nombre de visiteurs le plus élevé est en avril/mai et août qui correspondent aux périodes de vacance.

# Durée de séjour visiteur Ouzoud par mois



- Les scientifiques
- Camping car
- Marocains pique-nique une journée
- Marocains Nature Repos revenus moyens
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Groupes organisés Kech 1 journée étrangers**
- Jeunes marocains voyages organisés

Les durées de séjour sont par ordre décroissant;

Camping car

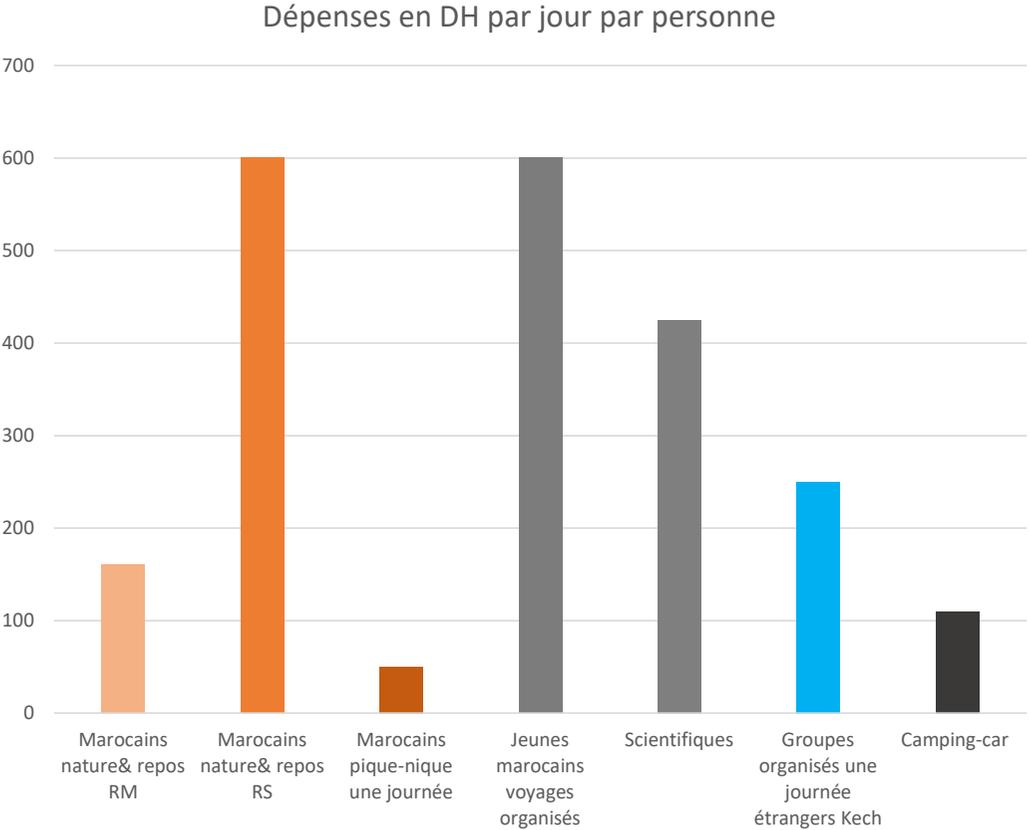
Scientifiques

Marocains nature et repos RM

Marocains nature et repos RS

Jeunes marocains voyages organisés

# Dépenses quotidiennes flux de visiteurs OU



- Les scientifiques
- Camping car
- Marocains pique-nique une journée
- Marocains Nature Repos revenus moyens
- Marocains Nature Repos revenus supérieurs
- Groupes organisés Kech 1 journée étrangers**
- Jeunes marocains voyages organisés

Les flux dont le niveau de dépenses est le plus élevé sont: les résident étrangers nature et découverte, les marocains nature et repos revenus supérieurs et les randonneurs en groupe organisés

# Résumé des SVF prioritaires analysés

OUZOUD



## Flux: OU Marocains nature et repos revenus supérieurs

### Motivation

Découverte de la cascade, de la nature et de la culture locale et tranquillité

### Principales activités

La marche, la visite de la cascade, prise de photos, repos

### Principale attraction

Cascade d'Ouzoud

**Hebergement:** Appartement /hôtels

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 76000

**Nuités:** 1 à 2

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 600

### Profil

Origine: Marocains famille et amis de Casablanca, Marrakech, Agadir.... et des villes du Nord du Maroc (au printemps et en septembre pour les visiteurs du Nord)

Age: Adultes (70% sont des adultes avec enfants)

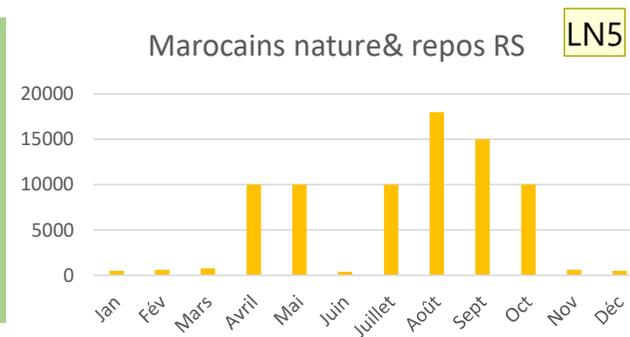
Situation familiale:

Revenus/profession: diverses, revenus supérieurs

Type de voyage (en groupe ou seuls): Voyage en famille ou en groupe de 2 à 4 personnes et depuis le COVID viennent en voyage organisé

Autres informations: Ils aiment acheter les produits locaux. Ils cherchent du confort dans un cadre traditionnel, ils aiment les petites visites en étoile très faciles, ils aiment se reposer dans la nature. Ils sont exigeant sur les services. Ils viennent les week-end et lors des vacances

### Durabilité du flux/Point d'attention:



## Diapositive 78

---

**LN5** Mars le tiers d'avril environ 3500  
Lamiss Naciri; 06/12/2021

## Flux: OU Marocains nature et repos revenus supérieurs

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter lors des saisons creuses où il y a le moins de monde	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Renforcer le confort thermique des hébergements pendant les saisons plus froides (salons et salle de restaurant correctement chauffés)
- Clarification et diversification des activités/circuits hors Ouzoud en complément au circuit touristique habituel (circuits de marche individuel plus des activités pour les enfants: chasse au trésor impliquant des artisans/coopératives locales, location d'âne etc...) et développement d'activités pour les enfants
- Animation touristique le soir (spectacle folklore local)
- Renforcer l'information sur les activités et les guides
- Promotion orientée vers cette clientèle
- Promotion pour les week-end lors des périodes creuses et en hiver automne (où il est possible de profiter pleinement du site des cascades d'Ouzoud)
- Limiter le développement du Quad

## Flux: 13 Marocains nature et repos revenus moyens

### Motivation

Changer de la ville, nature et animation

### Principales activités

Visite des cascades, baignade, photos-vidéos, repos

### Principale attraction

Cascade d'Ouzoud

**Hébergement:** Hotel 1 étoile et chez l'habitant, appartements et sous les cascades

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 136000

**Nuités:** 1 à 4

**Stade de développement du flux:** Déclin

**Résilience face au Covid:** Diminué

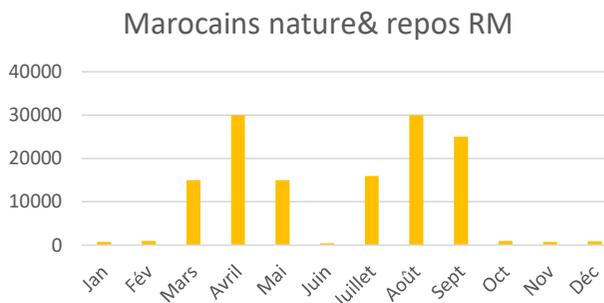
**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 160

### Profil

- Marocains de Casa, Marrakech, Béni-Mellal et autres villes
- Profession: diverses cadres moyens dans le secteur libéral, privé et public
- Age: 15 à 50 ans
- Voyage en petits groupes ou en famille notamment pendant les vacances scolaires
- Voyagent souvent avec leur matériel de cuisine

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Nombre de visiteurs en haute saison



## Flux: OU Marocains nature et repos revenus moyens

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
-	-	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Définir des modalités d'organisation des pique-niques pour réduire les impacts négatifs
- Sensibilisation pour augmenter la responsabilité des visiteurs respect de la nature, déchets solides...
- Développer l'activité dans les douars autour de la cascade pour désengorger la cascade (travailler avec les gens qui viennent des douars pour créer des activités sur place partant des atouts locaux encourager les projets particuliers, créer des petits hôtel dans les Kasbah...)
- Organisation de la vente de l'hébergement de location

## Flux: OU Marocains pique-nique 1 journée

### Motivation

Sortir de chez eux, voir la nature et l'eau

### Principales activités

Natation, musique, pique-nique

### Principale attraction

Cascade d'Ouzoud, les sources naturelles

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 96000

**Nuités:** 0

**Stade de développement du flux:** Reprise

**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 50

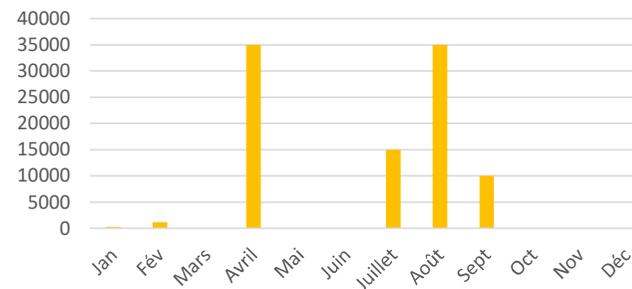
### Profil

- Groupes de jeunes et familles de la région (Aît attab, fki Bensalah, Souk Sebt, Benguerir, Kella Sraghna, Marrakech, Demnat, Azilal, Afourer..)
- Profession:
- Age: Tous les âges
- Voyage en petits groupes et en famille. Viennent soit en voiture soit avec les transports locaux

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Nombre de visiteurs en haute saison

Marocains pique-nique une journée



## Flux: OU Marocains pique-nique 1 journée

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Maintenir en diversifiant les sites d'estivage	-	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Organisation des activités de pique-nique
- Mise en place de nouveaux espaces de pique-niques
- Sécurisation des passages, de la baignade
- Sensibilisation sur l'environnement et notamment les singes Magots
- Gestion des déchets (le problème est en cours de résolution, la commune est en train de développer un projet de recyclage des déchets et d'amélioration de la gestion des déchets)

## Flux: OU Jeunes Marocain voyage organisé

### Motivation

Découverte des cascades

### Principales activités

Visite de la cascade, baignade, musique, photo, quad

### Principale attraction

Cascade d'Ouzoud

Hébergement: Appartements et maisons d'hôtes

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 72000

**Nuités:** 1 à 2

**Stade de développement du flux:** Consolidation

**Résilience face au Covid:** Diminué

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 600

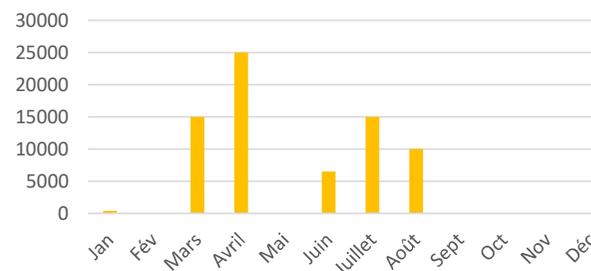
### Profil

- Jeunes marocains de Casablanca, Agadir, Kénitra, Marrakech...
- Profession: Diverses
- Age: 18 à 36
- Voyage en groupe à travers des agences ou des groupes FB.... Viennent aussi beaucoup à travers les entreprises

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Nombre de visiteurs en haute saison

Jeunes marocains voyages organisés



## Flux: OU Jeunes Marocain voyage organisé

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Maintenir pendant la haute saison	-	-
Promotion pendant la saison basse		



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Diversifier les activités (visite de villages, randonnées...)
- Développer le marketing on line, instagram, story telling pour faire la promotion lors des périodes creuses
- Contrôler le développement des activités de quad pour protéger la nature
- Inclure des activités d'information et de sensibilisation sur l'environnement

## Flux: OU Groupes étrangers organisés une journée

### Motivation

Découverte d'un site nature différent de Marrakech

### Principales activités

Visite de la cascade, marche

### Principale attraction

Cascade d'Ouzoud

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 55000

**Nuités:** 0

**Stade de développement du flux:** Consolidation

**Résilience face au Covid:** Stoppé

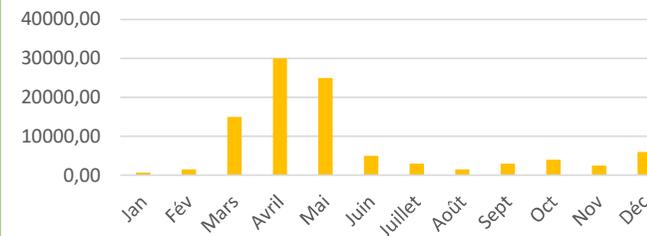
**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 250 à Ouzoud

### Profil

- Etrangers notamment Européens (Français, Espagnoles, Anglais...) en vacance à Marrakech
- Profession:
- Age: 20 à 60 ans
- Voyage en groupe organisés
- Viennent notamment à Noël et en mars et avril

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Groupes organisés une journée étrangers Kech



## Flux: OU Groupes étrangers organisés une journée

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Maintenir	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Clarifier et diversifier les activités proposées (randonnées, visites de villages, découverte culturelle et environnementale, animation)
- Investir dans des petites infrastructures (guichet bancaire/ sanitaires dans les cascades et au niveau des circuits)  
Sanitaires communes et privés
- Droits d'entrées pour les bus et aussi les voitures (pour renforcer les retombées économiques de ces groupes au niveau de la région)
- Organiser l'arrivée des bus à Ouzoud Commune et autorités locales

## Flux: OU Camping car

### Motivation

Repos et nature

### Principales activités

Visite de la cascade, marche, vélo, repos, visite de sites culturels, dîner le soir en groupe dans le restaurant du camping

### Principale attraction

Cascade d'Ouzoud, la nature

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 560

**Nuités:** 7

**Stade de développement du flux:** Consolidation

**Résilience face au Covid:** Stoppé

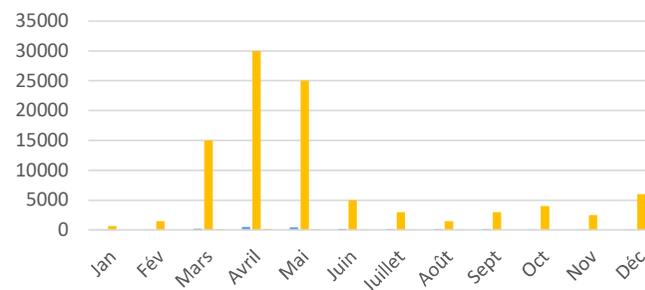
**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 200

### Profil

- Européens
- Profession: retraités
- Age: Plus de 55 ans
- Voyage seuls ou en groupe de caravane
- Résident dans les campings ou camping sauvage

### Durabilité du flux/Point d'attention:

Titre du graphique



## Flux: OU Camping car

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Maintenir	Augmenter	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Améliorer la qualité des services dans les campings et aux alentours

## Flux: OU Scientifiques

### Motivation

Recherches scientifiques

### Principales activités

Recherche (questionnaires, entretiens...)

### Principale attraction

Les sites d'intérêts géologique et biologique

**Nombre estimé de visiteurs par an:** 2100

**Nuités:** 4

**Stade de développement du flux:** Implication

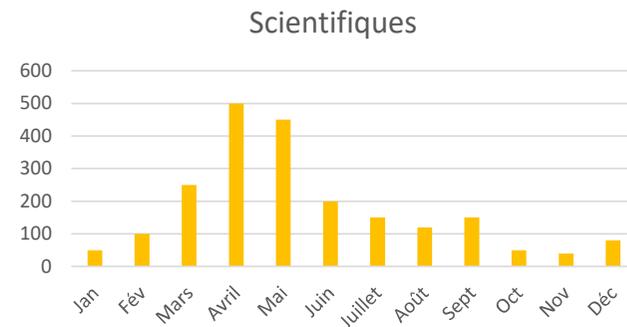
**Résilience face au Covid:** Stoppé

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 425

### Profil

- Européens (surtout Allemagne, France, Hollande, Espagne, Italie...) et Marocains
- Profession: étudiants et scientifiques chercheurs
- Age: Etudiants (20 à 40 ans) Scientifiques (35 à 56 ans)
- Voyagent plutôt seuls
- Les étudiants viennent en mai juin pour préparer leurs mémoires les chercheurs sur toute l'année

### Durabilité du flux/Point d'attention:



## Flux: OU Scientifiques

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	-	-



### Principaux axes d'amélioration proposés pour ce flux

- Renforcer la recherche scientifique
- Identifier avec des représentants de ces flux des activités/actions permettant d'améliorer leur séjour

# Résumé des SVF prioritaires analysés

Bin Al Ouidane

## **Flux: Marocains nature et repos revenus supérieurs**

**Motivation:** Repos, nature, et petites activités de loisir et sportives

**Principales activités:** Repos, Randonnées light (moins en été); activités nautiques et quelque visites de sites notamment les Gorges de Oued Ahençal la Cathédrale, Cascades d'Ouzoud

**Principale attraction:** Lac de Bin Al Ouidane

**Hébergement:** Principalement dans les EHT suivants (Maisons d'hôtes) et dans les logements de location et hôtel Shems et Bin al Ouidane

**Nombre estimé de visiteurs par an:**

**Nuités:** 2 à 3

**Stade de développement du flux:** En développement

**Résilience face au Covid:** Forte

**Dépenses moyennes par jour en MAD:** 500 à 800

## **Profil**

**Origine:** Casablanca (la majorité), Rabat, Tanger, Tétouan. Béni Mellal, Marrakech, Fès, Agadir (peu nombreux pour ces villes)

**Age:** Tout âge

**Situation familiale:** Célibataires, couples en week end et en vacances en famille

**Revenu/profession:** Revenu supérieurs

**Type de voyage (en groupe ou seuls):** en famille ou en petits groupes soit des femmes, soit des hommes soit groupes mixtes

**Autres informations:** Exigeants en matière de service prestations, aiment les petits cadeaux gratuits en relation avec produits du terroir

## **Durabilité du flux/Point d'attention:**

## Flux: Marocains nature et repos revenus supérieurs

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	

### Principaux axes d'amélioration pour ce flux

#### Offre d'activités:

- Renforcer les propositions d'animations notamment en matière / activités sportives, sociales culturelles, de musique et folklore local (association de folklore locale existe à Ait Mazigh ) et de visites de coopératives locales à Ouaouizerte
- Besoin de renforcement de la troupe Ahaydouss)
- Rajouter des activités pour les enfants et adolescents (Kids club dans les établissements) (ateliers divers en lien avec l'artisanat local, Karaoké, film...)
- Mettre en place des petits sentiers de marche autour du lac et à proximité des EHT

#### Hébergement:

- Renforcer l'accès au Wifi dans les chambres et espaces de repos
- Prévoir des espaces de jeux pour les enfants
- Renforcer les espaces de détente dans les EHT (organiser des focus groupe pour mieux comprendre les besoins)

#### Information touristique

- Clarifier l'offre d'activité pour ces visiteurs et renforcer l'information avant l'arrivée et dans le site

#### Promotion

- Voir ce qu'il faudrait faire pour renforcer la promotion pour ce flux de visiteurs notamment dans les périodes plus basses:  
Package

## **Flux: Touristes ateliers, team building....**

**Motivation:** participer au développement social de la région

**Principales activités:** Ateliers et réunions de travail

Activités de loisirs en marges de l'activité principales: Sorties en bateaux ou en 4x4, ballades en mulets, pétanque, visites de la Cathédrale des Cascades d'Ouzoud, actions solidaires

**Principale attraction:** Le lac de Bin Al Ouidane

**Hébergement:** Hôtels shems et Ouidiane et et quelques maisons d'hôtes

**Nombre estimé de visiteurs par an:**

**Nuités: 2 à 3**

**Stade de développement du flux: En développement**

**Résilience face au Covid: Stoppé**

**Dépenses moyennes par jour en MAD:**

## **Profil**

Origine: Villes marocaines

Age: Adultes

Situation familiale:

Revenu/profession: Cadre moyens

Type de voyage (en groupe ou seuls): En petits groupes

Autres informations: Viennent en semaine avec les entreprises, organisations internationales... Viennent en basse saison de octobre à mars.

**Durabilité du flux/Point d'attention:**

## Flux: Touristes ateliers, team building....

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour
Augmenter	Augmenter	

### Principaux axes d'amélioration pour ce flux

#### Offre d'activités:

- Proposer des activités adaptées à leur temps libre après 17h00 (sélectionner des activités en lien avec les autres flux, des visites de sites, des marches light, des visites de coopératives à proximité, et des moments détonnes avec folklore local ou proposer éventuellement de nouvelles activités, salle de sport, folklore)
- Mettre en place des petits sentiers pour la marche à proximité du lac et aux alentours des EHT. (La région a un projet de mise en place d'un chemin de randonnée entre Bin Al Ouidane et Ouaouizerte)
- Mettre en place des petites tentes pour le repos dans la nature à proximité des EHT (tout dépend de l'espace et investissement difficile)
- Impliquer les coopératives locales pour les pauses-café

#### Hébergement:

- Renforcer l'accès au Wifi dans les chambres et espaces de repos
- Mettre en place des salles de réunions avec matériel (imprimante/ Data Show/ tableaux)
- Prévoir des chambres avec petits espaces de travail (petite table de travail)
- Vérifier s'il y a des besoins spécifiques pour ce flux en matière d'amélioration de l'hébergement au niveau de Bin A Ouidane

#### Information touristique

- Clarifier l'offre d'activité pour ces visiteurs et renforcer l'information avant l'arrivée et dans le site

#### Promotion

- Cibler la promotion auprès de l'association des DRH, les organisateurs d'événements pour les entreprises...

## Flux: Touristes solidaires

**Motivation:** participer au développement social de la région

**Principales activités:** Activités sociales dans les douars liés à des projets de développement (distributions de produits, caravanes médicales, réhabilitations d'écoles...)

Activités de loisirs en marges de l'activité principales: Marches light et ballades en bateaux, visite dar Zafran, visite coopérative Warda

**Principale attraction:** Les zones défavorisées

**Hébergement:** hotels et maison

**Nombre estimé de visiteurs par an:**

**Nuits:** 2

**Stade de développement du flux:**

**Résilience face au Covid:**

**Dépenses moyennes par jour en MAD:**

## Profil

Origine: Villes marocaines

Age: Adultes

Situation familiale:

Revenu/profession:

Type de voyage (en groupe ou seuls): En petits groupes

Autres informations: Affiliés à des associations, ONG nationales et internationales qui participent au développement de la région, viennent beaucoup le week end (sauf associations « retraitées »....). Viennent plus en hivers et rentrée scolaire

**Durabilité du flux/Point d'attention:**

## Flux: Touristes solidaires

### Objectifs proposés pour ce flux

Augmenter/maintenir/ Diminuer les arrivées	Augmenter les dépenses	Augmenter durée de séjour

### Principaux axes d'amélioration pour ce flux

#### Offre d'activités:

- Proposer des activités adaptées à leur temps libre (sélectionner des activités en lien avec les autres flux, des visites de sites, des visites de coopératives à proximité, et des moments détente avec folklore local ou proposer éventuellement de nouvelles activités)
- Mettre en place des petits sentiers pour la marche à proximité du lac et aux alentours des EHT. La région a un projet de mise en place d'un chemin de randonnée entre Bin Al Ouidane et Ouaouizerte
- Mettre en place des petites tentes pour le repos dans la nature à proximité de certains EHT

#### Hébergement:

- Renforcer l'accès au Wifi dans les chambres et espaces de repos
- Prévoir des chambres avec petits espaces de travail (petite table de travail)
- Prévoir des petits espaces pour de petites réunions avec petit matériel (imprimante/ Data Show/tableau)
- Vérifier s'il y a des besoins spécifiques pour ce flux en matière d'amélioration de l'hébergement au niveau de Bin A Ouidane

#### Information touristique

- Clarifier l'offre d'activité pour ces visiteurs et renforcer l'information avant l'arrivée et dans le site

#### Promotion

- Cibler la promotion auprès des associations

Points forts et axes d'amélioration  
généraux identifiés

# Points forts transversaux

---

## Des points forts

- Hospitalité et l'accueil des montagnards
- Simplicité, gentillesse et chaleur humaine
- Compétences des guides
- L'architecture traditionnelle
- Beauté et richesse des paysages et des sites
- Diversité des activités touristiques
- Bonne organisation des prestataires de services dans certains cas
- Des bonnes pratiques en matière de tourisme
- Des idées intéressantes de séjour et d'activité à développer

## Orientations proposées pour le plan d'action

- Points forts à valoriser dans la promotion, l'information et dans le développement de toutes les offres

# Points à améliorer transversaux par zone

Information pour les visiteurs	ZA	AB	OU	BIN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Référencement des hébergements, restaurants, sites touristiques... sur les sites digitaux (google map, trip advisor, site web du CRT...)</li> </ul>	X	X	X	X
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informations données par les prestataires et le personnel touristique sur les activités à réaliser avant l'arrivée des visiteurs, mais surtout dans la destination: (Type d'activités existantes pour les différents visiteurs, durée, tarif, trajet, guide...)</li> </ul>	X	X	X	X
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Espaces d'information des visiteurs</u></li> </ul>	X	X	X	X
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Renforcement de la signalétique</u> (s'assurer que le projet de signalétique correspond aux besoins et zones de passage des SVF identifiés)</li> </ul>	X	X	X	X

Les points surlignés indiquent que des projets sont déjà en cours pour améliorer la situation

# Points à améliorer transversaux

Les points surlignés indiquent que des projets sont déjà en cours pour améliorer la situation

Compétences prioritaires	ZA	AB	OU	BIN
<b>Développement de produits touristiques</b>				
• Compréhension des visiteurs et de leurs besoins	X	X	X	X
• Innovation en matière d'idées pour concevoir des activités et des circuits touristiques adaptés aux visiteurs				
<b>Promotion</b>				
• Connaissances en matière de promotion et communication sur les réseaux sociaux et site web/ stratégie digitale/story telling.	X	X	X	X
• Connaissance des influenceurs				
<u>Accueil et service dans les hébergements (professionnalisation)</u>	X	X	X	X
<u>Complément de formation pour les guides (information scientifique, soft skills...)</u>	X	X	X	X
<b>Premiers secours</b>	X	X		

# Points à améliorer transversaux

Les points surlignés indiquent que des projets sont déjà en cours pour améliorer la situation

## Restauration

- Diversification des menus dans les hébergements et amélioration de la qualité
- Disponibilité, qualité et diversité des sandwiches pour les pique-niques
- Utilisation de produits du terroir ou bio (quand cela est possible)
- Epiceries achalandées avec des produits adaptés aux besoins des visiteurs
- Petits cafés, restaurants traditionnels/ éventuellement « saisonniers » dans les zones les plus fréquentées (recommandation: en lien avec des coopératives ou associations)

## Problématique spécifique à Zaouiat Ahencale

- Approvisionnement pour les groupes de randonnée, escalade... (disponibilité des produits de base durant toute la semaine)

	ZA	AB	OU	BIN
X	X	X	X	
X	X	X	X	X
X	X	X		X
X	X	X	X	X
X	X	X		X
X				

# Points à améliorer transversaux

Les points surlignés indiquent que des projets sont déjà en cours pour améliorer la situation

## Hébergement

- Nombre de gîtes (accroître capacité des gîtes)
- Installer des zones de camping en lien avec les gîtes
- Organisation et amélioration (hébergement de location...)
- Confort général des hébergements de « base »
- Confort des hébergements de « 1<sup>ère</sup> catégorie » : espaces de repos, petits spas, piscine si possible naturelle, espace de jeux pour les enfants, espace de travail
- Architecture et décoration intérieure (miser sur le traditionnel)
- Accueil et services
- Trousse de premiers secours
- Amélioration de la connection wifi

	ZA	AB	OU	BIN
	X			
	X			
			X	
	X	X	X	
	X	X	X	
	X	X	X	X
	X	X	X	X
	X	X	X	X

# Points à améliorer transversaux

Les points surlignés indiquent que des projets sont déjà en cours pour améliorer la situation

Autres services	ZA	AB	OU	BIN
<b>Santé et sécurité</b>	X		X	X
• Services de première urgence (notamment flux sports)			X	X
• Sécurité de la baignade				
<b>Autres services</b>	X	X	X	X
• Sanitaires dans les lieux d'attraction	X	X	X	X
• Espace de repos dans les zones d'attraction (tables...)				
• zones de repos sur la route (sanitaires, espace de repos café-thé-eau) (structures légères pour haute saison)	X	X		X
• Vente de souvenirs...				
• Guichet bancaire	X		X	X

# Points à améliorer transversaux

## Aménagement de petits sentiers touristiques

### Aménagement sentiers (balisage) ZA :

- Maintenance des anciens sentiers de transhumance
- Aglmoss, Agad-n-Ikfa, Akkan-n-Tazarte, Inifif, passage berbère, Agdr-n'Ikiss (flux 3 et 6 ZA)
- Aménagement petits sentiers pédestres au niveau de la cathédrale (Flux 1 Z3 voir avec Yahya)

### Aménagement pistes ZA :

- Agoudim-Taghia / Anergui-Koucer / Cathedrale-Anergui (flux 2ZA)

### Aménagement de sentiers OU:

- Petits circuits/sentiers en dehors de la cascade d'Ouzoud
- Pont sécurisé au niveau des cascades d'Ouzoud
- Barrières de sécurité dans les endroits dangereux au niveau de la cascade

### Aménagement de sentiers AB:

- Gorges de Jro et d'Arouss (Assdrem)
- Sentiers qui mènent vers Sidi Moussa et Sidi Shita,
- Circuits Tizi-n-Tirghest - Ighboula (partie Tizi-n-Tirghist vers Ighboula); Tit Boualli
- Etape Ikiss - Azlag via Isk-n- Oughroud
- Etape Im-n-Isk-Ighoula (Aït Boulli)
- Sentier Adazen

# Points à améliorer transversaux

---

## Maintenance des voix d'escalade

### Maintenance des voix d'escalade Aït Bouguemez

- Tighouza à Aït Boulli
- Ibaqlioune
- Timité (Sidi Moussa)
- Les canyon des gorges d'Aourouss et de Jro

# Points à améliorer transversaux

## Principaux points de durabilité

- Connaissance de l'importance des Sites d'intérêt Ecologiques et Biologiques SIBEs et des zones Ramsar et des mesures à prendre dans le domaine du tourisme pour les sauvegarder
- Gestion des déchets
- Gestion de l'eau
- Utilisation du bois pour le chauffage
- Pollution des rivières et sources d'eau
- Sauvegarde de l'architecture traditionnelle
- Influences sur les populations locales (mendicités, influences sur les comportements des jeunes...)
- Emplois informels et salaire décent
- Prise en compte du genre



# Points à améliorer transversaux ZA

---

## Covid

- Respect des mesures barrières dans les hébergements / restaurants / circuits

## Type d'actions proposées pour le plan d'action

- A définir avec les acteurs

# Éléments de vision

AB/ ZA/ Ouzoud

# Vision contrat région 2021-2045

Contrat Etat - Région : 2021-2045



*Pour une région prospère,  
attractive et inclusive*

- **Le 1<sup>er</sup> pôle de tourisme écologique, patrimoniale, culturel et cultuel des zones montagneuses et forestières.**
- **Le 1<sup>er</sup> pôle de l'économie de la forêt**
- **Le 2<sup>e</sup> pôle agricole**
- **Le 2<sup>e</sup> pôle en industrie chimique et métallurgique**
- **Le 3<sup>e</sup> pôle en agro-business**
- **Le 5<sup>e</sup> pôle en industrie numérique culturelle et l'Offshoring**



La province d'Azilal est un **pôle de développement inclusif, compétitif et créateur de richesse et d'emploi** par son patrimoine protégé, par un **tourisme de montagne attractif** valorisant des **produits de terroir et artisanaux à haute valeur ajoutée** et **véhiculant une identité territoriale spécifique**. Elle est capable de **retenir et de valoriser ses compétences humaines** grâce à une/des action(s) d'encadrement d'appui /renforcement des **capacités concertés par l'ensemble des acteurs**.

