



ès

**UN PATRIMOINE ANCESTRAL
LE TOURISME POUR LA PROSPÉRITÉ**



« Ville sainte au rayonnement infini, berceau des civilisations, Fès ne se livre pas au premier venu. Secrète, elle invite son visiteur à la découvrir et lui dévoile, peu à peu, les splendeurs de ses trésors.

Sa Médina millénaire, offrant d'innombrables Médersas, mosquées, fontaines et souks, vibre d'activités avec ses artisans et ses marchands. Enivrante de bruits, de couleurs et de senteurs, cette Médina entoure son visiteur par l'hospitalité de ses habitants »....

SOMMAIRE

PREMIERE PARTIE : CADRE GENERAL	4
DEUXIEME PARTIE : LA DEMARCHE ADOPTEE POUR L'ELABORATION DU PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT REGIONAL TOURISTIQUE DE FES	7
TROISIEME PARTIE : PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT REGIONAL TOURISTIQUE DE FES 2015	11
CHAPITRE 1 : DIAGNOSTIC DE LA DESTINATION FES	12
1. ANALYSE DE L'OFFRE TOURISTIQUE	12
2. ANALYSE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE	28
CHAPITRE 2 : VISION FES 2005-2015	39
1. POSITIONNEMENT CIBLE	39
2. PRODUITS CIBLES	39
3. CLIENTELE CIBLE	39
4. OBJECTIFS GLOBAUX	42
5. OBJECTIFS PAR MARCHES	43
CHAPITRE 3 : PLAN D'ACTION DU PDRT DE FES 2015	45
1. PRODUIT	45
A. OFFRE EN HEBERGEMENT	45
B. OFFRE EN ANIMATION	58
C. OFFRE MEDINA : CŒUR DU PRODUIT FES	62
D. OFFRE EN ARTISANAT	68
E. OFFRE EN PRODUITS COMPLEMENTAIRES	76
2. PROMOTION	79
3. TRANSPORT AERIEN	80

4. FORMATION	82
5. ENVIRONNEMENT	83
6. ORGANISATION INSTITUTIONNELLE	87
CHAPITRE 4 : FINANCEMENT DU PDRT DE FES 2015	88

ANNEXES

ANNEXE 1 : PLAN DE DELIMITATION INDICATIF DE L'UAT DE OUED FES

ANNEXE 2 : PLAN D'AMENAGEMENT INDICATIF DE L'UAT DE OUED FES

ANNEXE 3 : PLAN DE DELIMITATION INDICATIF DE L'UAT DE OUISLANE

ANNEXE 4 : PLAN D'AMENAGEMENT INDICATIF DE L'UAT DE OUISLANE

PREMIERE PARTIE : CADRE GENERAL

Conscient de l'énorme potentiel de son industrie touristique, Le Royaume du Maroc a érigé ce secteur en priorité économique nationale.

Ainsi, avec la signature de l'Accord Cadre, le 10 janvier 2001, sous la présidence effective de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, le Gouvernement Marocain et la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM) ont mis en place une nouvelle politique touristique, dénommée « Vision 2010 », ayant pour objectifs :

- L'accueil de 10 millions de touristes à l'horizon 2010 et
- La construction de 160.000 lits supplémentaires (dont 130.000 lits balnéaires et 30.000 lits culturels) portant la capacité nationale à 230.000 lits.

Cet accord cadre, qui contractualise l'engagement des deux parties à mettre en œuvre la nouvelle politique touristique, fut renforcé par la signature le 29 octobre 2001, de l'Accord d'Application qui constitue la véritable charte opérationnelle pour la mise en place de cette Vision.

Celle-ci repose sur les axes suivants : le produit, l'aérien, la formation, la promotion, l'environnement et l'organisation institutionnelle.

En matière de développement du produit touristique, l'objectif est de tripler la capacité d'hébergement et de rééquilibrer le produit et ce, par le biais :

- D'un positionnement offensif sur le balnéaire avec le lancement de 6 stations balnéaires dans le cadre du plan « AZUR » totalisant 120.000 lits dont 85.000 lits hôteliers ;
- Du repositionnement et de l'extension des destinations existantes (balnéaires et culturelles), à travers la mise en place de « Programmes de Développement Régionaux Touristiques » ;
- Du développement du tourisme rural et du tourisme de niches pour assurer l'équilibre régional et l'enrichissement du produit ;
- Du développement de produits adaptés au tourisme interne.

S'agissant des « Programmes Régionaux de Développement Touristiques », l'Accord d'application prévoit dans son article 53 les dispositions suivantes :

« Ces Programmes de Développement Régionaux définiront le plus précisément possible les besoins en matière d'investissements stratégiques publics et privés à réaliser (infrastructures, urbanisme, hôtels, agences de voyages, établissements de restauration et d'animation, véhicules de transports, etc...), ainsi que les besoins en matière de ressources humaines qui résulteront de la mise en œuvre du Programme de développement.

Toutes les mesures programmées, envisagées ou jugées nécessaires à la réalisation des objectifs seront précisées dans le cadre d'une démarche stratégique de planification concertée à l'échelle régionale.

.....

Ces Programmes de Développements Régionaux seront élaborés par les Conseils Régionaux du Tourisme visés à l'article 57 en perspective des objectifs assignés à chaque région et résultant de la vision 2010 ».

Ainsi, dans le cadre du repositionnement et de l'extension des destinations existantes, le « Programme de Développement Régional Touristique » sera matérialisé par un contrat liant le Gouvernement, les Instances Régionales, les élus et le CRT, permettant de définir sur une décennie :

- Les objectifs assignés pour le développement de la destination;
- Un plan d'actions clairement défini pour atteindre ces objectifs, précisant pour chaque action le pilote et l'échéancier de réalisation ;
- Les besoins en investissements et en financement publics/privés ainsi que les ressources humaines pour la mise en œuvre du plan d'actions.

Le Conseil Régional du Tourisme, composé selon l'accord d'application (i) de l'administration locale (ii) des représentants régionaux des Fédérations du Tourisme et (iii) des élus locaux sera l'organe chargé de la coordination et du suivi de l'exécution du Programme de Développement Régional Touristique.

DEUXIEME PARTIE : LA DEMARCHE ADOPTEE POUR L'ELABORATION DU PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT REGIONAL TOURISTIQUE DE FES

L'Accord Cadre 2001-2010 et son Accord d'Application prévoient respectivement dans leur article 7 et 12 ce qui suit :

Accord Cadre

« Les parties conviennent d'un objectif de capacité à l'horizon 2010 pour le produit culturel de l'ordre de 30.000 chambres, soit une capacité additionnelle de 15.000 chambres environ.

*Les parties s'accordent sur la nécessité, compte tenu de la saturation et de l'état des capacités existantes ainsi que des délais de réalisation de nouvelles capacités sur le segment balnéaire, de programmer un large plan de rénovation et d'extension du "**Produit Culturel**" notamment à Marrakech, Ouarzazate, Fès, Meknès, Tanger, Rabat et Casablanca, »*

Accord d'Application

« Le produit culturel Maroc (Marrakech, Ouarzazate, Fès, Meknès, Rabat et Casablanca) avec 20.000 chambres environ dont près de la moitié à Marrakech, présente des atouts exceptionnels et positionne la destination parmi les plus attractives du bassin méditerranéen (...) concourent au succès grandissant de la destination.

(...) le produit culturel Maroc souffre de quelques handicaps qui pénalisent son développement :

- *Une offre en hébergement touristique limitée avec en particulier l'absence de zones touristiques aménagées dans un cadre durable et prêtes à recevoir de nouveaux développements ;*
- *Des atouts inexploités ou mal exploités avec notamment une grande faiblesse sur le plan de l'animation et des loisirs, à l'origine d'une durée moyenne de séjour inférieur à 3 jours ;*
- *Un cadre urbain parfois dégradé et des infrastructures insuffisantes pour valoriser les atouts touristiques de ces destinations ;*
- *Une desserte aérienne insuffisante à l'exception de Casablanca et, dans une moindre mesure, de Marrakech avec en particulier l'absence de vols charters et/ou directs.*

(...) les parties conviennent de la stratégie suivante :

- *Repositionnement des destinations pour une meilleure valorisation de leurs potentialités et la levée des handicaps à leur développement ;*
- *Lancement d'un large programme de rénovation dans les conditions et selon les modalités définies à l'article 45 du présent Accord d'Application ;*
- *Développement de nouvelles zones touristiques.*

La mise en œuvre de cette stratégie reposera sur l'élaboration d'une étude pour chacune des destinations par des équipes de consultants pluridisciplinaire. Ces études auront pour objectifs :

- *La définition et l'analyse des entraves à surmonter et des atouts à exploiter ;*
- *La proposition d'actions majeures et prioritaires pour ces destinations ;*
- *Le choix des zones devant faire l'objet d'un développement touristique et l'élaboration des études de faisabilité relatives à l'aménagement de ces zones.*

(...) ».

En application de ces dispositions, la Wilaya de la Région Fès Boulemane, le Conseil Régional, la Ville, l'Agence Urbaine de Fès, et le Département du Tourisme ont signé en Mars 2002 une convention de partenariat prévoyant (i) l'élaboration de l'étude de développement touristique de Fès et (ii) l'engagement de l'application des recommandations et des résultats de cette étude.

Ainsi, et par le biais d'experts internationaux, cette étude a permis :

- L'élaboration du plan d'actions pour le développement touristique de Fès et de son pôle régional ;
- La définition du montage technico-financier de la création de deux nouvelles zones d'aménagement touristique intégrées ;
- La définition des mesures d'accompagnement prioritaires et du plan d'actions pour leur mise en œuvre.

Cette étude, a été élaborée sur la base de l'analyse d'enquêtes réalisées auprès (i) des touristes fréquentant Fès (ii) des professionnels du secteur ainsi que d'un Benchmarking de la destination Fès par rapport à quatre destinations similaires : Marrakech, Cordoue, Florence et Grenade.

Les résultats de cette étude ont été validés par l'ensemble des instances locales et centrales concernées et finalisés dans le cadre de Commissions thématiques réunies à Fès et à Rabat et se rapportant aux volets suivants : Produit, Promotion, Aérien, Formation et Environnement.

Ces Commissions ont regroupé notamment l'Agence de Dédensification et de Réhabilitation de la médina de Fès (ADER), les Départements des Habous et des Affaires Islamiques, de la Culture et de l'Habitat, l'Association Fès Saïs, Office National Marocain du Tourisme, etc....

Sur la base des résultats précités, la Wilaya de la Région Fès Boulemane le Conseil Régional, la Ville, l'Agence Urbaine de Fès, l'ADER Fès, le CRT et le Département du Tourisme ont convenu du présent Programme de Développement Régional Touristique (PDRT).

Ce PDRT est structuré de la manière suivante :

- Le diagnostic de la destination Fès permettant de décrire et d'analyser l'offre et la demande touristique de Fès ;
- La vision Fès 2015 retraçant le positionnement et la clientèle cibles de la destination ainsi les objectifs à atteindre par la destination à l'horizon 2015 ;
- Le plan d'actions précisant l'ensemble des mesures à entreprendre pour atteindre ces objectifs.



**TROISIEME PARTIE : PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT REGIONAL
TOURISTIQUE DE FES 2015**

CHAPITRE 1 : DIAGNOSTIC DE LA DESTINATION FES

1. ANALYSE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

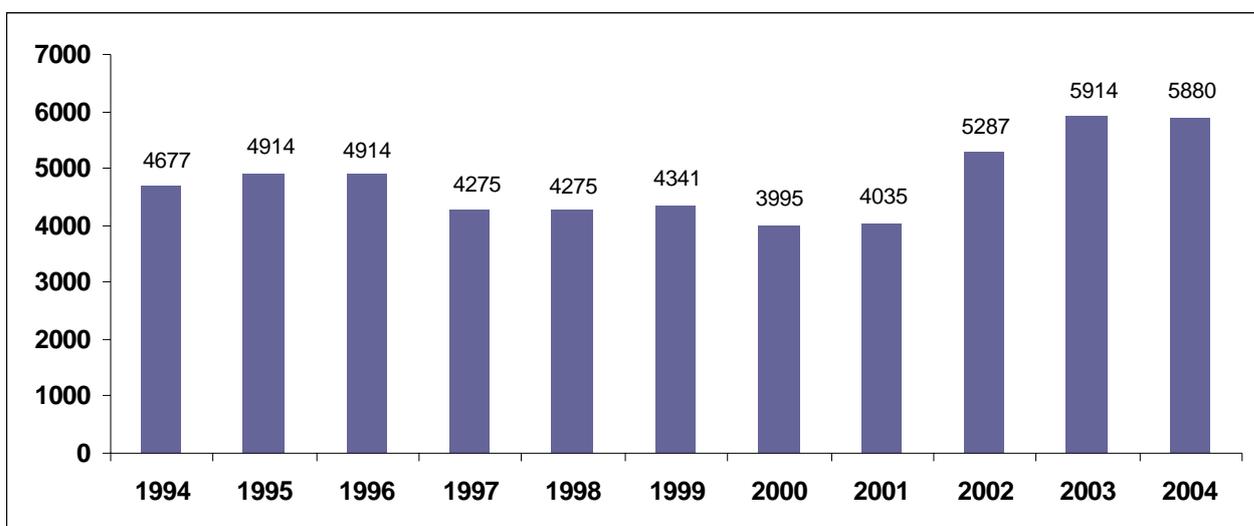
A. Hébergement

a. Evolution de la capacité hôtelière en lits

La Destination Fès compte aujourd'hui une capacité d'hébergement classée de 5.880 lits représentant ainsi une part limitée de 5% de la capacité nationale, qui est actuellement de 120.000 lits classés. Cette capacité reste en deça de celle des destinations culturelles internationales comparables : environ 25.000 lits pour Florence et 11.000 lits pour Grenade.

La capacité de Fès a enregistré une croissance de 1.200 lits sur la période, soit un taux de croissance annuel moyen de 2% seulement.

Evolution de la capacité hôtelière en lits



Source : Département du Tourisme

Sur la période considérée, il y a lieu de souligner que la progression précitée a varié d'une période à une autre comme suit :

- **Période entre 1994-2000 :**

Période marquée par une régression de -15% engendrée par les difficultés qu'a connu l'activité touristique au niveau mondial entre 1991-1995 (première guerre du golf et crise économique européenne). Cette régression est due essentiellement au déclassement et à la fermeture de certaines unités hôtelières.

- **A partir de 2001 :**

Fès a connu à partir de 2001 une croissance moyenne de 13% par an, qui s'explique notamment par l'arrivée sur le marché de nouvelles capacités qui ont été investies lors de la phase haussière du secteur touristique mondial, à savoir en 1998-1999 .

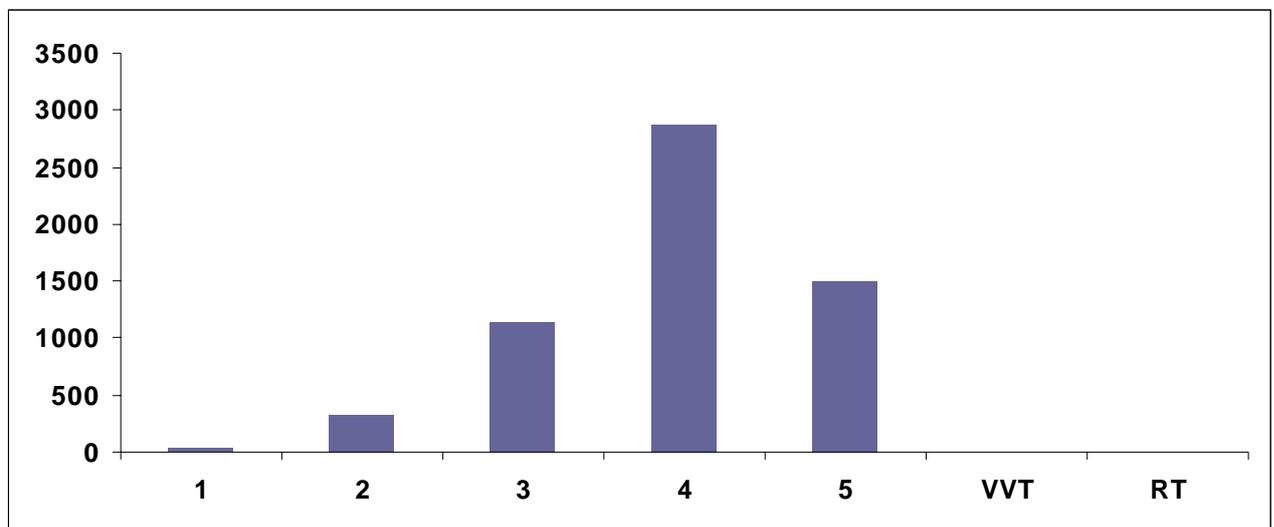
En conclusion, le rythme de développement de la capacité à Fès est très étroitement lié au caractère cyclique de l'activité touristique.

- b. Répartition de la capacité par catégorie**

L'analyse de la répartition de la capacité d'hébergement actuelle de Fès par catégorie d'établissement fait ressortir :

- La prédominance des hôtels 4* et 5* qui concentrent respectivement 49% et 26% de cette capacité (soit 75% de la capacité de la destination) ;
- Une capacité limitée en ryads et maisons d'hôtes qui se chiffre à 230 lits uniquement ;
- L'absence totale des établissements touristiques en Résidences et Villages de Vacances Touristique (RT et VVT).

Répartition de la capacité d'hébergement classé 2004 par catégorie



Source : Département du Tourisme

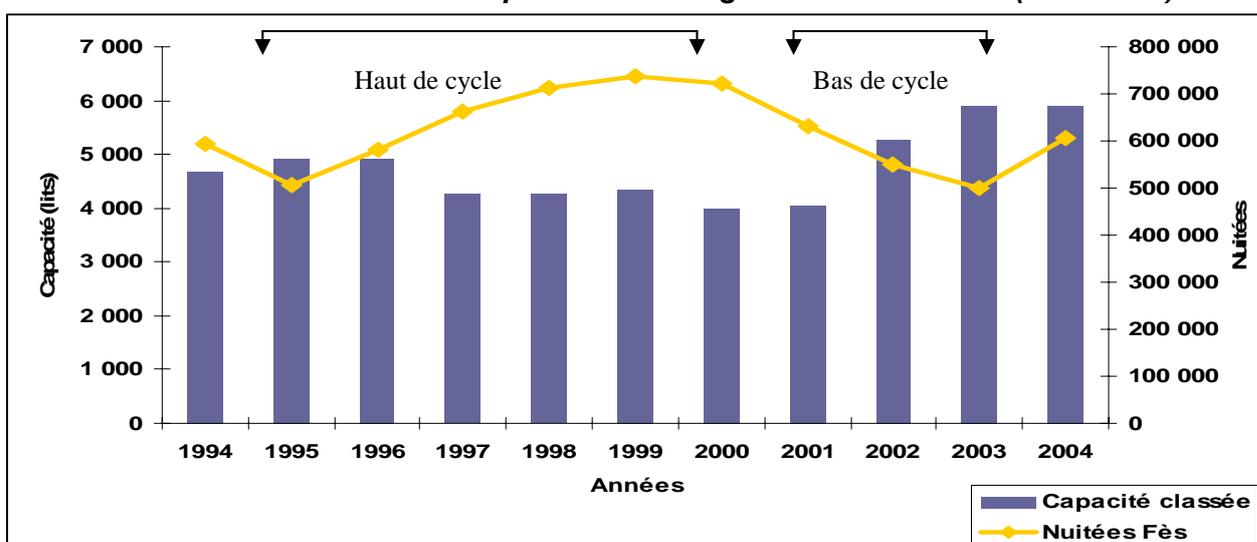
La répartition par catégorie des capacités hôtelières dans les destinations similaires à Fès est légèrement différente de celle observée dans cette dernière : prédominance des hôtels 4* et 3*.

c. Evolution capacités/nuitées

La superposition de l'évolution des capacités d'hébergement hôtelier classé et des nuitées touristiques réalisées par ces capacités à Fès démontre que le tourisme a eu un comportement similaire aux autres activités capitalistiques.

En effet, les capitaux visant la création de capacités d'hébergement nouvelles ont été investis au moment où l'activité touristique était en progression (1997-1999). La mise en exploitation de ces capacités a coïncidé malheureusement avec la régression des nuitées due aux facteurs exogènes ayant impacté le secteur (Evènement du 11 Septembre, récession économique...).

Evolution des nuitées et des capacités d'hébergement classé à Fès (1994-2004)



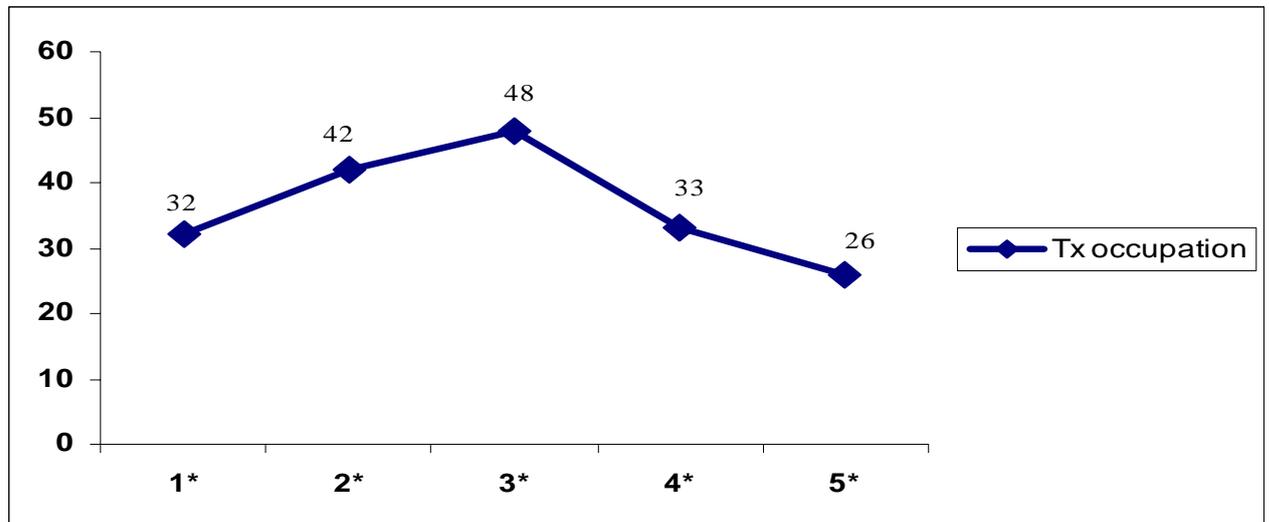
Source : Département du Tourisme.

d. Taux d'occupation

Le taux d'occupation moyen enregistré par les établissements touristiques classés de Fès en 2004 est de l'ordre de 34%, c'est-à-dire bien en deça des destinations internationales similaires (à titre d'exemple : 54% pour Cordoue, 55% pour Grenade et 75% pour Florence).

Une analyse plus fine des taux d'occupation par catégorie d'établissements touristiques classés a fait ressortir que les hôtels 3* à Fès enregistrent les taux d'occupation les plus élevés (environ 50%). Cette capacité semble la plus appropriée à la clientèle actuelle de cette destination, qui est une clientèle de circuit (cf. partie se rapportant à l'analyse de la clientèle actuelle ci-dessous).

Taux d'occupation des établissements d'hébergement classés par catégorie 2004



Source : Département du Tourisme.

e. Synthèse

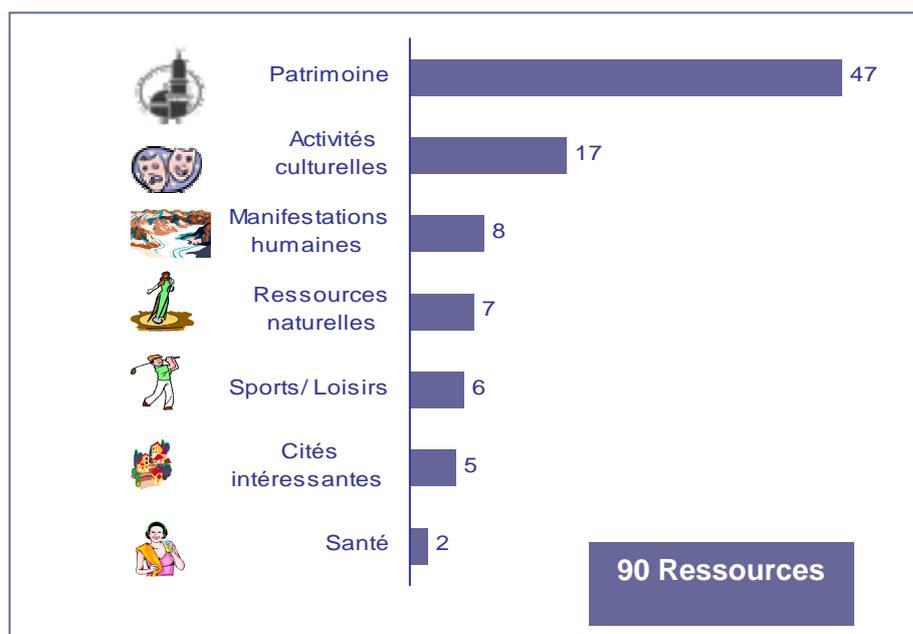
En conclusion, l'analyse de l'offre actuelle en hébergement révèle que :

- Fès est une destination vulnérable à la conjoncture (l'évolution de la capacité est très étroitement liée à la cyclicité de l'activité) ;
- Un taux d'occupation moyen faible dans l'ensemble mais plus élevé dans les établissements 3* (offre la plus appropriée à la clientèle actuelle) ;
- Et de manière globale, des performances touristiques en deçà de celles des destinations internationales similaires.

B. Ressources touristiques

Capitale spirituelle du Royaume, Ville impériale millénaire, inscrite au patrimoine de l'humanité, et berceau de plusieurs civilisations, Fès est dotée d'un patrimoine architectural, culturel et cultuel de grande valeur, ainsi que d'un arrière pays riche en ressources naturelles d'intérêt.

Inventaire des ressources d'intérêt culturel à Fès

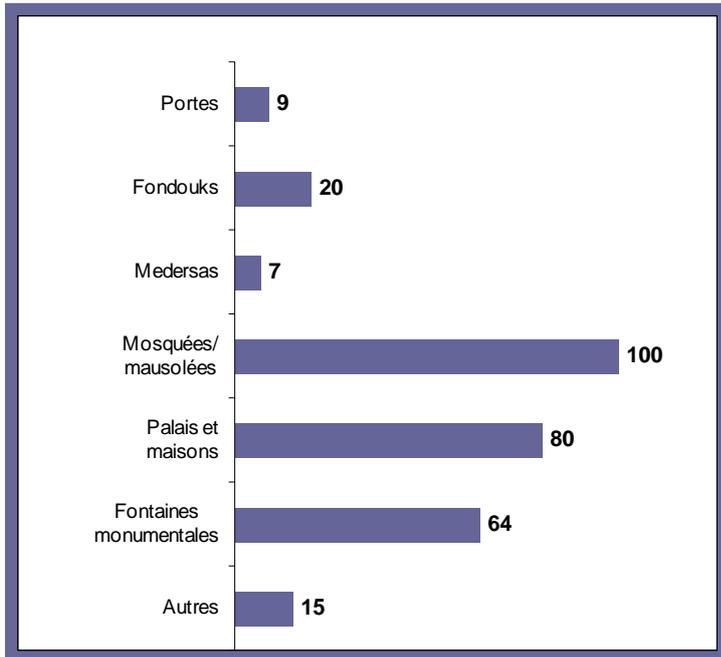


Source : Etude de développement touristique de Fès (2002) [inventaire non exhaustif présentant les ressources les plus significatives]

Sur les 90 ressources identifiées dans la destination celles à caractère culturel prédominant (72 ressources au total : patrimoine, activités culturelles et manifestations humaines).

L'importance et la diversité des ressources à caractère culturel constituent un atout majeur pour la destination. Cependant, elles sont actuellement peu exploitées et en état de dégradation physique, ce qui nécessite en priorité une action de restauration et de mise en valeur, pour être à même de se positionner par rapport aux destinations internationales similaires (Cordoue, Grenade et Florence).

Fès



Total : 185

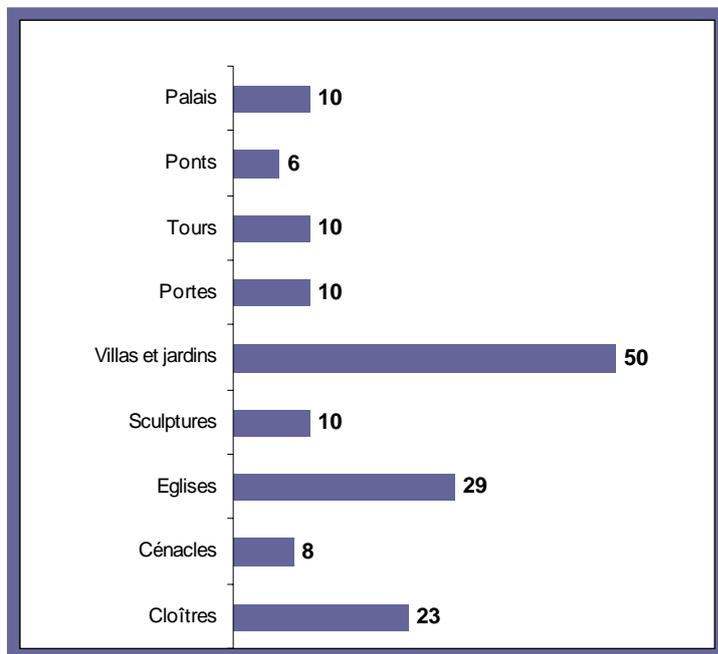
Authenticité



Mise en valeur



Florence



Total : 156

Authenticité



Mise en valeur



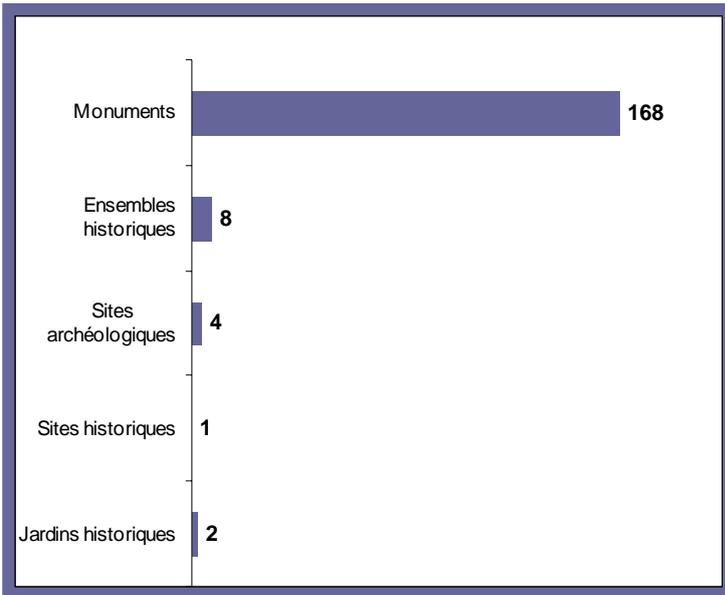
Elevé



Faible

Source : Etude de développement touristique de Fès (2001)

Cordoue



Total : 182

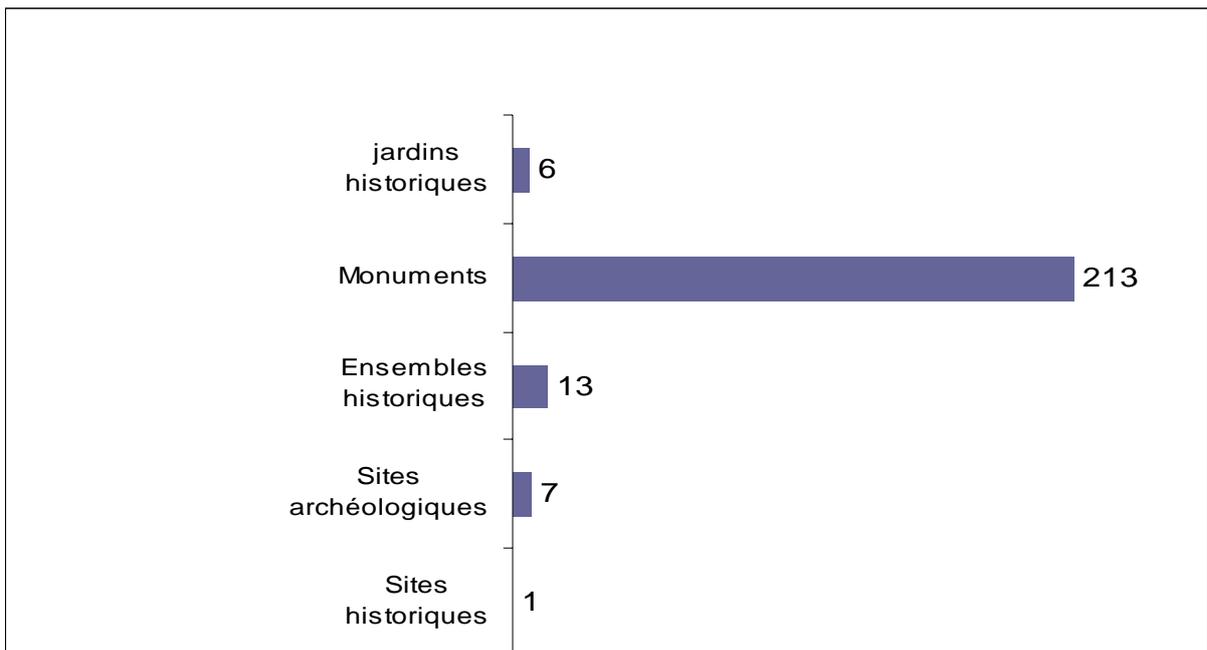
Authenticité



Mise en valeur



Grenade



Total : 240

 Elevé

 Faible

Authenticité



Mise en valeur



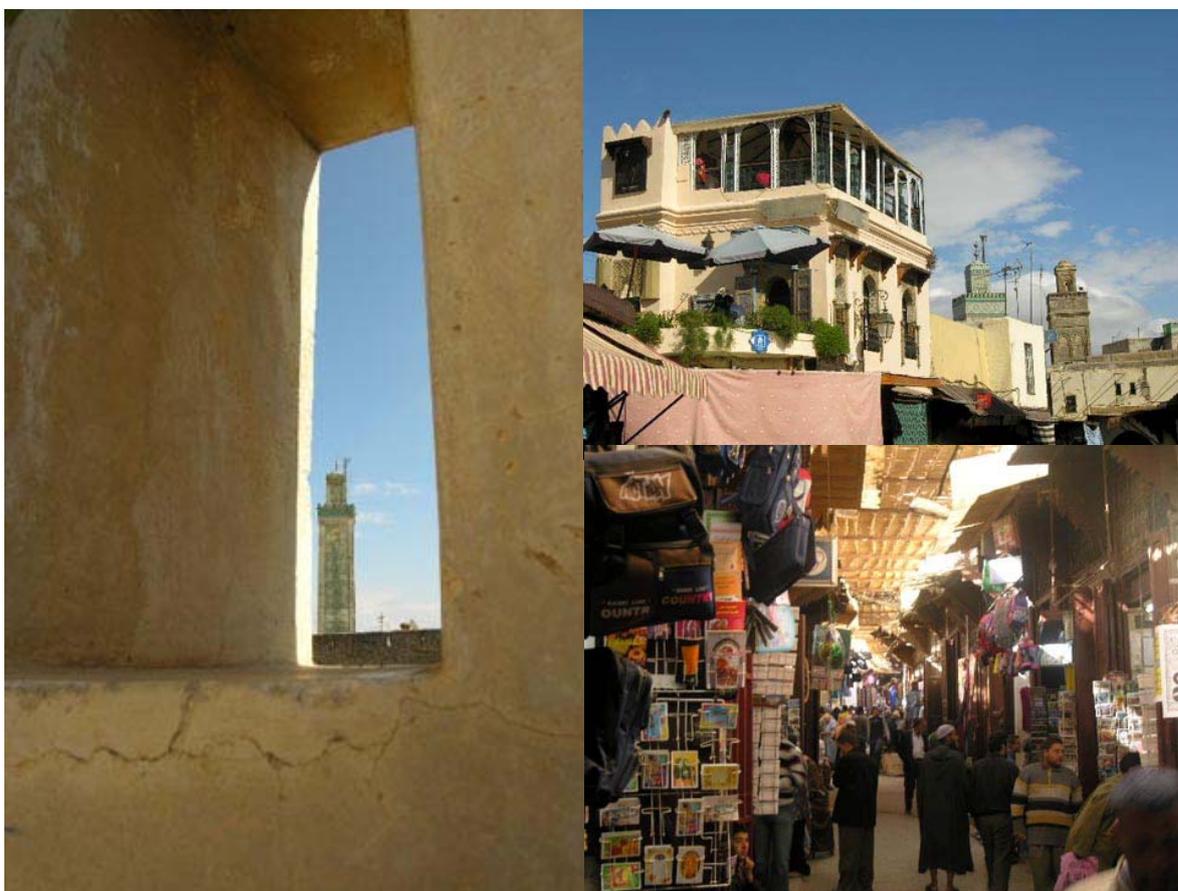
Source : Etude de développement touristique de Fès (2002)

a La Médina

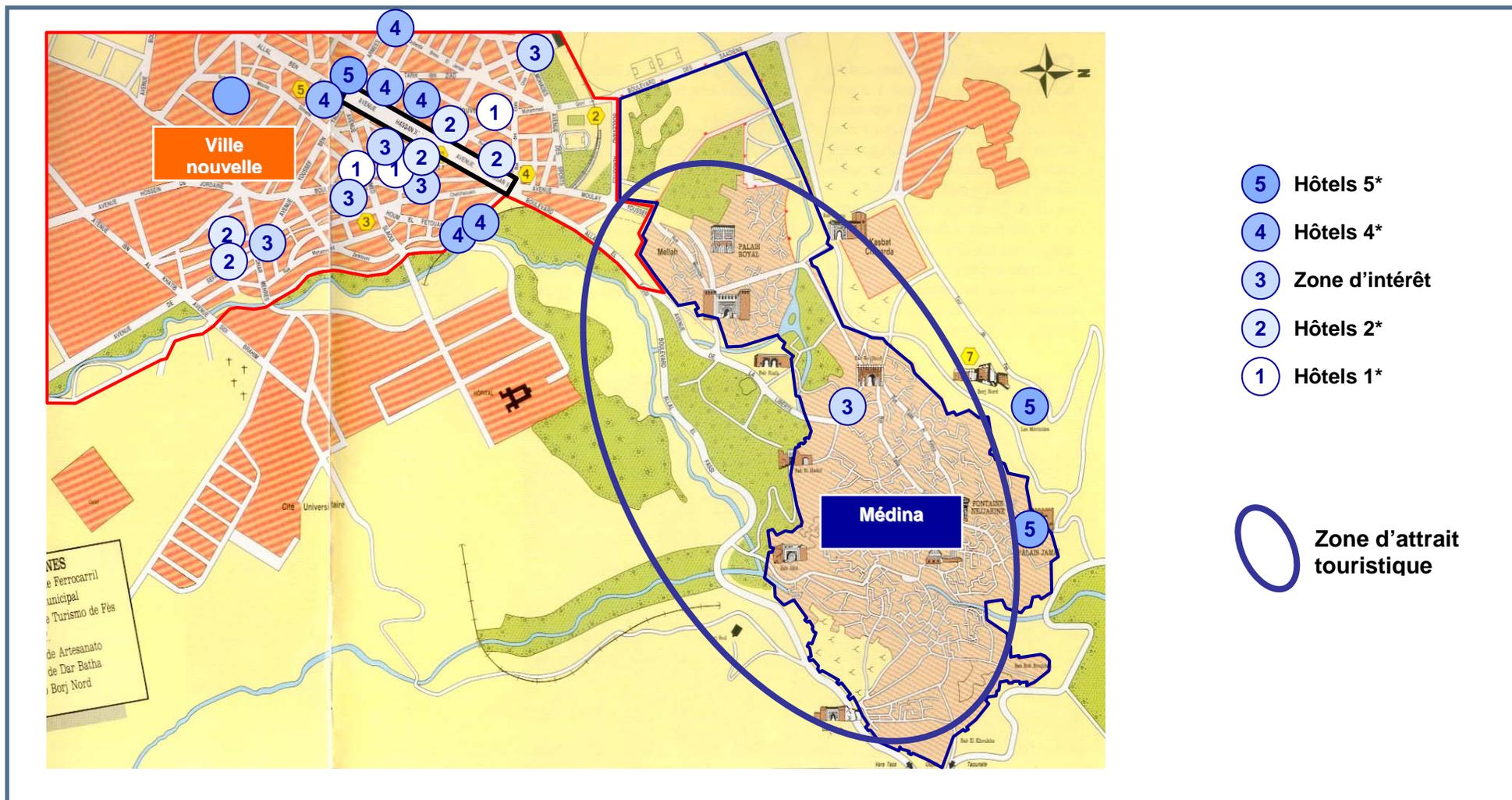
Fès est dotée d'une médina regorgeant de ressources patrimoniales nombreuses (9 portes monumentales, 7 medersas, plus de 100 mosquées/mausolées et 64 fontaines monumentales).

Cette médina, classée patrimoine universel de l'Unesco, avec son ensemble humain, patrimonial et urbain d'exception ainsi que son style de vie authentique est perçue comme unique au monde et en fait le principal attrait touristique de la destination. .

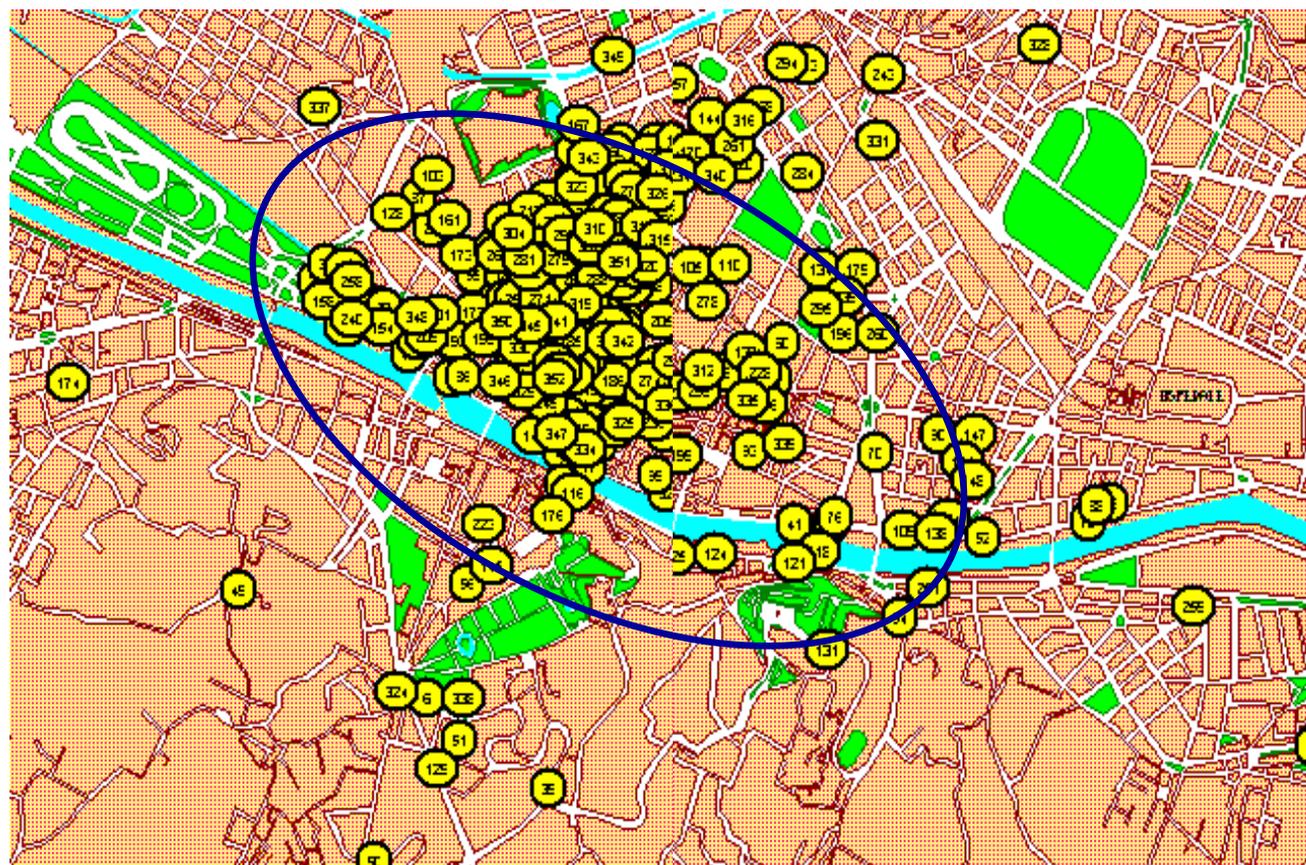
En tant que ressource phare de Fès, elle devient ainsi un axe majeur pour un positionnement unique et différencié de la destination.



Cette médina est malheureusement sous exploitée (ses ressources sont en état de conservation dégradé), non mise en valeur à des fins touristiques (insuffisance de l'offre d'hébergement, d'animation et de loisirs). En effet, et contrairement aux destinations internationales similaires, l'espace touristique actuel de Fès est éloigné de cette principale ressource.



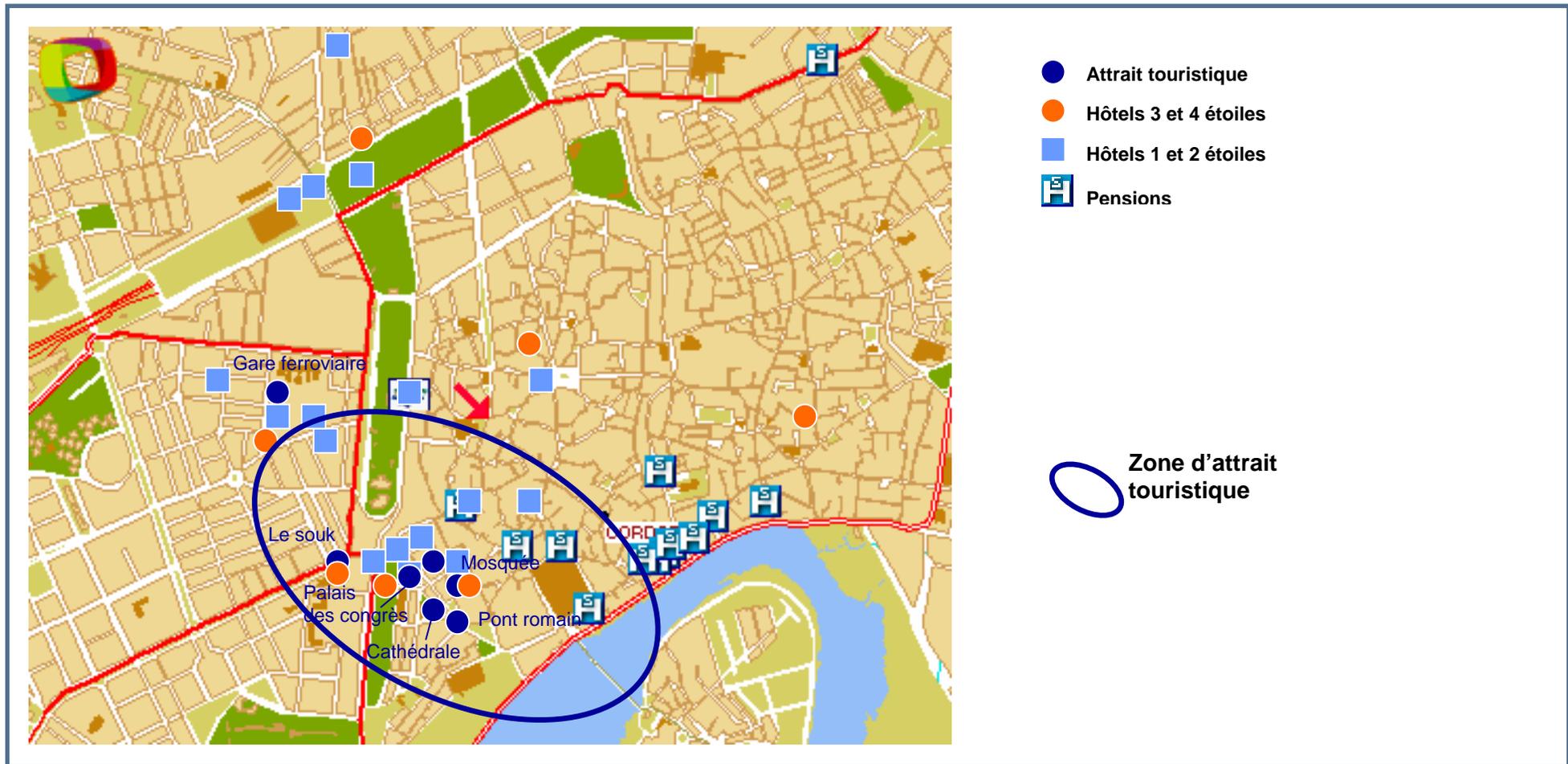
PLAN DE CONCENTRATION DES UNITES HOTELIERES DANS LA DESTINATION FES



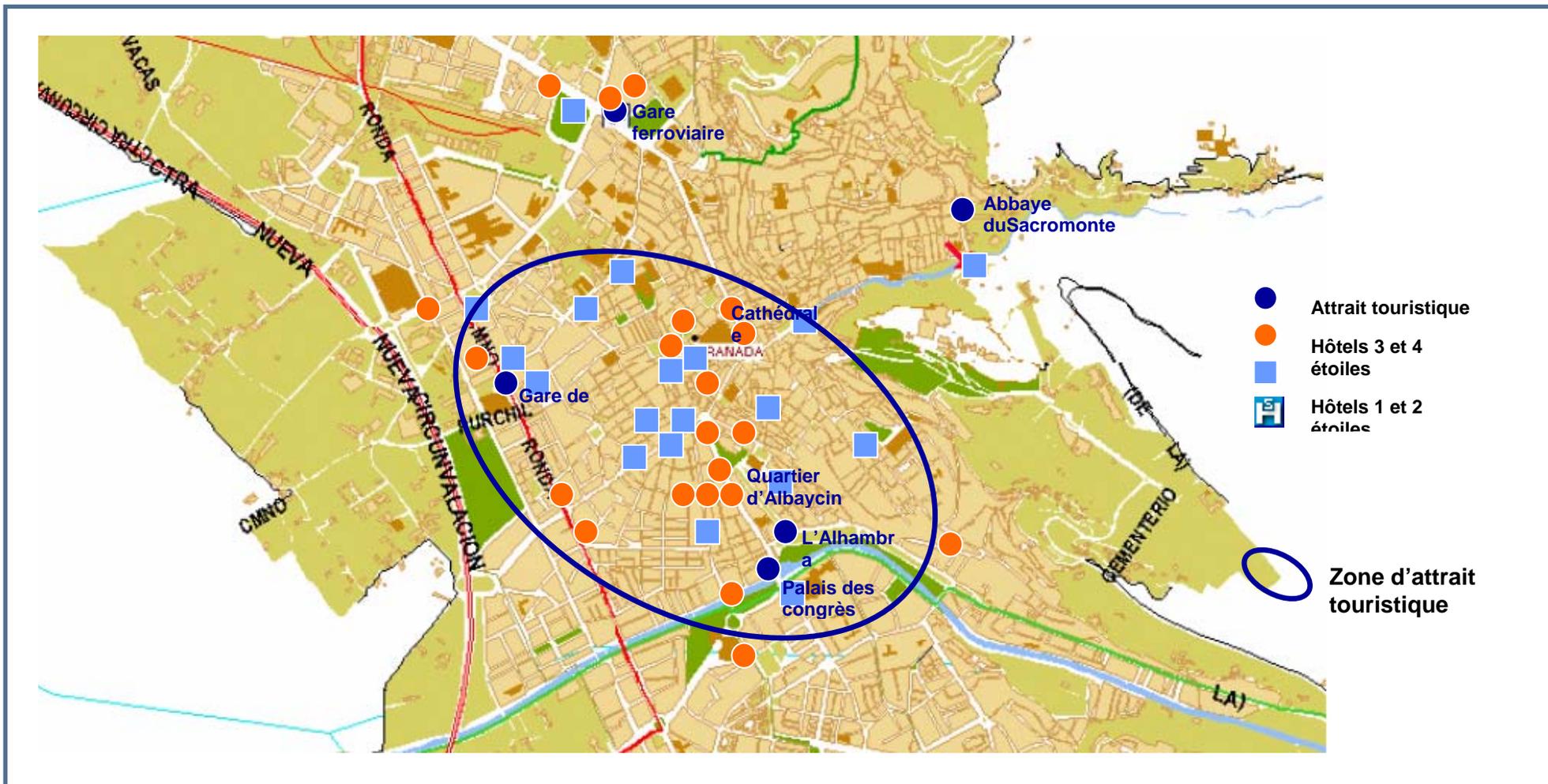
Hôtels inclus sur ce plan	
Catégorie	Nbr
5*	4
4*	36
3*	82
2*	85
1*	95
Total général	302

 Zone d'attrait touristique

PLAN DE CONCENTRATION DES UNITES HOTELIERES DANS LA DESTINATION FLORENCE



PLAN DE CONCENTRATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE DANS LA DESTINATION CORDOUE



PLAN DE CONCENTRATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE DANS LA DESTINATION GRENADE

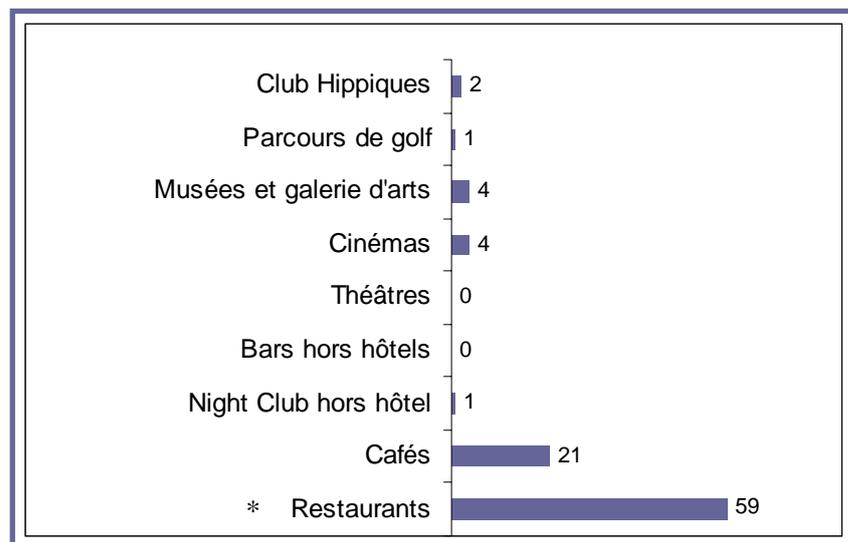
b Ressources complémentaires

▪ L'offre d'animation, de loisirs et de culture

Fès souffre de l'insuffisance de l'offre touristique en terme d'animation. En effet, celle-ci est constituée seulement de : 24 restaurants classés (15 de cuisine traditionnelle et 9 de cuisine moderne), 4 cinémas, un spectacle « Son et Lumière » au Borj Sud, dont la programmation est discontinuée, ainsi que de peu d'espaces d'animation nocturne au sein des hôtels.

Elle ne dispose pas de zone dédiée pour une animation nocturne et diurne. Elle a peu d'infrastructures culturelles pour un développement continu d'activités culturelles, alors même qu'elle dispose d'un potentiel culturel considérable et jouit d'une image de destination culturelle et spirituelle.

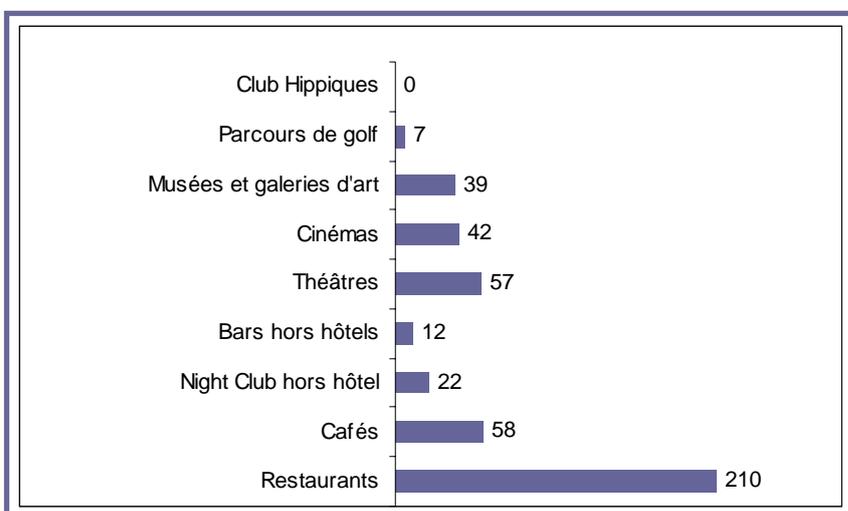
Par ailleurs, son offre d'animation et de loisirs est très limitée, comparativement aux destinations culturelles internationales similaires.



Offre d'animation à Fès

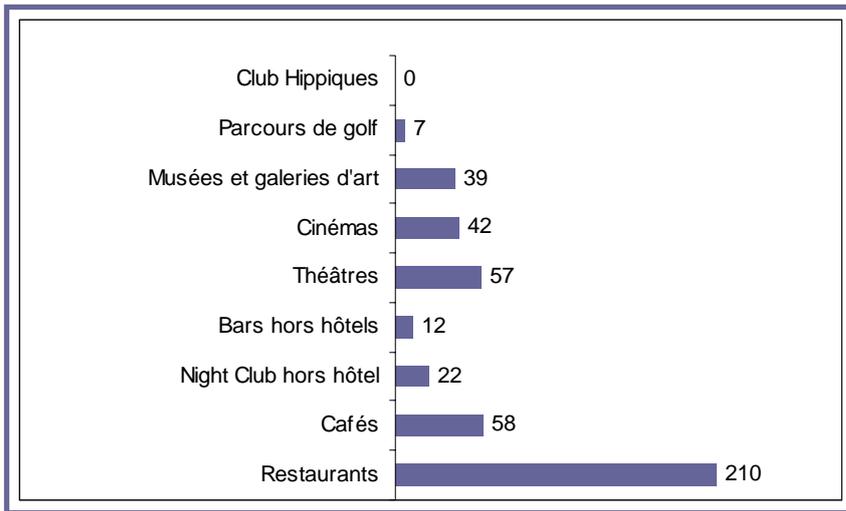
* Restaurants classés et non classés

Source : Etude de développement touristique de Fès (2002)



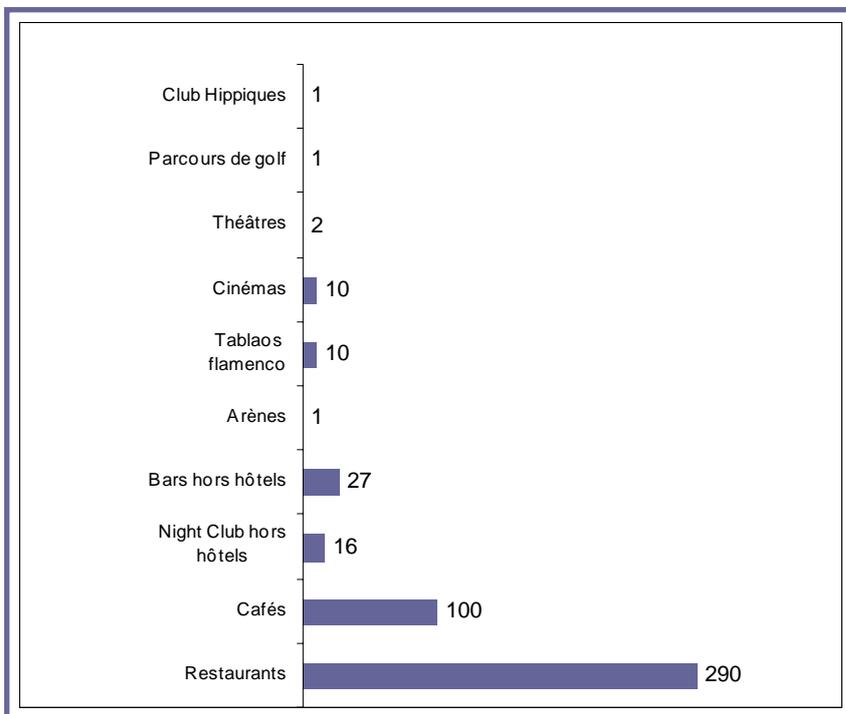
Offre d'animation à Florence

Source : Etude de développement touristique de Fès (2002)



Offre d'animation à Cordoue

Source : Etude de développement touristique de Fès (2002)



Offre d'animation à Grenade

Source : Etude de développement touristique de Fès (2002)

▪ *L'arrière pays*

Ses ressources naturelles sont riches et variées (lacs, forêts, thermes...), cependant cet arrière pays est sous exploité, méconnu, et relativement mal desservi, nécessitant de ce fait, des aménagements adéquats en terme d'hébergement, d'équipements et d'activités d'animation (auberges, cafés, restaurants...).

En conclusion, l'analyse des ressources touristiques de Fès fait ressortir les éléments suivants :

- La Médina est la ressource phare de la destination, axe majeur d'un positionnement différencié ;
- Elle dispose d'un patrimoine d'exception, qui nécessite une action urgente de restauration et de mise en valeur ;
- Il existe un potentiel de ressources complémentaires (arrière-pays, ressources culturelles ...) qu'il s'agit d'exploiter, de mettre en valeur, et de renforcer afin de compléter l'offre touristique de Fès et d'en faire une destination établie à part entière.

C. Offre aérienne

Fès est doté d'un aéroport international situé à 12 km de la ville et d'une capacité de 500.000 passagers par an.

Fès est restée longtemps handicapée par l'insuffisance des vols la reliant aux principaux marchés émetteurs. Cependant, la desserte de la destination a connu une amélioration substantielle, dès 2004, avec l'avènement de la politique de libéralisation de l'espace aérien marocain.

En effet, cette libéralisation s'est matérialisée par (i) le placement de lignes prioritaires vers Fès auprès de nouvelles compagnies aériennes (ii) et la mise en place par le Gouvernement, de partenariats stratégiques pluriannuels ambitieux avec des Tours Opérateurs intégrés leaders sur les marchés européens prioritaires, visant la programmation par ces TO de vols point à point liant les principales villes européennes à la destination de Fès.

Depuis la libéralisation, 4 nouvelles compagnies aériennes desservent la destination Fès (Corsair et Air Horizon pour le marché français, Air Berlin pour le marché allemand et GB Airways pour le marché britannique) pour un total de 9 nouveaux vols internationaux par semaine.

L'évolution de l'offre aérienne internationale a ainsi connu une progression notable :

	Fréquences/semaine 2003	Fréquences/semaine 2005	Variation
Régulier	4	14	+ 10
Charter	2	1	- 1
Total	6	15	+ 9

Cette progression a été traduite au niveau de l'aéroport Fès-Saiss, par une augmentation du trafic aérien international passagers global et régulier.

Passagers	2003	2004	Variation 2004/2003	2005 à fin Sep*	Variation 2005/2004	Variation 2005/2003
Régulier	35.416	82.702	+ 134%	87.889	+ 42%	+ 231%
Charter	25.286	26.283	+ 4%	8.021	- 59%	- 58%
Total	60.702	108.985	+ 80%	95.910	+ 17%	+ 111%

* Estimations du Département du Transports

L'aéroport Fès-Saiss n'étant actuellement exploité qu'à hauteur de 26% de sa capacité, le potentiel pour la mise en place de nouvelles lignes reste important, et permettra un meilleur développement de Fès en tant que destination touristique.

2. ANALYSE DE LA DEMANDE TOURISTIQUE

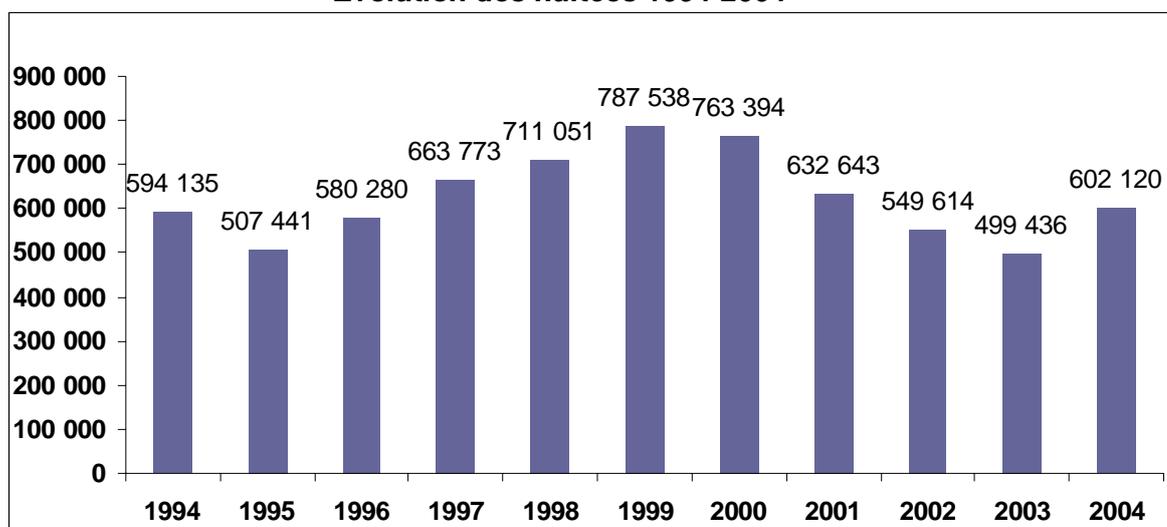
A. Demande touristique de Fès

a. Evolution de l'activité touristique de Fès

1. EVOLUTION DES NUITEES TOURISTIQUES

Fès a réalisé en 2004 et dans les hôtels classés plus de 602.000 nuitées touristiques, soit 5% du total des nuitées enregistrées à l'échelle nationale, qui se chiffrent à 13,2 millions de nuitées.

Evolution des nuitées 1994-2004



Source : Département du Tourisme (année 2004)

Les nuitées touristiques à Fès n'ont progressé sur la période 1994-2004 que de 1%. Toutefois, cette variation est disparate, selon les périodes, traduisant le caractère cyclique de la destination, lié aux facteurs exogènes.

En effet, plusieurs rythmes de croissance peuvent être observés :

- **Période entre 1994-1995 :**

La destination a enregistré une baisse de 15%, suite à la récession économique européenne à cette période.

- **Période entre 1996-1999 :**

L'activité touristique a connu une progression annuelle moyenne à deux chiffres (+11%), en corrélation avec la croissance qu'a connu le secteur de manière globale durant cette période (reprise après la crise de 1995).

- **Période entre 2000-2003 :**

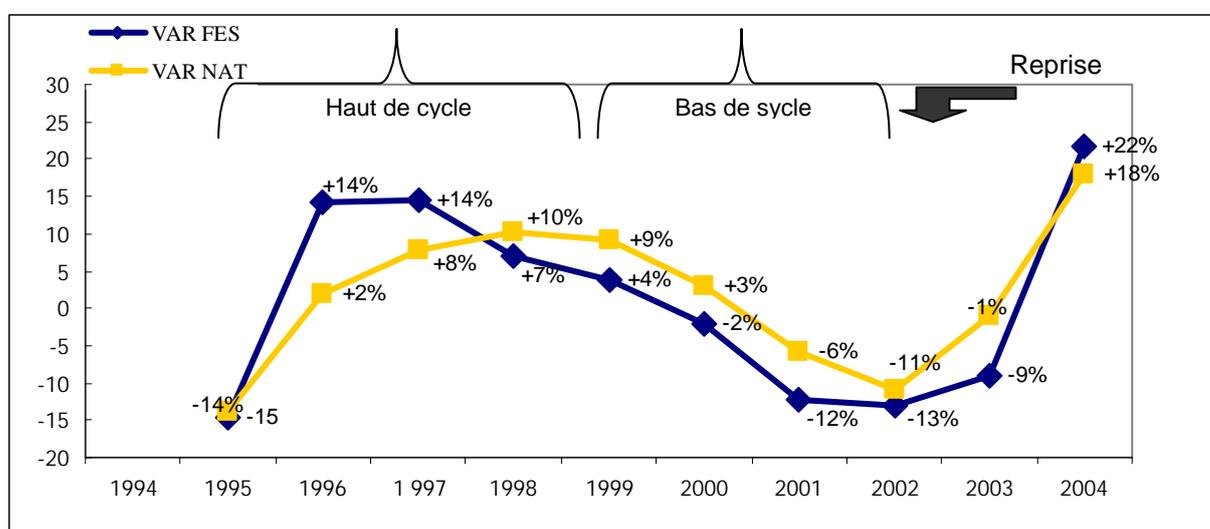
Période marquée par une forte régression de -35% résultant d'une conjoncture internationale particulière (événement du 11 septembre).

- **En 2004 :**
Une reprise importante de l'activité touristique à Fès, dès 2004 et qui se chiffre à 22%. Cependant, malgré cette progression, Fès n'a toujours pas atteint le niveau de 1999 (meilleurs scores sur la période 1994-2004).

2. EVOLUTION PAR RAPPORT AUX NUITÉES NATIONALES

La comparaison du comportement de Fès par rapport au Maroc souligne justement la vulnérabilité de cette destination et sa sensibilité à la conjoncture, puisque son activité touristique réagit de façon plus marquée par rapport à la moyenne nationale et ce, à la hausse comme à la baisse.

Variation des nuitées nationales et nuitées de Fès (%)



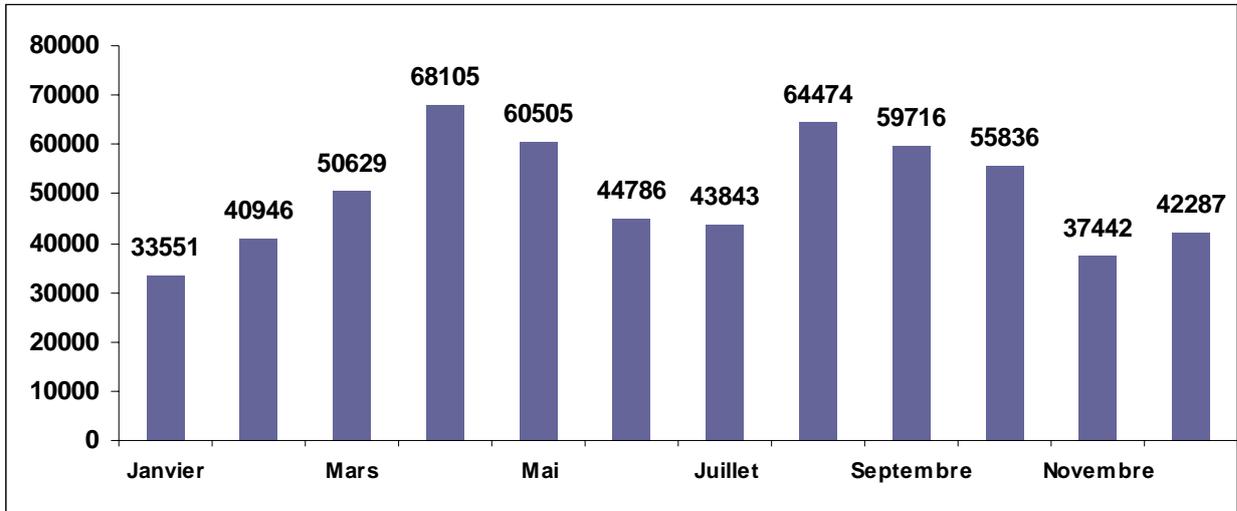
Source : Département du Tourisme

3. SAISONNALITE DE LA DESTINATION

L'activité touristique à Fès est marquée par l'existence de deux hautes saisons avec des pics : Août-Septembre et Avril-Mai, qui concentrent en 2004, plus de 42% de l'activité touristique en terme de nuitées.

Cette saisonnalité est bien évidemment variable en fonction de l'origine des touristes. En effet, le pic du printemps s'explique par la forte affluence des touristes en provenance de l'Europe et surtout du marché français, qui voyagent en période de vacances scolaires, alors qu'on constate une croissance nette du flux domestique en été.

Saisonnalité des nuitées globales à Fès en 2004

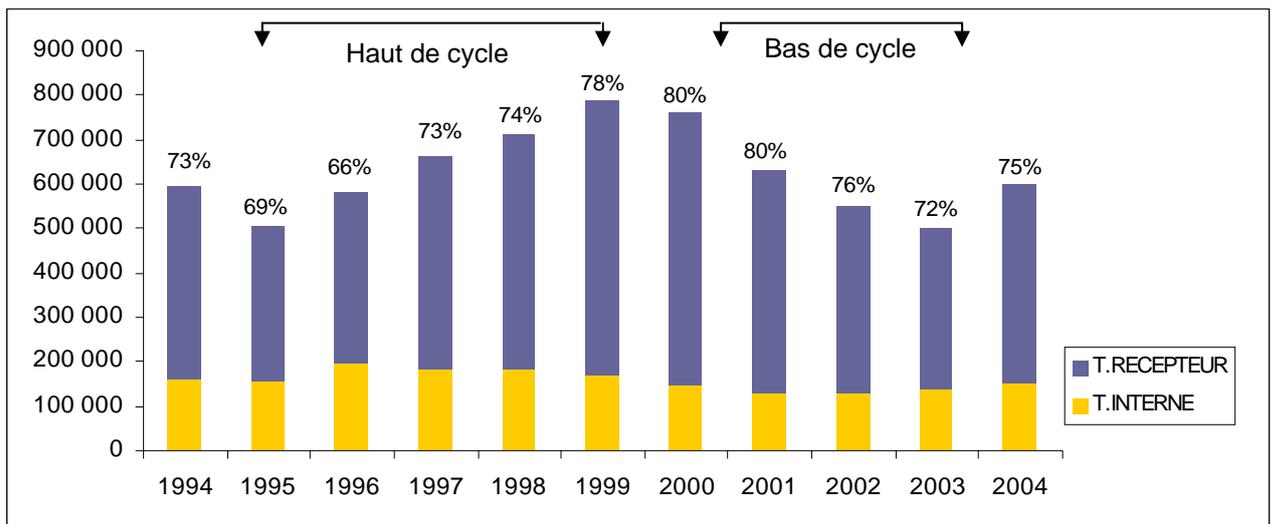


Source : Département du Tourisme

4. MARCHES STRATEGIQUES

La prédominance du tourisme récepteur est l'une des caractéristiques de l'activité touristique de la destination Fès, avec une part de marché qui oscille entre 70% et 80%. Il est à noter que ce flux varie avec la cyclicité de l'activité (au maximum en période de haut de cycle et inversement en période de bas de cycle).

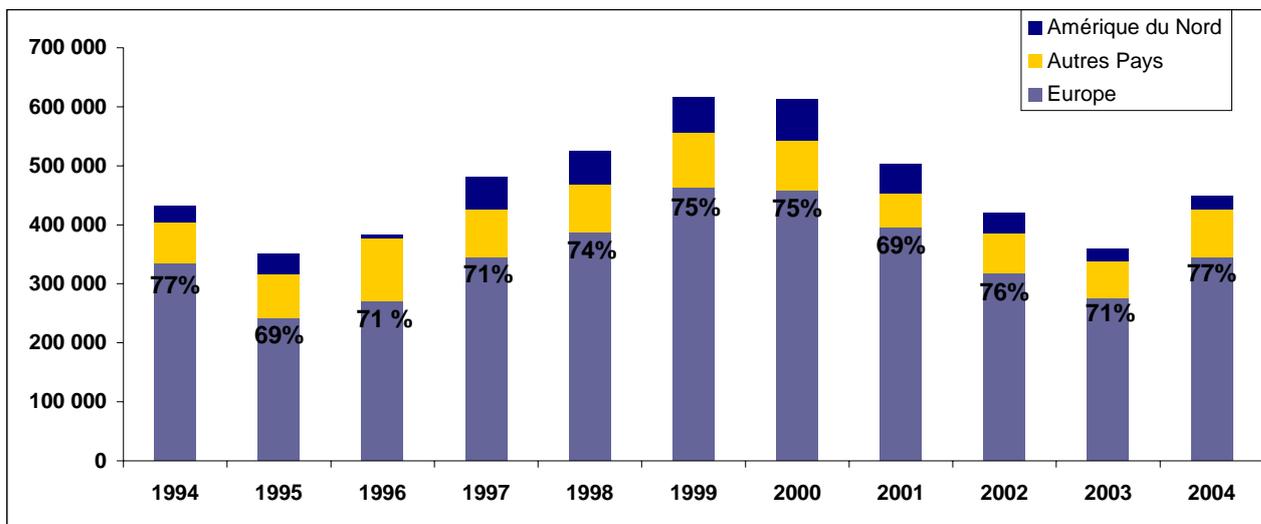
Evolution des nuitées par marché 1994-2004



Source : Département du Tourisme

L'Europe reste bien évidemment le principal marché de la destination, avec près de 75% des nuitées du tourisme récepteur et 55% des nuitées totales.

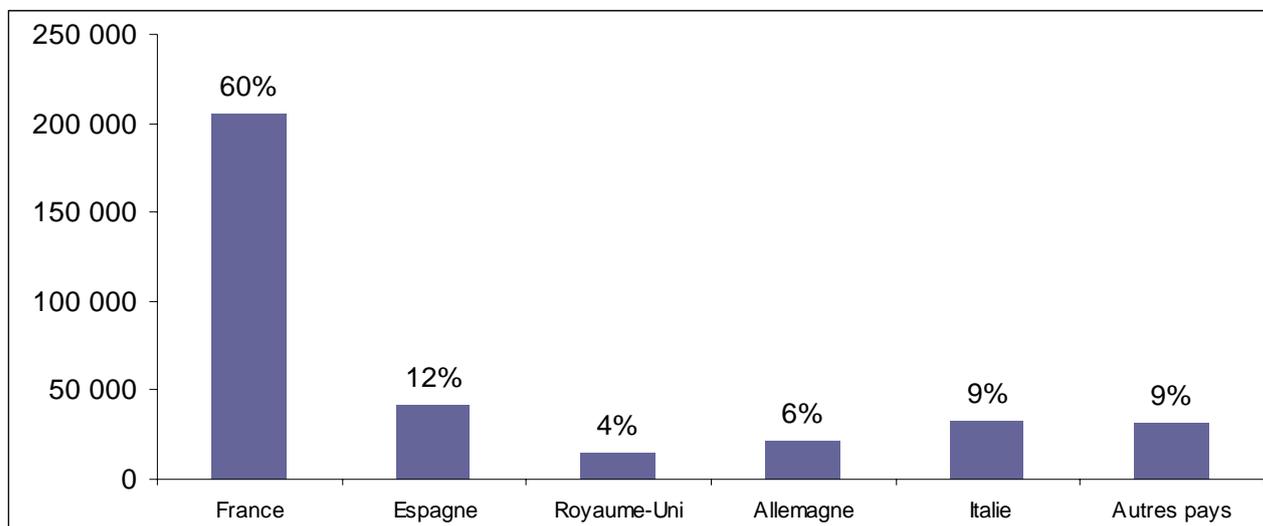
Evolution des nuitées par marché émetteur 1994-2004



Source : Département du Tourisme

Fès reste très dépendante d'un seul marché actuellement, le marché français, qui est le cœur de cible sa clientèle actuelle (clientèle de circuits des villes impériales).

Evolution des nuitées réalisées par les touristes Européens par marché 2004

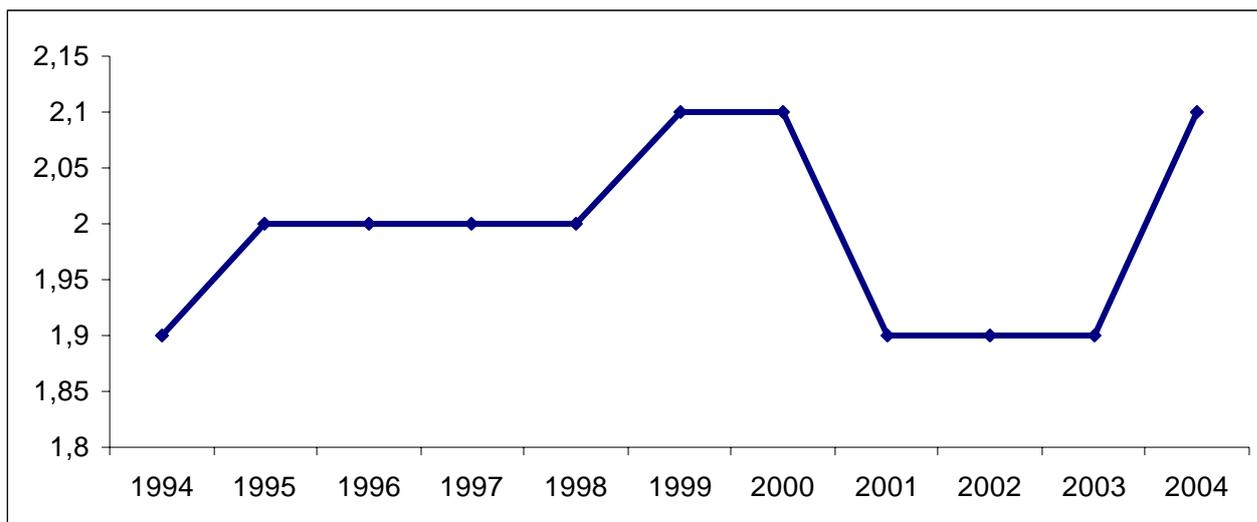


Source : Département du Tourisme

5. DUREE MOYENNE DE SEJOUR

La destination Fès a une durée moyenne de séjour (DMS) de 2,1 jours, correspondant à son positionnement actuel de destination touristique de passage uniquement. En effet, Fès n'offre actuellement qu'un seul type de produit, qui est l'étape dans le cadre de circuits.

Evolution de la DMS de la destination Fès(1994-2004)

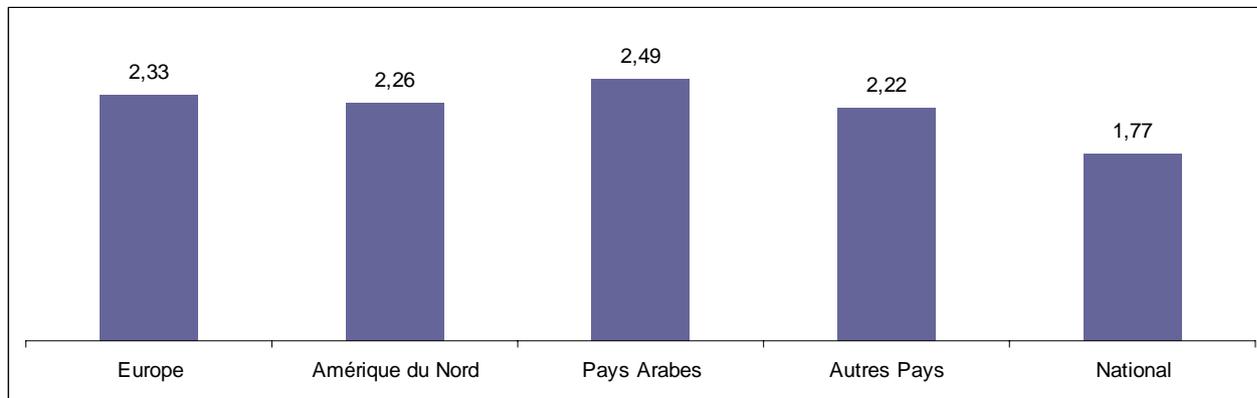


Source : Département du Tourisme

Cette DMS, malgré sa faiblesse, reste comparable aux destinations internationales similaires : 2 jours pour Cordoue et 1,4 pour Grenade.

A noter également que cette DMS varie selon les marchés : le marché national étant celui qui enregistre la DMS la moins importante (1,7 vs 2,3 pour l'Europe).

Evolution de la DMS de la destination Fès(1994-2004)



Source : Département du Tourisme

b. Analyse de la clientèle actuelle

▪ Profil de la clientèle

La principale clientèle actuelle de Fès est une clientèle d'âge mûr (45 ans et plus), de catégorie socioprofessionnelle faible à moyenne, voyageant en couple dans le cadre de voyages organisés, et provenant de l'Europe, notamment la France. Lors de son voyage au Maroc, 82% de cette clientèle effectue le circuit des villes impériales, où Fès n'est qu'une courte étape dans ce circuit.

▪ **Connaissance, intérêt et satisfaction**

D'après l'ensemble des études menées¹, aussi bien auprès des touristes, que des professionnels, il en ressort les constats suivants :

i. Notoriété spontanée

L'exploitation des enquêtes susmentionnées a permis de dégager que la notoriété spontanée de Fès est en deçà de la moyenne : entre 39% et 50%. Fès devra donc relever un défi en terme de communication pour faire connaître la destination.

ii. Intérêt pour la destination

Toutefois, l'intérêt pour Fès est plus élevé pour la population connaissant déjà la destination. En effet 48% à 63% de celle-ci montre un intérêt à visiter Fès dans les prochaines années.

iii. Expérience vécue

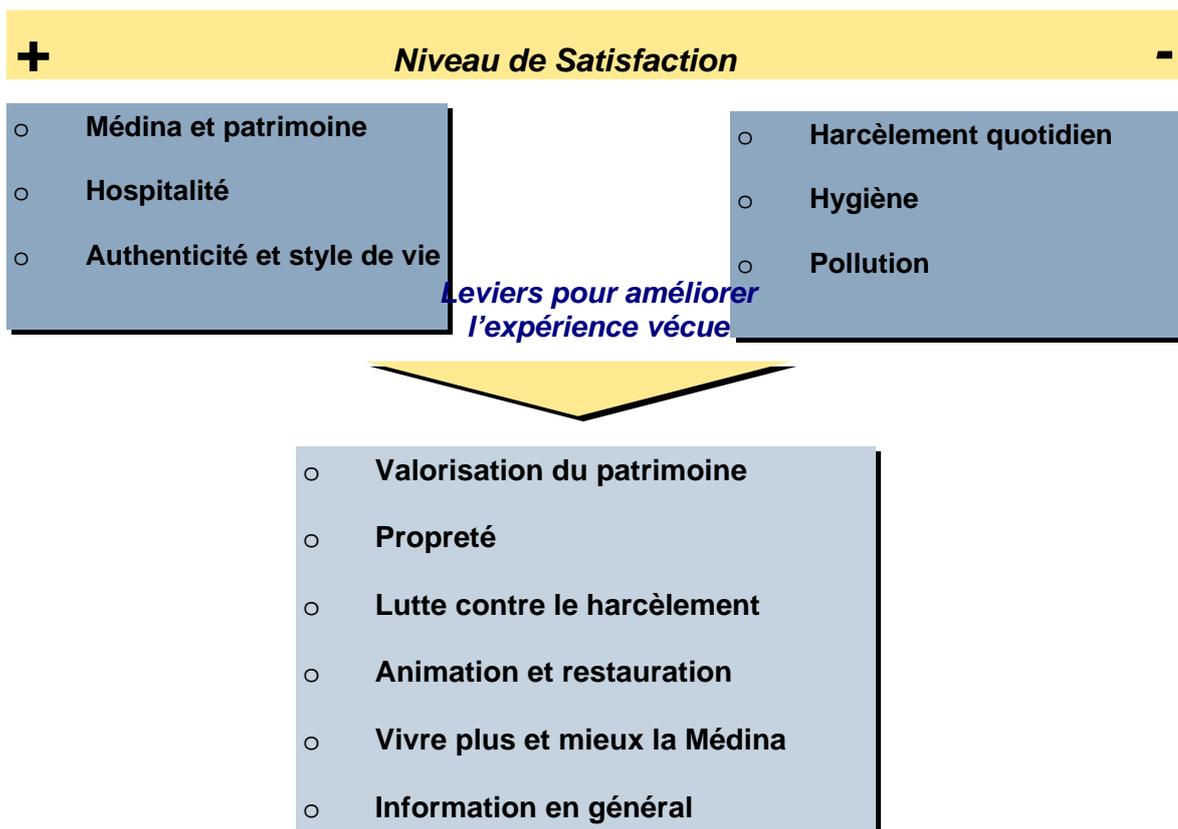
La clientèle actuelle de Fès est globalement satisfaite de la destination et très satisfaite lorsqu'il s'agit de la cible de la clientèle indépendante, qui loge dans les maisons d'hôtes. Les éléments de satisfaction portent notamment sur :

- La qualité de l'hébergement (70% des touristes enquêtés) et particulièrement de celle des maisons d'hôtes (100%) ;
- La qualité des restaurants fréquentés (89% des touristes enquêtés).
- La médina de Fès et son patrimoine (respectivement 57% et 47% des touristes enquêtés) ;
- L'hospitalité de la population (54% des touristes enquêtés) ;
- Le style de vie authentique de ses habitants (27% des touristes enquêtés).

Cependant, les éléments les plus déplaisants évoqués par la clientèle sont :

- Le harcèlement en général (34% des touristes enquêtés) ;
- La pollution et l'hygiène (19% des touristes enquêtés).

¹Source : enquêtes menées par le consultant chargé de l'étude de Fès et études menées par le consultant Monitor pour le compte de l'ONMT pour les marchés italien, anglais, espagnol et allemand.



Enfin, il est à noter que cette clientèle visite majoritairement la médina de Fès et ses éléments patrimoniaux (80% des touristes enquêtés) et souhaite revenir afin de découvrir en détail cette médina (70% des touristes enquêtés).

En résumé, il y a lieu de retenir les points suivants sur l'analyse de la demande :

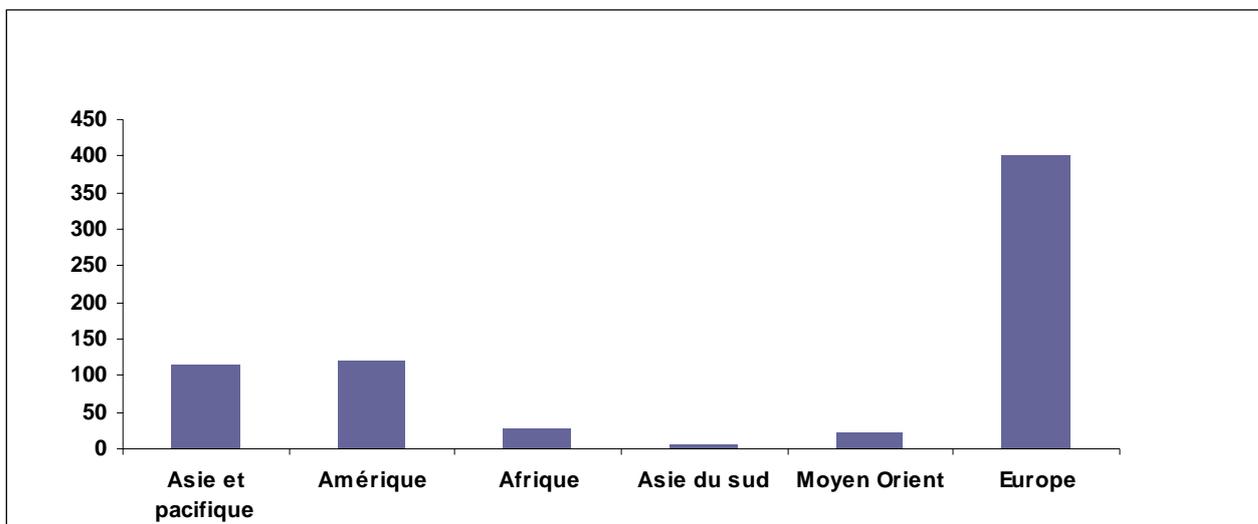
- Fès est une destination cyclique et très vulnérable à la conjoncture ;
- Sujette à un tourisme saisonnier ;
- Dépendante d'un seul marché : le marché français ;
- Elle n'est pas installée comme une destination à part entière : elle est commercialisée seulement en tant qu'étape dans le circuit des villes impériales et pour un seul type de clientèle (clientèle d'âge mur en voyages organisés) ;
- Fès dispose d'un potentiel pour développer un tourisme de week end/séjour pour une cible plus jeune, plus aisée, à la recherche d'une expérience authentique. Cependant, elle n'est pas encore établie comme une destination de « City break » et n'est pas commercialisée auprès de cette clientèle sur le marché français et autres marchés à fort potentiel.

B. Analyse du marché

a. Evolution de la demande touristique mondiale

Les chiffres présentés par l'étude de développement touristique de Fès et réalisée en 2002 démontrent qu'au niveau mondial, 700 millions d'arrivées internationales sont effectuées chaque année. 58% de ces arrivées sont enregistrées par l'Europe et 4% uniquement par l'Afrique.

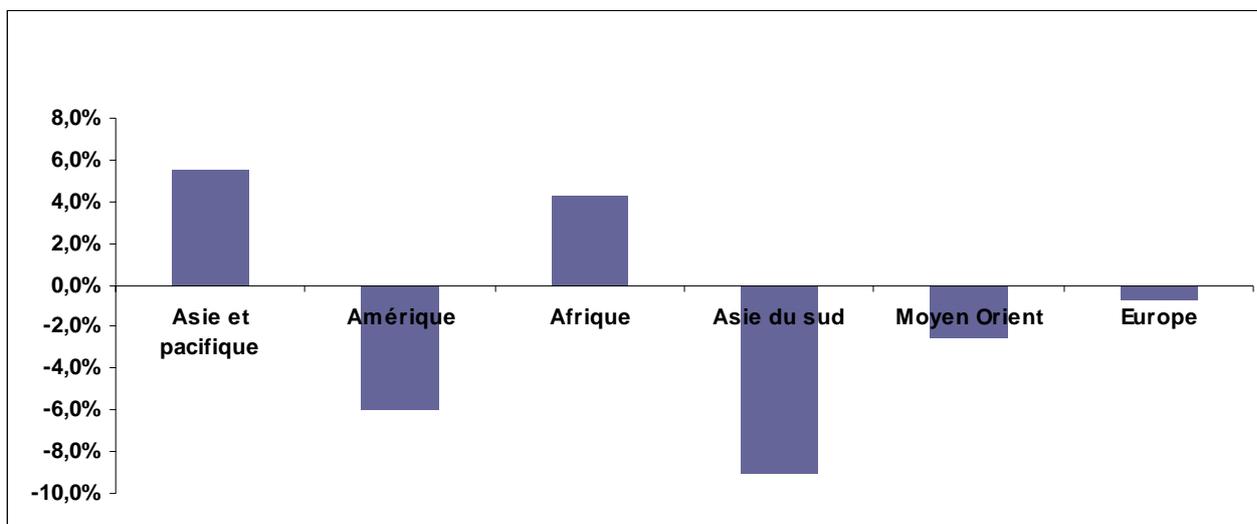
Nombre d'arrivées internationales (millions)



Source : Etude de développement touristique de Fès.

Ces arrivées connaissent une croissance continue qui s'est consolidée autour de 5% à partir de 1985 (692,6 millions en 2001 vs 327,1 millions d'arrivées en 1985). Cette croissance est également variable en fonction des destinations.

Croissance des arrivées internationales (%)



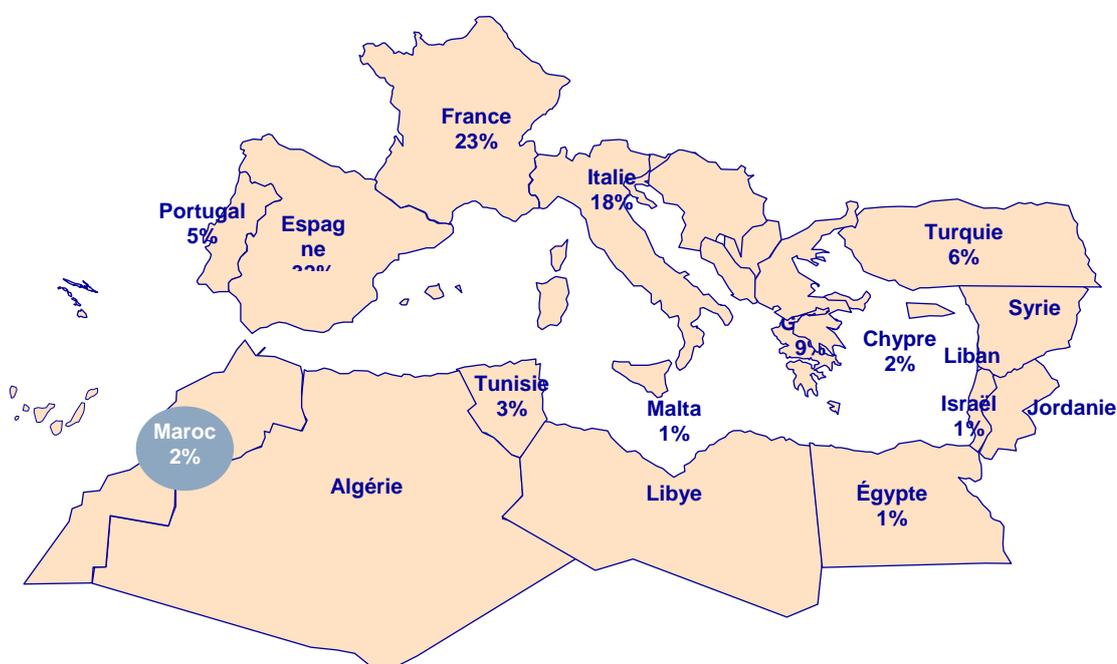
Source : Etude de développement touristique de Fès

L'Europe et l'Amérique du nord sont les principales zones émettrices des touristes qui génèrent plus de 40% des arrivées internationales au niveau mondial.

L'analyse du marché européen, en tant que marché stratégique du Maroc, permet de dégager que :

- Les touristes en provenance de ce marché voyagent vers la zone de la « Grande Méditerranée » ;
- Plus de 64% de ces touristes sont motivés dans leur voyage par les vacances. Cette part atteint pour certains marchés un pourcentage de plus de 80% (Allemagne et Hollande).

Le Maroc, l'une des destinations de la Grande Méditerranée, ne représente que 2% des parts de marché de cette zone.

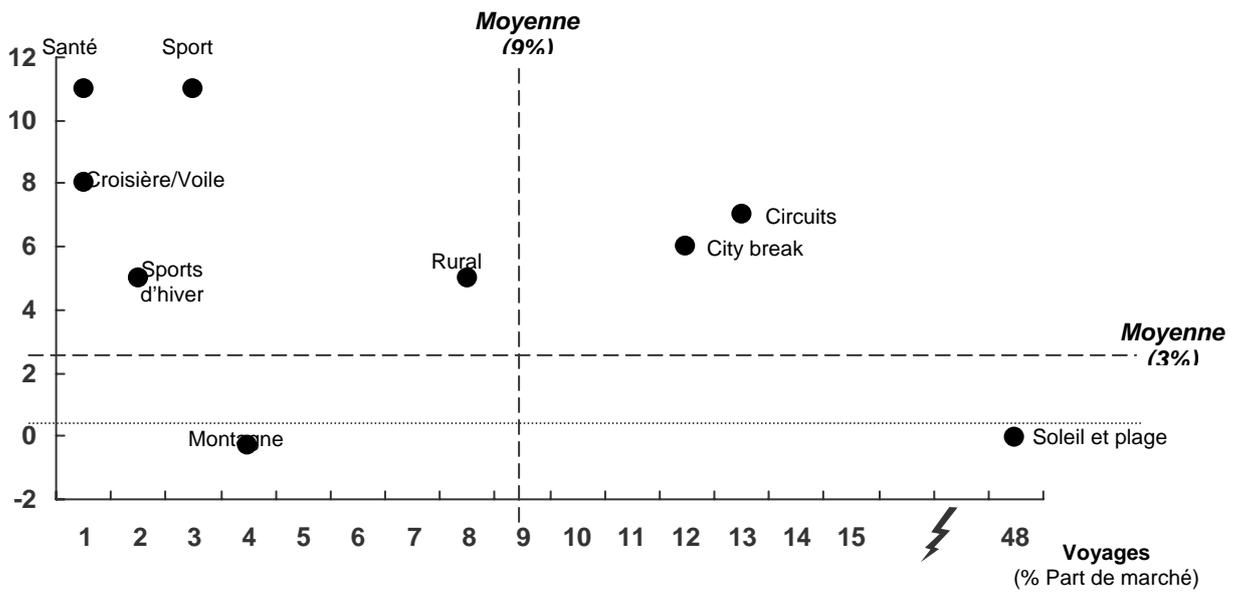


Source : Etude de développement touristique de Fès.

b. Marché du city-break

L'analyse des motivations de voyage des touristes européens permet d'avancer que le city Break est l'un des produits émergents. En effet, au-delà de représenter une part de marché de 12%, ce produit connaît une croissance de 6%. Il devient ainsi le troisième produit touristique des Européens, après les voyages de soleil et plage, puis les circuits touristiques.

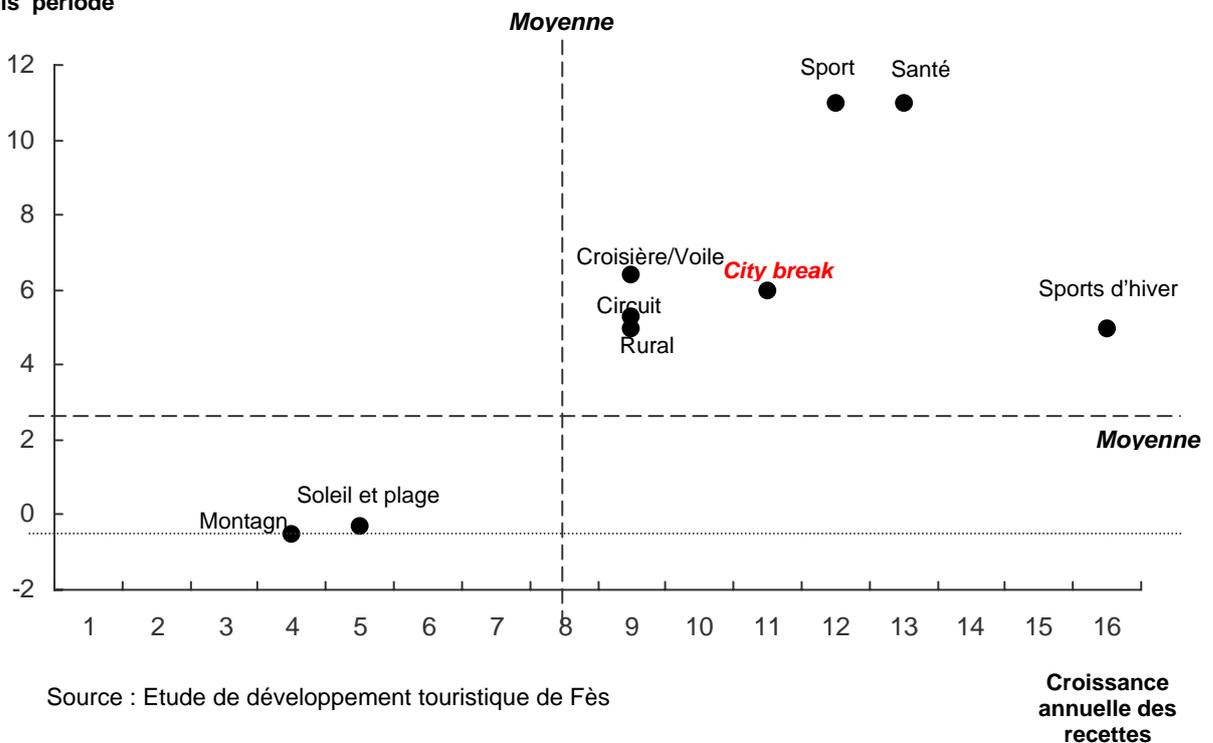
% Croissance des voyages annuels période 1994-2001



Source : Etude de développement touristique de Fès

Le City Break présente donc un potentiel considérable vu qu'il enregistre également un taux de croissance à deux chiffres des recettes touristiques.

% Croissance des voyages annuels période



Source : Etude de développement touristique de Fès

Malgré la courte durée moyenne de séjour de ce produit, ce type de voyages vacances prend de l'importance pour les destinations de la « Grande Méditerranée » en volume et en croissance.

La clientèle européenne du city break provient essentiellement d'Allemagne (36%), du Royaume-Uni (11%) et de France (10%).

La saisonnalité faible du city break présente cependant des pics en avril et en octobre. Ce produit nécessite toutefois la mise en place de liaisons aériennes régulières tout au long de l'année, entre la destination et ses principaux marchés émetteurs, afin de répondre aux besoins de cette catégorie de clientèle.

En conclusion, il y a lieu de retenir les points suivants sur l'analyse du marché :

- La demande touristique internationale connaît une croissance continue ;
- L'Europe demeure l'une des principales zones émettrices de voyages ;
- Le City Break est l'un des produits touristiques émergents, ayant un bon potentiel de croissance (en part de marché et en recettes touristiques).

c. Potentiel culturel de Fès sur les marchés prioritaires

Le marché Français représente et représentera toujours un fort potentiel pour Fès.

Par ailleurs, pour les 4 autres marchés prioritaires pour le Maroc (l'Allemagne, le Royaume Uni, l'Espagne et l'Italie), bien qu'ayant une part de marché peu importante actuellement dans les arrivées de Fès, ils représenteront un fort potentiel pour Fès à horizon 2015. En effet, le potentiel des 4 marchés sera de plus de 10 Millions pour une population cible de 36 Millions.

(En millions)	Potentiel culturel global - 2015	Potentiel culturel de Fès – 2015 ^{*2}
Italie	11	3,1
Allemagne	11	3,1
Espagne	7	2,7
Royaume Uni	7	1,5
Total potentiel culturel des marchés stratégiques	36	10,4

Source : étude Monitor réalisée en 2004 pour le compte de l'ONMT.

² Il s'agit de la population des segments culturels sur ces marchés, connaissant Fès et manifestant un intérêt pour la visite de la destination de Fès, et susceptibles de passer à l'acte d'achat.

CHAPITRE 2 : LA VISION FES 2005-2015

La vision concertée de Fès a été tracée par le CRT, les Instances et Autorités Locales ainsi que les Départements ministériels concernées et précise les objectifs de l'ensemble de ces partenaires.

Basée sur l'analyse de l'ensemble des éléments du diagnostic présentés plus haut ainsi que de l'évolution de la demande touristique internationale, cette vision est déclinée comme suit :

1. POSITIONNEMENT CIBLE :

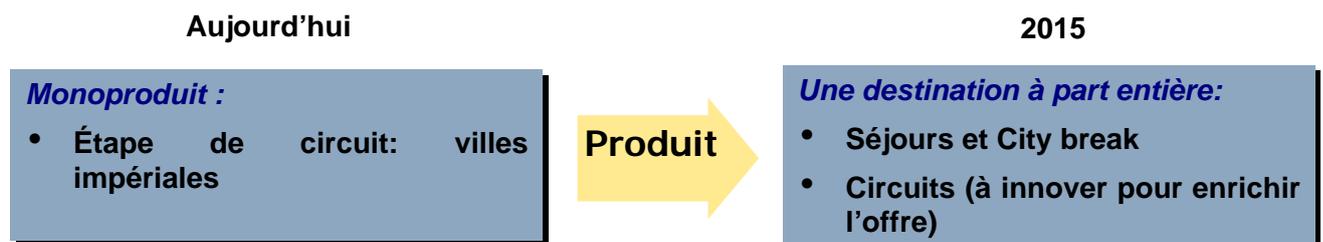
La vision Fès 2015 se fixe comme objectif **d'imposer Fès comme une destination touristique à part entière** avec un positionnement unique et différencié.

Le concept retenu de ce positionnement est le suivant : « **Musée millénaire vivant, destination authentique de rencontres culturelles et spirituelles** ».

L'axe différenciateur de ce positionnement est : **La Médina, seul endroit au monde, qui vit encore selon l'art et le mode de vivre ancestral.**

2. PRODUITS CIBLES

La vision Fès 2015 prévoit un positionnement de Fès en tant que destination à part entière de séjour et de City Break tout en maintenant son produit actuel de circuit, qu'il s'agira de compléter et d'innover.



3. CLIENTELE CIBLE

La vision Fès 2015 se fixe l'objectif suivant :



Ces trois cibles sont décrites ci-dessous.

Cible 1	Cible 2	Cible 3
<p>Objectif : Visiter la médina</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Age mûr et CSP faible à moyenne ▪ Circuits dans le cadre de voyages organisés ▪ Attente /Médina: peu lui importe de loger dans la Médina ▪ Hébergement en 3 *et 4* ▪ Marché prioritaire : France 	<p>Objectif : Contempler la médina</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Moyenne d'âge et pouvoir d'achat élevés ▪ City break ou séjour ▪ A la recherche de confort/luxe et d'un cadre exclusif, sûr et paisible ▪ Hébergement 4*, 5* et luxe ▪ Marchés prioritaires : France, Italie, UK, Allemagne 	<p>Objectif : Vivre la médina</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tout âge et pouvoir d'achat moyen à élevé ▪ City break et séjour ▪ Attente /Médina : immersion permanente dans l'ambiance de la Médina ▪ Hébergement : maisons/palais d'hôtes ▪ Marchés prioritaires : France, Espagne et Italie

Les différentes études menées sur les marchés émetteurs stratégiques pour le Maroc, ont permis d'identifier de manière détaillée le profil de ces 3 types de clientèle internationale :

A. Clientèle actuelle : clientèle de circuit, logeant loin de la Médina - Cible 1

La clientèle actuelle de Fès ayant pour motivation de voyage la culture, et en provenance des marchés stratégiques français, espagnol et italien, est une clientèle principalement constituée de couples d'âge mûr, voyageant majoritairement sans enfants. Son pouvoir d'achat est faible à moyen (1.500 à 2.000 € par ménage et par mois) d'où la particulière sensibilité de cette clientèle au facteur prix.

Son motif principal de voyage en général est de vivre une expérience différente et diversifiée. Ses motivations par rapport à un voyage culturel au Maroc sont principalement la découverte de sites naturels et culturels.

Au Maroc, la majorité de cette clientèle (82%) effectue des circuits touristiques organisés par un professionnel du voyage, pour une durée moyenne de séjour de 8,8 jours, dont Fès représente une étape du circuit. Sa principale motivation de voyage à Fès est de visiter la Médina, pour une durée moyenne de séjour de 2,5 jours, pendant lesquels elle loge surtout dans les hôtels 4* et 3*, étant sensible au prix.

A Fès, malgré le fait que cette clientèle recherche une expérience de mode de vie différente, elle préfère séjourner dans les hôtels à l'extérieur de la Médina, où elle se soucie moins de la sécurité. Cette clientèle peut ainsi être une clientèle cible pour la région de Ouèd Fès.

Les activités recherchées par cette clientèle lors de son séjour culturel à Fès sont principalement les visites de sites et monuments historiques, de musées, et de la Médina.

La principale destination concurrente que fréquente cette clientèle est l’Egypte.

B. Clientèle surplombant la Médina - Cible 2

Cette clientèle est composée principalement de couples de plus de 40 ans voyageant sans enfants pour la majorité (à l’exception du marché allemand), en provenance d’Italie, du Royaume-Uni, de France et d’Allemagne pour des city breaks ou des séjours et bénéficiant d’un pouvoir d’achat relativement élevé (supérieur à 2.500 € par mois et par ménage pour les couples et supérieur à 3.000 € pour les retraités). Une partie de cette clientèle est également intéressée par les voyages organisés.

De façon générale, cette population est motivée pour ses voyages par un séjour dans un cadre exclusif, sûr et paisible. Elle apprécie également un certain confort ou, pour une partie, du luxe lors de son séjour.

Au Maroc, cette clientèle, ayant un attrait pour la culture, l’histoire et le patrimoine, est également en quête d’authenticité et de découverte d’un style de vie différent, sans pour autant rechercher un contact permanent avec la culture locale.

Les attentes de cette clientèle par rapport à un voyage culturel à Fès, sont d’avoir un contact visuel permanent avec la Médina pour pouvoir la contempler tout au long de son séjour (city break ou de longue durée) et de faire une incursion occasionnelle dans la Médina.

Il s’agit d’une clientèle désirant séjourner sur des sites privilégiés avec vue sur la Médina, où elle logerait dans les hôtels 4*, 5* et luxe. La zone de Ouislane, répondant aux attentes de cette clientèle, pourra ainsi l’accueillir en grande partie.

En dehors de la relaxation, les activités culturelles recherchées à Fès par cette clientèle pendant son séjour, sont les visites de sites et monuments historiques, de musées, de l’architecture locale et de faire quelques balades occasionnelles dans la Médina.

Les principales destinations actuellement fréquentées par cette clientèle pour un séjour culturel sont l’Egypte et la Turquie.

C. Clientèle active et sophistiquée - Cible 3

Cette clientèle indépendante dans l'organisation de ses voyages, est constituée essentiellement de jeunes, de couples voyageant sans enfants, et de retraités, bénéficiant d'un pouvoir d'achat moyen à élevé (supérieur à 2.500 € par mois et par ménage et supérieur à 3.000 € pour les retraités). Cette population provient essentiellement de France, d'Allemagne, du Royaume Uni et d'Espagne.

La population de cette clientèle est motivée en grande majorité pour ses voyages, par un séjour lui permettant de s'évader pour une courte durée. Il s'agit ainsi d'une clientèle de city break essentiellement (3 jours) et de séjour de moyenne durée pour une partie de cette clientèle (retraités : 10 jours).

Au Maroc, cette clientèle recherchant l'évasion, désire également vivre une expérience différente à travers la découverte d'un style de vie différent, en ayant un contact direct avec la culture locale.

Sa motivation principale par rapport à un voyage culturel à Fès, est de vivre pleinement la Médina. Ses attentes lors de son séjour à Fès sont ainsi une immersion permanente dans l'ambiance de la Médina, afin de pouvoir se mêler à la population locale et d'apprendre à la connaître.

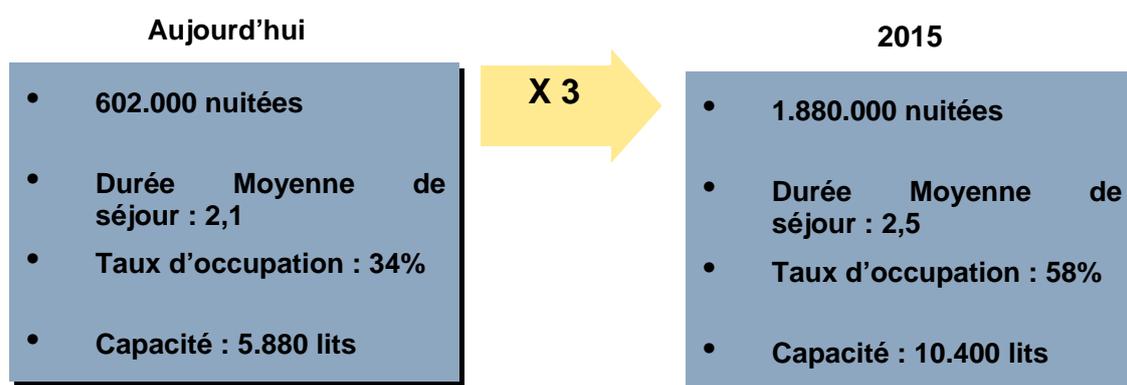
Cette clientèle active et sophistiquée logerait dans les maisons d'hôtes et hôtels 4* et 5*. Les maisons d'hôtes situées à l'intérieur de la Médina pourront ainsi répondre aux besoins en hébergement de cette clientèle.

Les activités culturelles recherchées à Fès par cette clientèle pendant son séjour sont les visites de sites et monuments historiques, de musées, la découverte de la cuisine locale et de manière générale : les activités lui permettant de s'imprégner pleinement de l'ambiance de la Médina.

Les principales destinations fréquentées par cette clientèle sont la Turquie et l'Egypte.

4. LES OBJECTIFS GLOBAUX

Les objectifs chiffrés arrêtés dans le cadre de la vision susmentionnée sont les suivants :



5. LES OBJECTIFS PAR MARCHÉ

Les objectifs chiffrés ci-dessus ont été répartis par marché. Cette répartition se base sur (i) le renforcement des marchés dominants et stratégiques et (ii) l'exploitation d'autres segments à fort potentiels.

Ces objectifs, en arrivées et en nuitées, par marché sont résumés ci-dessous.

MARCHES	ARRIVEES EN 2015	NUITEES EN 2015
FRANÇAIS	161.000	403.000
NATIONAL	134.000	335.000
ITALIEN	120.000	301.000
ESPAGNOL	97.000	244.000
ALLEMAND	65.000	163.000
AMERICAIN	53.000	133.000
ANGLAIS	24.000	61.000
AUTRES	98.000	240.000
TOTAL	752.000	1.880.000

En plus de la clientèle nationale, la clientèle cible sera principalement dominée par celle en provenance des 5 marchés prioritaires européens qui totalise quant à elle 1.172.000 nuitées, soit 62% des nuitées projetées pour Fès.

Pour atteindre ces objectifs, les partenaires concernés par le présent PDRT ont fixé un certain nombre d'actions prioritaires détaillées ci-dessous selon les six axes stratégiques de la vision Fès 2005-2015, à savoir :

- « Produit » ;
- « Promotion » ;
- « Transport aérien » ;
- « Formation » ;
- « Environnement » ;
- « Organisation institutionnelle ».

CHAPITRE 3 : PLAN D' ACTIONS DU PDRT DE FES 2015

2. AXE 1 : PRODUIT

Le plan d'actions lié à l'axe produit s'articule autour des principaux chantiers suivants : Offre en hébergement, Offre en animation, Offre Médina : Cœur du Produit Fès, Offre en artisanat dans la Médina, Offre en produits complémentaires.

B. Offre en hébergement

Afin d'atteindre les objectifs chiffrés relatifs à l'offre d'hébergement de la destination Fès et répondre aux différentes exigences de la clientèle ciblée à l'horizon 2015, la Wilaya de Fès Boulemane, le Conseil de la Région Fès Boulemane, la ville de Fès, l'Agence Urbaine de Fès, le CRT de Fès Boulemane, et le Département du Tourisme prévoient de :

- Créer une capacité nouvelle dans les deux nouvelles Unités d'Aménagement Touristiques (UAT) de Ouislane et de Oued Fès ;
- Créer une capacité additionnelle dans la Médina ;
- Mettre à niveau les capacités existantes.

Le choix de la localisation de l'offre additionnelle répond aux attentes des trois publics de la clientèle cible de Fès. Cette capacité est répartie comme suit :

	CIBLE³	LITS	CH.
UAT OUISLANE	PUBLIC 2	2.140	1.070
UAT OUED FÈS	PUBLIC 1	960 ⁴	480 ²
MEDINA	PUBLIC 3	600	300
AUTRES		800	400
Total		4.500	2.250

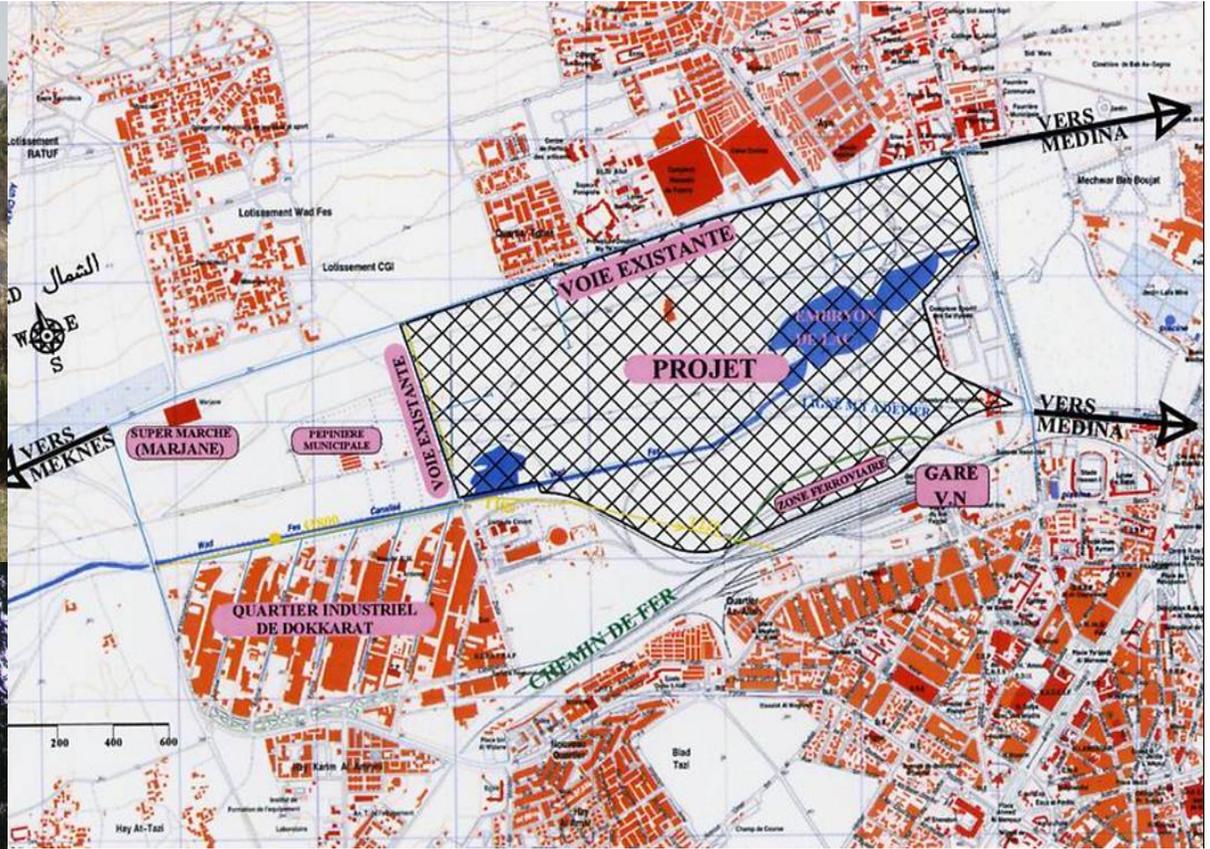
a. Développement de l'UAT de Oued Fès :

a.1. Site :

Site situé à la rencontre de trois entités urbaines : Médina, Ville Nouvelle et quartiers Nord (C.f plan de situation ci-dessous). Il est traversé par l'Oued Fès conférant à ce site une forte symbolique pour la population de cette ville. Ce site est propice pour accueillir un programme touristique destiné à la cible de clientèle N°1 (clientèle de circuit visitant la Médina et n'y logeant pas).

³ C.f. Vision Fès 2015 (chapitre 2 de la deuxième partie du PDRT)

⁴ Capacité amenée à être revue à la hausse.



PLAN DE SITUATION ET VUE D'ENSEMBLE DU SITE DE OUED FES

a.2. Foncier :

D'une superficie d'environ 195 Ha, ce terrain comprend une assiette foncière relevant du Domaine Communal (environ 145 Ha) et une deuxième propriété de l'Office National des Chemins de Fer (50 Ha) (C.f plan de délimitation en annexe 1).

Ce foncier pourrait être élargi en vue d'intégrer deux parcelles mitoyennes : la première relevant du Domaine Communal (20 Ha) et la 2^{ème} propriété de l'Office National des Chemins de Fer (ONCF) (24 Ha). Les modalités de mobilisation de ces deux parcelles seront définies ultérieurement entre MHV, ONCF et Ville.

a.3. Concept :

« *Visiter la médina sans y séjourner ni la contempler* » et faire revivre la thématique de « l'Eau », symbole de la ville de Fès, à travers le renforcement de l'élément aquatique et la projection d'espaces de loisirs gravitant autour de cet élément.



a.4. Programme :

Cette UAT recevra des unités hôtelières d'une capacité d'environ 960⁵ lits, des unités résidentielles, un lac artificiel, un parc vert urbain, un golf 18 trous et une zone d'animation comprenant des espaces de finition/vente dédiés à l'artisanat.

Le Plan d'Aménagement Indicatif de cette zone est joint en annexe 2. Ce plan devra être revu en fonction de la nouvelle délimitation de l'assiette foncière.

⁵ Capacité amenée à être revue à la hausse.

Maroc Hôtels et Villages (MHV), filiale de la CDG, et l'ONCF, s'associeront pour l'aménagement de cette zone. L'Etat quant à lui réalisera les infrastructures hors site.

Le foncier communal support de cette zone sera cédé à la CDG à 1Dh/m² en contrepartie de la remise par cette dernière à la Ville d'une parcelle viabilisée au sein de la zone, d'une superficie d'environ 10 Ha. Cette parcelle, dont la superficie est à affiner ultérieurement, accueillera un programme immobilier en conformité avec les standards de la zone.

De même, les Autorités Locales et la Ville de Fès veilleront à ce que les futurs développements aux alentours de la zone soient harmonieux et conformes aux standards de cet espace touristique.

De même, et pour permettre à l'ONCF de faire face aux investissements nécessaires au transfert des installations actuellement existantes dans la zone, il convient de :

- Faire aboutir, dans les meilleurs délais, les décrets de déclassement au domaine privé de l'ONCF des terrains à valoriser faisant partie du domaine public ferroviaire à Fès, ces terrains sont identifiés dans la note de l'Agence Urbaine de Fès, de septembre 2005, ils ont fait objet des demandes N°213, N°238 et N°239 en dates respectivement de 22/01/2002, 19/03/2002 et 19/03/2002 ;
- Permettre à l'ONCF d'acquérir à un prix raisonnable au quartier de Bensouda un terrain d'une cinquantaine d'hectares pour y transférer une partie de son activité fret et y aménager une plate forme logistique multimodale ;
- Permettre à l'ONCF d'acquérir un terrain à Ras El Ma, pour y transférer ses activités fret de grands volumes ;
- Octroyer à l'ONCF les autorisations nécessaires à la réalisation de ses projets ;
- Ces trois derniers points seront détaillés dans un protocole d'accord entre la ville de Fès et l'ONCF.

Par ailleurs, et en complément du golf prévu dans cette zone, la réalisation d'un deuxième golf de 18 trous sera étudiée par la CDG à Ain Chkaf (à l'entrée de la ville), sur une assiette foncière à délimiter par la Ville de Fès.

Le calendrier préliminaire pour la mise en valeur de l'UAT de Oued Fès est le suivant :

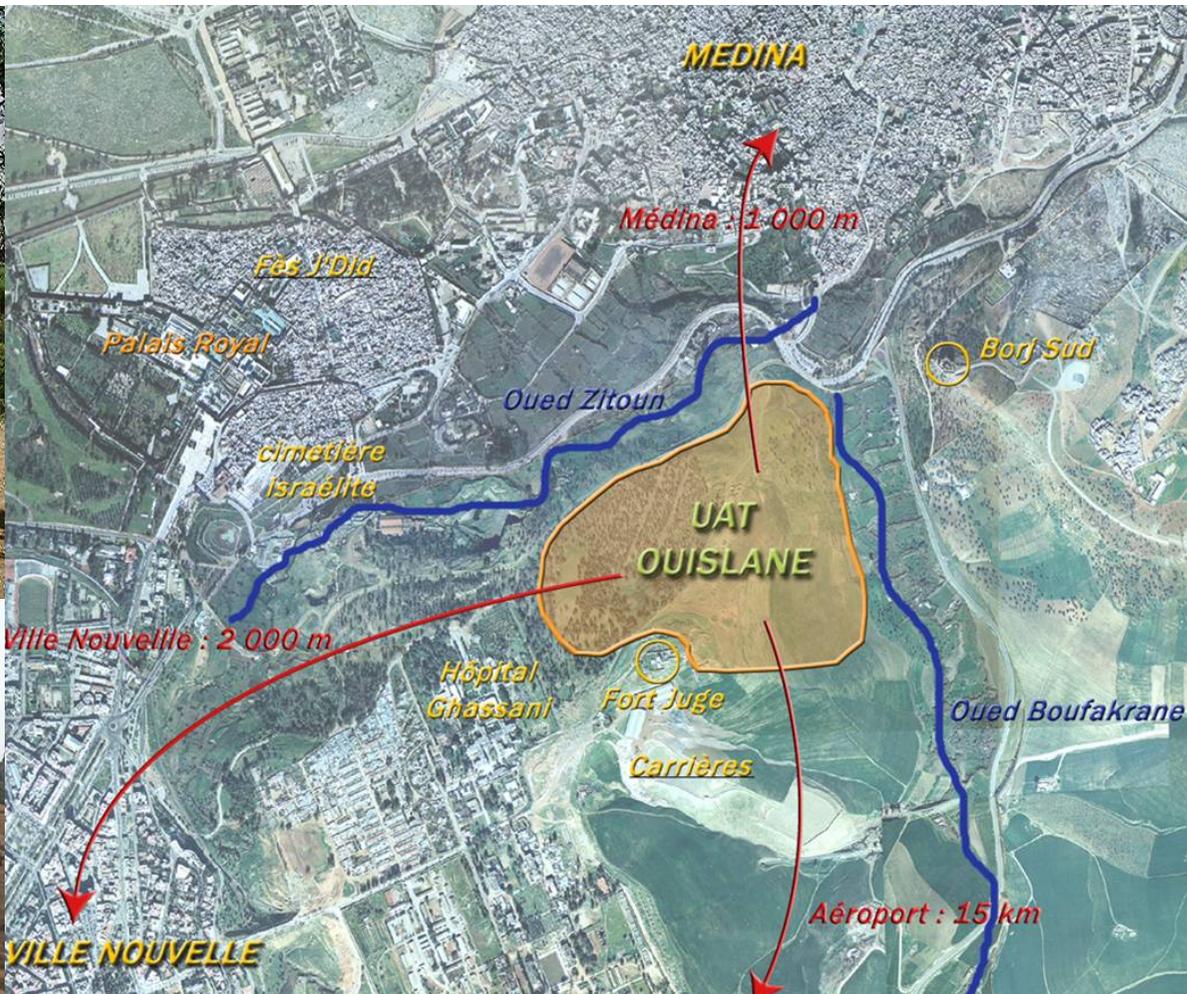
ACTION	ECHEANCIER	RESPONSABLE
Elaboration du Plan d'Aménagement Indicatif définitif		MT ⁶ /MHV
Acquisition du foncier	1 ^{ème} semestre 06	MHV
Modalités de financement des infrastructures Hors Site		MT
Mise en place d'une convention de mise en valeur	2 ^{ème} semestre 2006	MT
Réalisation des infrastructures In Site	2007	MHV
Réalisation des infrastructures Hors Site		MHV/MT
Ouverture de la première unité d'hébergement hôtelier	2009	Privé

b. Développement de l'UAT de Ouislane :

b.1. Site :

Site surplombant la médina de Fès avec une dénivellation de 70 m, offrant plusieurs vues panoramiques sur la ville et sa région. Il est situé à 1.000 m de la médina et à 2.000 m du centre de la ville nouvelle et s'apprête pour accueillir un produit adapté à la cible de clientèle N°2 (clientèle séjour et city Break contemplant la Médina).

⁶ MT : Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale.



PLAN DE SITUATION ET VUE D'ENSEMBLE DU SITE DE OUISLANE

b.2. Foncier :

Le terrain support de cette UAT est d'une superficie de 62ha, il est majoritairement propriété privée : environ 52ha relève de privés et les 10ha restants sont propriété des Habous (5ha environ) et de l'Agence de Logements Militaires (5ha environ) (C.f plan de délimitation en annexe 3).

b.3. Concept :

« Voir sans être vu », moyennant une conception radioconcentrique, par rapport à un axe structurant et permettant d'offrir des vues sur la Médina.

L'axe précité relie (i) le point culminant de l'UAT et abritant les équipements structurants avec (ii) le point bas de cette UAT et qui accueille les activités commerciales et de loisirs.



a.4. Programme :

L'UAT recevra 6 unités hôtelières, 300 unités résidentielles, un palais des congrès, un centre commercial comprenant des espaces de finition/vente dédiés à l'artisanat, un parc vert, etc.

Le programme détaillé de cette UAT est donné ci-dessous.

CATEGORIE	NOMBRE DE LITS
HÔTELLERIE	
HÔTEL 5* LUXE	300
2 HÔTEL 5*	600
3 HÔTEL 4*	1.240
S-TOTAL HÔTELLERIE	2.140
RÉSIDENTIEL	
116 VILLAS	928
184 APPARTEMENTS	1.104
S-TOTAL RÉSIDENTIEL	2.032
TOTAL	4172

Le Plan d'Aménagement Indicatif matérialisant les éléments ci-dessus est joint en annexe 4.

La mise en valeur de cette UAT est assurée par la CDG, via « Maroc Hôtels Villages (MHV) » sa filiale spécialisée. Cette dernière procédera :

- Avec l'appui des Autorités Locales à l'acquisition des terrains propriétés des privés ;
- Avec l'appui de l'ensemble des partenaires à l'acquisition des terrains relevant des Habous et de l'Agence de Logements Militaires.

De même, la Ville de Fès contribuera à la réalisation du Palais des congrès prévu dans cette zone à hauteur de 38,5 MDh, le reste du coût de cet équipement est supporté par MHV dans le cadre de cette opération.

Elle procédera également, en tenant compte du concept d'aménagement et du Plan d'Aménagement Indicatif ci-dessus mentionnés, à l'élaboration de sa proposition d'aménagement et du Business Plan correspondant.

Ce Business Plan tiendra compte des prix d'acquisition des terrains support de cette UAT et garantira des prix de vente incitatifs des terrains hôteliers viabilisés.

Le calendrier préliminaire pour la mise en valeur de cette UAT ainsi que la liste des intervenants dans le cadre de cette action sont donnés ci-dessous :

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Lancement de la procédure d'acquisition des terrains supports de l'UAT	Déc-05	Wilaya/MHV
Elaboration du Plan d'Aménagement Indicatif définitif		MT/MHV
Modalités de financement des infrastructures Hors Site	1 ^{er} semestre 2007	MT
Acquisition du foncier		MHV
Mise en place d'une convention de mise en valeur	2 ^{ème} semestre 2007	MT
Réalisation des infrastructures In Site	2008	MHV
Réalisation des infrastructures Hors Site		MHV/MT
Ouverture de la première unité d'hébergement hôtelier	2010	Privé

c. Offre d'hébergement en Médina :

La création d'une offre d'hébergement additionnelle en médina, dédiée à la cible de clientèle N°3 (clientèle séjour et City Break en immersion permanente dans la Médina) , se fera :

- Dans des anciennes demeures transformées en palais/maisons d'hôtes ;
- Dans des Fondouks situés dans cette médina et qui feront l'objet d'une réhabilitation pour cette fin.

c.1. Demeures à forte charge historique :

La valorisation de ces demeures constituant des joyaux de l'architecture et du patrimoine arabo-musulman permettra (i) de sauvegarder l'authenticité de ces lieux et (ii) de doter la médina d'une capacité additionnelle différenciée, de grande qualité et pour une clientèle à forte contribution.

Une liste préliminaire constituée de trois demeures a été établie et pourra être élargie par les partenaires.

Ces trois demeures sont : Palais Mokri, Dar Glaoui et Dar Ba Mohamed Chergui.



D
A
R

M
O
K
R
I



D
A
R

G
L
A
O
U
I



D
A
R

C
H
E
G
U
I

Ces demeures, feront l'objet d'une procédure juridique permettant leur mobilisation et leur exploitation à des fins touristiques par des privés dotés d'une expérience reconnue en la matière. La réhabilitation/reconversion de ces demeures se fera par un Fonds Patrimonial piloté par la CDG et moyennant des partenariats de gestion avec des opérateurs hôteliers de renom.

Une équipe sera également constituée par la CDG et sera dédiée à l'étude de faisabilité technique et financière (options de valorisation, montage juridique, montage technico-financier et Business Plan) de la réhabilitation de ces palais et demeures à des fins touristiques.

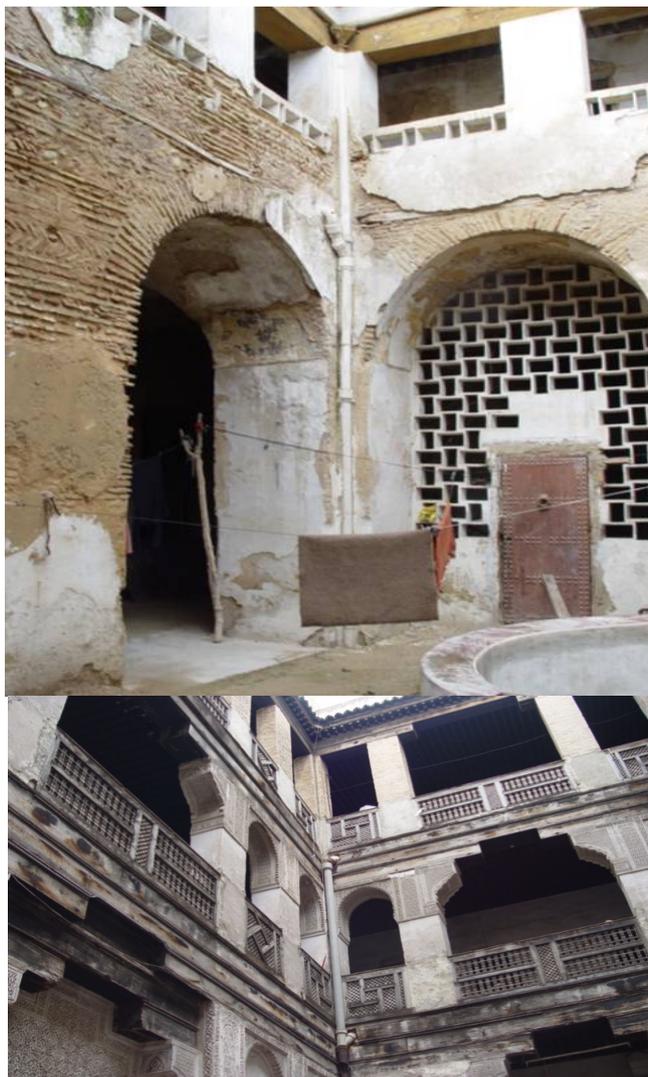
Une fois l'option de valorisation arrêtée, les travaux de réhabilitation de ces demeures se feront selon à un Cahier des Charges (CDC) de réhabilitation à établir par une Commission mixte regroupant le Département de la Culture, l'Agence pour la Dédensification et la Réhabilitation de la Médina de Fès, le Département du Tourisme et la CDG.

L'établissement du Business Plan et du CDC précité interviendra le 1er semestre 2006 selon l'échéancier ci-dessous :

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Lancement de la procédure d'acquisition des demeures	Déc-05	Wilaya/CDG
Elaboration du Business plan de réhabilitation	1 ^{er} semestre 2006	CDG
Elaboration du CDC de réhabilitation		MT
Création du Fond patrimonial de réhabilitation	2 ^{ème} semestre 2006	CDG
Démarchage de gestionnaires	2006	CDG/MT
Acquisition des demeures	A partir du 2 ^{ème} semestre 2006	CDG/Fonds
Mise ne place d'accords avec un gestionnaire pour la réhabilitation de la première demeure	1 ^{er} semestre 2007	CDG/MT
Ouverture de la première unité de Palais d'hôtes	2 ^{ème} semestre 2009	Fonds/gestionnaire

c.2. Reconversion des Fondouks en maison d'hôtes :

Pour les Fondouks, deux Fondouks ont été retenus sur la base de leur intérêt ainsi que de la facilité de leur mobilisation. Il s'agit de : Fondouk Achiyech et Fondouk Sagha.



A
C
H
I
Y
E
C
H

S
A
G
H
A

La réhabilitation et la reconversion de ces Fondouks sera confiée à des privés sélectionnés sur la base de leurs références professionnelles et financières.

Cette réhabilitation sera effectuée :

- Conformément à des Cahiers de Charges de réhabilitation et de valorisation à élaborer par une Commission mixte regroupant : le Département de la Culture, l'Agence pour la Dédensification et la Réhabilitation de la Médina de Fès, le Département du Tourisme et le Département des Habous et des Affaires Islamiques ;
- Selon un montage technique et financier à élaborer par les Départements du Tourisme/Habous et à valider par les partenaires concernés.

Les documents et modalités ci-dessus mentionnées seront finalisés le 2^{ème} semestre 2006.

L'échéancier prévisionnel de cette opération est donné ci-dessous.

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Elaboration du Business plan de réhabilitation	1 ^{er} semestre 2006	MT
Elaboration du CDC de réhabilitation		Commission mixte ⁷
Démarchage d'investisseurs	2006	MT
Lancement d'un appel d'offre pour choix de l'investisseur privé	2 ^{ème} semestre 2006	MT
Choix des investisseurs et mise en place des accords Etat/investisseurs privés retenus	1 ^{er} semestre 2007	Partenaires/MT
Ouverture du premier Fondouk converti	2 ^{ème} semestre 2008	Investisseur privé

d. Mise à niveau des capacités existantes :

En vue de hisser le parc existant à Fès aux standards internationaux les partenaires dans le cadre de ce PDRT conviennent de la nécessité d'élaborer un audit en vue de :

- Identifier les contraintes posées au parc hôtelier dégradé (techniques, financières, etc) :
- Définir les modalités permettant la levée de ces contraintes ainsi que les incitations à accorder aux opérateurs touristiques en vue de la mise niveau de ce parc.

Cette action devra être pilotée par le Département du Tourisme et sera lancée en 2007.

B Offre en animation

Pour répondre à la demande de la clientèle potentielle, le renforcement de l'offre d'animation de la destination Fès portera sur la consolidation des infrastructures et des activités culturelles. Cette action passera par :

- La Création de l'animation en médina par la reconversion de Fondouks en espaces d'animation ;
- Le renforcement et l'amélioration de l'événementiel.

⁷ Commission Mixte : Comité regroupant le Département de la Culture, le Département des Habous et des Affaires Islamiques et le Département du Tourisme.

a. Création de l'animation en Médina :

Deux types d'interventions sont retenus :

- La reconversion de Fondouks en espaces d'artisanat/exposition ;
- La reconversion de Fondouks en cafés thématiques.

Quatre Fondouks ont été ainsi choisis pour faire l'objet de ces interventions. Il s'agit de Fondouks Chemmaine et Sbitriyen. Propriété de l'Agence de Dédensification et de Réhabilitation de la Médina de Fès (ADER), ces Fondouks abriteront un Fondouk artisanat et éventuellement un musée des arts religieux et seront réhabilités dans des conditions techniques précises et selon un Cahier des Charges de réhabilitation à élaborer par une Commission mixte regroupant le Département du Tourisme/ADER/Culture.



Les Fondouks Chemmaine et Sbitriyene abriteront principalement des activités de finition- vente des produits de l'artisanat dans un seul espace authentique. Des activités d'animation seront organisées au sein de ces deux Fondouks (initiation à la fabrication, découverte des matériaux utilisés, café...). Cette attraction est susceptible d'intéresser le touriste qui participera aux dernières phases de production et achètera les produits d'artisanat sur place.

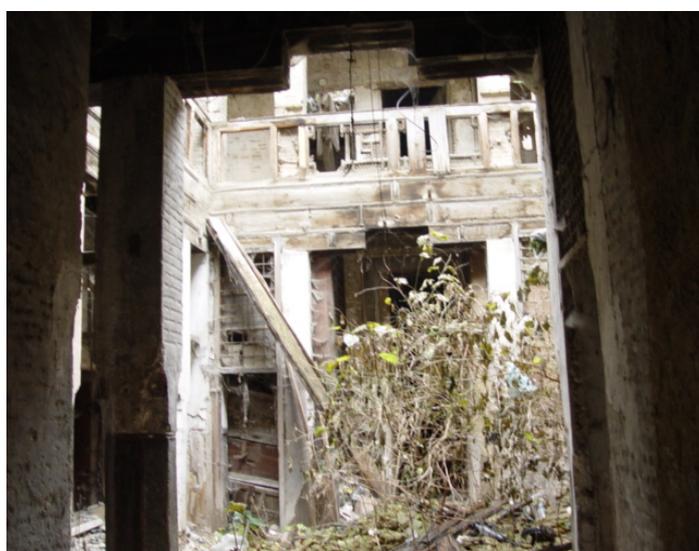
De même, ce Fondouk pourrait accueillir d'autres activités liées à l'exposition (musée des arts religieux). Ce musée serait un espace de projection multimédia permettant les transmissions simultanées des fêtes religieuses tenues au Mausolée Moulay Driss et certains cours de théologie ou autres disciplines enseignées à l'Université Al Quaraouiyine.

Ces transmissions permettraient aux touristes non musulmans de vivre les ambiances de fête et d'enseignement religieuses auxquelles ils ne peuvent avoir accès. Dans le cadre de cette action, et vu que ces Fondouks regroupent plusieurs activités, une attention particulière sera accordée à la définition du programme global intégré devant être réalisé au sein des deux Fondouks Chemmaine et Sbitriyen.

Un Business Plan consolidé de toutes les activités qu'abriteront ces deux Fondouk sera de ce fait établi par le Ministère du Tourisme de l'Artisanat et de l'Economie Sociale en partenariat avec l'ADER et le Département des Habous. L'échéancier de ce projet est donné ci-dessous.

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Elaboration du Business Model (concept, dimensionnement, mode de mobilisation/gestion)	1 ^{er} semestre 2006	MT/ADER
Elaboration du Business Plan		MT/ADER
Test du modèle	2 ^{ème} semestre 2006	MT/ADER
Mise en œuvre (établissement d'un Cahier de charge, lancement d'appel d'offres en vue du placement auprès d'un opérateur privé)		Département de l'Artisanat /ADER

Pour la création des cafés thématiques, Fès nécessite la mise en place notamment de cafés théâtres, cafés concerts, cafés littéraires. Deux Fondouks ont été retenus pour abriter ce type de cafés : Fondouk el Berka et Staouniyen.



**E
L

B
E
R
K
A**



S T A O U N I Y E N E

En ce qui concerne ces deux Fondouks, en partenariat avec le département du Tourisme, le département de l'artisanat définira l'activité artisanale et les modalités de leur intégration au sein des Fondouks. Ces activités seront en phase avec les thématiques choisies.

La réhabilitation/reconversion de ces Fondouks en espace d'animation sera assuré par des privés retenus sur la base de leurs références professionnels et financières. Les modalités de mobilisation de ces Fondouks sont à arrêter ultérieurement sur la base d'un Business Plan à élaborer par les Départements du Tourisme et de l'Artisanat/Habous.

L'échéancier de cette action est donné ci-dessous.

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Choix de la thématique appropriée pour chacun des Fondouks	1 ^{er} semestre 2006	MT/Fondation Esprit de Fès
Définition de l'activité artisanale à intégrer au sein des Fondouks		MT
Elaboration du Business Plan et du Cahier des Charges de réhabilitation	2 ^{ème} semestre 2006	MT/Culture/ADER
Démarchage d'investisseurs et test du programme		MT
Lancement d'un appel d'offres pour le choix des investisseurs	1 ^{er} semestre 2007	MT
Choix des investisseurs	2 ^{ème} semestre 2007	Partenaires
Reconversion du premier Fondouk	2 ^{ème} semestre 2008	Investisseur retenu

b. Renforcement et amélioration de l'événementiel :

L'action de renforcement et d'amélioration de l'événementiel se fera par le biais de deux principales actions :

- Prolonger l'esprit de Fès: programmation à plusieurs périodes de l'année d'évènements/activités dans la continuité de l'esprit du Festival des Musiques Sacrées du Monde organisé par l'Association Fès Saiss. Les Fondouks réhabilités cités plus haut seront des lieux privilégiés pour accueillir ces activités culturelles.
- Réorganiser/améliorer d'autres festivals: Jazz in Riyad, Musique Andalouse, Arts Culinaires, Malhoun, Madh et Samaa. Ces festivals seront programmés de manières régulières selon la saisonnalité de la destination. La mise œuvre de cette action est à mener par la Fondation Esprit de Fès, entité nouvellement créée et émanant de l'Association Fès Saiss et ayant pu acquérir une expérience reconnue en matière d'organisation de ce type d'événement.

Il est entendu que cette Fondation travaillera en étroite collaboration avec le CRT, organe regroupant les professionnels du secteur du tourisme, les élus et l'Administration. De même, il y a lieu de noter les propositions préliminaires de programmation de certains festivals et qui devraient être affinées ultérieurement.

- **Festival Jazz in Riyad** : Assurer la continuité de ce festival et maintenir sa programmation au mois de mars pour une durée de 3 jours.
- **Festival Nationale de Musique Andalouse** : Maintenir la programmation actuelle au mois de Novembre et allonger sa durée de 2 à 3 jours en diversifiant les lieux des concerts (Fondouks en médina ou d'autres maisons authentiques).
- **Festival des arts culinaires** : Assurer la pérennité de ce festival et revoir sa programmation actuelle (maintenir ou prolonger sa durée de 03 jours à 05 jours). Les thématiques proposées pourraient être revues (gastronomie du 18 ou 19ème siècle) en vue d'élargir la cible de clientèle visée.

C. Offre Médina : Cœur du produit

La médina de Fès, en tant que **ressource phare** de la destination et produit d'appel pour la promotion de la destination, fera l'objet d'actions de mise en valeur pour être à même de répondre au positionnement ciblé.

Ces actions de mise en valeur de la composante culturelle et patrimoniale de cette Médina, comportent trois types d'interventions :

- La réhabilitation de deux quartiers pilotes le Cœur Historique (Jamaâ Quaraouiyine, Mausolé My Driss, et mosquée de Sidi Ahmed Tijani) et Ain Azliten ;
- L'amélioration des circuits touristiques existants et l'aménagement de nouveaux circuits ;
- La mise en valeur et la redynamisation des médersas ;
- La restauration des remparts de la Médina.

a. Réhabilitation de quartiers pilotes :

Le choix des deux quartiers objet des actions de réhabilitation est motivé par :

- L'importance et l'implantation stratégique du quartier historique : passage incontournable des touristes visitant Fès et sa Médina ;
- La localisation de Ain Azliten à l'opposé du premier quartier créant ainsi deux pôles culturels et d'animation reliés entre eux par le principal axe commercial de la Médina (Talâa Kbira) ;
- La richesse et la diversité des éléments patrimoniaux les composant.

Le descriptif sommaire de ces quartiers est donné ci-dessous :

o **Cœur Historique :**

Situé au cœur de la médina et ponctué par les monuments phares de Fès, à savoir la grande mosquée et l'université Al Quaraouiyine, le mausolée Moulay Driss et la mosquée de Sidi Ahmed Tijani, ce quartier est très convoité par les touristes visitant la médina.

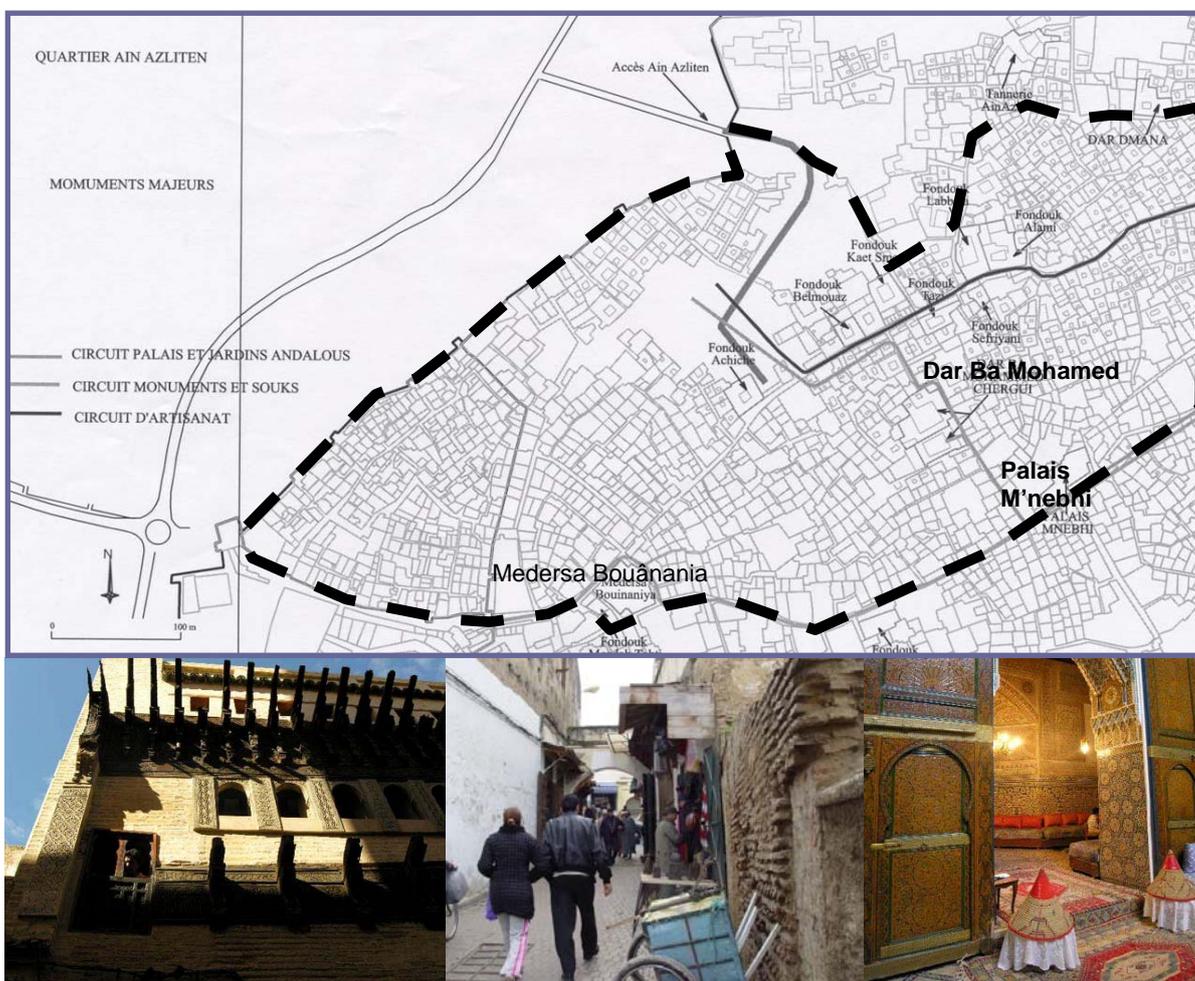


Pour ce quartier, la maîtrise d'ouvrage déléguée de sa réhabilitation sera confiée à l'ADER. Il est entendu que cette maîtrise d'ouvrage déléguée ne concerne que les travaux de réhabilitation non encore entamés par Al Omrane, entité travaillant actuellement sur ce projet.

○ **Ain Azliten :**

Situé au nord de la médina et en connexion directe avec l'axe commercial principal (Talaâ Kbira), ce quartier regorge de monuments historiques, d'anciennes demeures et de valeureux fondouks. Il présente aussi un grand intérêt sur le plan de l'artisanat marocain.

La maîtrise d'ouvrage déléguée de cette réhabilitation sera confiée à l'ADER.



Le descriptif de la consistance de l'opération de réhabilitation de ces deux quartiers est donné dans le tableau ci-dessous :

ACTION	CONSISTANCE DES TRAVAUX DE REHABILITATION
Cœur Historique	Ravalement des façades (traitement spécial pour les monuments phares)
	Amélioration du revêtement de sol
	Remplacement des enseignes, portes, auvents en vue d'une harmonisation
	Installation de lampadaires publics traditionnels
	Enterrement des câbles électriques apparents sur les façades
	Installation de halte (latrines et espaces de services)
Ain Azliten	Ravalement des façades
	Amélioration du revêtement de sol
	Remplacement des enseignes, portes, auvents
	Installation de lampadaires publics traditionnels
	Enterrement des câbles électriques apparents sur les façades
	Installation de haltes (latrines et espaces de services)

Il est à noter que les programmes de réhabilitation susmentionnés ainsi que la délimitation précise de l'aire d'intervention de réhabilitation seront arrêtés par les parties le 1^{er} semestre 2006.

Il est à noter également que la maîtrise d'ouvrage des travaux de réhabilitation est confiée à l'ADER. La réhabilitation de ces deux quartiers devra être finalisée fin 2008.

ACTION	ECHEANCIER	RESPONSABLE
Validation des programmes de réhabilitation	1 ^{er} semestre 2006	MT/ADER/AI OMRANE
Finalisation des travaux de réhabilitation	2 ^{ème} semestre 2008	ADER

b. L'amélioration des circuits touristiques existants et l'aménagement de nouveaux circuits

1. Amélioration des circuits existants :

L'ADER a conçu six circuits touristiques dotés chacun d'une thématique particulière : Murailles et fortifications ; Fès Jdid ; la rive andalouse ; jardins et palais andalous ; monuments, souks et artisanat.

Ces circuits ont fait l'objet d'une signalisation permettant aux touristes de s'orienter dans l'espace de la Médina.

Ainsi et vu la pertinence de ces circuits et en vue d'une meilleure valorisation, une action d'amélioration sera menée par l'ADER, le Département du Tourisme et le CRT.

Cette action s'articule autour de :

- Une légère revue, par l'ADER, du balisage et de la signalisation mise en place dans le cadre de ces circuits de manière à l'adapter au thème de chaque circuit ;
- L'étude par l'ADER de la possibilité de fusionner certains circuits (monuments et souks et artisanat), de changer leurs noms (rive andalouse) ou d'y intégrer de nouveaux éléments (Borjs Nord et Sud) ;
- L'accompagnement de l'ADER, par le Département du Tourisme/CRT, dans l'édition de :
 - Un guide pratique à vendre dans les points de vente aux échelles nationale et internationale ;
 - Une carte illustrant ces circuits qui sera distribuée gratuitement aux touristes fréquentant la destination Fès.

2. Aménagement de nouveaux circuits :

Vu la nécessité d'enrichir les circuits existants, il sera procédé à la conception de nouveaux circuits thématiques en ligne avec la vocation spirituelle et culturelle de Fès, notamment le Circuit des Habous, des boutiques à histoire, etc.

Les actions à mettre en place pour la conception, la mise en œuvre et l'exploitation de ce circuit seront arrêtées le 1^{er} semestre 2006. Il est entendu que le travail d'identification et de localisation des éléments pouvant matérialiser ce circuit sera élaboré préalablement par le Département des Habous.

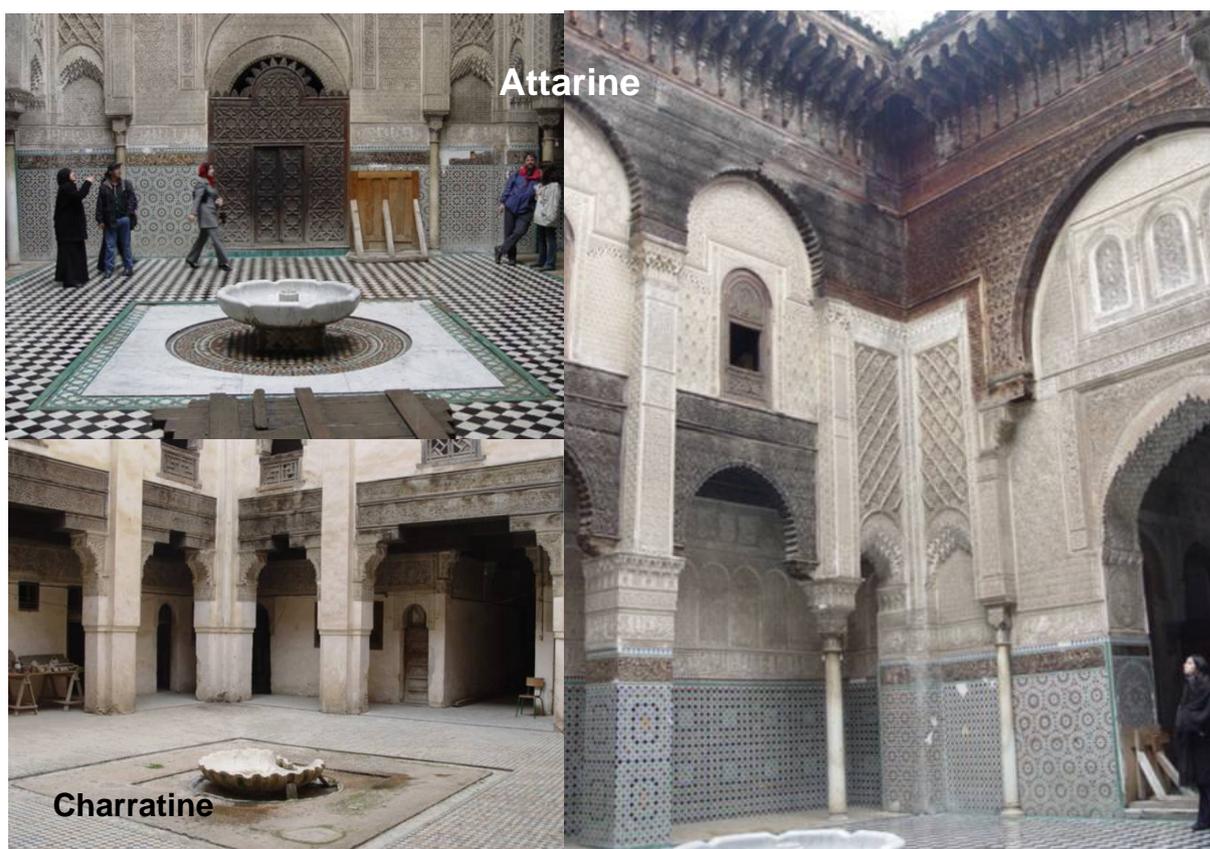
c. La mise en valeur et la redynamisation des médersas

Les medersas jadis école coranique, et lieux du transfert du savoir et de la sagesse se heurtent actuellement à des problèmes de dégradation physique, alors même qu'elles constituent un attrait majeur pour les touristes, dans le cadre de la découverte de l'histoire et du patrimoine local.

En effet, ces Medersas font souvent l'objet de visites guidées mais avec un contenu actuellement insuffisant.

De même et en l'absence d'une activité à l'intérieur de ces espaces, les visites précitées se font de manière très rapide minimisant ainsi le temps de passage des touristes dans ces espaces et dans la Médina de manière globale.

Ainsi et dans le double objectif (i) d'assurer la pérennité de ces medersas et (ii) d'en faire un haut lieu touristique, une action de réhabilitation/restauration d'un certain nombre de Médersas sera menée dans le cadre de ce PDRT. Il s'agit de la Médersa Cherratine et Attarine.



Ces médersas seront restaurées et réhabilitées par l'Etat/Fonds privé sur la base d'un CDC établi par une commission mixte (culture, Habous, Tourisme). Une activité touristique/culturelle sera intégrée dans ces medersas par des investisseurs privés choisis sur la base de références professionnelles et financières.

L'intégration de cette activité sera également accompagnée par une animation et une information (cadrée et ciblée) relatives au patrimoine et aux médersas. Cette animation sera assurée notamment par les lauréats de l'école du patrimoine.

Les modalités de mise en œuvre de cette action seront arrêtées d'un commun accord entre les Départements de la Culture/Habous/Tourisme le 1^{er} trimestre 2006.

d. Réhabilitation des murailles

La Médina de Fès fera l'objet d'une action de réhabilitation plus large se rapportant à ses murailles. En effet, les remparts historiques de cette ville, étant un repère historique et urbain mérite une restauration.

Cette action a un double objectif de :

- Améliorer le paysage urbain ;
- Eviter les risques d'effondrement.

Cette intervention de restauration concerne environ 3 Km de linéaire de murailles et sera réalisée sur une période de 5 ans et sera assurée par l'ADER dans des conditions à définir le 1^{er} semestre 2006.

D. Offre en artisanat dans la Médina

La stratégie de convergence « Tourisme et artisanat » a un double objectif :

- Pour le tourisme, faire du Maroc une destination touristique différenciée, mettant en valeur un des atouts de la destination qu'est la richesse de l'artisanat marocain ;
- Pour l'artisanat, faire bénéficier l'Artisanat des flux touristiques importants liés à la Vision 2010 pour accroître les dépenses.

Pour renforcer les atouts de la ville, d'une part en tant que destination culturelle, riche de son patrimoine artisanal et de son style de vie, et d'autre part maximiser les ventes des produits des mono-artisans, un certain nombre de projets d'artisanat ont été sélectionnés.

Ces projets ont pour objectif de :

- Accroître le trafic des visiteurs au sein de la médina ;
- Augmenter la surface de contact des produits de l'artisanat avec les touristes ;
- Assurer la promotion des points de ventes de l'artisanat ;
- Faciliter la réalisation des transactions d'achat.

Pour les projets au sein de la médina de Fès, une attention particulière a été accordée à Ain Azliten et le cœur historique de la ville, dans la mesure où ces deux axes représentent l'itinéraire emprunté par les touristes et coïncident avec le circuit de l'artisanat. Pour rappel les deux quartiers de Ain Azliten et Cœur historique font l'objet d'un projet de réhabilitation dans le cadre de ce PDRT.

Les actions à entreprendre, la répartition des responsabilités et le planning de réalisation de ces projets seront arrêtées conjointement entre la Wilaya, la Région, la Chambre de l'artisanat, la Ville de Fès et l'ADER, en vue de les intégrer dans le Programme de Développement Régional spécifique à l'Artisanat et qui sera élaboré pour la ville de Fès dès 2006.

L'opportunité de mise en place d'un fonds immobilier ou d'extension d'un fonds existant, afin d'acquérir et de réhabiliter les endroits concernés par les projets immobiliers de l'artisanat (Fondouks, Espace Finition-vente...) sera étudiée.

a. Accroissement du trafic dans le circuit de vente existant

Afin de prolonger le passage des visiteurs au sein de la médina, cinq projets ont été sélectionnés et consistent en :

- Le déplacement des activités polluantes hors de la médina,
- La réhabilitation des Fondouks,
- La mise à niveau de la tannerie Chouara.

a.1. Déplacement des activités polluantes hors de la médina de Fès

La Médina de Fès constitue un espace à revaloriser en priorité puisqu'elle représente un centre artisanal historique. De ce fait, elle constitue une vitrine privilégiée de l'artisanat marocain.

Cependant, elle abrite certaines activités comme la dinanderie et la poterie, génératrices d'importants désagréments (bruit, odeurs...) qui gâchent le plaisir d'une expérience unique, celle de découvrir à la fois l'histoire du Maroc et de son artisanat et nécessitant des infrastructures spéciales : canalisations et systèmes de collecte et de traitement des eaux polluées.

Afin de permettre aux visiteurs de profiter de leur passage dans la Médina, ces activités doivent être déplacées hors de la médina et relogées dans des zones d'activité dédiées à l'artisanat.

1. Projet Ben Jellik pour les potiers

Ce projet consiste à déplacer les potiers de la médina, environ 160 artisans, vers un nouveau site de production situé dans la zone de Ben Jellik. Actuellement, ce site de 27 ha est en cours d'aménagement.

Les modalités, les moyens et les délais de réalisation du projet de délocalisation restent à définir.

2. Projet Ain Nokbi pour les dinandiers

Ce projet consiste à déplacer les dinandiers de la médina, environ 700 artisans, vers un nouveau site de production de près de 7 ha, situé dans la zone de Ain Nokbi.

Les modalités, les moyens et les délais de réalisation du projet de délocalisation restent également à définir.

a.2. Réhabilitation des Fondouks en lieux de finition-vente

De par leur architecture, les Fondouks constituent un potentiel d'attraction des touristes important mais qui reste inexploité à ce jour. En effet, beaucoup de Fondouks sont fermés, abandonnés, utilisés par des activités autres que artisanales.

Les projets consistent en leur revalorisation en vue d'en faire des espaces de finition-vente et d'animation, permettant d'attirer les touristes et d'enrichir leur expérience.

En plus de la vente des produits d'artisanat, plusieurs activités d'animation peuvent être développées, notamment des expositions, de la restauration (gastronomie marocaine), des ateliers de finition, offrant des stages d'initiation au travail artisanal.

Cette réhabilitation concerne quatre sites, à répartir entre deux catégories de Fondouks :

- Fondouks dont l'activité dominante est l'artisanat : le site Chemaine et Sbetriyene ;
- Fondouks à vocation d'animation : El Berka et Staouniyene.

Les Foundouks Chemmaine et Sbetriyene arbitreront principalement des activités de finition-vente des produits de l'artisanat dans un seul espace authentique. Des activités d'animation y seront organisées (initiation à la fabrication, découverte des matériaux utilisés, café, espace d'exposition, ...).

L'échéancier de réalisation de cette action, se présente comme suit :

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Elaboration du Business Model (concept, dimensionnement, mode de mobilisation/gestion)	1 ^{er} semestre 2006	MT/ADER
Elaboration du Business Plan		MT/ADER
Test du modèle	2 ^{ème} semestre 2006	MT/ADER
Mise en œuvre (établissement d'un cahier de charges, lancement d'appel d'offres en vue du placement auprès d'un opérateur privé)		Département de l'Artisanat / ADER

Quant aux Fondouks El Berka et Staouniyene, les activités artisanales qui y seront intégrées seront définies par le département de l'Artisanat, en partenariat avec le département du Tourisme, et ce en adéquation avec les thématiques d'animation choisies.

a.3. La mise à niveau de la tannerie Chouara

La tannerie Chouara au sein de la médina de Fès constitue un site incontournable pour les touristes. C'est l'une des quatre tanneries traditionnelles encore existantes dans la Médina de Fès et la plus grande, par sa taille. Elle produit le cuir de mouton, bœuf et chèvre et utilise uniquement des produits naturels.



C
H
O
U
A
R
A

Actuellement, cette tannerie se trouve dans un état de délabrement critique et nécessite ainsi une réhabilitation :

- Reconstitution des fosses,
- Mise en place d'un système de ramassage des résidus issus du traitement des peaux,
- Amélioration de la voirie et mise en place de l'éclairage,
- Mise en place d'un dispositif d'hygiène (sanitaire + douches).

L'étude d'aménagement de la tannerie et le montage financier seront élaborés par le Département de l'Artisanat en partenariat avec les Autorités Locales et l'ADER. L'échéancier de mise en œuvre de cette action est donné ci-après.

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Réalisation de l'étude pour l'aménagement de la Tannerie (étude architecturale, établissement du plan d'aménagement, évaluation du coût d'investissement)	2 ^{ème} semestre 2006	Dpt Artisanat/ADER
Elaboration du montage financier		Dpt Artisanat
Lancement des travaux	1 ^{er} semestre 2007	Dpt Artisanat/ADER

b. Augmentation de la surface de contact des mono artisans avec les clients

Ces projets visent à la mise en valeur des espaces de ventes actuels et à la création de nouveaux espaces.

b.1. Création de nouveaux espaces de vente :

1. A l'intérieur de la Médina de Fès : Lalla Ydouna

Lalla Ydouna représente un emplacement stratégique, située à proximité de la tannerie Chouara. Elle comprend les Fondouks des dinandiers qui seront transférés dans le cadre du déplacement des activités polluantes en dehors de la médina.

Le projet consiste en la mise en valeur de cet espace, à travers la reconversion du site en un espace de commercialisation des produits de l'artisanat intégrant des activités d'animation.

Les modalités, les moyens et les délais de réalisation de ce projet seront définis par le département de l'Artisanat, en partenariat avec les autorités locales.

2. L'aménagement des espaces environnant la tannerie Chouara

Les bâtisses entourant la tannerie Chouara sont utilisées par les touristes pour contempler le spectacle offert par la tannerie : le panorama de ces alvéoles colorées et le spectacle des artisans au travail.

Ces bâtisses, abritant aujourd'hui des bazaristes, se trouvent dans un état de délabrement avancé, ne mettant pas en valeur le site.

L'objectif de ce projet est de revaloriser ces bâtisses et d'en permettre une meilleure exploitation.

Les scénarii pour la revalorisation de ces lieux aussi bien sur le plan architectural et aménagement qu'au niveau de l'exploitation seront étudiés par le département de l'Artisanat, en partenariat avec les autorités locales, et ce afin de retenir le mode le plus approprié pour cette opération.

3. Au sein des zones à développer dans la cadre des deux UAT de Ouislane et Oued Fès

Afin de bénéficier du développement des nouvelles zones touristiques situées à Ouislane et Oued Fès (zones à développer dans le cadre de l'axe offre en hébergement), deux nouveaux espaces de finition-vente seront créés au sein de ces zones.

Ces nouveaux espaces permettront d'atteindre ces touristes, qui sont éloignés des principaux circuits et centres artisanaux existants. Ils pourraient même intégrer des animations, ateliers d'initiation et d'apprentissage et des expositions tournantes.

Le Département de l'Artisanat discutera avec la CDG (aménageur de ces espaces), en vue de définir le concept, le mode de gestion des ces espaces (concession à des gestionnaires privés...) et à accompagner les investisseurs pour le développement de ces espaces.

b.2. Mise en place des boutiques de produits artisanaux tout au long du circuit

Les rues avoisinant les sites historiques de la Médina, attirent d'importants flux de touristes sans pour autant en profiter, dans la mesure où les activités exercées dans ces rues ne correspondent pas aux attentes des touristes.

Le département de l'Artisanat, les autorités locales et l'ADER conviennent d'élaborer un schéma d'intervention pour la reconversion des espaces de vente concernés en boutiques d'artisanat.



b.3. La mise en place de circuits de l'artisanat

Ce projet consiste en l'extension du circuit existant. Ce circuit débute actuellement à Ain Azliten et finit à la Tannerie Chouara. Son extension vise à intégrer au circuit, en amont Bab Boujloud et en aval la Place Seffarine.

En effet, Bab Boujloud constitue une position stratégique en tant que principal accès à la Médina. Il s'agit d'une porte monumentale qui s'ouvre sur le quartier Talaa, abritant traditionnellement des activités de l'artisanat tandis que la place Seffarine préserve encore l'un des plus anciens métiers de Fès : la finition des activités de dinanderie et comprend des monuments historiques tels que la bibliothèque El Quaraouyine et la Médersa Seffarine.

Le second volet de ce projet consiste en la mise en place de la signalisation des Fondouks et des Draz, ateliers de l'artisanat spécialisés dans la production du tissu traditionnel.

L'échéancier de réalisation de cette action est donné ci-dessous :

ACTION	ECHÉANCIER	RESPONSABLE
Extension de la signalisation aux foundouks et aux Draz	2 ^{ème} semestre 2006	Dpt Artisanat
Redéfinition des points de départ du/des circuits : début du circuit à partir de Bab Boujloud et en aval introduire la place Seffarine	1 ^{er} semestre 2007	Dpt Artisanat/ADER

b.4. L'amélioration de la visibilité des espaces de vente existants

Un certain nombre de quartiers abritent des bazaristes exerçant leur activité dans des maisons. N'offrant aucune visibilité, ils ne profitent pas des flux de touristes dans la médina et n'animent pas leurs quartiers.

Ce projet consiste en la définition de ces quartiers et la conception, en partenariat avec les autorités locales et l'ADER, d'une façade spécifique à ces lieux de vente et d'une signalisation leur permettant d'avoir davantage de visibilité.

L'échéancier de cette opération est le suivant :

ACTION	ECHEANCIER	RESPONSABLE
Définition des quartiers et Elaboration d'un modèle de vitrine	2 ^{ème} semestre 2006	Dpt Artisanat/'ADER
Inciter les propriétaires de ces espaces à adopter le modèle	1 ^{er} semestre 2007	Dpt Artisanat/'ADER

c. Promotion

Des actions de promotion des espaces de vente de l'Artisanat seront menées par la Maison de l'Artisan, la Chambre Professionnelle de l'Artisanat, l'ONMT et le CRT, et ce dans le cadre d'un plan promotionnel régional. Ce plan promotionnel inclura plusieurs axes :

- L'organisation de foires commerciales afin de favoriser le contact entre l'artisan et la clientèle ;
- L'édition de supports publi-promotionnels (notamment plaquettes) mettant en valeur les espaces de vente. Ces supports seront distribués dans les lieux touristiques, les hôtels, les maisons d'hôtes, les kiosques d'informations et les espaces artisanaux ;
- L'insertion des circuits artisanaux dans les brochures et les guides touristiques.

d. Faciliter la transaction d'achat

Afin d'augmenter les ventes de produits de l'artisanat au sein de la médina, il paraît nécessaire de mettre en place des espaces de services facilitant l'acte d'achat.

Actuellement, les touristes sont limités dans leurs achats soit pour des raisons de disponibilité et/ou fiabilité du mode de paiement, soit pour des contraintes liées à l'expédition (produit volumineux ou fragile). En effet, les services de monétique sont très peu développés dans le circuit traditionnel, peu de points de vente disposent de TPE et les guichets de retrait disponibles sont en nombre limité, ce qui oblige les touristes à transporter d'importants montants en liquide.

Par ailleurs, il n'existe aucune offre de services pour l'emballage et l'expédition des produits artisanaux fragiles et volumineux. Afin d'encourager la consommation des produits artisanaux et de faciliter les transactions d'achats de ces produits, des

projets de mise en place de centres de service intégrés « safe houses » sont prévus dans les espaces de vente traditionnels dans la Médina.

Ces safe houses offriront trois catégories de prestations :

- Emballage ;
- Expédition ;
- Monétique.

Les modalités et les délais de la mise en place du concept seront définis par le Département de l'Artisanat.



E. Offre en produits complémentaires

Dans la perspective de développement d'un tourisme de niches, permettant de compléter l'offre touristique de la destination, et en vue d'une meilleure exploitation des ressources naturelles et culturelles de l'arrière pays, il sera procédé à la mise œuvre d'un programme de mise en valeur de sites potentiels.

Sur la base de la liste exhaustive ci-dessous, un nombre précis de sites prioritaires sera arrêté en commun accord par les partenaires au plus tard le 1^{er} semestre 2006. Les actions de valorisation de ces sites seront également arrêtées à l'échéance précitée.

Une fois les travaux de valorisations définis (réalisation d'infrastructure, promotion, etc), la Maîtrise d'ouvrage déléguée pour leur réalisation sera éventuellement confiés aux conseils provinciaux concernés.

SITES (CF. CARTE CI-APRES)

Moulay Yacoub

Sidi Harazem

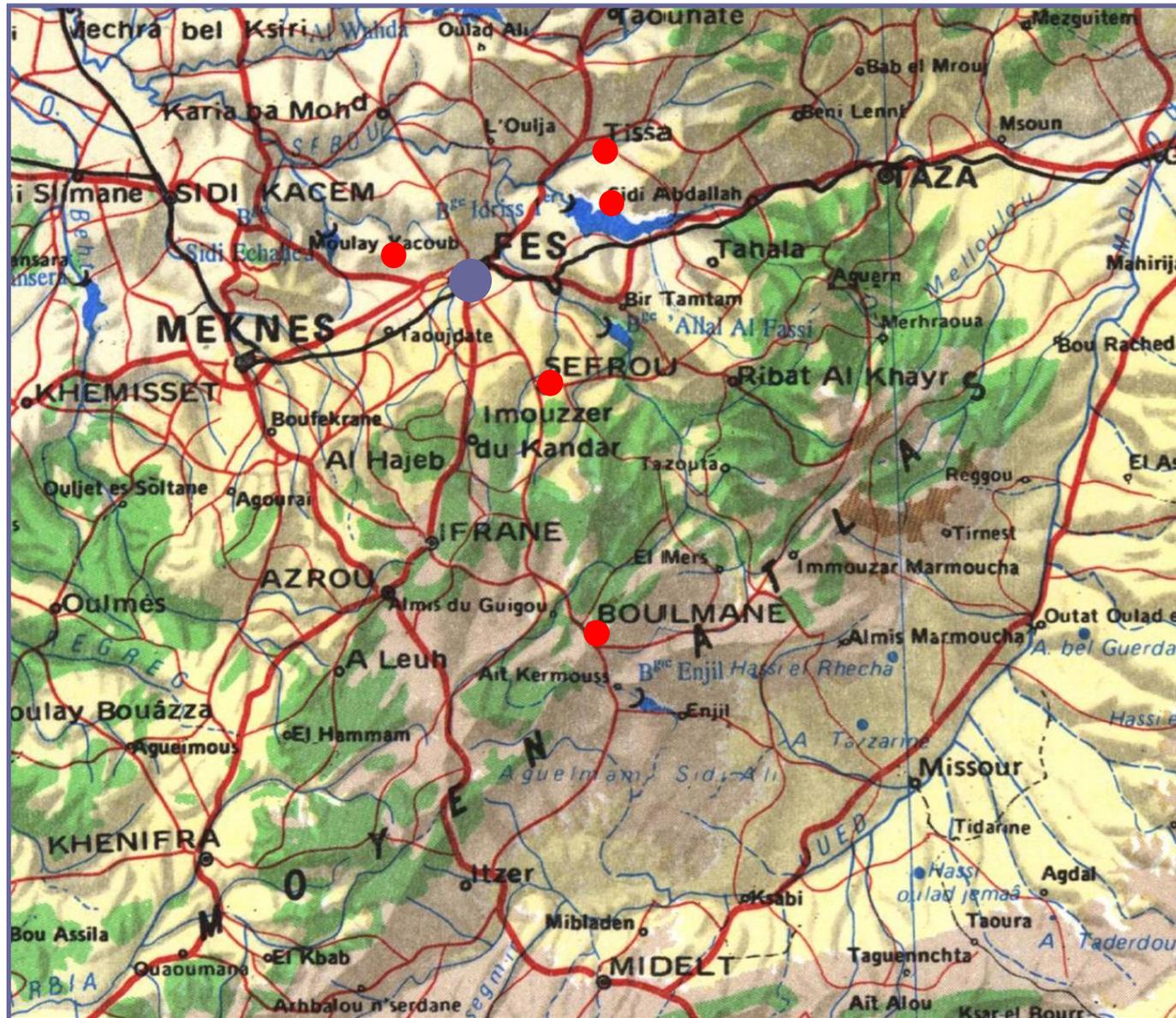
Lacs de la région

Sefrou (Réserve de chasse, festival Cerises)

Tissa

Forêt Tazaka

Bouiblane



CARTE DE

LOCALISATION DES SITES

2. AXE 2 : PROMOTION

Un des axes de la nouvelle stratégie promotionnelle de l'ONMT pour les années à venir est le renforcement de la présence du Maroc dans les marchés prioritaires (France, Belgique, Allemagne, Angleterre, Italie et Espagne) et leur(s) marchés satellite(s), notamment à travers le lancement de certaines destinations marocaines non encore commercialisées à grande échelle.

Pour répondre à cet objectif, un plan marketing annuel sera conjointement arrêté par l'ONMT et le CRT pour la période 2005-2015, et ce en adéquation avec la stratégie de développement de la destination Fès sur ces marchés.

Pour atteindre ses objectifs d'arrivées et de nuitées, Fès doit relever 2 défis majeurs en terme de promotion :

- Un défi de connaissance de la destination pour améliorer sa notoriété spontanée dans les principaux marchés émetteurs ciblés ;
- Un défi de conversion pour transformer l'intérêt de visite de Fès du potentiel de clientèle culturelle en voyage dans la destination.

Ainsi, le plan d'actions promotionnel de la destination s'articulera autour de 2 axes majeurs :

- La mise en place d'un plan de communication ambitieux pour le défi de connaissance.
- La négociation de partenariats de co-marketing avec les Tour Opérateurs sur les marchés ciblés pour celui de conversion.

Budget promotionnel

L'ONMT s'engage donc à allouer à la destination un budget global de 413 MDH sur la période 2005-2015, réparti de la manière suivante :

(EN MDH)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
BUDGET ANNUEL	42	53	50	58	30	30	30	30	30	30	30
BUDGET PERIODE	42	161			210						
BUDGET TOTAL	413										

Dans le cadre du budget défini annuellement, une enveloppe de 4 MDh sera allouée chaque année à la Fondation « Esprit de Fès », qui sera chargée de gérer tous les festivals et évènements participant à la promotion de la destination Fès.

Pour la période 2006-2008, le budget annuel moyen sera de 53 MDh, dont près de 80% sera alloué à la communication institutionnelle et aux opérations de co-marketing avec les tours opérateurs, et sera réparti de la manière suivante :

- Communication institutionnelle : 23 MDH, soit 43% ;
- Co-marketing avec les TO : 19 MDH, soit 36% ;
- Relations publiques : 7 MDH, soit 13% ;
- Festivals : 4 MDH, soit 8%

Au-delà de l'année 2008, le budget annuel minimal destiné à la promotion de la destination sera de 30 MDH.

Plan d'actions

Les budgets alloués seront destinés à la consolidation de la destination et à son lancement dans les marchés cibles, et ce de manière séquencée :

- 2006 : sera consacrée au soutien de la destination en France et à son lancement sur les marchés espagnols et italiens ;
- 2007 : prévoit la consolidation de la destination sur les 3 marchés précités ;
- 2008 : consistera en le lancement de la destination en Allemagne, et en Angleterre, tout en soutenant la destination sur les mêmes marchés (France, Espagne et Italie).

Au-delà de 2008, les plans d'actions prévus comprendront :

- La consolidation de la destination Fès sur les marchés existants ;
- La conquête de nouveaux marchés (Etats-Unis, Moyen Orient,...) à travers des opérations de communication, de co-marketing et d'évènementiel.

3. AXE 3 : TRANSPORT AERIEN

Dans le cadre de la politique de synchronisation, visant à planifier de manière adéquate la nouvelle capacité avec les besoins en sièges additionnels, le transport aérien sera renforcé en vue de desservir la destination Fès, à partir des principales villes des marchés ciblés.

Ce renforcement se fera par le biais d'une augmentation du nombre de sièges, pour passer de 132.000 sièges actuels desservant la destination à 543.000 sièges à horizon 2015.

L'atteinte de ces objectifs passera par la programmation de nouvelles lignes et la densification des lignes aériennes prioritaires, en adéquation avec les marchés stratégiques ciblés, notamment à travers :

- Le renforcement des partenariats existants et la mise en place de nouveaux partenariats avec des Tours Opérateurs intégrés, pour la programmation des vols point à point à destination de Fès (notamment le régulier pour la clientèle du city-break) ;
- Le placement des lignes prioritaires auprès des compagnies aériennes ;
- L'accord d'Open Sky avec l'Union européenne, qui permettra l'arrivée de nouvelles compagnies ainsi que le renforcement de la desserte.

Le plan d'actions à court terme et moyen terme pour la mise en place des lignes prioritaires est le suivant :

- France :
Densification des lignes directes vers Fès au départ de Paris et de la province.
- Italie :
Mise en place de nouvelles lignes prioritaires : Milan/Fès, Rome/Fès.
- Espagne :
Mise en place de nouvelles lignes : Barcelone/Fès ; Madrid/Fès
- UK :
Densification de la ligne Londres/Fès.

4. AXE N°4 : FORMATION

La destination Fès est dotée actuellement de deux établissements publics de formation d'une capacité d'accueil de 534 élèves par an ainsi qu'un établissement privé d'une capacité d'accueil de 22 élèves par an.

En prévision de la mise en exploitation des programmes touristiques prévus dans le cadre des nouvelles zones ainsi que de la Médina, les besoins en lauréats sont estimés à 1.273 personnes.

Des modules de formation tenant compte des spécificités de la destination Fès seront conçus et porteront notamment sur :

- Gastronomie/Art de la table ;
- Formation des guides (histoire de Fès, coutumes, etc) ;
- Formation des guides de l'arrière pays.

Cette action sera complétée par l'organisation de séminaires de sensibilisation et de formation de toutes les catégories du personnel d'accueil/services (police, douanier, bagagiste, taxis). L'objectif étant d'entourer les touristes des conditions d'accès et de séjour, favorables.

Ces deux actions seront pilotées par le Département du Tourisme en partenariat avec l'OFPPPT et le CRT de Fès-Boulmane.



5. **AXE 4 : ENVIRONNEMENT**

Dans le cadre de l'axe relatif à l'environnement global des touristes, un ensemble d'actions seront menées dans l'objectif d'améliorer la destination Fès. Ces actions se rapportent aux volets suivants :

- Sécurité ;
- Propreté ;
- Signalisation ;
- Transport urbain/touristique ;
- Cadre urbain.

F. Sécurité

La destination Fès a été dotée des groupes urbains de sécurité (GUS) et de la brigade touristique. Depuis que ces deux organes sont opérationnels, les conditions de sécurité du touriste et du citoyen se sont améliorées.

Les Autorités Locales mettent en place un plan d'action pour combattre la mendicité, le harcèlement et les faux guides et démultiplient le nombre de postes de police à Fès.

Conscientes que l'évolution touristique à Fès engendrera un besoin en moyens et effectifs liés au volet sécurité, les Autorités Locales oeuvreront pour le renforcement de ces moyens et affectifs.

G. Propreté

En matière de propreté, et afin de remédier à l'insuffisance de la propreté dans la ville en général et la Médina en particulier, Fès a fait le choix de concéder le nettoyage et la collecte des déchets ménagers à une entreprise spécialisée pour une durée de 9 ans.

La collecte et le nettoyage va se faire par cette société dans toute la ville et va être assuré à 100% alors qu'il ne l'était qu'à hauteur de 72% auparavant. La société concessionnaire est équipée en matériels et engins techniques de pointe, adaptés aux contraintes spécifiques des prestations requises.

Ainsi, les efforts de propreté fournis à Fès aussi bien par les Autorités que par la société concessionnaire seront maintenus et améliorés.

H. Signalisation

Afin de faciliter la circulation en ville, et de simplifier l'accès aux différents sites et monuments de la ville, un plan de signalisation sera mis en place par la Ville en partenariat avec le CRT.

Ce plan de signalisation est constitué de panneaux de signalisation et d'information ainsi que des pictogrammes indiquant les principaux monuments et artères de la ville, et facilitant le déplacement des touristes nationaux et internationaux.

Des kiosques d'informations (dans la ville, l'aéroport, la gare ferroviaire et la gare routière) seront également mis en place par le CRT/Ville pour mettre l'information à la portée des touristes.

I. Transport urbain/touristique

La qualité des services qui accompagnent le séjour du touriste peut avoir un impact conséquent sur une destination, et sur l'appréciation du touriste. Parmi ses services, il y a lieu de citer celui du transport qui revêt une importance capitale lors des déplacements des touristes dans la destination.

A cet effet, le présent PDRT souligne la nécessité d'étudier, par la Ville, la possibilité de concéder le transport urbain à une société spécialisée dotée des moyens humains, techniques et financiers à même de permettre d'améliorer ce secteur.

L'encouragement à la création d'un transport commun touristique permettra à Fès de se comparer à d'autres villes touristiques mondiales où ce type de transport est existant. La création d'un tel service permettra l'augmentation des promenades des touristes dans la ville et par la même l'accroissement des volumes d'achat et de consommation locaux.

Le troisième aspect à traiter dans la ville de Fès est celui de la modernisation des installations dans les taxis, le moyen de transport le plus utilisé aujourd'hui par les touristes visitant Fès dans le cadre de voyages indépendants. Cette modernisation portera notamment sur : état mécanique, dotation de centrale téléphonique, etc.

La mise en place d'un label de qualité pour ces taxis, pourra permettre d'accélérer l'amélioration de l'image des taxis au niveau de Fès.

Les actions précitées seront affinées par les partenaires, et notamment les Autorités Locales/Ville et un échéancier précis de leur réalisation sera élaboré par le Ville/Autorités Locales une fois ces actions affinées.

J. Cadre urbain

L'environnement urbain d'une destination donnée est un facteur clé pour la réussite d'un séjour touristique. En effet, la satisfaction d'un touriste dépend, en grande partie, de la qualité de cet environnement.

Conscientes de l'importance que revêt la satisfaction des touristes dans l'essor d'une destination, les Autorités Locales/Ville prévoient d'aménager dans la ville de Fès des espaces publics de qualité à même d'embellir le paysage urbain. Ces espaces publics, destinés également à la population locale, seront également des lieux d'activités assurant une animation de la Ville.

Les actions retenues dans ce cadre se concentrent sur des points clés de la ville et des espaces symboliques de Fès. En effet, les espaces concernées par les travaux de mise à niveau/aménagement sont les suivants :

- **La mise à niveau d'une partie du centre ville :**

Cette opération de mise à niveau concernera :

- La rénovation de l'axe Hassan II : amélioration du mobilier urbain, harmonisation des enseignes, mise en lumière, etc ;
- La remise à niveau de la Place Florence : réhabilitation des plantations, amélioration du revêtement du sol et de certains équipements, intégration d'activités microéconomiques, etc ;
- L'aménagement de la Place Sofia : création d'espace végétal et minérale, implantation de kiosques et de cafés, etc.

Cette opération sera lancée par la Ville en 2006, en partenariat avec les Autorités Locales.

- **La réhabilitation du jardin Jnane Sbil :**

Elle consiste à mettre en valeur les trois éléments de base du jardin : aquatique, végétal et minéral. L'objectif de cette action est de permettre au jardin de retrouver sa richesse végétale et patrimoniale et sa vocation initiale pour la rencontre des artistes.

Cette opération est déjà lancée dans un cadre de partenariat entre l'ADER, la Ville, l'ONEP et la Fondation Mohammed VI pour l'environnement.

- **Le réaménagement de la Place Boujloud :**

La Place Boujloud occupe un emplacement stratégique par rapport à la Médina : elle est le point de rencontre entre deux entités composant la Médina (Fès el Bali et Fès Jdid).

Cette place joue un rôle important dans l'animation de la ville : elle a historiquement été le lieu des manifestation et activités culturelles.

L'action prévue pour cette place consiste en la réorganisation des activités culturelles qui s'y implantent et la proposition d'un aménagement permettant l'exploitation, l'amélioration et la création d'activités économiques en son sein (kiosques).

Cette action nécessite une étude fine à même de proposer les activités/aménagements à créer sur cette place et qui seraient de nature à la mettre en valeur mais sans la dénaturer. Cette étude devra intervenir en 2006.

Le Département du Tourisme accompagnera les Autorités Locales et la Ville dans la définition des activités/aménagements précités.



Place Florence



Place Sofia



Place Boujloud

6. AXE 6 : ORGANISATION INSTITUTIONNELLE

La Vision 2010, pour rappel, confie la mission de l'établissement et du suivi des PDRT aux CRT. De ce fait, et dans le cas précis du PDRT de Fès, le CRT de Fès-Boulemane est chargé de veiller à l'exécution par les partenaires des engagements et actions prévues par ce Programme.

Dans ce cadre, il est prévu le renforcement des moyens financiers (fonctionnement) de cette entité en vue de lui permettre de jouer pleinement son rôle. Ce renforcement se fera sous forme d'une contribution financière annuelle qui lui sera allouée dans le cadre d'un partenariat avec le Département du Tourisme, le Ministère de l'Intérieur et la Région.

Par ailleurs, il convient de rappeler que le cadre de l'amélioration de l'offre d'animation et d'activités culturelles, la mission de la réorganisation des festivals existants et de la programmation d'événements culturels en général a été confiée à la Fondation « Esprit de Fès ».

Cette Fondation verra ses ressources financières se renforcer (fonctionnement) et bénéficiera d'une contribution financière annuelle du secteur public sur le budget nécessaire à la mise en œuvre des missions prévues dans le cadre de ce PDRT.

CHAPITRE 4 : FINANCEMENT DU PDRT DE FES 2015

Les investissements nécessaires à la réalisation de l'ensemble des projets prévus par le présent PDRT sont d'environ 3 Milliards de dirhams dont plus de 945 Millions de dirhams seront supportés par le public.

Les tableaux ci-dessous détaillent la ventilation (i) de l'investissement global par Axe et par chantier du PDRT et (ii) de l'investissement global par Axe et par nature de cet investissement (public/privé).

AXE	TOTAL (MDH)
AXE 1 : PRODUIT	2 371,4
AMENAGEMENT DE L'UAT DE OUED FES	568,0
AMENAGEMENT DE L'UAT DE OUISLANE	1 427,9
DEVELOPPEMENT DE CAPACITES EN MEDINA	130,6
RECONVERSION DE FONDOUKS EN ESPACE D'ANIMATION	24,6
VALORISATION DES FESTIVALS	98,0
REHABILITATION DES QUARTIERS	70,0
CREATION D'UN NOUVEAU CIRCUIT	1,0
REDYNAMISATION DES MEDERSAS	18,0
REHABILITATION DES MURAILLES	23,3
AXE 2 ET 3 : PROMOTION ET TRANSPORT AERIEN	413,0
EXECUTION PLAN MARKETING ANNUEL	413,0
AXE 4 : FORMATION	NA⁸
NA	NA
AXE 5 : ENVIRONNEMENT	134,0
SECURITE	NA
PROPRETE	NA
SIGNALISATION	20,0
TRANSPORT URBAIN/TOURISTIQUE	NA
CADRE URBAIN	114,0
AXE 6 : ORGANISATION INSTITUTIONNELLE	50,0
RENFORCEMENT DES MOYENS DU CRT	30,0
RENFORCEMENT DES MOYENS DE LA FONDATION ESPRIT DE FES	20,0
TOTAL (MDH)	2 968,4

⁸ NA : Non applicable.

AXE	PUBLIC	PRIVE	TOTAL (MDH)
PRODUIT	348,7	2 022,7	2 371,4
PROMOTION ET TRANSPORT AERIEN	413,0	0	413,0
FORMATION		NA	
ENVIRONNEMENT	134,0	0	134,0
ORGANISATION INSTITUTIONNELLE	50,0	0	50,0
TOTAL (MDH)	945,7	2 022,7	2 968,4

La participation préliminaire des Collectivités Locales au montant d'investissement public ci-dessus, se chiffre à hauteur de 260 MDh, soit 28% de cet investissement. Le Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Social (ONMT et Département du Tourisme) participe à hauteur 414 MDh (soit 44%) de cet investissement.

La contribution de l'ensemble des partenaires dans le cadre de ce PDRT est détaillée ci-dessous.

ENTITE	MONTANT DE LA CONTRIBUTION
FONDS HASSAN II	90,0
FONDATION MOHAMED VI (SPONSORING)	16,15
ADER	12,5
DEPARTEMENT DU TOURISME	1,0
AL OMRANE	32,0
VILLE	220,3
REGION	30,0
CONSEILS PROVINCIAUX	10,0
ONEP	2,75
ONMT	413,0
TOTAL	827,7

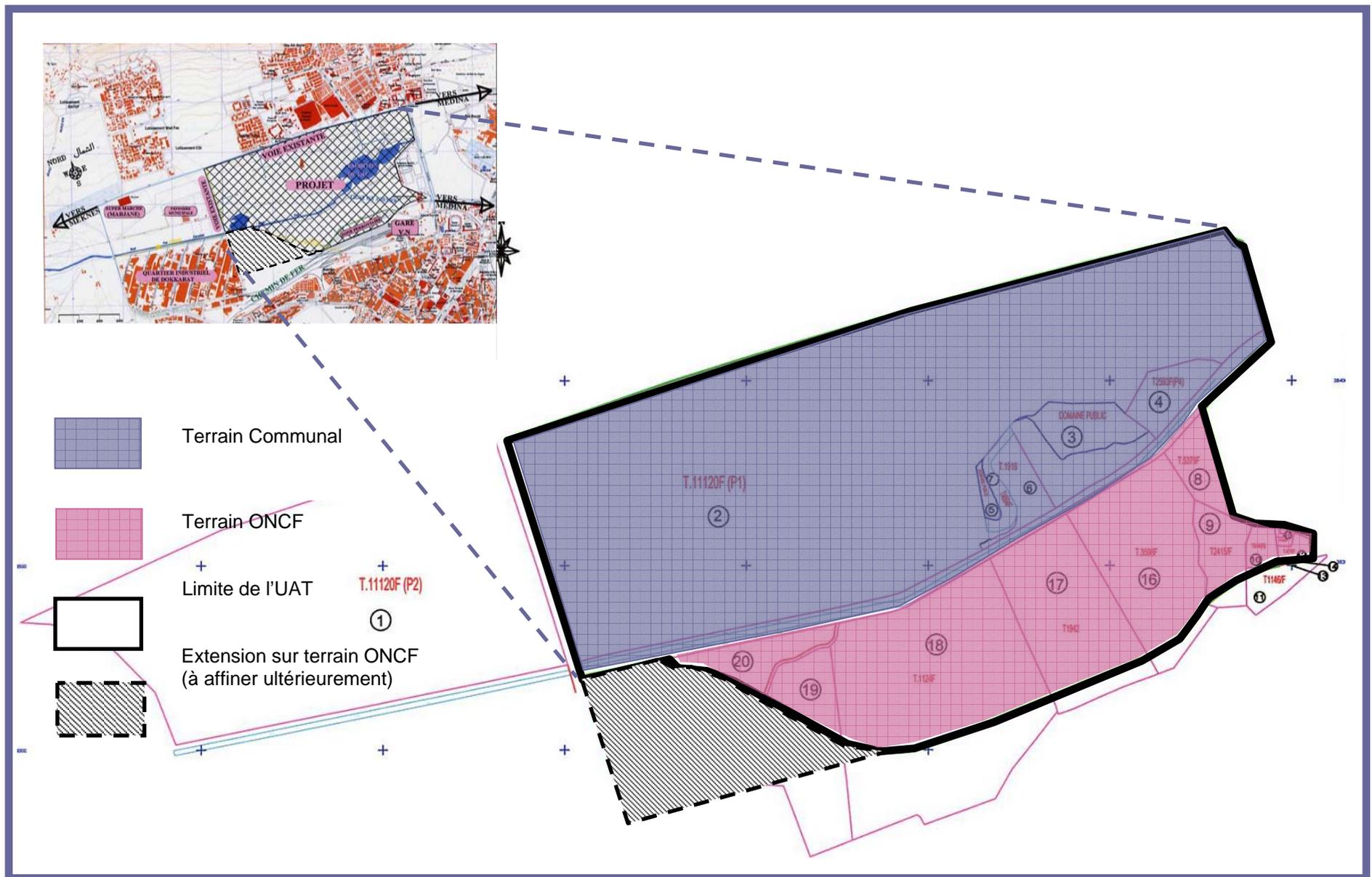
Un écart de 118 MDh sur la décennie (soit l'équivalent de 11,8 MDh/an) restent à financer directement ou indirectement (sponsoring) par les parties.

De même, l'échéancier de mobilisation des investissements publics est donné ci-après.

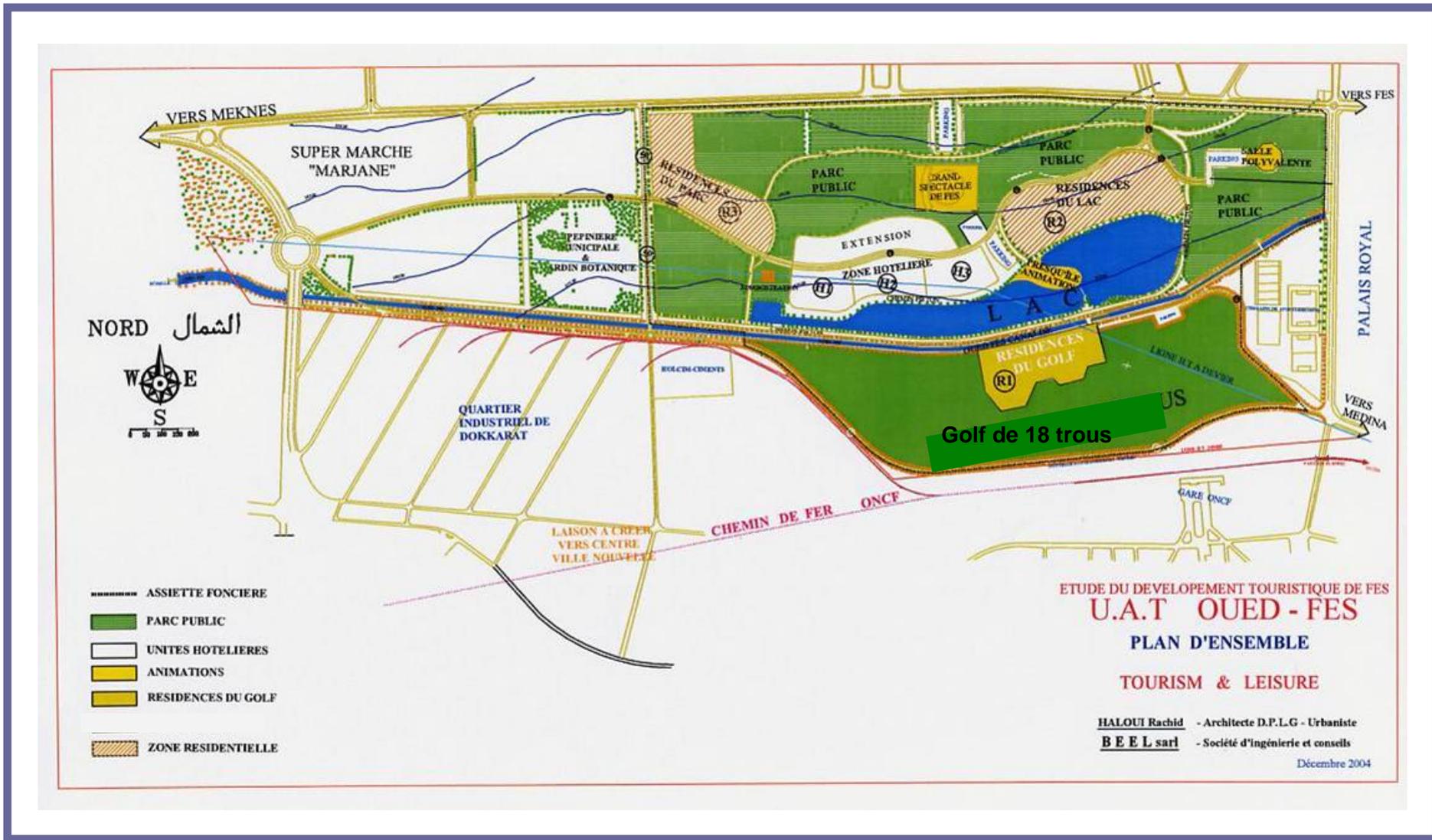
AXE	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15
PRODUIT	0,0	54,3	94,0	111,4	20,0	14,0	11,0	11,0	11,0	11,0	11,0
PROMOTION ET TRANSPORT AERIEN	42,0	53,0	50,0	58,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
FORMATION	NA										
ENVIRONNEMENT	0,0	58,5	57,5	9,0	2,0	2,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
ORGANISATION INSTITUTIONNELLE	0,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
TOTAL (MDH)	42,0	170,8	206,5	183,4	57,0	51,0	47,0	47,0	47,0	47,0	47,0



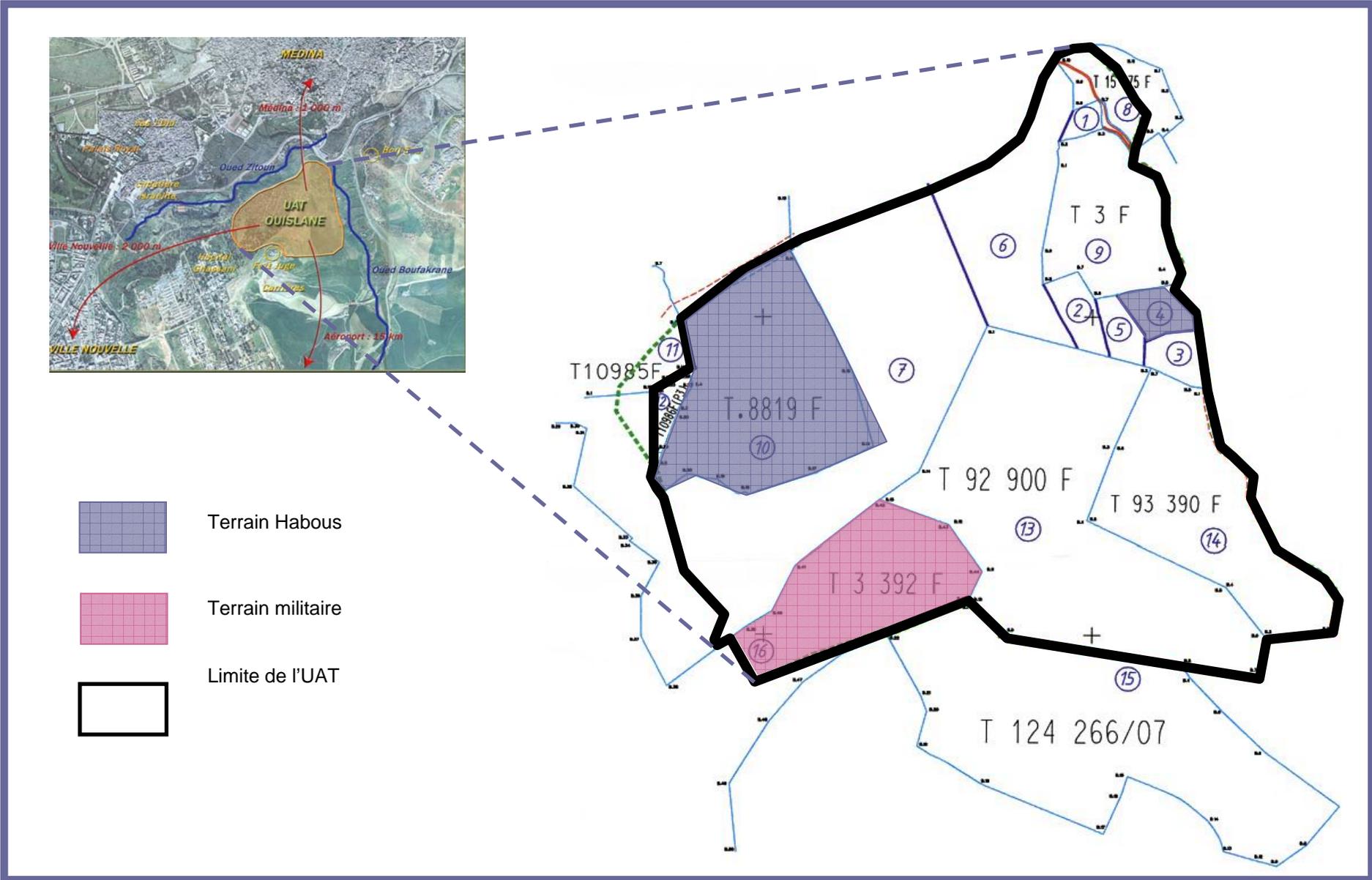
ANNEXES



ANNEXE N°1 : PLAN DE DELIMITATION INDICATIF DE L'UAT DE OUED FES



ANNEXE N° 2 : PLAN D'AMENAGEMENT INDICATIF DE L'UAT DE OUED FES



ANNEXE N° 3 : PLAN DE DELIMITATION INDICATIF DE L'UAT DE OUISLANE

ANNEXE N° 4 : PLAN D'AMENAGEMENT INDICATIF DE L'UAT DE OUISLANE

ETUDE DU DEVELOPEMENT TOURISTIQUE DE FES

U.A.T - OUISLANE

PLAN DE MASSE

TOURISM & LEISURE

RACHID HALOUI - Architecte D.P.L.G - Urbaniste
B E E L sarl, - Société d'Ingénierie et conseils

Décembre 2004

DETAIL DES PARCELLES

UNITES HOTELIERES

(H1)	Hôtel 5* Luxe	== 300Lits	== Surface = 27 060 m ²
(H2)	Hôtel 5*	== 300Lits	== Surface = 21 330 m ²
(H3)	Hôtel 5*	== 300Lits	== Surface = 22 683 m ²
(H4)	Hôtel 4*	== 400Lits	== Surface = 19 620 m ²
(H5)	Hôtel 4*	== 400Lits	== Surface = 20 535 m ²
(H6)	Hôtel 4*	== 440Lits	== Surface = 24 330 m ²

RESIDENTIEL

(R3)	18 VILLAS	=====	Surface = 12 000 m ²
(R4)	50 VILLAS	=====	Surface = 33 120 m ²
(R5)	48 VILLAS	=====	Surface = 44 292 m ²
(R1)	96 Appartements	=====	Surface = 35 660 m ²
(R2)	88 Appartements	=====	Surface = 31 368 m ²

EQUIPEMENTS (Animation et services publics)

(E1)	Belvédère/palais des congrès	=====	Surface = 12 340 m ²
(E2)	Promontoire	=====	Surface = 8 790 m ²

