



BULLETIN DE VEILLE



N°7

Juillet 2025



Tourisme en TTA : vers un repositionnement international

Synthèse exécutive	1
1. Contexte et Enjeu	2
2. Saison estivale 2025 : fréquentation et occupation ..	2
3. Produits et initiatives CRT – Été 2025.....	3
4. Nature, durabilité et labels.....	4
5. Accès et mobilités – leviers de compétitivité	4
6. Marchés cibles : MRE, Italie, Golfe/MENA	5
7. Freins structurels à surveiller	5
8. Leviers de diversification « hors saison »	6
9. Points de vigilances prioritaires (2025–2026)	7
Sources clés	8
Annexe : Repères économiques (Région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma)	9

Résumé Exécutif

L'été 2025 confirme la forte traction touristique de la région **Tanger-Tétouan–Al Hoceïma** : les arrivées MRE progressent de **+ 10,37 %** à début août, avec **Tanger Med** consolidé comme première porte d'entrée (35,87 % des flux). L'offre du **CRT TTA** associe circuits culturels, plages requalifiées et animations de médinas, affirmant un positionnement combinant **qualité** et **accessibilité**.

Sur le plan de l'accessibilité, le renforcement des cadences **Al Boraq** (6h–22h) et le chantier d'extension de l'aéroport **Tanger Ibn Battouta** vers une capacité de **7 millions de passagers** d'ici 2028 améliorent le ratio prix/temps, clé pour les courts séjours et le tourisme d'affaires et d'événements.

À l'international, la distinction de la destination marocaine par **Welcome Travel Group** (Italie) et la campagne digitale ciblée **Wego** (Golfe) ouvrent des opportunités à convertir en ventes **hors saison**, via des offres packagées et des **contrats de performance** assortis de KPIs précis.

1. Contexte et Enjeu

La région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma (TTA) aborde l'été 2025 dans un contexte confirmé par les données les plus récentes. Au 4 août 2025, le Royaume a accueilli 2 789 197 MRE (+10,37 % vs 2024). Tanger Med concentre 35,87 % des arrivées par voie portuaire/terrestre (555 753 personnes, 175 808 véhicules), consolidant son rôle de première porte d'entrée des flux MRE vers le nord. Ces dynamiques soutiennent directement l'activité littorale (hébergement, restauration, loisirs, artisanat) et renforcent la place de la TTA dans la carte touristique nationale.

Côté mobilités, l'ONCF déploie un dispositif estival articulé autour d'Al Boraq en cadence horaire 6h–22h, du renforcement des Intercités (jusqu'à 70/jour) et du maintien des trains de nuit sur l'axe Tanger–Oujda, améliorant le ratio prix/temps pour les courts séjours et la clientèle affaires/événementiel. En parallèle, l'aéroport Tanger Ibn Battouta entre en phase d'extension (enveloppe ~1,9 Mds MAD) pour porter la capacité à ~7 millions de passagers d'ici 2028, un jalon clé pour l'ouverture de routes ciblées hors été.

Sur le plan qualité/durabilité, l'édition Pavillon Bleu 2025 conforte la montée en gamme balnéaire : 33 sites labellisés au Maroc, dont en TTA les plages M'diq, Achakar, Dalia, Rifienne, Ba Kacem, et Tanja Marina Bay au titre des ports de plaisance. Ce label, porté par la Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement, aligne la destination sur les standards méditerranéens attendus par les marchés internationaux et domestiques.

La diversification des marchés s'intensifie : reconnaissance du Maroc par Welcome Travel Group (Italie) et campagne digitale ONMT x Wego sur le Golfe/MENA, avec un accent sur city-breaks, nature et séjours premium. Objectif : convertir cette visibilité en ventes hors saison via des contrats de co-marketing à la performance (KPIs intégrés) et des packages 3–4 nuits (Tanger–Chefchaouen–Tamuda Bay).

Réponse aux remarques du Conseil régional saisonnalité, *projets structurants, marché domestique*. La TTA reste marquée par une saisonnalité élevée (pics juillet–août) ; l'héritage des grands événements (CAN 2025, Mondial 2030) constitue un levier à articuler avec les investissements transport/hospitalité pour rehausser l'attractivité internationale. Le marché domestique encore sous-capté sera travaillé via des offres "Train + Séjour + Expérience" (fenêtre septembre–mai) et une politique *early-bird* alignée sur les cadences ferroviaires. Ces axes sont intégrés à la feuille de route (R1–R5) et seront déclinés en produits "4 saisons".

Au titre des enjeux prioritaires rappelés par le Conseil régional, la région doit maîtriser : (i) la congestion routière vers les stations balnéaires (complémentarité rail/navettes interurbaines à instruire), (ii) la tension prix-qualité en pointe (pilotage par observatoire ADR/RevPAR/NPS et chartes de modération tarifaire volontaires), (iii) la gestion des déchets littoraux (arrimage opérationnel au label Pavillon Bleu) et (iv) le déficit de compétences dans les métiers de l'hospitalité (micro-certifications, e-distribution, langues). Ces points sont traités dans les sections opérationnelles et la gouvernance public-privé associée.

2. Saison estivale 2025 : fréquentation et occupation

À l'été 2025, les destinations phares du Royaume – Tanger, Tétouan-Martil, M'diq, Al Hoceïma, Agadir et Marrakech – affichent un taux d'occupation hôtelier moyen estimé à 80 %, selon les déclarations de plusieurs présidences de Conseils Régionaux du Tourisme relayées par la presse spécialisée. Ce niveau, situé dans la fourchette haute des performances observées au cours des cinq dernières années, reflète la combinaison d'un afflux soutenu de Marocains résidant à l'étranger (MRE), d'une clientèle domestique dynamique et des retombées directes des actions promotionnelles menées par le CRT TTA sur les marchés cibles.

Dans la région TTA, cette performance est également portée par l'effet de proximité avec l'Europe, la concentration de stations balnéaires labellisées et la notoriété internationale de villes emblématiques telles que Chefchaouen, Tanger et Assilah.

L'Opération Marhaba 2025 confirme ce dynamisme. Au 4 août 2025, le Royaume a accueilli 2 789 197 MRE sur l'ensemble de ses points d'entrée, soit une hausse de 10,37 % par rapport à la même période en 2024. Tanger Med consolide son statut de hub stratégique avec une part de 35,87 % des arrivées par voie portuaire ou terrestre, représentant 555 753 personnes et 175 808 véhicules. L'impact sur le littoral de la région TTA est direct : la demande en hébergement, restauration et loisirs augmente sensiblement dans les zones côtières comme Tanger, Tétouan, M'diq-Fnideq et Al Hoceïma, entraînant des effets positifs sur les marchés connexes, notamment l'artisanat, le transport touristique et la consommation de produits locaux.

L'été 2025 apparaît ainsi comme une saison de rattrapage et de consolidation, marquée par la stabilisation après les ajustements post-pandémie et les fluctuations enregistrées en 2023-2024. La performance de Tanger Med, associée à une programmation culturelle dense comprenant festivals, événements sportifs et expositions, devrait permettre à la TTA de maintenir un taux de remplissage élevé jusqu'à la mi-septembre. Toutefois, la forte concentration des arrivées sur quelques semaines souligne la nécessité d'étendre la saison grâce à des événements programmés hors période estivale et à des offres thématiques capables de stimuler la demande tout au long de l'année.

3. Produits et initiatives CRT – Été 2025

L'offre balnéaire de la région pour l'été 2025 s'articule autour du double axe « qualité et accessibilité ». Les plages ont bénéficié d'un programme de réaménagement et de modernisation visant à améliorer les infrastructures d'accueil, notamment par l'installation de zones ombragées, de sanitaires et de douches publiques. L'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite a été renforcée, tandis qu'une signalétique multilingue a été déployée pour améliorer le confort des visiteurs.

Parallèlement, des animations culturelles et patrimoniales ont été mises en place dans les médinas historiques de Tanger, Tétouan et Chefchaouen. De nouveaux circuits culturels relient Tétouan à M'diq, combinant visites guidées, expériences gastronomiques et rencontres avec des artisans locaux. L'offre s'enrichit également d'attractions complémentaires telles que des activités nautiques – plongée, kayak, voile – et d'événements sportifs ou compétitions estivales destinés à séduire un public familial et international. L'objectif stratégique est clair : élargir la dépense moyenne par visiteur en stimulant la consommation hors hébergement, notamment dans l'artisanat, la restauration et les loisirs.

Les programmes d'accueil estival reposent sur une coordination étroite entre le Conseil Régional du Tourisme (CRT) TTA, les communes côtières et les opérateurs privés. Les actions incluent le déploiement d'équipes spécialisées pour assurer la propreté et l'entretien des plages et espaces publics, le renforcement des postes de secours avec des équipes de sauveteurs qualifiés, une couverture sanitaire mobile et des dispositifs de prévention, ainsi que la mise en place d'agents de médiation touristique chargés d'orienter et d'assister les visiteurs, en particulier les MRE et les touristes étrangers.

Ces dispositifs sont prioritairement appliqués sur les plages urbaines et la Corniche de Tanger, les stations balnéaires haut de gamme et plages familiales de Tamuda Bay, ainsi que les criques et plages Pavillon Bleu à forte fréquentation estivale d'Al Hoceïma.

4. Nature, durabilité et labels

Le Pavillon Bleu 2025 s'impose comme un indicateur majeur de qualité environnementale et de gestion durable des zones côtières et portuaires. À l'échelle nationale, le Maroc compte désormais 33 sites labellisés, répartis entre 28 plages répondant aux standards internationaux en matière de gestion environnementale, de qualité des eaux de baignade, de sécurité et d'éducation environnementale, quatre ports de plaisance certifiés pour leurs bonnes pratiques en matière de gestion des déchets, de services aux plaisanciers et de préservation des écosystèmes marins, ainsi qu'un site lacustre intégré pour la première fois au réseau, marquant l'extension de la labellisation au-delà du littoral.

Dans la région Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, plusieurs plages sont distinguées en 2025, parmi lesquelles M'diq, Achakar, Dalia, Rifienne et Ba Kacem. Sur le plan portuaire, Tanja Marina Bay International a intégré le réseau des marinas labellisées Pavillon Bleu, confirmant son statut de port de plaisance de référence dans le bassin méditerranéen et sa conformité aux exigences de durabilité.

L'impact stratégique de cette reconnaissance est multiple. Elle constitue un signal fort en faveur du positionnement durable de la destination, en cohérence avec les objectifs nationaux et internationaux de tourisme responsable. Elle contribue également à la montée en gamme des standards balnéaires, le Pavillon Bleu agissant comme un levier de compétitivité face à d'autres destinations méditerranéennes, renforçant la confiance des visiteurs étrangers et nationaux dans la qualité des plages et des services. Enfin, cette distinction représente une opportunité de valoriser l'offre touristique autour des thématiques nature et écotourisme, en intégrant le label dans les campagnes promotionnelles du Conseil Régional du Tourisme et des offices partenaires.

5. Accès et mobilités – leviers de compétitivité

Le renforcement ferroviaire constitue l'un des piliers du Plan spécial Été 2025 mis en œuvre par l'Office National des Chemins de Fer (ONCF). Sur l'axe Tanger – Kénitra – Rabat – Casablanca, le train à grande vitesse Al Boraq circule désormais en cadence horaire de 6h00 à 22h00, avec des capacités augmentées pour absorber la forte demande estivale. Cette optimisation permet de réduire les temps d'attente et d'offrir une meilleure fluidité pour les courts séjours, les week-ends prolongés et les déplacements professionnels. En parallèle, le réseau Intercités atteint jusqu'à 70 liaisons par jour, assurant des connexions renforcées vers le Sud et l'Est du Royaume, tandis que les trains de nuit sur l'axe Tanger–Oujda sont maintenus et optimisés, facilitant les voyages longue distance et maximisant le temps de séjour sur place. Ces évolutions contribuent directement à l'amélioration de l'accessibilité pour les city breaks, le tourisme événementiel (MICE) et les courts séjours, tout en diversifiant les profils de visiteurs.

Sur le plan maritime, Tanger Med Passagers confirme son rôle de hub stratégique. En 2024, le port a accueilli 3,05 millions de passagers, soit une hausse de 13 % par rapport à 2023, grâce à la reprise post-pandémie, à la compétitivité tarifaire et à la fiabilité des liaisons. La tendance positive se poursuit en 2025, portée par les flux de l'Opération Marhaba, avec des records atteints dès le début du mois d'août, notamment plus de 555 000 passagers en un mois via Tanger Med. Cette performance renforce l'attractivité auprès des marchés MRE et européens, consolidant la position du port comme principale porte d'entrée maritime du Royaume.

Dans le domaine aérien, l'Aéroport Tanger Ibn Battouta connaît une phase de modernisation et d'extension stratégique, dotée d'une enveloppe budgétaire estimée à 1,9 milliard de dirhams. L'objectif est de porter la capacité annuelle à environ 7 millions de passagers d'ici 2028. Les travaux sont entrés dans une phase active avec l'attribution des premiers lots, et l'agrandissement est conçu pour accompagner la croissance continue du trafic international, en particulier sur les segments MRE, Golfe et Europe du Sud.

L'effet combiné de ces investissements dans les secteurs ferroviaire, maritime et aérien positionne la région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma comme l'un des territoires les mieux connectés du Maroc. L'amélioration simultanée des trois modes de transport renforce l'attractivité pour les marchés étrangers à forte valeur ajoutée, fluidifie les flux touristiques lors des pics saisonniers et ouvre la voie à une désaisonnalisation de la fréquentation grâce à une connectivité optimisée tout au long de l'année.

6. Marchés cibles : MRE, Italie, Golfe/MENA

Le marché des Marocains résidant à l'étranger (MRE) représente un accélérateur saisonnier structurant pour la région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma. Poids stratégique de la haute saison estivale, les MRE constituent un moteur essentiel du tourisme régional, une part significative de leurs flux transitant par le port de Tanger Med. Cette concentration renforce l'impact direct sur le littoral et sur les zones intérieures proches. Les opportunités de diversification sont nombreuses : développer des offres combinant tourisme familial, balnéaire et nature afin de capter une dépense additionnelle au-delà de l'hébergement, et concevoir des packages ciblés pour prolonger la fréquentation sur les mois de septembre et octobre, historiquement plus creux. Ce segment présente également un lien stratégique fort avec l'artisanat local, la gastronomie régionale et les circuits culturels, consolidant ainsi les retombées économiques locales.

Le marché italien, quant à lui, bénéficie d'un partenariat à forte visibilité. En avril 2025, le Maroc a été désigné "Meilleure destination touristique partenaire" par le Welcome Travel Group (WTG) lors de sa convention annuelle à Casablanca. Cette reconnaissance internationale offre au Conseil Régional du Tourisme (CRT) TTA l'opportunité de lancer des opérations de co-marketing ciblées, mettant en avant les city breaks à Tanger et Chefchaouen ainsi que des circuits culturels et nature intégrant sites classés et expériences écotouristiques. La proximité géographique et l'existence de liaisons aériennes et maritimes directes avec le nord de l'Italie renforcent l'attractivité. Le positionnement haut de gamme de la région correspond pleinement aux attentes d'un public italien en quête d'authenticité et de confort.

Le marché Golfe/MENA constitue, lui aussi, un axe de développement stratégique, notamment à travers la campagne conjointe ONMT x Wego lancée en juin 2025. Cette opération cible les voyageurs du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord en s'appuyant sur une plateforme de réservation et d'inspiration de voyage de premier plan. Le dispositif comprend la diffusion de contenus digitaux, de guides, de campagnes d'influence et d'offres packagées. Les produits phares mis en avant incluent Chefchaouen comme destination iconique, le littoral nord avec ses stations balnéaires et plages Pavillon Bleu, ainsi que les escapades nature et expériences authentiques en montagne et zones rurales. L'objectif est de capter une clientèle à haut pouvoir d'achat, sensible aux séjours premium et aux expériences exclusives, afin de diversifier les sources de fréquentation et d'accroître la valeur ajoutée du tourisme régional.

7. Freins structurels à surveiller

La fréquentation touristique du littoral nord demeure fortement concentrée sur les mois de juillet et août, entraînant des pics de saturation suivis d'une sous-utilisation notable des infrastructures et hébergements en automne et hiver. Ce phénomène de saisonnalité élevée constitue un enjeu stratégique majeur pour la région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma. Le développement de produits "4 saisons" apparaît comme une réponse nécessaire afin de lisser la demande tout au long de l'année. Parmi les solutions envisagées figurent l'organisation d'événements culturels et sportifs hors saison, la mise en place d'offres bien-être, la promotion du tourisme d'affaires (MICE) et la création de circuits nature et patrimoine. Une telle stratégie permettrait d'améliorer la rentabilité des infrastructures, de prolonger l'emploi saisonnier et de stabiliser les revenus des opérateurs locaux.

Les capacités aéroportuaires constituent un autre point de vigilance. En 2024, l'aéroport Tanger Ibn Battouta a accueilli environ 2,4 millions de passagers pour une capacité nominale de 2 millions, soit un taux d'occupation supérieur à 120 %. Le projet d'extension en cours, visant une capacité annuelle de près de 7 millions de passagers à l'horizon 2028, est stratégique pour absorber cette croissance. Cependant, ses effets ne seront perceptibles qu'après la haute saison estivale 2025, ce qui laisse craindre le maintien de tensions sur les flux entrants lors des pointes saisonnières et un impact potentiel sur l'expérience des voyageurs (.

Enfin, la forte affluence estivale exerce une pression considérable sur les plages, les axes routiers et les infrastructures urbaines. Cette surcharge accroît les risques de dégradation de la qualité des services en matière de propreté, de sécurité et de fluidité, pouvant conduire à l'insatisfaction des visiteurs et à la détérioration de l'image régionale. Pour y remédier, il est recommandé de mettre en place des standards homogènes intercommunaux pour la gestion des plages, l'entretien urbain et la sécurité. Cela pourrait passer par la mutualisation des services de secours, une coordination logistique renforcée et l'adoption de normes unifiées de maintenance et d'accueil.

8. Leviers de diversification « hors saison »

La région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma dispose de multiples atouts permettant de prolonger l'activité touristique au-delà de la haute saison estivale. Le développement de l'écotourisme et du tourisme de montagne figure parmi les priorités. Dans le Parc national de Talassemtane (Chefchaouen), la création d'itinéraires de randonnée avec hébergements en gîtes de montagne et activités guidées, couplée à la promotion du terroir caprin, constitue un levier structurant. Le prolongement du Salon caprin au-delà de fin juin pour couvrir les mois de septembre et octobre permettrait d'élargir la saison, de valoriser les produits du terroir et de renforcer la montée en gamme de l'offre nature .

Le volet culturel et patrimonial représente un second axe majeur. L'organisation en basse saison de séries d'animations dans les médinas de Tanger et Tétouan — concerts, théâtre de rue, ateliers artisanaux — pourrait être complétée par la création de circuits thématiques. Ces derniers pourraient inclure un parcours autour du modernisme tangérois (architecture et design), un itinéraire consacré à la Beat Generation et aux écrivains des années 1950-1960, ainsi qu'un circuit sur le patrimoine judéo-marocain intégrant visites guidées et événements culturels. Ces initiatives visent à attirer un public cultivé et international hors été et à consolider l'identité culturelle régionale .

Le nautisme et la croisière constituent également des pistes porteuses. Avec la récente labellisation Pavillon Bleu de Tanja Marina Bay, la région pourrait accueillir des rallyes nautiques, des courses régionales et se positionner comme base d'hivernage pour la plaisance, en hébergeant des bateaux plusieurs mois. L'accueil de croisières de repositionnement au printemps et en automne renforcerait l'activité portuaire et soutiendrait les commerces et prestataires nautiques tout au long de l'année .

Le segment MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) et le sport offrent un potentiel significatif. Grâce à la desserte rapide par Al Boraq, à ses hôtels de standing et à ses infrastructures sportives, la région peut accueillir des événements d'affaires, des compétitions sportives et des séminaires. L'organisation de trails dans le Rif, de compétitions de surf et de tournois de golf en automne ou en hiver, associée à des formules "événement + hébergement + transport", permettrait d'augmenter les nuitées hors saison et de diversifier la clientèle .

Enfin, une stratégie de co-marketing ciblant les marchés italien et Golfe/MENA pourrait compléter cet effort de désaisonnalisation. Des packages de 3 à 4 nuits combinant "city break + nature" sur Tanger, Chefchaouen et Tamuda Bay pourraient être promus via des partenariats avec Welcome Travel Group (WTG) pour l'Italie et Wego pour le Golfe/MENA. L'objectif chiffré serait d'atteindre un taux d'occupation d'au moins 55 % entre novembre et mars, réduisant ainsi la dépendance à la haute saison et renforçant la présence sur des marchés à fort pouvoir d'achat .

9. Points de vigilances prioritaires (2025–2026)

Afin de renforcer la compétitivité touristique de la région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma et de réduire la dépendance à la saison estivale, cinq recommandations stratégiques sont proposées.

R1 – Offres “4 saisons”

La création d’une collection « Hors Saison TTA », déclinée pour l’automne, l’hiver et le printemps, permettrait de structurer une offre touristique attractive tout au long de l’année. Cette gamme inclurait des expériences signature telles que des méditations guidées dans le Rif, des ateliers artisanaux immersifs, et des parcours gastronomiques autour du terroir (produits caprins, huile d’olive, agrumes). La mise en place d’une tarification intelligente via le *yield management* saisonnier optimiserait les taux d’occupation hors été. L’impact attendu inclut l’allongement de la saison touristique, l’amélioration du taux de retour et la fidélisation des clientèles.

R2 – Contrats de visibilité internationaux

Le renforcement de la présence de la région sur les marchés étrangers passerait par la conclusion de contrats de co-marketing avec des partenaires clés tels que Welcome Travel Group (Italie) et Wego (Golfe/MENA). Ces accords intégreraient des objectifs de ventes chiffrés, un calendrier éditorial annuel pour les campagnes digitales et presse, ainsi que des indicateurs de performance mesurables. Les effets attendus sont une hausse de la notoriété internationale et un accroissement des réservations ciblées sur les segments premium.

R3 – Mobilités et city breaks

La synchronisation des promotions du CRT avec les cadences horaires renforcées d’Al Boraq (6h–22h) et des trains Intercités constituerait un levier pour dynamiser le tourisme domestique. Des formules “Train + Séjour + Expérience” adaptées aux week-ends prolongés et des trains-hôtels pour les événements MICE ou les escapades de 2-3 jours pourraient être développées. Cette approche vise à stimuler la demande pour des courts séjours à forte valeur ajoutée.

R4 – Labels & qualité perçue

Le label Pavillon Bleu, reconnu à l’international, devrait être exploité comme un outil marketing central pour asseoir l’image de qualité et de durabilité de la destination. L’installation de QR codes sur les plages et gares, renvoyant vers des fiches descriptives multilingues, faciliterait la diffusion d’informations fiables. Parallèlement, la logique de labellisation pourrait être étendue à des “itinéraires verts” intégrant éco-hébergements, sites de tri sélectif et dispositifs de gestion durable de l’eau. Ces actions renforceraient la crédibilité environnementale de la région.

R5 – Stratégie aérienne ciblée

En prévision de l’extension de l’aéroport Tanger Ibn Battouta à une capacité de 7 millions de passagers à l’horizon 2028, un plan de routes ciblé devrait être élaboré. Celui-ci inclurait le développement de liaisons avec l’Italie (Milan, Bergame, Turin) et le Golfe (Riyad, Dubaï, Doha). Des mesures incitatives, telles que des primes à la route hivernale et des programmes de co-marketing avec les compagnies aériennes, permettraient d’ouvrir la région à de nouveaux segments de clientèle et de réduire la dépendance à la haute saison.

R6 – Élaborer une stratégie intégrée public-privé pour capter durablement les flux touristiques, en s’appuyant sur les grands événements sportifs à venir.

R7 – Déployer des campagnes de marketing digital ciblées pour améliorer le positionnement de TTA sur les marchés internationaux.

R8 – Mettre en place des mécanismes de régulation tarifaire et de contrôle qualité pour limiter les effets négatifs de la saisonnalité.

R9 – Intégrer davantage la dimension environnementale (gestion du littoral, tourisme durable) pour renforcer l’image d’une région responsable et compétitive.

Sources clés

- Assahifa. (2025, août). *Bilan provisoire de l'opération Marhaba 2025*. <https://fr.assahifa.com>
- Atalayar. (2025, juillet). *Tanger modernise son aéroport pour accueillir plus de passagers*. <https://atalayar.com>
- Barlaman Today. (2025, août). *Arrivées MRE : hausse de 10,37 % par rapport à 2024*. <https://www.barlaman.today>
- Bladi.net. (2025, juillet). *Tanger Ibn Battouta : lancement de l'extension*. <https://www.bladi.net>
- Fondation Mohammed VI pour la Protection de l'Environnement. (2025, juillet). *Communiqué Pavillon Bleu 2025*. <https://www.fm6e.org>
- Foundation for Environmental Education. (2025). *Blue Flag – Awarded Sites 2025*. <https://www.blueflag.global>
- Hespress. (2025, juillet). *Pavillon Bleu : la reconnaissance internationale des plages marocaines*. <https://www.hespress.com>
- Infomédiaire. (2025, juin). *Mobilité estivale : l'ONCF renforce son offre*. <https://infomediaire.net>
- Le Matin. (2025, juillet). *Pavillon Bleu 2025 : le Maroc aligne 33 sites*. <https://lematin.ma>
- LesEco.ma. (2025, juin). *ONCF : dispositif spécial pour l'été 2025*. <https://leseco.ma>
- Maroc.ma. (2025, avril). *Distinction du Maroc par Welcome Travel Group*. <https://www.maroc.ma>
- Médias24. (2025, avril). *Tourisme : le Maroc sacré meilleure destination partenaire par WTG*. <https://medias24.com>
- Médias24. (2025, juillet). *Tourisme durable : les plages Pavillon Bleu du Maroc en 2025*. <https://medias24.com>
- Morocco World News. (2025, juin). *ONMT et Wego lancent une campagne pour séduire les voyageurs du Golfe*. <https://www.morocoworldnews.com>
- Office National des Chemins de Fer. (2025, juin). *Plan spécial été 2025 : Cadences renforcées et nouveaux services*. <https://www.oncf.ma>
- Office National des Aéroports. (2025, juillet). *Extension de l'aéroport Tanger Ibn Battouta : Capacité portée à 7 millions de passagers*. <https://www.onda.ma>
- Office National Marocain du Tourisme. (2025, avril). *Le Maroc, meilleure destination touristique partenaire 2025*.
- Tanger Med Port Authority. (2024). *Communiqué annuel – Statistiques 2024 du trafic passagers et fret*. <https://www.tmpa.ma>
- Wego. (2025, juin). *Press release – Morocco Tourism Board and Wego join forces*. <https://company.wego.com>
- Yabiladi. (2025, août). *Opération Marhaba 2025 : Plus de 2,78 millions de MRE accueillis au 4 août*. <https://www.yabiladi.com>

Annexe : Repères économiques (Région Tanger–Tétouan–Al Hoceïma)

- **Part du “tourisme” dans le PIB régional** (proxy *Hôtels & restaurants*, 2023) : **≈ 3,7 %** du PIB régional (5 741 MDH sur 156 251 MDH ; aux prix courants). Lecture “plancher” du poids du tourisme : la branche « Hôtels & restaurants » ne couvre pas tout l’écosystème touristique (transport, commerce, loisirs, etc.).
- **Emplois liés**
 - **Directs (ordre de grandeur)** : **≈ 53 000** emplois. Méthode : ventilation de l’estimation nationale d’emplois touristiques (**~ 550 000 emplois directs**) au prorata de la part TTA des nuitées EHTC (≈ 9,73 % en 2022). ([Cese](#))
 - **Direct + indirect (fourchette indicative)** : **≈ 80–95 000** emplois (en appliquant un multiplicateur prudent de 1,5–1,8, à documenter lors d’une mise à jour statistique). (*Estimation, non donnée officielle*)
- **Part des nuitées (EHTC, 2022)** : **Domestiques : ~ 53 % / Internationales : ~ 47 %** (TTA ≈ 1,85 M de nuitées ; 976,9 k résidents vs 872,3 k non-résidents).
- **Recettes touristiques régionales – estimation d’ordre de grandeur**
 - **2024** : **≈ 10,9 MMDH** (clé de répartition = part TTA des nuitées EHTC 2022, appliquée aux **112,5 MMDH** de recettes “voyages” nationales). ([mapbusiness.ma](#), [Challenge](#))
 - **2023** : **≈ 10,2 MMDH** (clé identique appliquée aux **104,6 MMDH** nationaux). ([Scribd](#))
- **Top 5 marchés (dont domestique)** (dernière année détaillée disponible, EHTC 2022 – agrégation “région” par destinations majeures de TTA) : **Domestique, France, Espagne, Pays-Bas, Belgique.**
Indications par destination : à Tanger, France > Espagne > Pays-Bas/États-Unis > Belgique ; à Chefchaouen, France/Espagne et une part notable USA ; à Al Hoceïma, forte présence néerlandaise et belge.
- **Profil de saisonnalité (EHTC 2022)** : **pic Juillet–Août**, creux **Novembre–Mars**.
Exemples : part des nuitées de Juil–Août sur l’année — Tanger ~ 32 %, M’diq-Fnideq ~ 36 %, Tétouan ~ 37 %, Al Hoceïma ~ 57 %, Chefchaouen ~ 26 %.