



LE MAROC HÔTELLIER

EN CHIFFRES

L'HÔTELLERIE MAROCAINE EN 2025

12 065 422 nuitées nationales en 2025. La Méditerranée orientale marocaine – un littoral pour les Marocains, un potentiel international en développement. Observatoire du Tourisme (MARTISS) | Booking.com 62 603 avis / Fuite de Route 2023-2026

Année 2025 — Source : Ministère du Tourisme, chiffres clés, mars 2026.



LE BALNÉAIRE PORTÉ PAR LA DEMANDE NATIONALE

62 % des nuitées de l'Oriental sont nationales. Le balnéaire domestique est un pilier durable - Saïdia en est la station emblématique. Un marché de la fidélité, de la convivialité et de la montée en qualité.

GRAPHIQUE : Évolution nuitées EHTC



LA FEUILLE DE ROUTE 2023 2026 MISE SUR 3 FILIÈRES COMPLÉMENTAIRES

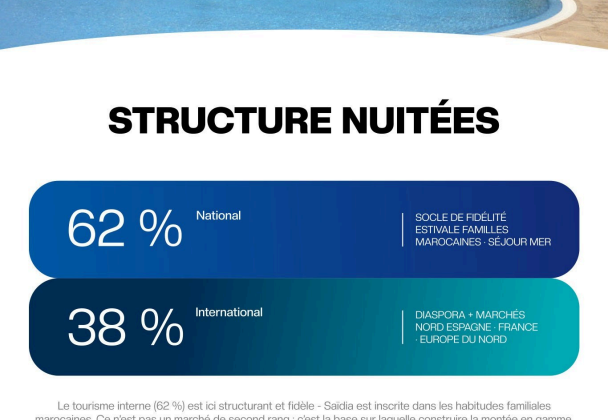
BALNÉAIRE	CITY BREAK	CULTURE
- Sun et Beach - Côtes médit. et atlantique - Clientèle intl fort pdy	- Urban / Affaires - Tanger, Rabat, Casablanca - Clientèle intl et MICE	- Patrimoine et Nature - Médinas, sites UNESCO, Atlas - Clientèle intl et interne

L'Oriental est la grande destination balnéaire de la Méditerranée marocaine. Saïdia, Nador, Oujda : le trio d'une région qui combine mer, diaspora et territoire.



LA RÉGION ORIENTAL : MER MÉDITERRANÉE ET ANCRAGE NATIONAL

100.5 k	NUITÉES EHTC 2025 RÉGION EN AFFIRMATION
62 %	PART NATIONALE ANCRAGE DOMESTIQUE FORT
38 %	PART INTERNATIONALE DIASPORA ET MARCHÉS ÉMETTEURS



SEPT DESTINATIONS, UN LITTORAL MÉDITERRANÉEN ET UNE CAPITALE RÉGIONALE

SAÏDIA STATION BALNÉAIRE STAR	NADOR HUB RÉGIONAL
7 hôtels - 513 avis - SI 3,67 - Note : 8,07/10 - Pic août - Clientèle nationale fidèle - Atout : station structurée - méditerranéenne - Enjeu : développement hors haute saison	20 hôtels - 1288 avis - SI 1,74 - Note : 7,63/10 - Pic août - Clientèle : diaspora et commerciale - Atout : lien diaspora marocaine fort - Enjeu : montée en gamme offre

OUIDA CAPITALE RÉGIONALE	MAHIRJA NATURE & ÉCOTOURISME
11 hôtels - 738 avis - SI 1,61 - Note : 8,01/10 - Pic août - Mix affaires - diaspora - culturel - Atout : activité year-round - Enjeu : diversifier offre loisirs	1 hôtel - 60 avis - SI 2,28 - Note : 8,80/10 - Pic avril - Clientèle nature et bien-être - Atout : forte qualité perçue - Enjeu : développer capacité

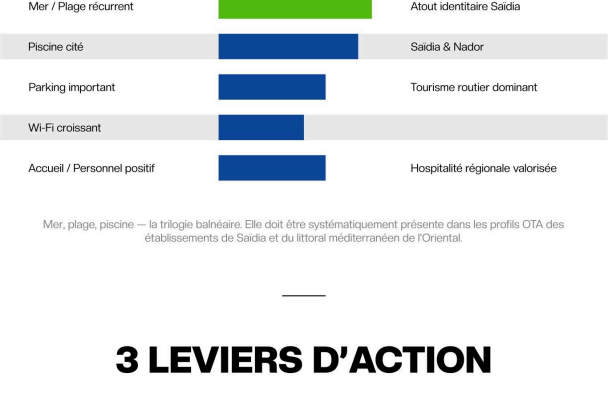
HAD BENI CHIKER LITTORAL	GUERCIF + AUTRES
1 hôtel - 85 avis - SI 3,42 - Note : 7,70/10 - Pic août - Clientèle nationale saisonnière - Atout : littoral méditerranéen vierge - Enjeu : structurer offre	3+ hôtels - Notes 6,87/10 - Berkane - Bou Arfa - Segangan - Clientèle transit et locale - Atout : maillage territorial - Enjeu : amélioration qualité



STRUCTURE NUITÉES

62 %	National	SOCLE DE FIDÉLITÉ ESTIMALE FAMILLES MAROCAINES - SÉJOUR MER
38 %	International	DIASPORA + MARCHÉS NORD ESPAGNE - FRANCE - EUROPE DU NORD

Le tourisme interne (62 %) est ici structurant et fidèle - Saïdia est inscrite dans les habitudes familiales marocaines. Ce n'est pas un marché de second rang : c'est la base sur laquelle construire la montée en gamme.

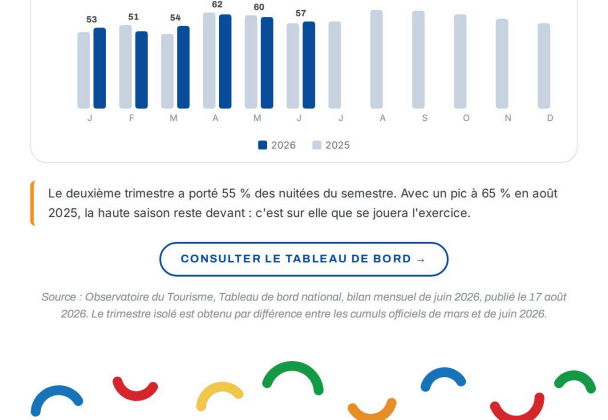


LA VOIX DES CLIENTS ET LES LEVIERS D'ACTION

3 019	avis clients analysés sur Booking.com — Oriental — 2023 à 2026	49 établissements 7 villes - 37 mois
-------	---	---

CE QUE DISENT LES CLIENTS - ORIENTAL VS. MAROC

Critère	Régional	National	Signal
Note Saïdia	8,07 / 10	7,70 / 10	+0,37 + REFERENCE
Nador (hub vol)	7,63 / 10	7,70 / 10	= Aligné
Oujda (capitale)	8,01 / 10	7,70 / 10	+0,31
Mahirja (nature)	8,80 / 10	7,70 / 10	+1,10 NICHE PREMIUM
Indice sais. Saïdia	3,67	~2,0 médiane	+ Forte saison estivale
Indice sais. Oriental	1,61	~2,0 médiane	+ Year-round - capital



CLASSEMENT SERVICES MENTIONNÉS

Restaurant / Repas fort volume		
Mer / Plage récurrent		Atout identitaire Saïdia
Piscine cité		Saïdia & Nador
Parking important		Tourisme routier dominant
Wi-Fi croissant		
Accueil / Personnel positif		Hospitalité régionale valorisée

Mer, plage, piscine — la trilogie balnéaire. Elle doit être systématiquement présente dans les profils OTA des établissements de Saïdia et du littoral méditerranéen de l'Oriental.

3 LEVIERS D'ACTION

STRUCTURATION DE L'OFFRE	EXTENSION DE SAISON	VALORISATION DIGITALE
Saïdia : station à développer - seulement 7 hôtels pour SI 3,67 Investissements en capacité + classification = saisir le potentiel de la demande nationale	Si Saïdia 3,67 - forte concentration estivale à l'hôtel Juin et septembre en hausse - animer la demi-saison pour étaler la fréquentation	Nador >progression - Oujda year - round actif Mer, méditerranée, plage : valoriser le littoral dans les descriptions OTA pour capter la diaspora



PREMIER SEMESTRE 2026
L'HÔTELLERIE MAROCAINE

LE TOURISME NATIONAL EN CHIFFRES — DONNÉES EHTC

NUITÉES EHTC — 1ER SEMESTRE 2026	21 845 000	+9 % vs S1 2025
11 994 000 nuitées du 2e trimestre seul (avril-juin), soit 55 % du semestre	56 %	Taux d'occupation national, +1 point
9 398 000 arrivées aux postes frontalières, +6 %	64,9 MMDH	recettes voyages, +16 %

TOURISME INTERNATIONAL	TOURISME NATIONAL
16,7 millions de nuitées, +11 % — 76 % du total	5,2 millions de nuitées, +3 % — 24 % du total

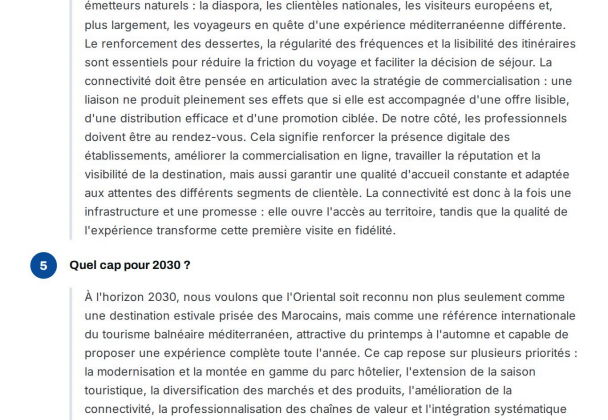
Au premier trimestre, cette répartition était de 79 / 21 : le poids du tourisme national monte avec la saison.



Le deuxième trimestre a porté 55 % des nuitées du semestre. Avec un pic à 65 % en août 2025, la haute saison reste devant : c'est sur elle que se jouera l'exercice.

CONSULTER LE TABLEAU DE BORD —

Source : Observatoire du Tourisme, Tableau de bord national, bilan mensuel de juin 2026, publié le 17 août 2026. Le trimestre isolé est obtenu par différence entre les cumuls officiels de mars et de juin 2026.



PREMIER SEMESTRE 2026
LA RÉGION DE L'ORIENTAL

8^e RÉGION NATIONALE EN NUITÉES

y revient, et elle porte la réputation de notre région.

Saïdia est notre station balnéaire emblématique, inscrite dans les habitudes de millions de familles marocaines. Avec un indice de saisonnalité de 3,67, le plus élevé de la région, elle concentre une demande estivale que nous devons accompagner en capacité et en qualité.

L'association régionale travaille à structurer l'offre, à étendre la saison et à renforcer notre présence digitale pour que l'Oriental devienne non seulement la destination estivale des Marocains, mais aussi une référence internationale du balnéaire méditerranéen.

Youssef Zaki

Deux nuitées sur trois du semestre se concentrent sur le deuxième trimestre, la saisonnalité la plus marquée du Royaume. C'est ce qui explique un taux d'occupation semestriel de 30 % malgré une fréquentation estivale forte.

VOIR LE DÉTAIL DES RÉGIONS —

Source : Observatoire du Tourisme, Tableau de bord national, bilan mensuel de juin 2026. Le trimestre isolé est obtenu par différence entre les cumuls officiels de mars et de juin 2026.

L'ACTUALITÉ DU SECTEUR
REVUE DE PRESSE

L'Oriental veut sortir du « tout balnéaire »
Médias24 - 9 juillet 2026

À l'approche d'un été annoncé plein, la région travaille à diversifier son offre au-delà de la plage : nature et montagne des Béni Snassen, golf, sport et découverte urbaine. L'article rend compte de cette stratégie d'élargissement, pensée pour étaler la fréquentation et valoriser l'ensemble du territoire régional.

Ryanair dessert Nador et Oujda dans son programme hivernal
Air Journal - 8 août 2026

Le programme hivernal record de la compagnie, 5,3 millions de sièges et 156 lignes vers 14 pays, confirme Nador et Oujda dans le réseau. Pour l'Oriental, ces liaisons rapprochent la région de ses marchés naturels, la diaspora comme les clientèles européennes, et soutiennent l'ambition d'étendre la saison au-delà de l'été.

Les 30 premiers audits mystère livrent un bilan encourageant
Médias24 - 28 juillet 2026

La campagne de visites mystère du nouveau classement a livré son premier bilan : une trentaine d'audits menés dans des établissements 3 à 5 étoiles, principalement à Marrakech et Tanger, ont résulté jugés encourageants, avec une réserve explicite sur la représentativité de l'échantillon. Les grilles mobilisées comptent plusieurs centaines de critères selon la typologie d'établissement.

TENDANCES INTERNATIONALES

La demande pour l'arrière-saison méditerranéenne se confirme

- 42 % des voyageurs comptent partir hors saison et 43 % éviter les destinations surfréquentées, en hausse de 11 points sur un an.
- 74 % tiennent compte du risque de météo extrême et 31 % ont déjà annulé ou modifié un voyage pour cette raison.
- 55 % jugent que certaines destinations sont devenues trop chaudes.

Pour les hôteliers de l'Oriental, la demande croissante pour l'arrière-saison méditerranéenne conforte les démarches de désaisonnalisation engagées dans la région.

Source : Booking.com, Travel & Sustainability Report 2026, 32 500 répondants, 35 marchés.

LA PAROLE À LA PROFESSION
ENTRETIEN

Zakaria Harnafi

Docteur en Management, Hôtellerie et Tourisme et Consultant International

1 L'Oriental possède une identité hôtelière forte. Sur quoi repose-t-elle ?

L'identité hôtelière de l'Oriental repose sur une combinaison particulièrement différenciante : un littoral méditerranéen d'exception, un patrimoine culturel vivant, la diversité de ses paysages et le dynamisme de sa capitale régionale, Oujda. À cela s'ajoute la force de notre diaspora, qui constitue un véritable capital relationnel et contribue durablement à la notoriété de la destination. Notre clientèle nationale demeure le socle de résilience et de fidélisation de l'hôtellerie régionale. Elle connaît le territoire, y revient et en devient naturellement l'ambassadrice. Pour autant, l'enjeu est désormais d'élargir cette base à des clientèles internationales, en valorisant une offre plus segmentée : tourisme balnéaire, nature, golf, sport, culture, bien-être et tourisme d'affaires. Cette identité constitue un atout pour les opérateurs comme pour les investisseurs : elle permet de s'appuyer sur une demande effective et régulière, tout en ouvrant un potentiel important de diversification et de montée en gamme.

2 Saïdia est la station emblématique de la région. Comment accompagner son développement ?

Saïdia est solidement inscrite dans les habitudes de millions de familles marocaines. Cette familiarité est une force considérable : elle nous donne également une responsabilité : accompagner la croissance de la station par une amélioration continue de la qualité, de la capacité d'accueil et de l'expérience proposée au visiteur. Cela suppose de poursuivre l'investissement dans le parc hôtelier et les infrastructures touristiques, de moderniser les établissements, de renforcer les standards de service et de développer une offre complémentaire cohérente à l'échelle de la station. L'objectif n'est pas seulement d'accroître la fréquentation en haute saison, mais d'augmenter la valeur créée par séjour, la durée moyenne de séjour et le taux de retour. Saïdia doit évoluer vers un modèle de destination intégrée, où l'hébergement, les loisirs, la restauration, le golf, les activités nautiques, l'animation culturelle et les services de mobilité se complètent. La qualité de l'aménagement, la préservation de l'environnement littoral et la coordination entre acteurs publics et privés seront déterminantes pour conforter la confiance des investisseurs et inscrire le développement de la station dans la durée.

3 Comment faire vivre les établissements au-delà de la haute saison ?

La désaisonnalisation passe par une lecture plus large du territoire. Saïdia ne doit pas être considérée comme une destination isolée, mais comme la porte d'entrée d'un écosystème touristique qui comprend les Béni Znassen, les espaces naturels, le golf, les activités sportives, le patrimoine d'Oujda et les savoir-faire de l'Oriental. L'Oriental dispose des atouts méditerranéenne constitue un avantage concurrentiel réel. Elle peut répondre aux attentes de clientèles européennes à la recherche de climat, de nature, de déconnexion et d'expériences authentiques, notamment au printemps et à l'automne. Elle offre également des opportunités pour le tourisme domestique, les courts séjours, les groupes, le tourisme sportif, les séminaires et les événements professionnels. La priorité est donc de transformer ces atouts en produits commercialisables : circuits combinés, packages thématiques, séjours bien-être et golf, offres sportives, expériences de découverte et programmation événementielle. Cette structuration doit s'appuyer sur une meilleure coopération entre hôteliers, agences réceptives, transporteurs, sites d'animation, collectivités et organismes de promotion. Pour les entreprises et les bailleurs de fonds, la désaisonnalisation représente un enjeu de performance autant qu'un enjeu territorial : elle améliore l'utilisation des actifs, soutient l'emploi permanent, renforce la rentabilité des établissements et consolide l'attractivité de la destination.

4 Quel rôle la connectivité joue-t-elle dans l'ambition de l'hôtellerie régionale ?

La connectivité joue un rôle décisif dans la compétitivité d'une destination. Chaque liaison aérienne ou terrestre vers Oujda et Nador rapproche l'Oriental de ses marchés émetteurs naturels : la diaspora, les clientèles nationales, les visiteurs européens et, plus largement, les voyageurs en quête d'une expérience méditerranéenne différente. Le renforcement des dessertes, la régularité des fréquences et la lisibilité des itinéraires sont essentiels pour réduire la friction du voyage et faciliter la décision de séjour. La connectivité doit être pensée en articulation avec la stratégie de commercialisation : une liaison ne produit pleinement ses effets que si elle est accompagnée d'une offre lisible, d'une distribution efficace et d'une promotion ciblée. De notre côté, les professionnels doivent être au rendez-vous. Cela signifie renforcer la présence digitale des établissements, améliorer la destination intégrée, en ligne, travailler la réputation et la visibilité de la destination, mais aussi garantir une qualité d'accueil constante et adaptée aux attentes des différents segments de clientèle. La connectivité est donc à la fois une infrastructure et une promesse : elle ouvre l'accès au territoire, tandis que la qualité de l'expérience transforme cette première visite en fidélité.

5 Quel cap pour 2030 ?

À l'horizon 2030, nous voulons que l'Oriental soit reconnu non plus seulement comme une destination estivale prisée des Marocains, mais comme une référence internationale du tourisme balnéaire méditerranéen, attractive du printemps à l'automne et capable de proposer une expérience complète toute l'année. Ce cap repose sur quatre priorités : la modernisation et la montée en gamme du parc hôtelier, l'extension de la saison touristique, la diversification des offres et des produits, l'amélioration de la connectivité, la professionnalisation des chaînes de valeur et l'intégration systématique des exigences environnementales dans les projets. Nous voulons construire une croissance touristique créatrice de valeur pour les visiteurs, les entreprises, les territoires et les investisseurs. Cela implique de mieux structurer l'offre, de renforcer la coopération entre les acteurs et de faire de la qualité, de l'innovation et de la durabilité des voyageurs permanents de la destination. L'Oriental dispose des fondamentaux et des paysages, une culture, une population accueillante, des infrastructures et un potentiel d'investissement. Notre responsabilité collective est désormais de les convertir en une destination lisible, performante et désirable, capable de fidéliser ses clientèles et de s'inscrire durablement dans les grands itinéraires touristiques méditerranéens.

LA VOIX DE LA PROFESSION
ANALYSE DU PRÉSIDENT

La région de l'Oriental porte en elle une identité touristique forte, ancrée dans le littoral méditerranéen, la vitalité de la diaspora et la richesse d'une capitale régionale dynamique. Notre clientèle nationale, 62 % des nuitées, est notre socle de fidélité : elle connaît notre territoire, elle y revient, et elle porte la réputation de notre région.

Saïdia est notre station balnéaire emblématique, inscrite dans les habitudes de millions de familles marocaines. Avec un indice de saisonnalité de 3,67, le plus élevé de la région, elle concentre une demande estivale que nous devons accompagner en capacité et en qualité.

L'association régionale travaille à structurer l'offre, à étendre la saison et à renforcer notre présence digitale pour que l'Oriental devienne non seulement la destination estivale des Marocains, mais aussi une référence internationale du balnéaire méditerranéen.

Youssef Zaki

Président, Association Régionale de l'Industrie Hôtelière Oriental