

GUIDE PRATIQUE · ÉDITION 2026

Tourisme et hôtellerie

Lancer un service IA au Maroc

Identifier les besoins des riads, hôtels et agences, construire une offre claire et décrocher un premier client en un mois.

5 idées de business détaillées, un plan de 30 jours, 8 prompts prêts à l'emploi et la check-list pour lancer votre service dans le secteur tourisme et hôtellerie.



5 idées détaillées

Plan 30 jours

8 prompts IA

Check-list

Ce que contient ce guide

- 01 Le secteur en chiffres
- 02 Les opportunités à saisir
- 03 5 idées de business IA
- 04 Votre plan de 30 jours
- 05 8 prompts prêts à l'emploi
- 06 Check-list et erreurs à éviter
- 07 Cadre légal et exemple illustratif
- 08 Aller plus loin avec AYDI

CE QUE VOUS SAUREZ FAIRE

- Repérer les besoins concrets des petits établissements touristiques
- Choisir une idée de service IA adaptée à vos compétences et à votre budget
- Lancer une offre pilote en 30 jours avec des prompts prêts à l'emploi

Selon l'étude sectorielle AYDI, le tourisme marocain est en forte reprise, porté par la clientèle européenne et par les Marocains résidant à l'étranger, qui représentent près de la moitié des arrivées. La CAN 2025 puis la Coupe du monde 2030 accélèrent les investissements dans l'hébergement et les transports. Mais cette croissance cache des fragilités : saisonnalité marquée, taux d'occupation encore insuffisant hors saison, petits établissements peu équipés numériquement et dépendants des plateformes de réservation.

C'est précisément là qu'un indépendant ou une petite équipe peut apporter de la valeur. Les riads, maisons d'hôtes, restaurants et agences reçoivent chaque jour des demandes en plusieurs langues, doivent décrire leur offre avec précision et fidéliser une clientèle exigeante, sans équipe marketing. Les outils d'IA générative permettent aujourd'hui de produire vite des contenus, des réponses et des supports de qualité, à condition de les relire et de les adapter. Ce guide vous aide à transformer ces besoins en un service rémunéré, réaliste et conforme.

5 idées

de services IA adaptées au secteur

30 jours

pour décrocher un premier client

8 prompts

à copier dans votre assistant IA

Les chiffres et exemples de ce guide sont des ordres de grandeur ou des hypothèses illustratives, pas des promesses de revenus. Les règles citées évoluent : vérifiez-les auprès des autorités compétentes.

Tourisme et hôtellerie au Maroc : où en est-on ?

17,4 Marrivées touristiques en
2024**112,5 Md DH**de recettes touristiques
en 2024**≈ 49 %**des arrivées 2024 sont
des MRE**≈ 51 %**de taux d'occupation
national (août 2025)

L'ESSENTIEL

- Le tourisme pèse environ 7 % du PIB et reste l'un des premiers pourvoyeurs de devises du pays, selon l'étude AYDI.
- La croissance de la fréquentation contraste avec un taux d'occupation encore éloigné du seuil de rentabilité cité dans l'étude, surtout hors saison.
- Les petits établissements et riads sont décrits comme sous-équipés numériquement : c'est là que des services IA simples créent le plus de valeur.

L'étude AYDI décrit un secteur en forte reprise, porté par la clientèle européenne (France, Espagne, Royaume-Uni) et par les Marocains résidant à l'étranger, qui représentent près de la moitié des arrivées. Les grands rendez-vous sportifs, la CAN 2025 puis la Coupe du monde 2030, servent de catalyseur aux investissements d'hébergement et de transport.

Elle souligne aussi la montée des réservations en ligne, du marketing sur les réseaux sociaux et du tourisme d'expérience. Côté offre, maisons d'hôtes, hébergements atypiques et hôtels haut de gamme progressent, tandis que la saisonnalité et la suroffre localisée pèsent sur les établissements moyens.

Les défis relevés par l'étude AYDI

- ☐ Taux d'occupation faible hors saison et forte saisonnalité.
- ☐ Petits établissements peu digitalisés face aux plateformes de réservation.
- ☐ Formation insuffisante du personnel, notamment en langues.
- ☐ Stress hydrique et infrastructures de transport inégales selon les régions.

Source : synthèse de l'étude sectorielle AYDI — <https://aydi.ma/tourisme-et-hotellerie-au-maroc/>

Les besoins que l'IA aide à couvrir

Dans le tourisme, l'IA est surtout utile là où le temps manque : répondre vite et bien aux voyageurs dans leur langue, produire des descriptions précises qui évitent les mauvaises surprises, concevoir des programmes de visite réalistes. Les trois idées ci-dessous s'adressent aux établissements indépendants et aux agences, qui n'ont pas d'équipe marketing dédiée mais reçoivent chaque jour des demandes en quatre ou cinq langues.

Remplir les périodes creuses

Hors saison, beaucoup de petits établissements voient leurs chambres vides et baissent leurs prix sur les plateformes. Ils possèdent pourtant un fichier d'anciens clients et pourraient toucher davantage la clientèle nationale et MRE. Concevoir des offres de saison basse, segmenter le fichier et rédiger des messages adaptés dans chaque langue est un besoin rarement couvert, que l'IA rend accessible à un prestataire seul.

Mieux informer les voyageurs

Les mauvaises surprises naissent souvent d'une information imprécise : accès en médina, escaliers, petit-déjeuner, conditions d'annulation. Des descriptions claires, cohérentes sur toutes les plateformes et traduites correctement réduisent les réclamations et améliorent les avis. Les gérants savent que c'est important mais n'ont ni le temps ni les langues pour le faire. Un service de contenu relu et mis à jour répond directement à ce manque.

Former le personnel en langues

L'étude AYDI relève la formation insuffisante du personnel, notamment en langues. Réceptionnistes, serveurs et chauffeurs ont besoin de phrases utiles à leur poste, pas de cours théoriques. Des modules courts, des fiches bilingues et des dialogues audio préparés avec l'IA, puis animés par un formateur, permettent de progresser vite. Les établissements qui préparent la haute saison ou un grand événement sont les plus demandeurs.

Concevoir des expériences sur mesure

Le tourisme d'expérience progresse : ateliers d'artisanat, randonnées, cuisine, circuits désert. Les agences réceptives et les guides indépendants doivent produire vite des programmes crédibles, avec des temps de trajet réalistes et une présentation soignée. L'IA aide à structurer l'itinéraire et à rédiger le document, mais la connaissance du terrain reste décisive. Un service de préparation de programmes fait gagner un temps précieux aux petites agences.

Cinq services à lancer avec peu de moyens

1

Contenu et réponses voyageurs pour riads et maisons d'hôtes

Rédiger les annonces Booking et Airbnb, répondre aux messages des voyageurs et préparer les guides d'accueil des riads et maisons d'hôtes.

POUR QUI

Riads et maisons d'hôtes de 4 à 15 chambres, propriétaires gérant à distance

PREMIÈRE OFFRE

Refonte d'annonce : 1 500 – 3 000 DH

PREMIER CLIENT

3 à 5 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/service-de-contenu-pour-riads-ia.html

2

Itinéraires et excursions sur mesure pour agences et guides

Concevoir des programmes de voyage personnalisés, des fiches d'excursion et des devis rapides pour agences réceptives, guides et chauffeurs touristiques.

POUR QUI

Agences réceptives, guides et chauffeurs touristiques indépendants

PREMIÈRE OFFRE

Programme sur mesure : 250 – 600 DH par programme

PREMIER CLIENT

3 à 6 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/assistant-de-preparation-d-excursions-ia.html

3

Menus multilingues et QR codes pour restaurants touristiques

Traduire, structurer et mettre en ligne les cartes de restaurants en français, anglais, espagnol et arabe, avec allergènes et explications des plats marocains.

POUR QUI

Restaurants, cafés et rooftops des villes touristiques

PREMIÈRE OFFRE

Carte traduite : 800 – 1 800 DH

PREMIER CLIENT

2 à 3 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/service-de-menus-multilingues-ia.html

4

Campagnes de réservation directe hors saison pour petits hôtels et riads

NOUVEAU

Remplir les mois creux des petits établissements en réactivant leurs anciens clients et la clientèle nationale et MRE par des offres directes ciblées, sur WhatsApp et par e-mail.

POUR QUI

Riads, maisons d'hôtes et petits
hôtels indépendants confrontés
aux mois creux

PREMIÈRE OFFRE

Diagnostic et fichier : 1 500 – 3
000 DH

PREMIER CLIENT

3 à 5 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/relance-reservations-directes-hors-saison-ia.html

5

Modules de langues métier pour le personnel d'accueil hôtelier

NOUVEAU

Former réceptionnistes, serveurs et personnel d'étage aux phrases utiles de leur poste, en anglais, espagnol ou allemand, avec des fiches et des mises en situation préparées grâce à l'IA.

POUR QUI

Hôtels indépendants, riads et
restaurants touristiques avec du
personnel d'accueil

PREMIÈRE OFFRE

Module d'un poste : 2 500 – 5
000 DH

PREMIER CLIENT

3 à 6 semaines

Fiche complète : aydi.cloud/projets/formation-langues-personnel-accueil-hotelier-ia.html

BESOIN D'UN OUTIL PRÊT À L'EMPLOI ?

AYDI met en place vos automatisations IA

Assistants, WhatsApp, documents, tableaux de bord : services.aydi.ma

Découvrir

Du choix de l'idée au premier client

Un rythme réaliste : quelques heures par semaine, une action concrète par jour ouvré.

Semaine 1

Choisir son créneau

- Choisir une idée parmi les cinq fiches et une ville ou une zone précise.
- Lister 30 établissements cibles avec leurs annonces, leurs avis et leurs points faibles visibles.
- Tester les prompts du guide sur deux établissements réels pour mesurer le temps nécessaire.

Semaine 2

Construire l'offre pilote

- Rédiger une offre en une page : problème, livrable, délai, prix.
- Préparer un exemple de livrable (annonce réécrite, offre saison basse, fiche de phrases) sur un cas fictif ou anonymisé.
- Préparer un modèle de devis, de facture et de contrat simple incluant la clause de données personnelles.

Semaine 3

Démarcher

- Contacter 15 établissements par WhatsApp ou en visite directe, avec un exemple concret pour chacun.
- Proposer un pilote à prix réduit en échange d'un témoignage et du droit de citer les résultats.
- Noter chaque objection pour ajuster l'offre et le discours.

Semaine 4

Livrer et mesurer

- Livrer le pilote dans le délai annoncé, avec relecture humaine complète.
- Mesurer un indicateur simple : délai de réponse, réservations directes, satisfaction du personnel.
- Transformer le résultat en étude de cas et relancer les établissements contactés.

CONSEIL

Notez chaque semaine trois chiffres : prospects contactés, rendez-vous obtenus, devis envoyés. Ce sont eux qui annoncent vos premières ventes.

Copiez, complétez les [crochets], vérifiez

1. Réécrire une annonce d'hébergement

Tu es rédacteur spécialisé en hébergement touristique au Maroc. Réécris la description de [NOM DE L'ÉTABLISSEMENT], situé à [VILLE / QUARTIER], à partir des informations suivantes : [INFORMATIONS BRUTES]. Rédige en [LANGUE] un texte de 150 mots maximum, précis et honnête : accès, nombre de chambres, petit-déjeuner, équipements, points d'attention (escaliers, ruelle non accessible en voiture). N'invente aucun équipement ni service. Termine par trois questions à poser au propriétaire pour compléter les informations manquantes.

2. Répondre à un voyageur

Tu assistes la réception de [NOM DE L'ÉTABLISSEMENT]. Voici le message reçu d'un voyageur : [MESSAGE]. Voici les informations validées par l'établissement : [HORAIRES, TARIFS, CONDITIONS]. Rédige une réponse courtoise en [LANGUE DU VOYAGEUR], en 100 mots maximum, qui répond uniquement avec ces informations. Si une information manque, indique qu'elle sera confirmée par l'équipe au lieu de l'inventer.

3. Segmenter un fichier d'anciens clients

Voici un extrait anonymisé du fichier d'anciens clients de [ÉTABLISSEMENT] avec les colonnes : [COLONNES]. Propose une segmentation en 4 à 6 groupes utiles pour des offres hors saison (langue, pays, type de séjour, période de séjour, famille ou couple). Pour chaque groupe, indique l'offre la plus pertinente et le meilleur moment pour l'envoyer. Ne fais aucune hypothèse sur les personnes au-delà des colonnes fournies.

4. Concevoir une offre de saison basse

Tu conseilles [ÉTABLISSEMENT], [NOMBRE] chambres à [VILLE], prix moyen [PRIX] DH la nuit, période creuse : [PÉRIODE]. Propose trois offres de saison basse à valeur ajoutée plutôt qu'à forte remise (par exemple dîner, hammam, excursion, nuit offerte à partir de N nuits), adaptées à [CIBLE : clientèle nationale, MRE, couples, familles]. Pour chaque offre : nom, contenu, conditions, prix indicatif et message d'accroche de 40 mots.

5. Rédiger un message WhatsApp de campagne

Rédige un message WhatsApp en [LANGUE] pour présenter l'offre suivante aux anciens clients de [ÉTABLISSEMENT] qui ont accepté d'être recontactés : [OFFRE]. Ton chaleureux et sobre, 60 mots maximum, une seule question à la fin pour inviter à répondre, et une phrase indiquant comment ne plus recevoir de messages. Pas d'emoji, pas de fausse urgence.

6. Préparer un module de langue métier

Tu es formateur en langues pour le personnel hôtelier. Prépare pour le poste de [POSTE : réception, salle, étage] une fiche de 15 phrases utiles en [LANGUE CIBLE], avec leur traduction en [FRANÇAIS / DARIJA EN LETTRES LATINES] et une indication de prononciation simple. Ajoute deux dialogues courts de mise en situation : [SITUATION 1] et [SITUATION 2]. Utilise un niveau de langue simple, poli et courant.

7. Construire un programme d'excursion

Prépare un programme de [NOMBRE] jours au départ de [VILLE] pour [PROFIL DES VOYAGEURS], centré sur [THÈMES]. Pour chaque jour : étapes, temps de route estimé à vérifier, activité principale, suggestion de repas et d'hébergement par gamme. Signale les étapes où le temps de trajet est trop long pour un rythme confortable. Présente le tout sous forme de tableau, puis en texte de présentation de 120 mots.

8. Analyser des avis clients

Voici les [NOMBRE] derniers avis de [ÉTABLISSEMENT] : [AVIS]. Classe les remarques en points forts et points faibles récurrents, avec le nombre d'occurrences approximatif. Propose trois actions concrètes et peu coûteuses pour améliorer les points faibles, puis rédige une réponse type, sobre et personnalisable, à un avis négatif portant sur [SUJET].

Ne collez jamais de données personnelles de clients (CIN, téléphone, santé...) dans un outil d'IA sans leur accord et sans anonymisation (loi 09-08).

Avant de lancer votre service

- ☐ Votre offre tient en une page avec un livrable, un délai et un prix clairs.
- ☐ Vous avez testé vos prompts sur au moins deux cas réels et mesuré le temps de production.
- ☐ Chaque contenu produit par l'IA est relu intégralement par une personne qui maîtrise la langue.
- ☐ Vous n'inventez aucun équipement, service ou tarif : tout est validé par l'établissement.
- ☐ Le contrat précise qui est responsable des données des clients et comment elles sont utilisées.
- ☐ Les campagnes ne visent que des personnes ayant accepté d'être recontactées, avec désinscription facile.
- ☐ Vous ne vendez pas de séjours combinant transport et hébergement sans agence agréée.
- ☐ Vous disposez d'un statut (auto-entrepreneur ou société), d'un ICE et d'un modèle de facture.
- ☐ Vous avez un exemple de livrable à montrer lors du démarchage.
- ☐ Vous avez défini un indicateur simple pour mesurer le résultat du pilote.

Les 5 erreurs les plus fréquentes

- ☐ Promettre un taux de remplissage ou un nombre de réservations, alors que le résultat dépend de l'établissement et du marché.
- ☐ Publier des traductions automatiques non relues, avec des erreurs qui nuisent à l'image de l'établissement.
- ☐ Utiliser le fichier clients sans vérifier les consentements ni signer de clause de sous-traitance.
- ☐ Démarcher pendant la haute saison, lorsque les gérants n'ont aucune disponibilité.
- ☐ Proposer une offre trop large au lieu d'un livrable précis et facile à acheter.

SE FORMER

Apprenez à utiliser l'IA dans votre métier

Formations pratiques, en présentiel et à distance : formation.aydi.ma

[Voir les formations](#)

Lancer dans les règles

Un service IA pour le tourisme peut démarrer sous le statut d'auto-entrepreneur ou en société, avec ICE et facturation régulière. Les données des voyageurs sont des données personnelles au sens de la loi 09-08 : l'établissement en reste responsable, le prestataire agit comme sous-traitant, et la prospection suppose le consentement préalable des personnes. La vente de séjours incluant transport et hébergement est réservée aux agences de voyages agréées, et les établissements d'hébergement touristique relèvent d'une réglementation propre. Les activités de formation régulières peuvent être soumises à un cadre spécifique. Ces points sont à vérifier auprès de la CNDP, du ministère du Tourisme et de la DGI.

- ☐ Statut : auto-entrepreneur, SARL ou SARL AU selon votre activité et votre chiffre d'affaires.
- ☐ Données personnelles : loi 09-08 et déclarations auprès de la CNDP lorsque nécessaire.
- ☐ Facturation : ICE, mentions obligatoires et TVA selon votre régime.
- ☐ Contrats : un devis signé et des conditions claires pour chaque client.

Exemple illustratif

Exemple illustratif : Salma, ancienne réceptionniste à Essaouira, propose aux riads de sa ville de réactiver leurs anciens clients hors saison. Pour son pilote, un riad de 8 chambres lui confie un fichier de 600 contacts ayant accepté d'être recontactés. Elle le segmente en quatre groupes, conçoit avec la propriétaire une offre de trois nuits avec dîner et rédige les messages en français, anglais et espagnol. Hypothèse : 10 réservations directes à 700 DH la nuit, soit 21 000 DH sans commission, pour une prestation facturée 3 500 DH. Elle utilise ce résultat pour proposer un accompagnement annuel à d'autres riads.

Passez de l'idée au service qui tourne

AYDI BUSINESS GROUP accompagne les entrepreneurs et les PME marocaines dans leurs projets numériques et d'intelligence artificielle.

SERVICES AUX ENTREPRISES

On met en place pour vous

Assistants IA, automatisations WhatsApp, traitement de documents, tableaux de bord : un outil opérationnel, adapté à votre activité.

services.aydi.ma →

FORMATION

Vous apprenez à le faire

Formations pratiques à l'IA pour indépendants, équipes et dirigeants, avec des cas concrets du secteur.

formation.aydi.ma →

COACHING BUSINESS

On vous accompagne

Choix de l'offre, prix, prospection, organisation : un accompagnement pas à pas pour lancer et développer votre activité.

aydi.ma/coaching-business →

PARLONS DE VOTRE PROJET

Écrivez-nous sur WhatsApp

Un conseiller vous répond en français ou en arabe.

WhatsApp

Nos coordonnées

AYDI BUSINESS GROUP SARL

TÉLÉPHONE ET WHATSAPP

+212 648 550 805

E-MAIL

contact@aydi.ma · business@aydi.ma

ADRESSE

Benomar, Porte D, 3e étage, N° 6, rue du Marché,
Maârif, Casablanca

FORMULAIRE DE CONTACT

aydi.cloud/contact.html

SITES

aydi.ma · aydi.cloud

OFFRES

services.aydi.ma · formation.aydi.ma

Guide édité par AYDI BUSINESS GROUP SARL, Casablanca. Contenu informatif, mis à jour en octobre 2026. Toute reproduction commerciale interdite sans autorisation. Retrouvez les fiches détaillées et les études sectorielles sur aydi.cloud.