

Tourisme

Finie la période de grâce

● Les prévisions de croissance mitigées en Europe et la reprise annoncée par certains de nos pays voisins, notamment la Tunisie, devraient faire de 2014 une année compliquée pour le tourisme marocain. L'ONMT rassure toutefois en soulignant que les récentes performances du secteur sont structurelles et non pas conjoncturelles.

« Dès que nos pays voisins auront repris leur activité, nous serons certainement mal en point », telle est la crainte exprimée par certains opérateurs touristiques marocains présents lors de la dernière Bourse internationale du tourisme, tenue à Milan en Italie. La reprise annoncée chez nos concurrents dans le secteur touristique, notamment la Tunisie, inquiète. Beaucoup s'interrogent aujourd'hui sur la résilience du marché marocain ainsi que sur les acquis accumulés par le pays durant ces trois dernières années. En 2013, les indicateurs touristiques ont enregistré une performance distinguée au regard de la conjoncture régionale : le nombre de visiteurs à destination du Maroc s'est apprécié de 7%, après une augmentation de 0,4% un an auparavant, dépassant le cap des 10 millions de touristes avec 46.000 arrivées supplémentaires. « Pourtant, nous sommes en droit de nous demander si le Maroc a véritablement profité de la situation régionale durant ces dernières années. Si nous n'avons pas perdu de terrain, nous n'en avons pas gagné énormément non plus », tempère Saïd Mouhid, président du CRT de Casablanca.

Fin de sursis

La stabilisation que devrait connaître certaines destinations du sud de la Méditerranée durant les prochains mois devrait avoir un impact direct sur les flux touristiques au Maroc. Pour les professionnels, l'équation est simple : tant que la croissance européenne ne reprendra pas à un rythme important, les parts jusqu'ici accaparées par le Maroc sur cette région devront



être partagées au bénéfice de plusieurs autres destinations. La très légère croissance économique attendue en zone euro en 2014 (+0,1 point à 1% selon le FMI) ne permettra certainement pas de relancer l'activité sur les marchés destinataires. Cependant, si certains pays concurrents se stabilisent, ils pourront reconquérir une part de leur

Des efforts doivent être réalisés pour améliorer l'attractivité de la destination.

clientèle perdue durant ces dernières années. « Si pour les 12 prochains mois, il n'y a pas trop d'inquiétude à se faire, la situation risque de changer au-delà. Nous devons être vigilants et plus agressifs dans notre démarche de promotion », affirme Mouhid. Sur ce plan, l'Office national marocain du tourisme

(ONMT) ne semble pas se faire trop de soucis. « Les performances de ces dernières années ne sont pas directement liées aux difficultés de nos partenaires. La raison en est simple : nos voisins font du tourisme balnéaire en all inclusive sur des mers chaudes, nous sommes plutôt sur du tourisme culturel sur bon nombre de nos marchés », explique Jamal Kilito, directeur des marchés à l'ONMT. Pour l'Office, le Maroc ne s'est jamais réellement positionné comme alternative sur ces destinations. Les pertes de flux que ces derniers ont accusé se sont plutôt tournées vers les Caraïbes, l'Espagne ou la Turquie, qui disposent de produits similaires. « Le Maroc a beaucoup travaillé pour se différencier de ses concurrents. Nous capitalisons sur un produit différent et plus performant. Nous travaillons plutôt sur la création d'un besoin différent chez le touriste que sur une vague alterna-

tive ou une désaffection de la part des autres destinations », ajoute Kilito.

Performances structurelles

Autrement dit, les progrès réalisés en nombre de touristes sur des marchés comme l'Allemagne (13%), la Grande-Bretagne (12%), l'Italie (15%), les États-Unis (13%) seraient des progrès structurels. « Peut être que 2 ou 3% de ces performances s'expliquent par un transfert de la part de nos pays voisins, mais tout cela reste marginal », souligne le responsable de l'ONMT. De ce fait, les officiels marocains estiment que la reprise chez les concurrents ne se traduira pas par une perte pour le marché marocain. « Nous ne nous sommes jamais placés dans une logique où nous profiterions de la situation dans les autres pays. C'est un discours que nous ne pouvons pas tenir éthiquement ». En outre, certaines voix estiment que si le Maroc s'était posé en alternative à ces pays, les taux de croissance qu'il aurait réalisés auraient été beaucoup plus importants. « Nous serions allés vers du 30 ou 40% de croissance, mais cette croissance aurait été conjoncturelle et donc plus fragile. Nous sommes aujourd'hui sur une performance structurelle liée à un travail d'amélioration de l'attractivité de la destination », insiste Kilito. En ce début d'année 2014, il reste difficile d'entrevoir des résultats. Reste que les efforts fournis, tant en matière d'aérien que pour la concrétisation de plusieurs projets touristiques, devraient permettre au Maroc de tirer son épingle du jeu. Surtout que pour cette année, l'organisation mondiale du tourisme (OMT) prévoit une augmentation des arrivées internationales de 4% à 4,5%. Cette performance dépasse les prévisions de long terme, tablant sur une hausse annuelle de 3,8% entre 2010 et 2020. Par régions, les perspectives de 2014 sont plus solides pour l'Asie-Pacifique (entre 5% et 6%) et l'Afrique (entre 4% et 6%), suivies de l'Europe et des Amériques (entre 3% et 4% pour chaque région). ●

PAR AYOUB NAÏM
a.naim@leseco.ma