

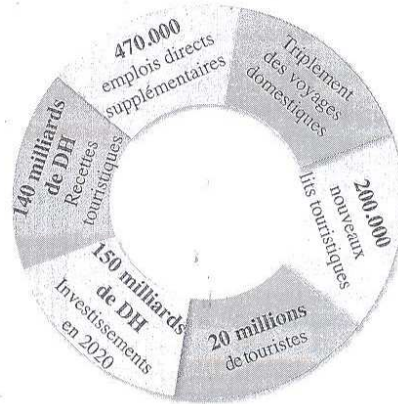
Tourisme: Le Maroc résiste

- L'objectif de 10 millions de touristes finalement atteint
- 100 milliards de DH de recettes globales en 2013
- De nouveaux projets sur les rails pour diversifier l'offre

APRÈS une année difficile à cause de l'impact de la crise, le tourisme commence à retrouver des couleurs. En effet, Lahcen Haddad, ministre du Tourisme, a fait état d'une évolution positive du secteur durant l'année dernière. Et cela, «malgré une conjoncture difficile», comme il l'a souligné lors d'une conférence tenue, mardi dernier, à Rabat. Ainsi, plus de 10 millions de touristes ont visité les principales destinations du Maroc durant l'année écoulée, soit une évolution de 7,2% par rapport à 2012. Ce qui a permis de générer près de 60 milliards de DH en devises, sur les 100 milliards de DH de recettes globales, y compris celles du tourisme interne. Néanmoins, il faut signaler que sur les 10 millions de touristes, près de 30% sont constituées de MRE.



La Vision 2020 en quelques chiffres



Source: Ministère du Tourisme

Lahcen Haddad, ministre du Tourisme, est conscient de l'importance de la présence sur le web. Outre les campagnes virtuelles de son département, il a fait savoir qu'il a dépassé les 15.000 tweets, avec 5.000 abonnés, et sa page Facebook compte plus de 5.000 amis (Ph. Bziouat)

ces contrats-programmes», pour aboutir à la création de huit territoires touristiques cohérents et complémentaires, avec un positionnement spécifique en fonction des atouts de chacun d'entre eux. Au niveau de l'aérien, enjeu majeur à relever pour accompagner le renforcement de l'offre

loppement touristique, se traduira par la mobilisation de 3 milliards de DH pour l'aménagement de cette station. Aussi, d'autres projets ont été lancés comme la cité des loisirs à Tamaouanza à Agadir, le Resort du désert à Dakhla, la station Biladi à Benslimane...

Outre l'offre balnéaire, Lahcen Haddad a également insisté sur la mise à niveau des produits culturels, à travers le lancement de nouveaux projets. C'est dans ce cadre que s'inscrivent les conventions signées avec le Fonds Hassan II, en vue d'obtenir des subventions pour la réhabilitation et la reconversion des ksours et kasbahs en établissements d'hébergement. L'idée est aussi d'aménager une zone touristique à Ouarzazate et le développement des produits touristiques dans la région de Mdiq-Fnideq. □

Mohamed Ali MRABI



E-promotion

EN misant sur Internet pour renforcer la promotion de la destination Maroc, le ministère du Tourisme semble conscient des mutations que connaît le secteur au niveau international. C'est dans ce cadre que s'inscrit notamment la refonte du site web de ce département. Ce portail offre différentes informations en matière de réglementation des activités touristiques. Les dirigeants du ministère de tutelle affirment que ce site devra offrir des e-services au profit des professionnels, pour accélérer le traitement des dossiers. □

Globalement, le secteur touristique a participé l'année dernière à la relance économique du Royaume, notamment en termes de volume d'investissements, qui a atteint 19 milliards de DH, suite aux différents accords signés avec les opérateurs. Parallèlement, «près de 20.000 emplois ont été créés dans le secteur, avec la formation de 13.000 jeunes», a fait savoir le ministre. Haddad semble cependant conscient de l'importance de la mise en place d'une approche décentralisée pour le développement du secteur. C'est dans ce sens que s'inscrit, selon lui, la signature de 15 contrats-programmes régionaux en 2013. Face aux critiques relatives à l'intégration dans ces contrats de projets déjà prévus par les conseils des villes, le ministre a estimé que «l'objectif était justement d'encadrer le déploiement des actions initiées au niveau local à travers

de desserte, Haddad a mis l'accent sur la présence de plus en plus importante de compagnies internationales, dont Rayanair, qui a mis en place deux bases à Marrakech et Fès. A cela s'ajoute la contractualisation des relations avec certains opérateurs de promotion touristique et de tour-opérateurs notamment pour renforcer la présence de la destination Maroc sur le web. Surtout que de plus en plus de touristes privilégient l'acquisition des offres de voyage sur le Net.

Néanmoins, le renforcement de la compétitivité de la destination Maroc repose sur la diversification de ses produits, pour attirer différents segments de clients. Dans ce sens, le ministre du Tourisme a rappelé la signature en octobre dernier d'un accord portant sur la station Lixus. Cette convention liant la CDG, le groupe Alliances et le Fonds marocain de déve-

Tourisme: Les marchés à prendre

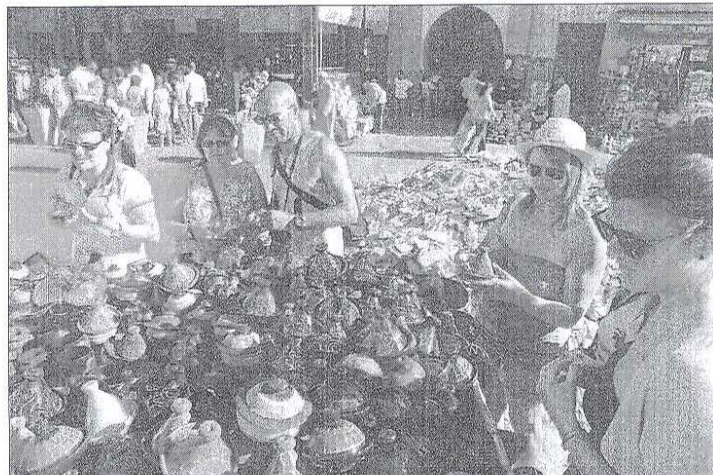
• Après la Russie et la Pologne, la Turquie et la Chine dans le viseur

• Miser sur les touristes ouest-africains

• De nouvelles antennes de l'ONMT au Sénégal et en Arabie saoudite

EN dépit des résultats positifs mis en avant par Lahcen Haddad, le développement du secteur touristique au Maroc reste handicapé par certains dysfonctionnements. En tête, la difficulté à diversifier les marchés émetteurs de touristes. Surtout face à la crise qui frappe l'Europe, dont les ressortissants sont les principaux clients

des destinations touristiques du Maroc. L'ouverture sur d'autres marchés émergents, notamment en Asie, aurait favorisé de meilleures performances du tourisme national. Sur ce point, Haddad a assuré que son département «travaille sur la diversification des marchés à travers le renforcement de la présence sur des marchés comme la Russie, la Pologne ainsi que les pays du Golfe». Il a également souligné que l'ouverture d'une ligne aérienne entre Casablanca et Sao Paulo permettra de drainer un plus grand nombre de touristes du marché brésilien, «qui est plus à notre portée que la Chine». Parallèlement, le ministère du Tourisme veut également miser sur le continent africain, notamment après la tournée royale, qui s'est traduite par la signature d'une série de conventions dans ce domaine. Ainsi, Haddad a mis l'accent sur l'importance des flux qui peuvent provenir du marché ouest-africain, après la décision de supprimer le visa pour les citoyens gabonais. De son côté, l'Office national ma-



Face à l'essoufflement du marché européen, Lahcen Haddad veut s'ouvrir sur de nouveaux pays comme la Russie ou la Pologne. Néanmoins, des marchés émergents comme la Chine et les autres pays asiatiques restent encore loin de la portée du Maroc (Ph. Archives de L'Economiste)

rocaïn du tourisme devra renforcer son action dans le cadre de ce processus, à travers l'ouverture de nouvelles représentations au Sénégal et en Arabie saoudite. Le département de Haddad a également lancé la réflexion autour de la pertinence de mettre en place une nouvelle représentation à Rio de Janeiro ou à Sao Paulo. En outre, d'autres marchés restent encore à conquérir, selon

rels. D'où «la nécessité de faire émerger des destinations balnéaires comme Mogador ou Lixus», a-t-il ajouté. Le ministre a aussi insisté sur l'importance de mettre à niveau et de diversifier l'offre culturelle, à travers le développement de la capacité hôtelière à Tanger et à Tétouan, en plus de l'encouragement des investisseurs pour le renforcement de destinations comme Fès

Les arrivées augmentent, les recettes stagnent!

SI Lahcen Haddad s'est félicité de la hausse du nombre des touristes, cette évolution n'a pas été accompagnée d'une progression des recettes. Celles-ci ont connu une stagnation durant l'année écoulée, à près de 60 milliards de DH en devises. Le ministre a indiqué que son département est en train d'étudier les raisons de ce déphasage entre les arrivées et les recettes. Néanmoins, il a avancé que cela pourrait être dû à la pression exercée sur les hôteliers par les tour-opérateurs qui s'est traduite par une baisse des tarifs. Parallèlement, Haddad n'a pas manqué de pointer les effets de la crise, qui auraient impacté le pouvoir d'achat des touristes, qui ont tendance à dépenser moins lors des voyages. □

le ministre. C'est le cas notamment de la Turquie, ou encore de la Chine. Pour cette dernière, «nous travaillons avec les tour-opérateurs pour envisager la mise en place de voyages combinés». Une pratique courante pour d'autres destinations, avec des séjours regroupant deux ou trois pays.

Par ailleurs, le lancement d'une série de stations dans le cadre de la Vision 2020 ne semble pas être accompagné en termes de promotion, surtout à l'international. Dans les différents salons mondiaux du tourisme, le Maroc continue de proposer essentiellement des produits liés à des destinations comme Marrakech ou les autres villes impériales. Quid alors des autres stations comme Saïdia, Mazagan...? Lahcen Haddad a reconnu que l'évolution du tourisme national est liée à 80% aux produits cultu-

et Meknès. A cela s'ajoute une action sur d'autres niches, notamment le tourisme d'affaires dans des villes comme Casablanca. L'objectif est de «disposer d'une destination qui n'offre pas qu'un seul produit», a noté Haddad.

Par ailleurs, la mise en place d'une taxe aérienne dans le cadre de la loi de Finances 2014 n'a pas manqué de susciter l'ire de certains opérateurs. Cependant, il s'agit d'une pratique en cours dans plusieurs pays. D'autant plus que «100 DH en plus ne devra pas dissuader un touriste de venir au Maroc. Surtout qu'il ne s'agit pas d'une destination low cost», a expliqué Haddad. □

M. A. M.