

Comment le Maroc doit renforcer son positionnement

Quatre destinations à fort potentiel de développement du tourisme d'affaires sont identifiées : Marrakech, Agadir, Casablanca et Tanger. L'Observatoire du tourisme estime toutefois qu'elles doivent renforcer leurs infrastructures, leurs connexions aériennes et consentir plus d'efforts de communication à l'international.

Le tourisme d'affaires a de beaux jours devant lui au Maroc. Selon une analyse de l'Observatoire du tourisme, le développement de l'industrie du tourisme d'affaires dans le Royaume repose sur quatre piliers essentiels, à savoir le cadre de vie qu'offre la destination, l'infrastructure en matière de transport, d'hébergement et de structures de réception MICE (Meetings, Incentives, Conférences, Exhibitions), la richesse culturelle et la portée civilisationnelle en plus des loisirs et divertissements. Pour les experts de l'Observatoire, certaines villes du pays disposent de potentialités jugées importantes pour accueillir les plus grands événements professionnels. Naturellement, ce n'est pas le cas pour toutes les destinations qui doivent encore muscler leur offre et travailler leur positionnement. À en croire l'organisme, les insuffisances devront normalement être complétées dans le cadre de la Vision 2020 qui compte consolider l'offre marocaine à travers la mise en place de plusieurs structures spécialisées dans l'accueil

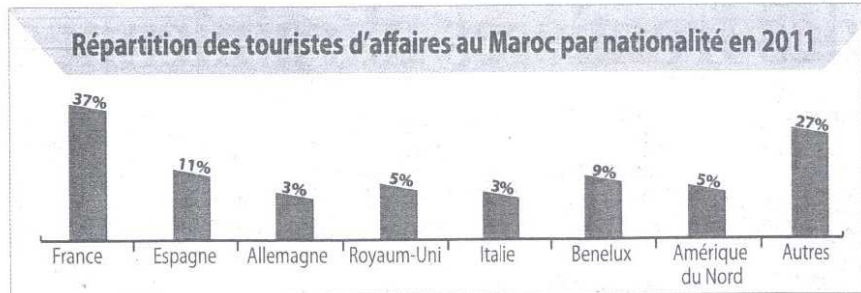
La MICE au Maroc est une niche qui est fortement concurrencée par l'Espagne et la Turquie.

d'événements d'envergure internationale, dont des centres de convention et des espaces d'exposition. « Ces infrastructures hors normes présenteront une architecture unique leur permettant d'être des emblèmes contribuant au rayonnement des villes les intégrant », indiquent les analystes de l'Observatoire. Concrètement, la construction de Marrakech World Exposition Parc et le Parc des expositions de Tanger devront être les premiers fruits de ce chantier. Ils constitueront du coup des arguments forts pour commercialiser Tanger et Marrakech comme des destinations MICE sur un marché international très concurrentiel. D'après les statistiques de l'Observatoire, le Maroc abrite quelque 631 équipements MICE répartis sur tout le territoire. Ils consistent en 287 salles de réunion d'hôtels, 239 salles de conférences, 12 salles de réunions, 54 amphithéâtres, 25 complexes culturels, 4 palais de congrès et 5 autres types d'équipements. L'Observatoire affirme, par ailleurs, que le MICE est une niche

qui est fortement concurrencée, notamment par l'Espagne et la Turquie. « Il faut noter que pour les segments culture, patrimoines matériel et immatériel, circuits et santé et bien-être, le Maroc dispose d'une offre d'un niveau élevé. Ce qui constitue une base forte pour soutenir le segment du MICE, qui, de fait, est un segment intensément concurrentiel », analyse l'Observatoire. Ce dernier qui cite un rapport de l'ICCA (International Congress and Convention Association) indique que dix pays dans le monde reçoivent chaque année le plus de touristes d'affaires. Et ce sont les États-Unis qui pointent en tête du podium, suivis de l'Allemagne, l'Espagne, le Royaume-Uni, l'Italie, le Brésil, la Chine, les Pays-Bas et l'Autriche.

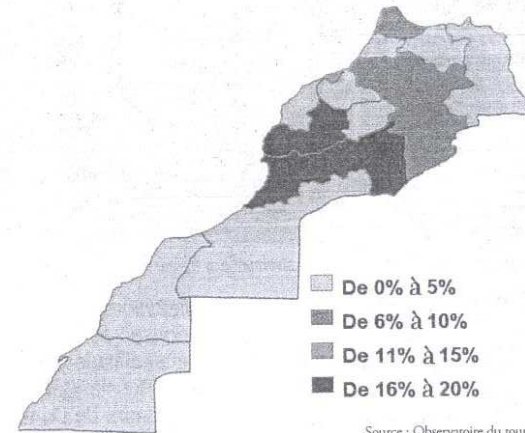
Marrakech, star du MICE

L'analyse de l'Observatoire indique que la cité ocre est « incontestablement » la première destination MICE au Maroc, eu égard à sa notoriété internationale, son patrimoine culturel et son offre d'animations et de loisirs. Sauf qu'avec tout cela, il n'y a pas de quoi pavoiser puisque l'infrastructure MICE de la ville demeure insuffisante pour accueillir de grosses opérations. « Certes, tous les grands établissements hôteliers classés de Marrakech peuvent accueillir des conventions d'entreprises, des séminaires ou autres événements de dimension moyenne, sauf que pour les grands événements internationaux, la capacité est limitée », affirment les analystes de l'Observatoire. Leur argument : le Palais des congrès dispose de près de 1 145 places, le Centre de conférences du groupe Palmeraie de 2 000 et le



Palais des congrès du groupe Mogador de 1 800 places. Avec donc moins de 5 000 places disséminées sur trois sites, Marrakech perd souvent des manifestations au profit d'autres villes comme Istanbul, Barcelone, Dubaï, etc. À cela, il faut ajouter le manque d'organisation, les tarifs souvent trop élevés, la faible régularisation dans l'environnement touristique, les fréquences aériennes insuffisantes et la pression sur les ressources hydriques. Notons que la ville se positionne sur les produits Meetings, Conventions et Incentives. Ses marchés prioritaires sont le national, la France, l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne. À l'instar de Marrakech, Casablanca, poumon économique du pays, peut facilement s'assurer un positionnement sur le tourisme d'affaires. Évidemment, parce que la ville concentre pratiquement toutes les activités industrielles et commerciales et offre, parant, un cadre dynamique jugé « idéal » par l'Observatoire, pour renforcer son positionnement sur le segment MICE. La capitale économique peut s'appuyer sur plusieurs de ses atouts dont sa vocation de siège du tissu industriel et de hub entre l'Afrique et l'Europe, la présence de professionnels du secteur et la disponibilité centre d'expositions et de foires. En plus, la ville disposera de son propre Palais des congrès, actuellement en construction sur la Marina. Toutefois, Casablanca doit absolument consolider quelques incohérences et améliorer plusieurs aspects. Les analystes de l'Observatoire évoquent notamment le manque de synergie entre les différents acteurs du tourisme, l'absence de moyens et de savoir-faire, l'infrastructure d'accueil qui demeure insuffisante, le tissu urbain dégradé et l'offre culturelle encore faible. Dans le Souss, Agadir offre une palette complète d'activités et d'équipements hôteliers susceptibles de séduire les professionnels du monde entier. Pour booster son activité sur le tourisme d'affaires, la ville doit s'appuyer sur sa vocation de destination consolidée au niveau international, son climat attrayant toute l'année, son offre de loisirs variée et son aéroport considéré comme le 2^e du pays en termes d'arrivées. L'Observatoire indique que la ville doit renforcer sa communication internationale sur la destination qui demeure insuffisante. Agadir est aussi fortement orientée tourisme de loisirs avec

Répartition des équipements MICE par région



Source : Observatoire du tourisme

une faible priorité sur le MICE. Elle doit consentir davantage d'efforts pour renforcer ses connexions aériennes. Au nord du Royaume, Tanger se positionne comme un centre d'affaires privilégié, à en croire l'Observatoire du tourisme. « Les infrastructures d'accueil des congrès et des voyages incentives sont bien présentes. Tanger se positionne uniquement sur le produit Exhibitions (potentiel) », relève l'organisme. Comme pour les autres destinations, la ville du détroit devrait soigner son aspect désordonné et renforcer sa capacité et qualité hôtelières mais aussi, et surtout, ses connexions aériennes encore insuffisantes. ■

Saïd Naoumi

Le touriste d'affaires dépense 1 400 DH par nuitée

Si la part des touristes d'affaires par rapport à l'ensemble des TES (touristes étrangers) est faible (seulement 4,4%), ce segment représente néanmoins un potentiel non négligeable, eu égard aux dépenses par nuitée qui est supérieure à la moyenne. Selon l'analyse de la demande de 2011 effectuée par l'Observatoire, un touriste

d'affaires dépense en moyenne 1 400 dirhams par nuitée, contre uniquement 50 DH pour les TES. La même analyse indique que les principales nationalités visitant le Maroc pour un voyage d'affaires proviennent de France (37%), d'Espagne (11%), du Benelux (9%), du Royaume-Uni (5%), d'Amérique du Nord (5%), d'Alle-

magne (3%) et d'Italie (3%). Les voyageurs d'affaires passent en moyenne 5,4 jours au Maroc. Les Anglais sont ceux qui restent le plus longtemps, durant leur séjour professionnel avec une moyenne de 6 jours, suivis des Espagnols (5,4 j), des Français (5,3 j), des Italiens (5 j), et des Allemands (4,4 j).