

## Tourisme/Casablanca

## La destination perd en attractivité

• Infrastructures publiques, transport et hébergement... les maillons faibles

• Les loisirs et le MICE/Affaires font l'essentiel du business

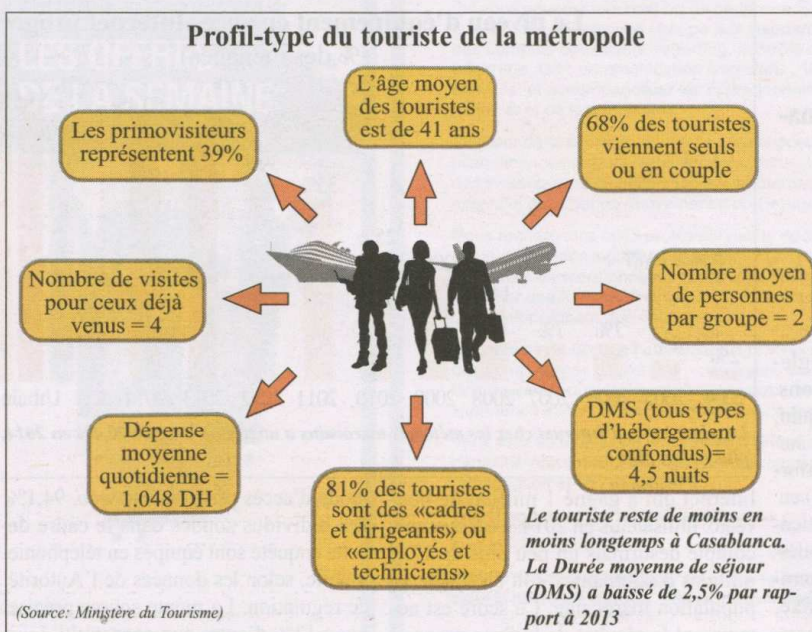
• L'année démarre timidement au niveau national

LE ministère du Tourisme a dévoilé, lundi 8 juin, le profil-type du visiteur étranger de la capitale économique. Si cette «enquête sur la demande et la satisfaction des touristes» a surtout servi à conforter certaines évidences, elle met néanmoins le curseur sur les déficits de l'offre touristique de la capitale économique. D'abord, dans un contexte national marqué par la contraction sur des marchés émetteurs majeurs, l'activité a généré 7 milliards DH dans la région du Grand Casablanca. Ce chiffre est en qua-

### Recul des arrivées sur les 4 premiers mois

EN marge de cette mise au point statistique sur l'activité touristique casablancaise, la tutelle s'est aussi arrêtée sur la situation du secteur au niveau national. Les chiffres confirment une année difficile. Au terme des 4 premiers mois de l'année, les arrivées ont ainsi reculé de 1,5% par rapport à la même période en 2014. Cette contre-performance est notamment relevée auprès des marchés émetteurs traditionnels tels que la France (-8%) et l'Italie (-7%). La forte progression sur le marché allemand (+18%) a toutefois permis de limiter les dégâts, le contexte sécuritaire et les amalgames pesant toujours sur les intentions de voyages. Pour la tutelle, justement, il est hors de question de tomber dans le bradage de l'offre touristique, un réflexe qui pourrait avoir des répercussions importantes sur la qualité et, à terme, le positionnement de la destination. □

si-stagnation par rapport à 2013 (0,6%), et est bien sûr principalement porté par les dépenses des touristes étrangers (3 milliards de DH pour les MRE). Le gros de cette enveloppe est d'abord absorbé par le secteur d'hébergement et restauration alimentation (54%). Dans la structure des motifs de voyages, la destination confirme son positionnement sur



Sidi Abderrahmane, etc.). Du travail est aussi à faire dans l'offre d'hébergement, 7% des touristes interrogés n'ayant pas été satisfaits de l'expérience. Par contre, dans un climat d'insécurité ambiante qui pèse déjà sur les arrivées dans la région, la destination casablancaise maintient de bons acquis. 66% des touristes sondés se disent se sentir en sécurité. La restauration a aussi de bonnes appréciations auprès des touristes étrangers visitant la région. Casablanca parvient également à fidéliser. 76% des sondés ont exprimé des intentions certaines de retour. En 2013, ces projections concernaient un ratio de 83% des interrogés. □

Safall FALL

le segment MICE et Affaires. 24% des touristes qui ont visité le Grand Casablanca en 2014 l'ont fait principalement pour un motif professionnel. Ce chiffre n'était que de 21% en 2013. Le tourisme professionnel talonne le segment Loisirs, qui est resté, en 2014, le motif de voyage pour 57% des sondés. Le segment MICE/Affaires est d'ailleurs «le plus dépensier» dans la destination casablancaise. La moyenne est de 7.389 DH/séjour, pour une durée moyenne de 4,8 nuits.

**7.389 DH/Séjour,**  
c'est la dépense moyenne  
d'un touriste MICE/Affaires pour  
une durée moyenne de séjours  
de 4,8 nuitées

En termes de marchés émetteurs, le segment est principalement alimenté par la France (40%) et les pays du Golfe (21%), ainsi que, dans une moindre mesure, l'Espagne (9%) et l'Amérique du Nord (6%).

L'autre volet de l'enquête a par ailleurs révélé une appréciation globalement positive du touriste étranger vis-à-vis de l'offre touristique casablancaise (72% des sondés). Ce chiffre est toutefois en léger retrait par rapport au score de 2013 (74%). C'est notamment au niveau des infrastructures publiques (8% des sondés), de l'offre de transport (12%) et des activités culturelles (12%) que les plus gros taux d'insatisfaction ont été recueillis auprès des touristes étrangers. Les opérateurs misent sur les nombreux chantiers à venir pour com-

bler ce gap (Marina, Sindibad, le Grand Théâtre, aquarium, parc archéologique

Pour réagir à cet article:  
courrier@economiste.com