

Lahcen Haddad  
Ministre du tourisme

Acquis et enjeux de la stratégie touristique nationale «Vision 2020»

## Haddad fait le point

Dounia Mounadi  
dmounadi@aujourd'hui.ma

Les touristes français boudent la destination Maroc suite aux nombreux événements tragiques qui se sont produits en cette année 2015. A ce titre, M. Haddad a cité, entre autres, les attentats de Charlie Hebdo et ceux du musée Bardo.

Le recul des performances touristiques du Maroc en ce début 2015 est principalement dû à la forte baisse des arrivées des touristes français. C'est ce qu'a dévoilé Lahcen Haddad, ministre du tourisme, intervenant, vendredi 12 juin à la conférence-débat organisée par la Chambre de commerce suisse autour du thème «Quelles perspectives de la stratégie touristique nationale: Vision 2020». Selon lui, les touristes français boudent la destination Maroc suite aux nombreux événements tragiques qui se sont produits en cette année 2015. A ce titre, M. Haddad a cité, entre autres, les attentats de Charlie Hebdo et ceux du musée Bardo.

Par ailleurs, en chiffres, le ministre a fait état de reculs conséquents de 1,5% des arrivées et de 9,2% des nuitées sur les quatre premiers mois de 2015. «Le secteur du tourisme se trouve confronté à plusieurs défis de diverses natures et les intervenants doivent s'unir et resserrer les rangs pour transformer ces défis en véritables opportunités», a souligné M. Haddad. En ce sens, il a jugé important de faire «dynamiser toutes les régions du Maroc pour avoir des pôles d'attraction

portant sur des destinations diverses». De même, l'autre défi à relever reste celui de la promotion de l'aérien pour que le Maroc puisse attirer le maximum de touristes dans les marchés émergents. «Il faut diversifier les sources de nos arrivées touristiques, tout en allant vers des marchés porteurs comme les marchés allemand, anglais, arabe, de l'Afrique de l'Ouest et de l'Europe de l'Ouest», a-t-il indiqué.

Par ailleurs, évoquant les acquis du pays grâce à sa stratégie touristique, M. Haddad a souligné que le Maroc est devenu une destination mature qui a su montrer une forte résilience. «Depuis la mise en place de la Stratégie touristique nationale avec comme objectif de continuer à faire du tourisme l'un des moteurs du développement économique, social et culturel du Maroc, la Vision 2020 est devenue une ambition nationale et une opportunité pour les investisseurs étrangers», a relevé le ministre. Aussi, chiffres à l'appui, M. Haddad n'a pas manqué de rappeler les progrès accomplis dans le secteur touristique qui se propose d'ériger le Royaume parmi les 20 plus grandes destinations mondiales et de

s'imposer comme une référence du pourtour méditerranéen en matière de développement durable. «Des progrès considérables ont été réalisés en matière de capacité litière avec 460.000 lits disponibles depuis 2010, d'emploi avec un total de 50.000 emplois créés depuis 2012 et sur le plan de transport avec le lancement de 200 rotations hebdomadaires depuis 2012», a précisé le ministre. Dans le même sillage, s'agissant des arrivées des touristes, le ministre a précisé que 10,3 millions de touristes ont visité le pays en 2014, soulignant que cette «performance aurait pu être mieux si la conjoncture géostratégique était favorable». Ainsi, en dépit de cette conjoncture, un travail important a été accompli illustrant que «le Maroc est une destination sûre avec des fondamentaux importants». Aussi, d'après lui, «le Maroc est en train de faire une progression malgré tous les événements et les facteurs exogènes qui prévalent dans la région». Sur un autre plan, évoquant la déclinaison de la Vision 2020 au niveau territorial, M. Haddad a rappelé que celle-ci a été concrétisée par la signature de 15 contrats

programmes régionaux (CPR), fruit de concertations au niveau local et qui ont abouti au choix de plus de 1.000 projets qui permettent de matérialiser les positionnements des huit territoires touristiques. «Les efforts commencent à se concrétiser et les résultats sont positifs malgré la conjoncture internationale difficile», a-t-il fait remarquer, avant d'enchaîner que des mutations économiques et géopolitiques plus nombreuses, plus rapides et plus complexes conduisent à changer la perception de l'environnement économique et social et à adopter de nouveaux comportements. Et d'insister : «Il est nécessaire de capitaliser sur la dynamique générée par les nouvelles réalités internationales pour assurer un développement durable de notre secteur et relever ses défis majeurs».

A noter que par la suite, de nombreux intervenants à cette conférence-débat se sont attelés à présenter aux investisseurs et entreprises membres de la CCSM les opportunités offertes par le Royaume en termes d'investissements touristiques et le progrès réalisé dans le cadre de la Vision 2020.