

Grand angle

Tourisme 2015

Le bilan et la stratégie selon L'ONMT

● **Malgré une baisse de 1,1% des arrivées de touristes à fin mai 2015, l'optimisme est de mise. L'ONMT réalise pour la première fois de son histoire des bénéfices, insiste sur la marque Maroc et mise sur de nouveaux marchés.**

Les sorties médiatiques du directeur général de l'Office national marocain du tourisme (ONMT), Abderrafie Zouiten se multiplient depuis quelques mois. Dans un contexte difficile marqué depuis deux ans par plusieurs événements défavorables ayant touché indirectement le tourisme marocain, Abderrafie Zouiten se veut rassurant. Des attentats terroristes de Tunis, Paris, Koweït et Souss, à la montée de l'Etat «islamique» et son idéologie sans compter les polémiques nées d'intolérances visant les libertés individuelles au Maroc, on collectionne les mauvais points. Mais depuis l'arrivée d'Abderrafie Zouiten en 2013, l'ONMT essaie de construire une image positive du Maroc dans le monde même si celle-ci est brouillée par les événements précités. N'empêche, le DG de l'ONMT affirme que jamais la destination Maroc n'a reçu autant de récompenses pendant les années 2014 et 2015.

La marque Maroc récompensée

À titre d'exemple, Marrakech, a été élue destination de l'année 2015 et 6^e destination au monde par TripAdvisor. La chaîne américaine CNN a élu le Maroc dans le top 10



● ● ●
L'Office intensifie ses campagnes de promotion et diversifie ses marchés.

des meilleures destinations mondiales. Pour sa part, le World Economic forum a élu le Maroc comme 3^e pays le plus accueillant au monde. Fès a, elle, obtenu l'oscar du tourisme arabe de la «ville arabe au rythme de croissance la plus important dans le domaine touristique en 2015», selon le centre arabe de l'information touristique. De ce fait, les récompenses pleuvent au rythme du dynamisme de l'ONMT et de ses partenaires. Mais ce dernier doit aussi faire face aux dommages collatéraux des événements externes. Le plus difficile est la baisse d'arrivées aux postes frontières des touristes français qui représentent le plus gros marché émetteur pour le Maroc. En 2014, ils étaient

3.494.000 de touristes français à visiter le Maroc. À fin mai 2015, 1.154.361 français ont visité le Maroc en baisse de 7% par rapport à 2014. Et pour cause, le quai d'Orsay a mis le Maroc dans la liste rouge des pays à risque pour les touristes de l'Hexagone. Et ce, avant même les attentats de Charlie Hebdo. «Une décision aberrante!» selon Abderrafie Zouiten. En attendant le retour du marché français, l'Office se tourne vers d'autres marchés encore plus prometteurs.

Les Allemands et les Anglais sauvent la mise

En effet, à fin mai 2015, ce sont les marchés allemand et britannique qui sauvent la mise. En

comparaison avec mai 2014, les arrivées aux postes frontières se sont appréciées de +17% pour le marché allemand et +6% pour le marché britannique. À fin mai 2015, ils ont été 227.002 Allemands et 252.409 Britanniques à visiter le Maroc. Mais l'objectif pour le Maroc est d'obtenir un million de touristes de chacun de ces deux pays émetteurs d'autant plus qu'ils sont pourvoyeurs de 50 millions de touristes chacun dans le monde. Les arrivées de touristes en provenance d'Afrique subsaharienne, de Chine, de Brésil et des pays du Golfe ont aussi connu des hausses intéressantes d'arrivées évaluées à 11% pour chacune d'entre elles sur la même période. Au final, le Maroc s'en sort avec une baisse totale des arrivées de seulement 1,1%. Même si l'on ne parle pas des recettes touristiques. Mais là, c'est un autre sujet. En tout cas l'ONMT espère tirer profit de tout ce qui peut apporter une valeur ajoutée certaine au tourisme marocain. Cela englobe également le touriste local qui contribue à hauteur de 27% du nombre de nuitées dans les hôtels marocains. Un chiffre intéressant que l'Office veut porter à 35 ou 40% d'ici 2025. Pour ce faire, celui-ci a alloué une part intéressante en terme budget publicitaire à la clientèle marocaine notamment pendant le mois de ramadan avec une campagne estampillée Kounouz Biladi ayant pour objectif de faire découvrir aux Marocains les différentes régions de leur pays. Mais l'attention reste encore portée sur le marché international avec des campagnes à l'instar de «Much Morocco» lancée au Royaume-Uni et d'une autre en Italie, des programmes télévisés en France comme «À la rencontre de...» diffusé sur M6 ou encore le sponsoring de la première radio de France RTL et des météo sur M6, W9 et 6ter sans oublier les campagnes web et presse écrite. Le Maroc a également bénéficié de retombées des voyages de presse organisés pour les journalistes étrangers et des émissions délocalisées ou dédiées au Maroc. Au final, l'ONMT ne lâche pas l'affaire espérant finir l'année en beauté.

L'ONMT fait des bénéfices!

Le budget de l'ONMT ne représente pas encore la norme légale de 3% des recettes touristiques correspondant à 1,8 milliards de dirhams. Avec seulement 300 millions de dirhams de subventions et 380 millions de dirhams de taxe des billets touristiques, l'ONMT arrive à s'en sortir. En effet, la situation financière de l'Office a été en grande partie assainie sachant que celle-ci présentait plus de 500 millions de dirhams d'arriérés de paiement. Pour la première fois de son histoire l'ONMT affiche un résultat net positif de plus de 70 millions de dirhams à la clôture de l'exercice 2014. L'office a également mené une opération de recouvrement de la taxe sur les nuitées d'hôtels de 200 millions de dirhams non recouvrés depuis 2010. Et pour booster le travail des équipes, l'ONMT a décidé d'une nouvelle réorganisation accompagnée d'une modernisation de la gestion des ressources humaines et d'un plan de départ volontaire. Les délégations de l'étranger n'ont pas été épargnées. Un nouveau découpage de ces délégations a été mis en place avec pour objectifs une réduction des coûts et une plus grande efficacité. Enfin, l'office devient une SA plus réactive, surmontant ainsi les contraintes administratives et accompagnant les évolutions du secteur.

PAR **WIAM MARKHOUS**
w.markhous@leseco.ma

Grand angle

La formation hôtelière a son label d'excellence

● La formation dans les métiers relatifs au secteur touristique veut monter en puissance en créant un label d'excellence au profit des établissements publics et privés.

Le Maroc veut disposer d'une formation d'excellence dans le secteur hôtelier. Le ministère du Tourisme a, donc, concocté un procédé spécifique selon lequel les écoles qui répondent aux exigences du cahier de charges pourront proposer une formation de qualité. «Ce chantier permettra de créer des passerelles entre l'enseignement général et les centres de formation sous la tutelle du ministère, et consolidera ainsi les efforts en ma-

tière d'accompagnement du capital humain de la Vision 2020», précise le ministre du Tourisme, Lahcen Hadad. En effet, le taux de satisfaction est aujourd'hui de 73%, et le ministère ambitionne d'atteindre 90%. L'objectif est également de produire des profils qualifiés et dont l'employabilité devrait atteindre à terme les 100%. Pour ce faire, il s'agit d'octroyer un label d'excellence aux établissements publics et privés qui répondent aux critères prédéfinis par

le référentiel d'excellence. À cet effet, le ministère a décidé d'accompagner la mise à niveau de 4 écoles pour un montant de 20 MDH. Concernant les démarches d'octroi dudit label, la première phase consiste en une auto-évaluation de l'établissement du candidat. La commission dédiée se charge par la suite de s'assurer de la conformité des informations. Suite à un audit, la commission attribue un certificat de labellisation pour une durée de 2 ans. Au menu aussi, la

mise en œuvre du parcours collégial professionnel en restauration ainsi que le baccalauréat professionnel en tourisme et hôtellerie. Cette expérience pilote prendra effet dès la rentrée prochaine à Fès et Marrakech et concernera près de 70 élèves. Une convention a été signée entre les ministères de l'Éducation nationale et du Tourisme. Pour ce qui est de la formation, le département concerné a d'ores et déjà sélectionné les formateurs et mise sur l'implication de professionnels.

PAR **MARYEM OUAZZANI**
m.ouazzani@leseco.ma