

ÉVÉNEMENT

Naufrage pour le tourisme

• Tous les marchés émetteurs en chute libre

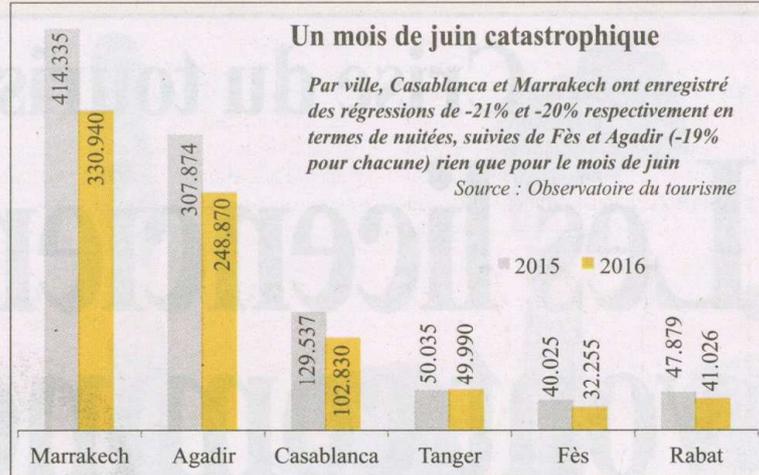
• Les professionnels sollicitent un plan d'urgence

• Des dégraissages prévus et des TO mettent la clé sous le paillason

EN recul depuis deux ans déjà, le secteur du tourisme ne s'est jamais aussi mal porté. La destination Maroc a perdu du terrain en cette période très difficile pour le secteur. Tous les marchés émetteurs, pourvoyeurs traditionnels de touristes sont en chute continue: France (-5%), Allemagne (-7%), Espagne (-2%), Royaume-Uni (-8%), Italie (-5%) pour les arrivées aux postes frontières. En termes de nuitées, indicateur plus parlant pour les hôtels, les baisses sont plus prononcées avec -11% pour le marché français, -21% pour l'Allemagne, -28% pour l'Italie, -11% pour la Hollande, -10% pour la Belgique... En 6 mois, ces marchés ont enregistré des contre-performances sur les arrivées, les nuitées et les recettes. Si le manque à gagner a été compensé par l'augmentation des résidents, qui a permis de rééquilibrer les trois indicateurs, l'activité a tout de même enregistré un sérieux revers. La baisse est, selon le dernier rapport de l'Observatoire du tourisme, de 5% par rapport au premier semestre de 2015 qui était déjà

une année de disette. Le taux moyen d'occupation des établissements hôteliers – véritable indicateur de santé de l'activité – est d'intérêt du gouvernement pour le tourisme. «Nous avons l'impression que le secteur est relégué au second plan d'autant plus que le

destination dans les radars. Un plan et des moyens financiers. Consciente des dangers qui guettent le secteur, la CNT passe à l'action et à la sensibilisation directe du ministère des Finances. Ses membres ont récemment tenu une réunion avec Mohamed Boussaid et ont présenté une série de propositions à la veille de la préparation de la loi de Finances de 2017. D'abord, un budget additionnel de promotion de 300 millions de DH pour financer une action de rupture en faveur de l'ONMT. Cette enveloppe additionnelle financerait des actions



en recul de 6 points par rapport à 2015 et de 8 points par rapport à 2010. Selon les opérateurs, la crise du tourisme est telle que des hôtels envisagent même des dégraissages alors que des voyageurs ont déjà mis la clé sous le paillason. A l'origine de cette débâcle, de nombreuses raisons. Elles sont d'abord conjoncturelles avec la montée de l'insécurité dans la région qui pénalise l'activité touristique et reporte sine die les décisions et budgets voyages. Même si le Maroc n'est pas directement touché par les attentats terroristes, ces événements ont refroidi toutes les intentions de voyage, explique Abdelatif Kabbaj, président de la Confédération nationale du tourisme (CNT). Ensuite s'ajoutent des facteurs structurels, notamment le manque

gouvernement ou du moins ses ministres se désintéressent totalement du secteur, oubliant par exemple que dans une ville comme Marrakech, le secteur représente 80% de l'activité économique», déplore Kabbaj. En effet, ce secteur est un des premiers pourvoyeurs d'emploi, 2e contributeur au PIB national et un des premiers générateurs des ressources en devises... C'est aussi un secteur très capitalistique dont les opérateurs ont fait preuve d'une résilience pendant deux ans. Aujourd'hui, leurs trésoreries sont plus que tendues, indique de son côté Lahcen Zelmat, président de la Fédération nationale de l'industrie hôtelière (FNIH). Pour les professionnels, il faut un plan d'urgence pour atténuer ces incidences et surtout maintenir la

Carte vacances

OUTRE le budget additionnel de promotion, la CNT souhaite aussi accélérer la mise en place des contrats progrès, inspirés des contrats de performance mis en place par le ministère de l'Industrie avec les associations professionnelles. Ces contrats progrès devraient permettre un schéma de collaboration avec les instances représentatives. Ici, les professionnels mettent la main à la poche avec 28 millions de DH à l'horizon 2020. L'Etat est sollicité pour 6 millions de DH qui seront dédiés à la mise à niveau administrative et organisationnelle de la CNT. Le troisième projet proposé par les professionnels au ministère des Finances, la fameuse carte vacances pour encourager les familles marocaines à revenu moyen à consommer le produit touristique national de manière formelle. Cette carte est basée sur une épargne salariale bonifiée par une prime employeur et les professionnels demandent une exonération de l'IS et IR sur la part patronale. Cette exonération sera largement compensée par les taxes de séjour et les TPT. □

dans les marchés émetteurs à même de redonner la confiance dans la destination avec des campagnes testimoniales, actions ponctuelles sur des marchés, grosse communication en parallèle à la COP22... Ce budget aidera aussi au lancement des 30 nouvelles routes aériennes au départ des 9 marchés émetteurs et à la mise en place d'une véritable stratégie digitale. Pour rappel, en 2009 alors que la crise du tourisme n'était pas aussi prononcée, un programme similaire, CAP 2009 avait été mis en place avec un budget additionnel de 100 millions de DH pour la promotion. Le ministre des Finances Mohamed Boussaid répondra-t-il aux vœux des professionnels? Rendez-vous à la prochaine loi de Finances. □

Badra BERRISSOULE



Tourisme: Les TO désertent Agadir



- **Faute de se renouveler, la destination est difficilement vendable**
- **De gros déficits dans la restauration et l'animation**

LE Centre régional de tourisme d'Agadir Souss Massa se targuait, il y a un mois, d'une forte hausse des touristes russes sur la destination : plus de 360% des arrivées entre juillet 2015 et le même mois de cette année. Or, à y voir de plus près, c'est une augmentation en trompe-l'œil. Les volumes sont ridicules. De 1.105 touristes russes en 2015, la destination est passée à 5.180 touristes en juillet 2016. «Les touristes russes qui viennent aujourd'hui à Agadir appartiennent à une clientèle bas de gamme puisqu'ils déboursent en all inclusive à peu près 180 DH et ne peuvent donc pas investir les hôtels 5 étoiles avec leurs faibles moyens», déclare un professionnel de la région. «Les gros TO russes n'envoient pas leurs clients à Agadir parce que le produit ne correspond pas à leurs attentes».

Un secteur, deux vitesses...

IL faut signaler toutefois que le tableau n'est pas si sombre pour tous les hôtels de la ville. Certains s'en sortent très bien car ils appartiennent à des TO dont la force est la technique commerciale et la qualité des hôtels qu'ils proposent à leur clientèle. Hôtels Robinson, Tikida Dunas, Tikida Beach pour exemple. Dans le cas de ce dernier, et depuis qu'il a été rénové, il n'accepte plus les enfants de moins de 18 ans, pour le confort d'une certaine catégorie de clients. Pour les familles avec enfants, le groupe propose le Club Tikida Dunas. Des créneaux mis en place suite à des études, analyses et écoute par des TO qui maîtrisent le marché. Récemment, le président de TUI en personne n'a pas hésité à faire le déplacement à Agadir pour encourager ses équipes et voir les hôtels. □

En fait, il semble que la destination ait atteint ses limites en termes d'atouts. Avec une capacité litière dont près de 2/3 sont délabrés et un produit qui n'est plus compétitif ni de point de vue restauration, ni animation. Un produit vieilli et qui est difficilement vendable au regard de la concurrence dans la Méditerranée. En fait, les opérateurs sont conscients que la grande contrainte à Agadir c'est sa capacité qui bat de l'aile en permanence avec des hôtels en difficulté qui ont mis la clé sous le paillason. C'est le cas des hôtels Kasbah ou Assalam. D'autres établissements sont sur le point de fermer et

d'autres doivent être rénovés pour être commercialisés mais manquent affreusement de moyens à cause des difficultés financières dans lesquelles ils se noient. Pendant ce temps, les responsables locaux et nationaux de tourisme s'emmêlent les pédales dans les stratégies, les visions... «Nous avons tout ce qu'il faut pour être la première destination de la Méditerranée, la sécurité, la situation géographique, le patrimoine culturel... or, il n'en est rien car nous sommes sur la mau-

vaise voie», s'insurge Rachid Dahman, président de la promotion du produit au CRT d'Agadir. «Le tourisme est une industrie, une science, c'est aussi un échange culturel... si aujourd'hui nous sommes classés dernière destination balnéaire de toute la Méditerranée c'est parce que nous n'avons pas de structures de base, ni de fondements, ni de vraie vision», a-t-il déploré. C'est ainsi qu'aujourd'hui, avant de crier à une carence de connexions aériennes, il faut d'abord tra-

vailler en profondeur le produit pour donner envie aux touristes de revenir. Il est aussi question de renforcer le volet restauration et animation. La destination est désormais boudée par les marchés traditionnels français, anglais et allemands, ses vrais piliers. A quel tourisme peut-elle aspirer quand même les nationaux s'y ennuiant faute de prestation de qualité et d'animation à la hauteur? □

Fatiha NAKHLI