

Un essor confirmé en manque de promotion

Le segment présente des potentialités importantes. Les opérateurs commencent à offrir des packs dédiés comme pour Aïd Al Adha mais l'offre reste en deçà des attentes des citoyens marocains. Ces derniers préfèrent les destinations étrangères, notamment l'Espagne, en raison de ses produits compétitifs.

Le tourisme interne continue sur sa lancée. Il a dépassé la part de 30% en termes de visiteurs dans les hôtels classés. Il présente des potentialités importantes qui restent peu ou mal valorisées. Pourtant, il a sauvé le secteur et certaines destinations durant les périodes de crise. Par exemple, sous l'effet du Hirak du Rif, Al Hoceïma qui a été boudée par les touristes étrangers, n'a dû son salut cette année qu'aux visiteurs marocains qui ont permis d'augmenter les arrivées et les nuitées de pas moins de 8%. A cet égard, les opérateurs commencent de plus en plus à s'intéresser à ce créneau, dont la demande est concentrée essentiellement dans l'entrée de gamme ou le moyen standing. Pour Aïd Al Adha, qui coïncide cette année avec le prolongement des vacances, les professionnels ont décliné des packs sur-mesure pour les familles et les particuliers.

«Au fil des ans, nous avons constaté un intérêt des touristes nationaux pour passer des vacances lors de Aïd Al Adha. Certains, pour une raison ou pour une autre, n'observent pas le rituel du sacrifice. Plusieurs hôtels lancent des offres dédiées qui comprennent outre l'hébergement et la restauration des cérémonies de méchoui pour rester dans l'ambiance de l'aïd», souligne Majid Rachidi, gérant d'une agence de voyages.

Par ailleurs, il faut noter que les touristes ont eu beaucoup de difficultés à trouver des réservations d'autant que l'aïd coïncide avec la haute saison.



Le paysage touristique national est doté de destinations exceptionnelles qui restent peu attractives pour les citoyens marocains.

Faute de places disponibles et d'offres adéquates, les touristes nationaux optent pour les destinations étrangères notamment l'Espagne.

Les destinations classiques, en l'occurrence Marrakech et Agadir affichent complet durant la période estivale et arrivent à peine à répondre à toute la demande.

«Les hôtels classés disposent d'un carnet de réservation sur toute l'année. Généralement, les Marocains n'ont pas encore l'habitude de programmer à l'avance leur voyage. Ils optent

à la dernière minute pour leurs destinations et cela peut causer des surprises de taille comme ne pas trouver de places disponibles. Les hôteliers et les voyageurs travaillent fréquemment avec les TO qui négocient un prix très compétitif pour les étrangers. C'est ce qui explique cette différence de tarifs», affirme Rachidi.

Faute de places disponibles et

d'offres adéquates, les touristes nationaux optent pour les destinations étrangères notamment l'Espagne.

En dépit des contraintes liées à l'obtention du visa d'entrée dans le territoire européen qui restent dissuasives pour plusieurs Marocains, le rapport qualité/prix des offres est très compétitif et dépasse de loin ce qui existe au niveau national. Les lieux de divertissement, de loisirs, de restauration sont très nombreux et diversifiés sans oublier les sites de shopping fortement appréciés par les nationaux.

Il faut rappeler que l'Espagne attire en moyenne 300.000 touristes marocains tous les ans avec une croissance annuelle de 5%. Les dates de séjour ne sont pas concentrées essentiellement sur la période estivale mais s'étale sur toute l'année.

Cela représente un manque à gagner important pour les opérateurs touristiques et aussi des avoirs en devises conséquents qui échappent au pays. Alors qu'une partie de ce flux pouvait rester localement.

Pour le département de tutelle, le tourisme interne a besoin d'efforts de promotion importants pour le développer et le canaliser. Les chiffres officiels indiquent que le segment génère pas moins de 34,8 Mds de DH de recettes. Il représente 32% de l'économie touristique et contribue au développement économique des territoires ruraux ou périphériques peu fréquentés par le circuit classique. ■

Une offre dédiée toujours inadéquate

Le touriste marocain ne dispose pas encore d'une véritable offre dédiée impliquant un prix spécifique. Les opérateurs égyptiens ou tunisiens font bénéficier systématiquement leurs ressortissants d'une remise de 50% dans les établissements touristiques nationaux de ces deux pays. Au Maroc, le concept Kounouz Biladi, lancé depuis quelques années, n'a pas encore donné les effets escomptés. Ce programme se base sur les villages de vacances en plein air, l'animation et les loisirs, mais les sites accessibles respectant le développement durable ne correspondent pas aux différents besoins des familles marocaines. L'offre produit des sites touristiques au Maroc qui adopte le modèle standard international ne répond pas en général aux goûts et aux préférences des nationaux. Rares sont les hôtels qui lancent des produits typiques pour les Marocains. Toujours au niveau de l'offre, le pack Kounouz Biladi n'a pas trouvé l'engouement escompté puisqu'il ne concerne qu'une partie des sites touristiques vers des destinations qui ne sont pas très prisées au niveau national. Les prestations fournies par rapport aux tarifs ne correspondent pas le plus souvent au cahier des charges arrêté par le département de tutelle.

C. Jaidani