

Tourisme Le voyageur veut monter en puissance sur le segment Corporate, qui pèse aujourd'hui 25% de son chiffre d'affaires. En 2020, ce segment devrait contribuer à hauteur de 50%. Atlas Voyages met les bouchées doubles également sur le digital. PAR ROLAND AMOUSSOU

Atlas Voyages mise gros sur le segment corporate

Le business du premier tour-opérateur marocain se porte bien. En témoigne le chiffre d'affaires du voyageur, qui est passé de 415 millions de DH en 2016 à 480 millions de DH en 2017. «*La reprise est là. La croissance revient*», confirme Othman Chérif Alami, PDG du groupe Atlas Voyages. Il faut savoir que dans la composition de ce chiffre d'affaires, le tourisme national pèse 50% (c'est-à-dire les Marocains qui consomment des produits Maroc-Maroc ou bien Maroc-Etranger), le segment DMC (gestion, accueil et accompagnement des groupes étrangers qui viennent au Maroc) occupe 25% et le segment corporate (entreprises). Ce dernier segment devrait encore prendre plus d'importance dans les années à venir. «*De plus en plus d'entreprises marocaines commencent à motiver leurs équipes à voyager à travers le Maroc, à aller vers des destinations comme la Turquie, l'Espagne, les Etats-Unis, le Royaume-Uni, en guise de voyage de stimulation*», explique le PDG. «*Le consommateur marocain qui, lui aussi, a subi les conséquences de la crise, veut maintenant se libérer et voyager*», ajoute-t-il. Tous ces bons signaux ont amené le voyageur à d'ores et déjà tabler sur un chiffre d'affaires d'environ 600 millions de DH à fin 2018.

1 milliard de DH de chiffre d'affaires d'ici 2030

Mais, l'ambition d'Othman Chérif Alami pour son groupe, est d'atteindre 1 milliard de DH de chiffre d'affaires à l'horizon 2030. Et le segment corporate aura un rôle important à y jouer. «*Aujourd'hui, le corporate représente 25% de notre chiffre d'affaires, et nous comptons l'amener à*

Othman Chérif Alami,
PDG du groupe Atlas
Voyages.



LE CHIFFRE

600 MDH

C'est à peu près le chiffre d'affaires sur lequel table Atlas Voyages à fin 2018.

50% d'ici 2020. Nous avons l'expertise et il y a la clientèle», assure-t-il. Mais, en attendant, le tour-opérateur met les bouchées doubles pour la saison estivale 2018 et dévoile ses divers packages pour satisfaire sa clientèle. Cette année, c'est

l'Egypte qui représente la destination phare. Ainsi, le voyageur met à disposition de ses clients 3 packages dont un séjour en club 5 étoiles et formule tout compris à Sharm El Sheikh (à partir de 10200 Dhs TTC), et un circuit à la fois culturel et balnéaire avec une croisière de 4 jours sur le Nil et des séjours en clubs 5 étoiles et formule tout compris à Sharm El Sheikh et à Hurghada (à partir de 14770 Dhs TTC). Outre l'Egypte, une kyrielle de choix de destinations estivales est également proposée en Turquie (Antalya, Istanbul), en Europe (Italie, Grèce), en Amérique latine (Brésil), en Asie (Malaisie, Thaïlande...). Pour faciliter le quotidien de ses clients, Atlas Voyages ne ménage aucun effort. Pour cela, le tour-opé-

rateur a misé fort en 2018 sur le digital, mettant en place une plateforme en ligne BtoB et BtoC. Ainsi, selon Jalil Sanad Halim, directeur des ventes, plus de 200.000 hôtels au Maroc et à l'étranger sont disponibles à l'achat par carte bancaire depuis le site du voyageur atlasvoyages.com. Notons que la semaine prochaine, les équipes du voyageur vont lancer deux applications mobiles pour offrir la possibilité à la clientèle de réserver directement sur leur smartphone un hôtel, un voyage organisé, etc. ■