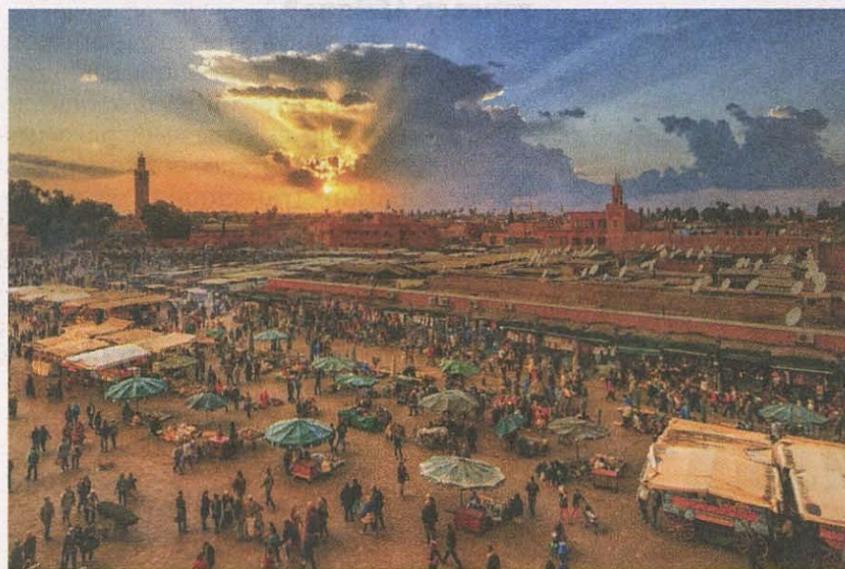


Faillite de Thomas Cook. L'effet domino sur le Maroc

L'objectif contractuel entre Thomas Cook et l'ONMT en 2019 était chiffré à 102.000 clients avec la mise en place en propre de 50.000 sièges aériens charters dédiés exclusivement à sa clientèle britannique et belge. Aujourd'hui, le voyageur avait réalisé 60% de ses objectifs en termes de clients et 90% des objectifs de sièges aériens.



Yassine Saber
y.saber@leseco.ma

Les réactions se suivent et ne se ressemblent pas au sujet de la faillite du voyageur anglais Thomas Cook et son impact sur l'activité touristique au Maroc. Après la mise en place d'une cellule de crise par le ministère du Tourisme marocain, constituée de cadres de cette entité ainsi que des professionnels de la Confédération nationale du tourisme (CNT) et de l'ONMT, ce dernier a rendu public un communiqué où il a apporté des éclaircissements quant à la gestion de cette situation qui intervient à plus d'un mois de la tenue de l'édition 2019 du World Travel Market (WTM) à Londres. Sur ce dernier point, le grossiste en voyages anglais avait déjà conclu une convention avec l'ONMT durant l'édition 2017 du WTM afin d'augmenter les flux anglais de 70.000 à plus de 400.000 à l'horizon 2020.

Le Maroc devrait combler la perte de milliers de clients

Qu'en est-il des répercussions de cette disparition sur les objectifs de ladite convention ? Selon l'ONMT, l'objectif contractuel entre le TO Thomas Cook et l'ONMT en 2019 était chiffré à 102.000 clients, tous mar-

chés confondus, avec la mise en place en propre de 50.000 sièges aériens charters dédiés exclusivement à sa clientèle britannique et belge. «Aujourd'hui, le voyageur avait déjà réalisé 60% de ses objectifs en termes de clients et 90% des objectifs de sièges aériens», explique l'ONMT. Par conséquent, l'arrêt d'exploitation de Thomas Cook, prenant effet ce 23 septembre, met donc fin au contrat liant ce voyageur à l'ONMT. Au titre de l'année 2019, le Maroc risque de perdre quelques milliers de clients à cause de cette situation selon l'ONMT.

Résilience de la destination Maroc : l'ONMT confiant

Déjà, le TO a vu ses parts de marché au royaume se rétrécir année après année, au profit des nouveaux entrants, notamment les tour opérateurs agressifs en ligne. En dehors des objectifs commerciaux, l'ONMT utilise ces grandes marques de la distribution touristique pour communiquer sur les différentes destinations marocaines en direction des touristes potentiels des marchés sources. En 2019, des communications conjointes ont ainsi été réalisées avec Thomas Cook sur les marchés britanniques, allemands, belges ou encore français à travers la marque Jet

tours. Aujourd'hui, compte tenu de la situation, l'ONMT demeure confiant sur la résilience de la destination Maroc à travers le développement de l'activité des compagnies aériennes et celle des autres tour opérateurs, qu'ils soient classiques ou en ligne.

Des plans d'actions pour récupérer les parts perdues

«L'office est également en train de prendre contact avec les

hôteliers réceptifs de Thomas Cook pour étudier, ensemble, les plans d'actions qui s'imposent pour récupérer les parts de marché perdues», précise l'ONMT. En attendant, à fin juillet 2019, les arrivées de touristes étrangers au Maroc enregistrent une hausse de 8,3%. La majorité des marchés étant au vert. Les marchés traditionnels de Thomas Cook, pionnier du voyage packagé, sont aussi en croissance au Maroc avec une augmentation de 10% des flux français, 9% pour le marché allemand et respectivement 8 et 9% pour les marchés du Royaume-Uni et belge. ●