

# Le tourisme culturel rapporte un tiers de plus que le tourisme conventionnel

■ Le Maroc dispose de 216 sites et monuments touristiques et 80 musées ■ En 2018, les sites ont rapporté 180 MDH de chiffre d'affaires ■ Pour valoriser les sites, une stratégie nationale est nécessaire avec l'implication de toutes les parties prenantes publiques et privées.

La 17<sup>e</sup> édition des mardis du tourisme, organisée par OCA consulting, s'est tenue mardi 19 novembre à Casablanca sous le thème : «*Enjeux et défis d'une nouvelle offre culturelle*». Neïla Tazi, présidente de la Fédération des industries culturelles et créatives de la CGEM et présidente de A3 Group, était invitée pour débattre de l'offre culturelle marocaine. Pour rappel, M<sup>me</sup> Tazi est l'initiatrice et organisatrice du Festival Gnaoua à Essaouira tenu pour la première fois de-

puis 23 ans. Le festival a bouleversé le destin d'Essaouira devenue une ville touristique à part entière où les hôteliers bénéficient désormais de touristes toute l'année et l'écosystème de la ville de belles retombées. D'ailleurs, le festival sera inscrit dans le patrimoine immatériel de l'humanité très prochainement. Le dossier sera présenté à l'étude en décembre au Pérou. Aujourd'hui, 40% des touristes dans le monde choisissent une destination à partir de son offre culturelle.



premiers mois de 2019, soit une hausse de 155%. «*Les sites ont rapporté des revenus de 180 MDH en 2018. Ce chiffre d'affaires est en hausse grâce notamment à la hausse des prix des tarifs décidés par Mohamed Laaraj, ministre de la culture, car les prix sont restés longtemps dérisoires*», explique M<sup>me</sup> Tazi. Au regard de l'offre muséale, le Maroc dispose de 80 musées privés et publics dont 14 sont sous la responsabilité de la Fondation nationale des musées. «*Le musée le plus visité est les Jardins Musée Majorelle avec 800 000 visiteurs par an. Le musée privé Saint-Laurent connaît beaucoup de succès et reste un exemple, notamment avec son offre et ses produits dérivés qui manquent de manière criarde dans nos musées nationaux*», déclare celle qui est aussi parlementaire. Pour elle, on parlait jadis de tourisme et de culture. Aujourd'hui, ce sont les secteurs créatifs, quartiers culturels et périmètres à caractère ethnique qui s'imposent. En résumé, on parle désormais de patrimoine immatériel. «*Il faut orienter les politiques publiques pour inscrire une vision pour le tourisme culturel et les industries créatives. Une politique culturelle et touristique durable ne porte ses fruits qu'après 20 à 25 ans (d'après une étude de l'OCDE en 2009). C'est le cas du Festival Gnaoua pour Essaouira. Mais il est nécessaire de mettre la culture dans le fast track*», ajoute-t-elle.

EN TERMES DE FLUX, LES SITES ONT DRAINÉ 1,5 MILLION DE VISITEURS DONT 20% DE CHINOIS DURANT LES 6 PREMIERS MOIS DE 2019, SOIT UNE HAUSSE DE 155%

Ils dépensent, en moyenne, un tiers de plus que les autres. D'où l'importance de la valorisation et la mise en avant de l'offre culturelle marocaine.

**Volubilis : site le plus visité avec 300 000 personnes/an**

«*Le Maroc dispose de 216 sites et monuments historiques classés au niveau national dont 50% sont visités par les touristes. Par conséquent, plusieurs ne sont pas exploités. Au total, 19 sites relèvent du ministère de la culture. Mais beaucoup relèvent encore du ministère des habous, des finances ou de l'éducation nationale. Les sites les plus attractifs sont le Palais El Bahia et les Tombeaux saâdiens, à Marrakech. Le site historique le plus visité n'est autre que Volubilis avec 300 000 visiteurs par an*», déclare M<sup>me</sup> Tazi. En termes de flux, les sites ont drainé 1,5 million de visiteurs dont 20% de Chinois durant les 6

Un changement de législation, l'adoption d'une stratégie nationale, la formation, une fiscalité avantageuse, la lutte contre le piratage et une meilleure protection des droits d'auteur, sans omettre le recours aux partenariats publics-privés sont les principales recommandations du CESE (Conseil économique, social et environnemental) pour améliorer la place de la culture dans l'économie et notamment touristique ■

W.M.