

Les professionnels désenchantés par le marché chinois

■ Les touristes chinois viennent pour la plupart à travers les circuits des villes impériales dans le cadre de destinations européennes ■ Après l'ouverture de restaurants chinois à Casablanca et Marrakech, les ressortissants de l'Empire du milieu installés au Maroc ont acheté des riads à Chefchaouen ■ Ils jouent le rôle d'intermédiaires et écartent les agents de voyages marocains qui délaissent ce marché ou se positionnent sur des niches tels le luxe ou les artistes et les équipes de tournage de Chine.

Après la suppression, en juin 2016, des visas pour les ressortissants chinois souhaitant voyager au Maroc, le nombre d'arrivées a réalisé une hausse exponentielle. En 2018, ils étaient 180 000 à fouler le sol marocain alors que leur nombre ne dépassait pas 10 000 en 2015. Voyageant pour la plupart en circuits touristiques des villes impériales de 5 nuits/6 jours dans le cadre de plusieurs destinations européennes, ces touristes ont été longtemps plébiscités jusqu'à atteindre un certain désenchantement trois ans après le boom. A fin juillet 2019, le nombre de touristes chinois ayant visité le Maroc est de 80 000 soit 2% de croissance par rapport à la période de janvier à juillet 2018. Pourrait-on arriver à ce rythme aux 500 000 arrivées promises par Mohamed Sajid, ancien ministre du tourisme, pour 2022 ? En réalité, ce marché connaît de grands problèmes. Selon Hayat Jabrane, agent de voyages spécialisée dans le marché chinois depuis vingt ans, ce marché est aujourd'hui plombé par l'informel.

Les nouveaux agents de voyages sont chinois

«Avant la suppression du visa, je recevais 17 à 20 groupes de touristes chinois par mois. L'année dernière, j'en ai reçu 4 au total, notamment des artistes, des équipes de TV et des architectes. Le touriste chinois est d'habitude dépensier et ne négocie pas les prix des packages. Lors d'une visite il y a quelques années, un de mes groupes chinois avait dépensé 1MDH chez une grande marque de bagagerie de luxe au Morocco Mall. Mais, dorénavant, les Chinois installés au Maroc jouent le rôle d'agent de voyage. Ils ont leur guide chinois payé en salaire mensuel alors qu'on rémunère l'accom-



UN PROFESSIONNEL TÉMOIGNE : LE CHEF D'UN RESTAURANT CHINOIS À MARRAKECH TRAVAILLE 12H/JOUR ET PASSE LA NUIT DANS LE RESTAURANT SUR LA BANQUETTE

pagnant 1 400 DH la journée, transportent leurs clients via des minibus qu'ils ont eux-mêmes acquis, et ont même acheté des restaurants. Il ne leur manque plus que l'investissement en hôtellerie pour verrouiller complètement ce marché», déplore Mme Jabrane qui tente de se convertir dans les marchés africain et indien. Auparavant, les Chinois payaient les agents de voyages à l'avance avant leur arrivée au Maroc. Aujourd'hui, les délais de paiement demandés par les TO chinois sont situés entre 60 et 90 jours que les hôtels refusent catégoriquement. «Depuis la faillite du TO britannique Thomas Cook, les hôtels craignent de finir avec des ardoises et demandent un paiement à l'avance», remarque-

t-elle. Faouzi Zemrani confirme cette tendance. «Les délais de paiement des Chinois sont de 3 à 6 mois, alors que l'Office des changes exige un délai de 60 jours maximum pour le rapatriement des devises. Au moment où aucun client ne voyage à crédit, les agents de voyages chinois réalisent de la trésorerie à nos frais», ajoute cet agent de voyages réceptif qui a délaissé ce marché faute de rentabilité. Les ressortissants chinois installés au Maroc, jouant le rôle d'intermédiaires, traitent directement avec les hôtels et règlent les factures en cash. L'hôtel accueille ce business à bras ouverts même si le groupe ne passe généralement qu'une nuitée dans chacune des villes du circuit.

Achat de restaurants, de riads et verrouillage complet du marché

Pour Aziz Lebbar, propriétaire du groupe hôtelier Zalargh hotels à Fès et Marrakech, les Chinois paient certes le prix fort par rapport aux autres nationalités mais ne dépensent rien dans l'hôtel. «Les Chinois paient dans un délai de 5 à 6 mois. C'est la raison pour laquelle on travaille avec

les grandes agences de voyages dotées de fonds de roulement conséquents. Les touristes chinois paient, pour leur part, la totalité des frais à l'avance et dépensent peu sur place. Ils ont très peu de cash car tous les paiements se font via leur compte Wechat. Ils n'achètent que de petits souvenirs peu chers», déclare M. Lebbar. A Chefchaouen, ville très prisée par les touristes chinois, des riads et des restaurants sont passés aux mains des investisseurs chinois installés au Maroc. La main-d'œuvre chinoise est connue pour être très rentable et travailleuse. Un professionnel témoigne : le chef d'un restaurant chinois à Marrakech travaille 12 heures par jour et passe la nuit dans le restaurant sur une banquette.

«La ville de Chefchaouen est pleine de touristes surtout après la visite de Priscilla Chan, épouse de Mark Zuckerberg, fondateur de Facebook, qui a posté ses photos à Chaouen sur les réseaux sociaux. Mais le business ne profite guère aux Marocains. Le même scénario s'est produit à Barcelone où les Chinois ont acheté des restaurants et des bazars, accaparant ce marché devenu très fermé», explique Jalil Madih, DG de l'agence de voyages ALM

Business & Luxury travel qui explore pour sa part la niche du tourisme de luxe en provenance de Chine (un réservoir de 20 millions de touristes hyper-riches). Pour Mme Jebrane, le contrôle des intermédiaires chinois doit être renforcé pour que les professionnels marocains et l'Etat puissent bénéficier des retombées de ce marché. «Le Maroc dispose de brigades touristiques qui peuvent contrôler les accompagnants de groupes de Chinois. Il suffit de visiter la Mosquée Hassan II pour voir les cars de touristes chinois arrivant via des ressortissants installés au Maroc, embauchant guides et chauffeurs sans cartes de séjour ni contrats de travail. Il faut que la brigade exige les noms des agences, des vouchers, des licences et des guides agréés... L'absence de contrôle encourage encore plus l'informel qui sévit», clame-t-elle. Résultat : les agences réceptives marocaines sont considérées comme étant chères par les TO chinois (étatiques pour la plupart). Face à une offre d'intermédiaires qui parlent «la même langue», l'affaire est rapidement conclue. Et ce, malgré la signature par l'ONMT d'une convention de co-marketing de 3 ans avec l'agence en ligne chinoise C Trip (qui vise à renforcer les flux des touristes chinois au Maroc).

A noter que seulement 10% des Chinois possèdent un passeport. Soit 150 millions de touristes répartis sur l'industrie mondiale du tourisme dont une grande partie voyageant en Asie. L'ouverture du vol de Royal Air Maroc reliant directement Casablanca à Pékin dès janvier 2020 (avec un total de 47 000 sièges/an offerts à terme) permettra à l'avionneur national de s'octroyer une part du marché. Mais qu'en est-il pour le reste ? ■

W.M.