

WTM-2007 : Le Maroc affiche sa volonté au diapason des mutations

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 15-11-2007 00:29:50

Les responsables et professionnels marocains, présents à l'édition 2007 du Salon mondial du tourisme (WTM) de Londres, ont été unanimes à afficher leur volonté de faire de leur mieux pour être au diapason des changements que l'industrie du tourisme s'apprête à connaître durant l'année 2008.

De l'avis de plusieurs experts prenant part à l'édition de cette année du salon londonien, deuxième bourse mondiale du tourisme après le salon de Berlin, la crise financière qui se profile à l'horizon dans plusieurs pays industrialisés dont la Grande-Bretagne et les Etats-Unis devra jeter son ombre sur le secteur du tourisme, une activité connue pour sa complexité et volatilité.

Le ministre du tourisme et de l'artisanat, Mohamed Boussaid, qui a conduit la délégation marocaine à ce rendez-vous annuel, appelle à la vigilance et à la mobilisation continue pour faire face aux mutations que connaît ce secteur compliqué.

"Il faut rester vigilant tout en anticipant les changements qui pourraient survenir dans ce secteur", a-t-il déclaré à MAP-Londres.

Le ministre, qui a souligné l'importance du marché britannique pour le tourisme marocain, prône le réalisme tout en se disant optimiste quant aux capacités du produit Maroc de maintenir la place de choix qu'il a pu occuper parmi la clientèle britannique.

"Les chiffres que le Maroc est en passe de réaliser en 2007 montrent d'une manière éloquentes la bonne réputation que le Maroc s'est forgée au Royaume-Uni", a-t-il dit, expliquant que le nombre de touristes britanniques se rendant au Maroc devra enregistrer une hausse de l'ordre de 37% en 2007 par rapport à 2006.

Or, a-t-il concédé "on ne peut pas réaliser des taux de croissance de ce niveau chaque année", soulignant que le Maroc "envisage l'année 2008 avec beaucoup d'optimisme".

Le marché britannique, qui émet près de 35 millions de touristes chaque année, reste un marché prometteur pour le Maroc, qui doit, a ajouté le ministre, exploiter toutes les opportunités offertes pour drainer davantage de touristes en provenance de ce pays.

Abbas Azzouzi, directeur général de l'Office national marocain du tourisme (ONMT) partage cet optimisme, tout en appelant à multiplier les contacts pour une diversification des liens de partenariat sur le marché britannique.

"Nous devons diversifier nos liens de partenariat pour mieux cerner le large marché britannique", a-t-il confié à MAP-Londres.

C'est dans cette optique que se sont inscrites les rencontres que le directeur général de l'ONMT a tenues durant le WTM de Londres avec les représentants de plusieurs tours opérateurs irlandais et britanniques dont "Sunway Travel", "TUI-First Choice" et "Thomas Cook".

Ces professionnels ont souligné que le Maroc dispose de plusieurs atouts qui jouent en sa faveur et qui peuvent l'aider à relever avec succès les défis qui se poseront à l'industrie du tourisme durant les mois et les années qui viennent.

M. Azzouzi met également l'accent sur la nécessité de renforcer les destinations marocaines déjà populaires en Grande-Bretagne dont Marrakech, Agadir et Fès tout en essayant de faire émerger de nouvelles destinations.

Le responsable de l'ONMT relève, dans ce sens, que son office va lancer une nouvelle campagne publicitaire plus agressive sur le marché britannique en 2008.

Cette campagne tentera de mettre en relief, à travers des spots et panneaux publicitaires et des articles de presse dans les principaux journaux britanniques, les différentes dimensions et facettes de la ville ocre de Marrakech et ses atouts connus mondialement.

Fès, la plus ancienne des villes impériales du Maroc, sera également présente dans cette campagne, qui tentera de mettre en avant les atouts de la capitale spirituelle du Maroc, notamment sur le plan culturel.

La ville d'Agadir sera, de son côté, mise en valeur non seulement dans sa dimension balnéaire mais également en tant que ville dépositaire d'une culture aussi ancienne que diversifiée.

Dans ce sens, Abderrahim Oummani, président du Conseil régional du tourisme (CRT) d'Agadir, a indiqué que la capitale du Sousse dispose d'un fort potentiel à même de lui permettre de se maintenir en bonne posture sur le marché britannique.

Il a notamment cité la célèbre dimension balnéaire de la ville et l'effort de développement qu'elle connaît notamment au niveau des infrastructures comme facteur qui plaide en faveur de la destination Agadir.

Les professionnels soulignent la nécessité de multiplier les contacts avec les tour-opérateurs, petits et grands, et maintenir les efforts visant une clientèle cosmopolite, le but étant de capitaliser les acquis réalisés et de se prémunir contre les aléas d'une industrie en perpétuel changement.

MAP