

Le CRT de Marrakech organise une série de roadshops en France

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 19-03-2008 00:09:01

Le Conseil régional du tourisme (CRT) de Marrakech organise une série de roadshops sur l'ensemble du territoire français pour faire connaître les atouts touristiques dont recèle la Cité ocre et sa région, a souligné le directeur général adjoint du Conseil, M. Abdelhamid El Hajji.

Ces actions, menées avec tous les partenaires, dont l'Office national marocain du tourisme (ONMT), ambitionnent de conforter la position de Marrakech en tant que premier pôle touristique du Royaume, a déclaré M. El Hajji , lors du Salon "Le Monde à Paris" (MAP) tenu du 15 au 17 mars dans la capitale française et auquel le Royaume était représenté par l'ONMT et les CRT de Marrakech et de Fès.

Après avoir relevé que chaque roadshop sera suivi d'un workshop "be to be" entre les professionnels de Marrakech et leurs homologues français, il a indiqué que le "MAP" a été l'opportunité pour présenter tant aux professionnels qu'au grand public les énormes potentiels et les importantes infrastructures hôtelières dont dispose la Cité ocre.

Le CRT de Marrakech, qui dispose d'un plan d'action "ambitieux", oeuvre désormais à promouvoir et à développer notamment le "mice" (le tourisme des congrès), le tourisme golfique et l'écotourisme, a-t-il ajouté.

M. El Hajji a également fait savoir que selon un sondage réalisé par le Conseil auprès d'un échantillon de 1.000 visiteurs du stand marocain au Salon, quelque 80 pc ont prévu des voyages dans le Royaume durant les trois prochains mois.

Par ailleurs, dans l'optique d'ancrer Marrakech dans le tourisme international, une délégation des autorités locales et des professionnels de la Cité ocre ont eu, le 3 mars à Paris, une rencontre avec les opérateurs touristiques français destinée à l'examen des moyens à même d'accroître les flux à destination de la ville marocaine.

La réunion, qualifiée d'intéressante et de fructueuse, a été l'occasion pour passer en revue l'état des lieux, les tendances du consommateur français et les défis que Marrakech doit relever pour conforter son succès au niveau international.

Le MAP, né de la fusion du Salon mondial du tourisme et du MIT International (Salon mondial des prestataires du tourisme de groupes), a permis aux globe-trotteurs de piocher des idées de vacances et d'escapades dans plus de 300 destinations sur les cinq Continents.

Cette première édition a réuni l'ensemble des acteurs, distributeurs, fournisseurs et professionnels de la filière, dont les offices de tourisme français et étrangers, les tours-opérateurs, les compagnies aériennes et ferroviaires, les établissements hôteliers et les nouvelles technologies.

MAP