

Tourisme: Le Maroc à la reconquête du marché allemand

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 12-03-2010 20:35:42

- **Plus de 150 professionnels du secteur au salon ITB**
- **Berlin-Casa-Agadir reliés par RAM dès juin prochain**

Les professionnels marocains du tourisme étaient en force cette semaine au salon international du tourisme à Berlin (ITB). Plus de 150 opérateurs du secteur, dont une cinquantaine d'Agadir, ont fait le déplacement pour assister à la manifestation qui se clôture ce dimanche 14 mars 2010. A leur côté, le ministre du Tourisme, Yassir Zenagui, et Abdelhamid Addou, DG de l'Office national marocain du tourisme (ONMT). Pour tous, l'évènement est incontournable car c'est la plus grande messe du genre dans le secteur à l'échelle mondiale.

C'est, en effet, la rencontre où il faut être vu, marquer sa présence dans l'échiquier mondial du tourisme, mais aussi relancer ses partenaires et séduire les tour-opérateurs. Le marché allemand, sur ce plan, compte les plus grands du genre qui font le tourisme mondial. Aussi, au-delà de la crise économique actuelle, la restructuration que connaît le marché touristique allemand a de fortes retombées négatives sur l'activité à travers la planète. Et le Maroc n'a pas été épargné. La destination a enregistré au niveau de ce marché une régression en 2009 en termes d'arrivées et de nuitées avec respectivement -2 et -3% comparativement à l'année 2008. Un recul engendré par la baisse de la capacité aérienne suite à la réduction du nombre de charters. En effet, les tour-opérateurs, dans le cadre de leur restructuration, ont réduit en 2009 le nombre de sièges aériens à destination du Maroc de 33%.

Pour reconquérir ce marché, Yassir Zenagui a mis en avant, en présence des acteurs du tourisme allemand, la progression de 7% de la destination en termes d'arrivées tous marchés confondus en 2009 par rapport à 2008. «Le monde traverse la pire des crises et nous continuons à enregistrer une hausse des arrivées. Le plus important c'est que les touristes continuent à venir», a-t-il indiqué à L'Economiste. Le ministre a mis en exergue également la diversité du produit à travers la conjugaison du balnéaire et du culturel ainsi que la proximité du Royaume avec l'Europe. Pour vendre la destination, il a multiplié, au cours de son séjour à Berlin, les rencontres avec les investisseurs et les tour-opérateurs allemands. Dans ce cadre, il a tenu une réunion avec le TO TUI, un des leaders du secteur du tourisme à l'échelle mondiale. Cette rencontre n'est pas sans rappeler le contrat de co-marketing qui avait été conclu en 2005 avec TUI pour drainer sur la destination Maroc, à l'horizon 2010, plus de 500.000 touristes allemands. Aujourd'hui à échéance, le nombre est en deçà de 200.000. Les nouveaux contrats de co-marketing conclus récemment avec des TO, dont notamment FTI, un autre acteur de poids du marché allemand, nouveau sur le Maroc, devraient générer dès cette année une hausse de l'activité. Les objectifs avec FTI sont de 6.000 clients en 2010, précise-t-on du côté de l'ONMT. Avec d'autres tour-opérateurs spécialisés dans le tourisme de niche, ce sont 2.000 à 3.000 clients qui sont escomptés en 2010, poursuit la même source. Ces prévisions, pour l'heure, permettent aux institutionnels d'avancer que le nombre de sièges charters au départ de l'Allemagne augmenterait de 25% l'été 2010.

«Nous arrivons avec du concret»

Dans cette nouvelle dynamique pour drainer plus de touristes germaniques vers le Royaume, Royal Air Maroc (RAM) n'est pas en reste et ce, malgré les turbulences que traverse l'entreprise. «La compagnie poursuit sa politique d'investissement entamée en 2009 malgré la crise», soutient Abderrafie Zouiten, DG de RAM. Selon lui, dès le mois de juin prochain, une liaison aérienne reliera Berlin à Agadir via Casablanca à raison de trois fréquences par semaine. Auparavant, une autre connexion aérienne est programmée entre Munich et Marrakech dès début avril à raison de deux vols par semaine. Une liaison aérienne entre Munich et Agadir est aussi envisagée. En attendant, la programmation RAM sur le marché allemand réjouit le ministre du Tourisme, qui met en exergue que cette annonce constitue l'évènement de la participation marocaine à l'ITB. «Nous arrivons avec du concret», a-t-il lancé lors de la manifestation.

Promotion

L'ONMT mise sur la destination Agadir. Pour booster l'activité, l'établissement a lancé, il y a un mois, une campagne de promotion de la station balnéaire sur plusieurs marchés, dont l'Allemagne. Selon Abdelhamid Addou, l'opération, menée sur plusieurs supports, va durer cinq mois. De l'avis de Guy Marrache, président du groupe Tikida, Agadir continue cependant à souffrir de fréquences aériennes charters au départ de l'Allemagne mal adaptées qui ne permettent pas la multiplication des courts séjours. Pour Abderrahim Oummani, président du Conseil régional du tourisme d'Agadir, c'est la capacité d'hébergement de la station balnéaire qui constitue un frein à son développement, notamment sur le marché allemand. «Beaucoup de TO disent vouloir de nouveaux produits», souligne-t-il. Il y a vingt ans, Agadir était la seule station balnéaire avec l'Espagne à proximité de l'Europe. Aujourd'hui, la concurrence en la matière est rude.

L'économiste