

Les Assises internationales du tourisme:

le Maroc un pôle touristique prometteur

> Fès – Nour-eddine Saoudi et Najib Khalifa

Après Tanger en 2006, l'antique et prestigieuse Fès a accueilli la 7ème édition des Assises internationales du tourisme les 28 et 29 avril 2007, qui fut une occasion de faire le bilan du Plan Azur (2001-2010) et de lancer la réflexion sur un nouveau plan à l'horizon 2020.



Le ministre du tourisme prononçant son allocution

وزير السياحة يلقي كلمته

À l'ouverture des travaux de cette édition, M. Abdelaziz Meziane Belfkih, a lu un message du roi Mohammed VI qui a souligné que «La Vision 2010, qui structure la stratégie touristique du Maroc, est en phase de maturation avancée et en passe de devenir une réalité tangible», après six ans de sa mise en œuvre. Le souverain a également appelé à un « tourisme authentique, propre et responsable, respectant l'homme, la nature et l'environnement ».

Pour sa part, M. Adil Douiri, ministre du tourisme, de l'artisanat et de l'économie sociale, a mis l'accent sur le fait que le secteur, malgré une conjoncture peu favorable, est en voie de réaliser les objectifs du Plan Azur et que le Maroc a fait des avancées dans les domaines réglementaire et législatifs, en matière de renforcement des liaisons aériennes, et au niveau de sa force de promotion à l'extérieur.

Il indiqua, en outre, que le Maroc a atteint la dernière étape et la vitesse finale de ce Plan et que les priorités de l'année en cours sont au nombre de trois : poursuivre la réalisation des grands projets (les stations balnéaires) dans les délais fixés ; se pencher sur le chantier du tourisme intérieur en difficulté, en lançant les premiers appels d'offre de projets touristiques pour les Marocains ; et poursuivre la mise en œuvre des programmes du tourisme urbain et culturel pour 6 villes (Programme Mada'ine).

Cette rencontre a été particulièrement marquée par la signature d'un accord de partenariat entre le Maroc et le groupe allemand TUI, leader mondial de l'organisation de voyages. Cet accord, le second avec ce groupe, vise à faire venir au Maroc 517 000 touristes européens entre 2007 et 2010.

Ce géant allemand comprend un réseau intégré constitué de 79 agences de voyage répandues dans 18 pays européens, de compagnies aériennes, de bateaux de croisières et de chaînes hôtelières.

De même, l'agence Nouvelles Frontières a exprimé sa volonté d'étendre ses projets au Maroc, en inaugurant en 2009 un complexe hôtelier d'une capacité de 200 chambres. Le Maroc intéresse également les leaders français, ACCOR, et espagnol, FADESA ; ainsi que des groupes du Golfe (EAU et d'autres). Sûrement, cet accord et ces projets reflètent la confiance des opérateurs internationaux dans l'avenir du tourisme au Maroc et sont un soutien de sa stratégie dans le secteur touristique.

Des obstacles à dépasser

Toutefois, la réalité du tourisme marocain comporte encore quelques faiblesses. A cet effet, des participants ont fait remarquer que, malgré les efforts déployés à l'endroit du tourisme interne (tant pour les résidents que pour les émigrés) à travers les projets Konouz Bladi et «la carte Assiyahia», la communication et la promotion restent insuffisantes.

Quant au président de la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière, il a souligné que si «le Maroc se vend bien en France, mieux en

Angleterre et en Espagne, sa commercialisation reste médiocre en Italie, en Allemagne et en Scandinavie».

D'autres intervenants ont exprimé leur inquiétude quant à la rareté du personnel hautement qualifié, en soulignant que de nombreux cadres de valeur émigrent en Europe ou vers les pays du Golfe arabe, attirés par de meilleurs salaires.

En outre, on a soulevé la nécessité de soutenir les petits projets touristiques dans les zones montagneuses et arides en vue de contribuer à leur développement économique et social ; d'octroyer un intérêt particulier pour la préservation de l'environnement dans le cadre d'une politique de développement durable ; et œuvrer pour l'amélioration du produit touristique et sa commercialisation.

Il est noté que le Plan Azur est la concrétisation d'un contrat-programme sur 10 ans (2001-2010) entre les secteurs public et privé, visant à attirer 10 millions de touristes et à atteindre une capacité hôtelière de 200 000 lits grâce aux efforts du secteur privé (national et étranger).

Le magazine Tourisme Islamique s'est distingué lors de cette importante manifestation par sa participation aux débats et par la distribution d'exemplaires de ses numéros qui furent appréciés par les participants. ■