

SPÉCIAL TOURISME

Moroccan Travel Market - MTM 2009 -

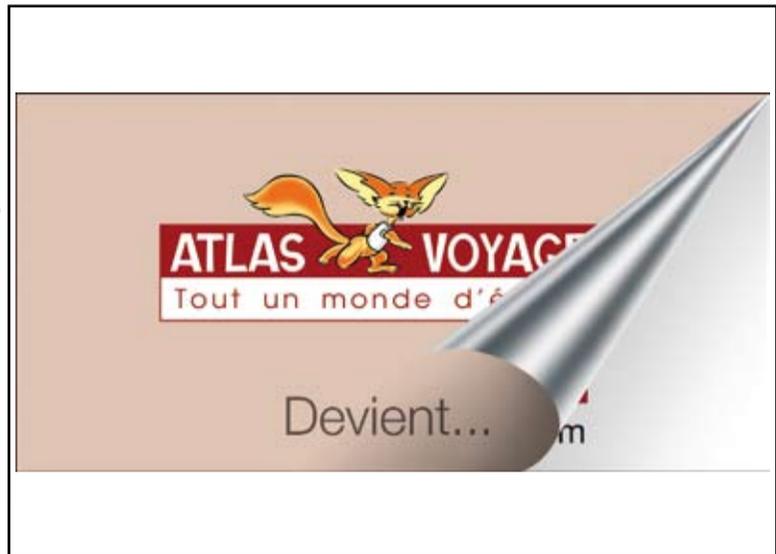
le Canard Libéré



Journal satirique marocain paraissant le vendredi

Deuxième année - Édition spéciale - jeudi 15 janvier 2009

Directeur de la publication : Abdellah Chankou



CHOISISSEZ LE PAYS DE LA TASK FORCE
ET DU COUSCOUS AUX GROSSES LÉGUMES...

MAROC PACKAGE



ZEMRANI ÉJECTÉ

**Les agents
de voyage
font
leur Crise**

MTM

**La sauce
Rahal
commence
à prendre**

MAIN D'ŒUVRE

**Le tourisme
national
au pied
du mur**

CAP 2009

**Crise :
Comment
amortir
le choc**

Un tourisme très discret

Une énigme a besoin d'être résolue. Alors que le nombre de passagers a augmenté tout au long de 2008 de 7% par rapport à l'année précédente, notamment sur Marrakech, le nombre de nuitées dans les hôtels classés a suivi une courbe baissière. La question qui se pose : où descendent ces voyageurs étrangers ? Du moment qu'ils ne se volatilisent pas, ils se rendent bien quelque part. Vivent-ils chez l'habitant ? Où dorment-ils à la belle étoile ?

Un opérateur marrakchi privilégie, lui, la piste d'un autre type d'hébergement : les appartements qui se sont multipliés au cours de ces

dernières années. Les tenanciers de ces meublés captent de plus en plus une clientèle qui préfère ce type d'hébergement pour plusieurs raisons. D'abord la modicité du prix. Pour 1 000 Dh la nuit ou même moins, le «touriste» se voit proposer une maison avec salon, deux chambres, cuisine, salle de bains et même une femme de chambre. Une telle formule permet aussi à ses adeptes d'échapper aux contraintes de l'hôtellerie. Possibilité d'agir à sa guise en organisant des soirées et d'inviter des amis. Le tout à l'abri des regards indiscrets. D'où l'image de cité ouverte à la pédophilie et la prostitution des mineurs qui colle à la peau de Marrakech. Il en va de même

des riads dont le nombre dépasse 1000 unités. Là aussi, la plupart échappent au contrôle en ne déclarant pas tous les touristes qu'ils hébergent avec tout ce que cette pratique suppose comme évasion fiscale.

«Il faut que les autorités puissent nous dire où vont les passagers qui ne vont pas dans des hôtels, explique un hôtelier. Pour cela, il convient de demander aux touristes au moment de leur arrivée à un poste-frontière national de mentionner le lieu où ils comptent résider. Avec une telle indication, on pourrait au moins avoir une idée sur leur lieu de séjour chez nous».

Vision 2020

C'est un cabinet américain du nom de Booz Allen Hamilton qui a été retenu pour mettre en place la vision 2020 du tourisme marocain. Un cabinet spécialisé dans la réflexion stratégique, organisation et technologies de l'information. Ce cabinet, fort de 19.000 collaborateurs dans le monde et un chiffre d'affaires de 4 milliards de Dollars, a déjà sévi au Maroc. C'est lui qui a accom-

pagné l'ANRT dans la libéralisation du fixe. Les études de Booz Allen Hamilton ont été fondées essentiellement sur la croissance soutenue du tourisme mondial et les nouvelles opportunités et relais de croissance qu'il peut générer.

Mais que vaut la feuille de route de ce cabinet à la lumière de la crise internationale qui frappe de plein fouet l'industrie des loisirs ? L'étude Booz ? «Baz»!

Les Français n'ont pas le moral

Le moral des Français est au plus bas. Sur l'année 2008, l'indice de l'Insee qui mesure la confiance des ménages hexagonaux a chuté de 14 points, du jamais vu depuis la période 94-95, qui suivait la dernière récession économique en France. À cette époque, l'indice avait reculé de 22 points. Le repli de la consommation avait suivi. L'an dernier, le niveau de consommation n'a pas dépassé le point de croissance et ne devrait pas faire mieux cette année. A priori, la demande de voyages devrait suivre la même courbe, les loisirs étant connus pour être le premier poste de dépense sacrifié sur l'autel des économies. Selon un sondage Ifop, les Français seraient d'ailleurs 44 % à renoncer ou réduire leurs voyages ou vacances. Heureusement que Sarkozy, lui, n'arrête pas de voyager...

Les nationaux sauvent Marrakech

Les statistiques touristiques de Marrakech de janvier jusqu'à fin octobre 2008 font ressortir une bonne performance des hôtels 4 étoiles (+5%) et une un recul des établissements 5 étoiles (-10%) par rapport à la même période. Pour le même exercice, la cité ocre a enregistré une baisse de plusieurs marchés : français (-14%), britannique (-12%), belge (-14%) et italien (-10%). Ces nationalités représentent 78% du total des nuitées des non-résidents réalisées à Marrakech. En revanche, les nationaux (+12%) se sont bien comportés, contrebalançant la désaffection relative des touristes étrangers. Dommage que les nationaux paient en dirhams.

Régional Airlines s'offre à Air Arabia

Les capitaux arabes ne s'intéressent pas seulement au foncier marocain. Ils visent désormais le transport aérien national. D'où le rapprochement entre Air Arabia, transporteur aérien à bas coût du Moyen-Orient fondée en 2003, basé aux Emirats Arabes Unis et Régional Airlines, première compagnie privée du Royaume depuis 2004. Par ce rapprochement, Air Arabia veut saisir l'opportunité d'en-

trer dans les marchés de l'Afrique du nord et de l'Europe du sud qu'elle juge en plein essor.

En vertu de cet accord qui donnera naissance à une nouvelle entité opérant à partir d'un nouveau hub à Rabat, Air Arabia prendra le contrôle de Régional Airlines qui fonctionnera désormais sur le modèle de gestion de son nouvel associé. Le management de la compagnie marocaine ne serait-il pas vendable ?

La FNT en conclave

«Agissons ensemble», c'est le slogan choisi par la FNT pour son congrès à Marrakech du 15 janvier. Une journée-débat qui se tient en parallèle avec le MTM et dont l'objectif est de mobiliser les professionnels autour des chantiers importants du secteur surtout que le fond de

l'air est à la crise. Plusieurs personnalités prendront la parole à cette occasion dont le ministre du Tourisme Mohamed Boussaïd, le président du Club Med Henri Giscard d'Estaing et l'ex-patron de la RAM Mohamed Berrada. Pour joindre l'utile à l'agréable, Marrakech reste indétrônable...



Agadir veut voler plus haut

«Le transport aérien reste le nerf de la guerre», déclare Abderrahim Oumani, président du CRT d'Agadir. Il ajoute : «La capitale du Sous a fini l'année 2008 avec une contre-performance de -2,83% par rapport à 2007, mais je le dis et je le répète, 2009 sera difficile, il faut une mobilisation de tous pour atténuer les effets de la crise».

Pour M. Oumani, le transport aérien est capital: on beau dépenser de l'argent en promotion et en conquête de nouveaux marchés, si on ne fait rien pour chercher les touristes là où ils se trouvent, il est impossible d'augmenter les flux touristiques en direction du Maroc. C'est conscient de cette réalité que les res-

ponsables gadiris du tourisme ont cherché des sièges d'avions en dehors de Royal Air Maroc et de sa filiale Atlas Blue.

Depuis novembre 2008, Agadir est desservi par la compagnie Rayanair à raison de deux vols par semaine : Londres / Agadir et Marseille/Agadir. Le taux de remplissage des avions est prometteur. Les négociations sont en cours avec deux autres compagnies low cost: EasyJet et l'irlandaise Jet2.com.

En effet, Agadir a besoin de faire venir des touristes de Berlin, Varsovie, Genève, Milan et Moscou. Les professionnels locaux soupçonnent depuis longtemps une main invisible qui cherche à couper les ailes de la cité balnéaire



www.atlasvoyages.com

Et de 8 millions pour le Maroc !

La veinarde 8 millionième touriste est de nationalité française, elle est arrivée mardi 6 janvier à l'aéroport Ménara de Marrakech. À la rencontre de celle qui s'est vue offrir trois séjours à titre gracieux au Maroc, un grand comité d'accueil composé du ministre du Tourisme Mohamed Boussaïd, du Wali de la région Mounir Chraïbi et du directeur de l'ONMT, Hamid Addou. Bravo! On ne savait pas que le ministère du Tourisme était doté de services secrets aussi redoutables: ils sont arrivés, malgré la crise, à identifier le voyageur qui a permis au Royaume de franchir le cap des 8 millions de touristes. Parions que ces fins limiers connaissent déjà le nom, le sexe et la nationalité et même les goûts du 9 millionième touriste

et l'aéroport où il compte débarquer. Le 7 millionième, c'était un Belge, arrivé à l'aéroport de Fès. Le voyageur, grâce auquel le pays bouclera sa vision de 10 millions de touristes en 2010, a d'ores et déjà décidé de passer ses vacances chez nous et il rentrera certainement par le port de Tanger...

La vision 2010 a décidé des allures de voyage...



La Mamounia toujours en chantier

Cela fait plus de 18 mois que la Mamounia a fermé ses portes pour rénovation. Les travaux de mise à niveau ont coûté jusqu'à présent la bagatelle d'un milliard de DH, une enveloppe appelée à augmenter vu que le chantier est toujours en cours, la réouverture étant prévue pour avril 2009. Le chantier a occasionné aux riverains une flopée de désagréments dont la fermeture d'une route qui mène à la médina de Marrakech.

Le principal actionnaire du palace n'est autre que l'ONCF avec plus de 60% du capital contre 25% pour la ville de Marrakech et quelque 10% pour la CDG. Ces deux derniers actionnaires ne sont pas tenus informés des décisions prises par le président du conseil d'administration Mohamed Rabie Lakhli ne se donnant pas la peine de consulter ses partenaires. Le train-train, quoi!

L'homme-orchestre

Le tourisme marocain a trouvé son homme-orchestre. Othman Chrif Alami, président de la FNT, instance qui a failli tomber entre les mains de Aryn Alami et ses amis, a réussi en peu de temps à donner du relief à la fédération avec le concours de son colistier Ali Ghannam. Homme de terrain, visage souriant, le patron de Atlas Voyages déborde de dynamisme. Toujours en première ligne quand il s'agit de défendre la cause du secteur, jamais en retrait pour pousser la réflexion plus loin. Ceux qui ont appris à le connaître savent que M. Othman Alami est une boîte à idées. Innover pour avancer, c'est sa devise. En professionnel lucide, il connaît les faiblesses du tourisme national et les actions à entreprendre pour le hisser à la hauteur des ambitions de chacun.

Diriger une fédération dont les intérêts des membres sont souvent contradictoires n'est pas chose facile. Mais le président a ceci de particulier qu'il sait arrondir les angles, rapprocher les points de vue sans jamais céder au défaitisme.

Président de Alisith (l'association des anciens lauréats de l'institut du tourisme de Tanger), élu récemment patron de la commission marketing du Wac, Chrif Alami est sur tous les fronts au point que ses amis se demandent où il prend tout ce temps...

C'est un secret qu'il ne veut partager avec personne... ■

*Enfin le premier guide complet
du tourisme national*

REPertoire OFFICIEL
DU
TOURISME
MAROCAIN
2008 - 2009

Bientôt
disponible sur 5 supports



Pour plus d'informations : www.rotm.ma
Tél. : +212 (0) 22 23 43 10 / (0) 22 39 71 06
Fax : +212 (0) 22 36 57 31 / (0) 22 65 98 78
E-mail : contact@serchan.ma

Une publication de la

F.N.T.
فدرالية الوطنية للتسيمة
Institut national de tourisme

Réalisée par

SERCHAN Editions
Presses & Communication

THE TASTE OF BON GOÛT



RESTAURANT L'ORANGERIE

SAVEUR MAROCAINE ET FRANÇAISE

SOFITEL MARRAKECH IMPÉRIAL HÔTEL & SPA

RUE HAROUN ERRACHID - QUARTIER HIVERNAGE - 40 000 MARRAKECH - MAROC

TÉL. : (+212) 24 42 56 00 - FAX : (+212) 24 42 05 05

E-MAIL : H3569@SOFITEL.COM - WWW.SOFITEL.COM



S O F I T E L
LUXURY HOTELS

Life is Magnifique

DE VISION 2010 À CAP 2009

La crise mondiale qui frappe le pouvoir d'achat des ménages n'a épargné aucun secteur y compris le tourisme. Au Maroc, les professionnels privés et les acteurs publics misent sur Cap 2009 pour maintenir la tête hors de l'eau.

LA CRISE A
INTÉRÊT À
SURVOLER
LE MAROC



La vision 2010 a été rattrapée par la crise. Place à «Cap 2009» et à l'équipe de Task force associant professionnels privés et acteurs publics. Une sorte de plan d'urgence à court terme dont les mesures ont été dévoilées le 23 décembre à Casablanca. Une réponse collective à une menace qui se profile à l'horizon. La désaffection touristique en ces temps de morosité ambiante. Du coup, tout le monde est appelé à mettre la main à la pâte : hôteliers, agents de voyages restaurateurs, transporteurs touristiques, Observatoire du tourisme, Fédération nationale du tourisme (FNT) et les Centres régionaux du tourisme (CRT).

gements à son égard. Comment réussir le pari de Cap 2009 ? En maintenant à coup de mobilisation communicationnelle et promotionnelle l'attractivité du produit Maroc par rapport à la concurrence. Il s'agit aussi d'entretenir la dynamique de la fréquentation sans être obligé de casser les prix. Mais comment attirer des touristes dans un contexte de crise où les touristes sont moins nombreux qu'en temps de prospérité ? En fait, nous sommes dans une conjoncture complexe dont il est difficile d'évaluer avec précision la durée et les conséquences. Mais pour le ministre du Tourisme Mohamed Boussaïd, il faut tout entreprendre pour maintenir un taux de croissance de l'ordre de 7% pour 2009. Histoire de recevoir à cette date le 9 millionième touriste et le 10 millionième en 2010.

visager l'avenir en rose sans broyer du noir. Or, selon un hôtelier d'Agadir, la période d'hiver est déjà compromise, reste la saison estivale qui, espère-t-il, sera moins catastrophique.

Pilotage

Les intentions sont bonnes, les idées excellentes. Les discours suintent d'optimisme. Mais les résultats escomptés par les uns et les autres, à savoir s'en tirer sans grand dommages collatéraux, sont tributaires de l'efficacité de l'opération de pilotage de la Task Force.

Une mobilisation jamais réalisée auparavant alors qu'elle doit être permanente crise ou pas crise. Cette Task Force n'est en fait qu'une gestion concertée du tourisme national entre les acteurs institutionnels et les opérateurs privés. Une démarche participative qui a longtemps manqué à ce secteur stratégique miné par les divergences et dissensions corporatistes. Comme quoi, il n'est jamais trop tard pour remiser les couteaux et élargir l'assiette de la bonne coordination. ■

Ahmed Zoubair

NUL N'EST TOURISTE EN SON PAYS

Quand les touristes étrangers se font rares, c'est la tristesse qui s'abat sur un pays. La machine s'arrête d'un coup : les chambres sont moins fréquentées, les pourboires se font rares, le personnel se tourne les pouces et le patron envisage le pire. Mais vers qui se tourner pour contrebalancer le poids de ces passages à vide ?

En temps de crise, le tourisme domestique peut un brin pallier une baisse des recettes grâce à une élite qui peut se permettre des week ends dans l'hôtellerie classée. Mais rien n'a été prévu pour les familles marocaines dont le pouvoir d'achat ne les qualifie guère à recourir à l'offre touristique dominante.

L'absence de formules de voyage adaptées à leurs budgets en termes notamment d'hébergement continue à couper les opérateurs du secteur d'une manne certaine. Le Plan Biladi a été justement conçu pour répondre aux besoins du touriste national mais il ne sera disponible qu'en 2010.

En attendant, le tourisme interne, contrairement au tourisme international de séjour (TIS), est loin de générer des voyageurs à flux tendus qui débarquent tous les jours aux portes des différents aéroports du Royaume, faisant travailler tous les prestataires de service : hôtels, agents de voyages, transporteurs touristiques, guides, bazaristes. Et puis, il y a la devise qui rentre au pays grâce aux voyageurs étrangers. Nul n'est touriste en son pays... ■

Budget

Les CRT sont appelés à promouvoir leurs régions respectives à travers des actions ciblées comme l'organisation d'éducteurs au profit de la presse étrangère spécialisée et les tours operators. Même l'ONDA s'est associé à cet effort de salut touristique en réduisant de moitié les redevances aéroportuaires, histoire d'inciter de nouvelles compagnies à développer de nouvelles lignes aériennes en direction du Maroc. L'objectif est d'anticiper les effets du marasme qui commencent à toucher l'industrie nationale des voyages.

À cet effet, un budget supplémentaire de 50 millions de DH a été débloqué par le ministère de l'Économie et des Finances pour amortir le choc de la crise que tout le monde redoute. Concrètement, il s'agit pour le Maroc de défendre ses positions dans les marchés traditionnels surtout que les TO peuvent déprogrammer la destination Maroc ou réviser à la baisse leurs enga-



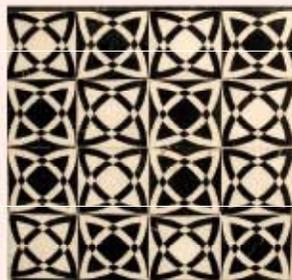
L'art de vivre *by* Golden Tulip



GOLDEN TULIP FARAH
CASABLANCA

C'est toute l'âme d'une ville, tout l'esprit Art déco et néo-mauresque qui reprend vie dans l'hôtel Golden Tulip Farah Casablanca. Une fusion savante d'avant-garde et de tradition, entre des formes épurées et des références décoratives, qui incarne tout l'art de vivre d'une époque où l'élégance se conjugait à la sobriété et l'originalité au raffinement.

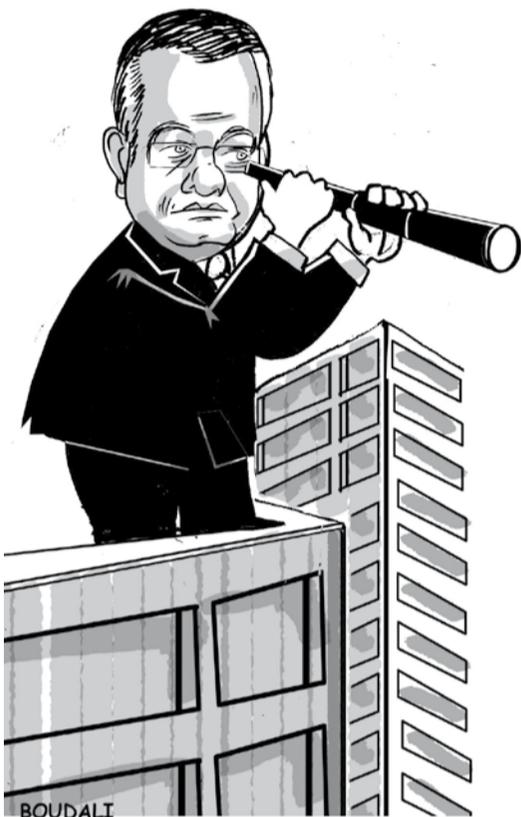
International standards. Local flavours.



La nouvelle vie de l'Observatoire du Tourisme

L'arrivée de Kamal Bensouda à la tête de l'Observatoire donne un nouveau souffle à cet organe censé être indépendant.

L'arrivée de Kamal Bensouda à la tête de l'Observatoire du Tourisme en juillet 2008 porte en elle les espoirs d'une nouvelle ère pour cet outil devenu un certain temps la machine à cautionner les visions centralisatrices de l'ex-ministre Adil Douiri. Bon timonier quand il était président du Conseil Régional du Tourisme de Marrakech, bon pilote à la tête d'Atlas Hospitality, bon ambassadeur de la destination quand il rencontre ses confrères de l'étranger, Kamal Bensouda a désormais l'exigence et le devoir de libérer l'observatoire de l'étreinte passionnée de la tutelle.



Prospective

C'est une nouvelle page qui s'ouvre pour ce service censé travailler dans la rigueur et l'indépendance. Les professionnels ont besoin de données à valeur ajoutée et non seulement d'une compilation de chiffres et de courbes. De vrais chiffres vaccineront définitivement les décideurs contre les pièges de l'autosatisfaction. De vrais diagnostics empêcheraient certains acteurs patentés de ne pas dormir sur leurs lauriers. Des benchmark sérieux donneront de la profondeur à l'information touristique. De la prospective dans l'information hâtera l'avènement du tourisme durable. Le tout permettrait de surfer aisément sur la vague touristique sans craindre les retournements de tendances. Bref, il faut tout un chantier pour réconcilier les professionnels avec l'Observatoire du tourisme. Car, faut-il le rappeler, depuis sa création en 2005, ce baromètre souffrait d'une sorte de guerre froide avec la profession. Installé dans les lambris du ministère de tutelle sous l'époque de Adil Douiri, roulant fièrement dans les voitures de service de ce même département.

Veille stratégique

Bonjour l'indépendance ! Comme si cela ne suffisait pas, l'ancien commandant en chef de cet Observatoire, Fouad Chraïbi, voulait faire payer aux professionnels un abonnement annuel de 5 000 dirhams pour accéder aux chiffres officiels récupérés chez l'ONMT et les CRT. Sans aucune valeur ajoutée en termes d'analyse et de mise en perspective. Une formule qui a eu tellement de succès qu'elle a enregistré une dizaine d'abonnés. «Ce n'est pas tant le montant qui est contesté mais surtout le maigre contenu des informations fournies. Si l'Observatoire allait plus loin que les compilations de chiffres en nous proposant un travail de fond, nous serions venus en masse le soutenir», indique un hôtelier sous couvert de l'anonymat. Nul doute qu'avec le sérieux et le professionnalisme de Kamal Bensouda, qui compte transformer l'Observatoire en outil de veille stratégique au service des acteurs du secteur, les déboires de l'Observatoire ne seront plus qu'un mauvais souvenir.

A.W.

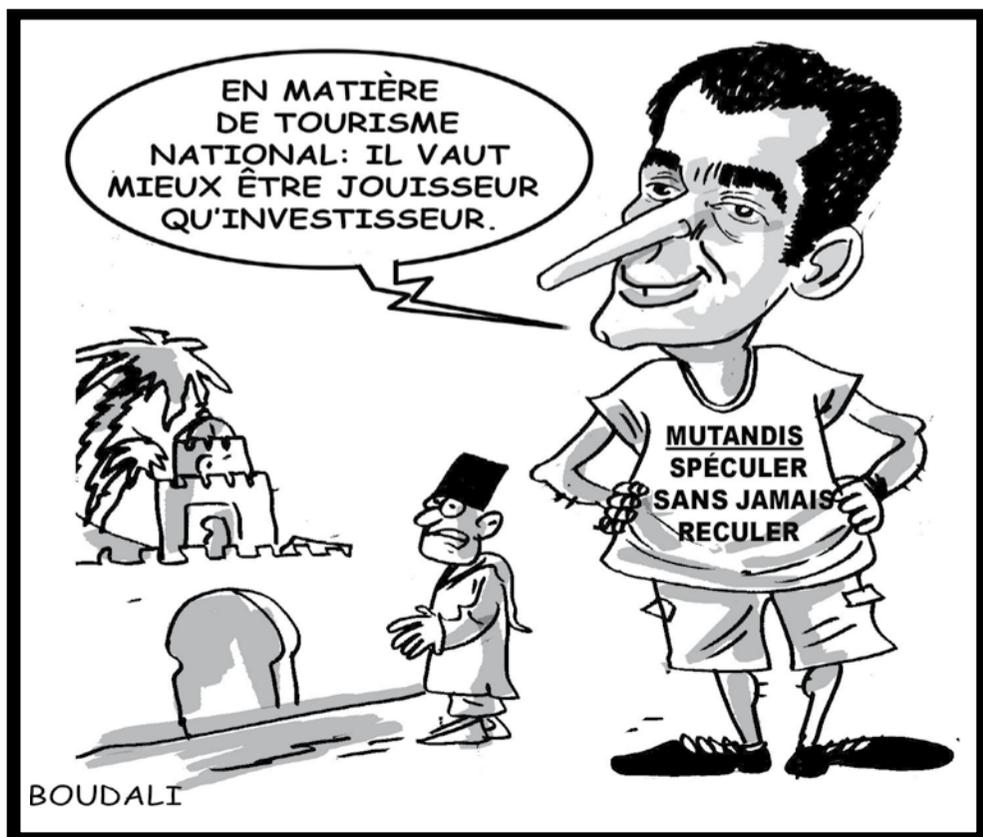
MTM, la sauce Rahal commence à prendre

Le Maroc Travel Market (MTM) poursuit son bon-homme chemin. La première édition fut un coup d'essai avec des résultats mitigés. Cette deuxième édition ambitieuse d'aller au-delà d'un simple plaisir des gourmets et d'une belle entente des confiseurs. Les sujets qui y seront traités iront plus loin que la pâte, la cerise, la framboise et la pastilla. N'en déplaise aux chefs qui vont s'y affronter dans des tournois relevés, il y sera aussi et surtout question de crise financière comme de foie gras, de tour operating comme de caviars, de voyageurs comme de muscade, de l'évolution de l'hôtellerie et de promotion comme de la route mystérieuse des saumons. Il y sera question de la qualité des ressources humaines dans un environnement gastronomique en effervescence, de la mondialisation dans un monde troublé. La gastronomie et la pâtisserie ne sont-elles pas d'ailleurs les formes les plus élaborées et les plus savoureuses de cette planète globalisée ? Ici, prend fin le conflit des civilisations alors que commence les révolutions de palais, les vibrations des papilles gustatives et le désir de découverte de ce que les autres ont de meilleur. Si la sauce du MTM a bien pris en seulement deux ans, c'est certainement grâce à l'esprit «mondialisé» de son organisateur, Karim Soulam Rahal, un chef d'orchestre qui a promené sa toque dans tous les pays et qui sait mettre les petits plats dans les grands. Il est toujours revenu au Maroc, déjouant les pièges de quelques gourmets qui ont voulu parfois l'adopter définitivement. Au Japon comme en Guinée, le natif de la Médina de Casablanca, qui a fait de son chapeau de

cow boy constamment vissé sur la tête un signe de distinction, sait dégainer plus vite que les autres convaincu que le premier arrivé est le premier servi. Le MTM fut d'abord une idée. Mais exécutée avec ce même entrain dans la composition des banquets, cette alchimie dans le mélange des ingrédients qui forge les succès story. Nul doute, avec ce salon, Marrakech tient enfin la corde qui manquait à son arc. En effet, comment espérer compter dans l'échiquier touristique mondial sans un salon international organisé localement pour permettre de confronter l'offre et la demande ? Pour le promoteur de l'événement, ce sont là les seules raisons qui l'ont poussé, à se jeter dans la mare aux touristes. Il ne s'agit pas comme l'aurait fait certains de se servir des retombées de l'événement pour briguer un mandat quelconque ou pour obtenir d'improbables subventions ? La seule motivation de ce professionnel aguerré est de contribuer à relever le débat possible entre la poire et le fromage et d'adoucir les mœurs par la musique de la digestion. Si la qualité des exposants et le nombre des visiteurs sont au rendez-vous, Karim Rahal aura réussi son pari.

Un salon c'est comme un beau gâteau. Il faut beaucoup d'ingrédients, de doigté et de passion pour le réussir. Le dosage doit être parfait. Pourvu que cette belle œuvre fasse des émules et sonne enfin une franche mobilisation entre professionnels et décideurs touristiques pour dépasser, ensemble, la crise «vinaigrière». La crainte c'est que la concurrence, un Ben Kabbou par exemple, ne soit tentée de se lancer à son tour dans un événement dédié à la «cuisine interne» des professionnels du tourisme !

Adam Wade





ATLAS ESSAOUIRA & SPA

★★★★★

Confiez-nous vos émotions

900 Dhs HT

* Tarif comprenant seulement l'hébergement.

Essaouira s'apprête à vivre l'ouverture d'un nouveau fleuron parmi les 11 hôtels d'Atlas Hospitality. L'hôtel Atlas Essaouira & Spa jouit d'un emplacement privilégié sur le front de mer avec une vue imprenable sur la médina chargée d'histoire.

Mélanges ethniques et tonalités contemporaines se conjuguent dans le cadre d'une ambiance riad complétée par le Spa au charme très oriental signé Daniel Jouvance.

Prestige, sérénité et ressourcement, une promesse pour des moments rares dans une ville mythique.

Réservations au : + 212 (0) 24 47 99 99
www.hotelsatlas.com



ATLAS HOSPITALITY
Hotels & Resorts

Marrakech • Agadir • Essaouira • Tanger
Casablanca • Oujda • Chaouen • Khenitra

Dur Dur, le Plan Azur...

La marocanisation en front de mer avance à coup de marteaux piqueurs. Les résidences secondaires poussent à Saïdia, et promettent de pousser aussi à Mogador, Lixus, El Jadida et Taghazout. Les hôtels qui devaient pour certains accueillir leurs clients en 2009 remettent ça pour 2010. Les premiers venus se sont bien servis, ont acheté des terrains au dirham symbolique qu'ils ont revendus à prix d'or. Quelques uns comme Kerzner (El Jadida) se sont même offerts le luxe d'une belle exception : ériger un casino qui officiera à 130 km à la ronde. Le Sud africain se serait montré âpre en négociations. Ce n'est pas par hasard que le montage financier soit revu au moins deux fois, avec au final, une nette réduction de l'apport initial de Kerzner. Le tour de table de la filiale locale, Kerzner Morocco, a été en effet ouvert à l'Émirati Nakheel Hotels Resorts LLC. Mais même avec l'arrivée de ce nouvel actionnaire, la livraison du dernier établissement risque de ne pas avoir lieu avant 2018. Que dire aussi de la station Saïdia, certes la plus avancée à l'heure qu'il est mais avec, comme le fait-on remarquer dans le cercle des promoteurs touristiques, un important retard par rapport à la livraison du premier hôtel Barcelô. Le groupe Fadesa en avait promis la livraison en 2006. Entre temps, le promoteur

espagnol a nettement développé la partie immobilière (plus rentable) au détriment de la Marina et de la livraison d'hôtels. Finalement, Fadesa International a changé de main, se faisant racheter par le groupe Martinsa et Fadesa Maroc, la filiale en charge de l'aménagement du site, a été cédée au groupe Addoha, un promoteur national qui a redonné du souffle au projet. Autre station en stand-by, celle de Mogador. Là aussi, l'obstacle du financement semble avoir eu raison des premiers deadlines. D'où des aménagements dans le tour de table de la société gestionnaire, détenue jusque-là par le Belge Thomas Piron (34%), la société Risma (33%) et la Société foncière Colbert-Orco développement (33%). Courant mai 2008, le Belge qui avait regroupé ses participations marocaines dans la holding HEM ouvre 33% du capital de celle-ci à H Partners, (fonds mis en place par la Banque Populaire, Attijariwafa Bank et CMKD). L'opération permet à Thomas Piron de valoriser par du cash son choix d'accompagner le plan Azur dès le départ et au fonds institutionnel marocain de devenir à la fois actionnaire dans la station Mogador, dans celle de Lixus et dans le projet de Mansour Lake City à Ouarzazate. Avec cet apport, la livraison des 10 600 lits de Mogador devra normalement être relancée.

À Agadir, les travaux de la station de Taghazout

(75% de lits hôteliers et 25% de résidentiels) ont démarré il y a bientôt une année, après l'arrivée du fonds américain Colony Capital et des sociétés immobilières espagnoles (Canaries), Satocan et Lopesan et l'augmentation de capital qui s'en est suivi. Sauf retard, le premier établissement devrait ouvrir en juillet 2009. La totalité du projet qui coûtera 20 milliards de dirhams sera livrée en 2016.

C'est dire l'importance de ces fonds d'investissements dans le financement des stations Azur. Pressentant ces difficultés de financement, l'ancien ministre du Tourisme Adil Douiri avait plaidé pour que les assurances puissent obtenir du législateur la possibilité de faire accéder leurs investissements touristiques en couverture de leurs réserves techniques. De même, Adil Douiri avait plaidé pour la loi sur l'immobilier locatif à vocation touristique (la fameuse LVT) qui a finalement été adoptée courant 2008. Quelques mois avant de rendre le tablier, soit le 14 février 2007. Pour relever le défi de l'investissement, des montages financiers appropriés du genre HP Partners par exemple, destinés à « construire » des hôtels et non à financer le fonctionnement, peuvent dynamiser l'investissement dans les murs.

Mais l'exemple tarde à faire des émules. ■

Jamil Manar

Les Publications de l'Observatoire du Tourisme

Publications de veille



Chiffres et Tendances



Fiches Pays



Dossiers de veille thématiques

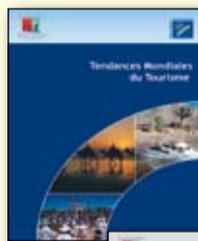


Fiches marchés émetteurs



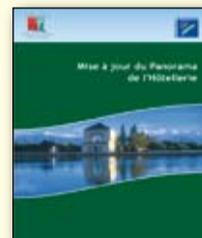
Lettre de Veille

Les publications à paraître



Tendances Mondiales du Tourisme

Compte Satellite du Tourisme



Mise à jour du Panorama de l'Hôtellerie

Publications annuelles

Radioscopie de la « VISION 2010 »
Année 2008
Novembre 2008



Annuaire Statistique du
Tourisme - 2007
Décembre 2008

Observatoire du Tourisme

Détendez-vous profondément, le Lido a réouvert ses portes.



*L*a thalassothérapie «Le Lido» fait peau neuve et a ouvert ses portes depuis début avril 2008. Vous allez découvrir un centre rénové audacieusement. Comme une fleur de lotus qui s'ouvre pour atteindre la perfection, ce lieu doit vous permettre de vous retrouver, de régénérer votre corps et votre esprit.

Vous trouverez aussi votre bonheur dans une ambiance raffinée, dans un environnement où la beauté du cadre et l'expertise des mains agiles apaiseront vos sens. Tout a été étudié pour que règnent dans ce nouvel espace convivialité, relaxation et sérénité. Vous verrez, au Lido, vous allez prendre du plaisir à vivre, à rester et à revenir.



Boulevard de la Corniche 20000 Casablanca
Tél. : 212 22 39 13 13 Fax : 212 22 39 13 45
E-mail : lelido@mahdsalam.com

Cap d'œuvre : le secteur au pied du mur

La formation en matière touristique évolue aussi bien eu point de vue qualitatif que quantitatif à un rythme beaucoup moins rapide que les investissements dans le secteur. Un handicap de taille.

Le paradoxe du tourisme national a un nom : la crise de la main-d'œuvre qualifiée. Ce constat, l'ensemble des intervenants du secteur le partagent aujourd'hui. Voilà une activité à forte croissance, pourvoyeuse en devises et en emplois et qui souffre d'un déficit chronique en personnel compétent. On construit des hôtels et des complexes à tour de bras, on ouvre des restaurants et des riads tous les jours, mais les hommes capables de les gérer de manière professionnelle et rigoureuse font défaut ! Les 7 ou 8 stations du fameux Plan Azur c'est plusieurs milliers d'emplois créés. Mais où sont les ressources humaines en quantité et en qualité pour faire vivre autant de complexes balnéaires ?

Plusieurs raisons à cette situation pénalisante. D'abord une donnée générale, historique même, liée à la crise de la formation au Maroc et à la baisse généralisée du niveau scolaire. Ensuite, le peu d'intérêt accordé par les pouvoirs publics à la formation qualifiante pour les métiers du tourisme. Ce n'est que récemment que la prise de conscience

a eu lieu se manifestant par la mise en place d'un "contrat RH-Hôtellerie". Ce dernier prévoit la formation de 62.000 lauréats dans l'hôtellerie pour 2012. Rien ne garantit que ces effectifs, une fois formés, prendront tous le chemin du tourisme. Le caractère peu attrayant des salaires conjugué à l'absence de visibilité en matière des carrières fait que nombre de diplômés mieux qualifiés s'empressent de renforcer d'autres secteurs économiques financièrement motivants. Et c'est tout le problème de la filière touristique qui a du mal à garder en son sein l'ensemble des ressources humaines qui ont choisi les métiers de l'accueil et de l'hospitalité. Résultat : Trouver des serveurs ou des chefs de cuisine compétents relève de l'exploit. Les meilleurs s'expatrient ailleurs où les conditions à la fois matérielles et morales sont intéressantes. Du coup, les nouveaux établissements se livrent au débauchage du personnel expérimenté moyennant une petite augmentation salariale. "C'est la peur qui règne en maîtresse. La peur que la concurrence vous pique un élément chevronné sur lequel vous avez investi", avoue un restaurateur.

Les cadres supérieurs et moyens de qualité ne courent pas non plus les rues. Une chaîne hôtelière a été obligée de faire appel pour son unité à Casablanca à un directeur général français et un chef cuisinier de la même nationalité pour que les étoiles affichées par l'établissement correspondent au service offert au client. "Cela me fait de la peine de recourir à des étrangers, confie ce patron, mais il faut aussi reconnaître que notre pays n'a pas préparé les managers du tourisme".

Acte de former

La qualité de la formation dispensée par les enseignants des écoles et instituts de tourisme et restauration laisse aussi désirer. Cela vient principalement du fait que la plupart ne possèdent pas un vécu professionnel et les programmes dispensés sont très peu adaptés à la réalité de l'exercice du métier. Ces dysfonctionnements rejaillissent évidemment sur la formation qui manque par conséquent d'une dimension pratique. À cela s'ajoutent les problèmes en communication, en maniement des langues et de comportement professionnel des futures ressources humaines. Former les formateurs doit être un souci permanent avec une forte implication des professionnels dans l'acte de former.

La chaîne Accor l'a bien compris qui a mis en place dès 2005 sa propre académie de formation destinée à alimenter en permanence ses unités hôtelières au Maroc en cadres formés aux différentes techniques du métier : accueil, restauration, marketing téléphonique, etc... Rien de tel pour maîtriser l'ensemble du processus tout en créant un esprit Accor dans l'ensemble des hôtels du groupe.

La professionnalisation des services ne se décrète pas. C'est un travail de longue haleine qui doit être le fruit d'une politique volontariste qui met d'abord l'homme au cœur du processus de création de la richesse touristique. Si les intervenants du tourisme, qu'ils soient privés ou publics, ne se ressaisissent pas, le risque est grand de voir le Maroc recevoir des touristes étrangers servis, à tous les étages, par un personnel étranger. ■

Ahmed Zoubair

"Erreur d'azur et de casting"

•PROLOGUE

Générique...Musique de fond...Toujours le même modérateur à la science infuse. Brochette de clichés. Lancez la machine!

•ACTE 1 SCENE 1

2001 : GROS PLAN ET EUPHORIE EXECUTOIRE...

Le processus est lancé...Tous les ingrédients sont mis... Force de proposition oblige...Vision 2010...Astigmatas et myopes s'abstenir.

Il s'agit de préparer comme il se doit la décennie à venir pour voir se développer le tourisme dans les règles de l'art ! ? C'est bien beau tout cela...Mais où allons nous? Où va-t-on dénicher les oiseaux rares pour accompagner dignement la politique "serenement établie" par de nombreux protagonistes et mutants.

On prend les mêmes et on rebote...On saupoudre comme on peut pour épater la galerie.

•ACTE 1 SCENE 2

2006 : AVEZ-VOUS VU MIRZA ?

On se rend compte que la 5ème roue du carrosse est nécessaire et indispensable et que le maillon faible est la ressource humaine. On a beau dire et beau faire, où sont les femmes et les hommes pour donner une âme aux murs du plan Azur ! Titanic quand tu nous tiens !. Alors on se réunit sans perdre le Nord, on brasse du vent et on implique tout le monde. Clic sans clac. Photo pour la postérité. C'est le contrat R.H...un bout de chou avec un zeste de contenance pour se rejeter la responsabilité demain si jamais... Le facteur n'est pas passé...il ne passera jamais...2010...2020...2030 !

•ACTE 2 SCENE 1

C'EST 2007... IL EST PASSE PAR LA !

Ça forme comme on peut, ça recrute au prix que l'on veut...quelles chinoiseries à la pelle et sans sot...Quantitatif ou qualitatif ? To be or not to be ! Du surplace, du surchauffé pour donner raison à qui ? Le problème demeure entier... Heureusement que la crise se profile. Il fallait bien trouver un bouc émissaire et opérer sans âme ni conscience un report à nouveau... Les "Meda" passent et nous restons sur notre faim...Rien ne paraît compatible...Les uns cherchent et les autres ne trouvent pas ici chaussures à leur pieds...Alors peut être allons nous trouver les âmes sœurs ailleurs du côté du Soleil Levant !

•ACTE 2 SCENE 2

"C'EST 2008... FAITES DES ETUDES DANS LE TOURISME...VOUS SEREZ RECRUTE DANS UNE BANQUE DE LA PLACE"

C'est le nouveau leitmotiv...Juré et promis...Toutes les routes mènent vers la perle du détroit...Alors on colmate les brèches...Du côté de Ain Borja ou la Rive Sud, pas loin du Cap Spartel ou de la ville des corsaires...Ici et là et nulle part ailleurs...On gesticule...on rémunère des "experts spécialisés" (en quoi ?) pour constituer des dossiers joliment emballés afin de meubler nos bibliothèques déjà pleines à craquer poussiéreuses par-dessus le marché.

•EPILOGUE

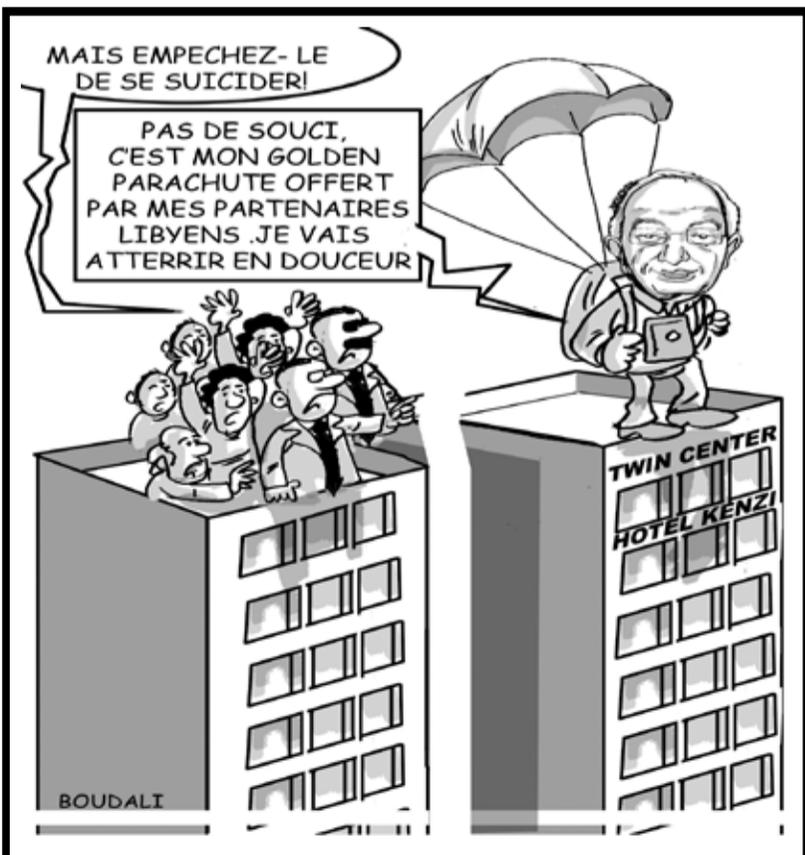
VISION 2010 - 2020 - 2030 : *(Barrer la mention inutile)

D'Accor ou pas d'Accor ! ? Il faudra se mettre à l'évidence...Il y a erreur de casting à coup sûr !

Comment y remédier ? En injectant du sang neuf ? En faisant confiance aux lauréats ? En motivant les troupes ? En constituant des cellules de formateurs aguerris et au fait des sujets à débattre ? Redorer le blason pour mériter la place au soleil en donnant un petit chouiya à la politique des salaires ? Je, tu, il, nous, vous...Nous sommes tous en décalage car aZurément... il faut voir du côté de chez Swan...mais ne soyons pas des oiseaux de mauvaise augure...Alors il nous revient d'ouvrir les yeux pour que nos "bout' choux" soient des "bouts heureux" à jamais !

A bon entendeur...A la prochaine

Mohamed Setti





Les aéroports du Maroc



là où le Maroc accueille le monde

Call center : 081 000 224
www.onda.ma

Tourisme : La taxe farce

Le tourisme marocain croule sous une fiscalité assez lourde et complexe qui grève, selon les professionnels, la compétitivité du secteur. Une TVA de 10% pour l'hôtellerie et la restauration, 14% pour le transport touristique et 20% pour les agences de voyage et la location de voitures. Les opérateurs n'ont cessé de réclamer aux pouvoirs publics une homogénéisation des taux appliqués sur les divers métiers du tourisme dans un esprit "d'équité et de compétitivité" sur des marchés de plus en plus ouverts et concurrentiels. Or, la revendication des intervenants du tourisme pour une unification de la TVA à 10% n'a pas encore trouvé un écho favorable auprès du ministère de l'Économie et des Finances. Chose que les pays concurrents ont déjà réussi à mettre en place : le Sénégal a ramené la TVA de 18% à 10%. La Tunisie a fait mieux avec un taux unique de 7%, l'Égypte 5%, l'Espagne et la Grèce ont opté pour 6%. Le Maroc est bel et bien le dernier de la classe. La taxation de la filière touristique nationale est une activité à plein temps. Outre la TVA, il y a la Taxe sur la promotion touristique (TPT) sujette à TVA (!) et la taxe de séjour payées par le touriste sur les nuitées. La première tombe dans les caisses de l'ONMT alors que la deuxième profite aux communes. À ces deux impôts s'ajoutent la taxe sur les débits de boissons, la taxe de licence, la taxe à l'essieu, la taxe sur la licence de cars et la taxe d'enseigne et les taxes foncières (l'impôt des patentes, la taxe urbaine et la taxe d'édilité). Tout cela fait souvent double, voire triple emploi. La simplification de cette charge fiscale avec une révision des bases d'imposition, demandée par les professionnels, reste encore un vœu pieux.

En fait, le directeur général des impôts Noureddine Bensouda est prêt à envisager la réforme souhaitée sur la base du poids de la contribution du tourisme dans l'ensemble des recettes fiscales à l'échelon national (IGR, IS, TVA...). C'est à ce qu'il a dit il y a quelques mois aux dirigeants de la FNT qui ont diligenté une étude sur les bilans des différentes entreprises touristiques pour connaître leur santé financière et partant leur poids dans la fiscalité globale. Comme quoi, M. Bensouda ne s'en fisc pas ! ■

Ahmed Zoubair

Les agents de voyage font leur crise

Anas Zemrani n'est plus président de la Fédération nationale des agences de voyage du Maroc (FNAVM) qu'il dirige depuis 5 ans. Ainsi en a décidé la majorité des délégués régionaux qui se sont réunis samedi 10 janvier à Casablanca lors d'une assemblée générale extraordinaire. Les membres ont destitué le chef et son bureau. Décision a été prise de mettre en place une commission provisoire en attendant d'élire un nouveau président et son équipe. Du coup, M. Zemrani, qui avait saisi quelques jours auparavant le président de la FNT Othman Chrif Alami pour demander son arbitrage, crie au scandale, qualifiant cette réunion d'illégale puisque visant à le destituer.

À quelques jours du salon MTM et du congrès de la FNT, Anas Zemrani a donc été éjecté de la FNAVM. Selon un agent de voyages, l'intéressé «a fait les frais de l'opération pèlerinage 2008 qui a tourné au désastre financier pour plusieurs agences de voyage». Il semble que les critères choisis pour accomplir le Hadj qui sont en cause, notamment la condition du tirage au sort instaurée par le ministère des Habous et des Affaires islamiques. Ainsi l'accomplissement du 5^e pilier de l'Islam, qui doit en principe être permis à tous les musulmans à condition qu'ils en aient les moyens financiers et la capacité physique, est-il devenu tributaire du hasard! L'Islam interdit

JE SUIS VICTIME
DES OISEAUX PÈLERINS
DE MAUVAIS AUGURE



BOUDALI

sort ou pas ! Anas Zemrani, auquel certains reprochent sa faible implication dans la dynamique touristique, avait émis le souhait d'écourter son mandat qui devait expirer en juin 2009. Mais ses collègues ont précipité le départ de celui qui convoitait le CRT de Marrakech avec le soutien actif de Jalil Belabès Taârji. Mais l'entrée en lice d'un jeune professionnel reconnu, en l'occurrence Hamid Bentahar, directeur des hôtels Sofitel du Sud, qui a été finalement élu par ses pairs, a mis fin à ses ambitions. Adieu Anas, y'en a qui t'aimaient bien ! ■

A.Z.

Néfaste food

La gastronomie devient une science absconse ! Les goûts et les couleurs évoluent de façon bien curieuse ! Le snobisme est de mise à tous les étages et dans tous les derbs !

Relevé cette dernière année écoulée quelques perles dont je ne résiste pas à vous distiller des plus allumées... Les macarons, ces délicieux petits gâteaux ronds croustillants aux extravagants mélanges et parfums à la mode (inclus le chou, la carotte et le topinambour), mieux encore dernièrement on me proposait au «cul du bled» du côté de Mohammédia une «bouillabaisse déstructurée «Je sens encore le fantôme de Pagnol me raser les moustaches s'étranglant de rire ou de rage devant la bêtise humaine... Dernièrement une amie traînait son «monstre» préféré dans un «néfaste foud» de la capitale... le monstre en question se vit proposé un «steak haché au Toblerone» délirant !!! Que faire

devant cette avalanche de détournements d'intitulé, ne pas être dupe (la vraie cuisine n'est pas là et heureusement), rester circonspect et bien en recul devant ses effets de mode et autres «modeux» de tous poils, et surtout, surtout... Continuer à faire confiance à son nez, son palais, tout simplement, allez zou je dirai même rester SIMPLE ! les pieds sur notre bon vieux plancher des vaches. Se satisfaire de coups de gueule bien sentis, cultiver un enthousiasme juvénile et visiter de nouvelles tables (dans le lot on risque souvent de trouver un diamant brut), user de son bon sens pay-san, noter au fil des jours des observations désopilantes, ironiques -parfois injustes-, approbatives, sur les cuisiniers et la cuisine d'hier et d'aujourd'hui.

C'est la meilleure façon de rester vif, goûteux, enfin bref ! croquer à pleine dent la vie, rajeunir envers et contre tout.

Bon appétit tout de même et bonne année. Tiens pour

une idée de cadeaux, en voici une qui devrait remettre à leur place nos «génies des Carpates culinaires»... «Le Dictionnaire du Gastronom» du docteur Vitraux, ou l'on apprend qu'il existe quelque six cents apprêts d'œufs recensés? A la Berlioz, à la bamboche, à la

Daudet, à la Bérangère, à la Sévigné, à la Rossini, à la Reine Margot, etc. Mieux qu'un livre de recettes, le livre de la culture en bouche... Voilà qui devrait clouer le bec à nos apprentis sorciers et autres «maître queux»! ■

Pandore



Les recettes du tourisme de crise

Bienvenue dans l'univers de l'hôtel low cost. Une recette qui connaît un succès fou dans toutes les destinations.

Crise oblige, le bon vieux buffet garni n'est plus de mise dans nombre d'établissements. Le coûteux foie gras est remplacé par une succulente tête de mouton de bien chez nous. À la place de la biche de Noël, de nombreux clients ont eu droit aux pieds de veaux lors de la fin d'année. C'est aussi bon. La kefta de bœuf a définitivement pris le pied sur la polenta milanaise, alors que le couscous sauce oignon sans viande règne en maître sur les cocktails à la place du caviar d'aubergine, de la terrine de poulet forestière. Exit aussi car trop coûteux, la corbeille de fruits qui accueillait les hôtes de marque. En lieu et place, des figues de barbarie sélectionnées avec soin. Au petit déjeuner, le « zeit el oud » a fait son apparition aux côtés du pain traditionnel et des œufs durs, chassant la charcuterie halal et non halal. Quant au saumon, importé naguère à coup de devises, il a disparu des menus, remplacé aujourd'hui par du thon à la marocanité avérée. Dans les astuces trouvées pour réduire le cost food, des chefs bien avisés ont imposé les briouates et le couscous à un légume. L'eau minérale a perdu du terrain devant l'eau de robinet retraitée

et conditionnée. L'accès à la piscine est désormais payant, ainsi que la télécommande. Pour juguler les effets de la crise, quelques fonctionnaires suggèrent à l'Office de rajouter à la TPT une sorte de TCT (taxe de crise touristique). Une commission a été mise sur pied à cet effet. Pendant ce temps, une autre instance regroupant les consultants du secteur ont testé avec succès le transport chinois plus compétitif à ce qu'il paraît que les « petits taxis ». D'ici l'été prochain, et en fonction de l'évolution de la crise, beaucoup de destinations se mettront à la mode en vigueur à Changai.

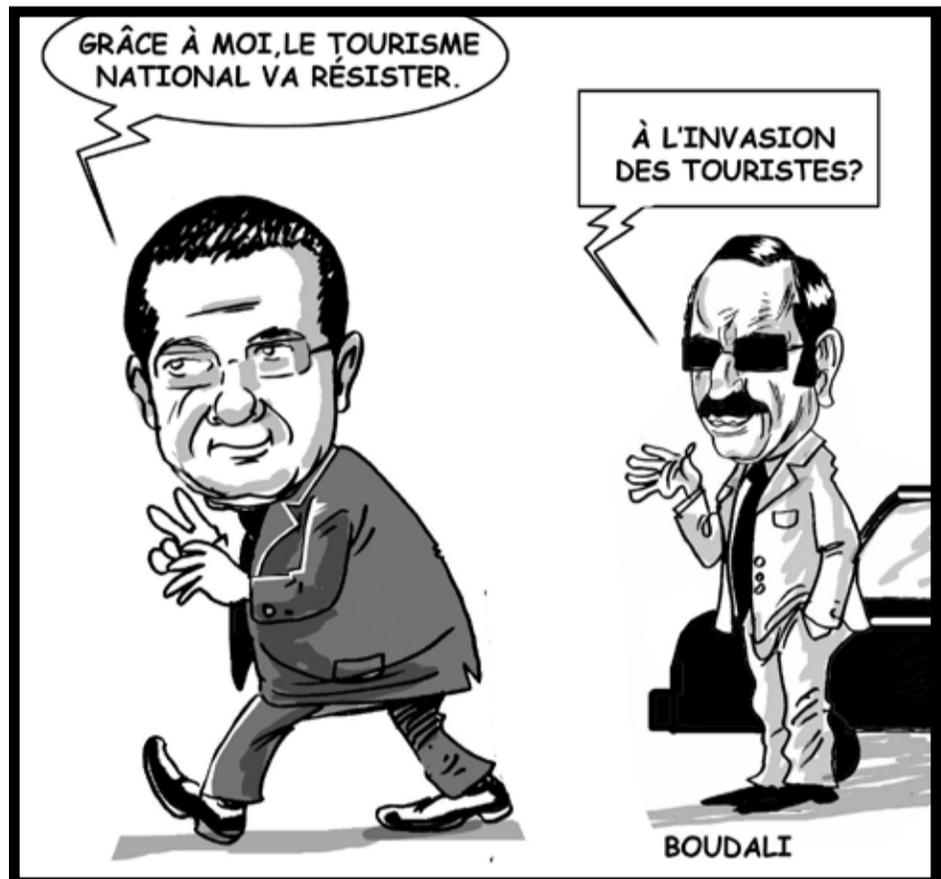
Stratégie

En attendant, la formule de l'hôtel low cost connaît un succès fou de Ouarzazate à Marrakech et de Meknès à Agadir. Au point que les présidents des conseils régionaux du Tourisme mijotent sur un prochain congrès général sur l'hôtel low cost. Ce congrès devra se tenir à Tanger, une ville qui fonctionne en mode crise 7 mois sur 12. Quant à l'Office du Tourisme, il prépare une stratégie souterraine sur le tourisme de crise. En gros, selon la première mouture

du document en préparation, il sera demandé aux hôteliers de proposer des formules de nuitées en groupe pour intéresser la famille marocaine standard. Cette formule aussi révolutionnaire que le kounouz biladi propose une grande chambre pouvant accueillir un couple, ses deux

enfants, une bonne et la belle mère. Interrogés à ce sujet, le département du tourisme de crise, nouvellement installé, est resté évasif. Une chose est sûre, ces recettes du tourisme de crise labellisées Maroc seront commercialisées dans le monde entier. ■

A.W.



ARTEGIS

**ACCOMPAGNEMENT RESSOURCES HUMAINES
& COMMUNICATION
CONSULTING & FORMATION**

*Au cœur des métiers de l'hôtellerie, du tourisme et des
métiers de bouche*



Residence Al Mawlid, Bd Ghandi – Rue Ibnou Katir – Entree E – Appt. 25
Tel : 022 98 96 73/74 – Fax : 022 98 96 83 – 20 100 - Casablanca – Maroc
E-mail : artegis@menara.ma

All inclusive en question

Nouvelles de la Capitale du Nord ...

Le «Café Porte» qui est à Tanger ce que le «Café de Flore» est à Paris, le Gambrinus à Rome, le Florian à Venise, a donc fermé ses portes subrepticement il y a 2 mois en plein ramadan !. Cet endroit historique où le tout-Tanger littéraire et cosmopolite depuis des décennies avaient ses habitudes pourrait être transformé partiellement en «restaurant chinois.» Vous avez bien lu ! Vive le «canard» laqué donc, les ailerons de requin et autres délicatesses de l'Empire du Milieu... Pincez-moi, cauchemar dans les chaumières tangéroises, on nous laisserait tout de même un coin «café» !!!

Que dire aussi de l'hôtel Solazur vendu à un élégant investisseur méditerranéen qui continue à briller par son absence, et qui laisse cet immeuble vide et sans vie (nous voilà avec un deuxième hôtel Rif en perspective) ! on nous annonçait tantôt que l'endroit pourrait être pris en gestion par l'incontournable groupe Accor? Inutile de revenir sur l'hôtel de France qui continue vaille que vaille une restauration qui dure, qui dure! Parlons aussi de la déserte aérienne instituée par notre compagnie aérienne qui nous fait décoller «dés Potron Minet» à l'aube blême en direction de la Capitale économique et qui nous ramène le soir au départ de Casablanca vers 23 heures quand la RAM ne nous envoie pas «valdinguer» du côté de Fès ou autre(s) destination(s) non affichée(s), au final généralement deux heures de retard sur le programme affiché. Et pas un café, pas un verre d'eau pour faire patienter le bon peuple qui a réglé son billet A.R le prix fort (plus cher qu'un A.R Casablanca / Paris) ... Bingo !!! A quand l'ouverture à la concurrence, l'arrivée promise de la compagnie aérienne TING'AIR ?

Vous me direz que le temps ne compte pas à Tanger, que les pendules fonctionnent sur d'autres paramètres dans la Capitale du Nord, ça c'est sûr ...

■ Pandore

Le «tout-compris» ou ce qui est connu sous l'appellation «All inclusive» a fait beaucoup d'adeptes parmi les hôteliers du Maroc. Cette formule, qui offre au touriste de la nourriture et des boissons à volonté tout au long de la journée et quelques activités d'animation, est jugée pratique par ceux qui la commercialisent aussi bien à Agadir qu'à Marrakech. En l'absence d'une réglementation en la matière, même les hôtels, qui normalement ne sont pas qualifiés côté loisirs et équipements, s'y sont mis sans coup férir. Il est vrai que cette formule, de plus en plus proposée par nombre de TO aux quatre coins du monde touristique, est adaptée aux familles avec enfants qui ont ainsi

la possibilité de s'offrir toutes les composantes d'un voyage détente sans avoir à quitter leur lieu de vacances. L'argument mis en avant par les T.O ?

Le «tout-compris» c'est partir à petits prix en ce sens où le tarif du voyage comprend le vol aller-retour, l'hébergement, les repas principaux, les boissons alcoolisées ou non, les snacks au cours de la journée, certaines activités sportives et d'animation pour un prix beaucoup moins cher que le total de ces services achetés séparément.

Petits prix

Or, la qualité n'est pas toujours au rendez-vous : bouffe qui laisse à désirer et vin local de mauvaise

facture... Mais ce type de séjour est décrié par certains qui voient dans le «tout-compris» le meilleur moyen de tuer une ville touristique. En effet, un touriste qui a acheté un séjour «tout-compris» ne sent pas le besoin de sortir pour prendre un repas dans un restaurant du coin ou découvrir les attraits de la destination et des environs.

Un grand hôtelier d'Agadir, qui a adopté ce produit, balaie ces critiques d'un revers de main. Le «tout-compris» est très demandé par nos clients. «Quant aux autres prestataires touristiques qui se plaignent, ils n'ont qu'à faire preuve d'imagination pour offrir aux touristes autre chose que ce que nous proposons», explique-t-il. Ceux-là n'auraient-ils rien compris ?

■ Jamil Manar

L'ONMT passe du coq à l'âme

L'accroche de la dernière campagne de promotion de l'ONMT comporte une petite bourde sympathique qui a fait rire à gorge déployée quelques professeurs et autres hommes de lettres aux aguets. En effet, «comment peut-on grandir l'âme ?», s'interroge un éminent universitaire. La formule appropriée aurait été plutôt «élever l'âme» du touriste, entreprise hardie mais correcte.

Pragmatisme

La langue française qui joue bien des tours aux francophones que nous sommes permet de faire grandir un projet, mais jamais une âme, sujet spirituel par excellence. A moins que, renchérit notre vigilant professeur, que les talentueux concepteurs de cette campagne n'aient d'abord formulé leurs recettes en arabe dialectal avant de les mariner en français. L'hypothèse a été longuement débattue dans les bus parisiens et les métros qui ont accueilli cette campagne new look. Mais



à quelque chose malheur est bon. Cette petite entorse à la langue de Molière aura valu à cette action promotionnelle d'attirer l'attention des Européens sur le nouveau potentiel touristique du pays. Dans les rangs des professionnels marocains où le pragmatisme l'a toujours emporté sur la grammaire, l'on reconnaît volontiers que cette campagne va beaucoup plus loin que les clichés habituels : le fameux cha-

meau, le faiseur de thé et le cracheur de feu, personnages incontournables des affiches promotionnelles du Maroc. L'on se félicite d'une campagne en phase avec les réalités du Maroc moderne d'aujourd'hui.

Le touriste qui débarquera à l'aéroport Mohammed V ne sera plus surpris de fouler l'asphalte au lieu des dunes et de croiser des citoyens ordinaires au lieu des bédouins vantés par des affiches surannées.

La première campagne de l'ère Addou venu au tourisme par la communication, répare cette entorse en entraînant le touriste vers de nouveaux thèmes. Du Maroc de l'éblouissement des sens au plus beau pays du monde, l'on tombe sur un nouveau Maroc, mystique, qui propose de grandir l'âme du touriste.

Élévation

Reste à savoir si l'ONMT a joint le geste à la parole en aménageant véritablement des circuits spirituels analogues aux circuits des villes impériales. Il se murmure dans les chaumières touristiques que de tels voyages initiatiques qui sollicitent beaucoup d'esprit et de recueillement auraient du mal à trouver de bons guides et des établissements spécialement dédiés à l'élévation. La Turquie a fait de ses derviches tourneurs un puissant argument d'attraction, nous autres, ferons-nous de nos fqjhs et autres guérisseurs de nouveaux alliés de l'industrie touristique ?

■ A.W.

ALLO LE MONDE!



Maroc
Telecom

* Pour les appels fixes vers fixes et mobiles de la zone d'Amérique du nord en tarif réduit.
** Tarif du forfait 1h. Offre destinée aux clients phony classique et liberté.

Les tarifs internationaux du fixe ne cessent de baisser

Maroc Telecom baisse davantage ses tarifs vers l'international pour vous permettre de communiquer avec tous ceux que vous aimez, même les plus éloignés, à des prix encore plus modérés ! En effet Maroc Telecom vous propose une nouvelle baisse allant jusqu'à 42% des tarifs internationaux.

De plus, vous pourrez également profiter d'une réduction sur les forfaits internationaux, qui s'offrent à vous à partir de 49 Dh**.

Maroc Telecom vous propose le monde au bout du fil !



jusqu'à
-42%