

TOURISME/FITUR: LA RECESSION GUETTE DNES A MADRID, INTISSAR BENCHEKROUN PLUS D'UN MILLIER D'EXPOSANTS N'ONT PAS FAIT LE DEPLACEMENT GROSSE OPERATION SEDUCTION DU PAVILLON MAROC



Une délégation d'une vingtaine de professionnels, conduite par Abdelhamid Addou, directeur de l'Office national marocain du tourisme (ONMT), a fait le déplacement à Madrid pour promouvoir la destination et rassurer les TO espagnols

LA 32e édition de la messe internationale du Tourisme (Fitur) a ouvert ses portes mercredi à Madrid. Une large gamme de produits et packages originaux a été dévoilée à des milliers de visiteurs. En parcourant les stands des 167 pays participants, on croit faire un tour du monde. Les cinq continents y sont représentés en force. Une agressivité sans précédent qui vient atténuer les contrecoups de la conjoncture économique difficile. C'est dans ce contexte particulier que le Maroc vient défendre ses atouts et promouvoir une offre diversifiée. Une importante délégation conduite par Abdelhamid Addou, directeur de l'Office national marocain du tourisme (ONMT) et les responsables des conseils régionaux de tourisme (CRT) des régions de Marrakech, Meknès, Fès, Casablanca, Rabat, Tanger, courtise les TO. «Une vingtaine de professionnels sont venus spécialement promouvoir la destination Maroc en Espagne, notre deuxième marché cible. Fès et Marrakech sont les plus représentées», affirme le DG de l'ONMT. D'autres destinations ont manifesté cette année un intérêt particulier pour le marché espagnol. Rabat, par exemple, a vu le nombre de ses participants augmenter par rapport aux éditions précédentes. Et pour cause, «l'ouverture d'une nouvelle ligne aérienne reliant la capitale marocaine à celle espagnole, à travers trois vols hebdomadaires», explique Addou. D'autres sources ont lié cet engouement à la réduction du quota de l'opération de pèlerinage dont la capitale jouissait depuis longtemps. Du coup, les agences sont obligées de démarcher de nouveaux clients. Autre région intéressée par le marché espagnol, celle de Meknès-Tafilelet. «Cette région ne bénéficie pas de la même notoriété que les autres destinations. Elle pâtit d'un déficit de promotion et de lobbying, alors qu'elle jouit de plusieurs atouts», déplore Ismaïli Raouf, propriétaire d'une maison d'hôtes à Meknès. Si le Maroc cible particulièrement le marché espagnol, à travers le salon Fitur, d'autres marchés, surtout européens, sont également visés. A l'origine de cette diversification des marchés cibles, la crise qui bat son plein sur le marché ibérique. La situation économique risque de se dégrader davantage cette année en Espagne. D'ailleurs, cette édition de la Feria internationale du tourisme enregistre une moindre affluence. Plus d'un millier d'exposants habituels n'ont pas fait le déplacement compte tenu de la situation délicate que traverse l'Espagne. L'événement n'a accueilli cette année que 9.500 participants contre 11.000 l'année dernière. Pour cette 32e édition, l'optimisme est plutôt mesuré chez des professionnels touchés de plein fouet par la crise qui a pesé sur la saison 2011 et qui pourrait s'amplifier en 2012. En même temps, l'Espagne montre une certaine résistance. «Le marché espagnol a enregistré une croissance de 4,5% du nombre d'arrivées de touristes étrangers pendant les huit premiers mois de l'année 2011. Une réalisation qui frôle les estimations de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), lesquelles devraient être comprises entre 4 et 4,5% », apprend-t-on auprès des organisateurs du salon Fitur. La destination ibérique est donc tenue de travailler davantage sur son attractivité afin de faire face à la concurrence acerbée livrée notamment par l'Amérique latine. D'ailleurs, ce marché qui constitue une passerelle vers l'Europe a été la star du salon cette année. Marquant une forte présence, cette zone n'a ménagé aucun effort pour promouvoir ses atouts: théâtralisation des stands, shows, démonstrations et animation. Certains pays, comme Cuba ou encore le Venezuela, ont même renforcé leur participation.