

MTM de Marrakech: tremplin de la promotion de la destination Maroc

Marrakech – Nour-eddine Saoudi

La première ville touristique du royaume du Maroc, Marrakech a accueilli la troisième édition du Salon de tourisme, Moroccan Travel Market (MTM). Avec cette édition, tenue du 14 au 17 janvier 2010 et qui a reçu 350 exposants de 62 pays et plus de 10000 visiteurs, le Maroc semble avoir un salon à la hauteur de ses ambitions en matière touristique. La concrétisation du Plan Azur (2010) et la Vision 2020, malgré la conjoncture de crise, semblent sur la bonne voie.



Conférence de la fédération marocaine de tourisme

Si la France a Top Resa, l'Espagne FITUR de Madrid, le Royaume Uni, WTM de Londres, le Royaume du Maroc a désormais MTM de Marrakech, en tant que principal

événement du tourisme. Cette rapide ascension n'a pas de secret. Selon Kamel Rahal Essoulami, initiateur et directeur général du MTM : « Aujourd'hui le



Conférence du
MTM

Moroccan Travel Market s'inscrit de la destination Maroc avec un dans le dispositif du développement partenariat public-privé. Et ce



Salle de conférence

Entrée principale de MTM



après l'adhésion des institutions de tutelle et à leur tête la Fédération Nationale du tourisme (FNT) qui est aujourd'hui partenaire de l'événement, l'Office National Marocain de Tourisme (ONMT-organisme public) ainsi que les fédérations des métiers du tourisme, à savoir la Fédération nationale du voyage (FNVM) et la Fédération nationale de l'industrie hôtelière (FNIH) ».

S'exprimant à la clôture du salon, M. Rahal, a précisé : « Le MTM est devenu, en l'espace de trois éditions seulement, le premier

salon en Afrique et dans le monde Arabe. Comparé à l'année dernière, nous avons connu une progression de 40% du nombre d'exposants soit une augmentation de 20% chaque année, alors que dans le reste du monde la tendance est à la baisse ».

La 3ème édition de MTM, qui a connu la participation de 350 exposants venus de 62 pays d'Europe, du Moyen Orient, du Maghreb et d'Amérique, a été marquée par deux nouveautés : un pavillon pour le MICE, dédié au tourisme d'affaires et d'événements

et un autre pour le tourisme premium, réservé au tourisme de luxe.

Il s'agit de deux produits touristiques en bonne évolution au Maroc. Le tourisme d'affaires et d'événements connaît une progression confortable tant à Casablanca qu'à Marrakech, qui accueillent des congrès et rencontres internationales. Par ailleurs, le tourisme de luxe devient de plus en plus tendance. Cette catégorie de touristes ne peut être affectée par la crise ; elle est toujours en quête de nouvelles

destinations, de sensations originales et de confort. Et le Maroc est bien outillé pour répondre à ses besoins : hôtels haut standing, resorts de renommée internationale, terrains de golfe...

Outre les conférences et rencontres académiques, et les manifestations culturelles, ludiques ou conviviales, le MTM a connu cette année, selon les organisateurs, pas moins de 3000 Rendez-vous directs entre les acheteurs et les exposants. Saison sauvée

Inauguration de MTM



Visite de la délégation officielle



Si les premiers mois de 2009 avaient été inquiétants pour le secteur touristique, le Maroc s'en est finalement bien tiré à la fin de cette année. En effet, le nombre des arrivées de touristes a atteint pas moins de 8 millions, avec des recettes de 8 milliards de dollars. Ainsi le Maroc serait le deuxième récepteur en Afrique, selon Othmane Cherif Alami, président de la FNT.

Ainsi, la première destination du pays, Marrakech, après un premier trimestre déprimant, termine

l'année 2009 avec 1,5 million d'arrivées et 5,5 millions de nuitées, soit pratiquement les mêmes performances qu'en 2008, selon les chiffres officiels du Conseil régional du tourisme (CRT). Marrakech a eu près de 5 000 lits supplémentaires qui ont été commercialisés par 8 nouveaux établissements cette année, portant la capacité hôtelière de la ville à 45 000 lits dans 140 hôtels classés et plus de 600 maisons d'hôtes. Mais, le taux d'occupation a baissé à 47% seulement en 2009.