

Grandeurs et handicaps du tourisme national (4ème partie)

27-11-2008

Dernière mise à jour : 07-06-2010

Tourisme

Grandeurs et handicaps du tourisme national (4ème partie)

Une politique touristique régionale s'impose.

La politique touristique nationale a besoin d'être revue, corrigée et alimentée à travers des politiques touristiques régionales qui nous font défaut actuellement. D'ailleurs il serait judicieux que la Vision 2020 s'articule beaucoup plus sur les politiques régionales spécifiques à chaque région pour venir alimenter, voire enrichir et faire évoluer la Vision 2010. La richesse du produit marocain est la résultante de la diversité du produit touristique qui émane de la richesse touristique de ses régions. Non seulement il faut développer cette stratégie régionale dans une approche cohérente et intégrée, mais il faut également doter les régions des moyens adéquats leur permettant de faire leur propre promotion touristique. Une politique touristique régionale s'impose, en tant que stratégie nécessaire, dans le cadre d'une vision intégrée du tourisme, n'excluant aucun de ses composantes. L'ONNT doit coiffer le produit national dans sa globalité avec une promotion institutionnelle adéquate. Aux Régions de bien se faire vendre à l'étranger (mais également dans le pays), par des moyens matériels et humains adéquats, assez suffisants et spécifiques à chaque produit touristique donné.

La régionalisation touristique n'est pas un luxe. C'est une nécessité. Il suffit de participer aux foires internationales et de voir ce que font les pays touristiques dans son sens et les moyens importants qu'ils mettent en œuvre pour la promotion des produits touristiques régionaux. En plus dans le cadre de la décentralisation et de la régionalisation que prend la politique intérieure du Royaume, on ne peut trouver meilleure opportunité pour passer à l'action et dégager une vision réfléchie pour le développement touristique régional. La région doit prendre en charge et à la fois disposer de son tourisme, en matière de recettes, de TPT et autres taxes, pour pouvoir avoir les moyens de la politique touristique qui convient à ses atouts, son potentiel et ses ambitions développement touristique. Il est clair que la coordination entre les instances nationales et les instances régionales doit être de mise pour que tout ce passe dans la cohérence qu'il faut.

Il est à souligner que face à la richesse et à la diversité du produit touristique existant ou qui reste à découvrir et à développer, la régionalisation doit englober une prise en main régionale, avec une administration régionale souple, dynamique, moins contraignante en matière de procédure administrative ou autres. Le moment est peut être venu pour instituer des Agences Régionales de Développement Touristique. Celles-ci auront une compétence régionale qui englobe des provinces limitrophes dont le dénominateur commun n'est autre que le développement touristique intégré et cohérent, respectant les spécificités de chaque province. Quatre Agences Régionales de Développement Touristique suffisent pour englober tout le produit marocain : le Nord le sud, le centre est et le centre ouest. Sinon, il faudrait se contenter de trois agences celle du Nord, celle du grand Sud et celle du centre. La compétence de ces agences de la réalisation des études en tourisme, aux enquêtes de satisfaction, en passant par des analyses de conjoncture avec des observatoires régionaux du tourisme, jusqu'à la promotion touristique régionale à l'étranger.

Dans le même ordre d'idée, à l'échelon plus importante encore visant la bonne promotion du produit touristique marocain, à la fois dans sa globalité et dans ses spécificités, le Royaume a besoin de la réalisation d'une chaîne hôtelière nationale qui reflète son patrimoine civilisationnel séculaire en matière de gastronomie, d'accueil et hospitalité, d'artisanat, de bijouterie etc... Il s'agit de penser à la réalisation des hôtels de luxe, qui appartiendraient à l'Etat mais qui seront gérés par des professionnels avec un type de gestion privée à 100% et ce dans les grandes capitales européennes et autres. Imaginer un vrai palace typiquement marocain, à tout point de vue, architecture, décoration service, gastronomie, adossé à un musée sur le patrimoine culturel national, à Paris, Londres, Rome, Bruxelles, Berlin, Tokyo ou New York... Un genre de Mamounia, bien revu et corrigé, ça serait incontestablement le plus beau cadeau promotionnel et effectif que l'on peut faire au tourisme national et au patrimoine civilisationnel du Royaume.

En tout cas, notre tourisme ne pourra sérieusement évoluer que si on passe à la phase professionnelle et que l'on cesse à la fois dans notre réflexion, dans nos actions, dans nos projets, d'agir en amateurs. L'amateurisme doit être dépassé. Face à des partenaires professionnels, il faut aligner des équipes de professionnels (tant dans l'administration que dans le privé). Le développement du tourisme n'est pas uniquement la responsabilité du ministère de tutelle, de l'ONMT ou des opérateurs touristiques. C'est également celle du guide, du chauffeur de taxi, du bazariste, mais également celle du douanier, du gendarme, du policier, de l' élu, entre autres, bref, du citoyen marocain. Si on le comprend et on l'applique, on aura mis le secteur sur les bonnes rails et participer sérieusement à son développement. Cela ne peut se faire en un seul jour, ni en une année, y penser et amorcer le processus avec la volonté et la perspicacité qu'il faut, est déjà un bon

départ. Vaudrait mieux tard que jamais.

D'ailleurs le Maroc est obligé de se doter des moyens matériels et humains pour être au niveau de l'intérêt économique qu'il porte au tourisme. Mais du fait aussi du rôle de locomotive que constitue le secteur en matière social, en matière de création d'emplois directs et indirects, en matière d'infrastructures de bases touristiques et para touristiques qui l'accompagne. L'investissement étranger que le secteur touristique entraîne dans la réalisation de nouvelles stations balnéaires, investissement en tourisme locatif, doivent se faire dans une régulation qui ne doit en aucun brader les richesses touristiques du pays, sous prétexte qu'ils intéressent les investisseurs étrangers. Il est évident que le Maroc, ne peut sortir de cette mouvance de la mondialisation et de la globalisation qui touche également le secteur du tourisme à l'échelon planétaire. La naissance de géants en matière de production de voyage avec une concentration jamais vue, de tous les moyens qui touchent le tourisme (agences de voyages, transport aérien , transport terrestre, excursions, hôtels, villages de vacances, vente par internet, compagnies aériennes propres, etc...) tel TUI ou Thomas Cook, rendent les destinations touristiques de plus en plus dépendantes de ces mégas groupes touristiques, au souci d'abord de rentabilité financière, sans aucun état d'âme.

A bon entendeur, salut.

Mohamed RIAL

A suivre : Que pèse le produit marocain dans la balance touristique des pays émetteurs ?