

## Grand Sud Tourisme La richesse dans la diversité.

22-01-2010

Dernière mise à jour : 07-06-2010

### Grand Sud Tourisme

#### La richesse dans la diversité.

La richesse du produit touristique marocain est d'abord dans sa diversité. Un produit fait d'une multitude de produits aussi particuliers et spécifiques les uns que les autres. Non seulement cette diversité est grandement visible dans le nord et dans le sud du pays mais également dans une même grande région touristique.

Le cas de la région du Grand Sud avec Marrakech en tête de liste suivi d'Agadir, puis de Ouarzazate et Zagora et Errachidia, en est une preuve irréfutable. Non seulement les produits touristiques de la même région sont complémentaires mais encore plus ils forment ensemble un produit quasi complet allant du culturel, au balnéaire en passant par le tourisme écologique, du désert, exotique, celui des dunes, randonnées chamelières (et autres), bivouacs, trekking, des palmeraies et des oasis, des Kasbahs et ksours et même du tourisme d'hiver avec du ski à Loukeïmden.

Bref cela forme un produit riche, spécifique, bien diversifié, voire inégalable. Toute bonne promotion et tout bon marketing doit donc tenir en compte cette mosaïque de produits touristiques et en faire une vraie force de vente. L'ONMT, outil national de promotion touristique, doit un peu sortir des chemins battus empruntés depuis des années, pour promouvoir une région complète, dans sa diversité de produits touristiques pour en faire un bon élément de commercialisation et un argument valable qui spécifie la qualité et les atouts touristiques du produit Maroc.

La promotion régionale devient désormais incontournable et doit être bien appuyée par le ministère de tutelle et l'ONMT. Il est grand de s'aligner sur les grands pays touristiques et d'offrir durant les salons internationaux du tourisme des stands propres au produit touristique régional, à la fois dans sa diversité et dans ses particularités. Ainsi donc, à titre d'exemple, on regroupera lors du Top Resa, dans un grand stand, Marrakech, Agadir, Essaouira, Ouarzazate, Zagora et Errachidia sous forme de produit régional du Grand Sud Marocain.

Les produits touristiques régionaux ne sont pas en effet en compétition interne. Ils sont en compétition avec la concurrence extérieure. Les regrouper sous l'égide régionale (Grand Nord, Grand Centre, Grand Sud etc &hellip;), leur permet de se mettre mieux en avant de la scène et de permettre au visiteur, donc au client potentiel, d'avoir des informations cohérentes, placées dans le contexte géographique naturelle, susceptibles de mieux intéresser et de stimuler son désir de voyage.

Il va de soit que tous les outils d'informations et de communication doivent accompagner à la réussite de cette stratégie promotionnelle à l'échelon d'une grande région touristique. La richesse de la diversité du produit touristique national, ajoutée à la richesse des produits spécifiques et particuliers dans cette même région dans des arguments de ventes qu'ils faut bien mettre en valeur et exploiter afin de participer d'une manière dynamique au développement du tourisme régional et national. L'un puisant ses ressources dans l'autres, le complétant et le valorisant, dans un cadre de promotion efficace.

Dans cette perspective et pour encourager à la fois l'investissement touristique, le développement de nouveaux produits et la rentabilisation de ceux existants, il est judiciable de créer une Agence de Développement Touristique, à l'instar de l'Agence du Développement du Nord et du Sud. On peut d'ailleurs imaginer le même schéma et créer une agence du nord et une autre du sud, dans l'objectif d'offrir un maximum de visibilité à la fois pour l'investissement en matière de tourisme comme pour le développement du secteur, qui reste toute de même le secteur pilier de l'économie nationale. En tant que secteur prioritaire économique, il doit jouir de tous les ingrédients possibles et imaginables pour renforcer son développement dont dépendent, par ailleurs de nombreux secteurs.

L'effet multiplicateur du tourisme est en effet phénoménal et touche de nombreux secteurs économiques, ce n'est pas pour rien qu'il est toujours la première industrie mondiale.

Mohamed RIAL