

Zouitene au Club de L'Economiste

Aérien: Un low-cost national inévitable



• «Aucun pays ne fonctionne avec un seul opérateur»

• «95% des touristes arrivent par voie aérienne»

• Paris-Essaouira: «la fermeture de la ligne n'a rien à voir avec l'arrêt de la subvention»

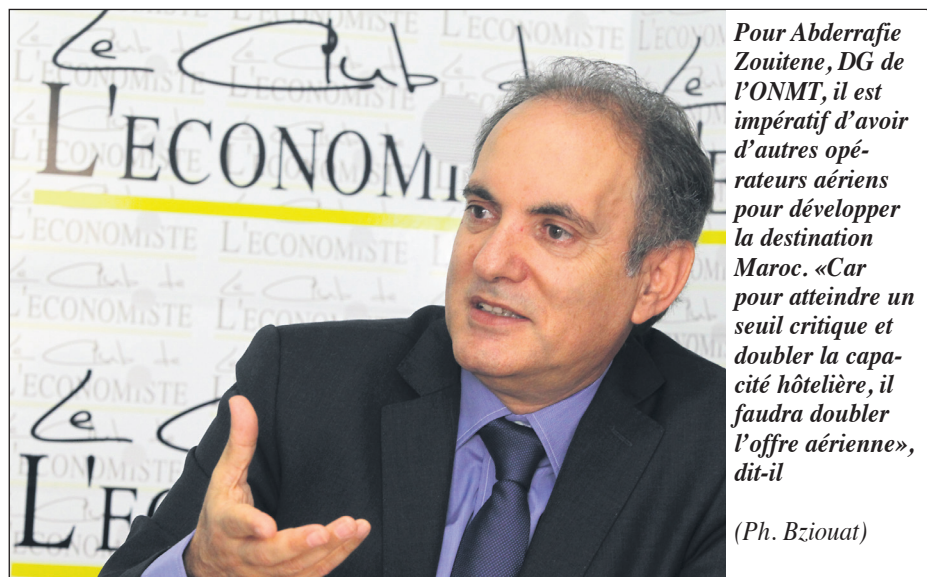
- L'Economiste: A fin août, les arrivées ont enregistré un pic de 9%. De quoi a-t-on besoin pour attirer plus de touristes?

- Abderrafie Zouitene: Nous ne pouvons pas développer une destination avec un seul opérateur aérien. Certes, la RAM a fait beaucoup pour le développement du secteur, mais d'autres compagnies seront nécessaires. Aucun pays ne fonctionne avec un seul opérateur. Par exemple, la

Turquie dispose de 6 opérateurs low-cost, en plus de la compagnie nationale Turkish Airlines. Aujourd'hui, l'injection de l'offre low-cost est déterminante pour une destination. D'ailleurs, si la tendance a été positive ces dernières années, c'est surtout grâce à la croissance de l'offre aérienne low-cost à destination du Maroc. C'est donc un changement inévitable, surtout que plus de 95% des touristes arrivent au Maroc par voie aérienne.

- Qui doit piloter cette initiative, sachant que la RAM avait tenté une expérience qui s'est soldée par un échec?

- C'est le rôle du ministère du Transport, de celui du Tourisme et de tous les acteurs concernés comme l'ONMT. Il y a un schéma à construire qui ne peut être que bénéfique pour la destination Maroc. Car, pour atteindre un seuil critique et doubler la capacité hôtelière, il faudra améliorer l'offre aérienne, tout en essayant de préserver la rentabilité de tous les acteurs.



Pour Abderrafie Zouitene, DG de l'ONMT, il est impératif d'avoir d'autres opérateurs aériens pour développer la destination Maroc. «Car pour atteindre un seuil critique et doubler la capacité hôtelière, il faudra doubler l'offre aérienne», dit-il

(Ph. Bziouat)

- L'ONMT est accusé d'être à l'origine de la suppression de la ligne Essaouira-Paris.

- C'est faux. La fermeture d'une liaison aérienne relève d'une décision de gestion interne de la compagnie. La décision n'a donc rien à voir avec la subvention accordée à la RAM. Mais avec les professionnels du secteur, nous avons trouvé une alternative pour mettre en place un plan d'action triennal afin d'éviter de rester uniquement sur la liaison Paris-Essaouira. Il s'agira de connecter

face à la concurrence, il faut développer des clusters et accélérer l'émergence de stations balnéaires, comme celle de Taghazout.

- Y a-t-il des segments sur lesquels il faut se focaliser davantage?

- Nous travaillons aujourd'hui sur des segments comme le golf qui attire 100.000 joueurs et qui génère plus de 1,5 milliard de DH de recettes. L'ambition est d'atteindre 40 parcours au lieu d'une trentaine actuellement. Cela va se faire

Manque d'efficacité marketing

LE Maroc ne semble pas avoir assez profité des événements du «Printemps arabe» pour accroître ses arrivées. Preuve en est la stagnation des chiffres de 2010-2012 autour de 9,4 millions de touristes. «Cela est en partie dû à la crise économique et financière de 2008 qui a affecté ceux qui étaient en train d'acquérir l'immobilier touristique», explique Zouitene. Mais il pointe aussi une carence au niveau de l'opération marketing. «Nous n'avons pas suffisamment marketer sur les atouts du pays». Selon lui, il faut aussi disposer de moyens et avoir une croissance soutenue de l'offre aérienne. □

Essaouira à d'autres marchés, notamment anglais et belge.

- Les banques semblent méfiantes à l'égard des investissements touristiques. Comment expliquer cela?

- Il n'y a pas de véritable problématique d'investissements. C'est plutôt une question d'attractivité, car les investisseurs cherchent d'abord la rentabilité. Par exemple, la Vision 2010 prévoyait de renforcer considérablement la capacité des stations balnéaires, avec un volume plus faible pour Marrakech. Or, c'est le contraire qui s'est produit à cause de l'attractivité de cette ville considérée comme une véritable marque. Globalement, les chiffres montrent une évolution significative des investissements sur les 8 dernières années. Maintenant, pour faire

dans le respect de l'environnement. Aucun parcours ne peut être construit sans une station de traitement des eaux usées. La règle s'applique aussi à ceux qui existent déjà.

Nous sommes en négociation avec la Fédération royale marocaine de golf pour développer l'offre marocaine, sachant que nous ciblons particulièrement le marché européen. En plus de ce segment, nous voulons attirer plus de congressistes. Pour cela, nous négocions actuellement avec l'OFPPT la possibilité d'ouvrir une académie de golf pour professionnaliser l'offre marocaine. □

Propos recueillis par Hajar BENEZHA

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

ROYAUME DU MAROC
SOCIETE CASABLANCA AMENAGEMENT SA



AVIS D'APPEL D'OFFRES OUVERT SUR OFFRES DE PRIX
(SÉANCE PUBLIQUE)

Le Vendredi 17 Octobre 2014 à 15H00, il sera procédé, au siège de la société CASABLANCA AMÉNAGEMENT SA sis à l'adresse ci-dessous, à l'ouverture, en séance publique, des plis relatifs à l'appel d'offres ouvert sur offres de prix ayant pour objet la réalisation des prestations ci-dessous désignées.

N° Appel d'Offres	Désignation des prestations	Estimation du coût des prestations	Cautionnement provisoire	Frais de dossier	Date et lieu de la visite des lieux
51/2014/STADE	Travaux d'aménagement des vestiaires du complexe sportif Mohammed V à Casablanca : Stade de football	Cinq Millions (5.000.000,00) Dirhams TTC	Quatre-vingt mille (80.000,00) Dirhams	Trois Cent (300,00) Dirhams (*)	Mardi 07 Octobre 2014 à 10h00 (Site du Projet)

(*) Le paiement des frais du dossier est effectué :

- au compte bancaire de la société CASABLANCA AMENAGEMENT SA ouvert à la Banque Populaire Centre d'Affaires Espace Porte d'Anfa à Casablanca sous le RIB n° 190780212119524101001451 (Code Swift : BCPOMAMC). Les frais de virement sont à la charge du candidat.
- ou par chèque bancaire établi au nom de la société « CASABLANCA AMENAGEMENT SA ».

Le dossier d'Appel d'Offres peut être retiré au bureau d'ordre de la société CASABLANCA AMENAGEMENT SA à l'adresse indiquée ci-dessous moyennant le paiement des frais de dossier. L'avis d'Appel d'Offres peut être téléchargé sur le portail des marchés publics (www.marchespublics.gov.ma) et sur le site web de la société CASABLANCA AMENAGEMENT SA (www.casa-amenagement.ma).

Le contenu, la présentation ainsi que le dépôt des dossiers des concurrents doivent être conformes aux dispositions des articles 27, 29 et 31 du décret n° 2-12-349 relatif aux marchés publics.

Les dossiers des soumissionnaires doivent parvenir par courrier recommandé avec accusé de réception, ou déposés contre récépissé au bureau d'ordre de la société CASABLANCA AMENAGEMENT SA, ou remis au Président de la commission d'appel d'offres au début de la séance et avant l'ouverture des plis, sous plis fermés et cachetés, à l'attention de :

Monsieur le Directeur Général de CASABLANCA AMENAGEMENT SA
4, rue Molière, 3^{ème} étage,
20 050 Casablanca

Les plis reçus postérieurement à la date et heure ci-dessus ne seront pas admis.

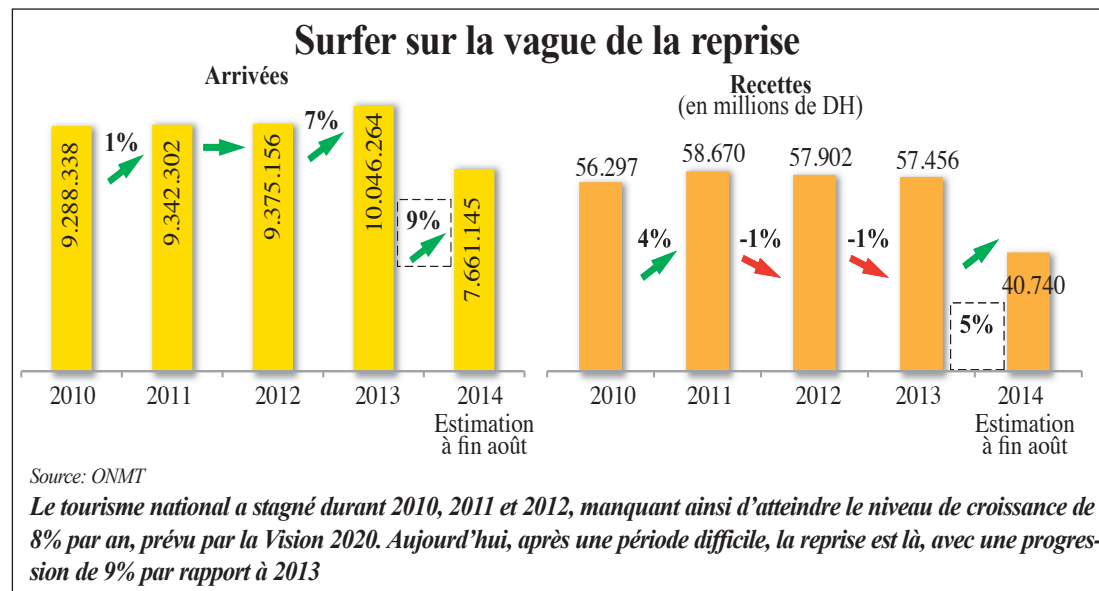
Pour toute information supplémentaire veuillez contacter le bureau d'ordre de la société CASABLANCA AMENAGEMENT SA : Tél 0522 39 23 00 / Fax 0522 39 01 00

Zouitene au Club de L'Economiste

Il faut recadrer la Vision 2020

- Mobiliser les acteurs locaux
- Des assises régionales pour relancer le marché
- Coupe des clubs champions, la CAN,... les perspectives sont bonnes

APRÈS une pause de trois ans, les professionnels du tourisme reprennent le chemin des assises, consacrées cette fois-ci à l'investissement, au financement et à l'émergence des territoires, lundi prochain à Rabat. Même sans effet d'annonce, cette 11e édition reste un moment privilégié qui permet de fédérer les acteurs du secteur autour des mêmes objectifs. Abderrafie Zouitene, DG de l'ONMT, fait d'ailleurs une proposition pour passer à une autre étape de la mobilisation: «Je suis favorable à des assises régionales. Chaque région, avec ses spécificités, est différente de l'autre. Cela



permettra de mobiliser les acteurs du secteur». Pour lui, «il ne faut pas croire que le tourisme se fait à Rabat. Ce sont les professionnels, chacun dans sa ville, qui démarchent et accueillent les clients». Il donne l'exemple de la Fédération mondiale des villes touristiques où des maires étaient venus en Chine pour défendre leurs candidatures. D'ailleurs, des mairies ont des repré-

sentations à l'international comme c'est le cas de Washington qui dispose d'un bureau à Shanghai et s'appête à en ouvrir un autre à Pékin. Et cette focalisation sur les régions n'empêche pas des échanges d'expériences entre elles pour faire preuve de solidarité, précise-t-il.

Les assises de Rabat seront également l'occasion de faire le point sur la situation.

Ainsi, si la Vision 2020 est à long terme, les différents acteurs ont besoin de se mobiliser sur des étapes intermédiaires. C'est ce qu'a fait Zouitene en présentant au conseil d'administration de l'Office un plan triennal 2014-2016, avec une croissance de 8% des arrivées par année. Ce taux, qui correspond à celui prévu par la Vision 2020, n'a été réalisé ni en 2010, ni 2011 encore moins en 2012. C'est pour cela qu'il faut retrousser les manches pour continuer à travailler sur l'attractivité

tout en renforçant le mouvement croissant des arrivées. □

M. C.



Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com

ALLIANCES VOUS EMMÈNE À TAGHAZOUT

Alliances Créations, la nouvelle signature de l'immobilier de luxe du Groupe Alliances, vous présente Taghazout Coast, son nouveau programme résidentiel et touristique à Taghazout. Laissez-vous séduire par les Villas et Appartements, en front de mer, ensoleillés 360 jours par an.

TAGHAZOUT
COAST

20 12 2014

11:30 25°C

TAGHAZOUT COAST

ALLIANCES
CREATIONS

Zouitene au Club de L'Economiste

Le web, star incontournable de la promotion



• Miser sur l'influence des prescripteurs sur les réseaux sociaux

• Près de 50% des arrivées proviennent d'achat sur internet

• Une direction des nouvelles technologies après la refonte de l'organigramme de l'ONMT



Abderrafie Zouitene, DG de l'ONMT, a souligné que le Maroc dispose d'une bonne image de marque à l'international, surtout pour certaines destinations comme Marrakech, qui devra abriter l'année prochaine le congrès de l'association américaine des agences de voyage (Ph. Bziouat)

PRÈS d'une année après sa nomination à la tête de l'Office national marocain du tourisme, Abderrafie Zouitene met le turbo pour la refonte de l'organisation et des missions de cet organisme. Ses statuts, qui datent de 1976, sont largement dépassés aujourd'hui, de l'avis même de Zouitene, notamment à cause des différentes évolutions qu'a connues le secteur. Aujourd'hui,

une étude a été lancée dans ce sens. Elle sera achevée dans un mois, selon Zouitene, qui était l'invité du Club de L'Economiste de Rabat. Cette étude devra conduire à la mise

en place d'un nouvel organigramme. Même la nomination devrait changer. «L'Office national marocain de tourisme a plus une connotation administrative. Aujourd'hui, il faut passer à une autre appellation plus dynamique, qui donne du sens», a-t-il expliqué. D'autres aspects devront également changer, notamment en termes de restructuration des ressources humaines, de corrélation entre

les arrivées des touristes de ce marché ont connu une nette progression. «Ce qui montre qu'il y a de nouveaux canaux de vente qui entrent en jeu», a noté Zouitene. Le patron de l'ONMT a également indiqué que des partenariats ont été noués avec de grands réseaux d'agences en ligne. Au niveau des réseaux sociaux, il a mis l'accent sur l'importance de la contribution de certains prescripteurs. Par exemple, le chanteur américain Usher, en visite à Fès l'année dernière, avait tweeté des photos et des vidéos de son périple. Il a été suivi par plus de 10 millions de followers. C'est dire toute l'importance des réseaux sociaux, qui restent une arme à double tranchant, dans la mesure où les commentaires négatifs concernant une destination peuvent se propager rapidement.

Néanmoins, la commercialisation de «la marque Maroc» ne peut se limiter aux aspects touristiques. Abderrafie Zouitene avance qu'il «faut plutôt vendre l'image globale du Maroc». Il considère qu'il s'agit d'une stratégie de plusieurs niveaux. L'idée est d'abord de mettre l'accent sur «l'histoire du pays, sa culture, ses valeurs, mais aussi les différentes réformes politiques, comme l'IER, l'INDH, la Moudawana, la Constitution...». Ceci a un grand impact sur la perception des touristes, de l'avis du patron

Taxe aérienne

LES actions de promotion nécessitent des fonds conséquents pour atteindre leurs objectifs. Aujourd'hui, le budget de promotion de l'ONMT atteint un peu moins de 500 millions de DH. Or, la Vision 2020, qui avait pour ambition de doubler tous les indicateurs, prévoyait un budget de 13 milliards de DH sur 10 ans, soit 1,3 milliard par an. Abderrafie Zouitene veut arriver à ce niveau. Mais l'essentiel pour lui est «de pérenniser ce financement, et éviter d'évoluer en dents de scie». Une grande partie de ces fonds servira à renforcer l'offre aérienne, et l'autre partie sera dédiée à la communication. L'ONMT compte également sur les recettes de la taxe aérienne, qui «devront atteindre cette année entre 250 et 300 millions de DH, pour la partie transférée à l'Office. Le reste étant alloué au Fond de cohésion sociale». □

le salaire et la performance, mais aussi en termes de procédures financières et de stratégies marketing. Par exemple, l'ONMT va introduire «de nouvelles mesures pour une gestion plus saine de la mobilité du personnel au niveau des représentations à l'étranger». L'objectif est de redéployer les troupes pour maintenir la motivation, et éviter que des responsables restent dans la même délégation pendant de longues périodes. L'Office a aussi pris en considération l'importance d'internet et des réseaux sociaux dans la promotion de la destination Maroc. C'est pour cela que le nouvel organigramme devrait comporter une direction des nouvelles technologies, fait-il savoir. Ceci est d'autant plus important que les ventes sur internet constituent la moitié des arrivées, selon les chiffres de l'Office. La participation du web dans l'évolution du tourisme au Maroc s'explique par le fait qu'en dépit des difficultés des tour-opérateurs en France par exemple,

de l'ONMT. Selon lui, «les grandes destinations touristiques, comme les Etats-Unis ou l'Espagne, sont d'abord des pays développés, ancrés dans la démocratie». Il a estimé que son organisme doit jouer un plus grand rôle dans ce domaine. D'ailleurs, ces atouts semblent déjà donner des résultats, dans la mesure où le Maroc dispose d'une perception positive dans plusieurs pays, dont la Chine ou les Etats-Unis. L'association américaine des agences de voyage tiendra son congrès à Marrakech en février prochain. Idem pour les sites de booking, comme Trip-advisor, qui totalise 280 millions de visites par mois, et dans lequel Marrakech arrive en 6e position, devançant d'une place une destination reconnue comme Paris. □

Mohamed Ali MRABI

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com



AVIS D'APPEL PUBLIC A MANIFESTATION D'INTERETS MISE EN GERANCE LIBRE DE STATIONS-SERVICE

TOTAL

1. Entité Organisatrice

La société Mahatta, société à responsabilité limitée à associé unique au capital social de 100.000 MAD, ayant son siège social à angle boulevard Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Sheherazade III - Casablanca, immatriculée au registre du commerce de Casablanca sous le numéro 79887.

2. Objet de la Consultation

La société Mahatta, filiale à 100% de la société Total Maroc, gère directement un réseau d'une vingtaine de stations-service sous l'enseigne « Total » implantées sur le territoire marocain.

La Société envisage de confier à des tiers, en plein accord avec Total Maroc, en sa qualité de propriétaire des stations-service et des fonds de commerce y attachés, l'exploitation en gérance libre de certaines des stations-service de son réseau.

Les Stations concernées, objet de la présente consultation sont les suivantes :

- Station Total Djbelet, Rte de Casablanca, Av. El Khattabi - Marrakech;
- Station Total Mogador, Rte principale N°8, Lot N°584, Lotissement Argana - Essaouia;
- Station Total Les remparts, Av. 11 janvier - face à la gare routière - Marrakech;
- Station Total Tadla, Bd Med V - Oued Zem;
- Station Total Rosales, Av. Omar Ben Abdelaziz - Larache;
- Station Total Hakkama, Route de Tétouan, commune rurale de juamaa centre Hakkama - Tanger;
- Station Total Bensouda, Quartier Industrielle Bensouda - Fès;
- Station Total Sidi Brahim, Quartier industriel Sidi Brahim - Fès.

L'objet de la Consultation est de sélectionner les Candidats, à l'issue d'une procédure de mise en concurrence qui suivra la publication de la présente annonce.

3. Conditions d'obtention des documents de l'appel public à manifestation d'intérêts

Le règlement de consultation décrivant le déroulement de cette dernière, les notes d'information relatives aux Stations Concernées et les différents documents annexes à remettre à la Société par les Candidats dans le cadre du dépôt de leur candidature, pourront être obtenus ou retirés, contre paiement du Candidat, par chèque de banque, chèque certifié ou espèces, d'une somme de 2.000 dirhams non remboursable par Station Concernée, correspondant aux frais de dossier et d'instruction des candidatures, au plus tard le 15 Octobre 2014 à 18 h aux adresses suivantes :

- pour une (1) ou plusieurs Stations Concernées, en se présentant à l'adresse du siège social de Mahatta à savoir Angle Bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Sheherazade III, Casablanca, ou
- pour une (1) Station Concernée, en se présentant à l'adresse de la Station Concernée, telle que mentionnée ci-dessus.

Toute demande d'obtention du Dossier de Consultation ou toute demande de retrait du Dossier de Consultation intervenant après la date mentionnée ci-dessus sera rejetée.

Pour toute demande d'information complémentaire, les personnes intéressées par la Consultation sont invitées à appeler les numéros suivants : 05.22.98.28.22 ou 05.22.98.37.61.

4. Restrictions posées à certaines candidatures

L'attention des personnes intéressées par la Consultation est attirée sur le fait que la Société a posé un certain nombre de restrictions pour la participation à la Consultation et que la Consultation n'est donc pas ouverte à un certain nombre de personnes physiques ou morales.

La liste des restrictions susmentionnée peut être obtenue auprès de la Société :

- soit par demande écrite à l'adresse mentionnée au paragraphe 3. ci-dessus,
- soit par télécopie au numéro suivant : 05.22.27.82.13.

Il est donc fortement recommandé aux personnes souhaitant retirer le Dossier de Consultation de se renseigner préalablement auprès de la Société sur la liste des restrictions posées par cette dernière pour participer à la Consultation afin de vérifier que leur candidature est bien éligible.

Faute de se renseigner préalablement, le Candidat s'expose au risque de perdre les frais de dossier et d'instruction des candidatures versés à l'occasion du retrait du Dossier de Consultation sans possibilité de réclamation.

NB : Les candidats porteurs de projets de création stations-service aux couleurs de Total bénéficieront d'un avantage certain lors de l'étude de leurs candidatures. Nous les invitons à le faire savoir dans le Dossier de Consultation.