

Crise et tourisme en Méditerranée

Le tourisme méditerranéen s'affranchit des crises

Malgré la crise et les printemps arabes, les pays méditerranéens devraient afficher une croissance de leur tourisme de 2 à 4% en 2012. Selon la Mediterranean Travel Association (META), le potentiel de la zone réside au sud et à l'est de la Méditerranée et dans les Balkans.

1 Le tourisme méditerranéen s'affranchit des crises

3 La Jordanie poursuit ses investissements

4 La résilience, moteur du tourisme au sud de la Méditerranée

5 Une feuille de route pour la relance en Tunisie

6 La première économie de la Méditerranée est-elle celle du bonheur ?

7 Le Maroc mise sur le tourisme responsable

8 L'Égypte joue la diversification

Dossier réalisé par **econostrum**.info

en partenariat

avec la **Banque européenne d'investissement**



Connectez-vous au site mobile en flashant ce code

MÉDITERRANÉE

Au nord comme au sud de la Méditerranée, l'heure des comptes sonne alors que la saison estivale touche à sa fin. Confrontée à la crise économique, la région touristique la plus fréquentée de la planète (30,4 % des arrivées de touristes internationaux en 2011), avec quatre nations dans le Top 10 des destinations mondiales en 2010 selon l'Organisation mondiale du tourisme (France, Espagne, Italie, Turquie), semble faire grise mine à en croire les commentaires des professionnels.

Et pourtant ! Comme le révèle, l'association META (Mediterranean Travel Association - soutenue par Earthcheck, RevDev Consultants, Mondeca, Afnor groupe, Digimind, Emakina et 1ère Position) dans sa dernière analyse, livrée en avant-première à econostrum.info, « la conjoncture actuelle sur toutes les rives de la Méditerranée s'avère bien meilleure que ce que les observateurs avisés ne le pensaient en début d'année. » Mieux, META affirme que les pays méditerranéens devraient afficher une croissance de leur tourisme de 2 à 4% en 2012.

Isabel Borrego, secrétaire d'État espagnole au tourisme annonce déjà

« une année record avec 58 millions de touristes étrangers et 3,6% de fréquentation en plus entre janvier et août 2012 par rapport à la même période en 2011 » pourtant dopée par un afflux exceptionnel de touristes en raison des printemps arabes.



Isabel Borrego, secrétaire d'État espagnole au tourisme

La crise économique s'avérerait donc plutôt un facteur favorable pour le tourisme. L'explication se résume dans un adage livré par Étienne Pauchant, président de META : « les quatre moins, moins longtemps, moins loin, moins cher, moins souvent, ont été au rendez-vous des vacances 2012 des Européens, privilégiant les voyages domestiques ou pour les plus fortunés, les voyages en Europe proche et en Méditerranée. »



► Manque de renouveau du tourisme méditerranéen

Selon META, la Méditerranée a reçu 7,13 millions d'arrivées internationales supplémentaires en 2011 par rapport à 2010. Cela lui permet de passer la barre des 300 millions avec 301 854 000 arrivées internationales. Certes, cette hausse (+2,4%) reste inférieure à la progression mondiale (+4,89%) mais elle s'est réalisée malgré l'impact des révolutions arabes et de la crise européenne.

« Il faut observer que l'essentiel des progressions en pourcentages entre 2000 et 2011 est à mettre au compte des marchés de la rive Sud et Est et aux marchés des Balkans (non U.E). Le potentiel de la zone réside donc bien dans ces marchés, et non pas dans les pays européens, plus matures, qui n'enregistrent que de faibles taux de progressions cumulées pendant la période concernée (mais de fortes progressions en termes d'arrivées). Il est possible qu'à l'horizon 2020 la Méditerranée puisse tenir tête aux fortes progressions relevées essentiellement en Asie-Pacifique, par un essor important à partir des Balkans, comme depuis les rives Sud et Est » analyse Étienne Pauchant.

« En théorie, l'année 2012 devrait voir le nombre d'arrivées mondiales dépasser le milliard et celles de la Méditerranée s'envoler définitivement au-delà de la barre des 300 millions » poursuit-il. META démontre ainsi qu'en douze ans, les arrivées internationales progressent de 158% sur la rive Est, de 149% dans les Balkans (hors UE), de 68% sur la rive Sud et de seulement 9% sur la rive Nord. Pour l'association, « la perte de marché, continue, constituée depuis 2000, est due au manque de renouveau méditerranéen. Le tourisme moderne a trouvé sa source en Méditerranée, après l'apparition des congés

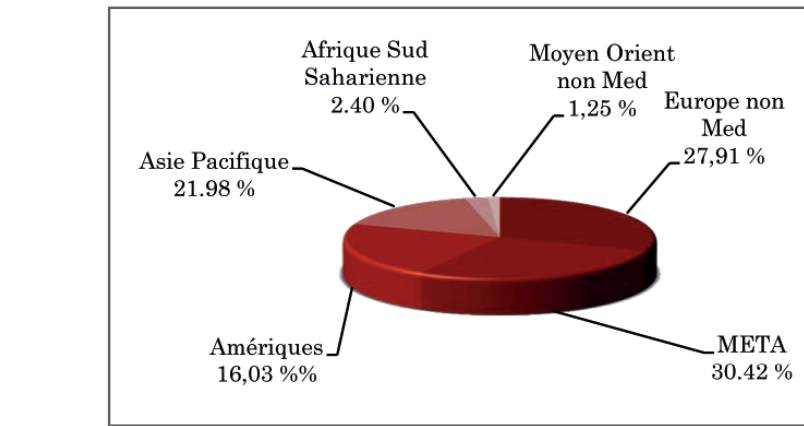


Figure 1: La zone META (30 pays méditerranéens en incluant le Portugal et la Mauritanie) a pris la tête en 2011 des parts de marchés mondiales avec 30,42% des arrivées de touristes internationaux. (source META)

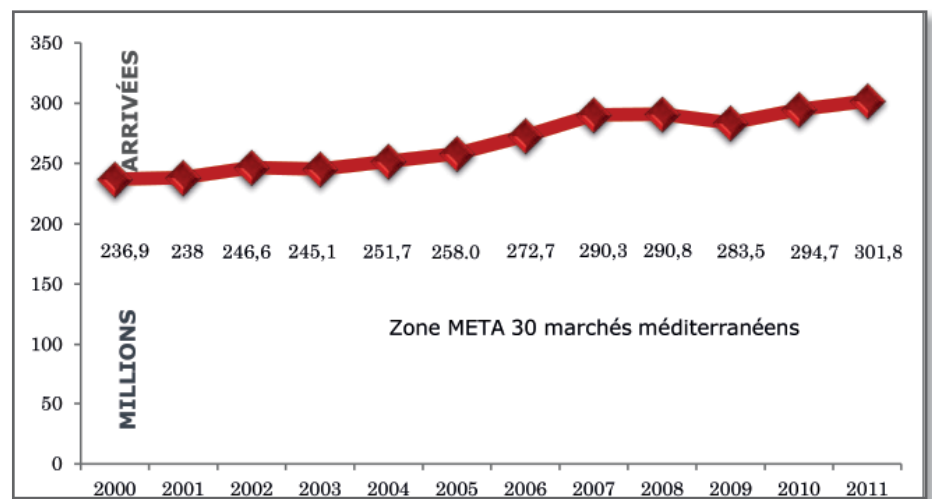


Figure 2: Les arrivées de touristes internationaux en Méditerranée ne cessent de grimper depuis dix ans pour dépasser aujourd'hui la barre symbolique des 300 millions. (source META)

payés d'après-guerre... Ces innovations espagnoles et françaises se sont poursuivies dans les années 60 en Tunisie puis bien plus tard en Égypte (Sharm El Sheikh) et en Turquie. A ce jour, la Méditerranée a perdu l'initiative de ses débuts au profit de l'Océan indien et de l'Asie pacifique en fort développement. »

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) relève que les dépenses directes réalisées par les touristes internationaux dans les pays de destination en 2011 s'élèvent à 697,73€ par arrivée internationale pour la zone Europe sud/med (747,98 pour l'Asie Pacifique!). Par extrapolation, META calcule que ceci équivaut à 638,54€ pour l'est de la Méditerranée, 634,55€ pour le nord, 596,49€ pour les Balkans et 501,45€ pour le sud. « Une baisse globale de 1,7% alors que seule la rive nord enregistre une légère progression de 1,8% » note Étienne Pauchant. Selon son association, qui fait référence en la matière sur cette région, « la contribution « directe » du tourisme au PIB est estimée à 275 mrd € en Méditerranée en 2011 et globale (avec les investissements réalisés par les professionnels) de 713,8 mrd € soit un peu plus de 11% du PIB total. »

Le Maroc reste, sans doute le plus avancé en matière de diversification touristique



Photo F.Dubessy/economistum.info

La Jordanie poursuit ses investissements

Malgré les incertitudes liées aux bouleversements politiques dans la région, le royaume hachémite poursuit ses investissements dans le tourisme. Le secteur est même devenu une priorité nationale.



Bénéficiant d'une stabilité relative, alors que nombre de pays arabes restent en pleine ébullition, la Jordanie continue de miser sur le tourisme, comme poste clé de son économie. Un plan stratégique quinquennal de 90 pages a même été établi par le ministère du Tourisme, pour la période 2010-2015, afin de booster les investissements dans le secteur. Ce plan se base sur quatre piliers moteurs : marketing et promotion, développement du produit, développement du marché du travail, le tout dans le respect de l'environnement. Avec pour objectif de faire grimper le nombre de touristes étrangers de 8,2 millions à 9,4 millions en 2015.

Avec cette nouvelle politique, les autorités jordaniennes tablent sur l'élargissement de l'offre touristique du royaume, tant au niveau aérien que dans le secteur hôtelier. Déjà, depuis la présentation de ce plan, le royaume propose quelques mesures destinées à moderniser son parc de restauration et d'hôtels, en mettant en place une nouvelle classification répondant aux critères internationaux.

Tourisme médical et d'affaires ont le vent en poupe La relative stabilité de la Jordanie ainsi que la volonté manifeste des autorités de se placer en destination phare du tourisme dans la région, séduisent visiblement les investisseurs. Le pays enregistre pas moins de vingt projets touristiques en cours d'exécution.

Comme, par exemple, le parc à thème futuriste d'Aqaba d'un budget d'1,15 mrd €, baptisé Red sea Astrarium qui devrait ouvrir ses portes en 2014.

Quant aux rivages de la Mer morte, ils séduisent toujours autant les investisseurs. La Commission des zones de développement annonce ainsi attendre pour 2012 pas moins de 330 M€ d'investissements sur cette région.

Côté hôtelier, le site vient d'accueillir un nouveau complexe hôtelier de luxe Crowne Plaza.

Ces investissements dans le tourisme devraient d'ailleurs générer dans la région de la Mer morte 1 500 créations d'emplois, selon la Commission.

Tourisme médical et d'affaires ont le vent en poupe

Le royaume hachémite envisage également de développer de nouvelles niches touristiques en marge du tourisme archéologique et de loisirs.

Le tourisme médical a le vent en poupe, avec un développement croissant. La hausse des coûts médicaux aux États-Unis et en Europe pousse cette clientèle spécifique à s'orienter vers de nouveaux marchés, en Jordanie notamment.

Josef Woodman, fondateur de Patients Beyond Borders, estime ainsi que la Jordanie devient l'une des destinations phares pour le tourisme médical. Le pays dispose d'excellentes infrastructures hospitalières et de professionnels de santé compétents, le tout à des tarifs très compétitifs. Avec pour les touristes, la possibilité de combiner loisirs et soins.

En 2011, le tourisme médical (240 000 visiteurs) affichait une belle croissance, avec +8,3% par rapport à 2010, selon la Jordan's Private Hospitals Association.

La Jordanie développe également son offre de tourisme d'affaires, dopée par l'ouverture d'un nouveau terminal à l'aéroport Queen Alia. La région de la Mer morte, comme celle d'Aqaba se positionne en première ligne pour accueillir congrès et rencontres d'affaires, avec toutes les infrastructures hôtelières déjà présentes.

Les ouvertures du Dead Sea Lagon (120 M€ d'investissement) d'un Hilton à la Mer morte, ou encore d'un JW Marriot à Aqaba en 2013, participeront à ce renforcement.

Jenny Saleh, à BEYROUTH

La Jordanie cherche à développer d'autres pistes que le tourisme archéologique





Le Maroc veut se positionner dans le Top 20 des destinations touristiques mondiales

Photo F.Dubessy/economstrum.info

La résilience, moteur du tourisme au sud de la Méditerranée

Maroc, Algérie, Tunisie, Égypte, Turquie...
tous les pays du sud de la Méditerranée amorcent un renouveau de leur stratégie touristique. À côté du tourisme de masse, longtemps leur marque de fabrique, ils se tournent désormais vers un tourisme plus diversifié pour séduire aussi bien les clientèles étrangères que locales.

S'il convient de reconnaître que l'amorce d'un renouveau date d'avant les printemps arabes, notamment en Tunisie avec la montée en gamme grâce à la thalassothérapie et le golf, les bouleversements dans les pays du sud de la Méditerranée accouchent aussi de nouvelles stratégies en matière de tourisme.

Ce secteur représente des parts très importantes de PIB : 14,30% pour l'Égypte, 8% pour le Maroc, 7% pour la Tunisie...

Ces pays restent fragiles en subissant de plein fouet les aléas géopolitiques. D'où l'idée au sud de la Méditerranée, avec de forts accents de résilience, de consolider un secteur vital.

Confronté à la situation politique dans le Sahel, l'Algérie (3 millions de touristes seulement en 2011 mais 4,2% des 5% du PIB hors hydrocarbures) concentre ses efforts sur le tourisme d'affaires mais aussi sur le tourisme de masse de la communauté algérienne résidant à l'étranger. Elle renforce ses capacités d'accueil pour réaliser 75 000 lits

supplémentaires. Le conseil de participation de l'État consacre ainsi une enveloppe de 70 mrd\$ dinars (700 M€) pour la réhabilitation des hôtels. Les prévisions tablent sur une capacité d'accueil proche de 120 000 lits à l'horizon 2020.

Le pays ne renonce pas au Sahara avec des abattements de l'ordre de 80% sur les prix du foncier destiné à la réalisation de projets touristiques et des bonifications de 4% sur le taux d'intérêt des prêts bancaires destinés au financement de projets touristiques.

L'Algérie vient de s'allier à sa voisine la Tunisie avec succès. La communauté

touristique algérienne, bénéficiant de facilités douanières sur le territoire tunisien, occupe désormais la première place en Tunisie avec 700 000 entrées du 1er janvier au 30 septembre 2012.

Les Tunisiens renvoient l'ascenseur en élargissant à l'Algérie leurs excursions proposées notamment aux touristes européens pour le plus grand profit des tour opérateurs algériens.

La Turquie leader incontesté

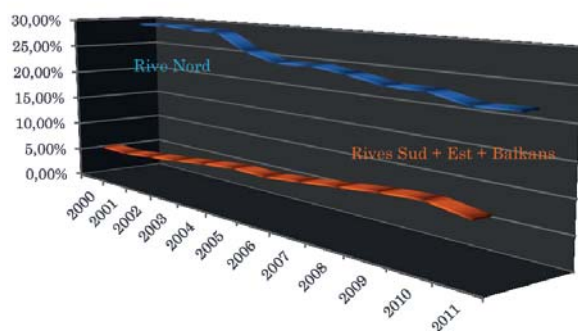
La Tunisie (7 millions de touristes en 2010) prévoit d'instaurer en 2013 une taxe aéroportuaire. Elle permettra de renforcer les capacités financières des campagnes promotionnelle et de créer une unité de gestion par objectif qui prendra en charge la réalisation des programmes de promotion du secteur. Avec trois priorités : la compétitivité de la destination, la qualité et la diversification du produit. Elyes Fakhfakh, ministre tunisien du Tourisme, ambitionne de retrouver le niveau de fréquentation de 2010 dès 2013.

Le Maroc (9,3 millions de touristes en 2011) s'attache depuis 2001 à assurer un développement régional équilibré sur l'ensemble du territoire du Royaume. Avec aussi, depuis deux ans et la Vision 2020, une vocation durable.

Lahcen Haddad, ministre marocain du Tourisme, réaffirmait en juin 2012 l'objectif de « hisser le Maroc parmi les vingt premières destinations touristiques mondiales » en doublant le nombre d'arrivées internationales et en triplant les voyageurs nationaux.

La Turquie, leader incontesté du tourisme dans la zone avec ses 31,4 millions de touristes accueillis en 2011, attire de plus en plus de touristes du Moyen et du Proche-Orient même si les Européens constituent le plus gros contingent avec les Américains mais aussi les Japonais.

Figure: Alors que la rive nord ne cesse de perdre des parts de marchés mondiales, les rives Sud, Est et Balkans se stabilisent. (graphique META)



La Turquie séduit de plus en plus de touristes



Photo F.Dubessy/economstrum.info

Perçu comme une destination low cost, ce pays tente avec sa stratégie 2023 une montée en gamme avec le tourisme thermal, le tourisme hivernal, l'éco-tourisme, le tourisme de congrès et le tourisme sportif. Neuf zones touristiques et culturelles, dix villes touristiques, neuf marinas et onze ports spécialement aménagés pour l'accueil des navires de croisières figurent dans son agenda.

Le Qatar investit au Maghreb

L'Égypte (14,7 millions en 2010 année record) espère 12 millions de touristes en 2012 et table sur 30 millions en 2020. La Tunisie vise les 10 millions en 2016. Le Maroc parle de 20 millions d'arrivées en 2020 (11,5 millions attendus en 2014). La Turquie veut atteindre les 40 millions en 2023.

Et comment ne pas y croire quand un pays comme le Qatar inonde de ses dollars l'industrie touristique en Afrique du nord ? Le fonds Qatari Diar annonce par exemple vouloir investir 10 mrd \$ dans un resort géant sur la côte méditerranéenne et prévoit des projets au Caire, à Charm El Sheick, au Maroc avec le Qatar National Hotels Morocco et en Tunisie. Il vient, cet été, de poser la première pierre du complexe touristique de Tozeur. Comme le note le Conseil mondial des voyages et du tourisme (WTTC), le développement remarquable de l'activité touristique dans le pourtour méditerranéen va ipso facto alimenter « *la concurrence entre les pays tels que le Maroc, la Tunisie, l'Égypte et la Turquie qui chercheront à maximiser leurs parts dans un marché touristique en pleine effervescence.* » Une saine émulation !

Frédéric Dubessy
avec les correspondants



Une feuille de route pour la relance en Tunisie

Photo F. Dubessy/econostrum.info



En 2010, une année de référence en la matière, la Tunisie a accueilli 5 472 369 touristes dont 3 145 285 européens. En 2012, ils seront 2 500 000 seulement (-20,5%) dont 774 000 Français, soit le tiers du chiffre 2010.

De l'avis même du ministre du Tourisme, Elyes Fekhfakh, la saison 2012-2013 sera « *encore plus difficile* ». Au Salon mondial du tourisme « Top Resa » tenu du 18 au 20 septembre 2012, le stand tunisien a vu très peu de tour opérateurs. Le sentiment d'insécurité qui prévaut dans le pays a atteint un nouveau sommet le 14 septembre 2012 avec l'attaque de l'ambassade américaine.

Dans l'immédiat il s'agit tout d'abord pour les autorités provisoires de rétablir la sécurité sur tout le territoire du pays et plus spécialement dans les zones touristiques. Il faut également rassurer les investisseurs nationaux et étrangers en sortant le pays de la période transitoire qui s'éternise grâce à une nouvelle Constitution et la tenue d'élections législatives et présidentielle.

Une taxe aéroportuaire

En attendant, la tutelle tente de limiter les dégâts par des campagnes promotionnelles ciblées sur le sud tunisien. Des actions d'envergure soutenues par les compagnies aériennes seront ainsi programmées cet hiver dans les pays



Considéré comme le fleuron de l'économie nationale, le tourisme en Tunisie est aujourd'hui une activité sinistrée.

La Tunisie veut retrouver son tourisme d'avant révolution

européens. Pour financer ces actions, une nouvelle taxe aéroportuaire à la charge des voyageurs alimentera le Fonds de développement de la compétitivité du secteur (FODEC) dès début 2013.

Elle financera également une unité de gestion déclinée par objectifs (diversification produit et qualité, promotion, endettement et aide à l'investissement, web compatibilité, connexion aérienne et open sky, décentralisation, partenariats public-privé) au sein du ministère du Tourisme.

Le gouvernement tunisien espère ainsi attirer un million de touristes supplémentaires par an pour atteindre 6,8 millions de touristes en 2013 et 10 millions en 2016, pour 10 mrd € de recettes.

Nadia Chahed, à TUNIS

Par Étienne Pauchant, président Fondateur de Mediterranean travel association (META)

La première économie de la Méditerranée est-elle celle du bonheur ?

« Les quatre moins « moins longtemps », « moins loin », « moins cher », « moins souvent », ont été au rendez-vous des vacances 2012 des Européens, privilégiant les voyages domestiques ou pour les plus fortunés, les voyages en Europe proche et en Méditerranée. »

Photo DR



Malgré une vingtaine de sommets internationaux organisés dans la hâte depuis quatre ans, et dont les résultats ont tous été présentés comme des succès; la crise financière importée en 2009 des USA, et qui ravage l'Union Européenne, ne marque pas le pas. Bien au contraire, de nouvelles urgences se sont fait jour en 2012 ; en Grèce bien sûr, dont la sortie de la zone euro est aujourd'hui moins probable, mais également en Espagne, dont les banques sont menacées de faillite, ce qui par le jeu des dominos pourrait entraîner d'autres banques et d'autres États dans un début de détricotage des soixante ans de construction européenne.

L'euro affaibli jusqu'au début septembre 2012 a favorisé la destination européenne auprès des clientèles éloignées. Il ne s'est redressé qu'après la décision de la BCE concernant son nouveau programme de rachat d'obligations publiques. Malgré cet euro faible jusqu'à la rentrée, le Maghreb a performé en 2012, et devrait bénéficier d'un Euro fort pour son arrière-saison.

Nous n'en sommes pas encore là, mais **la ruine des petits épargnants menace toujours, la baisse des salaires et des pensions aussi ; ainsi que les pertes d'emplois. Bien sûr, des mesures de relance seront prises à court terme, tentant de concilier l'austérité avec la prodigalité, un peu comme on marie la carpe avec le lapin.** Il y a peu de chances que cet étrange attelage puisse trouver une solution, sachant que le fédéralisme salvateur est, pour l'instant, et jusqu'en décembre, hors de portée.

Dans ce contexte, les quatre moins « moins longtemps », « moins loin », « moins cher », « moins souvent », ont été au rendez-vous des vacances 2012 des **Européens, privilégiant les voyages domestiques ou pour les plus fortunés, les voyages en Europe proche et en Méditerranée**, continuant le mouvement déjà observé en 2011.

La devise européenne qui s'échangeait en juin 2012 autour de 1,25 US\$, aura attiré sur le continent des vacanciers internationaux,

souvent nouveaux entrants touristiques, depuis des pays en forte croissance, et qui ont profité d'une baisse des prix conséquente.

Les résultats de 2013 dépendront grandement de l'évolution économique de la zone euro, première émettrice et première réceptrice de tourisme dans le monde.

Le stress également bon pour le tourisme

Le tourisme est une activité à forte résilience. Il est directement lié au niveau de stress mesuré sur le marché en émission.

Au plus il est important, au plus le besoin d'un « break » devient incontournable.

Les résultats du tourisme méditerranéen en 2011 en sont la preuve (+ 2,4 % d'arrivées internationales), malgré les alarmes et les mauvais augures qui, tous, prédisaient une forte baisse. Il en sera probablement de même en 2012.

Ces résultats ne concernent que les vacances passées à l'étranger, réputées plus onéreuses (ce qui est de moins en moins vrai en Méditerranée) pas les voyages de loisirs réalisés vers les **destinations domestiques.**

Ces derniers, mal évalués à l'échelle mondiale, sont **nettement supérieurs aux départs vers l'étranger.** La première destination allemande est la Bavière, et la seconde la Mer Baltique, L'Espagne n'arrive qu'en troisième position. La première destination de vacances des Français est la France, comme l'Italie l'est pour les Italiens, l'Espagne pour les Espagnols, etc... En 2011, Atout France dénombre 23 millions de départs en vacances à l'étranger réalisés par les Français à comparer aux 180 millions de voyages qu'ils ont réalisés pour motif personnel à destination « domestique ».

Il faut bien avouer que l'extrême compétition entre les sociétés industrielles dans cette période de crise économique mondiale, est un facteur de stress important, encore augmenté par le nouveau monde global, qui relie électroniquement trois milliards d'humains dans une conversation sans fin.

Le besoin de calme et de temps de vacances partagé avec ses proches, ses amis et son groupe social n'en est que plus important.

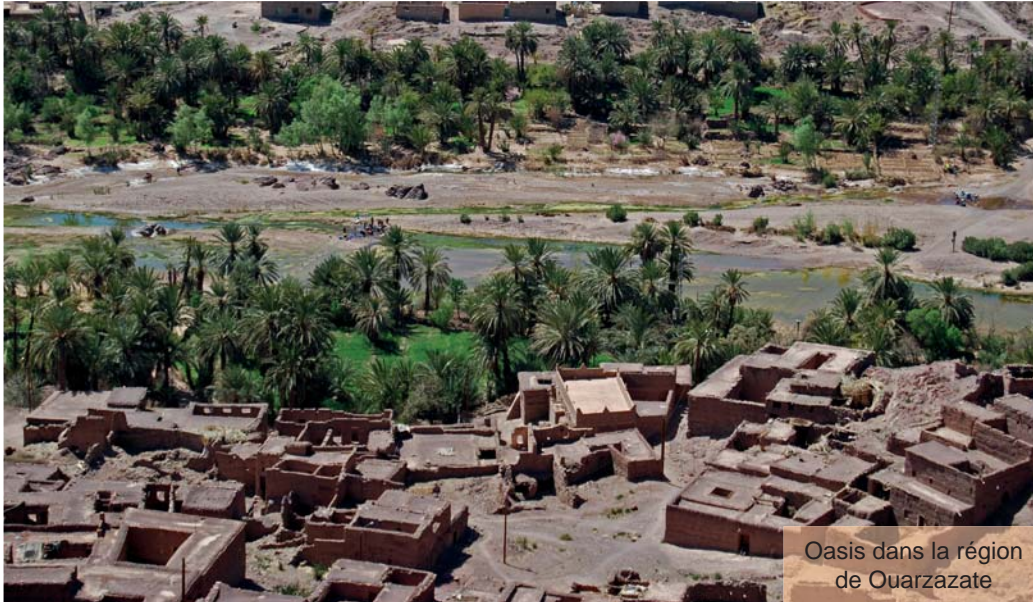
Suivre les demandes des marchés d'émission

Sachant que la décroissance n'est pas à l'ordre du jour, certains chercheurs, très proche de META* proposent de compléter les indicateurs de « développement » des nations par des **indicateurs du « bonheur »** dans celles-ci, suivant en cela les initiatives prises par l'ONU, rejointe par l'OCDE, qui a engagé une démarche de mesure du bien-être et du progrès dans laquelle les indicateurs de développement, et notamment le PIB, sont battus en brèche. Si l'équilibre entre temps de travail et temps de loisirs fait partie des facteurs de bien-être, nul n'a (encore) prouvé que les vacances contribuent au bonheur.

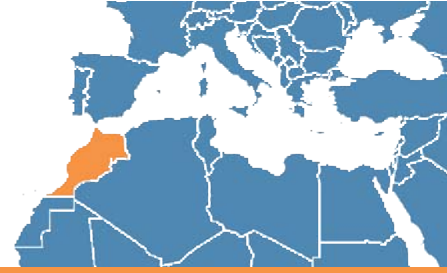
Concernant les voyages réalisés à l'étranger, **le tourisme n'apporte pas la paix, mais ne peut se développer que dans les destinations en paix.** Il s'arrête immédiatement en cas d'alerte sanitaire, comme l'épidémie de SRAS, ou la fausse alerte de la grippe H1N1. Il fuit les catastrophes naturelles, et bien entendu est totalement rétif aux mouvements de foule et, pire, aux attentats.

Les destinations méditerranéennes ont bien compris leur intérêt, à suivre les demandes des marchés d'émission, anticipant celles-ci en élargissant leurs gammes de prix pour capter une partie des petits budgets. L'activité est maintenant reconvenue par tous, comme un acteur majeur de l'économie des pays méditerranéens et sa forte capacité à générer de l'emploi. Des pays non encore touristiques, comme l'Algérie (au potentiel immense) ou la Libye, se préparent à « entrer en tourisme » pour le plus grand bonheur de leurs futurs hôtes.

*Robert Lanquar in « le tourisme fait-il le bonheur des nations ? » Cordoue octobre 2012



Oasis dans la région de Ouarzazate



Dans un secteur des plus moroses, le tourisme responsable apparait comme le seul créneau à tirer son épingle du jeu.

Le Maroc mise sur le tourisme responsable

Depuis deux ans, la destination Maroc stagne et souffre d'un manque de visibilité. La tendance inquiète. Sur les neuf premiers mois de l'année 2012, seulement 7,278 millions de touristes ont franchis les frontières marocaines. Un chiffre en hausse de 0,1% seulement comparé à la même période de 2011.



Photo DR

Fouzi Zemrani, voyageur à Marrakech, président de ZTours

« *La destination va mal, vraisemblablement plus que ne l'indique les chiffres. En témoignent le retrait des compagnies aériennes low cost et la réduction de la flotte de Royal Air Maroc* », souligne

Fouzi Zemrani, voyageur à Marrakech, président de ZTours.

L'offre « station balnéaire », produit phare de la Vision 2010 (stratégie touristique développée ces dix dernières années), peine à convaincre.

Excepté Mazagan Resort à El Jadida, les autres stations balnéaires du Plan Azur restent, soit inachevées (Plage Blanche, Taghazout), soit vertement critiquées (le cas de Saïdia dans le nord du Maroc).

Conçues pour attirer les touristes en masse, ces stations gigantesques, îlots luxueux au milieu de nulle part, manquent d'interactions avec leur environnement et les populations locales. Les animations proposées s'avèrent insuffisantes.

Or, l'heure est à l'authenticité, au retour à la nature, à la découverte de territoires préservés.

« *Au Maroc, le tourisme responsable se trouve en plein boom, le seul à tirer véritablement son épingle du jeu. Il connaît une croissance à deux chiffres* », explique Thierry Tarot, directeur général des Terres d'Amanar, domaine naturel dédié à l'écotourisme situé à une quarantaine de kilomètres de Marrakech.

Écotourisme ne veut pas dire bon marché

Randonnées pédestres, équestres, parapente, tourisme vert, découverte de l'artisanat, échanges avec les populations locales, maisons d'hôtes, etc... : les touristes européens restent très demandeurs.

En particulier ceux venus de France, d'Allemagne, de Grande-Bretagne et des Pays scandinaves.

Le Maroc voit aussi émerger une clientèle russe à la fois adepte de luxe et d'authenticité. Ces clients fortunés choisiront par exemple de passer les fêtes de fin d'année au beau milieu du désert, mais dans un campement cinq étoiles.



Photo Patrick Forgeat/sagaphoto.com

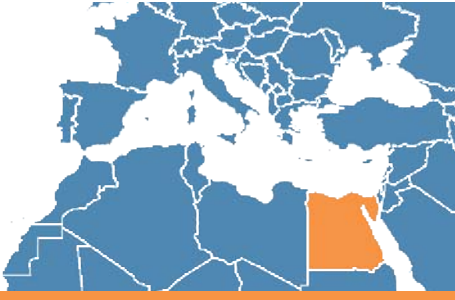
Car qui dit tourisme responsable ou écotourisme ne signifie pas forcément tourisme bon marché. Gagner l'authenticité requiert du temps et nécessite parfois de s'enfoncer assez loin dans l'arrière pays.

« *Une semaine de randonnée au Maroc coûte relativement cher. Bien plus que les produits clubs classiques proposés par les tours opérateurs* », relève Thierry Tarot. « *Mais il reste encore beaucoup de choses à faire. De nombreux sites, villages demeurent complètement enclavés, sans eau, ni électricité. Difficile de proposer une activité lorsque les infrastructures de base ne sont pas présentes pour assurer un hébergement adéquat* », ajoute le directeur des Terres d'Amanar.

Soutenu par les autorités à travers la Vision 2020, ce créneau « tourisme durable » se trouve au cœur de toutes les attentions. Il fait la part belle aux territoires et vise à hisser le Maroc au top 20 des premières destinations touristiques mondiales. A travers des contrats programmes signés avec l'État, huit pôles régionaux vont mettre en place un tourisme respectueux de l'environnement, autour de la valorisation du patrimoine, de la valorisation des espaces naturels, des activités sportives et du bien être.

« *La vision est là, va dans le bon sens* », estime Fouzi Zemrani. « *Mais sa mise en œuvre demande l'implication et l'écoute de tous les acteurs locaux et de terrain. Et pas juste de tenir compte des recommandations de tel ou tel bureau d'études* », ajoute le voyageur.

Christelle Marot, à CASABLANCA



L'Égypte s'engage dans un plan de rénovation de son industrie touristique. Elle veut assoir son renouveau en s'appuyant sur ces principaux marchés internationaux mais aussi intérieurs.



L'Égypte modernise son parc hôtelier

Photo F.Dubessy/economist.info

L'Égypte joue la diversification

Le tourisme pour l'Égypte, c'est comme le pétrole pour les pays du Golfe ! Ce secteur constitue de longue date la locomotive de son économie. Les bouleversements survenus après les événements du 25 janvier 2011 ont profondément impactés les assises du pays et par ricochet tous ses secteurs vitaux.

Aujourd'hui, le nouveau gouvernement affirme vouloir mettre en œuvre des stratégies rapides et efficaces pour stopper l'hémorragie et relancer l'activité. Une étude, réalisée, en octobre 2012 par le département des recherches du ministère du Tourisme, servira de socle à toute une série de mesures.

Ainsi des actions commerciales de courtes durées seront engagées sur les marchés touristiques les plus importants sur le plan international comme la Russie, l'Allemagne et la Grande-Bretagne, pour tenter de récupérer le terrain perdu. Les pays proches et stables actuellement, Arabie Saoudite, Qatar, Émirats Arabes Unis et Koweït seront également ciblés.

Les efforts porteront également sur le tourisme intérieur, important surtout durant les fêtes. Les Cairotes désertent alors en très grand nombre la capitale vers Alexandrie et la Mer rouge. Les nationaux représentent au moins 40% de la clientèle touristique.

L'Égypte veut aussi explorer d'autres marchés touristiques comme la Chine, l'Australie, le Japon, la Turquie. Elle entend utiliser des événements culturels et sportifs comme

le Rallye des Pharaons pour démontrer le retour de la sécurité et de la stabilité.

Le plan d'action prévoit également le lancement d'une campagne nationale destinée à sensibiliser les égyptiens à l'importance vitale de ce secteur et à éradiquer les comportements qui influent négativement sur le tourisme.

28 millions de m² de terres à disposition pour des projets touristiques

La diversification s'affiche comme l'un des mots clés du programme du ministère avec la promotion d'activités de type plongée sous marine (l'Égypte a été désignée meilleure destination plongée en 2011), les safaris, la thalassothérapie, le golf, les croisières sur le Nil entre le Caire et la Haute Égypte (interrompues pour des

raisons de sécurité depuis 1994 et rouvertes voici quelques semaines), la découverte du désert, l'éco-tourisme, le tourisme sportif.

Un grand chantier s'ouvre avec la modernisation et l'augmentation du parc hôtelier. L'État va mettre à disposition des investisseurs nationaux et étrangers 28 millions de m² de terres affectées à la construction de centres thermaux, de thalassothérapie, de complexes touristiques, de forêts artificielles dans diverses régions, à l'exemple de Ain Sokna et Sharm El Sheikh.

Au niveau financier, l'étude recommande d'élargir les domaines touchés par les exonérations des taxes aux projets hôteliers et touristiques, de faire baisser les taux d'intérêts sur les dettes des investissements touristiques, surtout pour ceux en chantier.

Pour consolider et mener à bien cette nouvelle stratégie, le ministère installe huit cellules de réflexion (sécurité, communication et publicité, développement des services touristiques, économique en relation avec les banques et les investissements, environnement et safaris, énergie, développement des sites touristiques, force de travail), en collaboration avec des hommes d'affaires et des experts.



La citadelle de Quait Bey à Alexandrie attire aussi le tourisme local

Photo ministère égyptien des affaires étrangères

Safia Ouared, au CAIRE