HÔTELLERIE News

L'ACTUALITÉ DE L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE ET TOURISTIQUE

N °19 Juillet-Août 2012

PAS DE SORTIE DE CRISE SANS AERIEN !

FINANCEMENT

• Renovotel : Un fonds de 500 millions Dh

TOURISME

• Assemblée Général de la FNT

CONJONCTURE

• L'ANIT tire la sonnette d'alarme

HÔTELLERIE

Ouvertures :

- Sofitel Agadir
- Le carré d'Eden Marrakech

ENTRETIEN

• J.GASPART SOLVES P.-D.G Groupe HUSA

FNIH Publication de la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière

SUPPLEMENT : DECORATION ET DESIGN DANS L'HÔTELLERIE

CAPITAL HISTORIQUE ET ARCHITECTURAL, UN PATRIMOINE À VALORISER

PARTAGEONS NOS VALEURS

Le patrimoine historique et architectural du Maroc séduit chaque année de nombreux voyageurs. Beaucoup de sites sont inscrits par l'Unesco au Patrimoine Universel de l'Humanité. Respecter cet héritage, c'est assurer sa préservation et permettre aux générations futures de le contempler avec autant de plaisir.

MAROC

www.visitmorocco.com

EDITO 4

- 2012, année purgatoire ? 4

ACTUALITÉ TOURISME 8

- **Kounouz Biladi** Nouvelle formule 8
- **L'ANIT** tire la sonnette d'alarme 10
- **Assemblée générale ordinaire de la FNT** 11
- **Marchicamed** Projet gigantesque 43
- **VISION 2020** La déclinaison régionale pour novembre 48

ACTUALITÉ ENTRETIENS 41

- **J.GASPART SOLVES** Président Groupe HUSA 41
- **Fouad CHRAIBI** Président HUSA Maroc

ACTUALITÉ HÔTELLERIE 7

- **Renovotel** Un fonds de 500 millions Dhs 7
- **E-Paiement** Convention Maroc Télécommerce / Fédérations du Tourisme 12
- **Clef Verte** 70 établissements labélisés 13
- **Kamelis Marrakech Resort** 100 millions de dollars d'investissement 16
- **Agadir** Un second Sofitel dans la station balnéaire 17
- **Ibis Budget** Le 2ème du nom ouvre à El Jadida 18
- **Delano** Le 2ème du monde à Marrakech 19
- **Park Hyatt Marrakech** Ouverture en 2013 20
- **Le Carré d'Eden** Ouverture en septembre 2013 21
- **Mandarin Oriental** à Marrakech 22
- **Club Med** Un nouveau Village à Oued Chbika 23
- **Husa Hoteles** Développer l'enseigne au Maroc 24

SUPPLÈMENT DÉCORATION ET DESIGN DANS L'HÔTELLERIE (P: 25 à 40)

- **Assilah Marina Golf** Un méga projet de 4 milliards de Dh 42
- **Atlantic Palace Agadir** Cures de Pierre Dukan en exclusivité 44
- **Sogatour** Devient Hotels & Resorts Morocco 45
- **Classement des Hôtels** Pas d'établissement non classé 46

ACTUALITÉ TRANSPORT 54

- **Ryanair** Suppression de 34 vols sur le Maroc 54
- **Etihad** Dans le capital de Royal Air Maroc 56

ACTUALITÉ CONJONCTURE 9

- **Statistiques mai** Progression des arrivées et des nuitées 9

Il existe un nouveau lieu
au cœur de Casablanca.

Il existe un nouveau lieu au cœur de Casablanca qui reprend l'élégance et le style de la grande tradition hôtelière internationale pour mieux vous les délivrer dans des suites modernes et luxieuses. Succombez au charme d'une décoration toute en sobriété, aux matériaux nobles, privilégiant le raffinement. Retrouvez le confort et les commodités que vous avez toujours cherché au sein d'un espace conçu pour vivre une expérience précieuse : vous sentir bien tout simplement.

HOTEL HUSA
CASABLANCA
PLAZA

CASABLANCA MAROC ★ ★ ★ ★ ★

HUSA
HOTELES

Hôtel Husa Casablanca Plaza - rond point Hassan II - 20070 Casablanca - Maroc
tél : +212 (0) 522 48 80 00 - fax : +212 (0) 522 29 30 35 - casablancaplaza@husa.es - www.husa.es

HÔTELLERIE News
L'ACTUALITÉ DE L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE ET TOURISTIQUE

الجامعة الوطنية للصناعة الفندقية
FEDERATION NATIONALE DE L'INDUSTRIE HOTELIERE

FNIH

320, boulevard Zerktouni - 20040 - Casablanca

Tél.: +212 (0) 5 22 26 73 13 / 14
Fax : +212 (0) 5 22 26 72 73

E-mail : fnih@menara.ma
hotellerienews@menara.ma
Site web : www.fnih.ma

Président : Abdellatif KABBAJ
Président délégué : Lahçen ZELMAT
Sécretaire Général : Mohammed BAAYOU

Directeur : Abdelaziz SAMIM
Assistante : Samira ALLABI

Directeur de la Publication :
Najib SENHADJI
Rédacteur en Chef :
El-Hadi BENYEZZAR
Rédaction : Ahmed SAMI,
Abou NAJIB, A.BELKAHIA
Direction Artistique : Christian DROCOURT
Rabia AIT EL MRABTI
Infographistes : Charifa OUAHABI,
Assistante : Mériem SENHADJI,
Bouchra BAGHZALI,
Publicité : Hassan CHARIFI,

Société éditrice : PRECOM S.a.r.l
au capital de 1.000.000 Dirhams
332, Bd. Brahim Roudani, 20100 Casablanca.
R.C : n° 106 471 Casablnaca
N° Patente : 358 05 234 - **IF :** 162.0901.
Tél. : +212 (0) 5 22 23 66 50 / 81
Fax : +212 (0) 5 22 23 67 40
Email : precom@menara.ma
Site web : www.precom.ma
Directeur Général : Najib SENHADJI
Directrice Commerciale : Stella SAUVAGE
Impression : Edit Casablanca
Crédit photos : Houcine AAJINE
O.N.M.T, F.N.I.H

Dossier de presse : 47/08
Dépôt légal : PE 0095/2008

Régie Publicitaire Europe
Precom France chez : **Regisseurs Associés**
39 Bd. Albert 1er. BP. 145 06603 ANTIBES - FRANCE
Tél.: +33 (0)6 86 86 11 00
www.regisseurs.info - contact@regisseurs.info

MOT DU PRESIDENT

2012, année purgatoire ?

Le tourisme national devrait tirer son épingle du jeu, malgré la baisse de régime enregistrée depuis le début de l'année.

Au rayon des bonnes nouvelles, celles annoncées par Lahcen Haddad, ministre du Tourisme et de l'Artisanat, sur les tendances de réservations dans les principaux marchés émetteurs. Celles-ci s'inscrivent en hausse (+21 % pour les vols secs, +5% pour les forfaits au départ de la France et + 27% en Grande-Bretagne).
Au rayon des mauvaises nouvelles:
•Pas assez d'avions sur les destinations traditionnelles et pas du tout, sur celles pour lesquelles le Maroc est parti à la conquête.

•Pas assez d'argent pour la promotion, le budget promotionnel de l'office est resté linéaire depuis 5 ans ne dépassant pas 550 millions de DH. En 2008, pour surmonter la crise qui frappait le secteur, une rallonge de 300 millions a été accordée à l'ONMT pour la période 2008-2009. Le ministre prévoit de nouvelles sources de revenus pour l'office, sans donner plus de précisions.

En attendant, pour amortir les dégâts de la crise ou pour qu'elle soit la moins douloureuse, une task-force public-privé a été constituée pour accompagner les entreprises hôtelières en difficulté.

Par ailleurs, pour aider les hôteliers à faire face à la conjoncture difficile et aux enjeux de qualité et de compétitivité, le fonds RENOVOTEL a été reconduit pour un montant de 500 millions de DH.

En parallèle, des actions à deux vitesses vont être pilotées :
•La première, pour stimuler le marché interne, grâce à des offres packagées attractives.

•La seconde, avec des offres spécifiques sur les principaux bassins d'émission de touristes pour l'été 2012, en particulier Marrakech et Agadir. Deux destinations qui, outre les effets du creux conjoncturel, font face à un problème d'ordre structurel: surcapacité à Marrakech et sous capacité à Agadir, seul produit balnéaire au Maroc.

Autre problème, et non des moindres, c'est le retard de plusieurs chantiers. Ceux de la gouvernance, de la Haute Autorité du Tourisme (HAT) et des Agences de Développement Touristique (ADT), qui ne sont toujours pas opérationnelles. Alors que son prédécesseur avait annoncé que tous les contrats programmes des ADT devaient être signés au plus tard en novembre 2011, l'actuel titulaire du département a repoussé cette échéance à fin 2012.

Encore une année de perdue…

Abdellatif KABBAJ
Président de la FNIH

Retrouvez la FNIH sur : www.fnih.ma

ABDELLATIF KABBAJ, PRÉSIDENT DE LA FNIH

« PAS DE SORTIE DE CRISE SANS AÉRIEN »

Abdellatif Kabbaj, Président de la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière, a accordé un entretien l'Économiste, que nous reproduisons in extenso ci après.

Comment voyez-vous la sortie de crise dans le secteur du tourisme ? La durée de la récession économique dans vos marchés cibles ne risque-t-elle pas de compromettre la destination Maroc pour plusieurs années encore ?

Il n'y a pas de solution miracle. Une sortie de crise passe d'abord par une promotion massive et mieux ciblée. Il faut impérativement mettre en place un plan de communication axé sur le publirédactionnel pour informer sur le Maroc, sa stabilité, loin des troubles que traversent les autres pays de la région, au lieu de se contenter de campagnes d'affichage qui, finalement, ne portent pas leurs fruits en ces périodes de crise. Comme vous le savez, la destination Maroc souffre d'un amalgame suite au printemps arabe. C'est pour cela que la communication doit être axée sur le grand public avec, pourquoi pas, des émissions TV qui pourraient être financées par l'ONMT. Ce qu'il faut savoir aussi, c'est que crise ou pas, les Européens, qui sont nos principaux clients, continuent et continueront de voyager et de s'offrir des vacances. Ils voyagent tout simplement plus malin avec une réduction de leur budget. Ils privilégieront évidemment les destinations qui offrent un bonus en termes de prix. Et c'est à nous de nous adapter à travers un package raisonnable avec des tarifs hôteliers et un aérien très attractif. Or, notre aérien ne l'est pas et c'est là où le bât blesse. A titre d'exemple, impossible de trouver un billet d'avion de Paris à Marrakech à moins de 500 euros durant l'été. Additionné au prix de séjour qui ont été sérieusement revus à la baisse, ce package reste très peu compétitif.

A la FNIH, vous liez la crise que traverse le tourisme à la réduction de la voilure au niveau de l'aérien.

Et comment! En 2012, il y a eu une sérieuse réduction au niveau de l'aérien avec moins de rotations dans tous les aéroports du Maroc. RAM, vous le savez, se concentre sur son hub Casa Afrique, parce qu'il est plus rentable et c'est au détriment du développement du tourisme. Il aurait été plus judicieux d'appuyer la compagnie à travers des subventions ou autres systèmes de soutien de telle manière à maintenir des vols capables d'accompagner le secteur du tourisme. D'un autre côté, il faut que le Maroc travaille sur un plan d'action aérien à même d'encourager les TO à mettre en place des charters et ramener des touristes. Je le dis et le réclame depuis plusieurs années. Sans une équation sièges aérien/lit, nous n'irons pas très loin.

Ne craignez-vous pas que les baisses consenties par les hôteliers et le dumping ne portent atteinte à la destination qui, d'ailleurs, se positionne sur le haut de gamme ?

D'abord corrigeons une aberration. Lorsqu'on mise sur un volume de 20 millions de touristes, nous ne pouvons nous contenter de touristes haut de gamme. D'un autre côté, il est vrai que le dumping n'est pas de nature à aider une destination. Et nous déconseillons ces bradages aux membres de la Fédération. Maintenant que voulez-vous ? Certains professionnels survivent à peine et se trouvent obligés, face à leurs charges et leurs frais généraux, de baisser les prix pour remplir les chambres. ■

RENOVOTEL

UN FONDS DE 500 MILLIONS DE DH

Le fonds permettra de rénover 16 000 lits hôteliers durant les deux prochaines années. Les premières conventions Renovotel, mises en place en 2002 et en 2010, ont permis la rénovation de près de 10 000 lits, pour un montant d'investissement global engagé d'environ 1 milliard de DH.

Un protocole d'accord vient d'être conclu entre le ministère du tourisme, le ministère des finances et de l'économie, la Caisse Centrale de Garantie (CCG) et le Groupement Professionnel des Banques du Maroc (GPBM) d'une part, et le secteur privé représenté par la Fédération Nationale du Tourisme et la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière d'autre part, pour la réactivation du fonds Renovotel visant la mise à niveau des unités hôtelières.

Doté d'une enveloppe de 500 millions de DH dont 300 millions de DH financés par l'État et 200 millions de DH par le Fonds Hassan II, ce fonds géré par la CCG compte capitaliser sur les conventions Renovotel lancées entre 2002 et 2010 afin de mettre à la disposition des opérateurs un outil de mise à niveau leur permettant de faire face à la conjoncture difficile et aux enjeux de qualité et de compétitivité de la vision 2020 du tourisme.

Les démarches de Renovotel devront porter sur l'octroi de crédits conjoints avec les banques assortis à des conditions souples, afin de permettre aux hôtels de rénover leurs structures. Le fonds permettra de rénover 16 000 lits hôteliers durant les deux prochaines années.

ACTIONS ÉLIGIBLES DANS LE CADRE DE CE MÉCANISME

Les actions éligibles s'inscrivent dans une logique de mise à niveau ayant pour but la création de valeur ajoutée, l'amélioration de la qualité des prestations et la prise en compte des considérations environnementales.

- La rénovation des locaux, l'amélioration de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, l'amélioration de la sécurité (notamment contre les incendies) dans les établissements d'hébergement.
- Le développement et l'aménagement d'activités d'animation : nouveaux centres de profit, piscines, saunas, spas…
- L'adoption d'une démarche d'efficacité énergétique et l'utilisation des énergies renouvelables (économies d'énergie, d'eau, d'électricité, et recyclage des déchets) ;
- L'introduction et l'utilisation des NTIC (mise en place d'un nouveau système d'information, etc.) ;
- L'adoption d'une démarche qualité ;
- L'amélioration de l'hygiène et de la sécurité des aliments.

Toutefois, sont exclus du périmètre d'éligibilité du fonds, les investissements ayant pour but l'augmentation de la capacité litière.

CARACTÉRISTIQUES DU FONDS :

Les établissements d'hébergement éligibles sont les unités classées de 1 à 5 étoiles, les hôtels clubs (HC), les résidences hôtelières (RH) et les maisons d'hôtes (MH), en activité à la date de présentation de la demande de financement à la banque et ayant au moins une durée d'exploitation continue ou non de 5 ans.

Les programmes de mise à niveau des établissements d'hébergement seront financés par les fonds propres et par le crédit conjoint, constitué de la part du Fonds RENOVOTEL et de celle de la banque et ce, dans les proportions ci-après :

Quantum	5*, 4* et HC	3*, 2*, 1*, RH et MH
Autofinancement	15% au minimum	10% au minimum
Part du Fonds RENOVOTEL (TI=2%HT)	35% sans que cette part ne soit supérieure à celle de la banque	45% sans que cette part ne soit supérieure à celle de la banque
Part de la banque (Taux d'Intérêt négocié)	50% au maximum	45% au maximum

L'ensemble du dispositif relatif à la mise en œuvre du fonds sera opérationnel à partir du 15 juillet 2012.

QUANTUMS D'INVESTISSEMENT :

Etablissement	Coût maximum par chambre
Hôtels 5 étoiles	250.000 DH
4 étoiles	200.000 DH
3 étoiles	130.000 DH
2 étoiles	100.000 DH
1 étoiles	80.000 DH
Hôtels clubs	200.000 DH
Résidences hôtelières	130.000 DH
Maisons d'hôtes	100.000 DH

La contribution du fonds Renovotel dans le crédit octroyé ne peut excéder 20 Millions de DH par établissement. ■

KOUNOUZ BILADI

NOUVELLE FORMULE

Les offres pour les nationaux ont été annoncées à partir du 15 juin. Hébergement gratuit des enfants, gratuité de la troisième nuitée, réductions allant jusqu'à 50%..., les avantages proposés.

Un départ marqué par une campagne promotionnelle pour le lancement de la nouvelle formule Kounouz Biladi. Le programme, dédié au tourisme interne, intègre pour la première fois les agences de voyages qui proposeront des packages destinés à la clientèle domestique.

La formule ne sera pas limité aux seules vacances d'été, mais sera étalé tout au long de l'année. Le tourisme interne représente 26% des nuitées dans les établissements classés et pèse pour 23 milliards de DH.

300.000 MAROCAINS PASSENT LEURS VACANCES EN ESPAGNE

D'une année à l'autre, ce sont environ 300 000 Marocains qui traversent le détroit pour passer leurs vacances dans le sud de l'Espagne. En tenant compte d'un budget moyen de vacances d'un Marocain qui est de l'ordre de 10 000 à 12 000 DH, ce sont 3,6 milliards DH qui échappent aux hôteliers et aux voyagistes nationaux. S'y ajoutent ceux, de plus en plus nombreux, qui optent pour la Turquie, les pays asiatiques du sud-est, et la Omra, très demandée au point que les agences marocaines ont du mal à trouver de l'hébergement.

Avec Kounouz Biladi version 2012, on s'oriente vers des offres plus globales variant selon les villes. Ainsi, les hôteliers de Marrakech seraient tombés d'accord pour accorder la gratuité aux enfants de moins de 12 ans et une nuitée gratuite à partir du troisième jour.

Des offres différentes sont proposées au niveau des destinations balnéaires (Agadir, Saïdia et les villes du Nord) avec des réductions allant jusqu'à 50% durant les périodes des festivals et des manifestations culturelles. Dans le même esprit, des packages en all inclusive sont prévus, notamment à Saïdia. Les hôtels de cette station misent particulièrement sur cette formule avec des prix tournant autour de 7 000 à 8 000 DH par personne et par semaine. ■

FÈS

6 CIRCUITS TOURISTIQUES POUR LA PROMOTION DE L'ARTISANAT

Couvrant des distances de 1,5 à 10,5 km, ils sont baptisés les «Murailles et Fortifications» : Fès Jdid, la rive andalouse, les Palais et jardins andalous, les monuments et les souks et l'artisanat.

Projet financé par le Millenium Challenge Corporation (MCC), les circuits traversent les différents sites historiques de la ville de Fès comprenant, entre autres, les murailles, les babs, les mosquées, les places, le mellah, les mausolées, les medersas, les anciennes demeures, les ateliers des artisans de cuir et de broderie, les tanneries et les fondouks.

L'un des objectifs essentiels de la mise à niveau de ces circuits consiste à permettre aux visiteurs de la médina de voir de près le travail titanesque accompli par les artisans dans leurs ateliers respectifs et de permettre aux visiteurs de la médina d'accéder, via des outils modernes, à l'information essentielle facilitant et rationalisant l'acte d'achat en produits traditionnels et authentiques.

STATISTIQUES DE MAI 2012

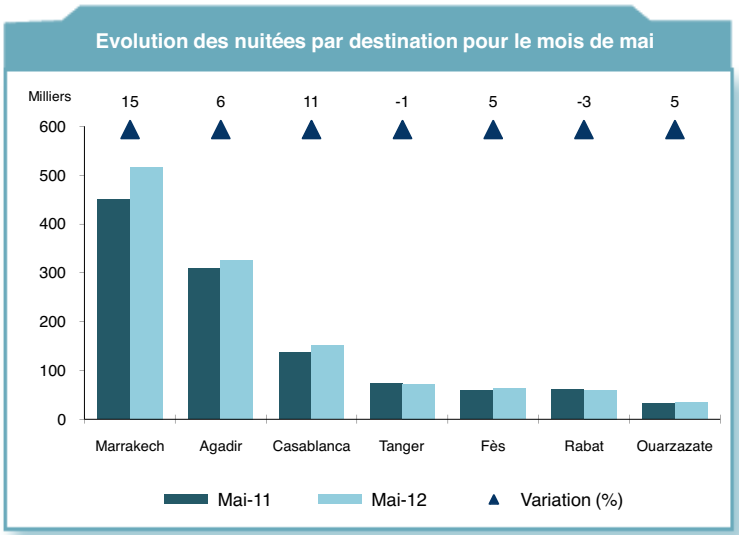
PROGRESSION DES ARRIVÉES ET DES NUITÉES

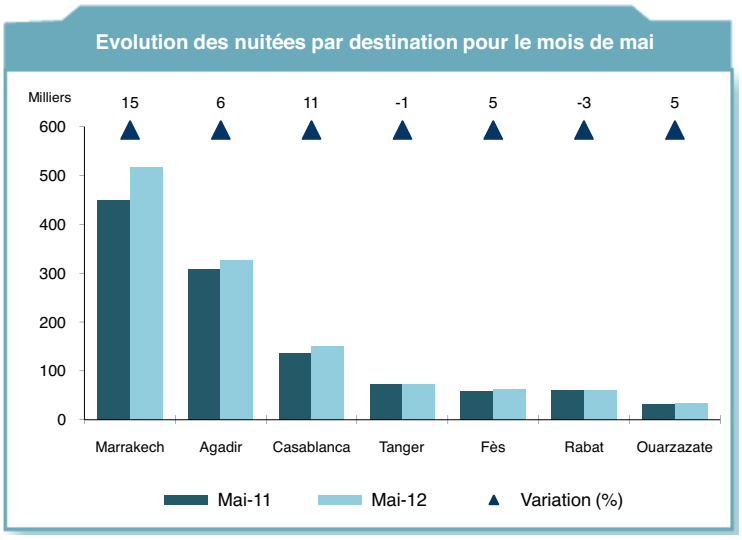
Selon les données communiquées par la Direction Générale de la Sûreté Nationale, le volume des arrivées de touristes aux postes frontières a enregistré en mai 2012 une augmentation de +3% par rapport à mai 2011 (+8% pour les TES et -5% pour les MRE). Pour ce qui est des nuitées, elles s'inscrivent en hausse de +11%.

Cette hausse est imputable aux réalisations positives des marchés traditionnels, notamment la France (+1%), l'Espagne (+2%), le Royaume Uni (+2%), l'Italie (+6%) et la Belgique (+3%). A contrario, la Hollande et l'Allemagne s'inscrivent en baisse de -3% chacun.

Depuis le début de l'année 2012, les arrivées des touristes aux postes frontières ont reculé de 2% par rapport à janvier-mai 2011. Durant cette période, la voie aérienne, qui draine 71% des arrivées, a enregistré une légère hausse de +1% (+9% pour l'aéroport Marrakech Ménara, +1% pour Mohammed V et -4% pour Agadir Al Massira). Les voies maritime et terrestre ont enregistré également des hausses respectives de +5% et +10% comparativement à mai 2011. La plus part des villes touristiques du Royaume ont renoué avec les bonnes performances au niveau des nuitées. En effet, Marrakech, Agadir et Casablanca, qui cumulent à elles seules près de 70% des nuitées totales, ont enregistré respectivement une progression de +15%, +6% et +11%.

Ouarzazate et Fès ont également enregistré une hausse de +5% chacune. Rabat et Tanger ont, cependant, affiché des baisses respectives de -3% et -1%. Quant au taux d'occupation moyen des chambres s'est amélioré de trois points par rapport à mai 2011 pour s'établir à 41%.■





CONJONCTURE

L'ANIT TIRE LA SONNETTE D'ALARME.

Lors de sa première sortie devant la presse, Karim Belmaachi, fraîchement porté à la présidence de l'Association Nationale des Investisseurs Touristiques, entouré de son nouveau bureau a brossé un tableau noir de la situation actuelle qui prévaut dans l'hôtellerie.

« *Le chiffre des arrivées est en quasi-stagnation, les nuitées sont en recul de 6 points. Plus grave, le taux d'occupation est passé de 44% à 39%, alors que le taux de rendement se situe à 60%. La situation est inquiétante, pour ne pas dire dramatique* » a résumé sans faire de détour le président de l'ANIT. Autre sujet d'inquiétude, « *il n'y eu aucun financement depuis 3 ans* ».

Entouré de son nouveau bureau, Karim Belmaachi, après une présentation du bilan de la Vision 2010, qui a permis d'en tirer les leçons, arrive à cette conclusion imparable. « *Cette stratégie qui visait 2/3 de balnéaire grâce aux stations du Plan Azur, a eu l'effet inverse puisqu'au final, on a eu 2/3 de culturel et 1/3 de balnéaire* »

La crise, couplée à un dysfonctionnement entre l'offre et la demande, a eu pour effet la dégradation de la rentabilité du secteur. Aujourd'hui, la Vision 2020 a pour ambition la construction de 200 000 nouveaux lits. C'est un objectif important, mais cette Vision est handicapée par la faible rentabilité des capacités existantes.

De ce fait, « *la réalisation de cet objectif reste conditionnée au rééquilibrage du modèle économique de l'investissement hôtelier, condition sine qua non à l'enclenchement d'un nouveau cercle vertueux* ».

UN CADRE FISCAL INCITATIF

Pour passer à l'action, l'ANIT appelle à redimensionner les capacités additionnelles planifiées par la Vision 2020 ; chose qui se fera, selon l'Association, à travers la finalisation, en priorité, des projets déjà lancés dans le cadre du Plan Azur ainsi que le gel, dans un premier temps, des autres projets annoncés et non encore démarrés.

L'ANIT plaide aussi pour la rénovation du parc existant. L'augmentation de l'enveloppe du crédit «Rénovotel» est, de l'avis des opérateurs, une solution adéquate sachant que le besoin de l'investissement global est estimé à 3,5 milliards de DH pour la rénovation de 35 000 chambres, soit un coût unitaire de 100 000 DH par chambre. Il s'agit aussi de mettre en place un cadre fiscal incitatif pour permettre à l'ensemble des destinations de rehausser la qualité des produits offerts, notamment en matière de politique des prix et de qualité des prestations.

L'Association appelle par ailleurs à la mise en place d'aides financières ciblées au profit des tour-opérateurs ainsi que des compagnies aériennes via des fonds régionaux. Cela aura pour effet de permettre le renforcement des dessertes aériennes à destination des régions insuffisamment desservies et de diversifier l'offre en attirant à la fois les vols charters et les lignes régulières.

La refonte de la fiscalité du secteur et de la Charte de l'investissement est, enfin, à l'ordre du jour des recommandations. Une mise en place d'un régime conventionnel cohérent avec les besoins du secteur, d'un cadre fiscal incitatif en faveur de l'investissement touristique et l'harmonisation de la fiscalité de toute la chaîne de valeur restent toutefois nécessaires pour redonner un nouveau souffle au secteur. ■

L'ANIT LES «AMBASSADEURS» TERRITORIAUX

Karim Belmaachi (DG du groupe Alliances) a procédé à la nomination des délégués de l'Association Nationale des Investisseurs Touristiques par territoire touristique. Jalil Benabbès-Taarji, administrateur groupe Tikida Hotels est chargé de Marrakech. Rachid Alami, du Fonds d'Investissement Ahlif, couvre Casablanca. Abdellatif Seddiqi de H.Partners pour l'Oriental… Les cinq autres territoires seront couverts au fur et à mesure.

FÉDÉRATION NATIONALE DU TOURISME

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

L'AGO de la Fédération Nationale du Tourisme s'est tenue le mercredi 18 juillet à Casablanca pour délibérer des rapports moral et financier de la FNT de l'exercice 2011.

Le Président a présenté la situation du tourisme mondial et national en 2011, année charnière pour le secteur au Maroc, mettant l'accent sur la baisse de 11% enregistrée au niveau des nuitées qu'on ne peut évoquer se sans la lier aux événements géopolitiques connus par la région (Printemps Arabe) et surtout l'attentat de l'Argana. Baisse ayant forcément impacté le taux d'occupation qui clôture l'année à 40% dans un contexte ou la capacité litière a augmenté de 12.500 lit supplémentaire, soit +7% Toutefois, malgré la baisse des nuitées et de la durée moyenne de séjour, les recettes touristiques ont augmenté de 4% pour atteindre 59 Mrds de DH.

Le Secrétaire Général a présentéle bilan d'activité résumé de la FNT rappelant que plus de 378 réunions ont été tenues par le Président, le Vice Président Général, les membres du bureau exécutif, ainsi que les actions réalisées tant sur l'Axe Gouvernance, la FNT ayant toujours travaillé dans un cadre participatif. Il a aussi rappelé que la Commission de restructuration de la FNT a travaillé en concertation avec la FNAVM aux efforts de restructuration déployée par cette fédération pour une nouvelle organisation et pour l'élection d'un nouveau Président; qu'elle a accompagné la Fédération Nationale des Transporteurs Touristiques dans deux chantiers importants : la révision du cahier des charges et des conditions d'exercice de la profession.

Enfin, et comme promis lors de son élection, le bureau de la FNT a travaillé depuis ses premiers jours à la réorganisation des instances patronales du tourisme étant convaincu que le déploiement de la Vision 2020 rend nécessaire un rassemblement des opérateurs privés afin de constituer un interlocuteur légitime et une force de propositions dans le dialogue public/privé national et régional. L'événement marquant en décembre 2011 a été certainement l'adhésion de l'ANIT à la grande famille de la FNT entant que représentant des Aménageurs Développeurs et Investisseurs Touristiques.

Sur l'Axe gestion de la crise ; en plus des réunions quasi mensuelles avec le ministre du Tourisme, la FNT a animé le Comité de veille Stratégique et Sectoriel et travaillé avec le ministère, l'Observatoire du Tourisme et l'ONMT dans le cadre de la Task Force afin de proposer les mesures d'évaluation, de suivi et de soutien du secteur.

Le Secrétaire Général Adjoint, Lahcen ZELMAT a rappelé les événements organisés pour la Promotion de la destination et du Produit Maroc : Les rencontres professionnelles avec le Patronat avec plus de 300 décideurs à chaque rencontre : Rabat – Casablanca – Marrakech mais aussi Paris, Madrid et New York, l'Organisation des Journées Professionnelles du Tourisme sur le MICE Maroc à Marrakech, la Participation au Salon du E Commerce…

Sur le chantier des Ressources Humaines, il a précisé que la FNT a été active aux réunions du Dialogue social avec un mémorandum préparé et visant à assurer une sérénité sociale dans notre secteur, que la Commission Sociale & Ressources Humaines de la Fédération Nationale du Tourisme est engagée dans un travail de longue haleine, celui de l'élaboration de la Convention Collective et d'un Cadre Marocain des Certifications, que la FNT a participé à l'étude sur la qualité de l'expérience touristique au Maroc pour doter notre destination d'une stratégie qualité et des outils de sa mise en œuvre.

E-PAIEMENT

CONVENTION MAROC TELECOMMERCE / FÉDÉRATIONS MÉTIERS DU TOURISME

A travers cette convention, Maroc Telecommerce s'engage à accompagner les entreprises touristiques marocaines, membres de la FNT ou de leurs fédérations métiers à développer le E-paiement dans le processus de distribution de leur produit

Une convention a été signée, le 06 juin 2012 à Casablanca entre, d'une part, Maroc Telecommerce et le Centre Monétique Interbancaire et, d'autre part, la Fédération Nationale du Tourisme, la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière, la Fédération Nationale des Agences de Voyages du Maroc, l'Association des Loueurs d'Automobiles Sans Chauffeur au Maroc, la Fédération Nationale des Restaurateurs et la Fédération Nationale des Transporteurs Touristiques.

Les Parties s'engagent à mettre en place des actions phares pour accompagner les entreprises touristiques marocaines, membres de la FNT ou de leurs fédérations métiers signataires de cette convention et faisant partie du champ d'application de ce protocole d'accord, à développer le E-paiement dans le processus de distribution de leur produit.

Ces actions se situent autour des axes principaux suivants :

1. Améliorer les conditions financières d'accès des entreprises touristiques au paiement par cartes bancaires.

2. Mettre en œuvre un plan pour accompagner les entreprises touristiques, en nouvelles Technologies de l'Information, tant au niveau des installations physiques qu'au niveau de l'assistance technique.

3. Lancer des campagnes de sensibilisations sur ces nouveaux dispositifs.

4. Mettre en place une organisation représentative pour assurer la mise en œuvre et le suivi de ces différents axes de développement. ■

LABEL INTERNATIONAL « CLEF VERTE »

70 ÉTABLISSEMENTS LABÉLISÉS EN 2012

Selon la Fondation Mohammed VI pour la protection de l'environnement, 70 établissements d'hébergement touristique répartis à travers toutes les régions du Maroc ont été labélisés «Clef Verte» en 2012. La particularité de cette année est «l'adhésion d'établissements de haut standing et de renommée internationale, soucieux de leur image environnementale».

Il s'agit de 29 hôtels, 25 maisons d'hôtes et 16 établissements tous types confondus (auberges, gîtes...). Avec le soutien de l'Office national marocain du tourisme (ONMT), la progression de la Clef Verte connait un développement soutenu.

Dans le cadre de sa mission de sensibilisation et d'éducation à l'environnement, la Fondation Mohammed VI pour la protection de l'environnement, sous la présidence de SAR la Princesse Lalla Hasnaa, a implémenté plusieurs programmes, en partenariat avec la Fondation Internationale pour l'Education à l'Environnement (FEE), dont la «Clef Verte», est le dernier né. A travers ce label, la Fondation a pour objectif d'encourager, d'accompagner et distinguer les initiatives environnementales au niveau desdits établissements afin d'en faire des acteurs pour le développement d'un tourisme responsable.
Cet Ecolabel vise à changer les comportements de l'ensemble des intervenants en les impliquant et en les sensibilisant à leurs responsabilités envers la protection de l'environnement. L'adhésion à la «Clef Verte» est «une démarche volontaire renouvelable chaque année».

Ce programme a connu une phase pilote de 2008 à 2010, sur un échantillon d'établissements touristiques, afin d'asseoir dans un premier temps l'écolabel au Maroc, puis d'établir une démarche plus appropriée d'octroi et de suivi. ■

MARRAKECH	Sofitel Palais Impérial Hôtel 5* luxe - Meridien N'Fis 5 * - Eldorador Club Palmeraie 4* - Ibis Moussafir Gare Hôtel 3* - Riad l'orangeraie MH 1ère Cat - Riad El Grably MH 2ème cat - Riad El FENN MH 1ère cat - Riad Aladdin MH 1ère Cat- Riad AL Rimal MH 2ème cat - Riad Al Massarah MH 2ème cat - Kasbah Al Mendili MH 1ère Cat - Riad Thihit - La ferme Berbère - Dar Touyir MH 2ème cat - Riad Tizwa MH 2ème cat - Villa Nomade MH 1ère Cat - Riad le Rihani MH 2ème cat - Riad les 5 soeurs MH 2ème cat - Riad Dejbel MH 2ème cat - Riad Lena MH 1ère- El Mezouar MH 2ème cat - Marhbabikoum MH 2ème cat
RABAT	Diwan Hôtel 4* - Mercure Sherehzade 3* - Ibis Moussafir gare 3* - Le PietriUrban 3*
ERRACHIDIA	Chez Pauline (Tadighoust) Gite d'étape 1ère cat - El Khorbat (Tinjedad) Gite 1ère Cat Zouala Gite 1ère cat - Tinit Auberge 2ème Cat.
AGADIR	Atlas Kasbah Gite 1ère Cat - Argana Hôtel 4* - Ibis Moussafir Hôtel 3* - El Mezouar MH 2ème cat - Marhbabikoum MH 2ème cat
FES	Riad Mabrouka MH 2ème cat - Riad El Kadi MH 1ère Cat - Ibis Fès 3*
TANGER	Ibis Moussafir Free Zone 3* - Ibis MoussafirTanger City Center 3*
CASABLANCA	Golden Tulip Farah 5* - M Suites 4* - Toubkal Best Western 4 * Ibis Casa voyageurs 3* - Ibis Centre City Center 3* - Ibis Sidi Maarouf 3*
TAROUDANT	Dar Zitoune 4* Riad El Aissi Auberge 2ème cat - Centre Culturel et Environnemental Pension 2ème cat - La Tour de Toile Gite rural 1ère cat - Dar Fatima Maison d'Hôte 2ème cat - Jnanlnes Maison d'Hôte 1ère cat - Dar Al Hassoun Maison d'Hôte 1ère cat - Dar Dzahra Maison d'Hôte 2ème cat
OUARZAZATE	Dar Daif M. d'Hôte 1ère - Ibis Moussafir 3*
EL JADIDA	Ibis Mousafir 3* - Riad Soleil d'Orient Maison d'Hôte
ESSAOUIRA	Ibis Moussafir Essaouira 3* - Madada Mogador MH 2ème cat
AZILAL	Touda (Aït Bougmaz) MH 2ème cat
DAKHLA	Bab El Bahar et SPA Hôtel 4*
TATA	Dar Infiane Maison d'Hôte 2ème cat
TAHANOUT	Terre d'Amanar Ferme d'hôte
ZAGORA	Sawadi Ferme d'Hôte
SKOURA	Sawadi Ferme d'Hôte
OUJDA	Ibis Moussafir Oujda 3*
MEKNES	Ibis Moussafir 3*
IMLIL	Kasbah du Toubkal 4*
FNIDEQ	Ibis Moussafir 3*

TOURISME RESPONSABLE

CINQ TROPHÉES ATTRIBUÉS

Cinq trophées autour de cinq thématiques ont été décernés lors de cette 4e édition. Dans la catégorie nationale, trois trophées nationaux ont été attribués à des établissements d'hébergement, dans la catégorie internationale deux trophées l'ont été à des voyagistes anglo-saxons.

Dans la thématique «Développement économique et social», le réseau de développement du tourisme rural a été consacré pour la création d'un réseau de 70 opérateurs en tourisme rural. Cette initiative vise à favoriser la pratique du tourisme rural durable et à dynamiser l'économie locale.

Quant aux deux autres trophées, ils sont relatifs à la thématique «Environnement» avec l'«écolodge Oasis Bab El Oued», maison d'hôtes dans la vallée du Drâa (Zagora), primée pour la mise en valeur de l'activité de l'agrotourisme et de la contribution à la sauvegarde et à la valorisation des potentialités de la région, la construction bioclimatique des bungalows, ainsi que la mise en place d'équipements sanitaires consommant peu d'eau.

L'hôtel JM Suites de Casablanca, classé ex-æquo avec l'«écolodge Oasis Bab El Oued», a été récompensé pour son management environnemental, qui lui a valu l'estampille «Clef verte». L'établissement a mis en place une série d'équipements pour réduire la consommation d'eau et d'énergie, ainsi qu'un plan d'action environnemental.

Dans la catégorie internationale, les trophées ont été décernés à deux voyagistes anglo-saxons dans les thématiques «Développement économique et social» et «Environnement ». Le britannique Exodus Travel Ltd a été primé pour son programme de soutien au village de Tijhza qui a permis la construction d'un château d'eau et la rénovation de 22 c hambres de villageois et de 4 salles de classe. L'australien Intrepid a reçu le trophée «Environnement» pour sa démarche de réduction de l'empreinte carbone de son activité et de ses clients.

L'Office National Marocain du Tourisme (ONMT), en partenariat avec les Ateliers de la terre, a offert aux cinq lauréats l'opportunité de présenter leurs projets à la Global Conférence, dont la 7e édition est prévue à Évian du 24 au 26 septembre prochain. Cette conférence internationale réunit chaque année les décideurs engagés pour un développement durable.

Pour rappel, les Trophées Maroc du tourisme responsable sont attribués aux professionnels du tourisme, aux associations, ONG (notamment), marocains et étrangers, mettant en œuvre des projets ayant un lien avec le tourisme responsable au Maroc. ■

ACCOR

LANCEMENT DU PROGRAMME «PLANET 21»

La 1ère conférence sur la terre s'est tenue à Rio en 1991. C'était il y a 21 ans. C'est ce chiffre 21 symbolique que le groupe Accor a choisi pour lancer son programme «Planet 21» pour les hôtels de la chaîne au Maroc.

Après le Brésil, où il a lancé ce programme, c'est au Maroc que le groupe Accor a planté le décor pour annoncer l'entrée en vigueur du programme « Planet 21». «*Les destinations sont notre matière première. Leur protection est donc indispensable pour notre métier d'hôtelier*».

C'est en ces termes que Yann Caillère, DG délégué en charge des Opérations Monde du groupe Accor a expliqué la stratégie mise en place par le groupe hôtelier dans le sens du développement durable.

L'objectif de « Planet 21 » est de respecter à la lettre une liste de 21 engagements et 21 objectifs chiffrés. Pour y parvenir, la direction du développement durable du groupe Accor, créée il y a déjà 18 ans, mise sur sept piliers (santé, nature, carbone, innovation, local, emploi et dialogue) permettant de respecter ces engagements. Alors que 68% des hôtels du groupe utilisent des produits écolabellisés à la fin 2011, cette proportion doit passer à 85% d'ici à 2015.

De la même façon, les produits agricoles locaux doivent être privilégiés pour assurer une alimentation saine et limiter les effets néfastes sur l'environnement du transport de produits importés. Le pilier «nature» engage les hôtels à réduire leur consommation d'eau et à développer le recyclage des déchets. Quant au pilier «carbone», il préconise la réduction des émissions de CO2 et le développement des énergies renouvelables. Cela sans oublier le pilier «local» qui inclut entre

autres la protection de l'enfance face aux abus.

À l'échelle du Maroc, 36 hôtels Accor sont en train d'adopter une «feuille de route» Planet 21.
À l'horizon 2015, Accor souhaite que 50% des hôtels se conforment aux normes de Planet 21. Dans sa volonté de réduire son empreinte sur l'écologie, en 1998, trois hôtels Ibis ont été équipés de panneaux solaires thermiques. Entre 2006 et 2010, la facture énergétique a été réduite de 20%. Pour réduire la consommation d'eau, 90% des hôtels Accor au Maroc sont équipés de régulateurs de débit d'eau.

De même que les chambres et parties communes sont nettoyées à la vapeur d'eau. Les déchets organiques sont compostés, les établissements de la marque n'utilisent que des ampoules LED. Les produits chimiques ont été sensiblement réduits dans le cadre du jardinage, la chaleur produite par les climatiseurs est réutilisée et le papier offert dans les chambres est certifié durable.

Visible à l'entrée de la réception, les références à Planet 21 indiquent aux clients les efforts réalisés par la marque. ■

AIR ARABIA LANCE NADOR-BÂLE

La compagnie aérienne low cost «Air Arabia Maroc» a lancé fin mai une nouvelle desserte aérienne hebdomadaire entre la ville Suisse de Bâle et Nador. Des vols sont prévus tous les mardis au départ de l'aéroport de Nador à 16h45, pour atterrir à Bâle à 20h45. Un vol retour est programmé tous les mercredis depuis Bâle à 11h45 pour arriver à Nador à 13h35. Air Arabia Maroc vient de fêter son troisième anniversaire et dessert aujourd'hui 15 villes en Europe. La compagnie low cost qui prendra possession de son quatrième avion fin mai, un Airbus A320, prévoit le lancement de plusieurs nouvelles routes aériennes à destination de l'Europe avant fin 2012.

L'AÉROPORT MOHAMMED V DÉDIE SON TERMINAL 1 À LA RAM

C'est une grande première pour la compagnie nationale aérienne. La Royal Air Maroc aura en effet, et ce à partir de fin 2013, son propre terminal au sein de l'aéroport Mohammed-V de Casablanca, en l'occurrence le terminal1. Ce dernier en cours d'extension et de rénovation, permet à la RAM, non seulement d'avoir sa propre aérogare – à l'instar des grandes compagnies internationales – mais il devrait également « réduire les charges financières, concentrer ses ressources actuellement éparpillées, sur trois terminaux et améliorer la qualité du service rendu aux passagers.

KAMELIS MARRAKECH RESORT

100 MILLIONS DE DOLLARS D'INVESTISSEMENT

Le complexe «Kamelis Marrakech Polo Resort» est un gigantesque programme qui comprend 400 villas, plusieurs terrains de polo, un Club house polo, une écurie ainsi qu'un hôtel de luxe et un terrain de golf.

Mais l'élément essentiel de différenciation que le management de Prestigia veut mettre en avant est le polo. C'est dans le club de polo, où à l'occasion d'un tournoi sponsorisé par Prestigia que la marque haut standing du groupe Addoha, a présenté en avant première, son concept de polo resort dont les travaux de construction vont démarrer en automne à Marrakech.

Le complexe «Kamelis Marrakech Polo Resort» est un gigantesque programme qui comprend 400 villas, plusieurs terrains de polo, un Club house polo, une écurie ainsi qu'un hôtel de luxe et un terrain de golf. Mais l'élément essentiel de différenciation que le management de Prestigia veut mettre en avant est le polo. La réalisation de tout le projet s'étalera sur 24 à 36 mois et le groupe y investira au total l'équivalent de 100 millions de dollars.

Pour décliner son concept Prestigia va bénéficier de l'assistance d'un partenaire argentin Concepto Polo, une firme qui a l'expérience de ce type de concept dans plusieurs pays, qui va s'occuper de la conception et de la gestion des infrastructures et des clubs de polo. Pour s'assurer de l'implication de son partenaire, le groupe Addoha l'a convaincu d'investir 5 millions de dollars dans le projet. Indépendamment du standing international de cette société, l'Argentine considérée comme la «Mecque» du polo avec ses milliers de pratiquants et la concentration des meilleurs joueurs professionnels de ce sport équestre à l'image très élitiste dans le monde.

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR: 15 JOURS !

En tout cas pour Marrakech, le polo pourrait être un jackpot. D'abord par le profil de la clientèle qui pratique ce sport et surtout, la durée de séjour: 15 jours en moyenne jusqu'à 90 jours du fait que les joueurs prennent part à plusieurs tournois qui s'étalent sur des semaines. En général, les tournois sont organisés par des fédérations de différents pays. Le niveau des joueurs se mesure par handicap, dans une échelle qui va de 2 à 10. Le polo se joue par équipe de quatre et pour chaque partie, il faut en moyenne 8 chevaux par joueur. ■

AGADIR

UN SECOND SOFITEL DANS LA STATION BALNEAIRE

Le nouveau Sofitel Agadir Thalasso Sea and Spa dont l'investissment avoisine les 500 millions DH et qui a généré 250 emplois directs , vient renforcer la capacité litière de la destination dans le segment du luxe et apporter une offre alternative au Sofitel Royal Bay Resort mitoyen.

La cérémonie officielle d'inauguration du Sofitel Agadir Thalasso Sea and Spa était grandiose à l'image de cet établissement, nouveau fleuron de l'hôtellerie d'Agadir. Doté de 122 chambres et de 49 suites, dont la suite « Opéra » qui s'étale sur 120 m^2 et dispose d' une plage privée, les clients ont droit à un service personnalisé : piscine, jacuzzy et hammam privés. Toutes les chambres et suites disposent d'une terrasse aménagée avec une vue sur la mer et un large panorama sur la baie d'Agadir.

Pour Samy Boukhaled, DG de l'établissement, «*Nous visons une clientèle directe et individuelle. Nous ne cherchons pas le volume mais la qualité. Depuis trois mois que l'établissement est ouvert, nous avons déjà dépassé nos prévisions*». L'hôtel a également vu défiler des personnalités de renom comme l'humoriste Smain. Une performance qui a valu à Samy Boukhaled de se voir décerner la «Bernache d'or», prix dédié par le groupe Accor aux meilleures performances pour les résultats obtenus par le Sofitel Royal Bay Resort et pour l'ouverture du Sofitel Thalasso.

Ce second Sofitel associé à Thalasso Sea and Spa composé et imaginé par l'architecte marocain Jamal Lamiri Alaoui et le décorateur français Didier Rey, allie décoration marocaine et culture française privilégiant le noir et le blanc ainsi que la noblesse des matériaux. Doté de 16 cabines spacieuses, avec ouverture sur la mer ou sur les jardins, couplées à un parcours aquatique à l'eau de mer chauffée à 32°C, le centre thalasso de Thalassa Sea & Spa présente une décoration blanche très épurée, et propose des soins inspirés des traditions marocaines pour éveiller les sens, redynamiser le corps et l'esprit.

L'établissement propose 3 restaurants, dont « Le Palais du Jardin » au slogan «bien manger pour bien vivre» mettant à l'honneur les produits frais du potager et des fermes de la région tout en minimisant l'apport de matières grasses.■

RÉGATE DES VOILIERS À SAÏDIA

Promouvoir la station via les sports nautiques

Organisé par la Société de développement de Saïdia (SDS) et l'Agence pour l'aménagement du site de la lagune de Marchicala cette première édition qui a eu lieu du 6 au 8 juillet, a attiré 22 équipes regroupant près de 200 amateurs de la voile.

Cette régate qui a été l'occasion de rapprocher la Marina de Saïdia des ports européens voisins, constitue une composante essentielle de la stratégie de la « Vision 2020 » visant à apporter un souffle nouveau et donner à la station Saïdia l'opportunité d'émerger en tant que destination de référence de la Méditerranée.

Durant les deux jours de compétition, poussés par les vents de la Méditerranée petits et grands voiliers ont offert un magnifique spectacle aux visiteurs des plages de Saïdia. A cette occasion, la majorité des hôtels de la station ont affiché «complet», et ce jusqu'au 18 juillet, la formule du «All inclusive» ayant contribué pour beaucoup à ce résultat. Pour les professionnels de la région, le souhait est que cette régate devienne un moment fort du calendrier pour de prestigieux rassemblements de voiliers monocoques en Méditerranée.

Outre les activités de la voile, la station pourrait initier des parties de pêche et des plongées sous marines, les cotes méditerranéennes de Saïdia étant peuplées d'une faune et d'une flore sous marines incomparables et connues pour la diversité des sites de plongée. Autre particularité, Marina Saïdia peut attirer du monde grâce également à d'autres activités nautiques telles que le ski nautique, le jet ski, le parasailing et le ski bus (banana ride).

IBIS BUDGET

LE DEUXIÈME DU NOM OUVRE À EL JADIDA

Après Tanger qui a donné le ton puisque c'est dans la capitale du détroit qu'a été ouvert le premier Ibis Budget au monde sur les 400 que projette d'ouvrir Accor, et avant Agadir dont l'ouverture d'un hôtel de la marque économique d'Accor est prévu pour d'ouvrir juin, c'est à El Jadida qu'a été inauguré le 2éme Ibis Budget sur les 24 qu'Accor projette au Maroc à l'horizon 2020.

Cette inauguration s'est déroulée en présence de Mouad El Jamaï, Gouverneur de la Province d'El Jadida, Ali Wakrim, Vice président de AKWA Group, Youssef Guennoun, Président du conseil de surveillance de la SMHE, Marc Thépot, président du Directoire de la SMHE et Vice Président du Directoire de Risma et Christian Rousseau, Directeur Général d' Accor Maroc.

L'ouverture de cet établissement de 121 chambres intervient après celle de l'hôtel «Art Suite Jouhara», et d'une maison d'hôtes de 24 chambres, vient étoffer et renforcer la capacité litière d'El Jadida qui se prépare à des travaux d'embellissement des entrées de la ville.

Situé sur le front de mer et à proximité de l'Ibis rouge, Ibis Budget propose le même concept que celui de Tanger, à savoir une atmosphère reposante avec tous les ingrédients de confort, une douche XL lumineuse, le wifi gratuit dans toutes les chambres. Egalement au menu, un petit-déjeuner buffet à volonté ainsi qu'un snacking à toute heure.
Au programme des prochaines ouvertures, Agadir, Rabat, Casablanca et Marrakech. ■

EL JADIDA DEUX NOUVEAUX HÔTELS OUVERTS EN JUIN

En attendant le projet de réhabilitation de la Cité portugaise que des investisseurs français prennent en main pour la revalorisation de ce bijou d'architectural, Jean Dominique Leymarie qui gère depuis 8 ans le club Beldi Country Club (hôtel, restaurants…) à Marrakech, a eu un coup de cœur pour l'ancienne église espagnole, Il a alors eu l'idée de rénover et transformer cette batisse du XVème siècle qui fait partie de l'histoire d'El Jadida mais longtemps abondonnée en vue une hôtel de charme, dont l'ouverture est prévue en juin prochain. Érigé sur une superficie globale de 1.000 m^2, l'Iglesia abritera une dizaine de suites, un grand salon, un restaurant et un café-bar sur la terrasse. Lancé en 2009, ce chantier a coûté quelques 10 millions de DH. Le promoteur a procédé à la rénovation d'un autre bâtiment historique : l'ancien consulat des États-Unis pour en faire un hôtel qui ouvrira en même temps que l'Iglesia. Un autre bâtiment, situé en face de la Porte de la mer, sera transformé en un salon de thé.

AGADIR : ET DE TROIS POUR IBIS BUDGET

Après Tanger et El Jadida, et selon le calendrier prévu, la troisième enseigne de la marque économique d'Accor, Ibis Budget, a ouvert ses portes le 25 juin à Agadir.
Comme les deux autres établissements celui d'Agadir propose 121 chambres au prix moyen de 280 DH la nuitée.

OUVERTURE 2012

LE 2ÈME DELANO DU MONDE OUVRE SES PORTES À MARRAKECH

Joli coup réussi par le Groupe Hivernage Collection. En effet, Morgans Hôtel Group Co., société de gestion hôtelière basée à New York, a annoncé la conclusion d'un partenariat avec le groupe hôtelier marocain, dirigé par Ahmed Bennani, qui verra l'inauguration de 2 propriétés à Marrakech.

Un Delano de 73 chambres, dont l'ouverture est prévue en Septembre 2012, suivie par une propriété de marque Mondrian qui devrait ouvrir ses portes fin 2013.

Les 2 parties, ont signé des accords de gestion sur 15 ans pour les 2 propriétés. Le Delano Marrakech sera seulement le 2ème de la marque (après celui de South Beach à Miami) et la 1ère propriété internationale. Commentant l'expansion de la marque sur le marché nord-africain, Michael Gross, Président de Morgans Hôtel Group, a déclaré, dans un communiqué : "*Nous sommes ravis de travailler avec Ahmed Bennani et son équipe pour amener le 2ème Delano du monde à Marrakech. Cette collaboration signifie l'entrée du Morgans Hotel Group en Afrique du Nord et nous sommes ravis d'être l'une des premières sociétés hôtelières basées en Amérique du Nord à étendre notre portefeuille de marques à la ville dynamique de Marrakech. Delano est devenu une véritable marque emblématique, synonyme de luxe et de normes de service inégalées, et notre propriété située à Marrakech présentera cet hôtel unique à un tout nouveau public*".

De son côté, Ahmed Bennani s'est dit "*ravi d'accueillir le 2ème Delano dans le monde*". Pour ce qui est du Mondrian Marrakech, doté de 69 chambres et d'installations de spa de classe mondiale, situé dans la quartier hôtelier de l'Agdal, il rejoint la collection des hôtels Mondrian prévus d'ouvrir à Londres, aux Bahamas, à Doha et à Istanbul.

A noter que Morgans Hotel Group dispose actuellement de propriétés à Boston, New York, Miami, Los Angeles, San Francisco et Londres. ■

CONGRÈS INTERNATIONAL MERSIN SUR LES CROISIÈRES

LES DÉFAUTS POINTÉS DU DOIGT

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Mersin (Turquie) a organisé, du 7 au 9 juin 2012, le 3e Congrès international sur «le commerce et les villes portuaires en Méditerranée ».Aucune des Chambres de commerce et d'industrie d'Afrique du Nord, dont les Marocaines n'a fait le déplacement.

Trois thèmes : « *tourisme de croisière en Méditerranée* », « *tourisme de yacht en Méditerranée* » et « *routes commerciales et capacité logistique de la Méditerranée* » ont été développés au cours de cette rencontre.
Le tourisme de croisière reste une niche importante. Mais la plupart des ports méditerranéens ne sont pas à la hauteur. Tout au long des trois jours de réunion du 3e Congrès international sur le tourisme de croisière en Méditerranée à Mersin, le thème de la sécurité a été systématiquement évoqué.

UN SEUL DÉFAUT PEUT AVOIR UN IMPACT NÉGATIF SUR LA CROISIÈRE

La plupart des ports de la Méditerranée manquent de services environnementaux. Autres insuffisances pointées du doigt : les limites opérationnelles rencontrées dans les ports de destination, telles que la profondeur des bassins d'accueil des bateaux de croisière, la congestion des ports, la disponibilité de bornes d'électricité dans le port, l'insuffisance des parkings pour les bus, les difficultés d'accès aux terminaux des ports.
Les croisiéristes réclament également des services rapides et performants en ce qui concerne les procédures pour les services d'immigration, de santé, de police, de douanes et de sécurité. Si les autorités locales imposent des procédures lourdes et bureaucratiques, les passagers passeront moins de temps sur place et dépenseront moins d'argent en conséquence. Un défaut à un seul point peut avoir un impact négatif sur l'ensemble de la croisière. ■

PARK HYATT MARRAKECH

OUVERTURE EN 2013

Le promoteur Alhif Management (Alliances Hospitality Investment Fund) vient de donner le coup d'envoi de la commercialisation à l'international de ses 44 villas de luxe nichées au sein du resort golfique Al Maaden, un concept associant résidences, hôtel et golf paysager édifiés sur 190 ha.

Le parcours de golf dessiné par Kyle Philips avec plus de 70 ha, qui constitue le cœur du programme figure parmi les projets qui sont développés dans ce resort dont l'offre répondra aux critères de luxe et de raffinement.

Le promoteur, Ahlif Management, dont les principaux actionnaires sont le groupe Alliances, la BCP, la CIMR, la CMR et MAMDA-MCMA, table sur une clientèle très haut de gamme et à forte valeur ajoutée. Et pour ce faire, il s'appuie en France sur le spécialiste en immobilier, CBRE qui réalise chaque année des milliers d'opérations immobilières dans le haut de gamme, un peu partout dans le monde. Et c'est précisément à Paris, au Park Hyatt Vendôme que le projet et ses premières maquettes ont été présentés. Conçues sur des parcelles de terrain de 600 à 2.000 m^2, avec des superficies allant de 370 à 825 m^2, les villas dominent le golf Al Maaden. Derrière la conception de ces villas de luxe l'architecte new-yorkais Perkins Eastman et le designer d'intérieur Imad Rahmouni dans un style mélangeant Orient et Occident. Les 44 villas font partie de l'ensemble du projet qui comporte, outre le volet immobilier, un hôtel de luxe de 112 chambres de plus de 55 m^2, 18 suites, développant jusqu'à 600 m^2 pour la suite royale, en plus de plusieurs restaurants ainsi qu'un Spa de plus de 2.000 m2.

Park Hyatt, la gamme d'hôtels la plus prestigieuse du groupe , opère à Marrakech sa première implantation au Maroc. L'établissement, dont l'ouverture est prévue en 2013, fera donc partie d'un réseau de 30 hôtels situés dans les plus belles villes et destinations du monde dont Dubai, Paris, Moscou… ils sont conçus selon le caractère typique de la région dans laquelle ils sont implantés. ■

LES ASSISES DU TOURISME DE RETOUR

Après une année d'absence, 2011 ayant été particulièrement chargée au niveau politique, les assises du tourisme sont de retour. Elles se tiendront le 4 décembre 2012, probablement à Skhirat, ville naguère candidate à l'organisation de cet évènement lors de l'ouverture de son palais des congrès.

Ces assises qualifiées tour à tour, selon les circonstances, de nationales, d'internationales, puis d'assises tout court, sont généralement, depuis la première édition organisées à Marrakech en 2001, l'occasion de l'état des lieux sur l'avancement de la politique touristique du pays, ainsi que des bilans d'étapes de la « Vision 2010 ». Les Assises du tourisme sont aussi l'occasion de faire de grandes annonces comme ce fut le cas en 2001 à Marrakech pour le lancement de la Vision 2010.

Les dernières assises ont eu lieu le 30 novembre 2010 dans la ville ocre pour le lancement de la Vision 2020.

OUVERTURE EN SEPTEMBRE 2013

LE CARRÉ D'EDEN À MARRAKECH

Édifié sur une superficie de 100 000 m2, le projet urbain multi-fonctionnel, CARRE EDEN qui abritera un ensemble résidentiel ainsi qu'un hôtel 5*, a été conçu à Marrakech en plein centre du quartier Guéliz et dont la gestion serait confiée à Radissan Blu

Projet entièrement intégré comprenant un ensemble résidentiel haut standing de 110 appartements prestigieux tous équipés de terrasses, conçus par l'architecte Karim El Achak et le designer marocain Imaad Rahmouni. Un hôtel 5 étoiles portera la signature d'un des plus grands groupes hôteliers internationaux. On murmure que Radisson Blu gérera l'hôtel. Son centre de conférence offrira aux entreprises une infrastructure adaptée : plusieurs salles de conférences et de réunions modulables.

Les concepteurs de ce projet ont également prévu un mall qui accueillera 60 boutiques luxe et trendy, y compris les franchises les plus renommées et un food court réunissant une sélection variée de restaurants. Le tout sera facilement accessible grâce à un parking de 700 places.

« *J'ai eu la chance de voir grandir et évoluer Marrakech. Ce qui est merveilleux c'est qu'on a l'impression que la Médina est restée la même. Je trouve que les efforts qui ont été consentis pour préserver la ville sont remarquables. Le projet CARRE D'EDEN représente en quelque sorte la continuation de la mémoire de la ville ocre, le centre commercial, le marché vont redonner toute la jeunesse à ce quartier qui a toujours été très connu et populaire* » a déclaré Xavier Guerrand-Hermès, Président d'EDEN Développement.

Le projet va insuffler un véritable élan économique au Guéliz en créant plus de 600 emplois directs destinés notamment aux jeunes. Il permettra également de relancer l'activité touristique dans le quartier en créant un nouveau point de rendez-vous au centre ville.

A noter que l'ouverture du CARRE D'EDEN est prévue pour l'automne 2013. A ce jour, plus de 85 % du gros œuvre est déjà réalisé.

Ce projet immobilier de luxe multi-fonctionnel a nécessité, pour le moment, une enveloppe budgétaire d'un milliard de dirhams. ■

HILTON DE RETOUR AU MAROC

4 ans après avoir quitté le Maroc, le groupe hôtelier américain Hilton signe son grand retour dans le Royaume. En effet, selon une source proche du groupe, une convention d'investissement a été signée entre le 2ème groupe hôtelier mondial et le ministère du Tourisme.

C'est Tanger que Hilton a choisi pour son retour. C'est le 28 juin que devait être signé, à Rabat, l'accord de partenariat entre Hilton Worlwide et le groupe immobilier espagnol Inveravante et ce en présence du ministre du Tourisme, Lahcen Haddad. Ce partenariat, d'une durée initiale de 20 ans, prévoit l'ouverture de deux nouvelles unités hôtelières dans la ville de Tanger dont la gestion sera confiée à l'opérateur international Hilton Worldwide.

STATION TOURISTIQUE DE MEHDIA : SGTM REMPORTE L'APPEL D'OFFRES

Les travaux de mise en valeur de la nouvelle station touristique de Mehdia, d'un investissement global estimé à plus de 380 millions DH, seront lancés prochainement dans cette station balnéaire située à une dizaine de km de Kénitra. Une convention cadre pour la mise en valeur de la nouvelle station a été signée, dans ce sens, entre le gouvernement et la Société Générale des Travaux du Maroc (SGTM), sélectionnée suite à un appel d'offres, selon le Centre Régional d'Investissement (CRI) de Kénitra. SGTM réalisera ce projet à travers sa filiale la Société d'Aménagement et de Valorisation de Mehdia. Le projet, qui entre dans le cadre du plan Biladi, initié par le ministère du Tourisme, porte sur la mise en valeur de la nouvelle station touristique dans la municipalité de Mehdia sur un terrain d'environ 23 ha permettant la création de 700 emplois stables.

MANDARIN ORIENTAL

LE GROUPE JETTE SON DÉVOLU SUR MARRAKECH

Le projet Parc Palmeraie qui devait ouvrir sous l'enseigne Banyan Tree, accueillera un établissement de luxe : la chaîne asiatique dont l'ouverture est prévue en 2014. Villas avec jardin privatif, suites avec piscine sur le toit, spa de 1.800 m²…

Composé de 54 villas individuelles construites comme des riads, disposant chacune d'un jardin privatif de 300 m² avec piscine et jacuzzi. La décoration intérieure reflètera l'héritage culturel de la région, associant avec élégance couleurs et textures exotiques. Le resort abritera aussi 7 suites, dotée chacune d'une piscine privative sur le toit.

Planté dans un espace de 20 hectares d'oliviers et palmiers, le futur Mandarin Oriental sera construit dans la Palmeraie et sera confié en gestion à la chaîne de Hong-Kong. il sera conçu par l'architecte français Pascal Desprez accompagné d'un duo de designers, Gilles & Boissier, en charge de la décoration des parties communes au sein du bâtiment. L'hôtel devrait disposer de plusieurs espaces communs dont un spa qui porte la signature de Mandarin d'une superficie de 1.800 m², doté de huit cabines de soins, incluant deux suites de luxe pour les couples.

La chaîne asiatique s'intéresse depuis plusieurs années au Maroc. Elle avait même démarré un contrat de gestion avec l'établissement de Jnane Rahma. Dès mai 2011, le groupe asiatique a rompu le contrat. Il est de retour avec un autre investisseur marocain, le Parc Palmeraie SA.

Mandarin Oriental est réputé pour la qualité de son service et le soin minutieux apporté aux moindres détails. ■

44 HÔTELS DANS 28 PAYS

Mandarin Oriental Group est présent dans un grand nombre d'établissements luxueux et prestigieux du monde et des centres de villégiature. La chaîne exploite 44 hôtels, représentant près de 11.000 chambres dans 28 pays. Mais c'est en Asie que la chaîne est plus développée avec 18 hôtels. 13 autres établissements sont gérés par le groupe en Amérique et 13 autres en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Le groupe est en train de développer un nouveau concept avec 14 résidences Mandarin Oriental qui seront adossées à ses propriétés.

SOFITEL ESSAOUIRA MOGADOR GOLF & SPA

Nominé du Grand Prix du Meilleur hôtel en Afrique

Le Sofitel Essaouira Mogador Golf & Spa a été nommé dans la catégorie « Grand Prix du Meilleur hôtel en Afrique » par le jury des prix Villégiature Awards 2012.

Le prix Villégiature récompense depuis 10 ans, les meilleurs hôtels des 5 continents. Les 22 correspondants de presse et journalistes de grands supports de presse européens, mais aussi américains, chinois, japonais et australiens, qui composent le jury ont désigné le Sofitel Essaouira Mogador Golf & Spa parmi les 5 plus beaux hôtels d'Afrique pour l'année 2012.

Les noms des gagnants des différentes catégories de cette 10ème édition seront révélés le 5 novembre prochain à Paris. Le Resort marocain aura peut-être l'honneur de figurer dans le palmarès des grands gagnants du Prix Villégiature, au côté du Plaza Athenée à Paris ou de l'hôtel Royal Palm à l'Île Maurice.

DAKHLA

Alzaman, un projet pharaonique

Alzaman est le nom d'un projet de ville pharaonique prévu à l'horizon 2024 dans le désert marocain près de la ville de Dakhla. La cité s'étendra sur 70 km² et sera dédiée au brassage de cultures, à la paix et à l'avenir de l'humanité.

CLUB MED

UN NOUVEAU VILLAGE DANS LE SUD DU MAROC

CDG Développement, CDG Développement SA et le Club Med ont annoncé l'ouverture d'un nouveau Village Club Med à Chbika au Maroc. Le futur Club Med de Chbika sera le 1er village Club Med 4 Tridents avec un espace de luxe 5 Tridents sur la côte atlantique marocaine.

Henri Giscard d'Estaing, PDG du Club Méditerranée

Le projet, qui s'inscrit dans le développement de la stratégie haut de gamme du Club, proposera une gamme complète d'activités sportives, de bien-être ainsi que des espaces réservés aux enfants. Le village de 350 chambres sera opérationnel dès le 3e trimestre 2015.

La conception du Village ainsi que les études architecturales sont en cours de lancement, le début de la construction étant prévu pour mi-2013. Lahcen Haddad, ministre du Tourisme, a déclaré que «*Oued Chbika est un important projet qui va être structurant pour la ville de Tan Tan et la région du Sud*». Il a précisé en outre « *être en discussion avec des compagnies charters pour desservir la station balnéaire en devenir* ».

Pour Henri Giscard d'Estaing, PDG du Club Méditerranée, « *le village de Oued Chbika, est un concept original à la rencontre du désert et de l'Océan Atlantique, destiné à une clientèle de familles, essentiellement européenne, mais aussi marocaine Le village Club Med est implanté au bord des dunes. Ce sera une destination nouvelle, unique et originale, que nous allons promouvoir en tant que tel* ».

UNE DESTINATION NOUVELLE, UNIQUE ET ORIGINALE

Après avoir investi l'année dernière dans le nord du Maroc pour relancer cette destination et la monter en gamme, avec le village de Yasmina Cabo Negro, qui sera ouvert cette année à pleine capacité, l'ambition du Club Med est de faire de Oued Chbika une grande destination, opérationnelle durant toute l'année.

Parallèlement, le Club Med va développer des activités de découverte qui puissent donner l'occasion aux clients de découvrir cette région et de bénéficier de sa très grande beauté et de sa biodiversité. ■

CONSTRUCTION D'UN LAS VEGAS EN PLEIN CŒUR DU DÉSERT MAROCAIN

Selon le magazine allemand GTI, la société suisse Injaz Invest serait sur le point d'investir 40 milliards de dollars dans le développement d'un projet touristique pharaonique en plein cœur du désert marocain. Situé à proximité de la ville de Dakhla, Alzaman, le nom de cette cité bâtie ex-nihilo, devrait s'étendre sur quelques 70 km² et comporter pas moins de 16 zones avec des bâtiments aux architectures plus abracadabrantes les unes que les autres. Incluant maisons, hôtels, centres commerciaux, médicaux et universitaires, la cité touristique pourrait accueillir jusqu'à 400 000 personnes à partir de 2024.

L'INDUSTRIE MONDIALE DU LUXE EN CONCLAVE À MARRAKECH

Le Financial Times, a organisé du 30 mai au 1er juin à Marrakech son sommet annuel sur l'industrie du luxe, sous le thème «*la révolution du style de vie*». Cette 8ème édition, qui s'est tenue sous le Haut Patronage de SM le Roi Mohammed VI, a été marquée par la participation de plus de 350 responsables des plus grandes marques et compagnies mondiales opérant dans le domaine ainsi que de financiers venus de plusieurs pays.

LE WORLD LUXURY SPA AWARDS

Le SPA de la station touristique Mazagan a remporté le prestigieux Word Luxury Spa Awards pour l'année 2012, positionnant ainsi le Resort et le Spa en tant que destination leader de Spa dans le Monde, indique un communiqué de cet établissement. «*Cette récompense constitue l'une des plus grandes distinctions qu'un spa puisse espérer recevoir… car ce sont nos clients qui ont voté pour nous*», a commenté Stephan Killinger, Directeur Général de Mazagan Beach & Golf Resort.

HUSA HOTELES

LE GROUPE ÉTEND SES RAMIFICATIONS AU MAROC

Présent au Maroc depuis un an avec l'enseigne Husa Hotels Casablanca Plaza, le groupe hôtelier espagnol prend définitivement racine dans le Royaume avec la création de la société Husa Maroc, fruit d'un partenariat entre l'hôtelier ibérique et Fouad Chraïbi, donnant naissance à la société Husa Maroc.

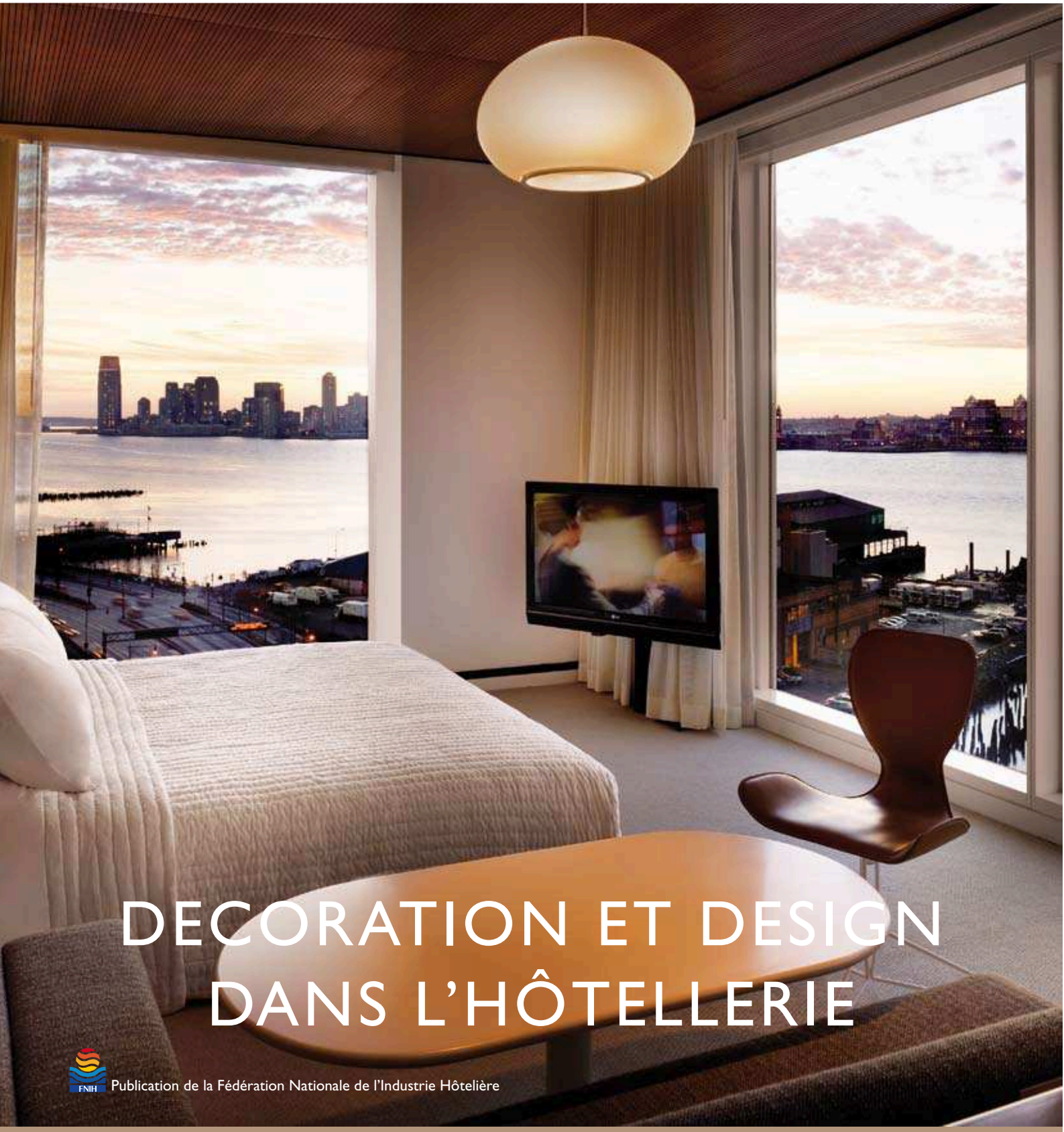
Le contrat de partenariat a été officiellement signé par les deux parties à l'issue d'une conférence de presse tenue à l'hôtel Husa Plaza à Casablanca. Husa Maroc, société de droit marocain dont le capital est détenu pour 25% par l'opérateur marocain et, pour le reste par Husa Hoteles a pour mission de développer l'enseigne espagnole dans plusieurs villes du Maroc avec la volonté affirmée de gérer 10 établissements dans 4 ans, dont 5 dès cette année.

Dans la lorgnette de la marque, 4 hôtels ont d'ores et déjà été identifiés à Tanger, Agadir, Marrakech, les négociations avec les responsables de l'établissement de cette dernière ville seraient à un stade très avancé et pourraient se conclure avant la fin de cette année.

L'ambition du groupe Husa qui n'est pas une chaîne mais un groupe hôtelier dont le cœur du métier est la gestion des hôtels, est de développer l'hôtellerie économique, mais de poser l'empreinte de la marque dans la restauration collective, le catering et les services.

Husa a été créé en 1930 par José Gaspart Bulbena. Aujourd'hui, cette entreprise familiale gère près de 100 hôtels dans le monde. Le groupe a fortement développé son réseau en Espagne avant de se tourner vers la Belgique, Andorre, l'Allemagne, l'Argentine. Le prochain Husa ouvrira à Cuba avec 1200 chambres. ■

HÔTELLERIE News
L'ACTUALITÉ DE L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE ET TOURISTIQUE
N °19 Juillet-Août 2012
SUPPLEMENT



DECORATION ET DESIGN DANS L'HÔTELLERIE

FNIH Publication de la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière

Un désir... Un tapis

Mouton d'or

TAPIS BERBERES MODERNES DE LUXE

Show - Room Résidence Firdaous, 197 rue Mohamed El Beqal, Apt N°18 angle Avenue Moulay Rachid, Guéliz, MARRAKECH
Tél. : +212 524 43 46 47 / +212 661 33 34 93 - Site Web : www.mouton-dor.com, E-mail : mouton.dor@gmail.com

L'HÔTELLERIE ET LE DESIGN

SOMMAIRE

Pages :

28 ▶ Design et luxe dans l'hôtellerie

29 ▶ Le design mobilier

30 ▶ Luxe et haut de Gamme

32 ▶ Ouvrages architecturaux

33 ▶ Entretien Hicham Lahlou, architecte d'intérieur designer

34 ▶ L'hôtellerie économique se pique au jeu

35 ▶ La déco de demain en hôtellerie et restauration

36 ▶ L'artisanat marocain, patrimoine séculaire

37 ▶ Marrakech capitale marocaine de la création artistique

38 ▶ L'artisanat, suscite l'émerveillement

Poursuivant le but ultime d'améliorer le confort du client, l'hôtellerie explore souvent les voies du design par le biais de la fonctionnalité. Pas facile en effet de caser dans un espace limité tout le confort du monde moderne et cette part de rêve qui constitue l'essence même du voyage !

L'hôtel est aujourd'hui devenu un véritable laboratoire d'innovation qui se focalise sur l'évolution de nos modes de vie et sur notre confort. Les mutations de l'habitat et de nos envies s'expriment ainsi dans la gestion de l'espace, sa fonctionnalité et son ergonomie.

La salle de bain a pris une place majeure: les hôteliers les conçoivent de plus en plus comme une pièce à vivre et un espace de relaxation.

L'univers de l'hôtellerie ne se contente pas de donner le «La» en matière de tendances décoratives, il cultive également une bonne longueur d'avance dans l'expérimentation de solutions innovantes.

Après le travail accompli sur les sources lumineuses, l'intégration du son et du wifi, les hôteliers optent de plus en plus pour des technologies douces et respectueuses de l'environnement : matériaux à zéro émission de CO^2, panneaux solaires ou encore éoliennes !

DESIGN ET LUXE

LA COMPOSANTE ORIGINALE ET DIFFÉRENCIANTE

Le design peut signifier une intention esthétisante, et dénoter une attention que le client saura valoriser, quelque soit son niveau d'appétence culturelle.

Le design est un moyen d'enrichir la prestation hôtelière d'une composante originale et différenciante. En produisant des aspérités (les picots de la moquette, la rugosité de matériaux bruts, le plissé des tissus, etc.), des contrastes chromatiques et plastiques (noir/blanc, rouge/gris, brillant/ mat, dur/moelleux).

Le design peut signifier une intention esthétisante, et dénoter une attention que le client saura valoriser, quelque soit son niveau d'appétence culturelle. A la différence de l'art, le design se revendique accessible parce que reproductible en série et pensé pour l'usage. Certains objets largement répandus et accessibles au plus grand nombre, par exemple les objets en polycarbonate transparent ou brillant, suffisent aujourd'hui à signaler comme telle une intention esthétisante. On peut aisément transposer ce type de signal au design d'intérieur d'un hôtel. Le décor ainsi construit signale une intention particulière, tout en ne reposant que sur des éléments matériels somme toute banals.

De fait, d'où vient cette impression que la photo d'une chambre serait celle d'un hôtel de luxe ? En réalité, la photo elle-même ne permet pas de déterminer précisément le nombre d'étoiles de l'hôtel, mais elle communique un positionnement haut de gamme. Pourquoi ? Parce qu'elle met en scène des éléments décoratifs qui signalent une intention et une attention esthétisantes, à priori superflues par rapport à la prestation basique d'un hôtel (le confort, la commodité) et que dès lors, ce superflu se rapproche du luxe.

Ainsi, le contraste noir et blanc, le satiné, le moelleux rendu visible du couvre-lit et de la moquette, le décor contemporain des lampes, le minimalisme des tables de chevet cubiques. En d'autres termes, ce n'est pas chacun de ces éléments qui, séparément, relèverait du luxe. Bien au contraire, leur prix effectif et leurs qualités réelles (solidité, douceur au toucher, durabilité, etc.) sont perceptibles à l'oeil nu.

C'est davantage la conjonction et l'articulation de ces éléments entre eux qui signale, par un faisceau concordant de signes, que l'intention vis-à-vis du client est de créer une atmosphère exclusive. Ce n'est pas non plus la somptuosité apparente de certains objets, leur opulence ou leur faste, qui convoque le luxe.

AU-DELÀ DU DESIGN, LE PROJET DE L'HÔTELIER

Le design serait donc ici cette intention qui transforme un simple décor en véritable expérience pour le client. On entend par expérience un ressenti qui englobe la prestation fonctionnelle (le confort de la chambre, les diverses commodités et services inclus dans la prestation) et la prestation émotionnelle (les sensations et émotions liées au décor, le ton de la relation). Ainsi décomposé, le design peut apparaître également comme un projet de différenciation qui propose au client une expérience originale et unique.■

LE DESIGN MOBILIER

N'EST PLUS L'APANAGE DE L'HÔTELLERIE HAUT DE GAMME

Accor révolutionne l'hôtellerie économique et met le design au cœur de sa réflexion avec l'utilisation des espaces pour en faire les véritables lieux de vie de ses hôtels.

En septembre 2011, Accor présentait le projet de regroupement de ses marques économiques sous la bannière Ibis, premier réseau d'hôtellerie économique qui incarne désormais la révolution du pôle économique du Groupe.

Cette stratégie fait écho à la mutation profonde des attentes des consommateurs, lesquels exigent désormais, dans tous les segments de la consommation, des marques modernes, contemporaines, design, mais aussi des marques citoyennes et responsables. Pour séduire, l'expérience client de la marque doit répondre à des attentes émotionnelles ou sensorielles nouvelles, y compris sur le segment économique.

DU DESIGN, DE L'ESPACE ET DE LA CONVIVIALITÉ À PRIX ÉGAL

L'espace évolue. Il est « décloisonné » pour intégrer de nouveaux volumes, des matériaux et des couleurs qui réchauffent l'atmosphère et favorisent l'échange et la convivialité.

Le mobilier, « design », n'est plus réservé à l'hôtellerie haut de gamme, les demandes des clients vont dans ce sens, sans toutefois constater une augmentation de prix.

Des designers, aux sources d'inspirations différentes, interviennent dans chaque établissement et s'approprient l'esprit coloré et pétillant de la marque, qui se retrouve tant dans les espaces communs que dans les chambres. Dans chaque établissement se crée ainsi une ambiance unique.

Le premier pays concerné par le déploiement de ces nouveaux espaces Ibis Budget a été le Maroc, Tanger ayant donné le ton. C'est dans la capitale du détroit qu'a été ouvert le premier Ibis Budget du monde, suivi par ceux d'El Jadida et Agadir. ■

LUXE ET HAUT DE GAMME

UNE DIMENSION D'EXCELLENCE

Il y a quelques décennies, une chaîne hôtelière pouvait donc avancer l'argument d'offrir, sur une vaste zone géographique, des prestations normalisées garantissant le confort et la satisfaction de ses clients. Cet exemple illustre combien la définition du luxe est relative et contextuelle.

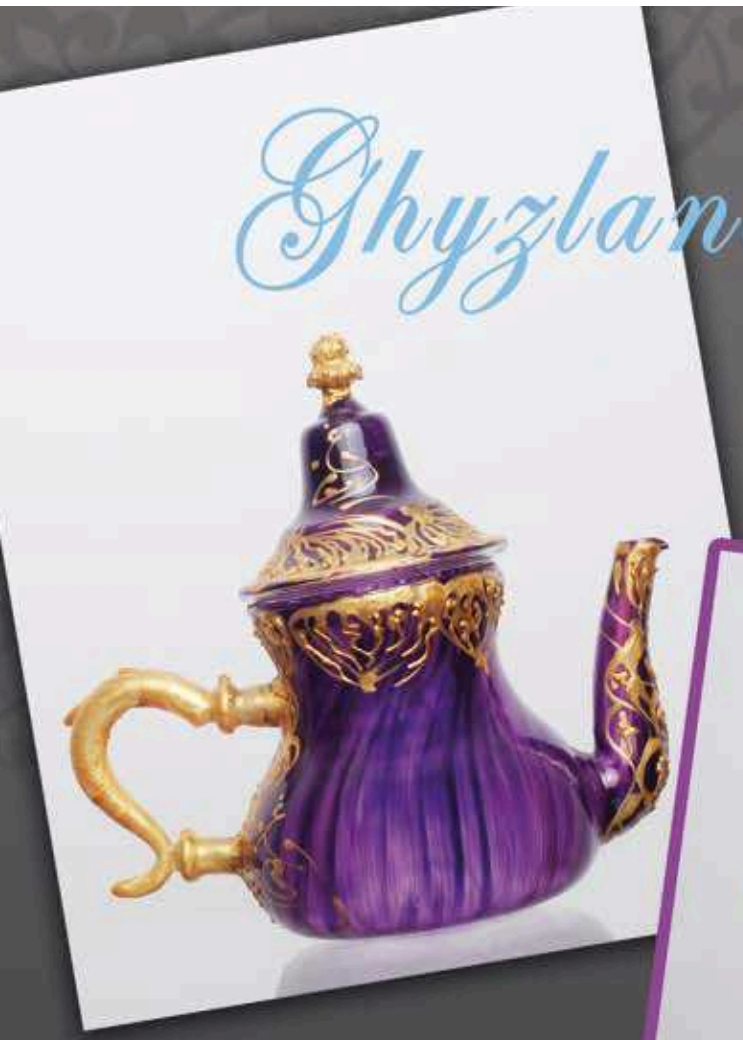
De nos jours, dans la mesure où les prestations hôtelières se normalisent (par exemple, l'accès au wifi, aux chaînes câblées, le buffet au petit-déjeuner, etc.), on peut légitimement se poser la question : qu'est-ce que le luxe et que représente-t-il dans l'hôtellerie ? En quoi consisterait alors un luxe dit accessible ?

Le luxe articule deux éléments. D'une part, une dimension restrictive, qui en fait une exception réservée à des happy few, payant un prix élevé pour une prestation originale et exclusive. Ainsi le luxe se distingue-t-il du haut de gamme, par définition plus commun et plus accessible. D'autre part, une dimension d'excellence, qui va au-delà du simple confort et se retrouve dans une savante orchestration de détails que l'oeil averti saura reconnaître. Ici, le client se situe dans la jouissance et non plus la simple consommation, en cherchant à satisfaire un désir et non plus un besoin.

Pour répondre à ce type d'attentes parfois appelées existentielles, l'hôtelier doit ajouter une dimension émotionnelle à la simple promesse fonctionnelle que constituent le confort et l'efficacité du service. En d'autres termes, pour commencer à se positionner sur le haut de gamme voire le luxe, il doit proposer un autre type de bénéfices et nourrir son offre (hébergement, restauration, services divers) d'une dimension relationnelle et aspirationnelle qui permettra de justifier un premium aux yeux du client, premium qui se traduit, en général, par un tarif plus élevé. C'est par la qualité et l'originalité de ce « supplément d'âme » que l'hôtelier saura satisfaire l'aspiration au luxe de son client, et se positionner ainsi au moins sur un segment haut de gamme, dit de luxe accessible. ■

Ghyzlane El Boury

Ou l'art de la décoration sur verre



Petite fille du célèbre ébéniste feu Driss El Boury, décorateur des Palais Royaux de la dynastie Alaouite, pour avoir musardé son enfance durant dans l'atelier de son grand-père, a sans nul doute baigné ses premières rêveries créatrices au coeur des volutes et arabesques boisées jaillies de cette main experte.

Si elle a choisi le verre comme support de son talent artistique, c'est qu'il se prête à une luminosité particulière qui concourre à faire de chaque pièce une oeuvre d'art unique mariant habilement les motifs de l'art traditionnel marocain, revisités, en des thématiques propres à sa sensibilité, loin de tout académisme. C'est bien la marque d'une audace visionnaire qui décale et interroge hors des sentiers battus, poursuit l'incessante quête en des clins d'oeil élégants à la symbolique ancestrale habillés de couleurs océaniques intenses ou doucement nacrées comme une plongée dans un espace-temps irréel et à la fois passionnel.

D'un oeil émerveillé on se saisit ainsi d'une pièce inattendue pour se laisser captiver aussitôt par une autre tout aussi inattendue. Les motifs inspirés souvent de la nature sertissent le verre d'un ensoleillement doré qui laissent l'âme dans une joie rêveuse comme autant de levers de soleil…

Ghyzlane El Boury propose ses créations tant au travers de l'art de la table, ensemble théières et verres, que coupes diverses, vases, tables vitrées, fioles aux fragrances naturelles, parures déclinées pour une vie magnifiée par cet art.

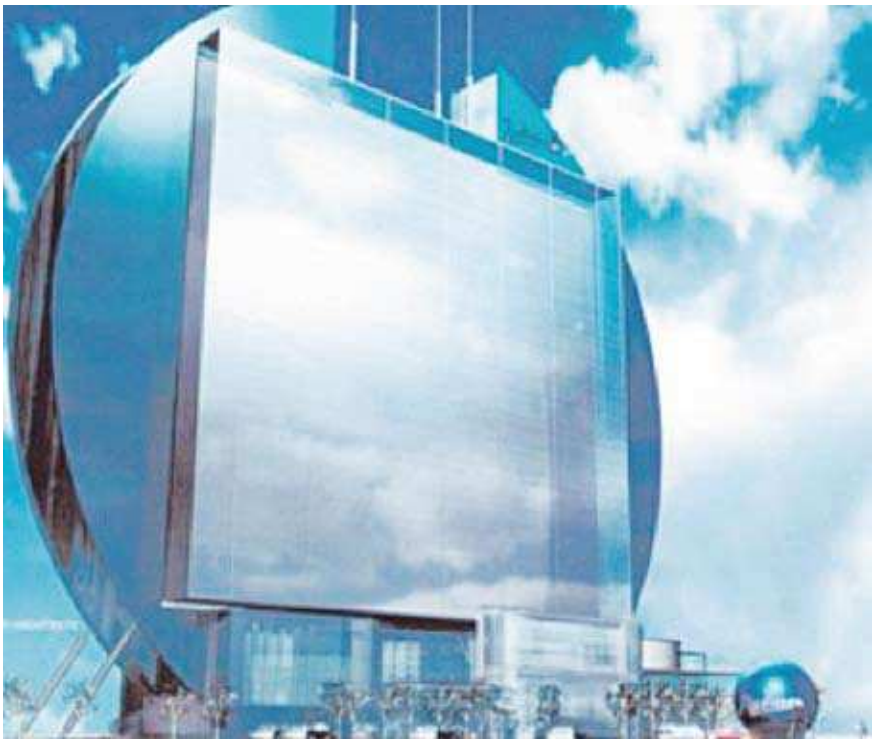
Stella Sauvage

Atelier et Show-Room Histoire d'Art, 38 Rue Abou Abbes el Azfi Maârif-Casablanca
GSM : (00 212) 661 141 893 - (00 212) 668 301 039 / Fax : (00 212) 522 980 979
www.histoiredart.org, E-mail : histoiredart@menara.ma

OUVRAGES ARCHITECTURAUX

SURENCHÈRE, DÉMESURE ET ORIGINALITÉ

On constate que les destinations ne négligent rien pour attirer l'attention. Comment concurrencer une telle démesure ?



(Hôtel Radisson SAS à Frankfort)

Désormais, il faut impressionner et il n'y a pas que Dubaï qui se lance dans la surenchère des projets. Depuis plusieurs années, de nombreux ouvrages architecturaux rivalisent d'audace et d'originalité. On constate que les destinations ne négligent rien pour attirer l'attention. Comment concurrencer une telle démesure?

Que dire de Las Vegas, la Mecque du jeu et du divertissement!. Oscillant entre le kitsch et le chic, les hôtels reproduisent les principaux attraits du monde (place Saint-Marc, palais des Doges, mini tour Eiffel, Arc de triomphe, Empire State Building, pont de Brooklyn, statue de la Liberté, etc.).

Quant à Berlin, elle a créé de toutes pièces le Tropical Island, une station balnéaire sous un dôme. Situé au coeur de la ville, le Radisson SAS Hotel exhibe dans le hall son Aquadom, aquarium cylindrique de 25 mètres de haut contenant 2500 poissons tropicaux et un million de litres d'eau salée. La même entreprise érigera à Francfort un hôtel en forme de disque géant, d'une hauteur de 96 mètres (photo), où trônera une « tour à vin » de trois étages comptant 1500 bouteilles.

Dans la foulée de l'hébergement spectaculaire, on peut mentionner l'hôtel Puerte de América à Madrid de même que les projets d'hôtels sous l'eau à Dubaï et aux Bahamas.

LA CONCURRENCE S'ACCENTUE...

Avec un tel courant de démesure et d'originalité, on constate que plusieurs destinations ont décidé de batailler fort en misant sur des bâtiments architecturalement audacieux, et ce, afin de redonner une impulsion à une ville sur le déclin (Bilbao, plusieurs grandes villes américaines) ou pour affirmer leur présence (Moyen-Orient, Chine).

Mais les investissements colossaux consentis en valent-ils la chandelle ? Toute cette démesure architecturale se transformera-t-elle en quelque sorte en icône touristique ?■

HICHAM LAHLOU, ARCHITECTE D'INTÉRIEUR DESIGNER

«... *LA DÉCORATION N'EST PAS UNE FIN EN SOI...* »

Hicham Lahlou est un designer international prolifique, reconnu pour sa créativité et son approche novatrice. Considéré comme un précurseur au Maroc, en Afrique et dans le monde Arabe où il œuvre continuellement à populariser le design et à en véhiculer le véritable sens.

La décoration et le design, thèmes de notre spécial. Quel regard portez-vous sur deux formules dans l'hôtellerie au Maroc ?

On voit de plus en plus de grandes chaînes hôtelières qui arrivent au Maroc. Ce secteur qui est appelé à employer beaucoup de monde devrait un peu se structurer dans les domaines de la décoration et du design. L'autre constat, c'est qu'un architecte de réputation mondiale qui vient au Maroc est obligé de signer avec un architecte local. C'est une bonne chose, autant faut-il qu'il y ait une réelle collaboration et un transfert de compétences.

Je suis architecte d'intérieur. J'opère dans le design et la décoration et j'ai la chance d'évoluer à l'étranger dans ce domaine. Mais au Maroc, les PME marocaines subissent une rude concurrence.

Le fait de faire appel à des grands designers internationaux a de très bons côtés, cela permet de marketer le Maroc, de se positionner sur un certain standing. Ceci étant, le problème, c'est lorsqu' un grand groupe s'installe au Maroc, il arrive avec tout son package: architecte, décorateur, designer et même paysagiste. Et là, c'est regrettable de ne pas y associer une signature marocaine, qui plus est lorsqu'elle est confirmée à l'international et qu'elle signe pour des marques à l'étranger. Il y a un profond déséquilibre. La promotion de l'image d'un pays est capitale pour le tourisme et elle passe notamment par l'hôtellerie, si cette dernière se positionne en excluant ses ambassadeurs locaux, c'est tout un symbole qu'elle véhicule.

Si on fait un arrêt sur image sur le standing dans l'hôtellerie, à quel niveau le situez-vous ?

Au niveau standing, on s'arrête trop souvent à la décoration. La décoration n'est pas une fin en soi. Il existe une grande différence entre décorer un hôtel et signer un hôtel.

C'est une autre approche, une autre réflexion, un autre positionnement produit. Lorsqu'un hôtel ou un groupe fait appel à une signature, il assure une valeur ajoutée à l'établissement parce qu'il y a tout un accompagnement dans l'histoire qui va être racontée, l'expérience qu'on va y vivre, l'empreinte qu'on va y laisser. Quand les gens viennent passer un séjour dans un hôtel, ils ont envie d'y revenir, parce qu'il y a un service qu'ils ne retrouvent pas ailleurs et des détails qui font la différence, l'établissement lui-même est presque une raison de visite en soi.

Trop souvent, bien que l'investissement de certains hôteliers soit très important, il est rare que le résultat soit transcendant ou que la qualité des prestations soit à la hauteur des attentes. On met beaucoup

d'argent dans la décoration, on surcharge, on veut encourager l'artisanat, mais on peut probablement le faire d'une autre manière.

Quelle est la tendance qui se dessine pour l'hôtellerie de demain ?

L'hôtellerie de demain va de plus en plus s'orienter vers des boutiques hôtels. Cela se fait déjà à l'étranger. Certains commencent à le faire au Maroc. Ce sont des établissements avec leur propre identité, leur propre décor, leur propre positionnement produit, le service y est personnalisé et le client se sent transposé dans une ambiance unique, un univers qui raconte une histoire et qui permet de réellement faire vivre une expérience à part. ■

CONFORT, DESIGN

L'HÔTELLERIE ÉCONOMIQUE SE PIQUE AU JEU

Le secteur de l'hôtellerie économique est en plein essor. En fait, les termes « économique » et « budget » ne sont plus synonymes de bas de gamme ou défraîchi. Ce type d'hébergement offre plutôt une gamme d'établissements allant du plus petit budget au luxury budget, où les moindres détails font la différence.

Le terme hôtel économique est souvent utilisé mais rarement défini. Cela va du dortoir de lits superposés à l'hébergement moyen de gamme vendu sous l'étiquette économique, dans le but d'obtenir un meilleur taux d'occupation.

La mode actuelle est aux chambres de petite taille (une moyenne de 18 pieds carrés, selon la firme PKF) incluant un lit très confortable, alors que le hall d'entrée est un lieu de rencontres permettant l'enregistrement, la communication, l'amusement, le travail ainsi que la restauration. Les salles de bains avec douche vitrée ont la cote, ou sont plutôt un impératif par rapport aux baignoires comportant un rideau en tissu, où le pommeau pluie ou multijets est de mise.

Chaque détail du design et des services offerts permet de se démarquer de la concurrence. Par exemple, les petits déjeuners sont-ils composés d'ingrédients froids seulement ou, mieux, d'un buffet chaud ? Quelle est la qualité du pain, du café, des jus et la variété des plats offerts?

Depuis l'apparition des hôtels CitizenM ou Motel One, il est possible de séjourner dans un endroit confortable et ayant du style à faible coût.

L'ÉCONOMIQUE DÉFIE LA CRISE

En Europe plus particulièrement, la crise économique semble avoir favorisé le secteur de l'hôtellerie économique. En effet, la croissance auparavant en faveur des établissements 4 ou 5* a basculé vers les chambres à 1 ou 2 étoiles. La crise valide le positionnement de l'hôtellerie low cost mais de qualité.

LES ÉTOILES... QUELLES ÉTOILES ?

Si un établissement ou une chaîne combine des caractéristiques propres à différentes catégories d'hébergement, le nombre d'étoiles ne veut plus rien dire. Sa marque devient donc l'élément distinctif. C'est une des raisons pour lesquelles la classification n'est pas appliquée à de nombreux hôtels économiques en Europe.

LES AUBERGES DE JEUNESSE S'EN MÊLENT

Les auberges de jeunesse font la concurrence aux hôtels 2*. Les dortoirs négligés sont révolus et remplacés par des chambres de qualité à quelques lits et à prix raisonnable.

L'exposition ITB Berlin reflétait d'ailleurs la vitesse à laquelle cette tendance prend forme par la taille et la diversité de l'espace Economy Accommodation. Un autre exemple de l'importance de ce phénomène est l'association STAY WYSE (acronyme de Safe Travel Accommodation for Youth et World Youth Student & Educational Travel Confederation), qui regroupe 108 membres dans 18 pays. Une étude menée par WYSE indique que 60% des jeunes voyageurs séjournent dans des auberges de jeunesse et que 40% choisissent des hôtels économiques accueillant aussi des familles et des gens d'affaires.

La tendance à l'amélioration de la qualité diminue l'écart entre les auberges de jeunesse et l'hôtellerie économique. La crise financière a accéléré ce rapprochement. ■

SALONS POUR L'ÉQUIPEMENT HÔTELIER

LA DÉCO DE DEMAIN EN HÔTELLERIE ET RESTAURATION

Chaque année, les salons spécialisés dans l'équipement hôtelier et la restauration proposent les dernières tendances en matière de décoration, design et architecture.

Chaque édition est l'occasion de présenter des « expériences » pour inspirer de nouvelles idées aux visiteurs professionnels pour leur établissement à travers les nombreux espaces signés par des architectes de renom.

Le salon, véritable laboratoire d'idées et de tendances pour l'hôtellerie et la restauration, alliant design, décoration, nouveautés technologiques, matériaux, le tout dans une démarche éco-responsable. Des concepts attitudes sont également présentées avec toutes les solutions pour l'hôtellerie et la restauration urbaines, économiques ainsi qu' une nouvelle vision du luxe contemporain et design pour une hôtellerie-restauration soucieuse des valeurs environnementales.

Dans l'espace Exception, on trouve une sélection de l'offre haut de gamme des fournisseurs de l'hôtellerie de luxe à destination des établissements en quête de produits d'exception.

Côté chambres, des expériences vont vous interpeller. La première est une chambre d'hôtel totalement éco-conçue, la seconde se propose de réfléchir au futur de l'hébergement et à ses transformations, en donnant au client la possibilité de personnaliser, contrôler et gérer sa chambre grâce aux nouvelles technologies. ■

L'ARTISANAT MAROCAIN

PATRIMOINE SÉCULAIRE

Le design représente pour le produit de l'artisanat un maillon fort de la chaîne de création de valeur.

Aujourd'hui, l'art de vivre marocain a une capitale, Marrakech, et un porte-drapeau, le riad. Ce lieu magique dans la médina, demeure traditionnelle ayant pour cœur un patio, symbolisant à lui seul la richesse de notre patrimoine et la créativité de notre artisanat.

Aujourd'hui le client est en quête d'un produit qui puise son identité certes du patrimoine séculaire de l'artisanat marocain, mais qui s'adapte aux tendances des marchés et des modes de consommation, surtout lorsqu'il s'agit de satisfaire un besoin plus particulier en décoration, en ameublement ou en bien-être.

C'est dans cet esprit que la stratégie du développement du secteur de l'artisanat, accorde une place de choix au renouvellement de l'offre en produits d'artisanat et son adaptation aux goûts et tendances.

Dans le cadre de cette stratégie, le Ministère a lancé un programme d'appui aux groupements de mono artisans par la mise à leur disposition de collections de design élaborée en parfaite synergie entre des maîtres artisans et des designers de renom.

Les objectifs visés de ce chantier sont multiples. Il s'agit de stimuler la dynamique au sein des milieux des artisans et les sensibiliser davantage à l'intégration de la dimension design dans le processus de fabrication du produit, également, de faire fédérer les efforts des designers et créateurs autour du thème de l'innovation et la créativité dans le contexte de l'artisanat.

Les efforts déployés dans ce sens ont abouti à la réalisation de collections touchants différentes filières de l'artisanat : bijouterie, marqueterie, dinanderie, tissage, ferronnerie, habillement traditionnel, céramique et poterie, maroquinerie, vannerie…

Chaque opération de développement de collection est pérennisée par la production d'un catalogue, de fiches techniques et des prototypes des différents modèles élaborés. Ces outils sont mis à la disposition des mono artisans pour une reproduction libres de droits des collections.

L'art marocain peut être classé en deux catégories : le citadin et le rural. L'art citadin est imprégné de traditions importées d'Orient ou encore de l'Espagne musulmane. L'influence orientale se voit notamment dans les tapis, les étoffes et les broderies alors que l'apport andalous se perçoit encore dans les arts de la céramique, du métal, du bois et du cuir. Les arts ruraux ou berbères ont un aspect plus «primitif». Les objets ont souvent une fonction utilitaire: mobilier, outils, ustensiles indispensables à la vie quotidienne et quelques parures pour les fêtes de la communauté. ■

MARRAKECH,

CAPITALE MAROCAINE DE LA CRÉATION ARTISTIQUE

Marrakech la ville ocre et mythique, célèbre la huitième édition du salon l'Art de vivre du Maroc du 28 mars au 1er avril 2012 au Palais des Congrès de Marrakech.

Cette nouvelle édition est la continuité des précédentes, s'inscrit comme une référence de l'élégance impériale, richesse du patrimoine, luxe, savoir faire des hommes et du haut de gamme marocain.

Des nouveautés séduisantes en matière de décoration, de gastronomie, d'architecture d'intérieur, mobilier de jardin, d'art de la table dans un design nouveau vous surprendront dans leur alliance subtile et élégante de tradition et de modernité.

Le salon vitrine de cette richesse sera la plateforme de rencontres professionnelles multisectorielles et offriront aux participants les tendances du marché.

6 THÈMES D'EXPOSITION :

- Maison
- Décoration
- Design
- Bien-être
- Gastronomie
- Jardins

LES OBJECTIFS DU SALON :

- Créer une plateforme de rencontres entre acheteurs, créateurs et prescripteurs,
- Générer du chiffre d'affaires,
- Drainer de la visite qualitative et ciblée (exportateurs, importateurs, décorateurs d'intérieurs, décideurs, hôteliers, acheteurs, distributeurs, revendeurs, designers, architectes et autres professionnels du secteur …)
- Promouvoir les secteurs de l'art de vivre, la création et le design,
- Rendre hommage à des professionnels distingués pour l'excellence de leur savoir – faire,
- Accompagner le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat dans la vision 2015.

CATÉGORIES DES TROPHÉES

- Trophée Patrimoine : Il est attribué à une personne ou à une institution dont l'action aura contribué soit à la restauration dans les règles de l'art d'un élément du patrimoine architectural, soit à la sauvegarde d'un pan, matériel ou immatériel, de la culture marocaine.
- Trophée Métiers d'Art : Il est attribué à un artisan pour l'ensemble de ses œuvres.
- Trophée Création : Il est attribué à un créateur exposant au Riad Art Expo pour l'originalité et la qualité de ses créations.
- Trophée Découverte : Il est attribué à une personne morale ou physique pour l'originalité et le respect des valeurs de durabilité et d'équité dans le produit touristique qu'elle propose. ■

PATRIMOINE CULTUREL

L'ARTISANAT MAROCAIN SUSCITE L'ÉMERVEILLEMENT

Une modernité pratique à une touche traditionnelle rappelant l'ambiance magique des médinas et les senteurs des allées étroites des souks traditionnels.

L'artisanat marocain suscite l'émerveillement. Les artisanats marocains puisent leur imagination et excellent en créativité dans les traditions ancestrales. Le style des produits de l'artisanat marocain allie une modernité pratique à une touche traditionnelle rappelant l'ambiance magique des médinas et les senteurs des allées étroites des souks traditionnels.

L'artisanat marocain prend ses racines dans les traditions. Chaque génération lui transmet une nouvelle créativité et l'élève au niveau des industries culturelles. Les artisans ne sont pas simplement les conservateurs d'un acquis culturel mais enrichissent et adaptent cet héritage aux besoins de la société contemporaine.

L'artisanat marocain est à la fois un art de création d'objets de décoration et usage quotidien, aussi il est un véritable patrimoine culturel qui fait partie de l'histoire du Maroc. Il se caractérise par sa diversité de métiers et de matériaux utilisés tels que le bois, cuivre, fer… travaillées par des spécialistes de l'artisanat du Maroc connus sous le nom de « maalem » qui fabriquent des articles de qualité et de design résultat d' un mélange de créativité et de talents sous les mains des orfèvres pour personnaliser un intérieur du sol au plafond. ■

LE REFAM, FER DE LANCE DE L'ARTISANAT FÉMININ AU MAROC

Le réseau des femmes artisanes du maroc, ou REFAM, regroupe environ sept cent femmes qui représentent toutes les préfectures et provinces du Royaume et la quasi-totalité des corps de métier de l'artisanat féminin.

Tout le savoir-faire traditionnel de l'artisanat marocain est proposé non seulement dans leurs échoppes respectives des médinas mais aussi dans les show-rooms du REFAM Dar Maalma à Marrakech et à Azemmour. On y trouve tous les produits d'ameublement artisanaux, notamment tapis, tentures et couvre-lits, ainsi que tous types d'articles de décoration ou d'accessoires aux couleurs vives de l'arc-en-ciel. Ces femmes déploient des trésors d'habileté en puisant dans les symboles d'ornementation classiques.
La richesse esthétique de cet artisanat séduira toujours les amoureux des couleurs et des matières naturelles au travers d'un foisonnement d'objets indispensables à l'agrément de notre environnement, et s'y retrouveront les adeptes de cet art de vivre rayonnant.

Photos Agence Presmaroc

Le flâneur-fouineur en recherche de son Maroc aimera s'attarder au long des présentoirs, accaparé par les mille odeurs mille bavardages et mille sourires qui enlaceront sa quête pour un aboutissement indubitable scellé sans nul doute d'une gorgée de thé à la menthe brûlant. Il ne lui restera plus ensuite qu'à décoller avec regret du pouf où béatement enfoncé il savourait son expérience «médinesque» tel un Pierre Loti au cœur d'une aventure prodigieuse. Aventure réussie est bien le terme qu'il convient quoiqu'il en soit d'employer quant au REFAM depuis sa création en 2008 sous la présidence de Son Altesse Royale la Princesse Lalla Meryem.

Au travers d'une série de mesures et d'actions diverses le REFAM a pour objectif de soutenir la capacité d'autonomie commerciale de ces femmes artisanes en proposant des formations (96 ateliers par an), un accompagnement, la mise à disposition d'un show-room, des expositions et des évènements divers. Depuis 2011, les Dar Maalma Expos accueillent une ouverture à l'international puisque des délégations de femmes artisanes d'Algérie, du Sénégal et de France ont été reçues. Cette année des délégations tunisiennes et mauritaniennes ont également pris part au Dar Maalma Expo 2012.

Tout ceci est le signe d'un dynamisme et d'un intérêt général pour les objectifs du REFAM en vue de promouvoir les activités artisanales de ces femmes. Nous souhaitons longue vie à cette association.

Stella Sauvage

REFAM
Dar Maalma Marrakech - Maroc
2, Riad Ezaitoune, Rue Quadissia,
Hivernage Marrakech
Tél. : 05 24 43 40 10 Fax : 05 22 91 55 62
Site Web : www.artisans-maroc.org

RIAD PERLE D'EAU & SPA, ESSAOUIRA

une maison d'hôtes pensée pour votre confort

SUITES D'EXCEPTION SUR LA MER

Sur les remparts de la Médina d'Essaouira, dominant l'Océan, se dresse le Riad Perle d'Eau & Spa.
Une invitation au rêve et à l'épanouissement, dans l'une ou l'autre de ses huit Suites et Chambres.
Son architecture subtile, rencontre entre tradition et modernité, offre tout le raffinement du style oriental.

Le savoir-faire et le talent des artisans marocains se retrouvent dans les moindres détails : Bejmats de Fez au sol, voûtes en pierres taillées, zelliges colorés, plâtres délicatement sculptés, plafonds en bois peints ou en thuya...

Visitez notre site et découvrez tout le charme et la magie du Riad Perle d'Eau & Spa

64, rue du Koweit 44000, Essaouira - Maroc
Tél. : + 212 (0) 524 78 54 00 / Fax : + 212 (0) 524 78 59 39 / GSM : + 212 (0) 661 60 19 55
E-mail : contact.perledeau@gmail.com / Site web : www.riad-essaouira-perledeau.com

JOAN GASPART SOLVES,

PRÉSIDENT GROUPE HUSA

« NOUS ÉTUDIONS TOUTES LES POSSIBILITÉS »

Est-ce que le capital de Husa Maroc est ouvert à d'autres actionnaires ?
Pas dans le capital de la matrice, mais dans chaque affaire que nous allons conclure on reste ouvert. Dans chaque hôtel que nous allons prendre en gestion ou en location, nous acceptons que quelqu'un nous accompagne.

La crise aidant, les hôtels en difficulté font-ils partie de votre cible ?
Nous sommes ouverts à toutes les possibilités autant pour les hôtels en difficulté, ceux qui ont fermé et qu'on peut réouvrir, que pour des projets en construction comme ceux à Marrakech, Tanger et Agadir.

Les banques de financement imposent que le gestionnaire d'un hôtel des stations balnéaires du Plan Azur soit une chaîne intégrée. Répondez-vous à cette condition ?
Nous sommes dans le même temps hôtelier et tour-opérateur, mais nous ne possédons pas notre compagnie aérienne. Mais, je le répète, pour tout projet qu'il soit de station balnéaire ou autre, nous allons l'étudier sérieusement et voir ce qu'on peut faire. ■

FOUAD CHRAÏBI,

PRÉSIDENT HUSA MAROC

« LES CHIFFRES PARLENT D'EUX-MÊMES »

En tant que président de Husa Maroc, avez-vous les mains libres et les coudées franches alors que vous êtes minoritaire dans le capital de la société ?
Totalement. Je dispose des pleins pouvoirs pour développer la chaîne comme je l'entends, pour trouver des hôtels, signer des contrats. J'aurais pu être salarié, mais j'ai décidé d'être intéressé par les résultats de la société.

Mais, êtes-vous tenu par des obligations de résultats ?
Il n'y a qu'à voir les chiffres. 5 hôtels en 2013, 10 hôtels en 2016. Sans quoi à quoi sert-il de conclure un partenariat ?

Les hôtels en difficulté font-ils partie de votre cible ?
Nous pouvons leur fournir les moyens de redresser la situation.

Et pour les hôtels des stations balnéaires du Plan Azur ?
Franchement, non !

Est-ce parce que Husa Hoteles n'est pas une chaîne intégrée ?
Il s'agit d'un accord commercial et cela n'a jamais été exigé par une banque. La condition imposée est d'être une chaîne internationale. A l'exception de TUI, qui est à la fois propriétaire, gestionnaire, tour-opérateur et transporteur aérien, aucune chaîne ne dispose de sa propre compagnie et aucune n'est impliquée dans le tour-operating. ■

ASSILAH MARINA GOLF

UN MÉGA PROJET DE 4 MILLIARDS DE DIRHAMS

Le projet Asilah Marina Golf prend forme. En plus de la construction de près de 750 appartements, le projet compte déjà deux terrains de tennis, un club-house (doté d'un restaurant panoramique), une supérette, des piscines et un golf de 9 trous déjà opérationnel.

Le projet a été présenté par Tarik Al Khalidi, président de la société Asilah Invest, lors d'une visite organisée, le 26 mai, au profit d' hôteliers, voyagistes et de la presse. Ce grand complexe touristique et résidentiel s'étalant sur 66 ha en front de mer pourra accueillir jusqu'à 600 touristes, qui pourront y pratiquer sports et loisirs avec hébergement. D'un coût global de 4 milliards DH, Asilah Marina Golf est réalisé à 30% avec l'achèvement de la station d'épuration qui est opérationnelle.

Lancé en 2007 par Asilah Invest, ce projet prévoit la réalisation par tranches de 4.000 appartements. Près de 750 appartements sont construits en trois tranches, les travaux de construction de 154 appartements de la quatrième tranche étant en cours de réalisation pour être livrés en 2013.

Le projet prévoit aussi la réalisation d'un hôtel 4 étoiles sur une superficie de 2,5 ha mais dont la date de lancement des travaux n'a pas été communiquée.

A noter que le projet Asilah Marina Golf dispose d'une corniche de 1,2 km reliant le projet à la ville de Larache. Et la moitié de la superficie totale du projet est réservée à des espaces verts. Pour les responsables d'Asilah Invest cela s'inscrit dans le cadre d'une stratégie de développement écologique et durable basée sur une vision de tourisme vert.

Ce mégaprojet touristique et résidentiel vient renforcer le volet culturel et touristique d'Asilah pour en faire un lieu prestigieux du tourisme balnéaire. ■

SONDAGE SKYSCANNER 2012

Le Maroc élu la destination touristique la moins chère au monde en 2012

Selon un sondage de Skyscanner révélant les destinations offrant le meilleur rapport qualité-prix pour les vacances en 2012, le Maroc s'avère la destination la moins chère au monde. Pour établir ce classement, Skyscanner a réalisé une enquête qui consiste en la comparaison des coûts estimés d'une destination avec les coûts réels auprès de 1043 personnes provenant de 43 pays différents.

Les résultats révèlent une fois de plus un fossé important entre ce que le voyageur perçoit d'une destination et le coût réel des vacances sur place.

D'ailleurs, l'Inde est perçue comme le pays le moins cher pour les vacances cette année mais se fait détrôner par le Maroc qui représente réellement la destination la moins chère.

Le Royaume est suivi de la Thaïlande, de la Pologne et du Portugal. A l'opposé et figurant dans le Top 10 des nations les moins chères au monde, le Brésil devient la 2ème destination la plus onéreuse au monde, juste devant le Suisse qui ressort la ville la plus chère au monde tant dans le classement perception qu'au niveau du classement réel. Toutefois et en intégrant le facteur vols, le Maroc chute à la 9ème place du classement final pour y retrouver l'Espagne en tête du nouveau classement, suivie de la Pologne, de l'Italie et de l'Irlande..

MARCHICAMED

UNE STATION BALNÉAIRE GIGANTESQUE

101.200 lits, 7 marinas, 80.000 emplois et 46 milliards de dh d'investissement. Le projet Marchica s'articule autour de 7 composantes : la cité d'Atalyoun, la cité des deux mers, la nouvelle ville de Nadir, la Baie des flamants, Marchica sport, les vergers de Marchica et le Village des pêcheurs.

Le projet de transformation Marchica Med de la lagune de Marchica Med en station balnéaire du même nom, qui constitue un des plus gros chantiers touristiques et immobiliers au Maroc, prend forme. L'Académie des golfeurs est sur le point d'être livrée. Le parcours, de golf est fin prêt. Ce neuf trous «compacté» entend créer une nouvelle destination golfique. La première marina sera opérationnelle en avril 2013.

Le projet est constitué d'un ensemble de 7 zones abritant chacune des complexes résidentiels, des hôtels, des infrastructures de sport et de loisirs ainsi que des espaces pour des activités économiques et sociales. Combinant une large gamme d'hébergements, des équipements et services pour la pratique du tourisme lacustre, la navigation de plaisance et le golf, ce projet s'étale sur 77 ha.

Les travaux d'aménagement seront lancés en 2015 pour être achevés en 2020. L'ensemble du projet Marchica Med offrira à la région une gigantesque station balnéaire de 101.200 lits, 1.000 villas, 2.400 appartements, 7 marinas… Il générera également 80.000 emplois directs et indirects, dont 15.000 durant la phase de construction. Le montant de l'investissement prévu est de 46 milliards de DH, dont 13,6 milliards pour le résidentiel, 3,3 milliards pour l'hébergement hôtelier, 3,1 milliards pour les équipements et services, 8,3 milliards pour les infrastructures et 17,6 milliards induits par le développement. Pour ses initiateurs, ce projet permettra le développement économique de la région tout en protégeant sa riche biodiversité, véritable atout pour un tourisme vert et responsable.

Confié à l'agence «Marchica Med», ce projet sera livré dans sa totalité 2025. Bien avant, l'agence aura déjà construit les Cités d'Atalayoun et des Deux mers. D'ailleurs, une enveloppe budgétaire de 360 millions de DH est consacrée à la transformation de cette zone (130 ha), située au nord de la lagune. Le site est appelé à accueillir aussi un complexe éco-touristique dont les travaux devraient prendre fin en juin 2013. Totalement intégrée au site, la Cité des Deux mers comprendra un ensemble hôtelier et résidentiel touristique grâce à l'accord signé en octobre dernier entre la société Atalayoun Golf Resort et Atlas Hospitality Morocco. C'est un «resort touristique de classe internationale» qui est prévu en premier. Progressivement, l'on développera un dôme presque parfait, à la végétation luxuriante, posé sur la mer.

Le projet sera donc composé de cinq zones dont une partie résidentielle (un hôtel de 370 chambres, 650 villas et riads, et 2.230 appartements) offrant 14.030 lits, 2 ports de plaisance, une académie de golf, un golf de 18 trous et des boutiques. Les travaux démarreront bientôt et seront achevés en 2014. C'est la même échéance prévue e pour la «Cité des deux mers». Ce étalé sur une centaine d'hectares est constitué de 320 villas proposant 1.920 lits, 193 appartements de 772 lits et 280 chambres d'hôtel de 560 lits. ■

ATLANTIC PALACE AGADIR

LES CURES MINCEUR PIERRE DUKAN EN EXCLUSIVITÉ

A l'instar de deux autres établissements de prestige dans le monde, l'hôtel Atlantic Palace Agadir commercialise pour la première fois au Maroc les cures minceurs du Dr Pierre Dukan. Un produit adossé au Spa de l'établissement et qui est commercialisé en complément des produits Thalgo, spécialiste du traitement et des produits bien-être.

Associé avec le nutritionniste français de renommée mondiale, Pierre Dukan, le Centre de Thalassothérapie & Spa Thalgo propose en exclusivité à ses clients des cures minceurs Dukan avec un programme directement inspiré de la célèbre méthode de régime mise au point par le diététicien. Objectif : permettre de gagner la bataille des kilos superflus.

GAGNER LA BATAILLE DES KILOS SUPERFLUS

Réalisées au sein de l'établissement depuis le mois d'avril, les deux cures se composent chacune d'un programme de 7 jours destiné à apprendre à mincir... et à ne pas regrossir ! Intitulées « minceur Dukan » et « Atlantic Minceur & Thalasso Dukan », elles se déroulent au Centre de Thalassothérapie & Spa Thalgo et comprennent des consultations médicales, un coaching personnalisé, ainsi qu'une série de soins incluant des séances de hammam, de piscine et de massage. Le tout en pension complète.

Suivie par plus de 50 millions de personnes dans le monde, la méthode Dukan est le seul régime au monde dont le secret revendiqué est de manger 100 aliments à volonté et de maigrir sans peine pendant la phase dite d'attaque, et de ne pas reprendre des kilos pendant la phase dite de stabilisation.

Situé dans un site préservé et proche de la mer, le Centre de Thalassothérapie & Spa Thalgo s'étend sur un espace de 2 700 m^2 pouvant accueillir jusqu'à 120 curistes par jour dans un cadre magnifique de marbre blanc et de bois verni. Aux normes internationales, il est doté des techniques
les plus avancées et garantit une qualité d'eau exceptionnelle tout au long de l'année.

Didier Escartin, DG de l'Atantic Palace, qui cherchait un partenaire au niveau nutrition a trouvé chaussure à son pied avec un pionnier de la diététique capitalisant une expérience de plus de 40 ans. Le Dr Pierre Dukan est aujourd'hui considéré comme l'un des nutritionnistes les plus lus de la planète. Publié en 2001, son livre « *Je ne sais pas maigrir* » est un véritable best-seller. Vendu dans plus de 50 pays à 30 millions d'exemplaires, l'ouvrage a été traduit en 25 langues.

L'Atlantic Palace qui revendique désormais l'appellation Resort, se taille une grande place dans l'hôtellerie avec son Casino et, depuis 2 ans, le golf « l'Océan », un parcours de 18 trous, qui a abrité l'année dernière la Coupe du Trône. Surfant sur le succès, il s'apprête à accueillir, en décembre prochain, le championnat d'Europe des enseignants. Autre corde à son arc, l'accueil du « GANT D'OR », une manifestation réunissant les meilleurs boxeurs du monde. ■

SOGATOUR DEVIENT HOTELS & RESORTS MOROCCO

UN ACTEUR MAJEUR DU SECTEUR HÔTELIER

En changeant de nom pour celui de Hotels & Resort of Morocco Sogatour, filiale de CDG Développement en charge du parc hôtelier du groupe CDG, HRM procède à une refonte stratégique et se dote de nouvelles ambitions.

La nouvelle entité portée par les nouvelles ambitions du Groupe CDG dans le cadre de la nécessaire structuration du secteur, entend moderniser son portefeuille, actuellement 15 hôtels, l'étendre à d'autres établissements et se positionner comme acteur incontournable du secteur hôtelier au Maroc.

EXTENSION DU PARC HÔTELIER ET DÉPLOIEMENT DE NOUVELLES MARQUES

La réflexion stratégique menée par HRM doit aboutir à la création prochaine de nouvelles marques commerciales fortement positionnées qui viendront entièrement redessiner son offre hôtelière.

Les établissements hérités de Sogatour seront intégrés au sein de la nouvelle architecture de marque tandis que le parc hôtelier sera étendu à de nouvelles unités. Soucieuse de promouvoir l'offre « Tourisme Maroc » autant que d'encourager le développement du tourisme national, HRM souhaite privilégier une démarche favorisant l'ouverture et la proximité géographique. Fiers de leur marocanité, les établissements de HRM s'étendront sur tout le territoire et s'adresseront à l'ensemble du public à travers une offre segmentée allant de l'hôtellerie économique au luxe et haut de gamme.

UN ENGAGEMENT COLLECTIF AU SERVICE D'UNE MISSION NATIONALE

Jouant un rôle déterminant dans le développement du secteur touristique, le Groupe CDG bénéficie d'une riche expérience, acquise grâce à la mise en œuvre de différents programmes d'investissement par ses filiales depuis plus de quarante ans. HRM entend aujourd'hui contribuer plus efficacement à la structuration du secteur en mettant en place des méthodes de gestion innovantes.

HRM veut par ailleurs capitaliser sur son expertise pour prescrire une démarche professionnelle à tous les échelons de son parc hôtelier.

L'ensemble des process de l'enseigne bénéficiera ainsi d'une remise à niveau afin de garantir une offre d'établissements en adéquation avec les standards internationaux du secteur. Les efforts engagés permettront d'améliorer le cadre d'hébergement pour les clients ainsi que les conditions de travail pour les employés.

15 UNITÉS CLASSÉES

HRM gère aujourd'hui un portefeuille de 15 unités classées de 3 à 5 étoiles, réparties dans les principales zones touristiques du Maroc (Agadir, Al Hoceima, Beni Mellal, Casablanca, Erfoud, Fès, Marrakech, Moulay Yacoub, Ouarzazate, Sidi Harazem et Zagora). ■

12 000 LITS NOUVEAUX EN 2012

Selon des informations émanant de la Société Marocaine d'Ingenierie Touristique (SMIT), 6 milliards d'investissements ont été réalisés à fin mai 2012. Cette année, ce sont 12.000 lits nouveaux qui sont prévus. En 2011, une enveloppe de 22 milliards de Dh a été investie et 8.300 lits supplémentaires ont été créés.

L'ONDA PROMOTEUR HÔTELIER

Pour accompagner son ambition de se positionner comme plaque tournante à l'échelle internationale, l'Office National des Aéroports projette de construire 2 hôtels à proximité de l'aéroport Mohammed V. Le premier, limitrophe à l'aéroport, un 4* ou 5* avec salle de conférence. Le second, un 2* ou 3* prendrait place au sein de la zon e technopole.
L'office lancera dans les prochains jours un appel à manifestation d'intérêt.

LA BELGIQUE ACCORDE 300 MILLIONS D'EUROS D'AIDE À SES TRANSPORTEURS AÉRIENS

Le gouvernement belge a approuvé la semaine dernière un plan d'aide au secteur aérien. Les transporteurs nationaux pourront bénéficier d'une réduction de cotisations patronales d'un montant maximum de 30 millions d'euros par an, pendant dix ans. L'accord doit encore recevoir l'aval de la Commission Européenne qui pourrait le rejeter au motif qu'il constitue une aide d'Etat déguisée. Cette mesure bénéficierait notamment à Brussels Airlines.

CLASSEMENT DES HÔTELS

LES ÉTABLISSEMENTS NON CLASSÉS DANS L'ŒIL DU CYCLOPE

Plus d'établissements non classés. Une annonce tombée presque tombée en désuétude qu'on nous ressert comme un plat froid. Une circulaire conjointe de l'Intérieur et du Tourisme invite les walis et gouverneurs à veiller personnellement à la régularisation des établissements d 'hébergement non classés.

Une circulaire conjointe «incisive» des ministres de l'Intérieur et du Tourisme, Mohand Laenser et Lahcen Haddad, adressée à tous les walis, gouverneur, et délégués du tourisme, les invitant à veiller à la régularisation de la situation des établissements touristiques non classés, avec toutes les mesures de redressement nécessaires à la bonne application des nouvelles règles.

Les deux ministères appellent les responsables territoriaux au respect de la procédure d'autorisation, de classement, et de contrôle des établissements d'hébergement touristique. Pour eux, au-delà des actions préventives, et dans une logique corrective, une opération de classement du parc hôtelier non classé sera lancée à l'échelle nationale. Ceci, en associant l'ensemble des parties intervenant dans le processus de classement, que ce soit au niveau national ou régional. Cette opération sera conduite en deux temps. La première phase sera consacrée au recensement du non classé, la seconde à mettre en œuvre l'opération de régularisation sur le terrain.

Ainsi, un recensement préalable des établissements d'hébergement touristique non classés devra être mené au niveau des provinces et préfectures en coordination avec les délégations du Tourisme. Sur la base de ce recensement dont les résultats devront être transmis aux ministères de l'Intérieur et du Tourisme, un travail de priorisation devra être effectué afin de définir les unités à cibler par l'opération de régularisation.

S'agissant du classement, il sera mené selon une véritable démarche de qualité. Celle-ci consiste en un premier passage au niveau des établissements ciblés dans une logique de sensibilisation (sensibiliser sur l'importance et le caractère obligatoire du classement, identifier les gaps par rapport aux exigences réglementaires, formuler des recommandations, accorder un délai pour se conformer, etc.).

Les commissions mixtes entendent accompagner les établissements non classés en vue d'adhérer au système de classement (conseil et accompagnement technique, accompagnement financier, etc.). Effectuer un deuxième passage (après expiration des délais) pour le classement et prendre les mesures nécessaires à l'encontre des unités refusant d'adhérer à la démarche, et accompagner celles-ci par un plan de communication ciblé, figurent aussi au programme. Dans cette perspective, les autorités locales devront appuyer et accompagner les commissions régionales de classement dans la conduite de cette action.

L'OPÉRATION DE CONTRÔLE A DÉMARRÉ EN 2011

Depuis l'année 2011, le département du Tourisme, en collaboration avec les services du ministère de l'Intérieur et les autorités locales, a entamé un chantier de contrôle des établissements touristiques à l'échelle nationale. L'objectif était de mettre en œuvre une démarche de contrôle harmonisée au niveau de toutes les régions en vue d'avoir une visibilité globale sur la qualité de l'hébergement touristique au Maroc. Le plan d'actions de 2012 s'inscrit dans une logique de continuité avec celles déjà entamées en 2011. A cet effet, les commissions régionales de classement sont appelées à accorder une attention particulière aux normes liées à la qualité des prestations, à l'hygiène et à la sécurité.

A cet égard, seront ciblés en priorité les établissements ayant fait l'objet des visites et des recommandations émises. Des mesures de coordination et de suivi sont aussi annoncées. Elles associent l'Agence Urbaine, la Division des Affaires Economiques et de la Coordination, des autorités locales et des services de sécurité. En outre, la tutelle appelle à une pérennisation de toutes les actions liées à l'encadrement, l'animation et l'amélioration de l'environnement du secteur touristique au niveau de leur commandement, de redynamiser l'action des services en charge des affaires touristiques.

SANCTIONS

Cette opération de contrôle peut déboucher, en cas de graves manquements ou d'infractions répétées, sur des sanctions conformément à la réglementation en vigueur. Cette phase sera précédée par une démarche de sensibilisation et d'accompagnement envers les établissements touristiques en vue de se conformer aux dispositions légales et réglementaires relatives au classement. ■

VISION 2020

PRIORITE AUX STATIONS AZUR

Le Plan Azur, dans sa configuration initiale prévoyait d'injecter une capacité litière balnéaire de façon à moduler l'offre et atteindre un pourcentage de 60% en balnéaire et 35% en culturel. Force est de constater qu'au final, c'est l'inverse qui s'est produit, l'offre balnéaire ne représente qu'un tiers contre 2/3 pour le culturel.

Le surdimensionnement des sites des stations balnéaires, la conjoncture actuelle et les impératifs de calendrier ont imposé aux aménageurs-développeurs en charge des projets de repenser leurs visions et surtout d'élargir leurs tours de table. Et c'est l'État qui viendra en renfort, via le Fonds marocain de développement touristique (FMDT) et la CDG, bras armé de l'État, pour donner une nouvelle configuration au Plan Azur.

Ainsi, après avoir pris une participation de 30% dans le tour de table de la Société de développement de Saïdia, le FMDT est entré en négociation avec la Société d'aménagement et de promotion de la station touristique de Taghazout (Agadir). Les discussions ont effectivement abouti à la constitution d'un nouveau tour de table dans lequel la CDG détient 35%, le FMDT (25%), Alliances (20%), Entreprises Souss (15%) et SMIT (5%).

S'agissant de Port-Lixus (Larache), Alliances Développement Immobilier est toujours en discussion avec la CDG et le FMDT pour la revoir le montage financier du projet qu'il détient à 100%. Concernant la station Mogador d'Essaouira, ce projet ayant besoin d'être recapitalisé à très court terme, des contacts sont en cours actuellement.

En outre, le nouveau président du Conseil de surveillance de Risma, Yann Caillère, a fait part au chef du gouvernement et au ministre du Tourisme des difficultés rencontrées et de l'urgence d'impliquer de nouveaux partenaires. Risma, actionnaire à hauteur de 40% dans la Société d'aménagement d'Essaouira Mogador (SAEMOG) en charge de la réalisation de la station Mogador, mais n'ayant pas vocation à s'engager dans des grands projets immobiliers, mais de construire des hôtels, ne souhaitait plus accroître ses engagements et son exposition au risque au sein de cette société qui peine aujourd'hui à s'en sortir seule. A ce jour, ce sont près de 3 MMDH qui ont été investis dans ce projet.

L'avenir de la station Mazagan développée par Kerzner International avec des partenaires institutionnels de taille, à savoir CDG Développement et la MAMDA, n'est pas encore fixé. Ces investisseurs qui ne sont pas en négociation avec l'État pour l'élargissement du tour de table, sont appelés à réaliser la deuxième tranche du projet, dont la première avec plus de 3 MMDH. Pour l'heure, le seul souci du management du Resort disposant d'un hôtel de 500 chambres et suites, de restaurants, d'un night-club et d'un golf de 18 trous est de rentabiliser le projet. A noter que l'activité dans cette station n'est pas, à l'instar de Saïdia confrontée à une saisonalité qui intègre uniquement les composantes immobilière et hôtelière. Mais, l'animation y fait encore défaut.

Le projet a été repris en main par la CDG pour en repenser la viabilité économique qui demeure tributaire de la durée d'ouverture annuelle encore très faible (4 à 5 mois). Ainsi, une première tranche est prévue pour 2015, avec la livraison d'un centre d'activités et des loisirs du resort, ainsi que d'un parc aquatique et d'un centre sportif de haut standing. Les deux autres tranches suivront, avec des livraisons étalées jusqu'en 2020. ■

VISION 2020

LA DÉCLINAISON RÉGIONALE POUR NOVEMBRE

L'ancien ministre du Tourisme, Yassir Znagui avait fixé la date butoir de signature des contrats-programmes des 8 régions touristiques à novembre 2011. Lahcen Haddad, l'actuel ministre vient de relancer le processus. Ce sera pour novembre 2012. C'est Marrakech qui ouvrira le bal.

Le CPR de la destination Marrakech Atlantique devrait donc être finalisé et signé au niveau régional à fin septembre. C'est la principale annonce de la énième rencontre entre le ministre du Tourisme et les professionnels, tenue à Marrakech le 18 juin. Objectif: concevoir une vision unifiée et intégrée sur le développement du tourisme et ce, dans le but de préserver la place de choix qu'occupe Marrakech dans ce domaine.

Pour Marrakech Atlantique, un consensus a été trouvé avec une vision en 10 ans qui sera réalisée en deux étapes. D'abord, un plan d'action de relance pour rentabiliser les investissements existants et atteindre des taux d'occupation «convenables» et, en deuxième phase, pour accélérer le rythme d'investissement.

Pour les professionnels de la ville et le collège des élus, les membres CRT, pendant le premier quinquennat (2011-2015), les projets ayant une forte valeur ajoutée et dotés d'une force commerciale reconnue devraient bénéficier d'un programme d'accompagnement.

A partir de 2016, on envisagerait pour Marrakech un programme de relance sous réserve d'un bilan d'étape selon les taux d'occupation réalisés. Le Conseil Régional du Tourisme de Marrakech qui a adressé ce mémorandum, il y a un an, demande en parallèle un plan stratégique pour l'aérien. Le ministre a promis d'ailleurs d'étudier de près ce volet qui, aux yeux des professionnels, est l'entrave principale au développement touristique dans la région.

Le PIB touristique direct par territoire

En millions de DH

Territoire touristique	2010	2015	2020
Cap Nord	6938	14.161	20.786
Maroc Méditerranée	2.848	5.110	7.209
Centre Atlantique	15.461	21.617	29.166
Maroc Centre	7.265	10.364	20.941
Marrakech Atlantique	13.108	19.573	26.954
Atlas Vallées	5.571	8.322	13.109
Souss Sahara Atlantique	8.517	13.737	29.428
Grand Sud Atlantique	192	608	924
Maroc	59.900	93.493	148.518

Source : Ministère du Tourisme et de l'artisanat

La Vision 2020 pour le tourisme a pour objectif d'augmenter de 2% la part du PIB touristique dans le PIB national pour atteindre 150 milliards de Dh en 2020 contre 60 milliards actuellelement.

64 PROJETS POUR MARRAKECH ATLANTIQUE

En attendant, la Société marocaine d'ingénierie touristique (SMIT), chargée de la mise en œuvre des contrats régionaux, a identifié une liste de projets qui pourraient être menés dans la région de Marrakech Atlantique. Son DG, Imad Barrakad, a même présenté un calendrier de travail. Les mois de juin, juillet et août devront être consacrés à l'assainissement du foncier et surtout à la recherche de moyens de financement pour une finalisation du contrat-programme en septembre, voire début octobre. 64 projets ont été identifiés pour Marrakech, Essaouira, Haouz, Rhamna, Chichaoua et Kelaât Sraghna pour un montant d'investissement de 16 milliards de DH. L'Etat interviendrait à hauteur de 30% pour le financement. Le reste sera du ressort du privé. Parmi les projets figurent des parcs d'attractions, des centres de conférences, des musées, des centres équestres, des hôtels à thèmes autour de l'art comme à Essaouira, des plans pour la revalorisation du patrimoine qui seront entièrement pris en charge par le financement public, des clubs de parachute dans le Haouz… Concrètement, les projets devront permettre au territoire touristique de développer de nouveaux produits attractifs et générateurs de richesses. ■

TAGHAZOUT

LE FMDT REPREND LES PARTS DE LA SMIT

Pour ce projet nécessitant une enveloppe de 11 milliards de dhs, le Fonds Marocain de Développement Touristique (FMDT) reprend les parts de la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT). Le chantier du premier hôtel sera lancé dès octobre prochain.

Le projet de Taghazout est relancé. Pour l'heure, le projet est au stade d'autorisation de lotissement. Il reste aussi, avant cette étape, à conclure la convention de mise en valeur.

Les intervenants dans le dossier multiplient les réunions pour faire avancer ce chantier d'envergure. Cette opération devrait être finalisée très prochainement. Les travaux d'assainissement et de voiries vont être lancés très prochainement. Les noms des adjudicataires de l'appel d'offres concernant ce volet devront être dévoilés prochainement. Notons au passage que les infrastructures de ce projet vont coûter près de 1,3 milliard de DH sur les 11 milliards de DH prévus pour le projet dans sa totalité.

LANCEMENT DES TRAVAUX DU PREMIER HÔTEL EN OCTOBRE PROCHAIN

Aussi, comme prévu, lors l'annonce de relance du projet de Taghazout, le Fonds Marocain de Développement Touristique (FMDT) devrait reprendre au courant de l'année les parts de la SMIT qui n'a pas vocation à réaliser de tels projets, pour l'exécution du chantier de la future station. Les travaux ont déjà démarré depuis plusieurs semaines sur les collines du site. Les ouvrages de drainage et d'arrosage du premier golf sont en cours de réalisation. Ceux de l'hôtel du golf ainsi que du village de surfers et de la médina seront lancés en octobre 2012. Pour l'heure, les responsables de la Société d'Aménagement et de Promotion de la Station Touristique de Taghazout (SAPST), sont en pourparler avec la chaîne Hyatt pour la gestion de l'hôtel du Golf qui sera développé par la SAPST.

La future station générera ainsi à terme 12.300 lits. Cette composante hébergement comprend 7 établissements hôteliers et une zone résidentielle, le volet hôtelier constituant 60% du programme total. Côté espaces communs et activités sur le site, il est prévu 2 parcours de golf. La surface couverte totale de la station ne dépassera pas 590.000 m² à travers 615 ha. Ainsi, l'occupation du sol sera de 9,6% de manière à préserver notamment l'arganeraie, une des plus grandes richesses végétales du site. ■

INVESTISSEMENTS

MÉGA PROJETS DANS LE PIPE

La dynamique des investissements dans le tourisme se poursuit. On en veut pour preuve le nombre des dossiers traités au niveau des Centres régionaux du tourisme (CRI), de l'Agence Marocaine de Développement des Investissements (AMDI) et de la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT).

Le dernier jet d'investissements annoncé à l'issue de la réunion de la commission d'investissements, au cours de la dernière semaine de mai s'inscrit dans ce cadre. Quatre conventions portant sur le volet touristique ont été approuvées lors de cette réunion, pour un budget global de 6MMDH. Pour la SMIT, « *Ces projets concernent la réalisation d'une capacité additionnelle totale de 6.824 lits, dont 3.384 touristiques et qui génèreront à terme plus de 2.400 emplois directs et stables* ».

INVESTISSEMENTS VERS DES DESTINATIONS NOUVELLES

Dans le détail, deux des projets touristiques approuvés le 28 mai, sont prévus à M'diq et Al Hoceima. Les deux autres seront développés à Rabat et Casablanca. Ainsi, trois unités hôtelières seront réalisées dans la ville de M'diq par la Société hôtelière de Nador, avec une capacité globale de 1.170 lits pour un investissement d'environ 2 MMDH et qui permettra de créer 296 postes d'emplois directs. À Al-Hoceima, dans la commune d'Ajdir, la Compagnie Générale Immobilière (CGI) ambitionne de construire, pour une enveloppe de 1,5 MMDH, un resort hôtelier composé de deux hôtels 4* de 1.584 lits, ainsi que des appartements et des villas résidentielles. La capacité globale du projet qui permettra la création de 1.500 emplois directs, porte sur une capacité de 3.440 lits. À Rabat, il s'agit de réaliser un complexe commercial intégré comportant un hôtel 5* dont la gestion sera confiée à l'enseigne Marriott. Le coût global de cet investissement, qui générera 450 emplois directs, s'élève à environ 2 MMDH. À Casablanca, c'est la société Salima Holding, filiale du groupe libyen Lafico, qui renforce ainsi sa présence au Maroc. L'opérateur envisage la création d'un hôtel 4* avec, en parallèle, la rénovation de l'hôtel Kenzi Basma à Casablanca. L'investissement global de cette opération est de 246 MDH.

Par ailleurs, deux conventions d'investissement ont été soumises à la Commission des Investissements. Il s'agit du projet Assoufid Golf & Hôtel et de la convention spécifique État / Pierre et Vacances. Ainsi, il se confirme que les investissements s'orientent vers des destinations nouvelles, alors qu'ils étaient toujours concentrés sur les deux principales destinations, à savoir Marrakech et Agadir. Autre élément important : l'investissement se veut être plus diversifié. Après s'être concentré durant la dernière décennie sur les capacités hôtelières, il s'ouvre sur de nouveaux produits et équipements d'animation qui viendraient enrichir le produit marocain pour le rendre plus attractif. Le projet de Rabat en est l'illustration. En outre, des enseignes de renommée internationale, telles Rocco Forte, Banyan Tree, GMH, Sofitel, ont manifesté un intérêt pour la gestion et la commercialisation d'unités hôtelières, objet de ces conventions. A noter par ailleurs que la barre des investissements, pouvant bénéficier des avantages des projets conventionnés, pourrait être réduite jusqu'à 150 MDH, voire à 100 MDH au lieu de 200 MDH actuellement. ■

INVESTISSEMENTS

LE MAROC EN PROMOTION À DUBAÏ

Le total des investissements conventionnés avec les pays du Golfe a atteint, durant les dix dernières années, quelques 49 milliards de DH, dont 24 milliards de DH sont en cours de réalisation.

Le Four Seasons de Marrakech, ouvert en juin 2011 moyennant un investissement de 140 millions de dollars.

Quant aux investissements ayant fait l'objet de joint-ventures avec ces pays ils ont atteint 2 milliards de DH. C'est ce qu'annonce la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT), structure mise en place il y a quelques années par le ministère du Tourisme pour piloter l'ingénierie des grands projets dans ce domaine au Maroc.

Ces chiffres ont été rendus publics à l'occasion de la participation de la SMIT, pour la troisième année consécutive, à l'Arab Hôtel Investment Conference, organisé du 28 au 30 avril dernier à Dubaï (Émirats Arabes Unis). Une participation ayant pour objectif de renforcer l'image du Royaume auprès des investisseurs de la région du Moyen-Orient ainsi qu'auprès des opérateurs internationaux appartenant à ce secteur.

La participation de la SMIT à ce cycle de conférences constitue une occasion annuelle pour éclairer le monde des affaires et de l'investissement touristique sur la qualité de la nouvelle Vision stratégique 2020 du Royaume, en présentant chaque année ses réalisations et en faisant le point sur les étapes importantes de son évolution. La concrétisation de la stratégie nationale de développement du secteur du tourisme, qui ambitionne d'en doubler les performances, requiert l'attraction de capitaux privés qui seraient à même de porter les projets planifiés, dont le montant d'investissement global s'élève à près de 150 milliards de DH, mobilisables au titre de la prochaine décennie, indique-t-on auprès de la SMIT. ■

CDG ET ORASCOM CRÉENT CHBIKA RIVE HÔTEL

Le groupe CDG et l'Egyptien Orascom créent une société dénommée Chbika Rive Hôtel, au capital de 66 millions de DH détenu à hauteur de 65% par Orascom et de 35% par la CDG.

Chbika Rive Hôtel a pour mission de développer des activités dans le domaine de l'hôtellerie, la restauration, le tourisme, la construction et l'exploitation des villages touristiques. Le chiffre d'affaires attendu passera de 10 millions de DH en 2014 à plus de 23 millions de DH à l'horizon 2023. Quant au résultat net, il devrait passer de 1 million de DH en 2014 à 4 millions de DH en 2020.

TOURISME : NOUVELLES ORIENTATIONS POUR LA SMIT

Le ministre du Tourisme a présidé, le conseil de surveillance de la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT). La rencontre a permis d'examiner le rôle de cette société dans la réalisation et l'accompagnement de la Vision 2020. Le conseil a aussi décidé de réduire la participation de la SMIT dans les stations Taghazout et Saïdia, au profit du FMDT (Fonds Marocain du Développement Touristique).

Par ailleurs, le ministre a exhorté ses équipes à trouver des solutions rapides à certains projets touristiques, notamment à Tanger

1ER FORUM TURQUIE - MONDE ARABE

PROMOUVOIR L'INVESTISSEMENT AU MAROC

Le Maroc a pris part au Salon organisé à l'occasion du 1er Forum arabo-turc sur le tourisme et les voyages «Atcex 2012», qui a ouvert ses portes dans la ville turque de Bursa (Nord-Ouest).

Le Royaume était représenté par l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT) et la Société Marocaine d'Ingénierie Touristique (SMIT), regroupant ainsi le volet promotion et celui du développement des investissements touristiques dans une manifestation qui connaît la participation de plusieurs professionnels du secteur, arabes et turcs.

La participation du Maroc à ce forum sur le tourisme et les voyages était doublement bénéfique. Elle a permis au Royaume de promouvoir à la fois ses atouts touristiques pour attirer davantage de touristes étrangers, et ses programmes d'investissement dans ce secteur, auprès de la Turquie et des pays arabes, deux régions moins touchées par la crise économique qui secoue l'Europe, premier partenaire touristique du Maroc.

L'objet principal de la participation marocaine est de toucher à la fois les professionnels et investisseurs dans le but de promouvoir la destination Maroc et les opportunités d'investissement qu'il offre dans le domaine touristique.

« *Les partenaires présents à ce Forum ont réaffirmé leur volonté de considérer le Maroc comme une destination d'investissement touristique* », déclaré Imad Barakad, président de la SMI, ajoutant que « *ce genre de rencontres offre une occasion importante pour maintenir ce lien* ».

Le Maroc cherche à pérenniser ses relations avec l'Europe, premier émetteur touristique du Royaume, tout en s'engageant dans des partenariats nouveaux avec d'autres pays, comme la Turquie et les pays du Moyen-Orient, épargnés par la crise économique qui secoue le partenaire classique du Royaume.

L'INTÉRÊT POUR LE MAROC CLAIREMENT MANIFESTÉ

L'intérêt pour la destination Maroc, aussi bien sur le plan des voyages que celui des investissements et des affaires a été clairement manifesté lors de ce Salon, qui se veut un espace de rencontre entre les opérateurs arabes et leurs homologues turcs actifs dans le domaine de l'industrie du tourisme, comme les agences de voyages, les compagnies aériennes, les hôteliers, les promoteurs immobiliers, les développeurs-aménageurs.

Le géant turc de l'hôtellerie, le groupe Rixos a réaffirmé, à l'occasion de l'Atcex 2012, son intérêt pour le Maroc en tant que destination privilégiée pour y développer des projets touristiques, a confié à la MAP le président du directoire de la SMIT. Le même intérêt a été manifesté par l'Association Turque des Investisseurs Touristiques (TTYD) qui a réaffirmé sa demande de se rendre au Maroc.

500 MILLIONS DE CONTRATS

L'Atcex 2012 a pour objectif principal de préparer le terrain aux opérateurs touristiques arabes et turcs pour nouer des contacts d'affaires mutuellement fructueux, renforcer les investissements dans le secteur de part et d'autre et jeter les bases d'un partenariat stratégique entre le monde arabe et la Turquie dans le domaine de l'industrie du tourisme.

Les organisateurs s'attendent à ce que le montant total des contrats qui seront conclus lors de ce Forum de trois jours dépasse les 500 millions de dollars. ■

REPÈRES

Les différents projets touristiques planifiés au Maroc pour les dix prochaines années représentent une enveloppe d'investissements estimée à 150 milliards de DH.

Les investissements conventionnés avec les pays du Golfe totalisent quelques 49 milliards de DH, dont 24 milliards de DH en cours de réalisation.

Kenzi Hotels Group®

UNE AUTRE VISION DE MON MAROC

Premier opérateur hôtelier national, KENZI HOTELS GROUP propose aujourd'hui 9 établissements et 5 destinations à travers le Royaume : Marrakech, Casablanca, Agadir, Ouarzazate et Errachidia.
Du 4* au 5* Luxe, tous les hôtels Kenzi partagent la même ambition : offrir un nouveau regard, un regard moderne sur un pays millénaire, respectueux des traditions et résolument tourné vers l'avenir.
Animé par un esprit de découverte et inspiré par son temps, KENZI HOTELS GROUP puise son originalité dans la culture marocaine. Visant à offrir le meilleur de sa légendaire hospitalité, les adresses KENZI répondent aux attentes des voyageurs les plus exigeants : espace et confort dans nos *resorts*, efficacité et singularité dans nos hôtels de ville.
Les ouvertures prochaines dans de nouvelles villes feront, elles aussi, la promesse d'une offre toujours plus aboutie : plus de services et plus d'activités pour rendre chaque séjour unique, qu'il soit d'affaires ou de loisirs, d'une nuit ou bien de plusieurs semaines.

HK Kenzi Hotels Group®

Siège Kenzi Hotels Group, zone de l'Agdal, Av. Mohamed VI, 40000 Marrakech, Maroc • Tél : +212 (0)5 24 33 99 00 • www.kenzi-hotels.com • info@kenzi-hotels.com

RYANAIR

SUPPRESSION DE 34 VOLS

La compagnie low cost a annoncé le 28 juin l'annulation à partir du 1er octobre de 34 vols par semaine au départ et à destination du Maroc, ce qui représente 250 000 passagers annuels. Ryanair transportait jusqu'à 100 000 passagers vers le Maroc.

Dans le détail, il s'agit de la suppression de 8 fréquences sur Nador (depuis Gérone et Madrid), 6 à Fès (Londres Stansted) , 8 à Marrakech (Marrakech – Valence), 4 à Tanger, ainsi que la fermeture complète des opérations sur Oujda (8 fréquences hebdomadaires (depuis Marseille et Charleroi). Pourquoi cette décision de supprimer 8 routes à compter du 1er octobre ? Pour Ryanair il est «*totalement inacceptable que le gestionnaire des aéroports, l'ONDA, décide d'accroître les coûts de fonctionnement de Ryanair au Maroc, et irréaliste d'attendre que nous continuons à nous développer dans de telles conditions*». La compagnie transportait jusqu'à 100 000 passagers vers le Maroc.
Une décision que la compagnie explique par la rupture de l'accord sur les taxes aéroportuaires de l'ONDA.

Le management du transporteur aérien estime que la hausse des tarifs devrait se traduire immanquablement par une augmentation des coûts opérationnels entrainant une régression de sa croissance. Un argument que rejette catégoriquement l'ONDA qui explique, « *qu'il n'y a jamais eu d'accord commercial direct entre les aéroports marocains et les compagnies aériennes et que ce sont les handlers qui sont en relation commerciale avec les transporteurs aériens.* » Et pour plus de précision d'ajouter, « *nous avons fait profiter les compagnies low cost, y compris Ryanair, de mesures incitatives depuis 2007, lesquelles ont été prolongées jusqu'en 2013* ». Par ailleurs, « *et hormis Casablanca, elles bénéficient aussi de la révision de la grille des incitations tarifaires sur tous les autres aéroports marocains* ». ■

GUIDES TOURISTIQUES

NOUVELLE LOI

La loi 05-12 relative à l'exercice de la profession de guide touristique a été votée le 28 juin. La version finale composée de 32 articles intervient dans le cadre de la Vision 2020 visant à améliorer la qualité des services touristiques et la qualification professionnelle.

La nouvelle législation couvre environ 2 763 guides touristiques sur le plan national et 562 personnes exerçant la profession de guide de montagne.

Les principales nouveautés apportées par la nouvelle loi concernent la mise à niveau de la profession à travers l'amélioration des conditions d'accès à cette activité et la création de sociétés de guides, ainsi que la mise en place de commissions centrales.

Par rapport à l'ancienne loi, les nouvelles règles s'appliquent à la distinction de deux catégories de guides de villes et ceux des espaces naturels. ■

CONTRATS SPÉCIAUX DE FORMATION

REPORT DE LA DATE DE DÉPÔT DES DOSSIERS

Suite à la réunion du Comité Central des Contrats Spéciaux de Formation - (CCCSF), tenue le 27 juin 2012, il a été décidé de reporter, exceptionnellement cette année, la date de dépôt des ingénieries et des plans de formation au 31 octobre 2012 au lieu du 30 juin 2012. ■

Contrats Spéciaux de Formation

Avis aux Entreprises

Dernier délai pour le dépôt des plans de formation de l'exercice 2012 et de retour des contrats CSF 2011

Il est rappelé aux entreprises privées qu'elles doivent :
***déposer, au plus tard le 31/10/2012[1] (au lieu du 30/06/2012), les dossiers de demandes de financement relatifs aux actions planifiées au titre de l'année 2012 ;**
***retourner, au plus tard le 30/06/2012, les contrats CSF de l'année 2011 dûment signés et légalisés.**
et ce, conformément au manuel des procédures des CSF.

[1] Suite à la réunion du CCCSF du 27/06/2012
*N.B. Ne sont pas concernés les Etablissements Publics et Sociétés d'Etat, les entreprises privées dont la TFP ≥3MDH et les assurances et organismes financiers dont l'effectif est supérieur à 100 salariés.
Pour plus d'informations :
Tél. 05 22 62 28 02 /05 22 62 27 78/95– Fax. 05 22 62 28 03
E-Mail :dfce@ofppt.ma web :http://csf.ofppt.org.ma

OFPPT
Partenaire en compétences

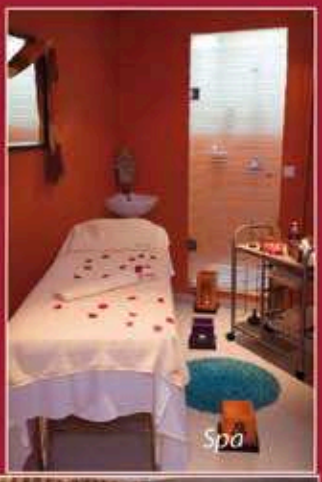
Le Zénith Hôtel fleuron de l'hôtellerie à Casablanca situé à seulement 15 mn de l'aéroport Mohammed V, et à 10 mn du centre ville, alie harmonieusement business, bien être et détente.
Point stratégique, en plein cœur du nouveau centre d'affaires casablancais : Le Technopark, les business building, les centres commerciaux et le Parc d'Exposition de l'Office des Changes vous offrent une proximité inégalée.

Hébergement
Restaurants

Centre d'Affaires
Piano Bar

Piscine couverte chauffée
Spa
Hammam

Piscine couverte chauffée


Spa

Hammam

Route d'El Jadida, angle 1077 Casablanca 20000 - Maroc
Tel: +212 (0) 522 89 49 49 - Fax: +212 (0) 522 89 49 50
E-mail: reservation@zenithhotel.net - Web: www.zenithhotel.net

ROYAL AIR MAROC

ETIHAD AIRWAYS DANS LE CAPITAL DE LA COMPAGNIE ?

Des sources concordantes indiquent que la compagnie aérienne émirati «Etihad Airways» s'apprêterait à entrer dans le capital de Royal Air Maroc (RAM). On s'achemine vers une privatisation rampante.

Des sources citées par Akhbar Al Yaoum affirment que des négociations sont en cours à un très haut niveau, mais tout porte à croire que le gouvernement Benkirane serait hésitant sur cette privatisation. Pour preuve, dans un passé récent, le PJD a critiqué à plusieurs reprises les processus de privatisation entrepris par les précédents gouvernements marocains.
Les pertes importantes enregistrées par la compagnie marocaine ces derniers mois, pourraient malgré tout pousser le gouvernement à accepter de privatiser tout au moins une partie du capital de l'entreprise.

Le contrat programme signé entre Royal Air Maroc et le gouvernement, en vertu duquel l'État a accordé 9,3 milliards de dirhams à la compagnie, ne semble pas avoir servi à grand-chose, puisque la RAM continue à perdre près de 20 millions de dirhams par semaine. ■

AÉRIEN

LES PAYS DU BRIC TIRENT LA CROISSANCE EN 2012

L'analyse de la demande des voyageurs réalisée par Amadeus révèle que l'Indonésie, les Philippines et le Chili ont rejoint les pays du groupe Bric (Brésil, Russie, Inde, Chine) dans le peloton de tête des marchés du voyage à plus forte croissance en matière de trafic aérien.

Le Brésil (17%), l'Inde (13%) et la Russie (15%) figurent parmi les dix pays affichant le plus fort taux de croissance. Le Chili (21%), les Philippines (15%) et l'Indonésie (11%) font eux aussi partie du groupe des marchés du voyage les plus dynamiques de la planète.

L'Égypte et le Japon ont en revanche vu leurs marchés se réduire sensiblement, probablement en raison pour l'une du printemps Arabe, pour l'autre du tsunami. Par ailleurs, la circulation entre l'Asie et l'Europe d'une part, et entre l'Asie et l'Amérique du Nord d'autre part, a augmenté de 9%.

Elle a progressé de 6% entre l'Asie et le Moyen-Orient, pour atteindre 38 millions de voyageurs sur l'ensemble de l'année. Par rapport à l'année précédente, le trafic voyageur a baissé de 2% entre l'Afrique et l'Europe.

Il s'agit du seul axe accusant une réduction sensible de la fréquentation en 2011. L'axe interrégional Amérique du Nord / Europe reste le plus actif, avec plus de 60 millions de voyageurs en 2011, suivi par l'axe Asie / Europe, à plus de 53 millions, et par les liaisons entre l'Amérique latine et l'Amérique du Nord, avec 47 millions de passagers. ■

UNE CONNEXION WI-FI DANS LES AÉROPORTS DU ROYAUME

Les voyageurs à destination et à partir du Maroc pourront enfin se connecter à internet via Wi-Fi dans les aéroports du Royaume. L'Office National des Aéroports s'apprête en effet à lancer progressivement ce service qui sera accessible dans les zones d'enregistrement et d'embarquement. Les aéroports de Casablanca, Marrakech et Agadir seront les premiers à offrir une connexion aux voyageurs. Suivront les aéroports de Tanger, Rabat, Fès, Al Hoceima, Nador, Oujda et Téouan dans un second temps, et enfin Essaouira, Ouarzazate, Laâyoune, Tan Tan et Dakhla pour la dernière tranche. L'office ne précise pas le niveau de débit qui sera offert aux utilisateurs, mais assure qu'il sera suffisant pour permettre une navigation confortable.

TRANSAVIA FÊTE SES 5 ANS AVEC DES PETITS PRIX

A l'occasion de son cinquième anniversaire, Transavia France, propose une semaine de promotion au départ de Paris, Nantes, Lyon et Porto vers de nombreuses destinations du bassin méditerranéen.
Les passagers pouvait réserver leurs billets jusqu'au 15 mai 2012 minuit, pour des voyages effectués du 1er juin 2012 au 27 octobre 2012 inclus. Cette promotion est accompagnée par la nouvelle campagne d'affichage de la compagnie mise en place en Ile de France et à Nantes du 9 au 15 mai, avec des images jaunies par le soleil et un message simple : déjà cinq années de soleil avec transavia.com.

Aït Sovala Rouge

Grand Pays, Grand Vin

Thalvin
TERRE DES VINS
MAROC

Ouled Thaleb
morocco
africa
wine
est. 1927

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

CASABLANCA

6EME DESTINATION TOURISTIQUE D'AFRIQUE ET DU MONDE ARABE

Selon l'étude pilotée par «Global Destination Cities Index» de MasterCard, Casablanca est la sixième destination la plus prisée des touristes en Afrique et dans le monde arabe, L'étude qui s'est intéressée aux déplacements des touristes et aux sommes dépensées dans 132 villes à travers le monde, révèle que 2,1 millions de visiteurs sont attendus à Casablanca en 2012.

Côté dépenses, la ville blanche est la seule ville de la région MENA a connaître une baisse avec -7,2%, avec 1,9 milliard de dollars de dépenses.

Casablanca figurait à la cinquième position au même classement en 2011 avec 2,5 millions de visiteurs. Cette année, c'est Dubaï qui prend la première place du classement «Global Destination Cities Index» de MasterCard pour la région Moyen-Orient Afrique du Nord.■

MAUBOUSSIN / SOFITEL

«DIAMANT BLANC» POUR LES MARIÉS

Mauboussin, l'Artiste Joaillier de la Place Vendôme présent au Maroc avec 3 adresses, et Sofitel, l'hôtellerie de luxe à la française déclarent la saison des mariages ouverte, avec l'offre «Diamant blanc». Les deux marques françaises s'associent au Maroc pour offrir aux nouveaux mariés leur nuit de noces dans une suite de rêve avec l'achat de leur bague de mariage. L'offre «Diamant Blanc» inclut, pour un achat minimum de 20 000 dhs, une nuit en suite avec petit déjeuner dans un des Sofitel au Maroc : Sofitel Marrakech Palais Impérial, Sofitel Rabat Jardin des Roses, Sofitel Fès Palais Jamai, Sofitel Essaouira Mogador Golf & Spa et Sofitel Agadir.■

AGADIR

DESTINATION « LUNE DE MIEL »

Après quatre éditions, le Festival du miel à Imouzzer Ida Outanane initié par le Conseil régional du tourisme d'Agadir (CRT), est reparti sous un nouveau concept associant l'événement qui s'est déroulée du 5 au 8 juillet 2012 au slogan de la communication «Agadir, destination de lune de miel». À l'image de plusieurs destinations, en l'occurrence, les îles Maurice et les Maldives, Agadir ambitionne de dupliquer cette expérience pour cibler une nouvelle clientèle de romance et de lune de miel. En effet, l'évolution de l'industrie touristique à l'échelle mondiale a connu dernièrement l'émergence de nouveaux concepts. Lors de la dernière édition du Salon international du tourisme de Berlin, un prix pour les meilleures destinations «lune de miel» a été institué. Ce concept relancera davantage la concurrence entre plusieurs destinations internationales, dont celle d'Agadir, pour revendiquer ce positionnement.

Dans cette optique, le festival du miel projette d'intégrer le débat autour d'une stratégie de positionnement pour le développement de cette niche. Pour ce faire, les organisateurs du festival comptent mener un benchmarking sur les atouts de la destination Agadir par rapport aux autres destinations, pour se positionner sur ce nouveau créneau. Une étude auprès des couples en séjour à Agadir à l'occasion de leur lune de miel ou de leur anniversaire de mariage sera réalisée. Cette enquête fournira les données primaires pour le lancement d'un débat lors des tables rondes avec les professionnels, les experts et les responsables du secteur en marge du festival du miel. La médiatisation de ce positionnement sera marquée par la diffusion sur une des chaînes nationales à travers une campagne de sensibilisation et de communication au profit de tous les partenaires, notamment l'Association de l'industrie hôtelière d'Agadir (AIHA) et les agents de voyages pour commercialiser à l'avance des packages «Lune de miel», avec des tarifs réduits durant le déroulement du Festival du miel.■

TARIFS : LONDRES, NEW YORK ET GENÈVE SONT LES PLUS CHERS

Le comparateur de prix d'hôtels Trivago a identifié les métropoles les plus chères et les moins chères du monde pour la période estivale 2012. Londres, New York et Genève affichent les tarifs hôteliers les plus élevés.

Paris est la neuvième métropole la plus chère du monde pour l'été 2012 puisqu'en juillet ou en août, la chambre double standard est affichée à 146 euros en moyenne. Durant cette période, Londres, New York et Genève affichent des tarifs hôteliers moyens à plus de 200 euros. Ces trois destinations citadines sont les plus chères au monde pour les deux mois à venir. Arrivent ensuite Tel-Aviv, San Francisco, Édimbourg, Cannes et Venise, où la nuitée s'échelonne de 156 à 168 euros. Paris et Oslo clôturent ce top 10 des métropoles les plus chères, avec des nuitées avoisinant 145 euros. Pour débourser moins de 60 euros par nuit pour une chambre double standard, les voyageurs pourront miser sur Bangkok, Kuala Lumpur, Sofia, Delhi, Porto, Bucarest ou encore Le Caire. Plus près de la France, Grenade et Séville constituent deux options ensoleillées qui ne coûteront que 62 et 64 euros en moyenne, pour une nuitée à l'hôtel.

FESTIVAL INTERNATIONAL DU RAÏ – OUJDA

UN ÉVÈNEMENT, DES TEMPS FORTS

Évènement majeur de la région de l'Oriental, ce festival a atteint sa vitesse de croisière. La 6ème édition placée sur le thème « l'ouverture aux autres » nous promet comme les éditions précédents, une belle brochette de stars internationales.

Egalement sur scène, une pépinière de jeunes talents en herbe de la chanson Raï dont les noms vont briller au firmament des prochaines éditions. Et comme chaque année, le festival nous revient avec son lot de nouveautés: une mosaïque de carnavals africains auxquels participeront 10 pays du continent ; une soirée du rire.

Une grande place est accordée aux artisans de la région avec une semaine portes ouvertes pour la découverte des chefs d'œuvre des artisans de l'Oriental. Egalement à l'honneur, une exposition dédiée à l'Artisanat d'art au féminin, ainsi qu'une exposition d'arts plastiques. Cette année, la franco-marocaine Dalila Alaoui sera à l'honneur et le thème choisi « Histoire de 2 rives » permettra de promouvoir l'ancrage de l'art pictural de la région de l'Oriental.

Au rayon des animations de la ville, cette édition fait la part belle aux couleurs et tonalités propres du folklore de la région de l'Oriental aux côtés de celles des 10 pays africains présents. Des soirées de folie non stp et un chiffre record de 700.000 spectateurs, pulvérisant le nombre de spectateurs de l'édition 2011.

Avec peu de moyens, à peine 6 millions de Dhs d'enveloppe budgétaire, le nombre de spectateurs du Festival du Raï, dont le succès n'est plus à prouver, dépasse de loin en audience ceux d'Essaouira, Fès, Rabat ou encore Agadir qui disposent d'un matelas financier autrement plus important. ■

SUN FESTIVAL, ÉVÈNEMENT CULTUREL PHARE DE MARRAKECH

Issu d'une volonté d'implication de la jeunesse dans la culture marocaine, le Sun Festival, Festival International de Cultures Actuelles est depuis 2008 l'évènement culturel estival phare de la ville de Marrakech.

Une manifestation au service du Maroc moderne. En effet c'est un évènement citoyen conçu pour pourvoir la ville de Marrakech d'une animation à la hauteur de la richesse de son patrimoine. Une animation contribuant à la hisser au rang des plus grandes capitales culturelles internationales.

C'est également un évènement qui combine le traditionnel au moderne, s'intéressant aux cultures actuelles d'ici et d'ailleurs, ce qui en fait un événement de choix pour les jeunes et les moins jeunes. De plus, c'est un évènement citoyen où toutes les manifestations, sont gratuites et ouvertes au grand public, permettant à tous d'avoir accès à l'art et à la culture. C'est une façon originale et ludique d' agir en faveur de la jeunesse marocaine et des artistes jeunes, mais aussi et surtout d'aller de l'avant en faveur de la promotion et du rayonnement de la ville de Marrakech.

« LA PETITE FERME »

COLLECTION 2011 DU DOMAINE «LA FERME ROUGE»

Après « Terres Rouges » et « Terres Blanches », cuvées de l'année 2009, année qui marque le renouveau vinicole de « La Ferme Rouge », Jacques Poulain, après une passionnante aventure a offert au restaurant « La Maison des Provinces » dont le nouveau propriétaire est Boris, à la fois grand chef et sommelier, une soirée gustative de la cuvée 2011 pour un savoureux voyage dans ce lieu mythique du vin qu'est la « La Ferme Rouge ».

On a pour habitude dire qu'un grand vin a une histoire. Il incarne une mémoire. L'histoire du domaine «La Ferme Rouge» qui remonte à 1903, se confond avec celle contemporaine du Maroc viticole. A la dégustation, ce dernier cru séduit et offre une autre illustration du grand terroir « Had Brachoua », terre de prédilection du vin et celle d'un homme, Jacques Poulain, vigneron dans l'âme.

Vins du plaisir, ils donnent les goûts de la fête, un goût unique de vins jeunes, frais et fruités, légers, fruits de la passion d'un vigneron et d'une passionnante aventure dont le caractère inimitable trouve son origine dans la noble qualité de leurs cépages. Revue de détail :

LE ROUGE « LA PETITE FERME » COLLECTION 2011

Elégant et fin, le rouge « La Petite Ferme » est la signature d'une identité noble, unique. La robe est pourpre aux reflets violines. Le nez est marqué par les fruits rouges, bien mûrs et frais. La bouche ample, riche et soyeuse est un enchantement pour le palais.

LE ROSÉ « LA PETITE FERME » COLLECTION 2011

C'est un vin de plaisir. La robe est lumineuse, aux reflets légèrement bleutés. Le nez est marqué par les aromes de grenade, de fruits rouges et de notes florales. La bouche est fruitée avec un bel équilibre tout en rondeur, acidulée, fraîche, se terminant par une finale acidulée. ■

ENTRETIEN EXPRESS
Jacques Poulain, Vigneron

Pouvez-vous nous faire une présentation des caractéristiques de cette collection 2011 ?
C'est un vin digeste, plaisir, croquant et équilibré.

En nombre de bouteilles cela représente combien ?
Pour cette année, pour le rosé, 100 000 bouteilles, pour le rouge environ 300 000 bouteilles.

Depuis 2009, première année de sortie des vins du domaine «La ferme Rouge», est-ce qu'ils ont pris place dans l'hôtellerie en particulier ?
Le parcours a été long. Après la phase de démarrage, nous sommes bien introduits dans l'hôtellerie marocaine. Ainsi, nous traitons directement avec le Groupe Accor. Le premier à nous avoir fait confiance est Hassan Bargache, le directeur du Sofitel Rabat. Pour l'inauguration de cet établissement en 2009, il a choisi «Terres Rouges» alors qu'on n'était pas encore sur le marché. Toujours dans l'hôtellerie de standing, nous avons comme client La Mamounia.

Et dans la grande distribution ?
Nous sommes dans les étalages du groupe Label'Vie et pour l'essentiel chez Carrefour et Métro. Avec Marjanne les choses s'annoncent plutôt bien.

CHAMPIONNAT DU MONDE

LE SOUS-CHEF DU PALAIS SAADI QUALIFIÉ POUR LE BOCUS D'OR

Il représentera le Maroc, présent pour la première fois à cette compétition. Samir Mahboub (Goyave) et Karim Ahraou (Chez Daniel) représenteront le Royaume au championnat d'Afrique de pâtisserie.

Sacré champion gastronomique du Maroc le week-end du 26 mai à El Jadida, le chef du Palais Saâdi représentera le Royaume au Bocuse d'or, grand championnat du monde de la gastronomie, qui se tiendra les 29 et 30 janvier 2013 à Lyon.

Les dix candidats en lice dimanche 27 mai, au Mazagan Golf & Beach Resort, dans le cadre de Toc Maroc 2012 (Tournoi Officiel des Chefs), se sont surpassés pendant plus de 5 heures de compétition pour donner le meilleur d'eux-mêmes. Au terme des délibérations, le jury a déclaré vainqueur Issam Jaafari, sous-chef au Palais Saadi à Marrakech.
Issam Jaafari a été formé aux standards de la cuisine internationale à l'Institut spécialisé de l'hôtellerie et la restauration . Il a démarré sa carrière professionnelle en 2004 en tant que commis dans la restauration collective et a exercé dans quelques restaurants de renom entre Casablanca et Marrakech. Jaafari est actuellement sous-chef au Palais Saadi.

Dans le classement final figure également Abdelhakim Zaizi, sous chef du Sofitel Mogador (Essaouira) qui arrive en 2e position, suivi par Abdelmajid Britit, 1er chef de partie à l'hôtel Naoura Barriere (Marrakech). Le jeune champion, âgé de 27 ans, devra suivre un coaching spécial, alliant à la fois créativité, art culinaire et techniques de gestion d'épreuves sous stress, de communication et de prise de parole devant les médias.

Outre la cuisine, une compétition de pâtisserie s'est déroulée samedi 26 mai. Objectif : sélectionner les meilleurs chefs pâtissiers qui représenteront le Maroc à la Coupe d'Afrique de la Pâtisserie et la Coupe du Monde de la même discipline (qui se tiendra en même temps que le Bocuse d'or à Lyon).

Les heureux élus, Samir Mahboub (Goyave) et Karim Ahraou (Chez Daniel), respectivement vainqueurs en pièce artistique en chocolat et pièce artistique en sucre ont été choisis au bout de 10 heures de compétition non stop. Le jury, qui a départagé les 19 candidats à cette compétition, était présidé par Gabriel Paillasson, véritable icône internationale en la matière, et composé, notamment, des anciens meilleurs ouvriers de France.

Rappelons que Le Maroc participe pour la première fois à cette prestigieuse compétition grâce à une «Wild Card» obtenue auprès du comité international d'organisation, après les réalisations remarquables du Maroc dans différentes compétions internationales des métiers de bouche. La « Wild Card » dispense le pays qui en profite de passer par les phases éliminatoires régionales ou continentales. ■

Au bout de 5h30 d'une compétition acharnée Issam Jaafari rentrait dans l'histoire en devenant le premier cuisinier qualifié pour représenter le Maroc dans la plus prestigieuse des compétitions culinaires : Le Bocuse d'or .
Consécration méritée pour cet homme discret de 27 ans.

Cette page est réalisée avec le concours du :
CABINET T.B.L. CONSULTING MARRAKECH
tblconsulting@menara.ma *

FISCALITÉ HÔTELIÈRE

LA TAXE DE LICENCE

Le thème de cette édition porte sur une des taxes les plus controversées dans le secteur de l'hôtellerie et ce malgré l'incitation et l'abattement important la concernant. Il s'agit de la taxe de licence.

La taxe de licence est légiférée par un arrêté du directeur général du cabinet royal n° 3-276-67 du 5 octobre 1968.
C'est une taxe sur les établissements de consommation de boissons alcooliques.
Elle est due par tout établissement de consommation de boissons alcooliques ou alcoolisées.
Depuis 1994, Le taux de la taxe de licence due par les établissements hôteliers qui était de 100% de l'impôt des patentes a été réduit à 25%.
Cependant, il y a eu alignement de la pénalité et des majorations de retard au titre du non-paiement de la taxe de licence à percevoir sur les établissements de consommation de certaines boissons sur celles prévues en matière de patente, de taxe urbaine et de taxe d'édilité.
Malgré l'abattement important cette taxe a été toujours critiqué par les hôteliers.

Un des mémorandum envoyé au ministère de tutelle a résumé ces critiques comme suit :

- Arbitraire au niveau de la détermination de la base d'imposition qui dépend d'une assiette foncière plus au moins étendue en fonction de l'interprétation de l'administration.
- Cette taxe continue à être calculée sur la base de la valeur locative au lieu des chiffres d'affaires.
- Cette taxe fait triple emploi avec la tva et la taxe les débits de boissons.
- L'abattement prévu par la loi de finances 1994 n'est obtenu automatiquement sur le plan pratique que suite à une demande de dégrèvement.

La proposition des professionnels était purement et simplement l'exclusion des entreprises hôtelières du champ d'application de cette taxe.

CRÉATION
Club des Financiers de l'Hôtellerie de Marrakech et Sud

Grâce à l'implication du Cabinet Grant Thornton, la ville de Marrakech a vu la création d'un nouveau Club : le Club des Financiers de l'Hôtellerie de Marrakech et Sud. Il regroupe la crème des financiers de l'hôtellerie 5 ***** et luxe de Marrakech. Il est présidé par Mr Mohammed BAAYOU Secrétaire Général de Kenzi Hôtels Group.

Il se veut un lieu d'échange entre professionnels afin qu'ils interviennent sur les problématiques comptables, financières, fiscales et juridiques. Et ce grâce à des exposés d'experts dans chaque domaine en échangeant entre les membres, les idées, les expériences et les bonnes pratiques, dans le cadre des manifestations et des formations. La finalité est de remonter les réflexions et les conclusions aux autres associations de professionnels et aux organismes publics.

Il se réunit tous les deux mois, dans un des hôtels membres. Il est à sa troisième rencontre. Celle-ci avait pour thèmes : d'une part les différentes problématiques fiscales revenant à chaque contrôle fiscal de l'entreprise hôtelière, et d'autre part la présentation par le CMI des dernières précautions contre toute fraude au niveau de l'utilisation des cartes monétiques bancaires. La prochaine édition aura lieu début octobre avec comme thème principale : Réflexions sur l'actualisation et la mise en place d'un Plan Comptable Hôtelier.

* Posez nous toutes vos questions directement par e-mail, on vous répondra dans le prochain numéro.

L'ÉTÉ TOUT CONFORT
À PRIX EN OR

OFFRE ESTIVALE
à partir de
290 DH* TTC /nuit
LA CHAMBRE POUR 1, 2 ou 3 PERSONNES
*Taxes locales en sus

Réservez sur ibisbudget.com

ibis budget HOTELS

L'ESSENTIEL DU CONFORT
À PETIT PRIX

ibisbudget.com - accorhotels.com

Votre hôtel à Tanger, El jadida, Agadir et bientôt Fès

Hôtel ibis budget Tanger
Km 12, route nationale n°1,
Tanger Free Zone, Tanger
T +212 (0) 5 31 12 12 12
F +212 (0) 5 39 39 50 67
h8105@accor.com

Hôtel ibis budget El jadida
Route de Casablanca,
Place Nour El Kamar, El-Jadida
T +212 (0) 5 20 48 00 02
F +212 (0) 5 23 39 23 21
h8104@accor.com

Hôtel ibis budget Agadir
Fadaa Ifriquia, Tikiuine
Agadir
T +212 (0) 5 25 07 25 25
F +212 (0) 5 28 23 85 08
h8106@accor.com

Hôtel ibis budget Fès
Oued Fès route de
Meknes
OUVERTURE SEPTEMBRE
2012

VisasInjad Entreprises

Le choix de la tranquillité pour vos collaborateurs

Wafa IMA Assistance

Vos collaborateurs se déplacent à l'étranger ? Faites pour eux le choix de la sécurité avec le nouveau contrat d'assistance **Visas Injad** Entreprises, conçu par **Attijariwafa bank** et garanti par sa filiale spécialisée **Wafa IMA Assistance**.

Visas Injad Entreprises offre des garanties d'assistance étendues parfaitement adaptées aux imprévus qui peuvent survenir lors de déplacements professionnels.

Pour plus d'informations, rendez-vous dans votre agence **Attijariwafa bank** ou contactez nous au 05 22 58 88 86.

التجاري وفا بنك
Attijariwafa bank

Attijariwafa bank société anonyme au capital de 2 012 430 860 DH. Siège social : 2, boulevard Moulay Youssef, Casablanca. Agréée en qualité d'établissement de crédit par arrêté du ministre des finances et de la privatisation n° 2269-03 du 22 décembre 2003 tel que modifié et complété. RC 333.

Wafa IMA Assistance société anonyme au capital de 50 000 000 DH. Entreprise d'assurances et de réassurance. Siège social : Casablanca Business Center, lot n° 2 lotissement Mandarouna, Sidi Maârouf, Casablanca. RC 119935 - IF 01068742 - Agrément n° 1395.11 du 13 mai 2011. Entreprise régie par la loi 17-99 portant code des assurances.

www.attijariwafabank.com