Clôture à Marrakech de la 2ème édition du "Moroccan Travel Market"

Economie

Posté par: Visiteur

Publié le : 19-01-2009 22:53:23

La 2ème édition du Moroccan Travel Market (MTM), le Salon international des professionnels du tourisme, a pris fin dimanche en fin d'après-midi à Marrakech, après 4 jours dédiés à l'établissement de relations de partenariats fructueux et l'échange d'expériences entre les professionnels du secteur.

S'étendant sur une superficie de 30.000 m2, ce salon auquel ont pris part quelques 265 exposants représentant 22 pays, dont le Maroc, a constitué pour les organisateurs un rendez-vous incontournable pour les professionnels du tourisme bien qu'il a été tenu, cette année, sur fond d'une conjoncture économique internationale difficile.

Ce rendez-vous, placé sous le Haut Patronage de SM le Roi Mohammed VI, a servi aussi de plate-forme pour engager une réflexion sérieuse sur de nouvelles formes de marketing.

L'objectif, selon les initiateurs de cette rencontre est de mieux adapter l'offre au pouvoir d'achat mondial et de répondre, de façon judicieuse, au souci de développement d'un tourisme authentique ne se limitant pas uniquement aux mécanismes classiques d'industrialisation des services ou des "loisirs à la chaîne".

Initié par "International Fairs and Events", filiale du Groupe Rahal, ce Salon a été conçu dans le but de répondre à plusieurs objectifs, entre autres, promouvoir l'offre touristique marocaine, méditerranéenne et africaine et combler le manque en rencontres touristiques en Afrique.

Et de poursuivre qu'en associant pouvoirs publics et différents acteurs touristiques nationaux institutionnels et privés (compagnies aériennes, TO, agences de voyage, réceptifs, transporteurs, hô teliers...), ce Salon dispose de tous les atouts pour servir de levier à la promotion de la destination Maroc.

Le MTM se veut, en outre, une plate-forme pour tous les acteurs touristiques marocains, toutes catégories confondues, de présenter et de défendre les richesses, dont jouit le Royaume devant une clientèle professionnelle mondiale.

Quant au menu de cette nouvelle édition, il a été riche et des plus varié notamment avec la programmation d'une série de conférences traitant de thématiques d'actualité, dont "l'Union pour la Méditerranée (UPM) : que veut l'Europe, un espace vital ou un véritable partage ?", "la crise financière : comment se positionner face à la crise, les conséquences sur le tourisme", et "développement durable : tendance sociologique ou marketing".

Pour la couverture médiatique, cette nouvelle édition a été marquée par la mobilisation de près de 200 journalistes marocains et étrangers représentant différents supports médiatiques ainsi que des chaînes de télévision.

MAP