

ATELIER HADJ 2014

CONFERENCE – DEBAT

Vendredi 8 février 2013 – Hôtel Royal Mansour le
Méridien - Casablanca

« L'introduction de la liste unique de l'Opération Pèlerinage »

« Avenir et Perspectives »

PRESENTATION

La Commission Royale en charge de l'organisation du Hadj, a adopté **le principe d'inscription des pèlerins au tirage au sort sur une liste unique.**

Cette requête est demandée par les professionnels depuis la mise en place du tirage au sort en 2007.

Chaque année, plus de 300 000 marocains s'inscrivent au pèlerinage pour 30000 places soit 1 place pour 10 candidats.

La liste unique a pour objectif de permettre au futur pèlerin de choisir son prestataire une fois assuré de pouvoir effectuer son pèlerinage.

Cette nouvelle donne, qui est une rupture dans l'organisation du pèlerinage, impose la mise en place d'un nouveau système basé sur :

- ✓ la compétitivité dictée par la liberté du choix du futur pèlerin,
- ✓ la labellisation des entreprises touristiques,
- ✓ une offre de produits tenant compte du profil et des attentes des futurs pèlerins.

THEMATIQUE LIBERALISATION :

Sur la définition de la libéralisation, il s'agit bien entendu de la mise en place d'un système en remplacement du quota qui été attribué sur la base d'un concours en fonction du nombre de pèlerin ayant opté pour un produit agence de voyages.

Le nouveau système « Liberal » permettra au futur pèlerin d'avoir plusieurs choix de prestations entre le produit proposé par le Ministère des Habous et des Affaires islamiques et les produits proposés par les agences de voyages.

Ce nouveau système, imposera donc naturellement une certaine compétitivité entre les agences de voyages qui devront chercher à capter plus de parts de marché par une offre de produits diversifiée, , mettant en évidence la valeur ajoutée des agences de voyages et surtout respectant les budgets et les attentes des pèlerins.

Le grand gagnant sera bien sûr le pèlerin, mais aussi les agences de voyages qui auront su innover, négocier et communiquer sur leurs produits.

Bénéficieront également les agences de voyages expérimentées et spécialisées dans l'organisation du voyage religieux (Hadj & Omra) qui jouissent d'une certaine notoriété auprès de la clientèle cible.

LES RECOMMANDATIONS :

- Pour éviter tout dérapage, et toute tentative de dumping, La répartition du marché entre les opérateurs devra être régulée par l'adoption d'un minima et d'un maxima évolutif avec le murissement du marché et l'accroissement de la demande pour les produits des agences de voyages.

Nombre de places minimum à commercialiser (45) et un nombre maximum (90) afin qu'il n'y ait pas de dérapages et surtout pour assurer des prestations de qualité et un confort pour les pèlerins.

- Le bon sens voudrait que les agences se regroupent en pools pour optimiser leurs achats, mais également leurs ventes. Ces regroupements sont stratégiques pour la pérennité de l'opération et se feront par affinités et de manière naturelle pour répondre aux différents segments de la clientèle.
- Le principe de la régionalisation pour la commercialisation des produits sera maintenu.

Objectifs escomptés : Développer l'offre, améliorer la qualité, stimuler le marché, faire baisser les prix et augmenter le nombre des pèlerins

Intervenants du panel :

- Mr Abdelatif ETTAYBI – Ministère du Tourisme
- Mr Karim DELLERO – Président AVR
- Mr Hamid DRAFAT – AVR
- M. Othman CHERIF ALAMI – AVC
- Mr Mohamed MOUJAHID - Journaliste la Vie Economique



THEMATIQUE LABELISATION

L'ensemble des intervenants est convaincu que cette approche est gratifiante pour le secteur en remplacement du système de notation qui éliminait des agences faute de cota quota disponible. La labellisation permettra à toutes les agences qui le souhaitent de participer à la commercialisation et à l'organisation du voyage Hadj, sous réserve de se soumettre au référentiel du Label et de satisfaire aux exigences y afférentes.

Les grandes lignes de la labellisation seront l'expérience, la solvabilité et l'honorabilité des agences de voyages...

Le Label encourage les entreprises soucieuses de la qualité de leurs prestations, respectant les normes, et donnant le meilleur d'elles mêmes pour le client. C'est une reconnaissance de l'expérience et du professionnalisme.

Les entreprises labélisées inspirent la confiance et suscitent la crédibilité. Le Label est gage de garantie.

LES RECOMMANDATIONS :

Il est important que le projet de labellisation soit porté par le Ministère et les professionnels dans un premier temps, l'intervention d'un organisme externe pour la validation et la reconnaissance du label sur la base du référentiel qui aura été mis en place pourrait intervenir dans une ultime phase.

Respecter le processus de la labellisation en 5 étapes :

- ✓ Construction du référentiel d'engagement de service et la marque label.
- ✓ Validation et reconnaissance du label.
- ✓ Mise en œuvre du label.
- ✓ Octroi du label.
- ✓ Surveillance du label.

Les 5 Bonnes raisons de la labellisation :

- ✓ Apporter une réponse synthétique et complète sur ses capacités ; son niveau de qualification et son implication dans la gestion de l'opération. Ce qui nécessite des qualifications professionnelles, techniques et financières.
- ✓ Valoriser son entreprise en prouvant son engagement en faveur de la qualité, de la sécurité et de la garantie de la prestation.
- ✓ S'inscrire dans une démarche de progrès et d'innovation en améliorant la relation avec les pèlerins et en instaurant un climat de confiance et de sérénité.
- ✓ Figurer dans la liste des agences ayant répondues aux critères de labellisation.
- ✓ Bénéficier de la reconnaissance des instances administratives et professionnelles dans le cadre de son activité.

Intervenants du panel :

- Mme Khaoula EL MOUTEI – Ministère du Tourisme
- Mr Réda IDIR – Eagle Engineering
- M. Anas ROUISSI - AVC
- Mr Omar SABRI : Président AVC
- Mr Majid YADINI – Journaliste l'Autre Tourisme



THEMATIQUE PRODUIT

La vision Saoudienne horizon 2020 est de doubler le nombre de pèlerins actuels en période de hadj, c'est de passer de 3M actuellement à 7M voir plus.

Pour ce faire, différents chantiers ont été entamés tant dans les villes saintes et sur les lieux du pèlerinage (Minan et Arafat) dont notamment la sécurisation de la lapidation, la construction de tours et la mise en place d'une navette ferroviaire circulaire (MEKKA-MINAM-ARAFAT-MOUZDALIFA- MINAN-MEKKA)

La destruction d'un grand nombre d'hôtels pour agrandir le Haram et leur remplacement par des tours pouvant accueillir un plus grand nombre de lits hôteliers n'est pas sans incidence sur le prix qui a augmenté de manière sensible ces 5 dernières années.

Les agences marocaines n'ont aucune marge de manœuvre pour négocier avec des petits quota de 45 pèlerins, distribués souvent très en retard et subissant de fait les lois du marché.

De plus, le monopole des prestataires Saoudiens et des compagnies aériennes ainsi la demande grandissante font que l'agence n'a en définitive aucune alternative dans le choix de ses prestataires« Commis d'office » qui imposent leurs prix, leurs disponibilités et leurs modalités.

Enfin, l'absence de stratégie des professionnels qui continuent à agir sans visibilité ni cohésion se contentant de répercuter le coût des prestations sur le prix de vente sans aucun effort de leurs part d'étudier la demande et d'adapter l'offre aux attentes des pèlerins, a fait que très rapidement, les pèlerins se sont dirigés vers le produit de l'état, qui reste très abordable pour la majorité des citoyens.

LES RECOMMANDATIONS :

- ✓ Etablir des relations équilibrées avec les prestataires saoudiens avec une implication des Ministères des Habous et du Tourisme sur la qualité des prestations à fournir en matière d'accueil, de transport et d'assistance.
- ✓ Prévoir des possibilités d'affrètements en réservant l'aérien bien en avance pour faire baisser les prix et optimiser la durée du séjour.
- ✓ Inverser la tendance de l'offre vers un produit plus attractif assurant un bon rapport qualité / prix et répondant aux aspirations d'une large population des pèlerins;
- ✓ Suivre une stratégie capable de réduire sensiblement les coûts (Achats en pool et en amont, révision des prestations aux lieux saints ...etc).
- ✓ Assurer une communication très large et bien avant sur l'offre des produits commercialisés (caractéristiques des produits, tarifs, encadrement, etc...)

Intervenants du panel :

- Mr Anis CHERKAOUI – Ministère du tourisme
- Mr. Ahmed BENALI - AVR
- Mr. Rachid TAZI - AVC
- Mr Karim DELLERO – Président AVR
- Mr Omar SABRI – Président AVC