

La mise en tourisme des greniers collectifs du Maroc :

Potentialités et contraintes

Prof. Dr. Andreas Kagermeier
Géographie du Tourisme et du Loisir
Université de Trier (Trèves), Allemagne

9^{ème} Colloque scientifique interdisciplinaire maroco-allemand
PATRIMOINE ET TOURISME CULTUREL AU MAROC
Meknès (Maroc)
7 au 9 avril 2014



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Agenda

- 1) Les conditions cadre a l'époque du postmodernisme & nouvelles exigences pour les expériences*
- 2) L'offre existant et les stratégies du développement*
- 3) Enjeux et défis pour un développement prometteuse*



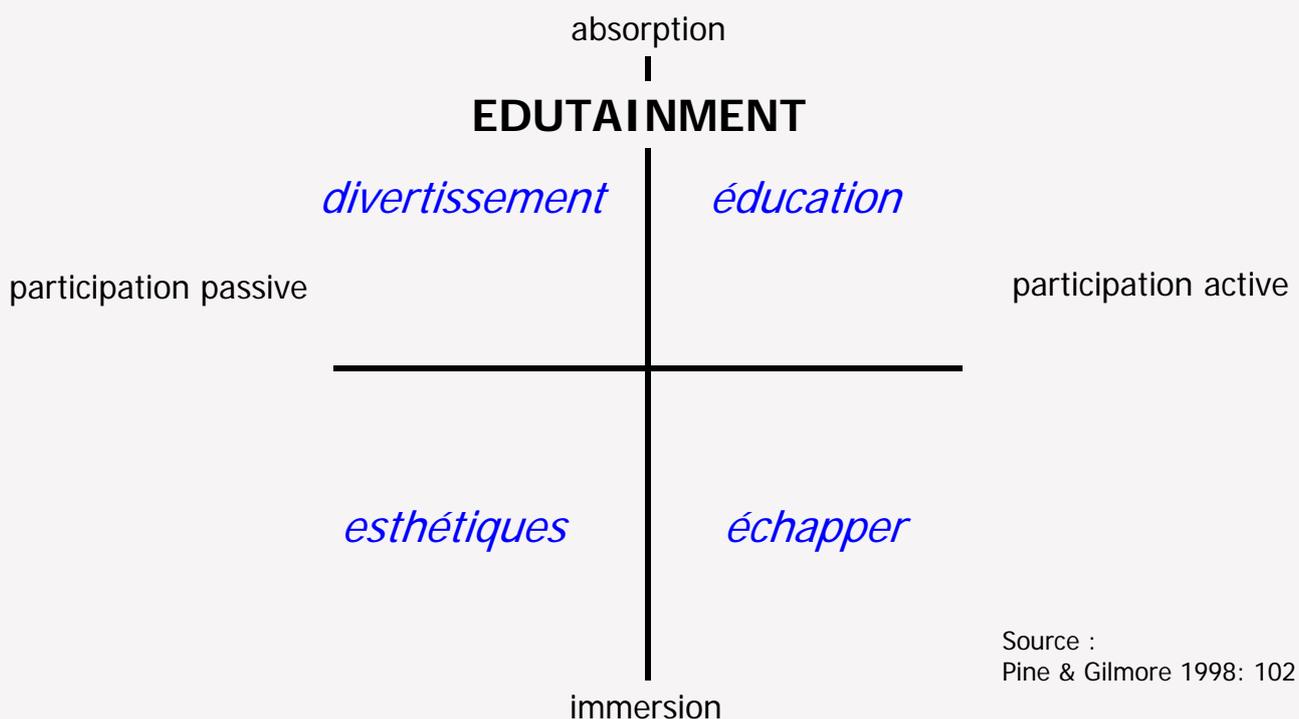
Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

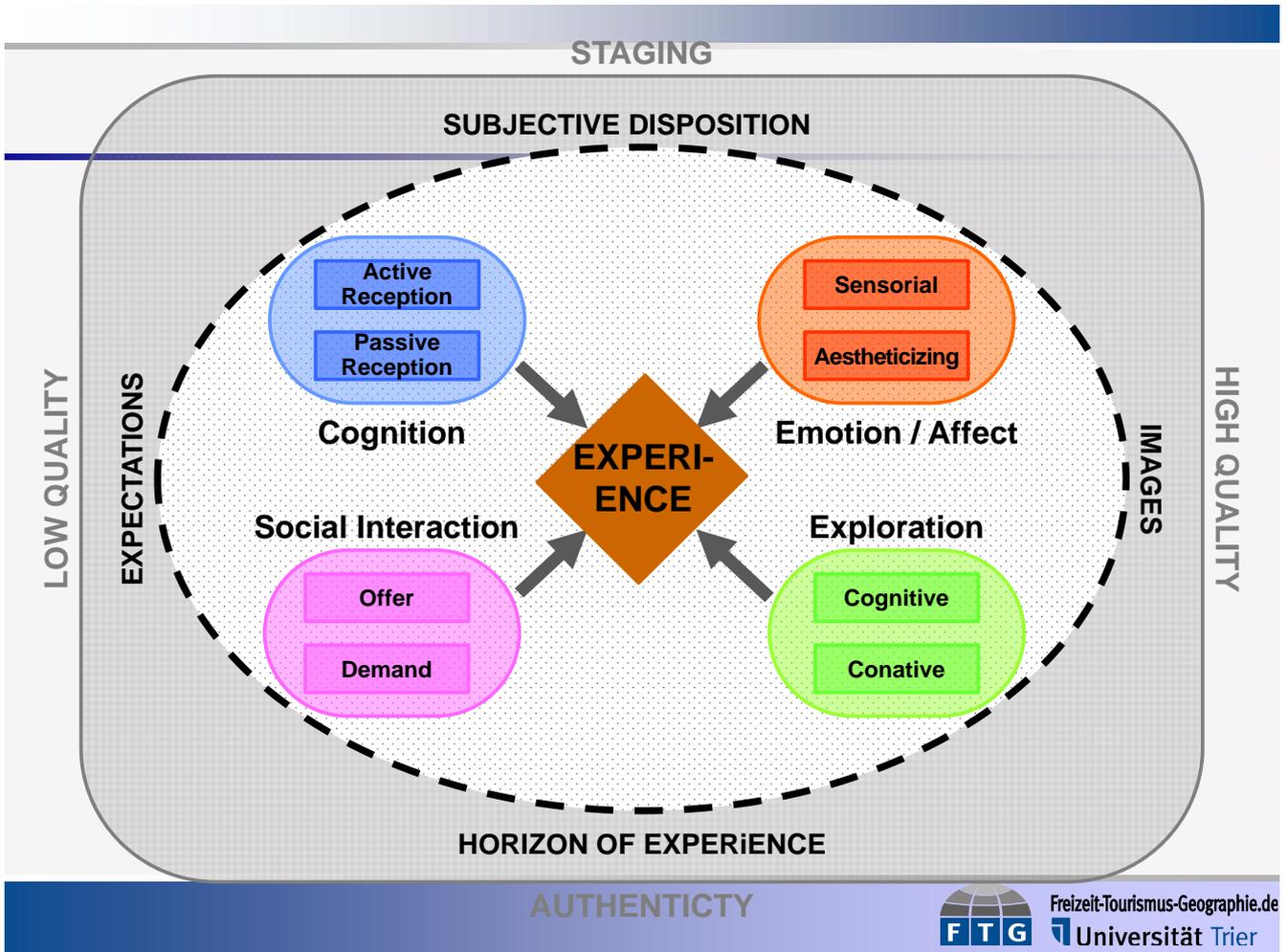
Les conditions cadre a l'époque du postmodernisme

- 1) *Les cadres de références sociaux traditionnels ont perdu leur signification*
- 2) *Individualisation => recherche du bonheur*
- 3) *L'orientation vers soi-même*
=> valeur élevée des expériences (Schulz)
(société de l'expérience / du vécu / de l'aventure)
- 4) *L'importance d'expérience subjective*



Dimensions pour s'adresser au visiteur avec un approche orienté vers l' expérience





Intégration des visiteurs : des visites spectacles à thèmes



www.trier.de

Mise en scène animée : « culture populaire »

Panem et circenses

« Pain et jeux »



Photos: A. Kagermeier & J. Arleth



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Mise en scène animée : « culture populaire »

*Festival médiéval
au château de
Manderscheid*



www.trier.de/brot-spiele.de et www.burgenfest.info



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Mise en scène « interactive »



Éléments essentiels pour une mise en scène réussie

- **Imagination**
L'illusion dans les façades et les décors, un environnement authentique le plus possible
- **Attraction**
Attractions à caractère unique et exceptionnel;
Surprises et nouveautés
- **Perfection**
Haut niveau de perfection. Sans défaut
- **Identification**
Sentiment d'une identité commune

(Romeiss-Stracke 2006)



Tendances principales à venir : « Age sensuel »

- 1) Dominance des valeurs mentales: spiritualité*
- 2) Retour des nostalgies, de l'enfance et du passé*
- 3) Recherche d'un sentiment de sécurité, compensant des craintes*
- 4) Recherche de la tranquillité (calme, paix, repos)
« Desaccélération »*

L'enjeu : élaborer une offre en réponse à ces tendances



La réinvention du tourisme en industrie du rêve

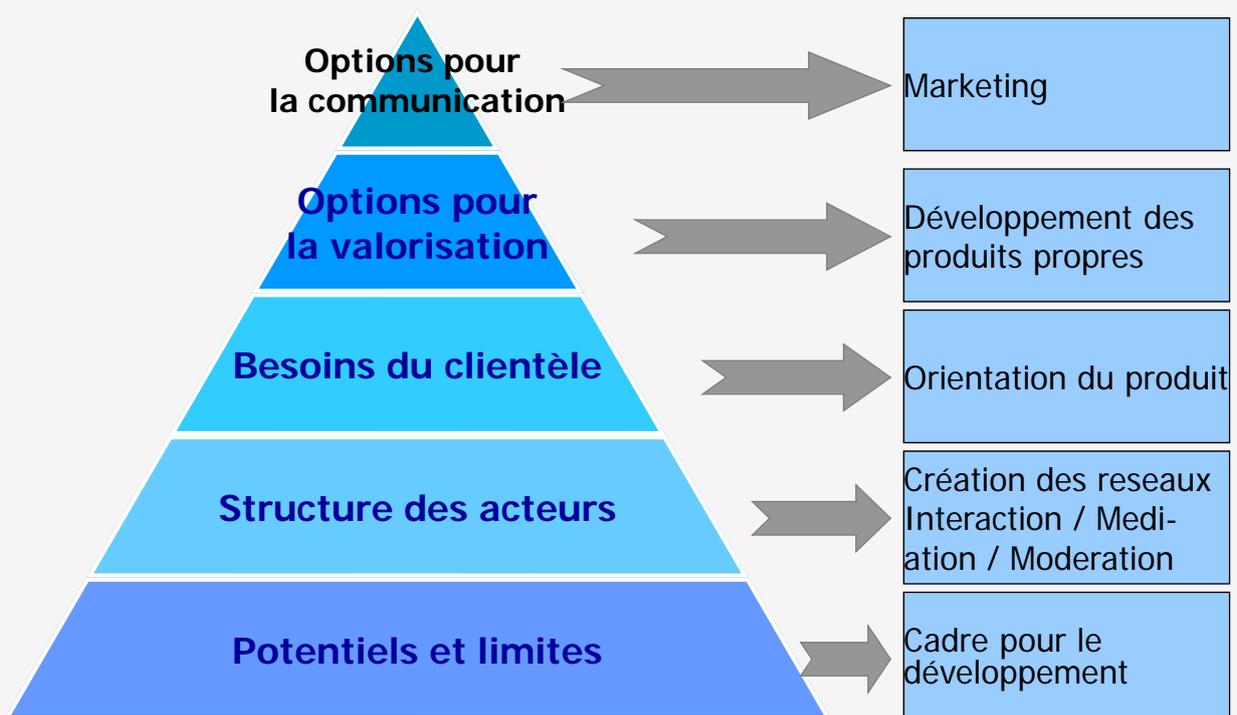
- *La qualité des services ne suffit plus à satisfaire des touristes*
- *Ils veulent vivre des expériences uniques type « flow »*
- *Pour répondre à cette aspiration nouvelle il faut :*
 - *Redécouvrir ou réinventer les attractions touristiques existantes*
 - *Les repositionner comme « icônes » au marché*
- *La destination doit être présentée comme une expérience unique*



La réinvention du tourisme en industrie du rêve

- *Le Tourisme a encore beaucoup à faire pour offrir des produits adaptés à cette nouvelle tendance basé sur la nouvelle genre d'expérience*
- *C'est le gestionnaire culturel et naturel moderne qui a le mieux cerné ce besoin de réinterpréter les monuments et les événements culturels*
- *Donner une valeur nouvelle aux ressources touristiques traditionnelles*

De la recherche vers l'application



Potentiel culturel enorm



... mais souvent delaissé



Des premières initiatives



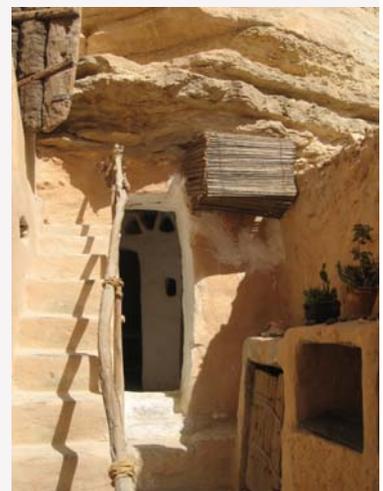
semi-professionnelle et pas vraiment performante



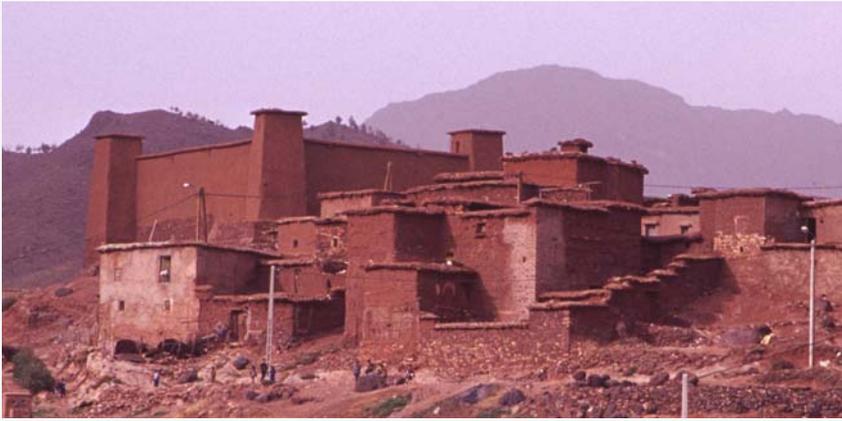
Des premières initiatives



isolées et diffus



*Situation actuelle :
réhabilitation physique, mais avec quelle fonction ?*

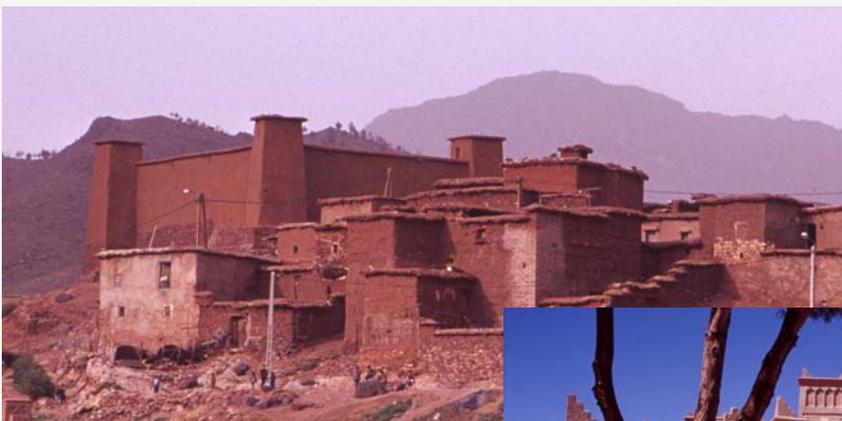


Photos: B. Meierjohann



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

*Situation actuelle :
... ou transformation privée*



Photos: B. Meierjohann



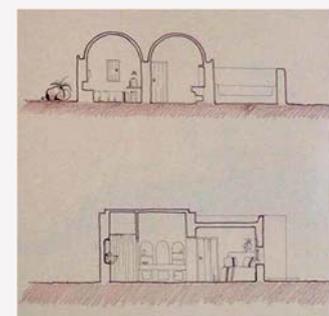
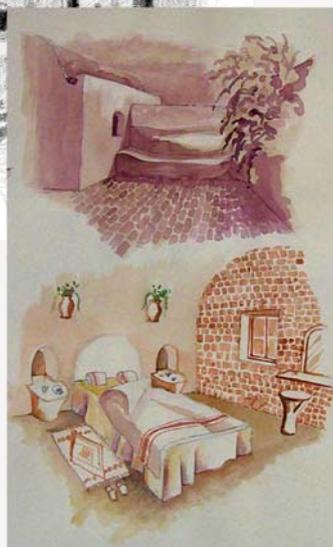
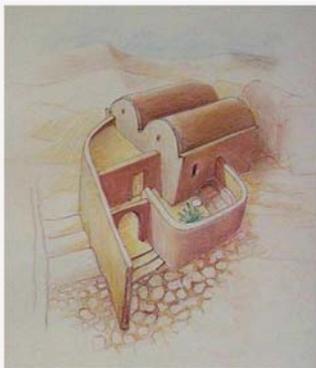
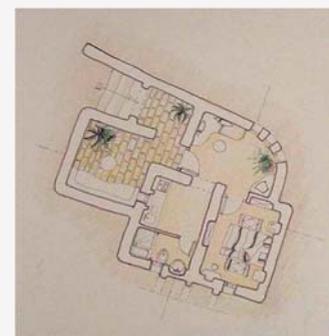
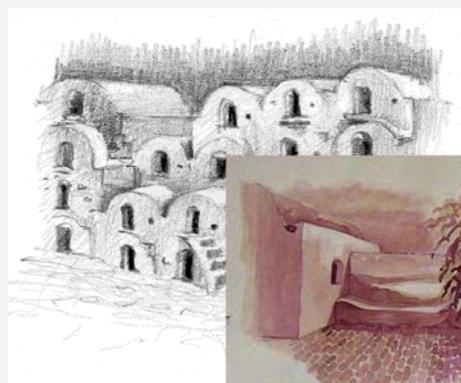
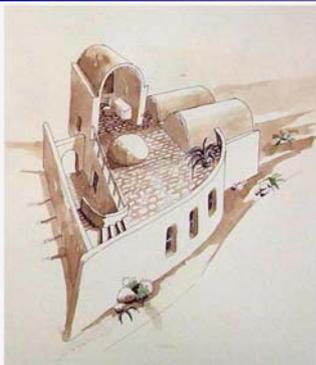
Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Riads comme des oasis ... de la silence et du sens



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Appliquer cette formule pour les Igoudar ?



Source: Mourni Kassah Mars 2006



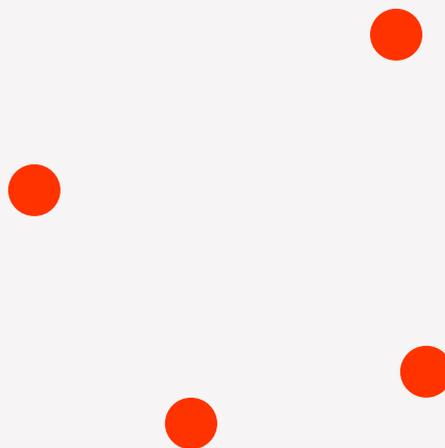
Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Résumé provisoire

- *Le Sud Marocain à avec son patrimoine culturel matériel un potentiel pour développer des produits prometteuse*
- *1^{ère} Enjeu ...*



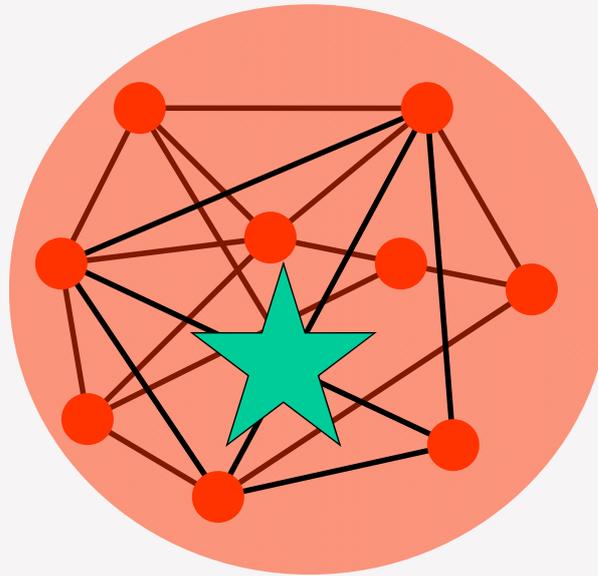
Des acteurs isolés



qu'il faut réunir dans des reseaux

Défis

1. Focaliser sur des acteurs et leur interrelation
2. Chercher les tendances sur la côte de la demande
3. Identifier les produits prometteuse

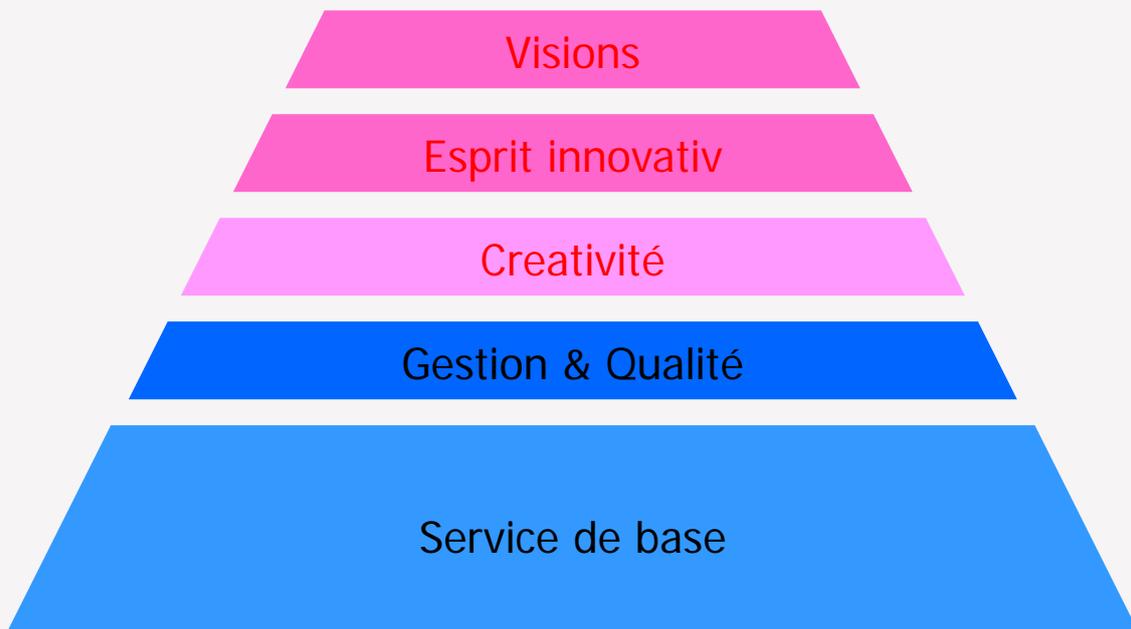


La situation aujourd'hui

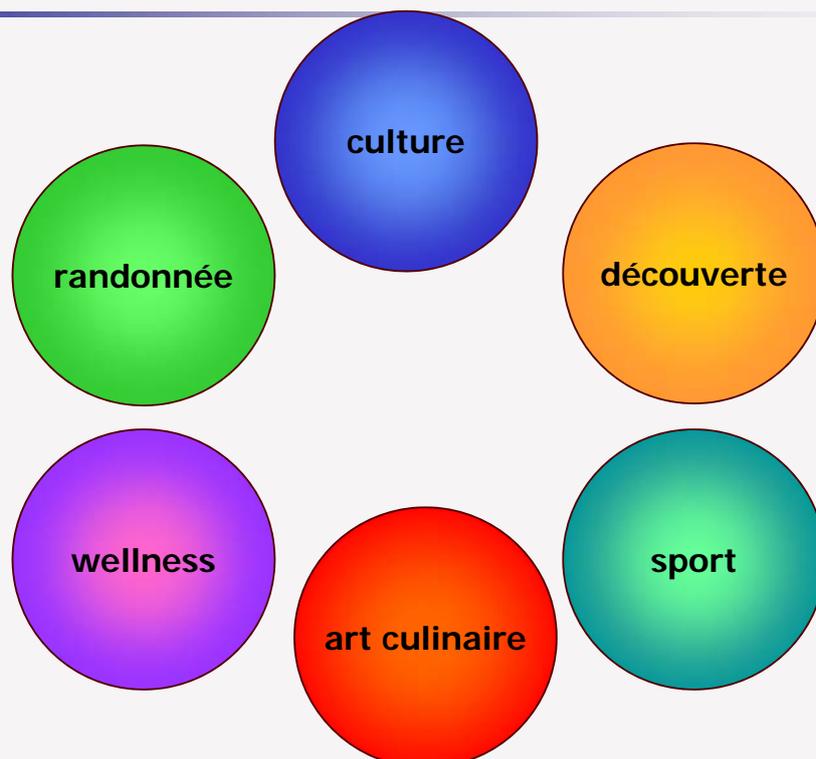
Gestion & Qualité

Service de base

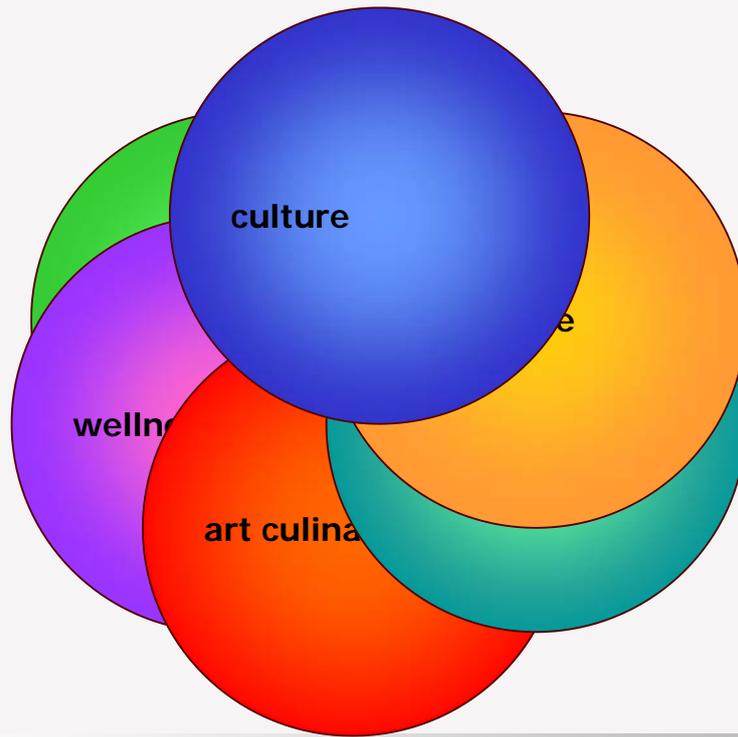
Les nécessités de demain



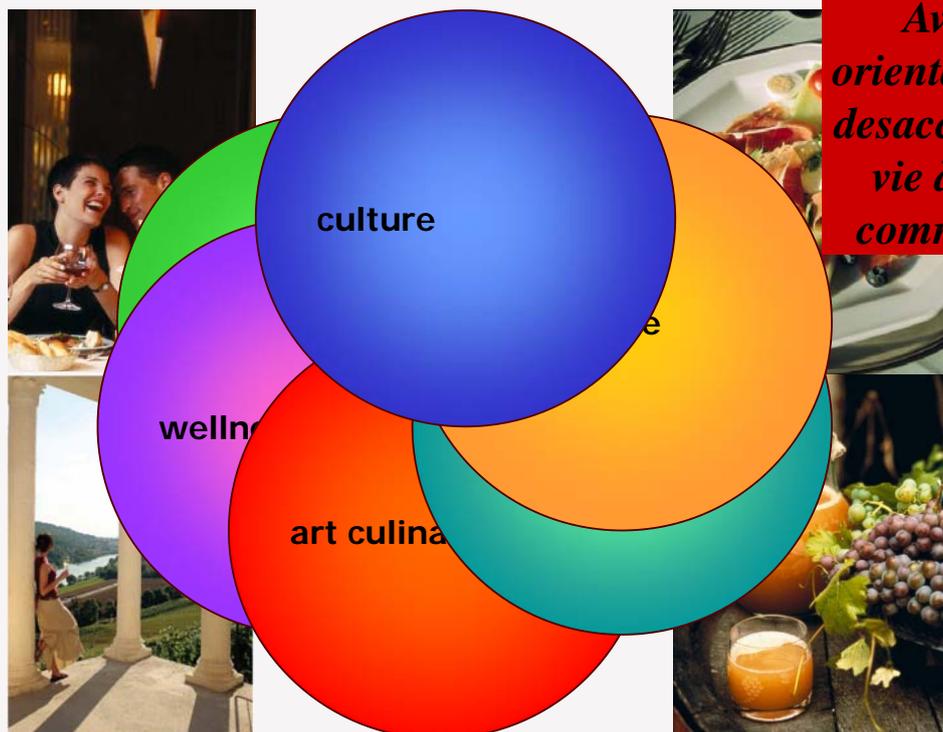
Des produits traditionnels isolé



Combinaisons hybride



Combinaisons hybride



*Avec un
orientation vers
desaccélération
vie à deux /
communauté*

Axes d'action

- *Orientation vers des dimensions d'expérience nouvelles*
- *Combinaison a partir des offres existantes isolées*
- *Surtout : Intégration des dimensions sociales*
- **Et**



Création d'un marque / label

???

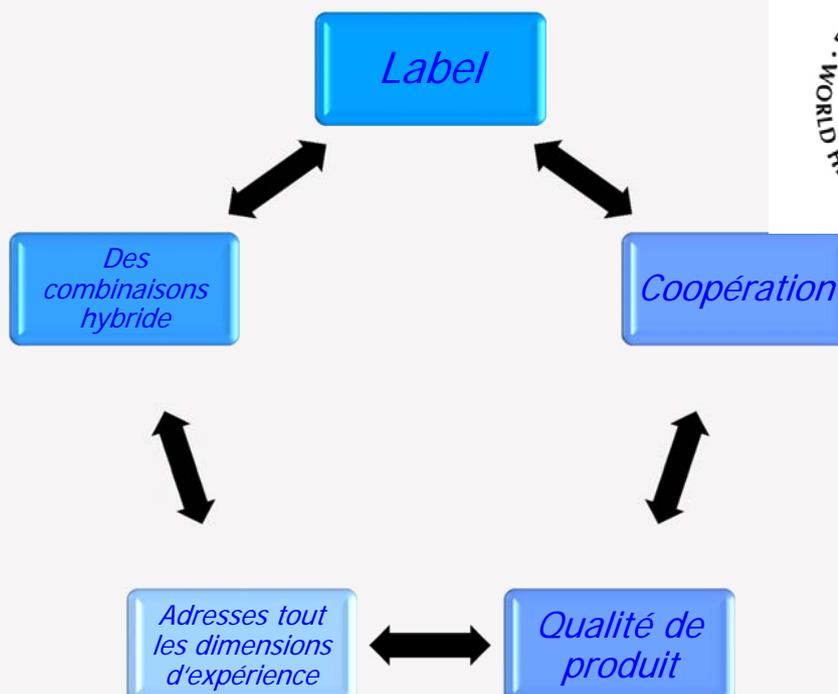
Une Marque / Un Label a besoin d' :



- *Émotion*
- *Image*
- *Attributs*
- *Produits*
- *Bénéfice*
- *Fond*



Facteurs de succès



Ondiraitlesud – Id Âïssa



Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Agadir Inoummar



coopérative
Touristique
Coopérative Touristique



www.agadirinoumar.com



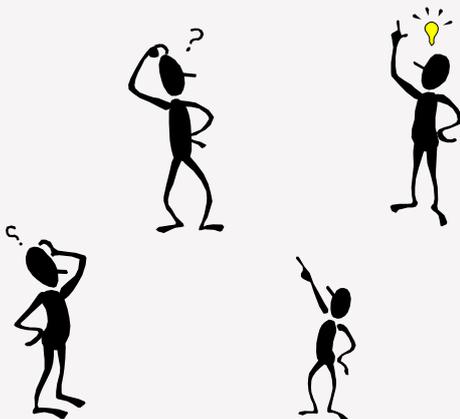
Freizeit-Tourismus-Geographie.de
Universität Trier

Intégration des Igoudar dans une chaîne de services

- Activités (sportifs, randonnées)
- Expérience culinaire
- Activités sociaux (musique, chansons, danse, récits)
- Ambiance

- Les Igoudar comme « une perle dans une collier »

Merci pour votre attention ...



... et j'attends une
discussion animée