

ONMT : Campagne de promotion agressive sur Agadir

Actualité Agadir et région

Posté par: Visiteur

Publié le : 22-03-2010 21:47:34

Les premières retombées seraient ressenties à partir du mois d'avril prochain.

L'ONMT (Office national marocain du tourisme) semblerait décidé à modifier le sort de la ville d'Agadir, dont l'activité touristique est en fléchissement depuis des années. Tous les moyens sont ainsi engagés pour booster la destination qui a commencé l'année courante avec une chute de 12%.

La tâche n'est pas des plus faciles surtout que les objectifs de l'ONMT pour cette ville sont ambitieux. «On espère terminer 2010 avec une progression de 10%», a rétorqué Hamid Addou, directeur général de l'ONMT qui n'a jamais autant investi pour cette ville. En plus du budget habituel qui lui est réservé annuellement, une somme de 50 millions de dirhams lui a été allouée pour une commercialisation plus agressive de la destination qui a droit à une campagne qui se fera en deux vagues. La première durant le premier semestre 2010 (de février à mi mai) et la seconde durant le deuxième semestre (de septembre à fin décembre).

Il s'agit d'une campagne déployée sur six marchés dont la France, le Royaume Uni, l'Allemagne, la Belgique, les Pays-Bas et la Pologne. Elle touche plusieurs médias (télé, radio, internet). Pour la campagne télé, il s'agit du sponsoring des bulletins météo de grandes chaînes de télévision. Exemples : LCI, Liberty TV, Weather Channel au Royaume Uni, TVN en Pologne, N-TV en Allemagne,... Pour la campagne web, l'Office a opté pour les bannières publicitaires sur les sites d'Orange, Voyages SNCF, Wetter.com, MSN (Royaume Uni),... Parallèlement, les délégués de l'ONMT sont fortement mobilisés à l'étranger, sur tous les salons du tourisme, qu'ils soient régionaux ou nationaux. Sont programmés aussi des roadshows dans plusieurs villes au niveau des marchés visés. Outre les marchés prioritaires et stratégiques (Russie, Pays du golfe,...), la Scandinavie est également concernée par une campagne de communication massive sur Agadir.

C'est la première fois que des actions de relations publiques très poussées y sont développées. Et ce en plus de la multiplication des eductours et du lancement du programme « Earth TV » : Agadir figure en ligne sur le site de Earthtv.com avec une visibilité qui touche 100 millions de personnes, via 50 chaînes de télévisions internationales partenaires de Earth TV. C'est une grande première touristique au Maroc. Agadir est, en effet, la première destination à figurer sur ce site international consulté pour ses webcams transmettant des images en direct 24 h sur 24, des destinations touristiques mondiales.

Des efforts qui, cependant, ne peuvent pas donner leurs fruits si l'aérien ne suit pas. Une variable qui n'a, d'ailleurs, pas été négligée. De nouvelles liaisons ont été créées en partenariat avec la Royal Air Maroc et ce, suite à un plan d'actions de co-marketing agressif pour la promotion de la ville d'Agadir. Plusieurs connexions ont vu le jour, telles Lyon-Agadir, Dusseldorf-Agadir, Berlin-Agadir,...

Cet été même, sera également lancée Moscou-Agadir avec un vol régulier et un vol charter. Ce qui prouve que l'intérêt est de plus en plus grandissant pour l'Europe de l'Est.

Plusieurs accords ont été signés avec de grands tour-opérateurs. Ils devraient permettre de tripler le nombre de touristes polonais à horizon 2011 et de doubler le nombre de touristes russes, en 2011 également. Ceci à un moment où les arrivées des touristes beneluxois devraient s'apprécier de 15% contre 10% pour les Espagnols et 10% pour les Allemands dont les arrivées ont chuté de 47% entre janvier 2001 et janvier 2010.

Un chiffre qui en dit long sur la situation de l'activité touristique de la ville d'Agadir, qui, il y a 25 ans affichait un réel succès car elle était la seule station balnéaire dans la région. Aujourd'hui, la donne a bien changé. Elle est concurrencée par des stations, comme Charm el Cheikh en Egypte ou Hammamet En Tunisie, sur lesquelles les TO peuvent réaliser des économies d'échelle vu l'importance de la capacité hôtelière», a expliqué Hamid Addou qui a n'a pas hésité à avancer que les premières retombées de cette campagne de promotion agressive seraient ressentie à partir du mois d'avril prochain.

Booster le marché polonais

Il y a quelques semaines, l'ONMT a signé des contrats de co-marketing avec quatre tour-opérateurs leaders sur le marché polonais, ce qui permettra de drainer un flux de 60 000 touristes en 2010 et de 100 000 à horizon 2011. Ces quatre TO, à savoir Neckermann, Triada, Itaka et Oasis Tours, se sont engagés à développer leur flux sur le Maroc lors des trois prochaines années, pour atteindre 160 000 touristes polonais en 2012. Ces nouvelles arrivées généreront plus d'un milliard de dirhams de recettes touristiques en 2010.

Partenariats

Pour le marché polonais, une convention a été dernièrement signée entre l'ONMT et la RAM. Elle est relative à la mise en place de deux vols hebdomadaires réguliers Varsovie-Agadir via Casablanca. Toujours en marge de cette visite, Jet4you, la compagnie low cost relevant à 100% du groupe TUI, a signé un protocole d'accord avec le leader des Tours Opérateurs polonais, Triada.

LE MATIN