

Agadir/tourisme : L'ONMT peaufine sa stratégie

Actualité Agadir et région

Posté par: Visiteur

Publié le : 14-09-2007 01:55:00

- **Grande-Bretagne, Benelux et Scandinavie... des marchés à prendre**
- **Promotion et renforcement des navettes aériennes au programme**

L'Office national marocain du tourisme (ONMT) et le Conseil régional du tourisme (CRT) d'Agadir ont décidé de conjuguer leurs efforts pour mieux booster la destination Agadir. Leur stratégie est simple: il s'agit de consolider les acquis sur les marchés émetteurs et de prospecter d'autres horizons. Le plan d'action a été abordé lors d'une réunion, lundi dernier au siège de la Wilaya, par les responsables des deux organismes.

La priorité aujourd'hui, pour la station balnéaire, est de réactiver les marchés en régression, comme le Benelux, la Grande-Bretagne et la Scandinavie. Cette dernière ne s'est pas relevée depuis la deuxième crise du Golfe. D'autres destinations concurrentes, comme la Tunisie et la Turquie, ont également souffert de cette désaffection. En effet, la crise engendrée par les caricatures du Prophète Sidna Mohammed a mis à mal «les destinations arabes et musulmanes». Il faudra beaucoup de temps et un travail de longue haleine pour «récupérer les touristes scandinaves». Ainsi, pour Abbas Azzouzi, DG de l'ONMT, il est nécessaire de reconstruire tout d'abord l'image de la destination et de préparer dès à présent les saisons 2009/2010. Le responsable préconise un déplacement des professionnels pour rencontrer les opérateurs scandinaves. En tout cas, Azzouzi semble très optimiste. Dans la mesure où le marché scandinave bénéficie de la même attention que des marchés plus fidèles comme la France, l'Allemagne ou la Belgique. De fait, la Scandinavie fait partie des accords conclus avec TUI lors des dernières Assises internationales du tourisme, à Fès (cf. www.leconomiste.com). Pour rappel, TUI s'est engagé à drainer 517.000 voyageurs fin 2010 (contre 256.000 fin 2006), soit un volume cumulé estimé à environ 1,7 million de touristes en quatre ans. L'avenir est donc prometteur.

Toutefois, le développement de la destination passe également par un renforcement des connexions aériennes. De même, il est indispensable pour les établissements hôteliers d'Agadir de se mettre à niveau sur le plan des nouvelles technologies pour s'intégrer à la Toile, un outil très avantageux en matière de promotion. Enfin, de l'avis d'Azzouzi, les opérateurs devraient anticiper les changements majeurs du secteur et penser le repositionnement d'Agadir avant la mise en service, dans deux ans, des premières unités hôtelières de la nouvelle station de Taghazout.

L'Economiste