Agadir: Le marché national booste la destination

Actualité Agadir et région

Posté par: Visiteur

Publié le : 27-07-2009 20:38:25

· Hausse de près de 32% en nuitées en juin dernier grâce à cette clientèle
· La station balnéaire tire son épingle du jeu

MALGRÉ une conjoncture économique mondiale extrêmement difficile, la destination Agadir continue à faire preuve d'une résistance remarquable. Certes le nombre des arrivées a reculé, à fin juin, de -1,45% comparativement au premier semestre 2008. Les nuitées y ont enregistré une légère croissance de 0,6% par rapport à la même période en 2008.

Dans le maintien de l'activité, le marché national a un rôle. De fait les nuitées et les arrivées générées par les visiteurs nationaux ont augmenté respectivement, en juin dernier, de 14,01% et 31,98% comparativement à la même période en 2008. A l'issue du premier semestre, les arrivées et les nuitées générées par la clientèle marocaine ont grimpé respectivement de 6,30% et 11,46% par rapport à la même période l'an dernier. Et l'engouement pour la station balnéaire continue en cette période estivale. Même en l'absence d'hébergement en formule Kounouz Biladi.

En tout cas, les opérateurs locaux gardent le moral car les touristes marocains seront encore plus nombreux à venir dans la station balnéaire après la mise en service de l'autoroute Agadir Marrakech. Celle-ci devrait être opérationnelle dès l'été 2010 .

Par ailleurs, les marchés étrangers contribuent également au maintien de l'activité, cet été. Et ce malgré la concurrence à l'échelle internationale, en cette saison, de destinations aux atouts similaires. Selon Guy Marrache, PDG du groupe Tikida, la destination enregistre même un taux de retour honorable. Et de manière globale la station balnéaire tire son épingle du jeu. En juin dernier, les nouveaux marchés émetteurs de la ville (Russie, Canada et Pologne) connaissent un véritable boum sur la destination qui se traduit par des hausses de nuitées respectives de 198, 37 et 45,02% par rapport à la même période en juin 2008. De l'avis de Abderrahim Oummani, président du Centre régional du tourisme (CRT), la destination aurait pu réaliser de meilleures performances si ce n'était la crise. Il faut tout de même relativiser la hausse de ces nouveaux marchés car ils étaient quasi inexistants auparavant. Le CRT et les hôteliers ont eu raison de miser sur cette nouvelle segmentation de clientèle. Mais en raison de la capacité d'hébergement limitée de la destination, quand on gagne des parts de marché sur un segment de clientèle, on en perd ailleurs. A fin juin, le marché français, premier émetteur de touristes sur la destination, a enregistré une baisse de 3,65% en arrivées et 2,23% en nuitées.

Malika ALAMI
L'Economiste