Effet 20 février/tourisme : Agadir dans l'expectative

Actualité Agadir et région

Posté par: Visiteur

Publié le : 12-03-2011 19:34:09

Très peu de ventes pour avril et encore moins pour l'été
Trend haussier enregistré en février

Pas de répit pour les professionnels du tourisme d'Agadir. A peine commencent-ils à ressentir un vent de reprise sur la station balnéaire et les effets de la crise économique international s'estomper que déjà le secteur retombe dans une période de doute. Et ce, bien sûr, suite aux troubles actuels dans le monde arabe après la «révolution du jasmin» en Tunisie.

Depuis, les hôteliers ne cessent de scruter l'évolution des ventes pour les mois à venir. De l'avis de plusieurs d'entre eux, il n'y a pas eu de véritable effet jasmin lors des dernières semaines. Un léger déplacement de la clientèle d'Egypte et de Tunisie en janvier et février tout au plus selon eux. «Nous n'avons pas eu pour l'essentiel d'annulations de réservations, mais l'amalgame est fait avec les autres destinations maghrébines en plein trouble. De plus le mouvement du 20 février a aussi son impact même si les départements des Affaires étrangères au niveau des marchés émetteurs ont été rassurants auprès de leurs ressortissants concernant la destination Maroc», souligne un professionnel du secteur. Résultat aujourd'hui, les réservations freinent pour avril et encore plus pour l'été. «Le taux de diminution des réservations pour l'été atteint aujourd'hui pour le Maroc 30 à 50% par rapport à la même période en 2010. Et Agadir n'échappe pas à ce phénomène», avance un hôtelier.

A ce sujet, les résultats de l'enquête réalisée récemment par CCM Benchmark Group ne sont guère rassurants. «Un effondrement de l'activité en été au Maroc est annoncée au profit des destinations concurrentes dans le bassin méditerranéen», précise une source bien informée. Comment alors inverser la tendance? De l'avis d'un professionnel averti, il est important de renforcer la communication encore et encore, notamment sur les produits de niche et surtout ne pas se précipiter à brader le produit. Pour lui, le changement de régime politique en Tunisie, destination concurrente de la station balnéaire, va apporter des modifications certaines dans la stratégie commerciale des établissements touristiques avec des prix qui seraient revus à la hausse.

Qui sait? On ne tardera pas à le savoir. En attendant, le Conseil régional du tourisme (CRT) d'Agadir mise sur la promotion de la destination à travers la participation aux salons à l'étranger. Le trend haussier enregistré en février dernier conforte ses membres dans cette démarche.

La station balnéaire a, en effet, enregistré une augmentation de son activité à travers 58.263 arrivées et 339.383 nuitées en février 2011, soit une hausse respectivement de 23,10 et 25,26% comparativement à la même période en 2010, une année marquée par les effets de la crise économique internationale. Cependant, cette hausse de l'activité, quand bien même importante, reste encore toute relative. En effet, la station balnéaire n'arrive pas à réaliser les chiffres des nuitées enregistrées lors des mois de février 2000, 2001 et 2007, des années de référence. Pourtant la destination a enregistré une capacité additionnelle de près de 3.000 lits par rapport à février 2007.

Le taux d'occupation des établissements hôteliers en février 2011 est aussi en deçà de ce qui était atteint lors de ces mêmes mois. Et ce, même avec une augmentation des arrivées en février 2011 par rapport à ces périodes. De fait, le nombre des arrivées ne profite pas à tous les établissements. Une trentaine d'hôtels ont enregistré en février dernier des taux d'occupation moyens de 18%. Pas étonnant que certains propriétaires d'hôtels cherchent à trouver repreneur à leur établissement. Selon une source bien informée, une douzaine d'hôtels seraient en vente dans la station balnéaire d'Agadir.

Le CRT en campagne sur Facebook

Le Conseil régional du tourisme d'Agadir vient de créer sur Facebook un groupe intitulé «Ensemble pour le Maroc». L'objectif à travers la démarche est d'éviter les amalgames en ces temps de troubles et de promouvoir la destination comme «îlot de bien-être, d'hospitalité et de stabilité», est-il indiqué.

L'Economiste