

«Nous devons repenser nos politiques et revoir nos stratégies»

Economie

Publié par:

Publié le : 25/04/2016 20:00:33

Les Inspirations ÉCO : Plusieurs problèmes structurels ont été recensés, au fil des années, au niveau de la destination Agadir. Quelles seront vos priorités, pour ce premier mandat ?

Guy Marrache : Comme nous l'avons souligné lors de notre dernière conférence de presse, notre destination connaît de grandes difficultés conjoncturelles mais aussi structurelles. Nous devons repenser nos politiques et revoir nos stratégies. Mais il ne sert à rien de courir tant que nous n'avons pas mis notre produit aux normes. Nous devons mener plusieurs actions de front et de façon coordonnée; je veux parler de la promotion, de la formation et de l'investissement. Dans l'immédiat, nous mettrons le produit au centre de nos préoccupations, car nous pensons qu'il reste un préalable et l'un des fondamentaux essentiels pour parler d'une destination touristique.

Où en sont l'Assemblée générale extraordinaire et la refonte des statuts du CRT ?

Nous avons, lors du dernier bureau exécutif, soumis un projet de refonte des statuts à l'appréciation des membres du bureau. Nous continuons à recueillir les avis des uns et des autres. Nous soumettrons dans un deuxième temps le projet définitif aux membres du CRT dans le cadre d'une AGE, dont la date sera fixée dans les jours qui viennent (courant mai).

Tout le monde s'accorde à dire que le développement du tourisme passe par la mise à niveau de la zone touristique et balnéaire ainsi que du centre-ville, qui sont actuellement délabrés.

Selon vous, la commune est-elle en mesure de redorer le blason de cette zone ?

Certes, le développement touristique passe par la mise à niveau de la zone touristique, du centre-ville, mais nous considérons également que le développement touristique d'une destination ne peut pas se faire en marge du développement de la destination dans sa globalité et de sa population. Les citoyens doivent se sentir concernés par le développement de leur ville. Se focaliser uniquement sur des zones visibles par les touristes, c'est diviser la ville. Et c'est tout ce qu'il ne faut pas faire.

La question de l'adhésion en relation avec les cotisations posent toujours problème. De quelle manière comptez-vous faire adhérer les entreprises touristiques au CRT ?

L'adhésion ne pose pas de problème. Nous avons prévu de communiquer davantage autour du CRT pour essayer d'élargir la base de nos membres et d'offrir la possibilité d'adhésion au CRT à un maximum de gens, d'institutions ou d'opérateurs économiques qui pourraient avoir une réelle valeur ajoutée, par leurs idées ou leurs moyens. Nul n'ignore l'importance du tourisme dans le développement économique de notre région et beaucoup seraient heureux d'y contribuer. Le problème des cotisations se pose effectivement pour des membres en difficulté et qui sont beaucoup plus impactés que les autres par les problèmes structurels et conjoncturels de notre secteur. Là aussi, il s'agit de traiter les dossiers au cas par cas pour trouver des solutions adaptées, et permettre à tous les membres de continuer à s'exprimer au sein du CRT et à profiter du positionnement recherché.

Avec l'arrivée des Allemands et les Russes, la donne changera-t-elle en termes de

conjoncture touristique à Agadir ?

Le marché aujourd'hui est très instable. Ce n'est pas simplement un problème d'offre ou de demande, mais nous subissons de plein fouet les effets du contexte géopolitique et ses conséquences sur le sécuritaire, et vous savez combien l'insécurité, ainsi que la peur qu'elle induit, pèsent dans la décision de voyager dans notre région actuellement, et ce depuis les dramatiques événements ayant eu lieu en Tunisie, à Paris et plus récemment à Bruxelles. Maintenant, il est sûr que les dernières opérations avec les Allemands ou les Russes auront un impact très positif sur notre tourisme, d'abord par l'atténuation de la baisse enregistrée depuis le début de cette année, ensuite par l'image que peut renvoyer notre station vers les autres marchés. C'est un bon signal qui pourra confirmer, au sein du marché européen, que notre pays reste une exception et que notre destination fait rêver des touristes de cultures et d'habitudes de consommation complètement différentes.

Ne pensez-vous pas qu'il soit temps d'adopter une approche régionalisée pour mettre en valeur les spécificités de la région, dans le cadre d'un marketing territorial, en vue d'une promotion touristique efficiente ?

La région fera partie intégrante de nos plans d'action. Les nouveaux statuts proposés s'inscrivent d'ailleurs directement dans l'esprit de la régionalisation. La région a des atouts naturels et culturels qui sont autant d'arguments fondamentaux en vue de la promotion de la destination. Aujourd'hui, le touriste vient pour la plage, le golf ou la thalassothérapie. La mise en avant de la région et de ses atouts permettra de drainer une autre catégorie de voyageurs. Nous devons diversifier notre produit pour répondre à la demande d'un maximum de marchés.

Tout le monde aborde la question de l'animation à Agadir. Le groupe Tikida pense-t-il investir dans ce volet ?

L'animation a été le parent pauvre de notre destination pendant trop longtemps. Aujourd'hui, il y a un certain nombre de projets en chantier, et d'autres réalisés récemment. Je pense que tout le monde a compris l'importance de l'animation dans une ville, touristique ou non d'ailleurs. Mais c'est un volet un peu compliqué parce qu'il pose deux problèmes: celui du foncier et celui de la rentabilité. D'où la nécessité de partenariats public/privé. Je pense que les autorités, la ville et autres élus sont tous engagés dans un processus pour faciliter, étudier et encourager des projets participant à l'animation culturelle, sportive et ludique de la destination. Le groupe Tikida est engagé dans un programme de développement ambitieux sur Marrakech, Casablanca mais aussi et surtout sur la station de Taghazout et la rénovation de ses hôtels. Nous croyons que la stations de Taghazout donnera à Agadir un nouveau souffle avec une capacité additionnelle importante, et contribuera certainement à hisser l'image d'Agadir au rang des grandes destinations mondiales dans les années à venir.

leseco.ma