



TOURISME

ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU TOURISME

L'action de la presse, selon nous, est d'accompagner les acteurs du tourisme, qu'ils soient du secteur public ou privé, dans leurs actions d'investissement, de promotion, de communication ou de formation.

Notre conviction est que rien, de ce qui résultera de ces actions, ne sera totalement positif ou totalement négatif. Tout peut briller ou non, compte tenu du contexte, de la perception qu'on en a, des valeurs qu'on défend et des intentions qui nous animent. La critique qui en est formulée doit être nécessairement constructive.

Pour certains, toute action engagée par quelque partie que ce soit, des institutions ou organismes publics, est décriée, remise en cause. L'Algérie est condamnée, à les croire, à l'expectative et, partant, à la régression permanente, irréversible.

Nous nous positionnons à l'opposé de cette vision des choses. Notre conviction première est que la mission des acteurs du tourisme est immense. « Immense, comme nous l'écrivions en 2007, à l'image de l'immensité de notre territoire, de notre histoire plusieurs fois millénaires et du riche patrimoine culturel qu'elle nous a légué. Immense à l'image de la richesse de notre sol et sous sol et immense à l'image de l'hospitalité des algériens » et des efforts déployés par les uns et les autres depuis de nombreuses années.

Une mission immense pour un secteur qui peut donner beaucoup mais qui donne si peu.

Il est compréhensible de considérer que l'activité touristique représente peu dans l'économie nationale et qu'il s'avère si ardu de lui faire jouer le rôle d'alternative aux hydrocarbures dans la stratégie de développement. Il en est le parent pauvre après de longues années d'efforts alors que le pays est si beau et si riche.

Pire encore. Il est établi une régression par rapport aux années post indépendance, années pendant lesquelles l'Algérie était une destination prisée et tenait la dragée haute aux autres destinations du bassin méditerranéen. Période pendant laquelle l'algérien entretenait des relations apaisées avec les autres religions et les autres cultures, celles que véhiculaient les milliers de touristes venus de partout découvrir cet immense pays au cœur de l'Afrique du Nord et dont l'histoire anti coloniale récente subjugait, au-delà de ses atouts naturels.

Les terrasses d'antan qui faisaient la fierté des grandes artères des grandes villes ont presque toutes disparu, l'esprit de tolérance qui traduisait notre appartenance à l'espace méditerranéen est devenu moins perceptible, l'accès aux espaces de vacances est devenu plus complexe, le rush estival pour les destinations étrangères devenant récurrent, l'ouverture aux autres expressions culturelles et comportementales est devenue une attitude curieuse voire risquée.

La dernière décennie du siècle passé et les années qui s'en suivirent auront été troublantes. Et nous en vivons encore les mutations désastreuses au plan sociétal. Crises existentielles, crises identitaires, affrontement des croyances religieuses, terrorisme, crises naturelles auront des effets néfastes pour le tourisme. Elles auront été même fatales pour l'Algérie pendant de nombreuses années.

La mission des différents responsables qui se sont succédés dans de telles conditions- et ils auront été nombreux- à la tête du département ministériel en charge du tourisme n'aura été que plus difficile, plus ardue, plus problématique.

L'image de l'Algérie est ternie par une décennie sanglante, la destination touristique est désertée, les infrastructures, en l'absence de fréquentation conséquente, tombent en décrépitude, l'encadrement des structures hôtelières et touristiques et les étudiants sortants des écoles spécialisées s'en vont à la recherche de lieux plus cléments et de salaires plus attrayants.

A cela s'ajoute, depuis les quelques dernières années, une crise économique qui complique encore davantage la mission de ces responsables. On se retrouvera inmanquablement devant des budgets plus réduits et, inévitablement des dépenses parcimonieuses. A un moment où les besoins en communication, promotion et formations sont énormes et impératifs. Sinon, comment se redéployer à l'échelle internationale et régionale dans un contexte extrêmement concurrentiel ? Comment se redéployer si les marchés internationaux de la demande touristique ne sont pas investis de façon plus sérieuse, plus agressive ? Comment se redéployer si les moyens accordés à la formation ne sont pas multipliés ? Beaucoup d'efforts sont faits. Mais beaucoup reste à faire et le chemin est long. Un chemin que doivent prendre en semble tous les acteurs du tourisme qu'ils soient de l'appareil économique, du mouvement associatif ou de la presse.



Slimane SEBA

Tourisme

magazine

Édité par Interexpo

Directeur de la publication
Slimane SEBA
slimanseba@yahoo.fr

Directrice Artistique
Imen MEKERKEB ABERRANE

Ont collaboré à ce numéro
Slimane Seba
Imen Mekerkeb Aberrane
Reda Zemmouchi
Mohamed Bourad
Zaid Zoheir
Moussa Lehchili

Publicité - Abonnement
Tél. / Fax : 023.13.13.46
email : interexpox@yahoo.fr

Impression
ediwane

Distribution

Centre : INTEREXPO
Est : El Khabar - Diffusion (KDP)
Ouest : KDP Oran

Création, Conception et Réalisation



Hay En-nour Bt 07 local 03, route
de l'hôpital - Béni Messous - Alger
Tél. / Fax : 023.13.13.46
tourismemagazine@yahoo.fr
www.tourismemagazine-dz.com