



PROMOTION TOURISTIQUE L'ESPOIR PAR LA RUE

Malgré l'effervescence qui règne dans les rues algériennes, et en particulier dans les grandes villes, des groupes de touristes étrangers, européens en l'occurrence, ont maintenu leurs séjours. D'actives agences de voyages en sont à l'origine et les programmes ont été maintenus malgré toutes les craintes, légitimes, que cette effervescence suscitait.

D'autres sont en cours de préparation. Comme si les événements en cours n'ont pas eu de prise sur les intentions de la demande internationale.

Les mois qui vont suivre nous renseigneront sur le véritable impact de cette mutation que connaît, à une vitesse vertigineuse, la société algérienne.

L'un des obstacles majeurs, cités par de nombreux analystes de la scène touristique nationale, à l'épanouissement du tourisme, son essor, est la « réfractivité » de la société algérienne par rapport aux touristes étrangers, porteurs d'une autre culture, d'une autre perception des relations humaines.

Les années 90, ces années de feu, ont, il est vrai, bousculé les règles et largement contribué à la dépréciation de l'image de l'Algérie. Au-delà des images d'horreur largement véhiculées à l'international, par cette décennie, grand handicap pour le tourisme, il faut le reconnaître, c'est toute la société algérienne qui est éclaboussée. Intolérance, rejet de l'autre, insécurité étaient l'essentiel de ce qui caractérisait l'Algérie aux yeux de l'opinion internationale.

Les trente premières années de l'indépendance n'étaient plus qu'un souvenir. Et la destination disparaissait des catalogues internationaux des plus grands tours opérateurs mondiaux du tourisme.

Les années de promotion touristique à travers la participation aux Salons internationaux du tourisme ont eu un impact limité pendant de nombreuses années. A cause d'une image ternie, dans un premier temps, et en raison de l'absence de produits touristiques aptes à soutenir la concurrence internationale, dans un second temps.

Les efforts ont été pourtant significatifs en matière d'investissement. Pour preuve toutes ces réalisations hôtelières, qu'elles soient nouvelles ou qu'elles soient en réhabilitation du parc déjà existant. Les marques internationales hôtelières se sont largement investies en Algérie à travers différentes villes. Alger, Oran, Annaba, Skikda, pour ne citer que celles là, peuvent en témoigner.

Répondant ainsi à une demande de plus en plus marquée, notamment, en tourisme d'affaires.

En terme de formation, également, des efforts notables ont été faits, quoiqu'encore loin de répondre aux besoins du secteur en matière de qualification professionnelle.

Mais tout cela reste insuffisant, voire inapte à capter de façon durable, une substantielle demande internationale, tant que la société n'est pas réceptive au flux de touristes.

Les événements qui se produisent en Algérie depuis fin février dernier semblent reconfigurer l'image de l'Algérie. Au-delà du contenu des revendications, c'est le caractère fondamentalement pacifique des manifestations qui prédominent. Comme si, une génération sortie du néant, sortie on ne sait comment, est arrivée, pour défier tout raisonnement jusque là dominant et remettre en cause tous les préjugés.

Jeunesse pétillante, courage, détermination, pacifisme, sens du partage, solidarité, intelligence, amour de l'Algérie... A se demander où était tapie toute cette énergie.

Ce sont autant de valeurs et d'attitude qui siéent au tourisme. Des valeurs et des attitudes qui ont toujours prédominé les comportements des algériens et reconnus par tous ceux qui ont l'occasion de visiter l'Algérie pendant les années fastes. Et qui donnent à croire en un avenir serein pour le tourisme.



Slimane SEBA