



## LA PROMOTION TOURISTIQUE L'AFFAIRE DE TOUS

**L**e Groupe Hôtellerie Tourisme Thermalisme a fait sienne la devise selon laquelle « la promotion de la destination touristique algérienne est l'affaire de tous ».

En s'impliquant totalement dans l'organisation de la participation algérienne à la 42ème édition du Salon international du tourisme de Budapest, il en apporte la preuve concrète. Il a mobilisé pour la circonstance les moyens nécessaires et y apportera une note de fraîcheur et innovera en terme de communication et de marketing.

Au-delà de sa propre participation en tant que Groupe avec la presque totalité de ses filiales, il a su mobiliser d'autres opérateurs, qu'ils soient du secteur privé ou public, pour une intervention concertée, diversifiée et multiforme.

Le mode de préparation constitue en lui-même un exemple à suivre. Outre les contacts permanents entretenus avec l'organisateur, durant toute l'année précédant l'ouverture du Salon, pour différents aspects liés à l'organisation, des contacts, également, sont entretenus tout le temps de la préparation, avec des opérateurs hongrois pour des ébauches de partenariats. Et là, réside toute l'importance de la préparation. Il ne s'agit pas en effet, de se présenter le jour de l'ouverture de la manifestation, armé de documentations promotionnelles et autres produits du terroir et se mettre à en faire la distribution aux visiteurs.

Il ne s'agit pas non plus de rester dans l'expectative ou dans l'attente d'un hypothétique client ou partenaire qui passerait « par là ». Mais, tout au contraire, anticiper sur des visites utiles au stand pour l'amorce de contacts, d'échanges, de négociations sur des produits touristiques nationaux. Et cela se prépare.

Et c'est ce qui a été fait à l'occasion de ce Salon, d'importance régionale. Un Salon de dimension régionale mais qui augure des perspectives prometteuses pour un marché prometteur. Une sorte de carrefour pour les pays de la région.

Les missions de promotion de la destination touristique sont, en principe, confiées exclusivement à l'Office National du Tourisme qui s'en acquitte, au gré des programmes annuels qui lui sont tracés, selon les moyens qui sont mis à sa disposition. Missions qui ont consisté, dès le départ et jusqu'à ces dernières années, à assurer une représentation de la destination algérienne à travers les principales et les plus importantes manifestations touristiques internationales. Les moyens étant dérisoires, les résultats ne pouvaient qu'être modestes. Au regard de ce qui était attendu de ces participations et au regard de ce que des pays de moins bonne aisance financière faisaient ou arrivaient à faire.

La partie algérienne se contentait de faire de la figuration. « L'essentiel, disait-on, c'est, d'être présent ». La conjoncture pendant ces années 90, ne pouvait, du reste, laisser espérer mieux. L'image de l'Algérie était très largement ternie et ce qui restait de prestations était très grandement déprécié.

Le résultat est immédiat : disparition des brochures touristiques étrangères, mise en quarantaine de l'Algérie par les grands tours opérateurs, et, inéluctablement, la désertion de la destination. Ces présences dans les Salons internationaux, bien que besogneuses, finissent tout de même, au bout d'une décennie de persévérance à un certain résultat. Les questionnements des visiteurs des stands algériens, grand public ou professionnels, ont complètement changé. Ce c'est plus « la sécurité est-elle assurée en Algérie ? », mais « Quels produits proposez-vous et à quels prix ? ». Jusque là, cette mission était assurée, à juste titre, par les pouvoirs publics, par l'entremise de l'ONT. Il ne pouvait en être autrement au regard des moyens à mobiliser et du peu de retombées commerciales attendues.

Aujourd'hui, les choses se présentent autrement. La demande internationale existe. Le réceptif international est en plein essor. Les retombées sont certaines pour les opérateurs qui ont des produits fiables à présenter.

Il est temps pour ces opérateurs de s'associer aux pouvoirs publics pour leur soutien et leur accompagnement dans cette mission de promotion de la destination touristique nationale.



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 : interexpos@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