

Dubaï: la crise profite au tourisme

Casablanca – Bureau d'ITM

« A quelque chose malheur est bon », dit un dicton français. Cela semble correspondre à la situation du secteur touristique de Dubaï, qui continue en cette fin d'année de connaître une activité soutenue.



L'ensemble des professionnels du secteur touristique de l'Emirat de Dubaï semblent d'accord : avec la crise financière que connaît cet Emirat du Golfe, les tarifs vont se stabiliser et la pression sur les réservations sera moins importante. Aussi, les prix vont

être intéressants dans les prochaines semaines. Et l'expression «le malheur des uns fait parfois le bonheur des autres» prend ici tout son sens ! La destination va devenir abordable pour de nombreux touristes, dont notamment les Européens.

Avec la désaffection du marché anglais, touché de plein fouet par la crise financière, les groupes hôteliers ont lancé des offres afin de doper des marchés plus marginaux. Pour le marché

français, par exemple, il y a un véritable engouement pour l'Emirat : le nombre de touristes français est passé de 90 000 en 2002 à 160 000 en 2009.

Il est de notoriété publique que Dubaï est un chantier à ciel ouvert avec des gratte-ciels qui poussent comme des champignons. Le groupe Dubaï World qui est le plus gros conglomérat du pays avec près de dix compagnies, dont Nakheel, une société immobilière,





est à l'origine de cette crise, en raison d'un défaut de paiement.

Santé financière solide

Ce groupe est l'initiateur du méga projet touristique des « îles artificielles », Palm Islands, qui ont fait couler beaucoup d'encre. Pour certains observateurs, le projet Nakheel est l'exemple même de la démesure et de la mégalomanie de l'émirat. Pour d'autres, c'est au contraire le symbole du formidable

volontarisme et dynamisme des dirigeants de ce petit pays, devenu en quelques années un des pôles touristiques majeurs au Moyen-Orient.

Mais, le développement de ces projets touristiques impressionnants ne peut être en aucun cas responsable de la mauvaise santé financière du groupe. « *Les produits touristiques sont minoritaires au sein de Nakheel par rapport à l'immobilier de*

bureau. Ils ne représentent que 10% », précise un observateur étranger.

Certains projets ne souffrent pour l'instant d'aucun retard. Le groupe Royal Mirage a prévu d'ouvrir une quatrième entité sur Palm Island d'ici an. « Les travaux sont en cours et les choses avancent comme prévu », souligne Nathalie Bueno directrice commerciale de Solea Vacances, spécialiste de la destination.

Paradoxalement, cette crise, loin d'éloigner les touristes, aura plutôt tendance à les faire venir.

En effet, l'émirat continuera à être un carrefour d'affaires de premier ordre entre l'Europe, l'Asie et l'Afrique. Ajouter à cela, la politique touristique développée dans l'Emirat, fondée sur une diversification de produits touristiques : tourisme d'affaires, tourisme de sports, tourisme balnéaire, tourisme d'aventures...

