

Solidarité et Adaptation

L'année touristique vient de prendre fin pour un grand nombre de pays, avec la fin de la haute saison qu'est l'été. Les résultats, sont globalement mitigés. Et pour cause ! De nombreux facteurs ont assombri le climat général : accentuation de la crise économique mondiale (notamment de l'Union Européenne, le premier marché émetteur de touristes du monde) ; tremblement de terre, suivis d'un terrible tsunami au Japon (autre important émetteur de touristes) ; évènements du printemps arabe (Tunisie, Egypte, Lybie, Syrie, Yémen...) ; et le Ramadan qui a coïncidé cette année avec la haute saison touristique.

Face à cette situation, deux mots d'ordre s'imposent, à notre sens: solidarité et adaptation.

Solidarité d'abord, pour aider ces magnifiques destinations du Maghreb et du Machrek, à effectuer leur redémarrage économique et touristique, en incitant les touristes à s'y rendre, grâce à une coopération public-privé volontariste et créative.

Adaptation ensuite. Les pouvoirs publics et les professionnels, doivent une nouvelle fois faire preuve d'un sens d'adaptation, d'imagination et de courage. D'autant plus que le client est devenu, grâce aux NTIC, plus exigeant, informé et zappeur. Donc, il faut veiller à la qualité des services offerts ; et avoir l'audace et la créativité de lui proposer des offres, des services adaptés et promotionnelles. Exemple : une grande chaîne hôtelière française vient de faire une offre promotionnelle (une baisse de prix de 30 à 40%) à l'occasion de la grande fête musulmane, Aïd El Adha.

*Nour-eddine Saoudi
Rédacteur-en-chef*