



*HTT, un maillon fort
dans le tourisme*



Tourisme & Voyages

Magazine Mensuel Spécialisé dans le Tourisme et l'Artisanat

Edition N°15 - Mai/Juin 2021 - Prix 200 DA

ZERALDA UN BALCON SUR LA MÉDITERRANÉE



M. A. BOUGHAZI *Ministre du Tourisme*

«Donner à la saison estivale,
un cachet d'excellence»

مجمع فنادق، سياحة و حمامات معدنية
Groupe Hôtellerie, Tourisme et Thermalisme
مؤسسة التسيير السياحي زرالدة
EGT Zeralda



Sables d'Or, la nouvelle vague



ANEP 2116101478



Complexe touristique de Zéralda, wilaya d'Alger
Tel : 213 (0) 23 20 95 51
Fax : 213 (0) 23 20 95 55
E-mail: contact@complexetouristiquезeralda.dz
Site Web: www.complexetouristiquезeralda.dz

I HAVE A DREAM



Par Abdelghani Talbi

Pour la 2eme année consécutive, les Algériens, du moins, la majorité, vont devoir passer les vacances d'été, dans leurs pays. Mais, contrairement à 2020, le confinement est moins strict, et les voies sont plus ouvertes, ce qui nous pousse à croire que l'été sera... chaud pour le tourisme domestique.

D'ailleurs, les pouvoirs publics veulent inverser la tendance et profiter de la situation actuelle pour fidéliser l'Algérien avec le tourisme local. C'est le Ministre du tourisme, lui-même, qui l'annonce dans l'entretien qu'il a accordé à Tourisme & Voyages.

Du coup, je me suis mis à penser à diverses actions qui peuvent être initié par les agences de voyages pour, justement, créer cette animation touristique qui nous manque tant.

Tiens, par exemple, le tourisme d'histoire, avec un circuit pour les jeunes sur les traces de la révolution, et regroupant IFRI...le congrès de la Soummam...les Casemates des Aurès...le Constantinois, etc.

Je pourrais imaginer un autre circuit sur les traces du cheikh Bouamama, plus au Sud, ou fatma N'ssoumer en Kabylie, ou encore un programme religieux avec les nombreux Zaouïas qui existent à travers nos régions. On peut retracer les péripéties du père de Foucauld de Beni Abbes, jusqu'à

son arrivée à Tam et son Hermitage à l'Asskrem.

L'aspect culturel peut prendre une bonne place avec des hommages à Issiakhem, Kateb Yacine, Etienne Dinet, cheikh hamada, pour ne citer que ceux-là, à travers des visites guidées de leurs domicile, ateliers, et œuvres d'arts.

Les musées, les célèbres mosquées, les forts militaires, les stations thermales, les ruines romaines, les gravures rupestres peuvent être aussi un outil attractif pour le touriste qu'il soit Algérien ou étrangers.

Je peux imaginer d'autres approches, d'autres animations, je peux voir l'artisanat recouvrir son industrie d'avant, je peux penser à d'autres vecteurs porteurs du tourisme en Algérie.

Oui on peut organiser et développer le tourisme local sous de nombreuses facettes, et à longueur d'année. L'Algérie est riche par son histoire, sa culture, et sa diversité, et ne peut rester cloîtré par deux saisons, le balnéaire en été, et le sud en hiver...

L'espace d'un édito, je me suis mis à penser, et même, à rêver d'un tourisme porteur en Algérie, et comme disait l'autre « I have a dream » for Algeria. Un coup de nostalgie pour les amateurs d'un groupe de musique Suédois, ou tout simplement un célèbre militant Américain pour la liberté.

TOURISME & VOYAGES

N° 15 - 15 mai/15 juin 2021



Magazine spécialisé dans
le tourisme et l'artisanat

Edité par EURL Sixty One Plus

SIÈGE SOCIAL

Adresse : 4eme groupe Bt B N° 03/42

Place du 1er Mai Alger

RC : 18B0999857-00/16

Compte : CPA 004 00116 400 0012248 19

IMF : 001816099985729

N° d'article : 16027502195

Tel/Fax : 021 66 59 05

Mob : 0661 20 64 67

RÉDACTION / ADMINISTRATION

Directeur général

Talbi Abdelghani

Gérant

Talbi Mohamed El Hadj

Directeur de publication

Kamel.B

Directeur de la rédaction

Ghani.T

Ont collaboré à ce numéro

K.Derkouche, Hadj Baraka, Talbi

Abdelghani, Hadji.T, Leticia.T

Infographie

Abderezzak.Ben

Photographie

Abdelmalek Messedek

Administration générale

Nedjma.T

Marketing & Abonnement

Ledmila.Saada

Diffusion

Maghreb Mobile

Publicité

ANEP.

Adresse : 01 Avenue Pasteur Alger

Téléphone : 021 71 16 64

Fax : 021 73 95 59

Impression

Imprimerie EdDiwan

Adresse : Houch Sbaat No 315 Zone

industrielle de Rouiba Alger

Téléphone : 0661 53 37 14

Fax : 023 85 05 17/18/19



A la une pages. 5-11

Mohamed Ali Boughazi :
«Donner à la saison estivale,
un cachet d'excellence»

HTT, un maillon fort dans
le tourisme

Zoom pages. 17-22

L'EGT Zeralda
en position de challenger



Escale inter. pages 24-26

Le Fitur 2021 : l'Espagne relance
le tourisme international

Embarquement. pages 27-35

Sultanat d'Oman Le pays
des Mille et une Nuits



En plein vol. pages 36-43

IATA : L'ère Willie Wash
a commencé

Gastronomie. pages 47-50

Le Gastro-tourisme pour
promouvoir les Destinations



Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Facebook : @TourismevoyagesMag

Instagram : @tourismetvoyages

Twitter : @Tourisme_Mag_DZ



Facebook



Instagram



Twitter

Restez connectés sur notre site : www.tourismetvoyages.com



Mohamed Ali Boughazi

Ministre du Tourisme, de l'Artisanat et du Travail familial

«Donner à la saison estivale, un cachet d'excellence»

Dès son installation à la tête du ministère du tourisme, de l'artisanat et du travail familial, M. Boughazi a investi le terrain en programmant une série de rencontres avec tous les acteurs de son département. Un grand défilé qui lui a permis de cerner les forces et les faiblesses d'un secteur qui tarde à décoller, malgré les grandes potentialités que connaît le pays. Pour lui, le développement du tourisme et la promotion de la destination Algérie passe par une réelle connaissance du terrain. Un message clair qu'il essaye de transmettre pour faire du tourisme l'autre levier économique et social du pays.

Propos recueillis par Abdelghani Talbi

Après la crise sanitaire, le tourisme a beaucoup souffert, Peut-on connaître la situation actuelle de ce secteur ?

Il est vrai que la crise sanitaire a paralysé le monde entier, et plongé toute l'humanité dans la peur que ce soit sur le plan social ou l'aspect économique. Le secteur du tourisme était le premier à en pâtir par le confinement, mais aussi par la fermeture des frontières, des espaces aériens, des établissements hôteliers, des restaurants, etc. Cela a poussé les organisations mondiales, à mettre en place, une stratégie, parfois commune, pour combattre la pandémie, et sortir de cette crise, pour le moins inédite et inattendue. Des efforts colossaux ont été consentis par de nombreux pays pour sauver le secteur et sauvegarder toute l'industrie liée au tourisme. L'Algérie a géré la situation d'une manière intelligente, et dans ce contexte, je dois dire que la fermeture des frontières, décidée, dès les premiers jours de la pandémie, par le président de la république M. Tebboune, a permis à notre pays d'appréhender et de gérer la situation mieux que d'autres pays. D'ailleurs, le premier déconfinement en Aout 2020, a coïncidé avec l'ouverture de la saison estivale, et notamment l'adoption du tourisme domestique par nos concitoyens qui ont redécouvert la beauté de leurs pays.

Cela s'est poursuivi avec la saison saharienne ...

Oui, la saison du tourisme Saharien a connu, cette année, un engouement sans pareil dans les différentes régions du sud. Cette situation a généré un double avantage pour le secteur, d'une part, la réconciliation des Algériens avec le tourisme domestique et, d'autre part, la relance de l'économie interne, à travers la réactivation de plusieurs métiers liés, directement, ou indirectement au tourisme

Les hôteliers font partie des acteurs qui ont connu un sacré coup de frein durant la pandémie ...

On est conscient de l'impact ressenti par les hôteliers et les investisseurs. Nous devons les accompagner dans cette conjoncture économique difficile. Mais, notre rôle est, également, de les convaincre à aller de l'avant et croire aux lendemains meilleurs. Le potentiel existe dans toutes les régions que ce soit au Sud, au nord ou dans les hauts plateaux, et également sous tous les segments de tourisme qu'il soit de montagne, thermal, thalasso, etc. D'ailleurs les rencontres, que nous avons eues, avec les investisseurs, les associations et les fédérations étaient l'occasion pour nous d'écouter leurs do-

«Le potentiel existe dans toutes les régions que ce soit au Sud, au nord ou dans les hauts plateaux (...) Il est, également sous tous les segments de tourisme qu'il soit balnéaire, thermal, de montagne, etc.»

léances, d'énumérer leur problème et de les encourager à poursuivre leurs engagements. Nous avons, par ailleurs tenu à relancer les projets en souffrance et à trouver les solutions pour faire redémarrer la machine.

Aussi, notre rôle est de faire la promotion de la destination Algérie et leur garantir, de ce fait, une clientèle sûre à long terme de l'année, pour relancer ainsi, la machine économique.

Le tourisme en Algérie bénéficie de plusieurs segments, on peut parler du tourisme thermal, religieux, culturel, le tourisme d'histoire. D'après vous quels sont les créneaux les plus porteurs pour redynamiser le tourisme en Algérie ?

Le président de la république M. Tebboune a affirmé, dès son investiture, sa volonté à développer le secteur du tourisme afin de lui permettre de deve-





Le Ministre en compagnie du directeur général de *Tourisme & Voyages*

nir un outil de productivité, créateur de richesse et de postes d'emploi et sortir de la dépendance aux hydrocarbures et de la rente pétrolière et gazière. D'ailleurs le gouvernement a mis en œuvre un plan pour favoriser l'émergence de pôles d'excellence répondant aux normes et standards internationaux, au regard des potentialités nationales.

Dans ce contexte nous avons établi une stratégie travail basée sur la promotion de la destination Algérie et diversifier tous les segments que vous venez d'énumérer. On ne peut que se réjouir de la richesse et la beauté de notre pays

Depuis votre nomination en Février, vous avez programmé, M. le Ministre, une série de rencontres avec les acteurs du secteur, à quoi consiste cette démarche ?

«Le tourisme domestique connaît un nouveau souffle. On doit profiter de la situation actuelle pour fidéliser l'Algérien avec le tourisme local. C'est une bonne occasion pour nous, de pouvoir inverser la tendance.»

Il faut savoir que le tourisme ne peut pas être géré d'une manière administrative. Il s'agit d'un secteur qui se repose d'une part sur l'offre et les capacités infrastructurelles, et d'autre part, sur la demande et les promotions. L'équation est telle qu'on doit investir le terrain et avoir une connaissance réelle de la situation. C'est dans ce contexte que le Ministère met en place une politique et une stratégie globale, avant de passer à des actions concrètes. Tout cela doit obéir à deux approches, l'une scientifique avec la valorisation du patrimoine existant et l'autre pratique avec la sensibilisation des acteurs du tourisme en les boostant à travailler d'avantages sur l'attractivité de la destination Algérie, les offres et les promotions. C'est le message que nous essayons de transmettre sur le terrain.

»»

»» Vous préparez actuellement la saison estivale, à travers de nombreuses sorties dont celle effectuée dernièrement à Oran. Est-ce qu'il y a un plan d'action dans ce sens ?

Tout d'abord, une chose est sûre, c'est que les Algériens vont passer leurs vacances en Algérie vu les contraintes actuelles due à la pandémie du Covid-19, que ce soit chez nous, ou dans le monde. Nous avons déjà eu l'expérience de l'été 2020, durant lequel le tourisme domestique a connu un nouveau souffle. On doit profiter de cette expérience et de la situation actuelle pour fidéliser l'Algérien avec le tourisme local c'est une bonne occasion pour nous, de pouvoir inverser la tendance.

«Il faut placer le touriste Algérien dans la peau d'un explorateur qui veut connaître son pays, le réconcilier avec son Algerianité du présent du passé et aussi du futur.»

Sous cet angle nous nous attelons à préparer une bonne saison estivale et lui donner un cachet d'excellence dans tous les domaines, le service, l'accueil, le transport etc. A ce titre, le Ministère de l'intérieur, partie prenante, dans cette préparation, que ce soit, avec la commission nationale ou les comités de wilaya fait un travail énorme pour la réussite de la saison estivale.

Vous avez évoqué dernièrement le plan promotionnel pour chaque wilaya, a quoi consiste ce plan ?

Vous faites bien d'évoquer ce point. Oui J'ai tenu à réunir les directeurs de tourisme des 52 wilayas pour avoir un travail complet dans toute l'Algérie et non pas seulement les wilayas du nord. La

saison estivale rime, certes, avec la plage, la cote, mais l'Algérie est riche aussi par sa montagne, ses forêts et sa diversité, il y a le tourisme balnéaire, mais aussi culturel, sportif, thermal, le tourisme de montagne et d'aventure, certains veulent découvrir, aussi, le sud durant la basse saison. C'est dans cet optique que nous avons mis en place le plan promotionnel pour chaque wilaya afin de déterminer les potentialités de chacune d'elle et en insistant aussi sur l'animation et l'industrie artisanale, autre vecteur porteur du tourisme en Algérie. Il y a aussi le HTT qui nous accompagne dans cette approche

Qu'en est-il de votre politique intersectorielle ?

Sur ce plan, nous sommes en contacts avec différents Ministères, comme la culture, les Moudjahidines, les affaires religieuses, la jeunesse et des sports, etc. Afin de diversifier le produit touristique et avoir une visibilité qui touche tous les secteurs.

A mon avis, le touriste doit être attiré par la nature, la beauté du pays, mais aussi par son histoire, sa culture, son art, son patrimoine. D'où la nécessité de valoriser la richesse de notre pays par des offres et des promotions palpables. Il faut placer le touriste Algérien dans la peau d'un explorateur qui veut connaître son pays, le réconcilier avec son Algerianité du présent du passé et aussi du futur.

Qu'en est il des contacts établis avec le Ministère du transport ?

Le secteur du transport est un partenaire essentiel et important pour le tourisme. Nous avons eu des discussions avec le Ministre du transport dans ce sens. Il existe déjà une convention entre plusieurs partenaires, dont le HTT et l'ONAT, on va l'actualiser et la réadapter au nouvel environnement. D'ailleurs nous allons rencontrer, dans les prochains jours, le directeur général d'Air Algérie et le directeur général de la SNTF pour avancer dans ce sens. A mon avis le tourisme domestique ne peut prendre son





envol sans une bonne politique commerciale en matière de transport dans le pays

Lors de la célébration de la journée de l'étudiant, vous avez insisté sur le volet formation...

Oui, nous travaillons en étroite collaboration avec le Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique pour revoir le programme de formation des futurs cadres du secteur. Il faudrait que ces formations obéissent à la réalité du terrain, à la demande du marché et à l'offre d'emploi. Dernièrement nous avons associé le HTT, fort de ses 78 établissements, dans la convention cadre avec l'ENST et l'ESHRA dans les domaines de la formation et de l'emploi des étudiants. La même opération est entraîné de se faire avec la formation professionnelle pour avoir, sur le marché de l'emploi, des techniciens supérieurs qualifiés. On doit penser à la formation, au recyclage et au perfectionnement continu pour avoir un service de qualité dans le secteur du tourisme

Vous avez, dès votre arrivée, encouragé la presse spécialisée, qui reste un des maillons essentiels pour la promotion de la destination Algérie. Comment peut-elle concrètement être soutenue pour accompagner le développement de ce secteur ?

La presse est un partenaire permanent pour notre département. Je peux vous dire que le tourisme ne

«Le tourisme ne peut pas réussir sans les médias spécialisés qui savent vendre la destination Algérie, et valoriser la richesse du pays.»

peut pas réussir sans avoir des médias spécialisés, comme vous, qui savent vendre la destination Algérie, et surtout valoriser la richesse du pays. Le journaliste a un rôle important dans la sensibilisation, le changement de mentalité et la culture touristique du citoyen. Nous en sommes conscients de l'apport de

la presse, et nous sommes là pour l'accompagner dans son épanouissement.

Les nouvelles technologies font leur entrée dans le secteur, c'est une autre mentalité qui s'installe ...

Les nouvelles technologies et la numérisation touche, en effet, tous les secteurs, y compris le tourisme. Cette transformation a changé les mentalités et la vision des clients, devenus, plus exigeants et pointilleux sur plusieurs aspects. Cela pousse le prestataire à élever le niveau des prestations et obéir aux règles d'une concurrence, de plus en plus, rude. D'ailleurs, dans l'une de mes rencontres avec les acteurs du tourisme, je leur ai dit qu'il faudrait, dès maintenant, cerner les besoins futurs des clients, et sa nouvelle vision des choses.

Une dernier mot M. Le Ministre ...

Nous tenons à vous encourager dans votre travail, vous féliciter pour la promotion que vous faites pour la destination Algérie, et nous vous assurons de notre soutien.

L'ONT et l'ONAT de la rampe



Le Ministre du Tourisme et de l'artisanat, s'est lancé dans une série de visites aux diverses entreprises et organismes sous sa tutelle, histoire de lancer une nouvelle dynamique de développement et motiver les différents responsables.

De prime abord, le Ministre a eu une réunion de travail avec la première responsable de l'ONT, Mme Saliha Nacer Bey, et les cadres de l'office pour « aborder toutes les questions liées à la promotion et au développement de la destination Algérie ». Le ministre s'est rendu dans diverses directions et services et a manifesté un intérêt particulier pour le service de documentation et les supports promotionnels. Il s'est attardé également sur la stratégie du secteur qui nécessite l'implication totale de l'ONT, que ce soit sur la promotion du tourisme national (domestique), ou la destination Algérie, au niveau international.

sous les feux

Cette stratégie de promotion consiste à engager des actions de communication et d'information visant à améliorer l'attractivité des destinations nationales et locales à travers un plan communication selon les normes et techniques modernes, et conformément aux exigences de la compétition internationale.

Une halte à l'agence Audin de l'ONAT

D'autre part, le ministre a visité l'agence de la place Audin (Direction Régionale centre de l'ONAT), et pris connaissance des conditions de travail et des différents programmes touristiques. La mission principale est de faire progresser le tourisme domestique, en tant qu'outil important de concrétisation de la politique du secteur qui vise à améliorer la qualité des produits.

Le ministre a également discuté avec les représentants des travailleurs ainsi qu'avec certains accompagnateurs touristiques.

Tour opérateur national, l'ONAT est actuellement chargé de la commercialisation de la destination Algérie et du développement du tourisme national. Pour rappel, l'entreprise a été rattachée au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, en 2011, en tant que « EPE non affiliée ». La stratégie de l'ONAT est



de maintenir le cap dans le développement de la Destination Algérie, tout en mettant sur le marché des produits attractifs de par leurs qualités et leurs prix, à la disposition des clients.

Elle s'est spécialisée dernièrement dans les circuits de découverte et d'évasion notamment dans le Sud algérien (Igli, Taghit et Béni Abbès) et les excursions dans les grandes villes (Oran, Tlemcen, Alger, Tipasa et Cherchell, Mostaganem).



HTT, un maillon fort

Le Groupe HTT a toujours été partie prenante et un maillon fort dans la stratégie de développement touristique dans notre pays. Il se veut un acteur majeur de la relance du tourisme domestique.



rt dans le tourisme

Le groupe est associé, dès le départ, au processus de préparation de la saison estivale. Le souci est de favoriser un séjour de qualité aux clients nationaux et étrangers : HTT est pleinement conscient que la qualité représente l'élément distinctif primordial dans les produits, services et prestations offerts et commercialisés. Il s'inscrit dans une dynamique de progrès et d'évolution. Dans ce cadre, le groupe est engagé depuis plusieurs années dans une vaste opération de rénovation des hôtels.

La modernisation n'a pas concerné uniquement les infrastructures, des opérations menées simultanément par le groupe ont touché les aspects de modernisation de la gestion des hôtels. Le groupe a lancé également le chantier de la numérisation de ses structures ainsi que celui de la formation des effectifs. La formation a mis l'accent sur des spécialités telles que « la gestion de la restauration, l'art culinaire, la réception, le contrôle et l'hygiène ». L'acquisition des compétences en hôtellerie est plus qu'une nécessité, notamment dans le secteur public, car les spécialistes affirment qu'il ne s'agit plus de se contenter de réhabiliter des établissements ou se lancer dans des opérations de mise à niveau pour certains et de modernisation pour d'autres pour réussir une stratégie.

L'hôtel El Caïd a été mis en exploitation en octobre 2013, Saoura et Gourara en février et avril 2015. Il y a eu la réouverture de l'hôtel Kerdada de Bou Saâda en octobre 2018, l'hôtel Touat (Adrar) en Janvier 2020.

Tous ses efforts déployés par le Groupe HTT ont permis aujourd'hui de soutenir concrètement et efficacement les actions de l'Etat concernant la lutte contre le Covid-19 et particulièrement dans le cadre du confinement. Malgré une conjoncture défavorable, marqué par un recul économique et une crise sanitaire du Covid-19.

Engagé dans la bataille contre la Covid-19

Ainsi, dans le cadre des opérations de rapatriements des citoyens algériens bloqués à l'étranger, et le processus entamé le 1er juin dernier, le groupe hôtellerie, Tourisme et Thermalisme a réservé plusieurs de ses hôtels des wilayas d'Alger, d'Oran et de Constantine pour recevoir les citoyens algériens et les soumettre à un confinement de 5 jours et ce jusqu'à la délivrance des résultats d'analyses définitives. Les hôtels concernés par ces opérations sont le Mazafran (Zeralda), le village touristique de Zeralda, complexe touristique Résidence Marina H3 de Sidi Fredj, hôtel El Marsa (Sidi Fredj), Hôtel El Raïs (Ain Taya), complexe touristique les Andalouses (Oran), hôtel Panoramique (Constantine).

Le HTT a réduit considérablement les coûts du confinement pour les expatriés souhaitant venir en Algérie cet été et fixé à 33 000 dinars algériens. Néanmoins, les étudiants et les personnes âgées à faible revenu parmi les Algériens de retour au pays sont dispensés de ces frais en déposant leurs demandes accompagnées d'une preuve de leur statut auprès des représentations diplomatiques algériennes à l'étranger. Aussi, les séjours peuvent être prolongés si le résultat de la détection du coronavirus est positif le cinquième et dernier jour. A ce titre le PDG du groupe hôtellerie, tourisme et thermalisme, Lazhar Bounafaa a souligné la réunion de toutes les conditions pour l'accompagnement de ces citoyens algériens, tout au long de leur durée de confinement. Le patron du HTT a exprimé sa satisfaction à l'égard du déroulement de cette expérience dans un contexte sanitaire particulier et sensible tout en se félicitant de la performance des employés mobilisés au niveau de ces hôtels. Il faut rappeler que le groupe HTT qui a été engagé depuis le début, dans la bataille sanitaire contre le Covid-19 a acquis une certaine maîtrise dans ce domaine et l'expérience nécessaire pour ce genre d'opération.



Les JM pour vendre l

Le Ministre du Tourisme, de l'artisanat et du Travail familial, a procédé à la mi-mai à l'installation au siège du ministère, d'un comité sectoriel chargé de suivre la préparation des jeux méditerranéens Oran 2022, dans ses aspects touristiques et concerne les domaines suivants: hébergement, restauration, activités touristiques, artisanat et promotion des circuits touristiques.



Monsieur Boughazi avait insisté, lors de cette réunion, sur l'importance de cet événement dans la promotion de la destination touristique d'Oran et demandé à ce que ce comité entame des séries de réunions et de rencontres sur le terrain, chose qui a été fait depuis le 20 mai dernier. Mieux, le Ministre avait effectué le 10 mai une visite de travail à Oran afin de s'enquérir des préparatifs des Jeux méditerranéens 2022 d'une part et de ceux de la saison estivale prochaine d'autre part, il avait exprimé sa satisfaction quant aux capacités d'accueil dont dispose la wilaya.

la destination Oran



Une aubaine pour les professionnels du tourisme

Les événements sportifs sont une aubaine pour les professionnels du tourisme. Ils sont de véritables supports de notoriété pour le territoire d'accueil. Grâce au tourisme sportif, il est donc possible d'asseoir son image internationale. De tels rassemblements profitent directement aux acteurs du tourisme, notamment les agences de voyage et hôtellerie en particulier. De nos jours, les grandes manifestations sportives représentent une possi-

bilité d'acquérir une visibilité internationale pour un pays et une ville, et d'espérer de gros revenus. Le sport est devenu un vecteur de communication sans équivalent, et les retombées se répercutent tant sur le plan urbanistique, économique, environnemental, que touristique. Dans ce cadre, l'impact touristique est évidemment valorisé, puisque l'événement provoque un flux de touristes nationaux ou internationaux qui viendront consommer sur le territoire concerné.

L'Afrique du Sud et l'Espagne, des exemples à suivre. L'organisation réussie de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 par exemple a évidemment eu un impact très positif sur le tourisme en Afrique du Sud. Mais les répercussions de l'événement se font sentir bien au-delà car le pays tout entier jouit désormais d'une bien meilleure image sur la scène internationale. La majorité des personnes venues pour la Coupe du Monde de la FIFA ont apprécié leur séjour et fait part de leur souhait de revenir pour visiter le pays plus tranquillement. C'est le même challenge qui attend l'organisation des jeux méditerranéens d'Oran 2022.

Autre exemple : Barcelone a profité de la publicité offerte par les JO de 1992 pour se vendre comme une destination touristique de premier plan. Des années plus tard, elle accueille près de 30 millions de touristes par an. Les Jeux Olympiques ont permis de faire connaître la ville au niveau mondial et ont permis une transformation urbaine majeure, tout en laissant des installations sportives qui sont encore utilisées aujourd'hui.

Relancer les infrastructures

La mobilisation des pouvoirs publics pour réussir la 19e édition des Jeux méditerranéens prévus à Oran en 2022 a permis de donner un nouveau souffle aux projets en souffrance, en particulier le complexe sportif de Bir El Djir et le village méditerranéen, selon Salim Iles, directeur général du Comité d'organisation des JM (COJM). Après les Jeux méditerranéens d'Alger en 1975, il aura donc fallu attendre 45 ans pour voir cette grande compétition sportive, qui rassemble 24 pays, revenir en Algérie.

Les autorités algériennes ont promis une grande campagne médiatique autour des Jeux méditerranéens, la création d'un musée des jeux et l'application d'un riche programme en matière d'animations de la ville.

مجمع فندقية، سياحة و حمامات معدنية

Groupe Hôtellerie, Tourisme et Thermalisme

مؤسسة التسيير السياحي زرالدة

EGT Zeralda



Hôtel Mazafraan, la nouvelle vague



ANEP 2116101479

Complexe touristique de Zéralda, wilaya d'Alger

Tel : 213 (0) 23 20 95 51

Fax : 213 (0) 23 20 95 55

E-mail: contact@complexetouristiquezeralda.dz

Site Web: www.complexetouristiquezeralda.dz



L'EGT ZERALDA EN POSITION DE CHALLENGER

L'Entreprise de gestion touristique de Zéralda revendique une place sous le soleil et au bord de la méditerranée. Elle s'est lancée, depuis quelques années, dans un vaste programme de modernisation et de réhabilitation pour permettre aux Algériens de bénéficier de séjours agréables et de vacances inoubliables.



Filiale du groupe HTT, l'entreprise de gestion touristique de Zéralda veut aujourd'hui jouer dans la cour des grands, elle est composée de trois unités, à savoir de deux hôtels, le Mazafran et les sables d'Or, ainsi que le centre touristique, tous les trois offrent les ingrédients d'un séjour agréable.

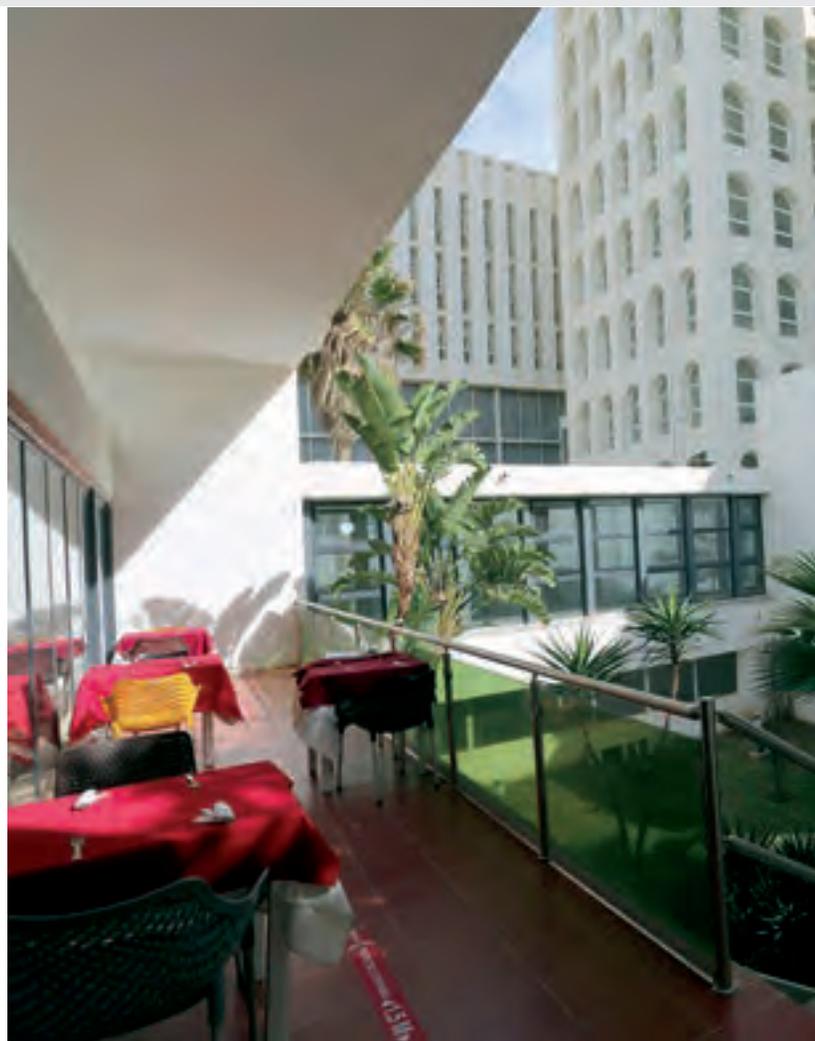
LE MAZAFRAN, UN BALCON SUR LA MÉDITERRANÉE

L'hôtel Mazafran s'étale sur une superficie totale de 45 160 m², classé 3 étoiles, composé de 392 chambres, 54 suites, une salle de conférence de 200 places, de 7 salles de réunions 25 places chacun, une salle de séjour et un lobby bar, un chapiteau de 200 places et une piscine extérieure.

A partir de la terrasse, les vacanciers pourront apprécier la vue magnifique sur la grande bleue. Les chambres et les suites spacieuses et confortables sont réparties en différents blocs dont la moitié avec vue sur la méditerranée, ils sont toutes équipées de salles de bain, de climatisation, TV satellitaires, espaces bureau, mini bar, téléphone et wifi, il reste l'un des meilleurs hôtels dans sa catégorie. Côté restauration, il possède des établissements aux noms évocateurs.

Bab El B'Har, d'une capacité de 150 couverts, ambiance design et service à table et en formule buffet pour un repas d'affaires ou entre amis. Bab D'Zira qui assure 100 couverts, ambiance algérienne et service à la carte, variété de mets traditionnels élaborés par le chef exécutif, et Abu Newas, un salon de thé/bar, idéal pour prendre un verre, snacks pizzas et shisha dans une ambiance musicale.

Pour les banquets, l'hôtel Mazafran propose la kheima Oasis (300 personnes en classique et 450



en théâtre), Le Tipaza (200 personnes en classique et 250 en théâtre), Qasr Rais (70 personnes en classique et 100 en théâtre).

Les professionnels ont, également, toutes les commodités pour leurs séminaires et conférences avec le Carthage, une salle destinée au séminaire et réunion pour 20 personnes, la salle Bab El Oued qui présente les mêmes capacités, et 4 salles de sous-commissions de 25 personnes, chacune.

Enfin, côté distraction et détente, l'hôtel Mazafran dispose de plusieurs terrasses et snack piscine plein air, ainsi que des plages avoisinantes bien aménagées.

Les travaux de rénovation, d'équipement et de numérisation ont débuté en mai 2017 tout en l'exploitant partiellement et a été réceptionné en juillet





2019. Il a été rénové dans des délais raisonnables, grâce à l'intervention de plusieurs bureaux d'études nationaux et d'une cinquantaine d'entreprises de réalisations nationales ».

EN ATTENDANT LES SABLES D'OR

Le centre de vacances s'étale sur une superficie totale de 160 026 m² et s'offre une capacité d'accueil de 550. Classé 3 étoiles, il est composé de 78 bungalows F3, d'un hôtel résidence de 19 appartements de type F2, un restaurant, un centre commercial et de 28 villas, on retrouve aussi le Snack la balade qui offre une capacité de 88 couverts, situé pied dans l'eau et avec une terrasse vue sur mer, un lieu idéal pour déguster salades, sandwiches, grillades,

pizzas et desserts gourmands en famille ou entre amis dans un décor traditionnels et belle ambiance musicale. L'opération de réhabilitation a débuté en mai 2017 et s'est achevée en juillet 2019.

Enfin, l'hôtel Les sables d'Or qui occupe une superficie de 21 555 m², a été rénové pour avoir une classification de 4 étoiles. Il est composé de 207 chambres, 21 suites, une salle de séjour et un lobby bar, deux salles de restaurations avec une capacité totale de 600 couverts, trois salles polyvalentes, une salle de fitness et une piscine extérieure. « Le Sable d'Or est en cours d'achèvement, nous comptons procéder à son ouverture pendant la période estivale » conclut Mr Touati, le directeur général de l'EGT Zeralda dont l'effectif avoisine les 400 travailleurs répartis sur les trois unités.



Arezki Touati (DG de l'EGT Zéralda)

«Objectif, fidéliser la

Arezki Touati, le directeur général de l'entreprise de gestion touristique de Zéralda, nous confie tous les détails sur les prestations offertes au niveau de son complexe, afin de fidéliser sa clientèle.

L'entreprise de gestion touristique de Zéralda est un complexe touristique composé de 3 unités (Les Sables d'Or, Le Mazafran et le centre touristique) qui s'étale sur une superficie de 20 hectares, il est l'œuvre de l'architecte Fernand Pouillon, il a été mis en exploitation dès 1969 « Le complexe n'a pas connu d'opération de réhabilitation depuis plus d'une vingtaine d'années. La capacité d'accueil du complexe touristique de Zéralda est de 1800 lits », précise d'entrée, Arezki Touati, directeur général de l'entreprise de gestion touristique de Zéralda, qui se lance le challenge de réussir la saison estivale, en permettant aux Algériens de profiter de cette période pour se ressourcer et se retrouver en familles dans un cadre agréable. Cela a été rendu possible après les opérations de modernisations qui visent à mettre les structures aux normes internationales « Nous avons réceptionné le Mazafran en juillet 2019, le centre de vacances durant la même période le Sable d'Or est en cours d'achèvement, nous comptons procéder à son ouverture pendant la période estivale ». Le directeur général ne tarit pas d'éloges, à propos de cette dernière unité « Les Sables d'Or est un hôtel historique il fait partie des meilleures œuvres connues de Pouillon, un hôtel les pieds dans l'eau, la qualité des travaux réalisés permettra d'offrir une prestation supplémentaire de qualité pour une clientèle exigeante et permettra à l'entreprise de générer des profits appréciables ». Pour le premier responsable de l'entreprise, l'hôtel a sa clientèle historique « on a des demandes dès maintenant des gens qui avaient l'habitude de séjourner dans cet hôtel qui a une très bonne réputation au niveau national » Pour sa réouverture, la politique des prix a été bien étudiée, au départ, il y aura des produits d'appel, nous dit, le directeur général, ce qui permettra au maximum de



personnes de profiter des services et de connaître l'hôtel, les tarifs promotionnels pour la période estivale sont préférentiels avec un chambre simple en demi-pension à 11 000 DA, la chambre double est à 15 500 DA en demi-pension, la suite junior 2 pax est à 17 000 DA en demi-pension et la suite senior 4 pax est à 28 000 DA en demi-pension. C'est des prix abordables et d'appel pour cette saison estivale. Cela permet à l'entreprise de faire connaître cet hôtel, et à cet effet, un plan de communication, a été arrêté « Nous venons de signer un contrat avec une boîte de communication avec les tours opérateurs et agences de voyages et avec des prix dédiés à cette catégorie : promotion de 10 % pour les œuvres sociales, 15 % pour agences de voyages et 20 % pour

clientèle»

les tours opérateurs. Nous offrons aussi des packages week-end, semaine et moyen séjour en plus des ventes flash ». La communication digitale n'a pas été oublié avec une visibilité sur les réseaux sociaux et une présence sur les plates-formes en ligne. Il y a également des actions marketing qui seront lancées pour drainer le maximum de clientèle. « Les objectifs sont l'élargissement de notre part de marché, l'évolution des taux d'occupation et de fréquentation, l'augmentation du chiffre d'affaires, la satisfaction et la fidélisation de la clientèle et la préservation et l'amélioration de l'image de marque de l'entreprise » souligne Mr Touati.

Une animation particulière en été

La direction générale et son staff ont également préparé une animation particulière durant la saison estivale « On compte mettre en place une kheima pour la production de spectacles et l'organisation des soirées animées avec des orchestres et groupes artistiques, au niveau des piscine, il est prévu l'organisation de jeux et concours, des défilés, barbecue, et de jeux pour enfants. Au niveau des restaurants et terrasses, l'organisation de semaines culinaires à thème, de concours de cuisine et pâtisserie et une animation musicale. Nous allons permettre aux artisans de faire connaître leurs produits aux niveaux des hôtels. Nous allons organiser des activités sportives au niveau de la plage. Enfin l'opération « carrefours de l'artisanat » sera lancée en juillet puisqu'en juin, nous serons concernés par les opérations de confinement », un riche programme agrémenté aussi par l'aspect culinaire « Nous avons déjà misé sur cet aspect en organisant les restaurants avec à la tête un grand chef qui a essayé de mettre en place une approche culinaire diversifiée de qualité (plats traditionnels et revisités ».

Enfin pour ce qui est de la sécurité et le confort des estivants, le complexe est doté de parkings réhabilités avec une capacité assez conséquente. « Nous avons un système de télésurveillance et de sonorisation. L'entreprise a mis en place un système d'information qui permet de collecter, stocker, traiter et distribuer l'information en temps réel pour une totale maîtrise de l'exploitation et une gestion efficiente de ces unités hôtelières » conclut Mr Touati, le Directeur général de l'EGT Zeralda.

Fiche technique

L'hôtel Mazafran

- Superficie de 45 160 m²
 - Classé 3 étoiles,
 - 392 chambres
 - 54 suites
- Restaurant Bab El B'Har : 150 couverts formule buffet
 - Bab D'Zira : 100 couverts à la carte
 - Abu Newas : salon de thé/bar,
 - Séminaires et banquets
- Kheima Oasis : 300 personnes
 - Tipaza : 200 personnes
 - Qasr Rais : 70 personnes
 - Carthage : 20 personnes
 - Bab El Oued : 20 personnes



Centre touristique

- Superficie totale de 160 026 m²
 - Classé 3 étoiles,
 - 78 bungalows type F3
 - 28 villas
 - Un hôtel résidence de
 - 19 appartements de type F2
 - Un restaurant de 88 couverts
 - Un centre commercial



Les sables d'Or

- Superficie de 21 555 m²
 - Une classification de 4 étoiles
 - 207 chambres
 - 21 suites
 - 1salle de séjour
 - 1 lobby bar
- 2 salles de restaurations avec une capacité totale de 600 couverts
 - 3 salles polyvalentes
 - 1 salle de fitness
 - 1 piscine extérieure

Les sables d'Or : la nouvelle vague de Zéralda

La nouvelle vague de cette saison estivale s'appelle les Sables d'Or ! Un hôtel qui renaît après plusieurs mois de réhabilitation et de mise à niveau.

Le challenge a été de métamorphoser les lieux délabrés qui nécessitaient des travaux de restauration tout en respectant leur âme et leur histoire. Un hôtel qui a été immortalisé par des séquences du film « Les vacances de l'inspecteur Tahar », rappelant aux nostalgiques l'âge d'or du tourisme algérien lorsque l'Algérie était une destination touristique internationale très fréquentée et qui reste un joyau de la méditerranée et l'un des œuvres de l'architecte Pouillon les plus impressionnants.

Un hôtel à l'architecture originale, dont toutes les chambres côté mer, n'ont aucun vis-à-vis. D'un petit balcon, on peut rester plusieurs heures, à admirer la beauté de la méditerranée, à écouter le clapotis de l'eau, à humer l'air marin, à profiter du coucher à l'horizon, enfin à somnoler en étant bercé par le ressac des petites vagues qui viennent mourir sur un sable fin et doré.

Il veut offrir aux vacanciers une évasion estivale et une opportunité de surfer sur les vagues de l'émotion.

Les pieds dans la méditerranée

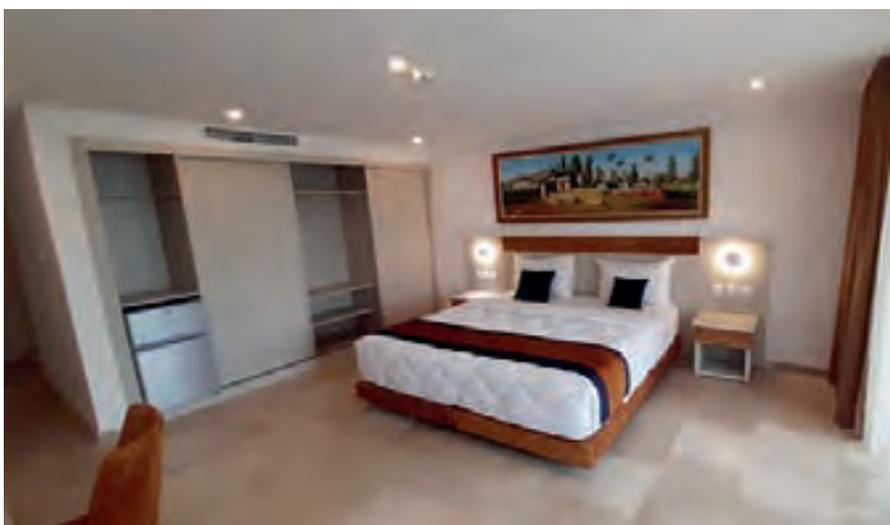
Pour l'EGT Zéralda, l'hôtel les sables d'or apportera sa graine pour améliorer les résultats financiers de l'entreprise et affronter la concurrence. En effet, il a été constaté que le parc hôtelier a connu une évolution conséquente par la mise en exploitation de nouveaux

établissements balnéaires et urbains de divers niveaux de classement. Ces hôtels relevant du secteur privé s'accaparent inévitablement une part des segments du marché et constituent désormais une forte concurrence. « Aujourd'hui, il ne s'agit plus de parler de nuitées mais il faut surprendre et émerveiller les clients », précise Bouallouche Ahcene, directeur de l'hôtel Sables d'Or. Il veut développer une véritable stratégie commerciale et marketing pour faire de cet hôtel une des références sur le marché des hôtels balnéaires.

L'hôtellerie est un secteur fortement concurrentiel et en perpétuelle mutation. L'enjeu, pour les hôteliers, est la différenciation.

« Dans l'hôtellerie et le tourisme, l'objectif n'est pas d'innover pour innover ou réhabiliter pour réhabiliter. Le plus important est de proposer des services à forte valeurs ajoutées répondant aux attentes et aux besoins spécifiques de la clientèle en optant pour la segmentation et le yield management. C'est de cette manière que vous améliorez rapidement l'expérience client » Nourri de cette conviction, les responsables ont opté pour des services et une animation qui agrémentent les séjours. Outre la plage, il y aura des événements qui vont rendre le séjour plus attractif. Les clients n'achètent plus un simple séjour banal mais des activités qui vont rendre les vacances plus riches en émotions.

Avec ces photos, les premières photos de l'hôtel, dévoilés en exclusivité, *Tourisme et voyages* donne à ses lecteurs un avant-goût de vacances pour susciter l'envie d'aller y planter son décor dès cet été.





Boumerdès prépare sa saison estivale

«Une enveloppe de plus de 15 millions DA a été mobilisée pour le financement d'opérations d'aménagement, lancées en réalisation au niveau de 25 plages autorisées à la baignade, sur les 47 que compte la wilaya.»

Cette indication émane du directeur par intérim du tourisme et de l'artisanat qui précise que ce montant s'ajoute aux subventions financières dégagées sur le budget de la wilaya et des communes côtières, pour la réalisation d'opérations de développement au profit d'autres plages.

L'aménagement de ces plages consistera en la réalisation d'accès, de l'éclairage public, de salles d'eau, de points de rejet des déchets et de parkings, outre des postes de garde, et des postes pour les services de la protection civile et d'autres services sécuritaires

concernés.

Les communes côtières de la wilaya vont, également, procéder, en collaboration avec des opérateurs privés, au lancement de larges opérations d'aménagement et d'embellissement de plusieurs sites de détente, de forêts et d'espaces verts, situés dans les périmètres des plages. Aussi, des sessions de formation sont animées au profit des opérateurs du secteur et des gérants de différents établissements hôteliers, centres de repos et de campings, au titre des efforts d'amélioration de leurs prestations.

Sur le plan communication, des supports d'information mettant en lumière les atouts touristiques de la région, entre sites balnéaires, de montagne et thermales, seront diffusés à l'occasion, avec la distribution, notamment de CD comprenant des informations sur les plus importants sites touristiques archéologiques et historiques de la wilaya, parallèlement au renforcement du portail électronique de la direction locale du tourisme sur la toile. Les autorités locales promettent une saison estivale plus attractive que les précédentes à travers une grande mobilisation pour atteindre cet objectif, synonyme d'une nouvelle gestion en matière de rentrées financières au profit des collectivités ainsi que d'une relance de la dynamique de développement touristique de la wilaya





Le Fitur 2021 tenu physiquement à Madrid

L'Espagne relance le tourisme international

Bien que le volume de participation fût plus faible, et conditionné par de fortes mesures de sécurité contre le covid-19, Fitur 2021 a marqué son retour, en étant le premier grand salon mondial à se tenir, physiquement, depuis le début de la crise sanitaire il y a plus d'un an.

Le Fitur veut avant tout, relancer le tourisme mondial post Covid-19. Il a fêté sa 41e édition dans un contexte pandémique comme le montrent les chiffres (à la baisse) des pays présents : de 165 en 2020 à 55 de cette année avec une présence physique (79 autres nations défilèrent à travers le salon via la plate-forme numérique Fitur LIVEConnect). D'ailleurs l'IFEMA s'est engagé à numériser ses événements dans un effort pour promouvoir des produits et services qui atteignent d'autres marchés. Les organisateurs ont mis en évidence le fait qu'il s'agit du premier salon présentiel pour le tourisme depuis le début de la pandémie de Covid-19.

«Le monde entier nous regarde, car en dépit de tous les pronostics, nous avons fait le pari de célébrer le salon de manière présenteielle », a déclaré lors d'une conférence de presse José Vicente de Los Mozos, président du comité exécutif du parc des expositions Ifema à Madrid.





Un message fort de l'OMT

Ainsi Fitur 2021 a occupé un total de 44 000 mètres carrés et sept pavillons, avec une présence plus importante et plus animée d'exposants espagnols. La section internationale a attiré de nombreux visiteurs et notamment le stand de Moscou.

Le FITUR bénéficie du soutien unanime de l'industrie touristique espagnole, c'est le deuxième salon le plus important au monde, et le premier par son impact dans la région ibéro-américaine il attire plus de 11000 entreprises de 165 pays, ainsi que les représentations officielles de la plupart des nations du monde en termes d'innovation et de promotion de nouveaux segments touristiques, de leadership technologique dans la gestion du tourisme et de transferts de connaissances.

Le Salon est également soutenu par l'organisation mondiale du tourisme (OMT) dont le siège est à Madrid ; un lien qui se matérialise également au niveau du conseil d'administration des membres affiliés de l'OMT, actuellement présidé

par IFEMA/FITUR. Sa fréquentation annuelle a un impact économique de 330 millions d'euros, avec des répercussions directes sur la reprise de l'activité touristique et la dynamisation des secteurs liés au tourisme à Madrid.

Profitant de la notoriété de ce salon, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) a réuni les dirigeants des secteurs public et privé pour envoyer un message fort et appeler à prendre des mesures audacieuses pour relancer l'industrie.

Tourism is back

L'Espagne s'engage à aller vers une ouverture en toute sécurité et dans ce contexte, le Fitur a véhiculé des messages optimistes en vue de la réouverture du secteur. Le slogan retenu « Tourism is back » a impulsé la grande récupération touristique au niveau national, mais également au niveau international. D'ailleurs, selon la ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme Reyes Maroto, l'Espagne espère recevoir 45 millions de visiteurs d'ici la fin l'année, soit plus de la moitié des 83,5 millions de visiteurs enregistrés en 2019, avant la crise sanitaire.



Séville prépare la 2^e édition du TIS

Après le succès du TIS 2021 (Tourism Innovation Summit) Séville vient d'annoncer les dates de sa deuxième édition. Ainsi, le sommet sera organisé du 10 au 12 novembre 2021 à Séville.

Un événement centré sur les besoins des professionnels du voyage où la technologie et la durabilité deviennent des outils clés pour booster la réactivation du secteur. Le TIS 2021 présentera les nouvelles tendances liées aux technologies émergentes telles que l'Internet du comportement, le cloud, la cybersécurité, le big data, ou la robotique.

Des thèmes comme le passeport sanitaire, les voyages individuels, le tourisme LGBTI +, les destinations intelligentes ou le tourisme durable, seront également débattus et analysés lors de la deuxième édition du

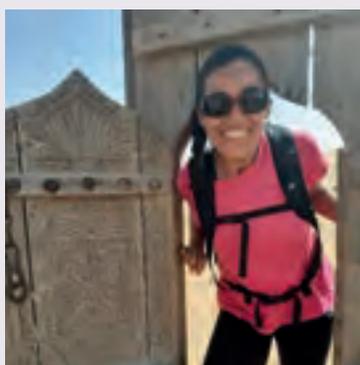
Tourism Innovation Global Summit 2021. Plus de 300 des experts internationaux et des leaders mondiaux du secteur du tourisme sont attendus pour discuter des défis auxquels leurs entreprises sont aujourd'hui confrontées et de la manière de s'y préparer.

Pour rappel, la première édition a connu le soutien de la Reine Letizia d'Espagne et a enregistré la participation des PDG et présidents d'entreprises telles que City Sightseeing Worldwide, Amadeus, TUI, American Airlines. Plusieurs offices du tourisme et plus de 1200 représentants et leaders de l'industrie de 16 pays étaient présents. Ce qui démontre le grand intérêt accordé par les industriels du tourisme à ce sommet qui bénéficie du soutien de la mairie de Séville, de la Junta de Andalucía et du ministère de l'Industrie, du commerce et du tourisme d'Espagne.





Mascate Muttrah corniche ©mohammed almahrezi



Reportage réalisé
par Naura Zoubir
Journaliste de tourisme et
rédactrice web de voyages
Guide francophone et créa-
trice de séjours en Oman
Tél/WhatsApp :
+968 9281 6846
Email : naurazoubir@
yahoo.fr
Instagram : nauratrekking
Facebook : Naura Trekking
Oman Jordan

SULTANAT D'OMAN LE PAYS DES MILLE ET UNE NUITS

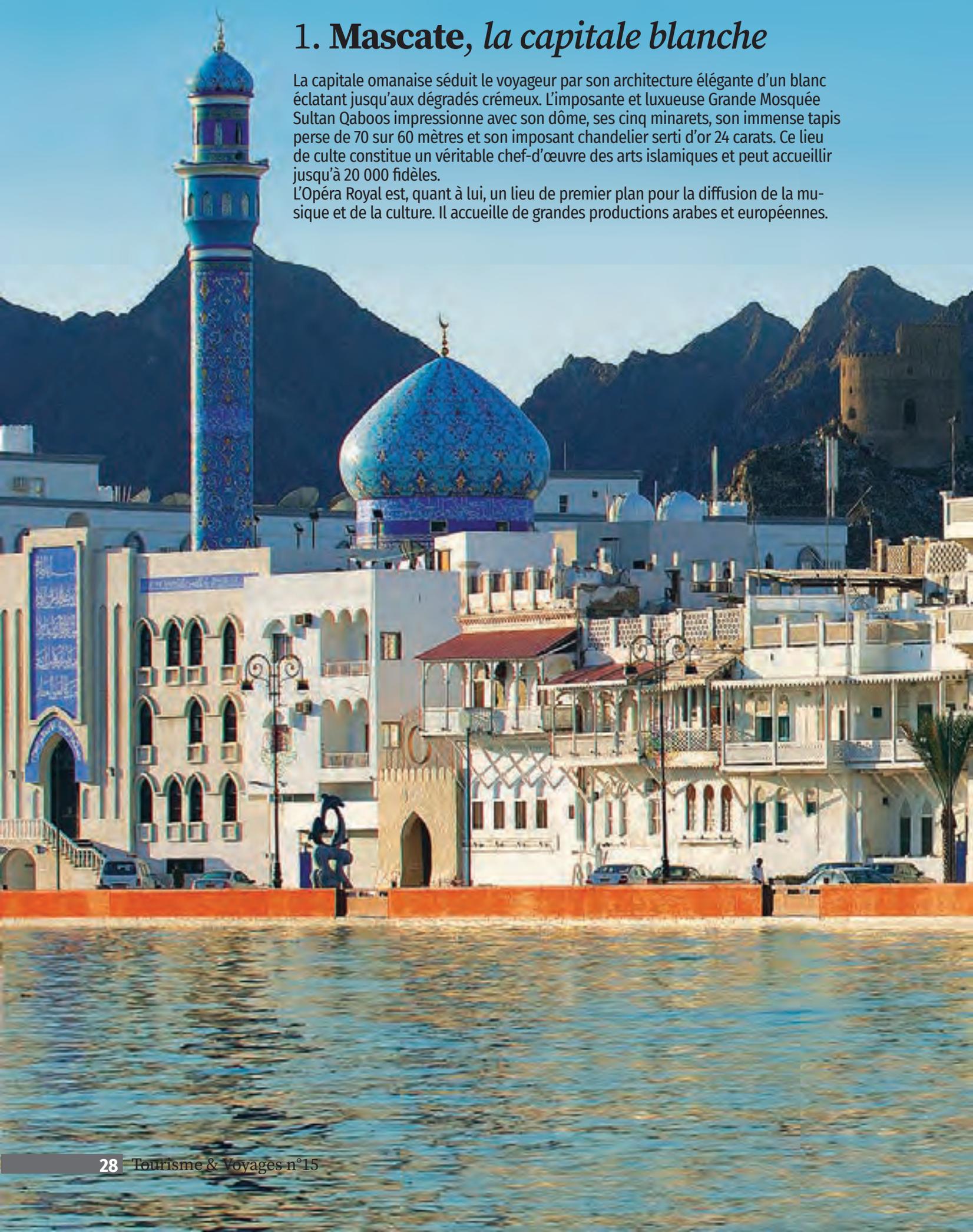
Oman est l'un des pays les plus fascinants de la Péninsule arabe. Niché entre mer et déserts, montagnes et wadis, ce sultanat offre une diversité de paysages époustouflants de beauté. Le pays a su tirer parti de son riche passé culturel, il a conservé sa légendaire tradition d'hospitalité et développé une hôtellerie de charme et de qualité, pour diversifier une économie reposant principalement sur le pétrole. Il a ainsi réussi à développer un tourisme durable, haut de gamme et authentique, qui se distingue de ses voisins, les Émirats Arabes Unis. Les touristes tombent constamment sous le charme de cette contrée qui leur fait revivre la magie des contes des Mille et Une Nuits.

La meilleure période pour visiter Oman s'étend d'octobre à avril, quand les températures oscillent entre 25° et 30 °C. Pour soutenir son secteur touristique, qui a été fortement impacté par la Covid-19, les autorités omanaises ont décidé d'exempter les ressortissants de 103 pays, dont l'Algérie, du visa d'entrée pour séjourner au sultanat jusqu'à 14 jours. Voici donc une autre bonne raison pour découvrir Oman et préparer votre prochain voyage au «Royaume de Sindbad le Marin» grâce à nos 6 coups de cœur !

1. Mascate, la capitale blanche

La capitale omanaise séduit le voyageur par son architecture élégante d'un blanc éclatant jusqu'aux dégradés crémeux. L'imposante et luxueuse Grande Mosquée Sultan Qaboos impressionne avec son dôme, ses cinq minarets, son immense tapis perse de 70 sur 60 mètres et son imposant chandelier serti d'or 24 carats. Ce lieu de culte constitue un véritable chef-d'œuvre des arts islamiques et peut accueillir jusqu'à 20 000 fidèles.

L'Opéra Royal est, quant à lui, un lieu de premier plan pour la diffusion de la musique et de la culture. Il accueille de grandes productions arabes et européennes.



Embarquement

Aussi, un centre des visiteurs organise des visites guidées pour découvrir ce joyau culturel. En soirée, une promenade sur la charmante Corniche de Mutrah est l'occasion de rencontrer les familles omanaises et d'expérimenter leur mode de vie à la fois raffiné et décontracté. C'est également la place idéale pour faire vos emplettes au souk de Mutrah, véritable caverne d'Ali Baba. Mascate est aussi un haut lieu du tourisme balnéaire, avec ses longues plages de sable fin bordées de palmiers-dattiers à Shatti Al Qurum, ses criques confidentielles nichées entre les falaises abruptes de Bandar Al Khairan, ou encore la pratique du snorkeling et de la plongée dans les spectaculaires îles Daymaniyat.

Hébergements suggérés : Al Bustan Palace, Shangri-La Resort, W Hotel Muscat.

Mascate Muttrah ©Sultanat d'Oman





Hotel Anantara, Jebel Akhdar

2. *Balades et randonnées dans les* **Monts Hajar**

Les Monts Hajar offrent de fantastiques opportunités de balades et de randonnées balisées pour les amoureux de la nature. A Wadi Bani Awf, le village de Balad Sayt vous subjuguera avec ses montagnes brunes sculptées de terrasses agricoles verdoyantes alimentées par le système d'irrigation millénaire des falajs. Une promenade d'une trentaine de minutes vous mènera jusqu'au fort qui surplombe cette paisible oasis de montagne. Des randonnées sont accessibles dans la région avec un guide local, et notamment la « rando-aquatique » dans le célèbre Snake Canyon. Dans les villages perchés d'Al Aqar, Al Ayn et Ash Sharayjah, un sentier vous mène pendant 2 heures à travers les jardins suspendus du Jebel Akhdar et ses fameuses cultures de roses de Damas qui fleurissent en avril. Pour les plus aventuriers, la « Balcony Walk » est une randonnée de trois heures aller-retour, en surplomb du Grand Canyon d'Oman jusqu'à Sap Bani Khamis, un ancien village de pierres. Enfin, pour ceux qui ambitionnent l'ascension du sommet d'Oman, le Jebel Shams qui culmine à 3009 mètres, comptez douze heures de randonnée soutenue, aller-retour, avec 1090 mètres de dénivelé positive. Débutez votre marche très tôt le matin pour revenir avant la tombée de la nuit.

Hébergements suggérés : Anantara Jebel Akhdar, Jebel Shams Resort, Misfah Hospitality Inn

Misfah Hospitality Inn, village de Misfat Al Abreyeen, Mints Hajar



3. Baignades dans les wadis luxuriants

A deux heures de route de Mascate, le Wadi Shab est un lieu prisé, notamment le week-end (vendredi et samedi) pour se ressourcer en nature. Après une courte traversée en barque pour atteindre l'autre rive, une balade de 1h30 vous mène à travers une palmeraie et une multitude de vasques d'eau émeraude. Au bout du chemin, vous pouvez continuer à la nage jusqu'à une grotte qui abrite une cascade spectaculaire. Pensez à prendre avec vous un sac étanche pour y mettre vos affaires. Un peu plus au sud, à proximité de Quriyat, le Wadi Al Arabeien peut être parcouru entièrement en voiture, ou en randonnée en suivant les falaises tortueuses puis la piste. Vous arriverez à la grande piscine naturelle où vous pourrez utiliser les vestiaires publics pour vous changer et vous baigner dans cette eau douce agrémentée d'une magnifique chute d'eau.

Le Wadi Bani Khaled est, quant à lui, une étape très agréable avant ou après une incursion dans les Sharkiyah Sands. Situé à seulement une heure de route de l'oasis de Bidiyah, la palmeraie de Mukal vous entraîne dans un dédale de vasques aux eaux turquoise, entourées de majestueux massifs montagneux désertiques, et qui vous invitent à la baignade.

Hébergements suggérés : Sama Wadi Shab Resorts and Spa, Wadi Al Arabeien Resort, Oriental Nights Rest House

Wadi Shab ©Sultanat d'Oman

E m b a r q u e m e n t



Souly Lodge, Salalah



Souly Lodge, Salalah

4. *Immersion bédouine au coeur des déserts d'Arabie*

Dans les Sharkiyah Sands, vit la tribu bédouine des Wahibah. Ce désert, situé à 200 km de Mascate, s'étend sur 180 kilomètres du nord au sud, et 80 km de l'est à l'ouest, sur une superficie de 12 500 km². C'est l'endroit privilégié où se retrouvent les Omanais et les expatriés pour camper en famille ou entre amis le week-end. Vous pouvez y tester la conduite à travers les dunes (dune bashing), monter un dromadaire, randonner dans les cordons dunaires, ou encore admirer de splendides levers et couchers de soleil, ainsi que la pluie d'étoiles filantes pendant les douces nuits de l'hiver omanais. Des campements confortablement aménagés vous accueilleront, à moins que vous organisiez votre propre bivouac en nature.

Pour les esprits explorateurs, le mythique Rub Al Khali vous promet un dépassement total. Le «désert des déserts» a été révélé par le livre de Sir Wilfred Thesiger qui, dans les années 1940, explora en partie cette immense mer de dunes s'étendant sur une superficie totale de 650 000 km². Nous vous recommandons de vous rapprocher d'une agence locale pour organiser une expédition dans cette contrée désertique, où il est préférable de partir avec un minimum de deux véhicules en raison de son isolement des zones d'habitations.

Hébergements suggérés : Thousand Nights, Sama Al Wasil Ecolodge, Souly Ecolodge.

Souly Lodge, Rub Al Khali



Alila Hinu Bay, région du Dhofarw

5. *Salalah*, la «**Caraïbe d'Arabie**»

Salalah est la capitale de la province du Dhofar, le gouvernorat qui se trouve au sud d'Oman, à plus de 1 000 km de Mascate. Ici, point de palmiers dattiers, mais une culture tropicale foisonnante constituée de cocotiers, bananiers, papayers et manguiers. La «Caraïbe d'Arabie» recèle les plus belles plages de sable blanc du pays, où il fait bon de se prélasser sous un ciel bleu azur.

Le Dhofar, c'est également la Terre de l'Encens où pousse le Boswelia Sacra, l'arbre à encens, qui jadis a fait la fortune de cette Arabie Heureuse. De nombreux vestiges de cette période faste ont été restaurés afin d'accueillir les visiteurs et notamment le parc archéologique d'Al Baleed à Salalah, l'ancien port de Sumharan à proximité de Mirbat et la cité légendaire d'Iram près de l'oasis de Shisr.

Pour rejoindre Salalah, vous pouvez emprunter l'avion (les compagnies Oman Air et SalamAir assurent des vols quotidiens de 1h30), l'autoroute intérieure ou la route côtière.

Hébergements suggérés : Al Baleed Salalah by Anantara, Al Fanar, Alila Hinu Bay

Pêcheurs © Sultanat d'Oman



Embarquement



6. Les Fjords d'Arabie du Musandam

La péninsule du Musandam est une exclave située tout au Nord et séparée du reste d'Oman par les Émirats Arabes Unis. Khasab, la paisible capitale de ce gouvernorat, est à seulement deux heures de route de Dubaï l'extravagante ou 1h de vol de Mascate. Cette région est particulièrement prisée pour ses paysages surprenants de Fjords d'Arabie que l'on visite à bord de dhows, ou boutres, des bateaux traditionnels en bois, souvent suivis de dauphins joueurs. C'est l'occasion rêvée de se baigner dans le fameux Détroit d'Hormuz et d'y découvrir la richesse d'un milieu marin préservé.

Hébergements suggérés : Six Senses Zigly Bay, Atana Musandam Resort, Khasab Hotel

Musandam JW5A3998©Sultanat d'Oman



Hôtel Six senses Zigly bay



Hôtel Six senses Zigly bay



Formalités de voyages
Retrouvez toutes les informations
à jour sur le site Internet
de la Royal Oman Police :
<https://www.rop.gov.com>

IATA : L'ÈRE WILLIE W

Confirmé par la 76e assemblée générale annuelle de l'association du transport aérien international (IATA), Willie Walsh est devenu le 8eme directeur général de l'association, il possède une carrière de 40 ans dans l'industrie du transport aérien.

Le transport aérien a repris quelques couleurs, à la faveur d'un regain d'activité sur les vols intérieurs. Cette embellie ramène le niveau de trafic à peu près à celui du dernier trimestre 2020, avant que la diffusion de nouveaux variants n'entraîne de nouvelles mesures drastiques de restrictions de déplacements, c'est ce que pense Brian Pearce, l'économiste en chef de l'association internationale du transport aérien. Cette dernière affiche les derniers chiffres et affirme que le trafic mondial calculé en kilomètres-passagers payants (RPK) n'était plus en baisse que d'un tiers en mars par rapport à 2019, alors qu'il était encore divisé par deux en février « Tous les marchés, à l'exception du Brésil et de l'Inde, ont enregistré une amé-



lioration par rapport à février 2021, la Chine étant le principal contributeur » observe-t-on du côté de l'IATA.

Les disparités régionales restent fortes : en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique, le trafic accusait des baisses respectives de 57% et 60% par rapport à mars 2019 alors qu'il restait à -80% au Moyen Orient et -82% en Europe. « La dynamique positive observée sur certains marchés intérieurs clés en mars est une

indication de la forte reprise que nous prévoyons sur les marchés internationaux à mesure que les restrictions aux voyages sont levées » estime le nouveau directeur général de l'IATA, Willie Wash qui a officiellement succède à Alexandre de Juniac.

Un passionné du transport aérien

« Je suis un passionné de notre industrie et du travail réalisé

WASH A COMMENCÉ



par l'IATA » a déclaré celui qui est devenu le 8ème directeur général de l'association. Il rappelle que « durant la crise de la COVID-19, l'IATA a été à l'avant-garde des efforts pour rétablir la connectivité mondiale, notamment en mettant au point le Travel Pass de l'IATA. De façon moins visible, mais d'égale importance, les compagnies aériennes continuent de s'appuyer sur les systèmes de règlements financiers de l'IATA, sur Timatic

et sur d'autres services vitaux pour maintenir leurs opérations quotidiennes ».

Willie Walsh a fixé l'objectif de faire de l'IATA une voix puissante soutenant le succès du transport aérien mondial « Nous allons collaborer avec ceux qui nous soutiennent et ceux qui nous critiquent pour remplir nos engagements envers une industrie aérienne durable sur le plan environnemental. Mon travail est de veiller à ce que les

gouvernements, qui dépendent des bienfaits économiques et sociaux générés par notre industrie, comprennent les politiques dont nous avons besoin pour générer ces bienfaits ».

Reprise timide du trafic

Le secteur du transport aérien a traversé une période extrêmement compliquée, voire délicate, et une crise sans précédent durant la pandémie, toutefois, la reprise, même timide, s'est fait sentir suite à l'état d'avancement des vaccins. A ce titre, les voyageurs vaccinés en provenance des États-Unis sont autorisés à entrer dans l'UE, et 24 pays ont déjà annoncé qu'ils accueilleraient les voyageurs vaccinés. « Nous nous attendons à ce que cela se poursuive et s'accélère à mesure que le nombre de vaccins augmente, cependant, les gouvernements ne devraient pas se fier uniquement aux vaccinations, car cela risque de discriminer les personnes qui ne peuvent pas se faire vacciner pour des raisons médicales ou autres, ou qui n'ont pas accès aux vaccins. Les tests abordables, rapides et efficaces doivent être disponibles comme alternative aux vaccins pour faciliter les déplacements », a souligné Willie Walsh. Confirmé par la 76e assemblée générale annuelle de l'association du transport aérien international (IATA), Willie Walsh est devenu le 8ème directeur général de l'association, il possède une carrière de 40 ans dans l'industrie du transport aérien, et a présidé British Airways et la maison mère le groupe IAG.

LUFTHANSA MODERNE

Le groupe Lufthansa poursuit la modernisation de sa flotte et achète dix avions long-courriers à la pointe de la technologie.

Les nouveaux avions, très coûteux et économes en carburant, remplacent les types plus anciens sur les liaisons court, moyen et long-courrier. En conséquence, le Directoire de Deutsche Lufthansa AG a décidé d'acheter dix avions long-courriers : cinq Airbus A350-900 et cinq Boeing B787-9. Le Conseil de Surveillance a approuvé l'achat le 3 Mai 2021. Ces avions seront exploités par Lufthansa Airline et renforceront l'offre premium 5 étoiles de la marque principale du Groupe « Même en ces temps difficiles, nous continuons d'investir dans une flotte plus moderne, plus efficace et moins polluante. Parallèlement, nous poursuivons la modernisation de notre flotte long-courrier encore plus vite que prévu. Les nouveaux avions sont les plus modernes de leur genre. Nous voulons étendre encore notre rôle de leader mondial, entre autres, avec des produits hauts de gamme de pointe et une flotte à la pointe de la technologie - surtout parce que nous avons une responsabilité vis-à-vis de l'environnement » Affirme Carsten Spohr, Président du Directoire et PDG de Deutsche Lufthansa AG. Dans le cadre du programme de renouvellement de la flotte de longue date, 175 nouveaux avions au total seront livrés



aux compagnies aériennes du groupe Lufthansa cette décennie.

Le groupe a reçu l'année dernière un plan de sauvetage de 9 milliards d'euros dans lequel le gouvernement allemand a pris une participation de 20%. La compagnie aérienne allemande perd un million d'euros toutes les deux heures, ce qui représente «une importante amélioration» par rapport au plus bas atteint l'année dernière avec la pandémie de COVID-19, selon le président du directoire Carsten Spohr.

Lufthansa, qui accusait une perte deux fois plus importante l'année dernière, est parvenu à réduire ses coûts et à maintenir des vols, sur le fret en particulier, générant un flux de

trésorerie positif, a-t-il déclaré lors d'une interview organisée par Eurocontrol, l'Organisation européenne pour la sécurité de la navigation aérienne.

L'aéroport de Francfort reprend son trafic aérien

Comparé à avril 2020, quand le Covid-19 avait entraîné l'arrêt quasi-total des liaisons aériennes, le nombre de passagers a augmenté de 423%, à 983 839, selon un communiqué de l'opérateur Fraport.

Sur les quatre premiers mois de l'année, 3,4 millions de passagers sont passés par Francfort, 69% de moins qu'en 2020 et 83% en dessous du niveau de 2019. Le secteur « n'a pas connu

RNISE SA FLOTTE



de reprise notable au premier trimestre 2021 » avait commenté le patron de Fraport, Stefan Schulte, à l'occasion des résultats trimestriels, tout en se disant « Confiant, car le pire de

la dépression était désormais terminé » Il s'attend une hausse sensible cet été, principalement sur les routes européennes, reflétant les espoirs de l'industrie du tourisme.

Le numéro un mondial du secteur des voyages, l'allemand TUI, s'est dit « optimiste » grâce à la levée progressive des restrictions sanitaires, comptant ainsi sur un été « robuste ». En Allemagne, le gouvernement a assoupli les règles de qua-

rantaine pour les voyageurs en provenance de certains pays classés à risque du coronavirus pour faciliter le tourisme. Le décret adopté par le gouvernement d'Angela Merkel permettra de passer ses vacances dans des lieux de villégiature appréciés tels que l'Espagne, l'Italie ou la Grèce sans avoir à observer une quarantaine de retour en Allemagne, à condition de présenter un test PCR négatif récent, d'être totalement vacciné contre le coronavirus ou considéré comme guéri.

Mais sur l'ensemble de l'année, le nombre de passagers dans le monde ne devrait atteindre que 43% du niveau de 2019, selon la principale organisation de compagnies aériennes, l'IATA. Côté finances, les pertes cumulées des transporteurs devraient atteindre 47,7 milliards de dollars en 2021 contre 126,4 milliards l'année dernière. Le premier groupe européen du transport aérien Lufthansa prévoit cet été d'opérer à 50% de son niveau d'avant la pandémie.



UN OPTIMISME BÉA

Emirates compte proposer d'ici la saison hivernal, 70% des capacités d'avant la pandémie de Covid-19, pariant sur l'Expo 2020 à Dubaï, les campagnes de vaccination et l'assouplissement des restrictions sur les voyages internationaux.

Cette projection implique une plus grande utilisation des Airbus A380. Alors qu'elle opère de nouveau environ 85% de son réseau pré-pandémique vers 120 destinations, la compagnie émiratie basée à l'aéroport de Dubaï affichait un optimisme certain pour la reprise du long-courrier « un plan pour revenir à près de 70% de [sa] capacité d'ici l'hiver 2021, il reste du chemin à parcourir » confirme, le directeur commercial Adnan Al Kazim. Il s'est dit « optimiste » quant aux campagnes de vaccinations en particulier aux USA et en Europe, qui devraient entraîner une réouverture des frontières et la reprise des vols internationaux. Selon le CCO d'Emirates Airlines, cet ajout de capacité vise en particulier l'Expo de Dubaï, prévue en octobre prochain et qui devrait attirer des millions de visiteurs : « nous devons absolument prévoir la capacité exacte et le réseau pour ré-



pondre à cette exigence », a-t-il déclaré. Des pourparlers sont d'autre part en cours pour ramener à nouveau les paquebots de croisière européens sur les côtes de l'Emirat.

Cette hausse de capacité passera forcément par une plus grande utilisation des Airbus A380. « 30 à 40 A380 seront actifs cet été, en fonction de la demande » estime Adnan Al Kazim.

Un accord renforcé avec Huawei Emirates Airlines a consolidé son protocole d'accord avec Huawei ce qui lui permet d'accroître la notoriété de leurs

services à un public plus large au Moyen-Orient.

Le partenariat comprend le lancement d'initiatives axées sur le client d'Emirates lors des réservations des billets et du développement de plans de voyage sur l'application Emirates disponible sur AppGallery, la plateforme officielle de Huawei, qui attire plus de 530 millions d'utilisateurs actifs par mois.

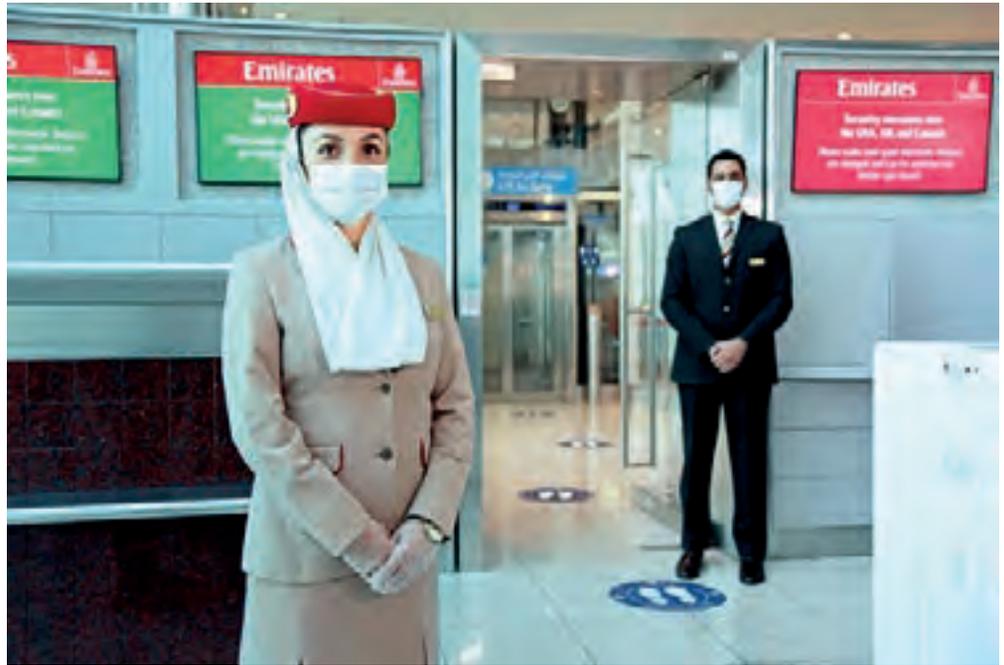
La coopération conjointe verra également Emirates Airlines soutenir le moteur de recherche Huawei Petal sur les Smartphones.

AVANT CHEZ EMIRATES



L'intégration avec le système Huawei permettra à Emirates de cibler un public plus large et d'utilisateurs de téléphones Huawei, en particulier sur le marché chinois, qui est l'un des principaux marchés stratégiques d'Emirates Airlines dans le monde.

Pour rappel, le partenariat entre les deux marques a débuté en 2020, avec la mise en ligne de l'application Emirates Airlines sur la Huawei AppGallery. L'application a été téléchargée plus d'un million de fois par les utilisateurs dans la région



Moyen-Orient et Afrique. Dans ce cadre, Emirates Airlines pense à améliorer l'expérience numérique de ses clients pour assurer un voyage fluide aux clients pendant leur voyage. L'application offre un accès facile à une gamme de services et de fonctions, de la recherche de vols et de réservation de billets à la réalisation des procédures de voyage et à la sélection des

sièges et des repas, en plus des informations de compte Skywards. Les fonctions innovantes de l'application incluent également la création d'une liste de lecture sur le système d'information, de communication et de divertissement en vol d'Emirates, ainsi que l'utilisation de l'application Airport Wayfinder pour naviguer dans l'aéroport international de Dubaï.

PLUS DE FLEXIBILITÉ DANS LES RÉSERVATIONS

Dans le cadre de la mise à jour de sa politique de réservation, Emirates offre plus de flexibilité à ses clients. Ainsi, ceux qui détiennent des billets émis avant le 30 septembre 2020, peuvent voyager jusqu'au 31 décembre 2021. De même, les bons de voyage émis entre le 1er mars et le 30 septembre 2020, sont valables pour une période de 36 mois, soit une prolongation de 12 mois de plus qu'avant. Aussi, les titulaires de billets émis après le 1er octobre 2020, pour des voyages avant le 31 décembre 2021, peuvent utiliser leurs billets à tout moment dans les 24 mois. « Pas de frais pour la réémission de billets, et les bons ou les billets non utilisés peuvent être remboursés sans frais supplémentaires » souligne la direction commerciale de la compagnie aérienne.

UNE AUTRE DISTINCTION QATAR AIRWAYS

Les nouvelles données publiées par le fournisseur mondial de voyage confirment que Qatar Airways est la plus grande compagnie aérienne au monde en termes de nombre de sièges disponibles par kilomètre (ASK).

Le réseau de 130 destinations de Qatar Airways assure plus de 1000 vols hebdomadaires, plus de 2,6 milliards de sièges sont disponibles au kilomètre «ASK» au cours du mois de mars 2021, ce qui permet de voyager vers le plus grand nombre de destinations internationales.

Bien que le secteur de l'aviation soit confronté à des défis sans précédent en raison de la pandémie du COVID-19, Qatar Airways n'a jamais cessé d'opérer et a travaillé dur pour transporter les voyageurs chez eux en toute sécurité tout au long de cette crise. Qatar Airways a ajouté sept nouvelles destinations supplémentaires au cours de l'année écoulée, notamment ; San Francisco et Seattle aux États-Unis, Abuja, Accra et Luanda en Afrique, Brisbane et Cebu dans la région Asie-Atlantique.



Son Excellence M. Akbar Al Baker, PDG du groupe Qatar Airways, a déclaré : « Qatar Airways a maintenu son engagement indéfectible envers ses passagers, ses partenaires commerciaux et ses entreprises tout au long de la pandémie COVID-19. Nous avons également mobilisé toutes nos énergies pour devenir la com-

panie aérienne sur laquelle les voyageurs peuvent compter, en plus d'appliquer les normes les plus élevées de stérilisation et de sécurité » avant d'ajouter « Nous sommes reconnaissants et fiers de la réponse que nous avons reçue de nos voyageurs, qui nous a permis de continuer à offrir les options de voyage les plus flexibles à nos passagers en

CTION POUR



Désinfection des appareils par ultraviolets

Aussi, Qatar Airways devient le premier transporteur mondial à exploiter la version 2.0 du système de cabine Ultraviolet (UV) Honeywell, renforçant ainsi ses mesures d'hygiène à bord. La dernière version du système Honeywell UV Cabin, détenue et exploitée par Qatar Aviation Services (QAS), a été introduite pour ajouter de la flexibilité, améliorer la fiabilité, la mobilité et la facilité d'utilisation par rapport à son prédécesseur, avec des ailes UV étendues qui traitent les deux étroites et de larges zones à bord, ce qui réduit le temps global de désinfection. Cette version comprend également une baguette à main qui désinfecte des zones comme le cockpit et d'autres espaces plus petits et est non motorisée, ce qui réduit la consommation de la

batterie. Lors d'essais cliniques, il a été démontré que la lumière UV est capable d'inactiver divers virus et bactéries lorsqu'elle est correctement appliquée. «En tant que première compagnie aérienne mondiale au monde à obtenir la prestigieuse cote de sécurité aérienne Skytrax 5 étoiles COVID-19, la première compagnie aérienne du Moyen-Orient à commencer les essais de la nouvelle application mobile innovante IATA Travel Pass 'Digital Passport', la première compagnie aérienne mondiale à exploiter la dernière version du Honeywell UV Cabin System V2 à bord de nos avions, et récemment, première compagnie aérienne au monde à opérer un vol avec un équipage et des passagers entièrement vaccinés, il est dans notre cœur d'être continuellement à la pointe de l'innovation». affirme M. Akbar Al Baker, directeur général du groupe Qatar Airways.

tant que plus grande compagnie aérienne au monde. Notre mission est d'être la compagnie aérienne sur laquelle les passagers et les partenaires commerciaux peuvent compter maintenant et à l'avenir, car nous proposons des options de voyage inégalées à bord de notre flotte moderne et durable »



Eclat travel services, le rêve de deux sœurs

Eclat travel services est une agence de voyage qui a vu ses portes s'ouvrir sur le tourisme en Octobre 2018, est comme toutes les agences en Algérie, elle multiplie ses services entre billetteries, l'hôtellerie, réservations transports et visa.

Par Hadji T

L'agence Eclat travel services est née grâce à l'association de deux sœurs passionnées de voyages, qui organisaient déjà leurs propres séjours, afin de s'éclater dans leurs propres aventures et déstresser après une longue période de travail. Elles aimaient s'éclater et c'est de ce terme qu'est venu le nom Eclat de l'agence. Ainsi Eclat travel services propose des packages complets à des prix compétitifs pour des destinations dites classiques que les clients algériens favorisent comme la Tunisie, le Maroc, la Turquie et Dubai, cependant l'agence propose aussi des nouveautés en Afrique, par exemple, le Sénégal, des Week ends en Europe à petit prix, Barcelone, Rome, et Lisbonne. L'autre réussite de l'agence réside dans le fait qu'elle travaille sur deux axes, les particuliers en leurs proposant des voyages à la carte, ou organisés, mais aussi avec les professionnels, avec des voyages de groupe.

La Turquie, une destination privilégiée

Les deux sœurs ont multiplié leurs efforts jusqu'à diversifier leurs produits. En effet, juste avant la pandémie, elles avaient ajouté à leurs calepins, le tourisme Médical en Turquie qui reste la destination Reine de l'agence ; elles assurent le pack complet avec, le transport aérien, les transferts pendant le séjour, les hôtels les plus proches des hôpitaux pour faciliter le déplacement aux personnes malades, et surtout un séjour agréable. « La destination la plus demandée par nos clients reste la Turquie,

et plus précisément Istanbul, c'est pourquoi, nous essayons de satisfaire la demande et faisons des propositions autres telles que les voyages combinés, Istanbul-Analya, Istanbul-Marmaris, Istanbul-cappadocia, Bodrum et Izmir » soulignent les deux sœurs qui semblent attirées par la Destination du Bosphore, toutefois, elles commencent à virer vers Dubai et d'autres villes Européennes telles Barcelone, Rome, et Lisbonne. Elles travaillent en collaboration avec des agences sur Alger, et proposent leurs services aux agences dans les 58 wilayas.





BATATA IMEN (Gérante de l'agence)

« J'ai la passion du voyage »

Présentez-vous à nos lecteurs...

BATATA Imen, 34ans, diplômée de l'université Paris 13, spécialité Organisation et Gestion des entreprises. Je suis gérante et fondatrice de l'agence de voyage Eclat Travel services.

Comment avez eu l'idée de créer votre agence ?

L'agence de voyage a toujours été un projet pour ma sœur et moi, qui sommes passionnées de voyage. Nous voulions, dès notre jeune âge, faire le tour du monde, découvrir toutes les cultures. De ce fait, la naissance d'Eclat Travel est une suite logique pour nous.

Vous avez réalisé votre rêve...

Pas seulement le nôtre, mais aussi le rêve de nos clients. Notre but est d'ai-

der les gens à faire les plus beaux voyages de leurs vies et surtout les satisfaire. C'est notre devise.

Comment avez-vous vécu cette période de crise sanitaire ?

La pandémie a affecté tout le secteur du tourisme, malheureusement, nous avons comme toutes les agences connus les pires moments qu'une entreprise peut connaître, c'était un choc brutal et anéantissant, nous étions obligés de fermer nos portes.

Que pensez-vous de la destination Algérie ?

Cet arrêt d'activité total, a permis aux clients algériens de repenser la possibilité de découvrir l'Algérie et sa beauté, nombreux sont ceux qui ont cédé face à l'éblouissant Sahara qu'est le nôtre, cependant, l'incertitude de l'évolution de cette pandémie règne, ce qui fait que le tourisme en Algérie n'est pas totalement lancé, mais cela reste une occasion pour faire de l'Algérie une destination phare.



De nouveaux circuits touristiques à **Ouargla**

Le circuit est ainsi composé de 15 sites et destinations touristiques, à savoir, le Musée saharien, Souk El-Hadjar, le vieux ksar d'Ouargla, une palmeraie, le complexe touristique privé «Ijdagh Tour» et le vieux ksar de N'goussa. Il est également composé de la zone humide de Hassi Benabdallah et celle d'Oum Raneb, les dunes de sables et le gisement de rose de sables à Ghars Boughoufala, les dunes de sables de Sidi Khouiled, la zaouïa du cheikh Sidi Belkheir Echatti à Ain El-Beida et la zaouïa de la Tarika (confrérie) El-Kadiria à Rouissat.

Les touristes désireux de visiter Ouargla sont également conviés à découvrir la région de Gara Krima, les communes de Sidi Khouiled et Hassi Benabdallah ainsi que

Oued N'ssa, des destinations touristiques identifiées pour faire un safari dans cette wilaya saharienne.

L'adoption de ce circuit touristique s'inscrit dans le cadre du programme du ministère de tutelle, visant la promotion du produit touristique et le renforcement de la destination nationale et locale à travers la valorisation des atouts touristiques. Elle contribue à la promotion de riches destinations touristiques que recèle cette wilaya du Sud-est du pays, caractérisée notamment par le tourisme de circuit (sorties de courtes durées vers les zones périphériques sahariennes et présahariennes), en plus de l'éco-tourisme et du tourisme culturelle et religieux.



Le Gastro-tourisme pour promouvoir les Destinations



Restaurant *El Maida*

Adresse : 01 Rue Idir Toumi,
Ben Aknoun, Alger.
Numéro : 0550 92 22 41
Facebook : Restaurant El Maida Ben Aknoun
Instagram : restaurantelmaida



Restaurant *Maharaja*

Adresse : Villa N°308, Coopérative
El-Moustakbil,
Ain Allah Dely, Alger
Numéro : +213 21 91 92 02
Facebook : Restaurant Maharaja





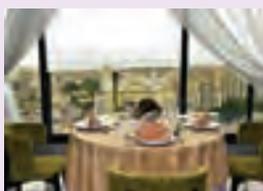
La gastronomie, c'est bien plus que des plats cuisinés. C'est l'expression de la culture, du patrimoine et des traditions qu'un peuple a en partage. C'est un vecteur d'entente entre les cultures et de rapprochement des personnes et des traditions.

La gastronomie est comme un voyage tout en saveurs et en épices. De l'Algérie à la Zambie, en passant par la Côte d'Ivoire et par l'Ouganda, le continent africain par exemple réserve d'irrésistibles recettes locales. Dans toute l'Afrique, le tourisme de gastronomie peut être un moteur de la croissance économique et de la création d'emplois, notamment dans les zones rurales, et contribuer à la protection et à la valorisation du patrimoine culturel. La cuisine de l'Amérique latine et des Caraïbes conjugue aussi touches de fraîcheur et plats traditionnels mijotés. Elle offre quantité de nuances et de surprises pour nos papilles. Marqueur important de l'histoire, de la tradition et de l'identité, la gastronomie est devenue une motivation importante pour les visiteurs venant dans la région. Pour Côme de Cherisey, Président de Gault et Millau : « Il y a une bataille internationale, les grands pays touristiques se battent pour améliorer leur offre qualitative sur ce qui se mange et ce qui

se boit. Je pense qu'aujourd'hui, compte tenu de son terroir, l'Algérie a une carte à jouer ».

L'exemple péruvien

Il y a 9 ans, le Pérou a choisi de promouvoir ses produits puis sa cuisine. Aujourd'hui, le monde entier est en train de parler de la gastronomie péruvienne. La gastronomie est un des secteurs les plus rentables de l'économie péruvienne, avec environ 100.000 établissements gastronomiques (recensés) qui génèrent plus de 400.000 emplois, selon les chiffres officiels. En 2012, la cuisine péruvienne a détrôné les sacro-saintes gastronomies françaises,



Restaurant La Baie

Adresse : 01 Avenue Rabia Mohamed, au 7e Etage du Lamaraz Arts Hotel, Alger.
Numéro : +213 21 77 97 79
Facebook : Lamaraz Arts Hotel
Instagram : lamarazartshotel

La bonne table

Restaurant Bubble Waffle

Adresse : 08 Rue Djenane Achabou, Dely Ibrahim, Alger
Numéro : 0557 37 72 51
Facebook : Bubble Waffle Algiers
Instagram : bubblewaffledz





espagnoles ou mexicaines en recevant le prix de la meilleure destination culinaire de la planète par le prestigieux événement des World Travel Awards. Avec presque 500 plats différents, le Pérou serait selon certains spécialistes le pays détenant la plus grande variété gastronomique. Avec toutes ces influences, le pays a su se réinventer constamment et créer une sorte de cuisine «fusion» entre ses racines et les influences venues du monde entier. La Colombie emboîte le pas depuis peu, on commence à parler de ce pays, ce qui montre que les pays volontaires sur la promotion de leur terroir et gastronomie peuvent avoir un écho international.

La cuisine Colombienne séduit

La Colombie possède beaucoup de choses pour séduire : une vaste offre de recettes traditionnelles de toutes les régions, mais aussi les nouvelles tendances qui utilisent les produits typiques pour réaliser des plats innovateurs. La cuisine typique colombienne est très diverse, comme son climat, ses paysages et ses manifestations culturelles, car en dehors de la fertilité de sa terre qui produit de tout, il y a aussi l'imagination sans limites d'experts chefs- cuisiniers qui créent en permanence de nouvelles recettes. L'imagination des cuisiniers



Restaurant Le Voutain

Adresse : N°50 Boulevard du
11 décembre 1960, El Biar Alger
Numéro : +213 23 37 31 34
Facebook : Restaurant Le Voutain
Instagram : levoutain

La bonne table

Restaurant Dzirigrille

Adresse : Boulevard 11 décembre,
Chéraga, Alger 16002
Numéro : 0550805848
Facebook : Dzirigrille Restaurant
Instagram : dzirigrillrestaurant





» colombiens est très étonnante car ils sont continuellement en train de consulter et de faire des recherches sur l'histoire et les ingrédients afin de réaliser toujours de nouveaux plats qui captiveront les touristes.

Une attractivité assurée

Selon plusieurs études réalisées à l'échelle internationale, 8 touristes sur 10 choisissent la destination à visiter en fonction de la cuisine locale. Et 40% des dépenses touristiques concernent la gastronomie. Des pays comme l'Espagne, la France ou l'Italie misent de plus en plus leur offre touristique sur leurs spécialités culinaires et les résultats ne se sont pas fait attendre. 28% de ces visiteurs attirés par le « gastro tourisme », ne sont pas purement gastronomes, mais des touristes avertis qui s'y intéressent par le biais des sites web spécialisés et dont la décision au moment de voyager est influencée.

Une richesse inexploitée en Algérie

En Algérie et jusqu'à présent, les séjours de tourisme de culture locale n'ont pas été proposés par les agences sur le marché international, et peu de professionnels y travaillent. Son développement demandera donc un travail d'apprentissage considérable.

Notre pays est, pourtant, doté d'une richesse de culture locale inexploitée. On aura besoin d'entrepreneurs, d'artisans et d'enthousiastes, individuellement et en groupe, pour faire apparaître l'offre et le présenter aux visiteurs. Dans le domaine de la gastronomie, par exemple, il va falloir faire émer-

ger des collaborations entre chefs cuisiniers, écoles de cuisine, artisans pâtisseries, producteurs locaux, propriétaires de restaurants, gestionnaires de marchés locaux, bloggeurs et journalistes, avec des guides spécialisés et des fêtes dédiées à la gastronomie.

D'après l'OMT, 80% de tous les touristes considèrent les activités culinaires comme une motivation pour visiter une certaine région et, il semblerait que les événements culinaires montrent le plus de promesses pour stimuler le tourisme gastronomique. Les amateurs de gastronomie partagent des intérêts liés à la nourriture, au vin et à d'autres boissons tout en en voyageant. Ils perçoivent les destinations en fonction de leurs saveurs gastronomiques et offrandes.



Restaurant Scottish Café

Adresse : Lot 03 Val d'Hydra, Alger, 16000
Numéro : 0794 38 89 36
Facebook : Scottish restaurant
Instagram : scottish-restau

La bonne table

Restaurant Thailando

Adresse : 21 Avenue Claude Debussy
Alger centre, Alger
Numéro : 0658 28 79 45
Facebook : Thailando



Ferda collection, la babouche unique



Le domaine de la chaussure en Algérie, n'est pas chose aisée, c'est ce que nous confie Mme Arab, créatrice de la marque Ferda Collection, qui a réussi à faire son chemin et développer sa propre marque.

Par Leticia Saada

La créatrice de Ferda Collection, une marque de babouches cent pour cent algérienne ne s'attendait certainement pas à atterrir dans le domaine de la chaussure. Mais, c'était une évidence pour celle qui voue une fascination pour les babouches « J'aime beaucoup les babouches, je les trouve jolies et faciles à porter, elles font partie de notre patrimoine et c'est bien dommage qu'elles aient été un peu mises de côté » nous confie Mme Arab, qui a tenu, à ajouter, dès le départ, sa touche personnelle « Je trouvais que les babouches qui se vendaient en Algérie étaient très classiques, j'ai donc voulu, créer quelque chose d'original, sympathique, que nous pouvons porter avec tout ».

Mme Arab reconnaît que le chemin de la création de sa propre marque était parsemé de difficultés « Le premier prototype a vu le jour il y a deux ans, ça m'a pris du temps car ce n'est pas facile de travailler dans la chaussure en Algérie, c'est un milieu très fermé, où il n'y a aucune information, ni base de données, donc nous devons y aller au feeling. » Ainsi, Ferda Collection a vu le jour officiellement, il y a un an, et le premier prototype était un véritable coup de cœur pour Mme Arab « Dans le monde de la chaussure, contrairement au prêt à porter, ce n'est pas évident et cela demande un véritable travail de recherche, car il est difficile de trouver des ouvriers et des fournisseurs de matière première,



mais comme ça me tenais à cœur d'aller au bout, alors, j'ai persévéré » raconte la jeune fondatrice, qui, avant de se lancer dans ce projet, tenait un restaurant avec mon mari pendant 4 ans.

Une touche simple et stylée

« Ferda » est pour le moins qu'on puisse dire, un nom de marque qui est simple et efficace, c'est ce que nous explique Mme Arab « Quand nous cherchons un nom de marque, nous avons tendance à s'éloigner de la simplicité, mon choix s'est porté sur »



« un nom avec une contenance algérienne, même visuellement c'est joli et facile à retenir, et il est possible de le prononcer dans toutes les langues » Les modèles de babouches de Ferda Collection sont assez particuliers, ils ne ressemblent pas à ceux des babouches classiques « Je voulais créer une chaussure pratique et fonctionnelle et créer quelque chose d'original qu'on ne voit pas ailleurs, je voulais créer la touche Ferda » Cette babouche est, en effet, une chaussure d'été qui peut se porter de deux manières différentes fermées ou ouvertes, ce qui est très original « Notre babouche a été conçue pour apporter confort et ergonomie à toute personne qui la porte. J'ai beaucoup travaillé sur cet aspect »

De la passion dans la création

Pour la création de ses modèles Mme Arab, met du temps et toute sa passion « Ce n'est pas comme une robe ou une veste où l'on achète du tissu, on prédécoupe et on cout. Déjà la matière première est rare, je crée, moi-même les semelles, j'imagine des formes et des formes pour arriver au modèle final qui n'existait pas auparavant, et pour avoir le résultat final, croyez-moi, ça prend beaucoup de temps, car la babouche est faite 100 pour cent à la main du début à la fin » Elle raconte avec passion les différentes étapes de la confection et insiste sur la qualité de ses produits « On ne travaille pas babouche par babouche, on prédécoupe la forme

qu'il y a au-dessus, ensuite on cout l'intérieur, les doublures etc., nous faisons donc cela en plusieurs étapes, puis on fait du montage sur chaque modèle. On peut créer une trentaine de babouche dans une journée car on crée les différentes parties de la babouche puis on assemble, on se base plus sur la qualité que sur la quantité, d'ailleurs on se contente d'une série de 12 paires par modèle, et suivant la demande il y a des modèles qui sont des bestsellers et d'autres en éditions limitées »

...Mais aussi le feeling

La conceptrice de Ferda Collection diversifie la matière première, elle utilise du cuir, du jean, de la toile, toute sorte de matière possibles et inimaginables pour avoir plus de marge de manœuvre et ne pas rester dans le classique. Elle évoque le feeling comme étant à la base de sa création « Je suis une personne qui réagis beaucoup au coup de cœur, et si je n'aime pas les choses, je ne les fais pas. Je travaille au feeling, quand je vois un joli tissu, ça m'inspire et j'imagine ce que je pourrais y rajouter, des perles ou biens...etc., ce n'est pas étudié à l'avance. C'est par rapport à ce que les gens aiment. Je ne peux pas structurer les choses, faire des dessins, être enfermée et cloisonnée dans des règles » Elle ne veut, surtout pas rester dans le traditionnel « Mon but, est de faire du traditionnel, quelque chose de moderne, je ne veux pas rentrer dans le cliché pure tradition, il y a des personnes qui le



font bien, moi j'apporte ma petite touche que je tire du patrimoine algérien mais en parcimonie, par exemple, la babouche fermée peut se porter comme un modèle ouvert traditionnel, on écrase juste l'arrière et ça épouse la forme du talon comme une babouche classique, ça a été étudié pour ça »

De grandes ambitions

Côté ambition, Mme Arab, compte créer d'autres produits que la babouche « Je travaille sur un nouveau modèle complètement ouvert comme une mule, le prototype est prêt, ça ne saurait tarder, on est en train de le finaliser. Nous faisons aussi, des modèles pour hommes qui seront lancés en même temps que la nouvelle collection. Je veux apporter de la fraîcheur, une touche de renouveau, et développer ma marque à l'étranger »

Elle reconnaît que le chemin est encore long et pour y parvenir, elle insiste sur la formation et la perfection « J'ai cherché désespérément une formation dans le domaine de la chaussure sans succès, j'ai donc appris sur le tas. Je ne suis pas encore arrivé là où je voulais, je veux aller vers la perfection et poursuivre mon apprentissage, même s'il y a une satisfaction vu le bon feedback à travers les réseaux sociaux »

Justement ferda Collection existe en ligne, la marque a été lancée en plein ramadhan de l'année 2020, soit en plein covid et compte beaucoup sur



les réseaux sociaux « Il s'agit d'un bon moteur pour débiter. Ils aident beaucoup dans l'e-commerce, ça permet d'avoir une visibilité, c'est du marketing à bas prix surtout pour ceux qui démarrent leur business. Moi j'utilise Instagram et Facebook, mais je trouve que les personnes qui sont sur Instagram sont plus réceptifs »

Cela aide dans les commandes en ligne « Parfois, mes clientes veulent des modèles particuliers qui va avec leur tenue, l'une d'elles avait transmis mon contact après le succès de son modèle de babouches exclusif, j'ai eu beaucoup de demande, Pour le moment, on fait de la livraison, Je n'ai pas envie d'avoir un point de vente, peut-être je ferai un petit showroom dans mon nouvel atelier sur Alger pour mes clients qui veulent se déplacer » Ainsi, en une année et demie Ferda Collection a fait du chemin grâce à la persévérance, la perfection et le feeling de Mme Sonia Arab.



facebook ferda collection



instagram ferda wcollection

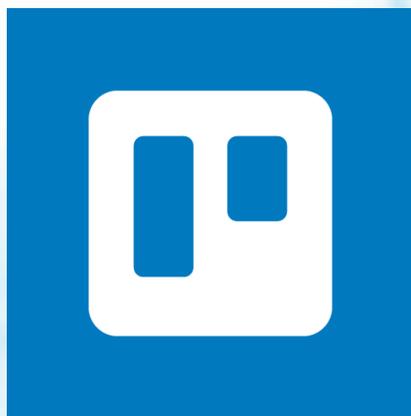


Applications de **VOYAGES**

Aujourd'hui, le monde est devenu un village, et quand on voyage, on a tendance à vouloir faire des économies, trouver de bons plans, se débrouiller en cas de problèmes de sécurité ou de santé, bref il faut s'entourer du maximum de garanties, et pour cela rien de plus normal que d'avoir des applications bien utiles sur votre Smartphone. Nous avons sélectionné les meilleures applications voyage. Peu importe où et quand vous partez, que vous soyez sur iOS ou Android, téléchargez simplement ces applications, vous ne le regretterez pas !

TRELLO

Vous avez tendance à vous perdre dans l'organisation de votre voyage ? Trello est un outil de gestion de projet qui vous permettra d'organiser votre voyage. Pour cela, il suffit simplement de créer un tableau sur lequel vous pourrez épingler vos idées, des informations, des photos, des itinéraires, joindre des fichiers... et votre voyage prendra facilement forme. Partagez-le à vos compagnons de voyage qui pourront participer en ajoutant à leur tour leurs idées.



WIPOLO

Il n'est jamais facile de s'y retrouver dans tous ses mails de réservation, surtout si votre voyage se fait en plusieurs étapes. L'appli Wipolo centralise toutes vos réservations et crée une synthèse consultable hors connexion. Il suffit de transférer vos emails de confirmation vers l'application et celle-ci extrait automatiquement les données importantes. Vous pouvez ensuite accéder aux informations sur vos vols, trains, locations de voiture, hôtels, transports et autres activités, même à l'étranger ou dans un endroit reculé. Il est également possible de partager vos itinéraires avec vos amis sur Facebook.

LILIGO

Version pour smartphone du célèbre comparateur de voyages. Elle compare les tarifs de vols (dont les low costs), d'hôtels, de séjours ou de locations de voiture simultanément sur des centaines de sites de voyage (agences, compagnies aériennes et ferroviaires, tour-opérateurs, chaînes hôtelières...). Pour chaque prestation, le comparateur propose des filtres de recherche (durée, budget, avis...) et des alertes vols au départ de votre ville et selon votre budget. La réservation se fait directement sur le site marchand.





BLABLACAR

C'est l'application spécialisée dans le covoiturage, où l'on retrouve les millions d'annonces. On peut rechercher et réserver un trajet, mais aussi en proposer un en déposant une annonce. Également un système de géolocalisation, des cartes, un système clic-to-call et de messagerie...



MAPS.ME

Des cartes gratuites et sans connexion internet ? C'est possible avec Maps.me, application GPS de référence. À pied, à vélo ou en voiture, vous ne serez jamais perdu même à l'autre bout du monde. Quotidiennement, les cartes sont remises à jour par des millions de contributeurs à OpenStreetMap pour vous repérer en toute fiabilité. Découvrez également par catégorie les lieux intéressants et utiles autour de vous (banques, restaurants, monuments...).



WEATHERPRO LITE

Cette application météo a été créée pour tous les amateurs d'activités en plein air. Retrouvez des prévisions sur 7 jours avec des données toutes les 3 heures, des rapports météorologiques sur 2 millions d'endroits, mais aussi des précisions sur la vitesse du vent, la pression de l'air, la température ressentie, l'humidité...



AROUNDME

AroundMe vous présente tous les services pratiques qui se trouvent autour de vous. Distributeurs de billets, cafés, hôpitaux, restos, salles de spectacles, supermarchés, stations de taxi... Les éléments sont signalés sur une carte qui présente l'itinéraire depuis l'endroit où vous êtes. Une appli utile dans un endroit qu'on ne connaît pas.

HOSTELWORLD

Cette application s'appuie sur les services d'hostelworld.com, qui répertorie près de 36 000 établissements dans 178 pays. Si vous pouvez y dénicher une chambre d'hôtel ou une chambre d'hôtes, HostelWorld est surtout le numéro 1 en matière d'auberges de jeunesse. Regardez les disponibilités, les photos, les avis d'utilisateurs, etc., et réservez une chambre privée ou une place dans un dortoir.



LINGUEE

Cette application dictionnaire vous permet de faire vos traductions même sans connexion internet. Plus d'un milliard de traductions provenant du web sont proposées et des dictionnaires rédactionnels sont téléchargeables gratuitement pour être consultés hors ligne.



L'Algérie, est le plus grand pays du continent africain, il regorge de trésors, de paysages époustouflants, de chef-d'œuvre culturels. *Tourisme et Voyages*, met en valeur la beauté et la richesse de ce pays, à travers de superbes images mémorisées par des photographes algériens, amoureux de la nature... amoureux de leur pays.

**Lieu : Jardin d'essais, El hamma, Alger.
Auteur : M. Djamel Ramdani.**

Le monde en un Clic

Restez
informés sur toutes
l'actualité du
Tourisme



www.tourismetvoyages.com

Abonnez-vous à notre revue **TOURISME ET VOYAGES**

Et soyez toujours informés

Vous pouvez aussi imprimer ce bulletin à partir de notre site: www.tourismetvoyages.com



Nom : _____
Prénom : _____
Adresse : _____

Ville : _____
Wilaya : _____ Code postal : _____

Je désire m'abonner à votre magazine pour :

Une année
(2.000 DA)

Six mois
(1.000 DA)

1. Effectuer un virement bancaire sur le compte du magazine
EURL Sixty One Plus
RIB : 004 00116 400 0012248 19
2. Et envoyer une copie du virement + ce bulletin d'abonnement à l'adresse suivante :

EURL Sixty One Plus
4^{ème} groupe Bt B n° 03/42
Place du 1er Mai Alger

مجمع فندقية، سياحة و حمامات معدنية
Groupe Hôtellerie, Tourisme et Thermalisme
مؤسسة التسيير السياحي زرالدة
EGT Zeralda



La nouvelle vague



Complexe touristique de Zéralda, wilaya d'Alger
Tel : 213 (0) 23 20 95 51
Fax : 213 (0) 23 20 95 55
E-mail: contact@complexetouristiquezeralda.dz
Site Web: www.complexetouristiquezeralda.dz

التأمين الصحي الفردي

صحتي

طحتي،

المهنة و الضمان



ابتداء من

500

دج / شهر

الشركاء الموزعين



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
The Algerian Republic



www.caarama.dz



caarama assurance



كرامة

التأمين على الأشخاص

ANEP 2116100965