

LE HTT PARTICIPE AUX GRANDS ÉVÉNEMENTS
Renforcer sa visibilité à l'international



Tourisme & Voyages

Magazine mensuel spécialisé dans le Tourisme et l'Artisanat
Edition N° 29 – Octobre 2023 – Prix 500 DA

Le SITEV relance la Destination Algérie

Saliha Nacer Bey
(Commissaire du Salon)

«Le Salon gagne en qualité
et en visibilité»



EGT CENTRE : 9 hôtels pour répondre à toutes les envies
L'HÔTEL RAÏS, ressourcement et ambiance méditerranéenne

ادخروا...سافروا...واستمتعوا
Épargnez...Voyagez...et Profitez



Les chiffres du tourisme !

Ceux qui me connaissent, savent que je suis un mordu des chiffres, quelqu'un qui aime établir les rapports, dresser les bilans, et faire les benchmark. Du coup, j'ai sauté sur l'occasion quand le Ministre du tourisme et de l'artisanat a convié les cadres de son secteur à une réunion nationale consacrée à l'évaluation de la saison estivale 2023, et la projection sur la saison saharienne. Comme on dit, on lance deux pierres d'un seul coup.

Waouh de quoi être bien servi en une seule journée. C'est vrai que cette période de l'année est tout indiquée pour faire la jonction entre les deux produits phares de la Destination Algérie. Le balnéaire et le Saharien.

Pour le premier, on apprend d'entrée que pas moins 140 millions d'estivants ont fréquenté les 437 plages autorisées à la baignade. Enorme, diriez vous, mais, moi, je reste, perplexe, par rapport au nombre de plages autorisées, un chiffre qui me paraît réduit si on considère la longueur de notre littoral, porté à 2.148 km, depuis cette année, par les services de l'Institut national de cartographie et de télédétection (INCT).

Mon étonnement va plus loin quand je vois qu'en moyenne, on a enregistré plus de 4200 estivants par jour et par plage (calcul sur 75 jours d'été). Un chiffre énorme qui ne permet à personne de savourer ni le plaisir balnéaire, ni les sensations d'une saison estivale !!!

Une autre donnée a retenu mon attention, elle concerne l'entrée en service de 47 établissements hôteliers ce qui porte le total à 1049 hôtels, certes. Mais, seuls 327 sont situés sur le littoral et n'ont qu'une capacité de 45 894 lits. A mon avis, ce nombre est loin d'en faire un produit attractif, même si on ajoute les 605 maisons de jeunes ou encore le logement chez l'habitant qui n'est toujours pas régularisé...

Cependant le satisfecit nous vient du produit Saharien ou les wilayas du Sud ont enregistré, entre Janvier et août 2023, 26 000 touristes étrangers, 2500 d'entre eux ayant bénéficié des procédures d'octroi du visa à l'arrivée. Au total



PAR ABDELGHANI TALBI

près de 1,6 million de touristes étrangers, durant cette même période, ce qui nous donne une augmentation de presque 1 million par rapport à 2022. Là j'applaudis et je confirme que notre produit Saharien reste le seul segment qui peut se vendre bien, et notamment sur le bassin méditerranéen. D'ailleurs c'est dans ce contexte que l'ONT et le HTT multiplient les participations aux salons internationaux dont le dernier, Top Résa, a connu la grande affluence au stand Algérien.

En parlant de salons, la 22ème édition du SITEV, a été, selon les participants, une réussite totale en matière d'organisation, mais aussi, en termes d'offres et de promotions des circuits envoûtants du Sud. Et pour rester dans les chiffres, il y avait 250 exposants, dont 30 étrangers. De quoi remplir le calendrier des quatre jours en passant par l'imposant stand du HTT qui a créé ambiance et animation de fête

Le groupe a mis en valeur tous ses produits et notamment, le thermal, et le tourisme de montagne. Sur ce point, l'EGT Centre qui a bénéficié dernièrement de l'ouverture de l'hôtel Rais, va bientôt attirer de nouveau, les feux de l'actualité, avec la reprise des activités de la station climatique de Tala Guilef et l'hôtel El Arz en vedette !

TOURISME & VOYAGES

N° 29 - Octobre 2023



Magazine spécialisé dans
le tourisme et l'artisanat

Edité par EURL Sixty One Plus
SIÈGE SOCIAL

Adresse : Maison de la presse Tahar
Djaout, 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 65 63 00

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

Abderezak.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. 5 à 18

EVALUATION DE LA SAISON ESTIVALE, ET PROJECTION
SUR LA SAISON SAHARIENNE

Des chiffres encourageants

- Le SITEV relance la Destination Algérie
- Forte participation du groupe HTT
- La SIH affiche ses ambitions et ses projets

Zoom. 19 à 33

HTT : RENFORCER SA VISIBILITÉ À L'INTERNATIONAL



EGT Centre : 9 hôtels pour répondre à toutes les envies

L'hôtel El Arz : un plus pour le tourisme de montagne

L'hôtel Raïs : ressourcement et ambiance méditerranéenne

OUALI LARBI

(chef de service promo-commercial)

«On offre le service et
le confort à nos clients»

Artisanat

*L'artisanat en Algérie :
de la tradition
à la création*

Gastronomie

*La gastronomie
pour promouvoir
la Destination Algérie*

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

Evaluation de la saison estivale, et projection sur la saison Saharienne

DES CHIFFRES ENCOURAGEANTS

Selon le ministre du Tourisme et de l'Artisanat, M Mokhtar Didouche, la saison estivale a été une réussite. Il se repose sur les chiffres enregistrés et confirme la bonne relance de la destination Algérie devant les cadres du secteur durant, lors de la réunion nationale consacrée à l'évaluation de la saison estivale 2023.



M. Didouche a fait savoir que l'Algérie avait enregistré près de 1,5 million de touristes étrangers entre janvier et août 2023, soulignant que les wilayas du Sud avaient enregistré 26 000 touristes étrangers, 2500 d'entre eux ayant bénéficié des procédures d'octroi du visa à l'arrivée. En plus de l'ouverture de lignes aériennes directes comme celle de Pais-Djanet qui vont être renforcées prochainement par d'autres lignes à partir de pays européens.

140 millions d'estivants

Plus de 140 millions d'estivants ont fréquenté les 437 plages autorisées cette saison. Parmi les carences figurent l'absence de plans d'aménagement des plages. Seules 224 plages en ont bénéficié sur les 437 autorisées à la baignade. Il a été enregistré l'entrée en service de 47 établissements hôteliers à travers les différentes wilayas du pays. Il existe 1049 hôtels d'une capacité de 125 211 lits dont 327 situés sur le littoral d'une capacité de 45 894 lits en plus de 605 maisons de jeunes d'une capacité de 40 161 lits.

Le parc hôtelier a doublé

Le logement chez l'habitant a aussi joué un grand rôle dans la réussite de la saison estivale. Elles étaient au nombre de 6582 d'une capacité de 39 492 lits. Cependant, il est à déplorer que la majorité a loué leur maison sans avoir une autorisation légale ou déclaré leur activité (50 724) d'une capacité de 133 080 lits.

»

» Le nombre de structures touristiques telles que les hôtels a doublé ces dernières années, mais il faut renforcer et diversifier le parc actuel avec des réalisations qui répondent aux normes et standards internationaux et donner la plus haute importance à la qualité.

8000 nouveaux lits

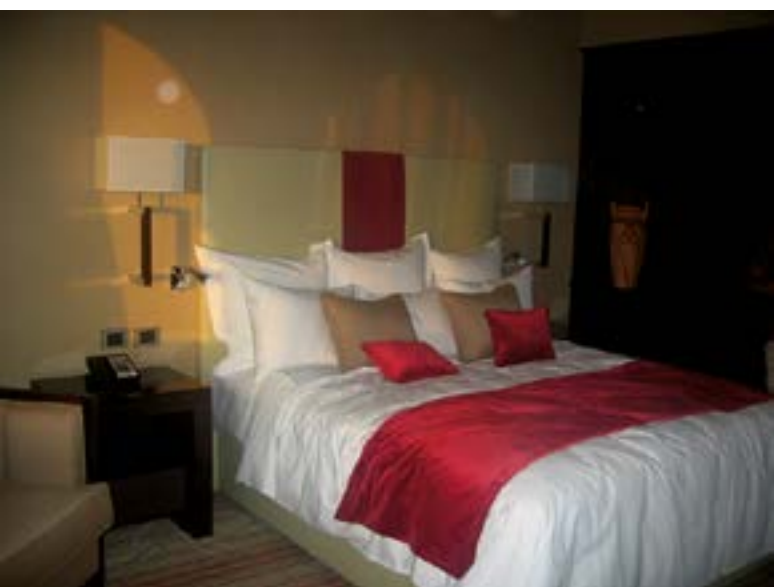
Il y a aussi 249 ZET avec l'achèvement de 123 schéma d'aménagement touristiques dont 73 ont été approuvés qui fournissent 1400 assiettes foncières consacrées à l'investissement touristique réparties sur 29 wilayas avec une capacité d'accueil de 190 000 nouveaux lits susceptibles de créer 590 000 postes d'emplois directs. Et dans le même contexte et en vue d'encourager l'investissement touristique, les efforts ont été couronnés par l'entrée en service de 47 nouveaux établissements hôteliers en 2022 et de 24 autres hôtels durant le premier semestre 2023, ce qui a permis de disposer de 8000 nouveaux lits et la création de 4000 postes d'emploi direct. Plusieurs projets touristiques en souffrance ont bénéficié de licence exceptionnelle pour lever toutes les entraves, ce qui porte le nombre global d'hôtels à 1609 capacité 148 000 lits en plus du lancement de 743 autres projets avec une capacité de 90 000 lits.

Promotion des zones humides

Il a été aussi question des préparatifs du lancement de la saison touristique saharienne. Cette année, il a été décidé de mettre en valeur les zones humides qui doivent intégrer les circuits touristiques. Les zones humides dans le désert algérien offrent un potentiel touristique remarquable et encore largement sous-exploité. Elles



constituent des destinations uniques qui peuvent attirer des voyageurs en quête d'expériences authentiques et de découvertes extraordinaires. Cependant, il est crucial de gérer le tourisme de manière durable pour préserver l'intégrité des





zones humides. Cela implique la mise en place de réglementations strictes pour éviter la surfréquentation, la gestion des déchets, la préservation de la biodiversité et la sensibilisation des visiteurs à l'importance de la conservation.



Sur les traces de personnalités historiques...

Ces circuits doivent s'étendre davantage et leur donner une dimension plus grande notamment dans le cadre de la formation et de l'éducation surtout concernant la mémoire nationale. Parmi les circuits, les agences de voyages peuvent proposer le produit «sur les traces de l'Émir Abdelkader», une figure emblématique de la lutte pour l'indépendance et un héros national. Ce circuit emmènera les touristes à travers divers sites historiques liés à sa vie et à son héritage. Il est l'occasion de comprendre le rôle central qu'il a joué dans la lutte pour l'indépendance de l'Algérie et son impact durable sur le pays. Un autre exemple parmi d'autres, le tourisme de découverte, sur les traces de l'aventurière et écrivaine Isabelle Eberhardt, qui fut une femme d'exception. Elle a fait de sa courte vie un grand voyage.

... Et la découverte de l'héritage artisanal

Coordonner avec les autres secteurs pour exploiter touristiquement les 227 manifestations est une option. Il a été décidé aussi d'intensifier les expositions de l'artisanat pour donner un élan à ses activités. Elles offrent une opportunité unique de mettre en valeur le patrimoine culturel, les compétences artisanales locales et les traditions ancestrales, ce qui attire les touristes en quête d'expériences authentiques et mémorables. Les expositions d'artisanat peuvent attirer des touristes internationaux en quête d'authenticité et de souvenirs uniques. Cela contribue à la notoriété d'une région en tant que destination touristique.





تحت الرعاية السامية للوزير الأول السيد أيمن بن عبد الرحمان
وإشراف وزارة السياحة والصناعة التقليدية
محافظة الصالون الدولي للسياحة والأسفار
تنظم



SITEV

من 28 سبتمبر
إلى 01 أكتوبر 2023
قصر المعارض / الصنوبر البحري



Le SITEV relance la Destination Algérie

Le Salon international du tourisme et des voyages (Sitev) a fait son grand retour en plantant le décor de sa 22e édition au Palais des expositions, Pins Maritimes (Alger), avec la participation de 250 exposants, dont 30 étrangers.

Placée sous l'égide du ministère du Tourisme et de l'Artisanat, cette importante manifestation se veut un espace regroupant les différents acteurs du domaine, notamment les établissements sous tutelle, les agences de voyages, les opérateurs touristiques, les établissements hôteliers des secteurs public et privé, les artisans ainsi que le secteur tertiaire dont les banques, les compagnies d'assurance et les transports. Cet événement majeur dans le calendrier touristique de l'Algérie est attendu avec impatience par les amateurs de voyages, les professionnels de l'industrie touristique et les curieux en quête de découvertes. Une atmosphère festive et conviviale qui a permis aux visiteurs de s'immerger dans l'excitation des voyages et explorer de nouvelles destinations. Les stands et la décoration générale du salon ont été ornés de couleurs vives et attrayantes, créant ainsi un environnement visuellement stimulant.

Offres, remises et promotions au programme

Les exposants ont proposé des offres spéciales, des remises et des promotions exclusives aux vi-

siteurs du salon, ce qui a contribué à l'excitation et à l'atmosphère d'achat. La diversité des visiteurs et des exposants a créé une atmosphère cosmopolite où les gens ont rencontré des personnes de cultures et de pays différents. Ils ont eu la possibilité de découvrir les joyaux cachés de l'Algérie à travers les présentations des différentes régions du pays. Des plages immaculées de la côte méditerranéenne aux paysages désertiques, en passant par les montagnes de Kabylie, le pays offre une diversité de destinations inégalée et qui n'a pas de rival qui sauront satisfaire tous les types de voyageurs. Le Salon veut aller au-delà d'un simple événement commercial et promotionnel. Il est également le théâtre d'émotions riches et variées, tant pour les exposants que pour les visiteurs.

Encourager les circuits envoûtants du Sud

Cette édition a mis en relief les anciens circuits du Sud, notamment «la Route des k'sour» et redonner un second souffle à la boucle des oasis (Biskra, Bou Saâda et El Oued). Aïmene Benabderrahmane, le Premier ministre qui a



» inauguré le salon a appelé au développement du tourisme interne, considéré comme un pilier de diversification économique en Algérie, avec 12 millions de touristes potentiels en 2024. Il a ajouté, dans le même contexte, que le tourisme en Algérie « connaît un saut qualitatif qu'il convient de promouvoir ».

Concernant la saison du tourisme saharien, il est impératif, a affirmé le Premier ministre, « de relever le défi de consacrer la qualité des services et de promouvoir médiatiquement cette saison », appelant la tutelle à finaliser, avant la fin de l'année, les préparatifs devant assurer le succès des circuits des oasis (Ghardaïa, Timimoun, Beni Abbès, Taghit et les Ksours) "pour que le touriste aussi bien algérien qu'étranger puisse bénéficier d'un nouveau produit de qualité". Concernant les efforts de l'Etat visant à promouvoir le secteur, le Premier ministre a exprimé son vœu de "réceptionner 734 hôtels au cours de l'année 2024, ce qui augmentera le nombre de lits et contribuera à couvrir les besoins nationaux", rappelant qu'"au cours de cette année, 77 nouveaux hôtels ont été réceptionnés" déplorant, toutefois, "le retard" enregistré dans la cadence de réalisation des projets sectoriels.

Le visa à l'arrivée donne des ailes aux voyages

Des instructions strictes ont été données pour œuvrer à la réalisation des projets dans les délais impartis". Les opérateurs ont salué l'initia-

tive de facilitation des procédures d'octroi et de généralisation du visa de régularisation pour les circuits touristiques du Sud. Il faut savoir que plus de 1,6 million de touristes étrangers avaient visité l'Algérie cette année, soit 1 million de touristes de plus par rapport à 2022. Le ministre du Tourisme et de l'Artisanat, Mokhtar Didouche, a souligné l'importance de l'organisation du Salon international du tourisme et des voyages (SITEV) pour l'établissement de relations de partenariat et l'échange d'expériences entre opérateurs touristiques algériens et étrangers en vue de développer le tourisme en Algérie. Il a précisé que « tous les indicateurs font état d'une amélioration du tourisme algérien dans les années à venir avec l'ouverture de nouveaux circuits touristiques, notamment dans les régions des oasis et du sud, qui rendront la destination Algérie plus attractive pour les touristes étrangers ».

Participation étrangère appréciable

La 22e édition du Salon international du tourisme et des voyages (SITEV) a connu une participation étrangère appréciable. Parmi les pays étrangers qui ont été présents figurent la Tunisie, l'Arabie Saoudite, la Grèce, la Turquie et la Chine. D'autres pays ont été représentés soit par leurs ambassades ou par des agences de voyages, il s'agit de Cuba, Mali, Niger et Bangladesh.

La Tunisie participe depuis des années à ce salon. Pour ce pays, le marché algérien est straté-





gique puisque chaque année et surtout lors de la saison estivale, beaucoup d'Algériens visitent ce pays limitrophe et dont l'accès n'a pas besoin de visa.

La Grèce aussi s'intéresse aux touristes algériens. Chaque été, cette destination reste l'une des plus prisées. La Chine tente une percée.

Certaines agences algérienne s'intéressent aux nouvelles liaisons aériennes desservies par Air Algérie (Afrique du Sud, Ethiopie, Sénégal) et envisagent sérieusement de proposer des séjours dans ces pays. Elles étudient aussi la possibilité de ramener des touristes étrangers vers l'Algérie.

Chaque nouvelle édition du Sitev est enrichie avec de nouveaux pays participants qui essaient de faire leur marketing pour charmer les Algériens et les convaincre de planter leur décor de vacances dans ces pays.

Ainsi le SITEV se veut être un endroit où les rêves de voyage prennent vie et offre l'opportunité de découvrir les belles régions de notre pays en un seul endroit. Un lieu inspirant qui aide à planifier les prochaines vacances de fin d'année et d'hivers. Des représentants des destinations ont discuté avec les visiteurs et ont partagé leur passion pour leur coin de paradis.

M. AÏMENE BENABDERRAHMANE
(Premier ministre)

«Relever le défi du tourisme local»

En donnant le coup d'envoi de la 22e édition du SITEV, le premier Ministre M. Aïmene Benabderrahmane a souligné l'importance du tourisme local comme un des piliers de diversification économique en Algérie « C'est un défi qui reste réalisable au vu des potentialités que recèle le pays, le marché algérien dispose de grandes potentialités, d'autant plus que cet intérêt commence à porter ses fruits grâce au programme du président de la République et à l'action du gouvernement en vue de faire du tourisme un des piliers de la diversification économique à laquelle aspire le pays » Evoquant le tourisme intérieur, le Premier ministre a affirmé qu'il s'agit d'« un défi que nous devons tous relever ». Il a, de ce fait, insisté sur « le tourisme thermal dans plusieurs régions du pays, dont Guelma, Khenchela et Sétif », estimant que ce type de tourisme peut attirer « plus de 12 millions de touristes et constitue l'un des principaux vecteurs de la diversification de l'économie nationale ».

Le Premier ministre prévoit la réception de 734 hôtels au cours de l'année 2024, ce qui augmentera le nombre de lits et contribuera à couvrir les besoins nationaux.

Saliha Nacer Bey (Commissaire du SITEV)

«Le SITEV gagne en qualité et en visibilité»

Saliha Nacer Bey est, pour la 2ème année consécutive, la Commissaire du Salon international du tourisme et des voyages (SITEV). Sa fonction de directrice générale de l'Office national du tourisme, et sa connaissance du secteur, lui permettent de bien remplir cette mission. Elle revient dans cet entretien sur les moments forts du salon, les tendances et les premiers bilans, et évoque, aussi, le rôle de son institution dans la promotion de la Destination Algérie.

PROPOS RECUEILLIS PAR ABDELGHANI TALBI

Le SITEV gagne en régularité. Vous êtes, pour la deuxième année consécutive la commissaire et l'organisatrice du salon, quel est la particularité du SITEV cette année par rapport à l'année dernière ?

Tout d'abord, il faut rappeler que le salon de l'année dernière, s'est déroulé dans un contexte de reprise, après un arrêt forcé dû au COVID 19, c'était un peu exceptionnel, et on devait relever le défi de réunir la grande famille du secteur. Cette année, c'est différent, on est allé avec beaucoup plus d'assurance, on a ouvert la participation aux opérateurs et on a relevé la qualité dans la participation.

Donc le SITEV a gagné en qualité ?

Tout à fait, on n'a pas, du tout, axé sur la quantité, on a, au contraire, relevé la qualité des participants tout en leur faisant passer un message essentiel, et leur faire comprendre que maintenant, il y a des efforts déployés par le gouvernement pour booster le secteur, et qu'on doit passer à l'action et suivre les instructions des hautes autorités du pays d'investir le terrain. C'est donc, un événement qui montre, à travers les participants, et les exposants, une évaluation du secteur et les nouveaux opérateurs dans le segment des plateformes de réservation et de start-up qui sont en train d'émerger.

Justement quelles sont les principales tendances à retenir pour cette édition ?

Comme je viens de le citer, les plates-formes de la destination et de la promotion. Il y a de nouveaux concepts développés par les jeunes dans

les sports nautiques, les activités de montagne et au tourisme d'aventure. Toutefois, le produit saharien reste le socle et le produit phare de la Destination Algérie. La nouveauté est qu'on a réuni plusieurs opérateurs de Tamanrasset, Djinet, Timimoun, Illizi et Ain Salah, soit cinq pôles touristiques à grande attractivité dans un même et grand stand.

L'autre nouveauté est l'élaboration des circuits du sud établis par les organisateurs, est-ce une nouvelle tendance pour la relance du Tourisme Saharien ?

Tout à fait, on veut présenter dorénavant aux touristes étrangers ou locales un circuit, ou si vous voulez, un assemblage de produits touristiques à découvrir. On veut aussi mettre en exergue et en valeur les infrastructures publiques qui dépendent du groupe HTT après leur modernisation. Je pense qu'il est temps de montrer les investissements de l'état en matière de rénovation et modernisation de ces infrastructures.

Que pensez-vous de la participation étrangère ?

On a noté avec beaucoup de satisfaction l'intérêt accordé par les participants étrangers, nous avons enregistré une participation correcte et appréciable avec pas moins de 30 pays, ce n'est pas une chose aisée. Je pense que c'est, un peu, la continuité de nos diverses participations aux salons à l'étranger, puisqu'on ne cesse de communiquer et de promouvoir, à chaque fois, la Destination Algérie et le SITEV.

En marge du SITEV, il y a eu un eductour

Oui, ceux qui sont venus pour l'éductour, ce sont

des gens que nous avons rencontré lors de nos participations à l'étranger, là aussi, on peut dire que la stratégie adoptée par le secteur et l'ONT a porté ses fruits. Il y a eu beaucoup de réponses positives à nos appels.

Le SITEV se déroule entre la fin de la saison estivale et le début de la saison saharienne. Estimez-vous que ce soit le bon calendrier pour le salon ?

Tout d'abord, il faut savoir que le SITEV se déroulait en mois de Mai, par la suite, les ministres précédents voulaient éviter cette période, à cause d'une part, du mois de Ramadhan mais aussi pour que les pays voisins captent mieux le produit Algérien. Petit à petit, on est arrivés à Septembre, mais sincèrement, au delà du fait que cette période intervient entre le produit Balnéaire et Saharien, c'est une période marquée par les congés. Croyez moi, j'ai eu, du mal à préparer ce salon, et à contacter les sponsors qui étaient dans la majorité, en congé. Eh puis, il faut se poser la question,

pourquoi tous les salons au niveau mondial sont organisés durant le premier trimestre de l'année, rares sont ceux qui dépassent le mois de Mars. On est en train de réfléchir à le reprendre pour Avril. En tout cas cela reste un avis personnel

Revenons à votre 2eme casquette en tant que Directrice générale de l'ONT, quel est l'impact de la participation de l'ONT aux salons internationaux. Peut-on avoir votre analyse à ce sujet et le bilan général ?

Je peux vous dire sans me tromper que le bilan est assez positif. Il y a eu un bon feedback et de l'intérêt partout où on a participé. Après le MITT de Moscou, nous avons reçu des russes, nous avons reçu des bulgares, il y a une certaine tendance vers les pays de l'Est avec la Croatie, la Serbie, c'était la conquête de nouveaux marchés. On va tirer les leçons et y aller de l'avant, il y a des salons où ne reviendra pas car on a constaté un manque d'intérêt. Et on va renforcer par contre notre présence dans d'autres salons. Il ne faut pas adopter le principe de la chaise vide, là où il y a un événe-

ment important, il faut être présent, il faut faire de la promotion agressive pour avoir sa place dans le marché européen, arabe et africain.

Quel est votre bilan sur le plan national, et qu'à fait l'ONT durant la saison balnéaire

Pour la saison estivale, comme chaque année, on avait notre programme de promotion sous forme de spot publicitaire dans l'objectif d'attirer le touriste local et le convaincre de rester dans son pays, choisir l'Algérie comme destination pour passer ses vacances. Il y a beaucoup d'actions qui ont été faites, nous avons organisé des eductours, célébrer la journée nationale du tourisme en impliquant des enfants que nous avons ramenés du sud pour découvrir des wilayas balnéaires à Tlemcen et Chlef. C'est une expérience à renouveler.

Avez-vous défini votre plan d'action pour le tourisme saharien ?

Pour le saharien, nous avons le festival international du tourisme saharien qui aura lieu fin d'année, le choix définitif de la wilaya qui abrite les festivités n'est pas encore défini mais El-Oued est fortement pressenti car son principe est d'être cyclique et toucher tous les endroits, il a été déjà organisé à Tamanrasset, Béchar, Biskra et Ghardaïa.

Une dernière question, quel est la place des médias dans votre feuille de route, est-ce un partenaire, un bon compagnon ?

Sans les médias, on ne peut rien faire, ce sont aussi un outil de promotion, ce sont clairement nos partenaires et nous avons même songés à créer le club des amis du tourisme. C'est notre miroir qui reflète les efforts et le travail effectué, on est accompagné à chaque fois. Permettez-moi, de saluer, à partir de votre respectable magazine Tourisme et Voyages ? l'ensemble des journalistes qui ont contribué d'une façon ou d'une autre à l'amélioration de la perception de la destination Algérie.



Forte participation du



Le grand stand du groupe HTT a regroupé toutes les EGT, filiales du groupe, avec comme objectif accroître la visibilité, promouvoir les offres spéciales, lancer de nouveaux produits, établir des partenariats et renforcer sa notoriété dans le secteur du tourisme.

Le groupe hôtellerie, Tourisme et thermalisme (HTT) a participé à la 22e édition du salon international du tourisme et des voyages (Sitev) avec un grand stand qui a regroupé les EGT du groupe. Les objectifs de cette participation sont multiples. Il y a d'abord le fait de vouloir accroître la visibilité, promouvoir des offres spéciales, lancer de nouveaux produits, renforcer la notoriété et établir des partenariats. C'est aussi une excellente opportunité pour obtenir des retours d'expérience, recevoir des commentaires directement des visiteurs pour améliorer les produits, les services et l'expérience client. D'autre part, l'ambition affichée par le

groupe est d'accroître les ventes grâce à des réservations, des contrats et des achats effectués pendant le salon.

Ambiance, tombola et animation de fête

Le stand a attiré une grande foule d'autant plus qu'il a été décoré avec des éléments visuels représentatifs de la destination, tels que des affiches, des photos et des objets artisanaux. La présence de femmes et d'hommes habillés en tenues traditionnelles a ajouté une dimension culturelle significative au stand. Des gâteaux traditionnels

groupe HTT

ont été aussi proposés pour avoir un avant goût des destinations.

Côté animation, la troupe djawhara de Tlemcen et des groupes folklorique du sud ont mis de l'ambiance. Les visiteurs ont assisté à une préparation d'un mariage tlemcénien et du Mouloud. Elle joue un rôle important dans la création d'une atmosphère festive et joyeuse. Un voyage dans les us et coutumes de cette région et une expérience fascinante qui permet de découvrir la culture, les traditions et les modes de vie locaux. Cela pourra constituer un motif de voyage pour en savoir davantage.

Pour attirer les visiteurs, des tombolas ont été organisées tout au long du salon avec de prestigieux cadeaux à gagner comprenant des séjours et week-ends au sein des unités. Des remises ex-

ceptionnelles allant jusqu'à 25% ont été proposées par le Centre touristique, hôtel Mazafran et hôtel Les Sables d'Or (Zéralda).

Diversifier les offres à travers le thermalisme

L'EGT Tlemcen a frappé un grand coup en octroyant une réduction exceptionnelle de 50 % lors du SITEV pour un week-end en pension complète pour deux personnes dans ses hôtels, agrémenté d'un soin relaxant dans ses stations thermales. En fait, par cette action, l'entreprise veut faire la promotion du tourisme thermal. L'EGTT dispose de quatre stations thermales : Hammam Bouhanifia (Mascara), Hammam Bouhadjar (Ain Témouchent), Hammam Boughrara (Maghnia) et Hammam rabbi (Saïda). Pour la direction, le thermalisme «ne se limite pas aux avantages thérapeutiques. Il s'agit également de détente, de relaxation et de renouvellement. C'est une expérience holistique qui nourrit le corps et l'esprit. Nos visiteurs ne sont pas seulement ici pour guérir, mais aussi pour se ressourcer, pour se reconnecter à la nature et pour trouver la paix intérieure».

En promouvant le thermalisme, le HTT a conscience qu'il fait bien plus que de créer une industrie prospère. Il offre une évasion, une occasion pour les visiteurs de découvrir une culture, une cuisine, une hospitalité chaleureuse et une beauté naturelle. Il contribue à créer des souvenirs inoubliables qui inciteront les visiteurs à revenir encore et encore.

Le tourisme de montagne prend de l'altitude

Le groupe EPE-SPA ETK fait la promotion du tourisme de montagne avec notamment l'hôtel Bracelet d'Argent. Ils invitent les voyageurs à venir s'imprégner du calme. Et profiter de la vue imprenable sur la montagne »



” de Djurdjura. Situé à 1300 m d'altitude à Beni yenni, à 45 Km du chef lieu de la wilaya de Tizi-Ouzou, il renferme 10 chambres exploitables tout le long de l'année et une nature à couper le souffle toutes les saisons.

Ainsi, le Sitev a permis au groupe HTT de communiquer davantage auprès de ses clients ou potentiels clients, interagir avec les visiteurs de manière conviviale et informative, répondre à leurs questions et les impliquer dans des discussions sur les voyages. Une opportunité d'apprendre et de s'émerveiller, tant que chaque destination a son propre charme et inspire à programmer les vacances d'hiver et de fin d'année et explorer la «boucle des oasis» pour découvrir des cultures uniques. Pour rappel, le groupe compte 17 filiales et 73 unités. Il représente 23% de l'ensemble du parc hôtelier algérien, 28% du parc étoilé, 45% des unités thermales et 67% des unités de thalassothérapie et de remise en forme.

20 établissements en cours de rénovation

Le SITEV a permis aussi de faire le point sur les opérations de modernisations des hôtels du groupe. M. Smaïl Aït Habouche, Directeur général par intérim du HTT a affirmé que le groupe «termine le parachèvement de la première phase des opérations de modernisation il y a 35 établissements réhabilités et 20 établissements en cours de rénovation. Décembre 2024 sera le délai maximal pour terminer l'ensemble des opérations».

La modernisation et la réhabilitation des hôtels sont des opérations stratégiques essentielles pour le HTT. Elles visent à maintenir la compétitivité, à améliorer l'expérience client, à respecter les normes de qualité et à s'adapter aux évolutions des besoins et des préférences des voyageurs. Les hôtels modernisés peuvent créer une image de marque plus forte et plus contemporaine, attirant ainsi une clientèle plus large.

En modernisant et en réhabilitant, les hôtels peuvent diversifier leur offre pour répondre à différents segments de marché, tels que les voyageurs d'affaires, les familles ou les amateurs de bien-être. En plus, les hôtels rénovés attirent souvent plus de clients, ce qui peut augmenter les taux d'occupation et les revenus. La modernisation est un investissement à long terme qui peut garantir la durabilité de l'entreprise hôtelière et sa capacité à prospérer dans un marché en évolution.

La SIH affiche ses projets

Pour la deuxième année consécutive, la société d'investissement hôtelier (SIH) a participé au salon international du tourisme et des voyages avec un stand imposant a été conçu pour attirer l'attention des visiteurs.

Le stand a permis de fournir des informations complètes sur les hôtels étoilés, y compris des brochures, des cartes, des tarifs, et des offres spéciales. Des zones de rencontre confortables avec des sièges et un personnel amical ont été aménagées pour permettre aux visiteurs de poser des questions et d'obtenir des informations personnalisées. Le but clairement affiché de cette participation est d'avoir un maximum de visibilité, accentuer la dynamique de croissance et devenir un acteur incontournable. Il s'agit de présenter d'abord les 7 infrastructures hôtelières et les deux écoles. La SIH est une société par action (EPE/SPA) créée en 1997. Sa capacité d'accueil est estimée à plus de 6000 lits à travers 7 infrastructures hôtelières



ses ambitions et



haut de gamme réalisées sur le territoire national, confiées en management ou en franchise aux plus grandes enseignes internationales (Sheraton, Marriott, Hyatt Regency). Elle possède 2 écoles d'hôtellerie d'excellence à Alger et Oran. La Société d'Investissement hôtelière est incontestablement le leader de l'investissement et de la promotion hôtelière en Algérie. Forte de son expérience et de sa maîtrise parfaite du domaine de l'investissement, elle est plus que jamais mobilisée pour contribuer au développement de l'économie nationale et mériter la confiance et la fidélité de ses partenaires.

Normes internationales et séjours inoubliables

Ses établissements répondent pleinement aux normes internationales les plus strictes en matière de qualité et de confort. La SIH confirme son engagement à offrir une expérience inégalée à ses clients, qu'ils voyagent pour affaires ou

pour le plaisir. Les chambres sont conçues pour offrir un confort supérieur, avec des matelas de qualité, une literie haut de gamme, et des équipements modernes. Les restaurants proposent une cuisine de classe mondiale, avec des plats locaux et internationaux préparés par des chefs talentueux. Les salles de réunion et d'événements sont équipées des dernières technologies pour assurer le succès de toute réunion ou conférence.

Sheraton Club des Pins, Marriott de Constantine, Four points Oran, Hyatt Regency Alger Aéroport, Renaissance Tlemcen, Sheraton Annaba et l'hôtel Protea Constantine, sont des hôtels de grande classe qui affichent fièrement leurs étoiles. Lors du Sitev, Chalel Smail, président-directeur général, a mis l'accent sur le projet thalassa et SPA situé à côté du très célèbre Sheraton Club des Pins. Il a donné au premier ministre Aïmane Benabderrahmane qui a inauguré cette manifestation comme délai de réception du projet le 30 ►►



» septembre 2024. « La livraison de cet important projet va augmenter les capacités et faire la différence.

La vague thalassothérapie et bien-être

Le nouveau centre de thalassothérapie à Club-des-Pins, est d'une capacité de 1000p/jour. Il sera constitué de deux hôtels, Sofitel Thalassa, SEA et SPA de 160 chambres, et du Sofitel diététique de 80 chambres, 1500 places de parking couvertes et non couvertes, 3 restaurants et 2 bars ainsi que des différentes salles de réunions de différentes tailles, fitness, spa, centre de bien-être et piscines. Le centre sera dirigé par le groupe Accor. En outre, Chalel Smail a affirmé : « Nous avons établi une feuille de route pour que les recrutements se fassent à partir de janvier 2024 car il faut former le personnel sur de nouveaux métiers ». Il rappelle que les prestigieux hôtels de la SIH sont passés du statut de contrat de management à la franchise. « On était dans un autre mode de management depuis un quart de siècle mais depuis une année, on travaille avec des jeunes cadres algériens et on suit de très près les indicateurs de qualité adoptés par Marriott, Accor ou hayatt. Les indicateurs sont excellents,

ce qui prouve que l'Algérien peut manager. Notre plus grand défi en plus des investissements est de transformer la SIH en une société d'exploitation hôtelière », a-t-il mis en exergue.

Bornes interactives au Sheraton Annaba

« En plus de la numérisation de certaines prestations, nous comptons installer des bornes interactives, nous allons faire une opération pilote au niveau du Sheraton Annaba pour permettre au client dans le futur dès son arrivée à la réception de faire une visite guidée pour voir sa chambre à l'avance et voir les différentes prestations avant de la généraliser aux autres hôtels de la SIH », ajoute-t-il.

Dans un contexte hôtelier caractérisé par une concurrence acharnée, la SIH réaffirme ses grandes ambitions pour l'avenir. Regroupant un ensemble d'hôtels de renom, elle est déterminée à relever les défis et à façonner l'avenir de l'industrie hôtelière en Algérie.

Ainsi le SITEV a permis à la SIH de mettre en avant ses ambitions et surtout ses projets qui vont faire d'elle un acteur incontournable du secteur de l'industrie touristique.

Participation aux grands événements et salons **HTT : renforcer sa visibilité à l'international**



Le groupe Hôtellerie Tourisme et Thermalisme (HTT) participe régulièrement aux salons internationaux du tourisme au niveau international et régional. Village international de la gastronomie de Paris, IFTM Top Resa, BIT Milan, foire internationale du tourisme de Budapest, IT Berlin, à chaque manifestation, le HTT est présent fortement dans le stand Algérie.

Les salons du tourisme représentent des événements d'une importance cruciale puisqu'ils offrent une plateforme inestimable pour atteindre l'objectif principal qu'est la promotion de la Destination Algérie, et la visibilité de nos produits. Ces événements rassemblent des milliers de personnes, allant des voyageurs curieux aux experts en voyages, en passant par les représentants de destinations et d'entreprises touristiques. C'est une occasion unique de mettre en avant la destination, les services, et les hôtels du groupe, d'accroître sa notoriété et de générer de l'intérêt pour ce qu'il a à offrir. »

» Viser les événements majeurs

Néanmoins, et selon le calendrier établi, le groupe vise, en priorité, les événements majeurs où les professionnels de l'industrie du tourisme se réunissent pour échanger des idées, établir des partenariats, découvrir les dernières tendances et innovations du secteur, et promouvoir leurs produits et services. Les thèmes abordés lors de ces salons peuvent varier d'une année à l'autre, mais ils couvrent généralement des sujets tels que le tourisme durable, les nouvelles technologies dans le tourisme (numérisation et digitalisation), les tendances des voyages d'affaires, les destinations émergentes et bien d'autres. Des thèmes qui peuvent être transformés en produits commercialisables par les responsables du groupe.

Conquérir de nouveaux marchés

De cette manière, les hôteliers de l'entreprise pourront soit conquérir de nouveaux marchés ou les consolider. C'est une forme de communication événementielle à forte impact. La communication dans ce genre de salon est perçue par le groupe HTT comme «essentielle pour atteindre les objectifs et maximiser la présence». Les représentants doivent être en mesure de répondre aux questions des visiteurs de manière efficace et convaincante. Pour avoir le maximum d'influence, on offre des brochures, des dépliants et des cartes de visite aux visiteurs pour qu'ils aient le maximum d'informations à emporter avec eux.



Maximiser la communication

Bien entendu, le groupe HTT fort de ses 17 filiales, ne va pas à l'aventure ou dans l'inconnu quand il s'agit d'une participation aux salons à l'étranger. Le déplacement, nous dit-on, est précédé d'un travail de segmentation et de ciblage qui permet de bien choisir les représentants. En effet, en comprenant les différents segments de sa cible, et les centres d'intérêt des visiteurs, le groupe peut personnaliser son approche et maximiser l'efficacité de sa communication. Il faut savoir que les visiteurs d'un salon du tourisme peuvent avoir des motivations de voyage très différentes. Certains recherchent des voyages d'aventure,





d'autres des voyages de luxe, des voyages en famille, des voyages d'affaires, etc. C'est pour ça qu'il faut adapter la communication pour répondre à ces besoins spécifiques. L'enjeu est aussi de proposer des offres spécifiques liées à des centres d'intérêt, tels que la gastronomie, l'aventure, la culture ou le bien-être.

Participation au village international de la gastronomie...

A titre d'exemple le groupe a participé à Paris au Village international de la gastronomie dans les jardins du Trocadéro du 7 au 10 septembre 2023, aux côtés de 170 pays. Tous les métiers de la gastronomie ont été réunis pour célébrer la gastronomie sous toutes ses formes et dans tous ses goûts et permettre au village International de la Gastronomie d'être un véritable espace de découvertes et d'échanges. «Une aventure culinaire exceptionnelle, où nous avons fait découvrir les délices de notre cuisine et de nos cultures» met en évidence le groupe HTT et notamment ses filiales EGH El Djazair et EGH Aurassi « Les visiteurs ont dégusté des saveurs d'Algérie et vécu ainsi une expérience gustative inoubliable». Pour les représentants du groupe HTT, la gastronomie joue un rôle essentiel dans l'industrie du tourisme, créant une expérience mémorable pour les voyageurs et contribuant à l'attrait de la destination Algérie. « La gastronomie algérienne

est une véritable mosaïque de saveurs, de couleurs et d'odeurs olfactives qui témoignent de la richesse culturelle et culinaire de notre pays »

... Et au Top Resa de Paris

La dernière participation en date est le salon Top Résa qui s'est ouvert juste après le SITEV. Un rendez vous incontournable dans le calendrier du groupe HTT « Cette participation vise à promouvoir la destination Algérie dans la capitale française, un des marchés traditionnels importants pour notre pays, au vu du nombre croissant des touristes français qui ont choisi l'Algérie comme destination privilégiée » C'est également une occasion d'être en contact direct avec la communauté nationale pour l'encourager à choisir son pays comme destination touristique, notamment à l'approche de la saison saharienne. Justement, c'est dans ce contexte que le groupe HTT a choisi deux filiales du Sud, les EGT de Tamanrasset et de Ghardaïa pour y être représenté, d'ailleurs des produits touristiques diversifiés ont été exposés sur un stand de 92 m², mettant en évidence l'aspect esthétique urbain, culturel et patrimonial du Sud Algérien.

Il faut dire que cet événement d'envergure offre une plateforme unique pour entrer en contact avec 200 destinations et 1700 marques exposantes, représentant un large éventail d'acteurs de l'industrie tels que les offices de tourisme, les compagnies aériennes, les groupes hôteliers, les tour-opérateurs, les entreprises technologiques et les startups.

Ainsi, la présence aux salons vise à combler le déficit en matière de communication et profiter de l'opportunité qu'ils offrent pour faire connaître toutes les potentialités du secteur. Le groupe HTT en a compris la teneur.

EGT Centre : 9 hôtels pour ré



L'Entreprise de Gestion Touristique du Centre, l'une des 17 filiales qui constituent le portefeuille du groupe Hôtellerie Tourisme et Thermalisme se démarque par le fait que ses unités sont réparties à travers le territoire national et touchent tous les segments d'activités.

L'Entreprise de Gestion Touristique du Centre est constituée de 10 Unités (9 hôtels et un Centre commercial et parking). Ces unités sont réparties à travers le territoire national et touchent tous les segments d'activités.

Ainsi dans la wilaya d'Alger, l'entreprise possède l'hôtel Sofitel Hamma Garden, l'hôtel Mercure, l'hôtel Safir (ex. Aletti), l'hôtel Albert 1er, l'hôtel Rais et le Centre commercial et Parking (CCP El Hamma). Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, il y a l'hôtel Amraoua, l'hôtel Tamgout (Yakouren) et la station climatique El Arz (Tala Guilef). Enfin à Adrar, l'EGT Centre gère l'hôtel Touat.

A l'instar des autres EGT du groupe public, l'EGT Centre s'est lancé dans un vaste programme de modernisation qui entre dans le cadre de l'application de la décision des pouvoirs publics de réhabilitation et de modernisation des structures hôtelières publics avec comme objectif de «répondre aux normes internationales en

pondre à toutes les envies

matière d'hôtellerie». Le programme vise d'une part «à mettre les hôtels aux normes des standards internationaux», et d'autre part «à offrir de nouvelles prestations (introduction de centre de remise en forme, SPA, piscine, salles polyvalentes, parking, augmentation de capacité d'hébergement», la modernisation de ces structures hôtelières est accompagnée d'un programme de formation pour les employés des différents hôtels.

Un bijou de quatre étoiles à Adrar...

L'hôtel Touat d'Adrar a été rouvert en Janvier 2020 après sa restauration et sa modernisation qui a permis son reclassement en quatre étoiles. Une unité hôtelière qui constitue un repère et un acquis pour Adrar et le Sud en général, notamment en période de fêtes et de manifestations. D'une capacité de 183 lits, la structure hôtelière dispose de toutes les commodités nécessaires à la satisfaction des pensionnaires, dont un restaurant servant 134 repas/ jour, une cafétéria, une piscine, quatre salles de conférences et une salle de musculation. Il est doté de 116 chambres, dont 4 suites juniors, 2 suites séniors, et 2 chambres pour personnes à mobilité réduite. Que vous soyez en quête de détente, d'aventure ou de découvertes culturelles, cet hôtel est votre port d'attache idéal pour explorer cette région riche en histoire et en beauté. Le site web Tripadvisor lui accorde une note

de 4/5 le considérant comme «un bon hôtel». Les internautes qui y ont séjourné ont constaté «une amélioration notable. La chambre est toujours aussi propre et bien rangé. Personnel accueillant. Navette vers l'aéroport disponible». D'autres ont été agréablement surpris et le recommande d'autant plus qu'il est «très bien situé au centre ville d'Adrar juste devant une grande placette très animée surtout pendant la soirée».

... Et une station climatique à Tala Guilef

Le projet de réhabilitation et de modernisation de la station climatique de Tala Guilef, dans la wilaya de Tizi-Ouzou, comprenant un village touristique, un centre animé et un restaurant d'altitude. Le projet de réhabilitation du complexe touristique de Tala Guilef a été confié à une entreprise étrangère suite à un appel d'offres national et international. Sa réouverture est très attendue au vu de l'importance et de l'impact que cela apportera sur l'affluence touristique dans ce versant de la wilaya. Cela permettra, en effet de booster les activités de tourisme de montage.

L'EGT Centre (Groupe public HTT) pourra développer ce genre de produit pour de courts séjours ou l'espace d'un week-end et miser sur la clientèle des grandes villes comme Alger en quête de ressourcement. Un endroit exceptionnel dominé par les montagnes et la verdure pour découvrir la nature, très prisé par les randonneurs et les amateurs d'air pur. Que vous soyez »





» un passionné de randonnée, un amoureux de la nature ou simplement à la recherche d'une échappée paisible en altitude, Tala Guilef offre tout ce que vous pouvez souhaiter.

Le tourisme de montagne en vedette

L'EGT Centre a une belle carte à jouer d'autant plus que la région du Djurdjura est le trésor du tourisme de montagne en Algérie. Elle est riche en patrimoine touristique naturels et culturels. En plus, le tourisme de montagne a un important rôle dans le processus de développement local, à travers la création de dynamiques territoriales. Les montagnes, avec leur majesté, leur beauté naturelle et leur tranquillité, ont toujours attiré les voyageurs et les amoureux de la nature.

L'EGT Centre doit capter ce type de clients et cela pour plusieurs raisons. Le tourisme en montagne offre une expérience unique. Les montagnes procurent une évasion de la vie urbaine trépidante et du stress quotidien. La paix et la sérénité que l'on ressent en montagne sont inestimables. Les amateurs de plein air peuvent s'adonner à une multitude d'activités, de la randonnée à l'escalade en passant par le ski, le VTT et bien d'autres encore. Ces activités en montagne sont non seulement amusantes, mais elles permettent également aux visiteurs de se reconnecter avec la nature et de renouer avec leur propre être intérieur.

Une attractivité de la nature

Pour l'EGT Centre, l'intérêt est évident puisqu'il permettra à coup sûr d'augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise, cependant, il est essen-

tiel de fixer des prix appropriés pour attirer les clients tout en maintenant une marge bénéficiaire adéquate. La voie est toute tracée pour diversifier leurs activités avec comme objectif de générer des revenus supplémentaires en incluant des événements, et des forfaits de bien-être, et même des activités estivales en basse saison.

L'EGT Centre va opter pour une stratégie de marketing et de promotion pour attirer des clients tout au long de l'année. Cela inclut la promotion des activités de montagne, la mise en avant des attraits locaux et la communication de l'expérience unique qu'ils offrent. L'Entreprise va ainsi procéder à l'identification des marchés cibles qui sont les plus susceptibles d'être intéressés, mettant l'accent sur la clientèle des week-ends qui peuvent se permettre un séjour à partir des régions limitrophes, notamment d'Alger, sans négliger les autres villes du pays. Elle compte se baser, entre autres, sur la publicité en ligne pour cibler spécifiquement les personnes intéressées par le tourisme en montagne, en fonction de leurs centres d'intérêt et de leur comportement de recherche.

L'hôtel Safir, un balcon sur la baie d'Alger, en rénovation

L'hôtel Safir (ex-Alleti), l'un des plus anciens hôtels d'Alger et un bijou architectural est, lui aussi, en pleine réhabilitation. Il a été construit à grands frais et inauguré lors de la célébration du centenaire de la présence coloniale en Algérie, l'été 1930. Il offre une splendide vue sur le port et la baie d'Alger et dispose de 155 chambres et d'un restaurant avec une cuisine de type inter-



national. Cette opération de grande envergure permettra à l'établissement de se mettre aux normes internationales en matière d'hôtellerie ; tous les aspects seront pris en compte que ce soit la formation du personnel, la modernisation de la structure, le ravalement de la façade, le réaménagement des chambres rien ne sera laissé au hasard pour le confort de la clientèle. Des personnalités de grand renom ont séjourné dans cet hôtel mythique à commencer par feu Houari Boumediene, Mohamed Khider, Mohamed Boudiaf, des personnalités politiques dont

Caroline de Monaco, Albert de Monaco, Nelson Mandela, Patrice Lumumba, mais aussi du monde artistique à l'image de Charlie Chaplin (Charlot), ou encore Jean Claude Brial (qui a filmé des séquences de son long métrage « Sur les traces de mon enfance »), Charles Aznavour et Georges Brassens. Non loin de l'hôtel Es Safir, un autre hôtel est, lui aussi, en réhabilitation, il s'agit d'Albert 1er, situé en plein centre-ville d'Alger à deux pas de la Grande Poste et du Palais du Gouvernement. L'immeuble de type colonial avec une architecture haussmannienne a été édifié en 1907. Il dispose de 63 chambres et de 2 suites, d'un restaurant et un bar d'une capacité de 30 places. Mais le projet est à l'arrêt.

L'hôtel Amraoua veut retrouver une seconde jeunesse

L'hôtel Amraoua de Tizi-Ouzou est en cours de modernisation également pour se conformer aux nouveaux standards de l'hôtellerie sur une surface bâtie de 3193 m² avec 4 étages pour hébergement, un étage technique, un rez-de-chaussé, un sous-sol, 130 chambres dont 3 à personnes mobilité réduite et 13 suites. Les opérations de mise à niveau concernent plusieurs aspects : modernisation de l'image de l'entrée, rénovation de l'ancien espace de la discothèque en un centre de remise en forme et SPA avec construction d'une piscine intérieure en liaison avec le SPA, amélioration de l'espace du lobby avec l'introduction de la lumière naturelle et la vue sur le paysage et l'intégration de la richesse artistique locale dans la décoration. Il est aussi prévu un espace d'activité pour enfants et un terrain de sport. L'hôtel dispose d'une surface non bâtie de 2,1 hectares qui va être exploitée pour de nouvelles constructions.



L'hôtel El Arz, un plus pour

L'hôtel El Arz d'une capacité de plus de 200 lits est pratiquement prêt à une pré-ouverture. Il sera inauguré dans les prochaines semaines et sera d'un grand apport pour l'EGT centre puisqu'il va lui permettre de relancer le tourisme de montagne.

Le projet de réhabilitation de la station climatique de Tala Guilef, dans la wilaya de Tizi-Ouzou, comprenant un village touristique, un centre animé et un restaurant d'altitude est réceptionné. L'hôtel El Arz d'une capacité de plus de 200 lits est pratiquement prêt à une pré-ouverture. Il sera inauguré dans les prochaines semaines. Un établissement qui sera d'un grand apport pour l'EGT centre puisqu'il va lui permettre de relancer un segment de marché marginalisé jusque-là ou peu exploité ces dernières années : le tourisme de montagne.

Le projet de réhabilitation du complexe touristique de Tala Guilef a été confié à une entreprise étrangère suite à un appel d'offres national et international. Sa réouverture est très attendue au vu de l'importance et de l'impact que cela apportera sur l'affluence touristique dans ce versant de la wilaya. Cela permettra, en effet de booster les activités de tourisme de montagne.

Un grand apport pour l'EGT Centre

L'EGT Centre (Groupe public HTT) pourra développer ce genre de produit pour de courts séjours ou l'espace d'un week-end et miser sur la clientèle des grandes villes comme Alger en quête de ressourcement. Un endroit exceptionnel dominé par les montagnes et la verdure pour découvrir la nature, très prisé par les randonneurs et les amateurs d'air pur. Que vous soyez un passionné de randonnée, un amoureux de la nature ou simplement à la recherche d'une échappée paisible en altitude, Tala Guilef offre tout ce que vous pouvez souhaiter.

L'EGT Centre a une belle carte à jouer d'autant plus que la région du Djurdjura est le trésor du tourisme de montagne en Algérie. Elle est riche



en patrimoine touristique naturels et culturels. En plus, le tourisme de montagne a un important rôle dans le processus de développement local, à travers la création de dynamiques territoriales. Les montagnes, avec leur majesté, leur beauté naturelle et leur tranquillité, ont toujours attiré les voyageurs et les amoureux de la nature.

La randonnée, l'escalade, le ski, le VTT....

L'EGT Centre doit capter ce type de clients et cela pour plusieurs raisons. Le tourisme en montagne offre une expérience unique. Les montagnes procurent une évasion de la vie urbaine trépidante et du stress quotidien. La paix et la sérénité que l'on ressent en montagne sont

le tourisme de montagne



inestimables. Les amateurs de plein air peuvent s'adonner à une multitude d'activités, de la randonnée à l'escalade en passant par le ski, le VTT et bien d'autres encore. Ces activités en montagne sont non seulement amusantes, mais



elles permettent également aux visiteurs de se reconnecter avec la nature et de renouer avec leur propre être intérieur. Pour l'EGT Centre, l'intérêt est évident puisqu'il permettra à coup sûr d'augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise, cependant, il est essentiel de fixer des prix appropriés pour attirer les clients tout en maintenant une marge bénéficiaire adéquate. La voie est toute tracée pour diversifier leurs activités avec comme objectif de générer des revenus supplémentaires en incluant des événements, et des forfaits de bien-être, et même des activités estivales en basse saison.

Des activités tout au long de l'année

L'EGT Centre va opter pour une stratégie de marketing et de promotion pour attirer des clients tout au long de l'année. Cela inclut la promotion des activités de montagne, la mise en avant des attraits locaux et la communication de l'expérience unique qu'ils offrent. L'Entreprise va ainsi procéder à l'identification des marchés cibles qui sont les plus susceptibles d'être intéressés, mettant l'accent sur la clientèle des week-ends qui peuvent se permettre un séjour à partir des régions limitrophes, notamment d'Alger, sans négliger les autres villes du pays. Elle compte se baser, entre autres, sur la publicité en ligne pour cibler spécifiquement les personnes intéressées par le tourisme en montagne, en fonction de leurs centres d'intérêt et de leur comportement de recherche.



L'hôtel Raïs, ressource méditerranéenne

L'hôtel appartient à l'EGT Centre, filiale du groupe HTT, il a servi de résidence aux coopérants techniques, stagiaires de l'Ecole polytechnique d'El Harrach et de siège de l'APC d'El Marsa, vu l'inexistence de structures hôtelières dans la région Est de la capitale, avant d'être reconvertie en Octobre 1990 en hôtel.

De prime abord, il faut dire que l'hôtel Raïs est très bien situé non seulement pour l'hébergement et la restauration mais aussi pour la découverte de la région. Il est à 3 Km du port de plaisance de Tamentfoust, des ruines romaines et du Fort turc (ex-La Pérouse), à 14 Km de l'aéroport d'Alger Houari Boumediène ainsi qu'à 10 minutes du centre de divertissement Aqua Park et les différents centres commerciaux de Dar El Beida. Il possède une vue imprenable sur la mer depuis presque toutes ses chambres et ses espaces communs. Cette vue panoramique crée une atmosphère apaisante dès que vous arrivez. La magie des lieux, baignés de lumière, opère rapidement.

Confort et élégance des chambres

Les 127 chambres de l'hôtel sont conçues pour le confort des clients. Elles sont spacieuses, lumineuses et décorées avec goût, avec un mobilier moderne et des équipements de haute qualité. Certaines chambres disposent de balcons où vous pourrez vous détendre en admirant le coucher de soleil sur la mer. La décoration est élégante et contemporaine, avec des tons apai-

sants et des touches de couleurs rappelant le bleu de la mer et le sable doré de la plage. Les 127 structures d'hébergement rénovées sont composées comme suit : 70 chambres (single, double), 42 bungalows (single, double, familial), 9 suites et 8 studios spacieux et luxueux, dotés de toutes les commodités conformes aux normes de l'hôtellerie moderne. Chaque chambre est

ment et ambiance

L'hôtel Rais est l'endroit idéal pour des vacances reposantes, que ce soit en famille, en couple ou en voyage d'affaires. Avec son ambiance chaleureuse et son emplacement idyllique, il offre une escapade inoubliable à quelques encablures de la mer méditerranée. C'est un havre de paix où vous pourrez échapper au stress et au tourbillon de la vie quotidienne et vous immerger dans une atmosphère de sérénité.



décorée avec raffinement. Pour votre divertissement, chaque chambre est équipée d'une télévision à écran plat, d'un accès Wi-Fi gratuit et d'un minibar bien approvisionné sans oublier l'Air conditionné et la ligne téléphonique. De plus, le service d'étage est disponible pour que vous puissiez profiter de repas et de boissons dans l'intimité de votre chambre.

Des bungalows au cœur de la nature

Les bungalows de l'hôtel Rais sont une option d'hébergement idéale pour ceux qui recherchent une expérience de séjour plus intime et proche de la nature. Nichés au milieu d'un jardin luxuriant, ces bungalows offrent un

»



» cadre pittoresque pour un séjour en bord de mer. Chaque bungalow est une petite maison individuelle, offrant une intimité totale et une atmosphère de sérénité. Ils sont construits en harmonie avec l'environnement naturel. Les grandes fenêtres et les portes vitrées permettent à la lumière naturelle de pénétrer dans l'espace, créant ainsi une ambiance lumineuse et apaisante.

Chaque bungalow est équipé de lits confortables, d'une salle de bains avec douche, de l'air conditionné pour votre confort par temps chaud, et d'une petite terrasse où vous pourrez vous détendre en toute tranquillité. Certains bungalows offrent également une vue partielle ou directe sur la mer, ce qui ajoute à leur charme. En séjournant dans un bungalow, le client aura l'impression d'être loin de l'agitation de la vie quotidienne, dans un refuge tranquille au cœur de la nature. Il pourra profiter de la brise marine et se détendre en écoutant au loin le doux murmure des vagues.

La piscine entre détente et rafraîchissement

La piscine de l'hôtel Rais el Mersa est un véritable joyau de détente et de rafraîchissement, offrant aux clients un espace exceptionnel pour se relaxer tout en profitant du climat méditerranéen ensoleillé surtout en été. Elle est située au cœur des jardins luxuriants de l'hôtel, entourée de palmiers et de végétation, créant ainsi une atmosphère paisible et exotique. L'eau est d'un bleu étincelant, invitant à la baignade et à la relaxation. Un endroit idéal pour se rafraîchir après une journée passée à la plage ou à explorer les



environs. Que vous veniez pour une baignade matinale revigorante, un après-midi de détente au soleil ou un moment romantique au coucher du soleil, elle semble être l'endroit parfait pour s'évader et profiter pleinement du séjour. Il existe aussi une piscine pour enfants. Outre cela, l'hôtel a un stade matico, jardin et espace verts pouvant servir de lieu de décontraction, détente et balade, un centre de fitness (en cours de réalisation), sauna et salle de relaxation et sports également en cours de réalisation.

El Mordjane pour les saveurs variés

Le Raïs dispose d'une spacieuse et magnifique salle de restauration au nom évocateur «El-Mordjane» d'une capacité de 150 couverts qui propose des menus gastronomiques, des buffets



variés avec des produits soigneusement sélectionnés, une cuisine raffinée, authentique et une prestation de service de qualité. Le chef propose une variété de choix culinaires, allant des délices locaux aux plats internationaux. Il met notamment en valeur les saveurs méditerranéennes. Le poisson frais est la star du menu. Les plats de poisson sont souvent accompagnés de légumes méditerranéens, tels que des tomates, des olives, des courgettes et des aubergines, créant ainsi une symphonie de couleurs et de goûts.

La cafétéria de l'hôtel Rais el Mersa se veut être un espace accueillant et convivial où les clients peuvent se détendre, se retrouver entre amis ou collègues, ou simplement savourer une boisson chaude ou froide dans une ambiance décontractée. Située dans le hall avec une terrasse extérieure, elle propose des boissons et délicieuses, pâtisseries-maison dans un cadre intime et discret avec une vue imprenable sur la piscine et le jardin. Que ce soit pour un moment de calme en solo ou pour une réunion informelle entre amis, c'est l'endroit parfait pour se ressourcer tout en profitant de l'atmosphère relaxante de l'hôtel.

Répondre aux besoins des professionnels

Après avoir connu une opération de rénovation et modernisation pour lui permettre de se hisser aux normes hôtelières et être à la hauteur des attentes de sa clientèle, la direction de l'hôtel Rais multiplie les efforts pour une relance rapide et efficace de ses activités. Dans ce registre, l'hôtel a investi aussi sur le segment professionnel.

Il a une spacieuse salle polyvalente de 220 personnes qui s'adapte à tous types de rencontres, réunions, conférences, banquets et d'autres événements, dotée d'air conditionné, d'une sonorisation, d'une projection Data Show et d'une connexion haut-débit. Il y a aussi deux salles de réunions pouvant accueillir de 20 à 40 personnes pour des formations ou ateliers. S'ajoute un salon d'honneur VIP pouvant accueillir jusqu'à 40 personnes. Après sa réouverture, les gestionnaires et le staff dirigeant ont mis en place un plan marketing avec comme objectif principal d'augmenter l'occupation de l'hôtel et promouvoir son image de marque en tant que destination de choix. Il s'agit aussi de continuer à investir dans l'amélioration des installations et de l'esthétique pour maintenir un niveau élevé de satisfaction clients, recueillir des commentaires des clients pour identifier les domaines d'amélioration potentiels et adapter le plan marketing en fonction des résultats obtenus et des tendances du marché.



BOUALI LARBI (chef de service promo-commercial)

«On offre le service et le confort à nos clients»

Peut-on connaître, mieux, M.Ouali et quels sont les postes que vous avez occupés avant d'être à l'hôtel Raïs ?

OualiLarbi, titulaire d'un brevet de technicien supérieur en hôtellerie de l'institut des techniques hôtelières et touristiques de Tizi Ouzou promotion (1991/1993). J'ai été Chef de rang de 1993 à septembre 1999, jusqu'à 2002, j'ai occupé le poste de 1er réceptionniste, jusqu'à 2007 assistant chef de réception, de 2007 jusqu'à 2017 chef de réception et actuellement chef de service promo-commercial, toujours dans le même hôtel. Occupant plusieurs postes, j'ai acquis une grande expérience dans le métier de l'hôtellerie. J'ai développé des compétences essentielles telles que la gestion des réservations, accueil des clients et gestion des plaintes. Ces expériences m'ont également permis de perfectionner mon sens du service, ma réactivité et ma capacité à travailler efficacement sous pression.

Peut-on avoir une idée sur les capacités de l'hôtel et Quels sont les avantages par rapport à la concurrence ?

Précisons d'abord la nature de notre établissement, c'est un hôtel semi-urbain et semi balnéaire. Depuis sa réouverture fin août, nous avons reçu une clientèle essentiellement familiale qui recherche la plage et la piscine. Nous avons les capacités à répondre à toutes les attentes. L'hôtel Raïs dispose de 127 structures d'hébergements rénovées et réhabilitées sur fonds propre et 100 % main d'œuvre algérienne. Elle se compose de 70 chambres (single, double), 42 bungalows (single, double, familial), 9 suites et 8 studios spacieux et luxueux, dotés de toutes les commodités conformes aux normes de l'hôtellerie moderne. Nous avons tenu à décorer chaque chambre avec raffinement. Elles ont l'air-conditionné, minibar, ligne téléphonique, connexion Wifi haut-débit et TV satellite. Les couleurs et les matériaux ont été choisis pour créer une ambiance chaleureuse et accueillante. Les clients peuvent profiter de vues magnifiques, que ce soit sur la ville, la mer, ou d'autres paysages environnants.

Raïs, c'est aussi un hôtel qui accueille les professionnels pour des rencontres ou des séminaires. Dans ce cadre, nous avons une salle polyvalente et spacieuse d'une capacité de 220 personnes qui peut s'adapter à tous types de rencontres, réunions, banquets, conférences, et différents événements. Elle est dotée d'air conditionné, d'une sonorisation, d'une projection « Data show » et d'une connexion haut-débit.

Nous disposons aussi de deux salles de réunions pouvant accueillir de 20 à 40 personnes, elles servent également pour organiser des réunions, des réceptions, des formations et ateliers. Il y a aussi un salon d'honneur vip pouvant accueillir jusqu'à 40 personnes. La cafétéria propose des boissons et délicieuses pâtisseries-maison. Côté loisirs et détente, l'hôtel Raïs dispose de deux piscines (1 piscine pour enfants et 1 pour adultes) et un stade matico, jardin et espace verts pouvant servir de lieu de décontraction, détente et balade.

Raïs a connu une vaste opération de rénovation et vient tout juste de rouvrir. Peut-on savoir les grandes lignes de cette modernisation et les buts escomptés ?

La rénovation de l'hôtel Raïs vise à améliorer l'expérience client, à répondre aux normes et aux besoins du marché, à renforcer l'image de marque, et à assurer la pérennité de l'établissement dans un secteur concurrentiel. Nos objectifs prioritaires sont la relance de l'activité commerciale, encourager l'engouement pour le tourisme balnéaire, sportif et d'entreprise, devenir une destination des différentes couches sociales et professionnelles durant les différentes périodes (scolaire, estivale, période de foires) et signature de contrats de partenariat avec différentes entreprises publiques et privées.

L'hôtel a aussi contribué aux opérations de confinement pendant le covid. Pouvez-vous nous éclairer à ce sujet ?

L'hôtel RAIS a été la première unité hôtelière à recevoir les ressortissants algériens durant la pé-



riode de covid 19 et a participé à l'opération de confinement de 17 groupes entre mars 2020 et juillet 2021. La contribution de notre hôtel pendant la pandémie de COVID-19 a été un exemple de solidarité et d'adaptabilité de l'industrie hôtelière pour soutenir les efforts de lutte contre la pandémie et répondre aux besoins de la communauté.

Quel bilan faites-vous de la saison estivale ? Quel est le profil dominant et la segmentation de votre clientèle ?

Malgré la réouverture tardive l'hôtel a néanmoins connu une certaine affluence des familles et des estivants après l'application d'une promotion tarifaire durant la période du mois d'Aout laquelle a influé positivement à l'activité. La clientèle individuelle fréquente l'hôtel toute l'année. La clientèle familiale est dominante durant la saison estivale. La clientèle business et entreprises est une bonne contributrice au chiffre d'affaire avec notamment des prix moyens plus élevés. C'est un segment qui contribue fortement à consolider la notoriété de l'établissement. Durant la basse saison, l'activité de l'hôtel est basée principalement sur les cadres moyens, cadres dirigeants et cadres supérieurs, professions libérales, chefs

d'entreprises, commerciaux, missionnaires et particuliers (Sonatrach.Infrafer).

Accordez-vous une importance à la gastronomie locale

Tout à fait, l'hôtel RAIS dispose d'une spacieuse salle de restauration El-Mordjane d'une capacité de 150 couverts. La direction de l'hôtel en collaboration avec le chef de cuisine et le responsable du restaurant accordent une grande importance à la gastronomie en générale et la traditionnelle et la locale en particulier d'où l'élaboration quotidienne des différents menus et plats traditionnelles.

Avez-vous des contacts commerciaux avec les agences de voyages pour développer des circuits de découverte de la région ?

Nous accordons une attention particulière à la promotion de l'hôtel à travers les différents réseaux sociaux. Les plates-formes en ligne permettent aux consommateurs de rechercher et de réserver sur internet des prestations touristiques. Le rôle des OTA est de faire gagner du temps à l'hôtel, d'avoir une meilleure gestion des réservations et de donner une visibilité à notre établissement au niveau mondial. Nous participons aux différentes foires et salons comme le SITEV, salon SIAHA Oran, salon des équipements d'hôtellerie et participation aux concours culinaires.

Les différents affichages à l'intérieur de l'établissement et ceux à l'extérieur de l'établissement font également partie de nos actions de communication.

Nous avons opté pour un nouveau logo et on va se doter d'une charte graphique qui permettra de l'utiliser sur divers types de supports tels que les cartes de visite, flyer, banner et qui permettront de servir de moyens de publicité.

Vous avez inscrit un autre projet pour les regroupements des sportifs dans votre plan de développement ? pouvez vous nous en dire plus ?

Les travaux de modernisation ont permis la création d'un bloc d'hébergement limitrophe aux deux bassins de piscines, stade, salle de sport (en cours de réalisation), dédié exclusivement aux sportifs durant leurs phases de préparation, de regroupements et mise au vert. Ce projet s'inscrit dans le plan de développement de l'hôtel. Pas moins de 16 bungalows, d'une capacité de 32 lits ont été dédiés à ce projet qui va permettre à nos équipes sportives toutes compétitions confondues de venir se préparer aux compétitions.

Le monde en un clic



Restez
informés sur toute
l'actualité du Tourisme
www.tourismetvoyages.dz

REPRISE ENCOURAGEANTE DU TRAFIC AÉRIEN INTERNATIONAL

Depuis déjà deux ans, la reprise du transport aérien mondial est progressive et encourageante. Les chiffres de l'association internationale du transport aérien (IATA) montrent une amélioration constante de l'industrie des Voyages. Cette reprise a été stimulée par divers facteurs, notamment le besoin de voyages d'affaires, les retrouvailles familiales et le désir de vacances.

Les compagnies aériennes ont vu leur activité mondiale se rapprocher en mai des niveaux d'avant la crise du Covid-19. Elle a ainsi atteint 96,1% de la fréquentation du même mois de 2019, selon l'IATA. La principale association du secteur s'attend à ce que ses membres dégagent un bénéfice mondial de 9,8 milliards de dollars cette année «Les gens ont besoin de voler, et aiment ça», estime le directeur général de l'IATA, Willie Walsh, cité dans un communiqué. «La forte demande de voyages est l'un des éléments qui soutiennent le retour à la rentabilité des compagnies aériennes», a-t-il ajouté.

Des chiffres encourageants

L'IATA prévoit que ses compagnies aériennes vont transporter 4,35 milliards de voyageurs dès cette année, non loin du record de 4,54 atteint en 2019. Elle anticipe d'ailleurs que ce niveau devrait être battu en 2024. Le chiffre d'affaires global des transporteurs aériens devrait de son côté atteindre 803 milliards d'euros, selon l'IATA. Toutes les zones géographiques ne retrouveront pas les bénéfices cette année, a toutefois prévenu l'association. Les transporteurs nord-américains, européens et moyen-orientaux devraient

»





» cependant largement évoluer dans le vert, avec respectivement 11,5, 5,1 et 2 milliards de dollars cumulés mais les compagnies de la région Asie-Pacifique, d'Amérique latine et d'Afrique resteront déficitaires. Même si les marges opérationnelles de l'industrie resteront très faibles cette année, à 1,2%, ces bénéfices, les premiers depuis le début de la pandémie, marqueront une amélioration spectaculaire par rapport aux 42 milliards de dollars perdus en 2021 et au gouffre de 2020 (137,7 milliards).

Emirates émerge de la crise

Après des pertes record, la compagnie aérienne Emirates enregistre les plus gros profits de son histoire. Son redressement est spectaculaire. Cette compagnie retrouve sa place de première compagnie aérienne internationale, notamment en nombre de passagers : elle en a transporté 43 millions l'an dernier. Après des années noires, elle enregistre un bénéfice de plus de 2,5 milliards d'euros. Cela tient à la reprise du trafic aérien mondial. De plus, la compagnie n'avait pas de problème d'avions car pendant le Covid, Emirates a conservé toute sa flotte, notamment ses Airbus A380, contrairement aux autres compagnies qui, souvent se sont séparées de leurs appareils. Emirates vise 100 millions de passagers d'ici 2030. C'est pour ça d'ailleurs qu'elle signe

de plus en plus de partenariats, y compris avec d'anciens concurrents comme avec la compagnie américaine United Airlines, avec qui elle était en rivalité et avec qui elle a fait alliance pour commercialiser ensemble 200 destinations.

Emirates est bien placé pour bénéficier de la reprise du trafic international, d'autant qu'elle a été l'une des rares avec Air France-KLM à ne pas repousser ses commandes d'avions pendant la crise. Le succès d'Emirates donne aussi des idées à l'Arabie saoudite, qui veut lancer une deuxième compagnie aérienne nationale, Riyadh Air, au côté de Saudia. Elle vise 100 destinations d'ici à 2030. Riyadh Air a d'ailleurs déjà passé commande en mars dernier de 39 Boeings Dreamliner avec une option pour en commander encore 33 autres.

Qatar Airways s'offre des bénéfices

Le Qatar ne désespère pas de concurrencer Dubaï, devenu une plaque tournante du tourisme international. Doha aimerait bien capitaliser sur



la dernière coupe du monde. Il compte attirer plus de 6 millions de visiteurs internationaux d'ici à 2030. La compagnie Qatar Airways a déclaré en juillet avoir réalisé un bénéfice de 1,2 milliard de dollars au cours du dernier exercice, stimulé en partie par l'organisation par le petit pays de la péninsule arabique de la Coupe du monde de football 2022. Qatar Airways, comme d'autres transporteurs dans les pays arabes du Golfe, s'appuie sur l'emplacement du pays pour transporter des passagers entre l'Est et l'Ouest. «Alors que l'industrie mondiale du voyage poursuit sa reprise après la pandémie de COVID-19, nous avons consolidé notre position de compagnie aérienne de choix pour des millions de passagers à travers le monde», a déclaré le PDG de Qatar Airways, Akbar Al Baker, dans un communiqué. Dans le rapport annuel, Al Baker a salué "l'accord à l'amiable" avec Airbus et la livraison d'avions par le constructeur, qui "permettra à la compagnie aérienne de répondre à la capacité de flotte supplémentaire nécessaire



pour maintenir nos plans de croissance". Qatar Airways exploite une flotte de 265 avions vers près de 160 destinations dans le monde.

Air France-KLM redresse la barre

Air France-KLM a doublé son bénéfice net du deuxième trimestre et tire profit d'une demande de voyages toujours soutenue malgré l'inflation qui a aussi alourdi ses coûts. Avec une marge »»



LA 80E ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE L'IATA À DUBAI

L'Association du transport aérien international (IATA) a annoncé qu'Emirates accueillera la 80e Assemblée générale annuelle de l'Association du transport aérien international (AGA) et le Sommet mondial du transport aérien à Dubaï, aux Émirats arabes unis, du 2 au 4 juin 2024. «Nous sommes impatients de rassembler l'industrie aéronautique à Dubaï pour la 80e session de l'Association du transport aérien international en 2024. Dubaï est une ville dynamique et une importante plaque tournante de l'aviation reliant le monde. L'approche positive des Émirats arabes unis envers l'aviation a abouti à la construction d'une compagnie aérienne solide avec un aéroport central solide. Ensemble, ils apportent une contribution extrêmement puissante et positive à la société et à l'économie des Émirats arabes unis. La tenue de la réunion de l'Assemblée générale à Dubaï sera une vitrine de ce que l'aviation peut réaliser grâce à des politiques et des décisions gouvernementales favorables», a déclaré Willie Walsh, directeur général de l'IATA.



» opérationnelle "record" de 9,6% au deuxième trimestre, l'entreprise franco-néerlandaise a réalisé un chiffre d'affaires en hausse de 13,7% par rapport à la même période de 2022, à 7,6 milliards d'euros, dopé par la hausse de la fréquentation et le niveau élevé des prix des billets, a-t-elle précisé dans un communiqué. Ces résultats ont été obtenus malgré une capacité en sièges inférieure de 8% à celle de 2019, avant la pandémie. Les compagnies Air France, KLM et Transavia ont transporté 24,7 millions de passagers d'avril à juin, soit 11% de moins que lors de la période correspondante il y a quatre ans.

Le groupe, revenu aux bénéfices en 2022 après avoir perdu plus de 11 milliards d'euros pendant la crise du Covid-19 et n'avoir dû son salut qu'à l'intervention des Etats français et néerlandais, poursuit, ainsi, son désendettement.

Lufthansa triple ses chiffres

Le premier groupe européen du transport aérien Lufthansa a fait tripler son bénéfice net au deuxième trimestre sur un an, grâce «à la forte demande de voyages», et s'attend à enregistrer l'un des meilleurs résultats annuels de son histoire. Lufthansa a dégagé un bénéfice

net de 881 millions d'euros, contre 259 millions au deuxième trimestre 2022, a-t-il indiqué dans un communiqué après un hiver dans le rouge, «période moins propice aux voyages».

Le groupe a réalisé un chiffre d'affaire en hausse de 17% à 9,38 milliards d'euros, dopé par la hausse de la demande de vols passagers, qui augmente de 14% sur un an, et par les prix des billets, 25% plus chers qu'au deuxième trimestre 2019, a précisé Denis Weber, responsable des relations avec les investisseurs. Lufthansa s'attend pour le troisième trimestre à un résultat opérationnel dépassant celui de l'année 2019, celle d'avant la pandémie qui avait mis le groupe à genoux (1,3 milliards d'euros à l'époque).

Pour l'année complète, le résultat opérationnel devrait atteindre 2,6 milliards d'euros, en hausse par rapport aux 1,5 milliard dégagés en 2022. Ce serait l'un des trois meilleurs résultats de l'histoire de Lufthansa, avec ceux de 2017 et 2018, a précisé M. Weber. Et ce, alors que le nombre de passagers, en hausse à 33,3 millions au deuxième trimestre, reste inférieur à celui d'avant la pandémie, équivalant à 84% du deuxième trimestre 2019.

Air Algérie lorgne l'Afrique

Dans ce contexte, Air Algérie est dans l'obligation de s'adapter à une situation en constante évolution. La bataille du ciel pour la compagnie nationale implique de trouver un équilibre entre la préservation de sa position en tant que transporteur national et la compétitivité sur le marché international, tout en répondant aux besoins et aux attentes changeants des passagers. Cette dynamique continue d'évoluer, et la compagnie s'efforce de relever ces défis pour maintenir sa place dans l'industrie du transport aérien. Au fil des années, Air Algérie a dû faire face à des défis concurrentiels, notamment la montée en puissance de compagnies aériennes étrangères sur les destinations internationales desservant l'Algérie. Ces compagnies étrangères ont parfois offert des tarifs compétitifs et des services attractifs, ce qui a intensifié la concurrence sur certaines liaisons. Elle a inauguré en août son premier vol direct reliant Alger à Johannesburg en Afrique du Sud. En plus de cette destination, la compagnie aérienne veut également élargir son réseau vers Libreville au Gabon, Abuja au Nigeria, Addis-Abeba en Éthiopie, et Douala au Cameroun, Rappelons que les destinations africaines ouvertes récemment sont, entre autres, Dakar, Abidjan, Ouagadougou, Nouakchott et Bamako, faisant de l'Aéroport international d'Alger «un Hub aéroportuaire et une plateforme de transit vers l'Afrique et le reste du monde». Le secteur des Transports cherche à ouvrir de nouvelles lignes internationales, en sus de la ligne Alger-Saint-Pé-

tersbourg, ouverte le 27 juillet dernier. Le processus est très bien engagé pour l'ouverture de lignes avec Douala, Addis-Abeba et Abuja. Quant à l'ouverture de la ligne Alger-Caracas, selon l'accord aérien conclu entre l'Algérie et le Venezuela, la ligne connaît les dernières retouches avant son lancement.

UN NOUVEAU PROGRAMME DE DIVERTISSEMENT

La compagnie nationale Air Algérie a annoncé la disponibilité de son nouveau programme de divertissement à bord avec, entre autres «+ de 80 films algériens/américains/classiques/français/arabes/africains et chinois-programmes TV (court métrage) : séries télé/documentaires internationaux/programmes sports-canaux Audio musicaux, dessins animés, jeux vidéos, le Saint Coran». A l'instar des grandes compagnies aériennes, Air Algérie a mis en évidence l'importance d'un programme de divertissement surtout pour les vols longs courriers qui peuvent être éprouvants. Il peut rendre un vol plus agréable et confortable, ce qui peut se traduire par une meilleure satisfaction des clients. En outre, un système de divertissement peut contribuer à créer une atmosphère positive à bord de l'avion. Les passagers se sentent plus détendus, divertis et satisfaits, ce qui peut également améliorer leur perception globale de la compagnie aérienne. C'est aussi un facteur de différenciation concurrentielle où Air Algérie pourra se démarquer.



Artisanat en Algérie : de

L'artisanat en Algérie est bien plus qu'une simple activité économique. Il représente l'identité culturelle du pays, un lien avec le passé et une source de fierté nationale.



En soutenant les artisans locaux et en promouvant leurs créations, le ministère du tourisme et de l'artisanat contribue non seulement à préserver un patrimoine culturel unique, mais aussi soutient les communautés à travers l'Algérie qui dépendent de ces métiers traditionnels pour leur subsistance. L'artisanat en Algérie est un trésor précieux qui mérite d'être préservé et célébré pour les générations à venir.

Les produits artisanaux algériens, tels que les bijoux et les objets décoratifs sont prisés par les visiteurs étrangers qui souhaitent ramener

un peu de la culture algérienne chez eux. De la poterie traditionnelle au magnifiques tapis, en passant par l'orfèvrerie, la bijouterie et bien d'autres métiers, l'artisanat algérien est le reflet de cette diversité culturelle. Chaque région a ses spécialités artisanales qui incarnent l'histoire et la culture locales.

Soutien de l'état pour stimuler l'économie

Avec l'objectif de permettre à ce secteur de jouer un rôle plus actif dans l'économie nationale, Mokhtar Didouche, ministre du tourisme

la tradition à la création

et de l'artisanat, a annoncé un plan d'action pour améliorer les indicateurs de performance. Le ministre a affirmé que son secteur concentre actuellement ses efforts sur l'amélioration de la qualité du produit artisanal, en fonction des spécificités de chaque wilaya, à travers la mise en place de plusieurs mécanismes d'appui et d'accompagnement des artisans locaux, outre l'intensification des cours de formation spécialisée pour augmenter leurs capacités productrices et leur niveau de compétitivité et leur permettre de s'adapter aux transformations sociales, économiques et technologiques.

Les réalisations ont permis d'accomplir certains objectifs : fixer les populations dans leurs territoires et créer une dynamique locale, l'accès aux espaces d'expositions et de vente de produits artisanaux, amélioration de la qualité du produits et introduire la notion de normes chez les artisans, formation (marketing-design-management TIC..) et la réalisation d'ouvrages promotionnels traitants de l'artisanat traditionnel et d'art.

Un demi-million d'artisans en vue

Compte tenu du parcours progressif du secteur de l'artisanat et des métiers ceci a permis aux pouvoirs publics de poser les jalons d'un environnement économique propice à une amélioration du tissu artisanal et a contribué à la croissance économique locale et nationale. Les différentes participations aux expositions inter-

nationales ont permis de promouvoir le produit et constaté l'intérêt qui lui a été accordé par le consommateur, les produits à fort potentiel à l'export qui reviennent sont : la céramique d'art, la dinanderie, le tissage, les bijoux, la broderie, à charge aux artisans d'améliorer et d'adapter ces produits aux tendances du marché international. Le nombre d'artisans actifs et inscrits au registre de l'artisanat et des métiers s'élève à 439.544 artisans. Le secteur de l'artisanat contribue ainsi à la réalisation du développement économique notamment au niveau des régions éloignées, à la protection de la diversité culturelle et civilisationnelle, au développement du tourisme et à la création de l'emploi pour les jeunes.

Les trésors cachés de la Casbah

Dans ce contexte, la Casbah d'Alger, ce trésor historique au cœur de la capitale, est non seulement un témoin de l'histoire de l'Algérie, mais aussi un véritable foyer de l'artisanat traditionnel. Ses ruelles regorgent d'ateliers d'artisans talentueux qui perpétuent des métiers ancestraux, créant ainsi un patrimoine vivant et authentique. Entre savoir-faire et savoir-être, les Casbadji préservent, jusqu'à présent, leur héritage culturel. Artisanat, tenue traditionnelle, cuisine raffinée, musique chaâbi, miniature, calligraphie et buqala sont autant d'éléments qui attestent de la richesse plurielle du patrimoine culturel de la citadelle. Essence de l'identité collective, l'artisanat continue de garder ses lettres de noblesse malgré la dominance de l'industrie moderne et le manque de matières premières. La tulipe, le jasmin, l'arabesque et les formes géométriques sont les motifs d'ornements les plus significatifs. Considérée comme la doyenne de tous les métiers d'artisanat de la Casbah, la dinanderie est étroitement liée au quotidien des Algérois. Au-delà de son aspect décoratif, l'ustensile en cuivre est porteur de souvenirs pour chaque foyer. «Al-khatt al-maghribi» ou l'écriture maghrébine est le style de calligraphie que l'on retrouve le plus à Alger. Cet art des belles formes était le plus souvent enseigné à la Casbah dans des écoles coraniques. La calligraphie est avant tout une technique qui conjugue grâce, »





» finesse et habileté. L'art de la calligraphie brille comme une étoile étincelante dans le firmament de l'artisanat. Cet art millénaire, qui consiste à embellir l'écriture, trouve à la Casbah un lieu de résidence exceptionnel où les calligraphes expriment leur talent et leur créativité de manière captivante. Les versets du Coran, les poèmes, les proverbes et les dictons sont souvent magnifiquement calligraphiés pour orner les intérieurs et les espaces publics. La menuiserie d'art traditionnel, ce métier ancestral, se maintient et se transmet de père en fils. La passion de façonner le bois résiste face à l'importation massive du



mobilier. Mieux. Elle continue à être préservée comme un précieux héritage contre l'oubli.

Béni Yenni, un joyau préservé

Une autre région mérite le détour : Ath Yenni ou Benni Yenni, une commune rurale située dans le massif de Kabylie, à 35 km de Tizi-Ouzou et 135 km à l'Est d'Alger. Ses villages sont reconnus pour leurs bijoux d'argent massif, d'une finesse non comparable. Les bijoutiers travaillent seuls, ou par petits groupes généralement de la même famille, transmettant le métier, par un apprentissage traditionnel, de pères en fils. On y trouve aussi des femmes. L'artisanat de la bijouterie à Ath Yenni est un exemple remarquable de la préservation des traditions culturelles en Algérie. Ces bijoux continuent d'être très prisés pour leur beauté et leur signification culturelle, tant au niveau local qu'à l'échelle nationale. Les bijoux d'Ath Yenni sont portés fièrement par les femmes kabyles lors d'occasions spéciales comme les mariages, les fêtes religieuses et les célébrations culturelles. Ces bijoux ont également une signification symbolique et peuvent représenter la richesse, la fertilité, la protection ou d'autres aspects importants de la vie.

La gastronomie pour promouvoir la Destination Algérie

La gastronomie étrangère et notamment celle du moyen orient, à savoir Turque, Libanaise et Syrienne est en vogue. Elle est de plus en plus présente dans les rues d'Alger et des grandes villes au détriment des restaurants traditionnelles de la cuisine locale. La forte demande des clients, la globalisation d'une restauration rapide et la recherche du retour rapide de l'investissement ont accéléré l'offensive d'une cuisine internationale et la disparition de nos restaurants aux qââdates traditionnelles



Les spécialistes de la restauration et de la gastronomie tentent de trouver les véritables raisons de ce recule de grands restaurants de la gastronomie traditionnelle algérienne. Pour eux, c'est l'absence totale de vision des pouvoirs publics qui en est la principale

cause. En effet, Il n'y a aucun ou peu d'intérêt pour cette filière dans le développement du tourisme, ni normes, ni promotion, ni formation, ni réseautage des professionnels, ni événements dans le domaine. Un vide qui ne profite pas à la destination touristique algérienne. »

» Car, entretemps, les gastronomies étrangères sont plus actives et dynamiques du fait d'une demande potentielle et d'une globalisation de la restauration avec des investisseurs très au fait des tendances et qui mettent le paquet.

Sortir du fast food...

Les Algériens ont été sensibles aux promotions faites aux arts culinaires turcs, syriens et libanais. Une tendance mondiale due aussi aux voyages et aux réseaux sociaux. Face à cette vague, les algériens se contentent de quelques timides initiatives dans cette filière comparativement aux étrangers qui ont fait de la restauration un vecteur de promotion touristique. Ils créent des souvenirs mémorables et des expériences culinaires gravées dans les mémoires et incitent les clients à partager leurs expériences positives avec d'autres, créant ainsi une bouche à oreille favorable à la destination (Turquie, Liban...). En investissant dans la promotion de leur cuisine et de leur scène gastronomique, ces régions peuvent développer leur industrie touristique de manière significative et durable. Ainsi, l'Algérie devra prendre en charge sa gastronomie de manière sérieuse par des professionnels, des marqueteurs et l'inclure surtout dans une stratégie globale. « Nous avons des atouts mais pas une vision », résume Mohamed Bourad. Consultant en tourisme. Pour lui, « Il faut sortir du fast food (frite omelette) et autres quick food ». Les hôtels du Groupe HTT doivent aussi proposer davantage dans leurs restaurants des plats typiquement algériens. Nous avons un manque d'académies en restauration, en formations pointues, de concours, inexistence de semaines gastronomiques dans les salons tels que le SITEV ou SIAHA d'Oran.

... Et faire de la promotion

Notre gastronomie traditionnelle est peu présente sur Facebook, Twitter et Instagram ? D'autres questions se posent : avons-nous une stratégie de promotion de notre art culinaire ? Un salon de l'art culinaire ? Des recherches, études, cartothèques des menus numérisés ? Concours internationaux ? Ou sont les professionnels, nos cordons bleus ? Pourtant nous avons une gastronomie ancestrale du temps des numides avec des influences, une diversité inégalable des produits de qualité du terroir mais nous n'avons pas de visibilité comme les Italiens, les Chinois, les français, les Indiens ou



Djari bel frik

les turques parce que dans ce domaine, on ne fait rien de méthodique pour valoriser nos richesses culinaires.

Une mémoire culinaire

Yasmina Sellama écrit un livre à ce sujet intitulé « Mémoire culinaire de l'Algérie, histoire de recettes », primé en Suède en décrochant le premier prix du prestigieux concours international "Gourmand World Cookbook awards". Elle a essayé de faire revivre des recettes disparues ou méconnues. Elle a fait le choix de publier ce que mangeaient nos lointains ancêtres et de redonner aux lecteurs l'envie d'explorer cette alimentation en considérant « qu'un plat est l'histoire



Chbah essaфра

d'un terroir (...) et que la richesse gastronomique de l'Algérie est le résultat du génie local et des empreintes des autres civilisations». Elle propose de remonter le fil de l'art culinaire algérien, en se basant d'abord sur les plus anciens ustensiles découverts dans les quelques écrits et recherches disponibles qui renseignent sur l'alimentation des numides ou sur les héritages omeyyade, abbasside, andalou, ou encore ottoman. Elle a mis en évidence le fait que l'Algérie est «non seulement le plus grand pays africain de par sa superficie mais qu'il l'est également par son histoire et son patrimoine, dont son art culinaire ». C'est une plongée dans la mémoire, dans l'univers des saveurs, dans l'alchimie des mets et des mots. La gastronomie algérienne est un trésor culinaire qui plonge ses racines dans une histoire riche et diversifiée.

Une palette de saveurs

L'Algérie, en raison de sa position géographique au carrefour de l'Afrique du Nord, de la Méditerranée et du Moyen-Orient, a hérité d'une palette de saveurs et de techniques de cuisson variées qui se manifestent dans sa cuisine. Membre incontournable du très suivi concours télévisé "Master Chef Algérie", elle est gérante, depuis 2011, de sa propre table d'hôtes "Dar Djeddi". L'Algérie est une terre d'une diversité extraordinaire, à la fois géographique et culturelle. Cette diversité se reflète dans notre cuisine, qui est un véritable trésor culinaire. De l'est à l'ouest, du nord au sud, chaque région d'Algérie a ses propres spécialités culinaires,

ses méthodes de préparation uniques et ses ingrédients locaux qui racontent une histoire riche et fascinante. Le couscous, le tajine, le méchoui, la chakchouka, le thé à la menthe et tant d'autres plats délicieux font partie intégrante de notre patrimoine gastronomique. Ces plats ont le pouvoir de susciter des émotions, de raconter des histoires et de créer des souvenirs inoubliables pour ceux qui les dégustent. Notre cuisine est le reflet de notre histoire, de notre culture et de notre hospitalité légendaires.

Un grand atout pour le tourisme réceptif Mais la gastronomie algérienne ne se limite pas seulement à la dégustation des plats. Elle peut également jouer un rôle clé dans le développement du tourisme en Algérie. En mettant en avant notre cuisine, en créant des circuits gastronomiques et en organisant des festivals culinaires, nous pouvons attirer des voyageurs avides de découvertes gastronomiques. Les professionnels du tourisme proposent par exemple de collaborer avec les agences de voyage et les tour-opérateurs pour «intégrer des expériences gastronomiques dans les forfaits touristiques existants. Cela encouragera les voyageurs à explorer notre pays à travers sa cuisine». Ils suggèrent aussi d'utiliser les médias sociaux et les plateformes en ligne pour promouvoir la gastronomie algérienne. Des photos appétissantes, des vidéos de recettes, des témoignages de voyageurs et des critiques gastronomiques contribueront à susciter l'intérêt et à attirer un public plus large.



Couscou afourou



Chakchouka aux oeufs

5 APPLICATIONS DE VOYAGES

Votre téléphone intelligent peut devenir un super outil de voyage, à condition de télécharger les bonnes applications. Nous avons sélectionné pour vous cinq applications qui répondront à vos besoins, que ce soit pour choisir un transporteur, réserver un hôtel, louer une voiture, ou découvrir un restaurant.



BUSBUD POUR RÉSERVER

Cette application conçue à Montréal permet de réserver des trajets en autobus interurbain dans 80 pays, ce qui est habituellement plus économique et écologique que de louer une voiture à destination.



RICK STEVES' AUDIO EUROPE POUR DÉCOUVRIR

Un guide audio constitue un excellent moyen de découvrir une ville à votre rythme et de savourer le moment sans subir les inconvénients liés aux visites guidées traditionnelles. L'application Rick Steves' Audio Europe est facile à utiliser et présente les points d'intérêt principaux à l'aide de segments audio bien découpés, soutenus par des éléments visuels et, quand c'est possible, une carte des lieux. C'est un bon outil si vous voulez éviter les tours guidés aux heures de grand achalandage et errer comme bon vous semble.



MAPS.ME

MAPS.ME POUR SE DEPLACER

Maps.me regroupe des cartes géographiques dans lesquelles vous pouvez naviguer. L'application se distingue par la possibilité de télécharger des cartes incluant les différents commerces et points d'intérêt. Les cartes sont accessibles hors ligne et vous pouvez même obtenir les trajets rue par rue, comme avec un GPS. Parmi les fonctions notables, le partage de signets est particulièrement pratique pour organiser des voyages en groupe. Les données proviennent d'OpenStreetMap, un système de cartographie collaboratif qui s'enrichit en continu grâce à la contribution des utilisateurs.



TUNNEL BEAR POUR S'OUTILLER

Vous vous branchez à Internet par l'intermédiaire d'un réseau Wi-Fi gratuit? Dans ce cas, il vaut mieux éviter d'aller sur un site qui requiert un mot de passe, à moins d'utiliser un réseau privé virtuel comme Tunnel Bear. L'application crypte les communications et permet d'accéder de manière sécuritaire à Internet sans que vous ayez à vous soucier de la fiabilité du fournisseur de l'accès. L'encryptage empêche un intermédiaire d'intercepter vos courriels, vos mots de passe ou vos données bancaires. L'application est très simple à utiliser: une icône de clé s'affiche sur votre appareil quand la connexion est sécurisée. L'utilisation gratuite est limitée à 500 Mo par mois, ce qui suffit amplement si vous l'activez seulement pour les transactions qui requièrent plus de sécurité.

AIRALO POUR COMMUNIQUER

De plus en plus de téléphones intelligents sont compatibles avec les eSIM, l'équivalent virtuel d'une carte SIM permettant d'accéder au réseau d'un fournisseur de téléphonie mobile. Airalo permet d'acheter facilement des eSIM d'opérateurs étrangers pour bénéficier de forfaits prépayés (par exemple, 5 Go de données pour un mois) souvent beaucoup moins chers que les forfaits d'itinérance des fournisseurs canadiens.



HORECA 2023 EXPO ALGÉRIE

10 -13 Octobre 2023
Palais des expositions d'Alger
SAFEX - Pavillon Central

16^{ème} Salon International des Équipements et Services pour l'Hôtellerie, la Restauration et les Collectivités

SOUTIENS OFFICIELS & PARTENAIRES

Algérie 360°



CCI ALGÉRO-FRANÇAISE
غرفة التجارة والصناعة الجزائرية-الفرنسية

Tourisme
&
Voyages



Plus d'infos >

+213 (0) 23 06 75 99

contact@horecaexpodz.com

This event is organized by :



EASYFAIRS ALGERIA
Visit the future



AL SALAM BANK

المصرف السلام

عمراتي
OMRATI

استثمر و اعتمر

Épargnez et accomplissez une Omra



دفتري الإستثمار «عمراتي» لمصرف السلام الجزائر يمكنكم من :

- ◆ استثمار أموالكم والحصول على أرباح شرعية كل 03 أشهر؛
- ◆ الاستفادة من عمرة بالتقسيط مع إحدى الوكالات السياحية المعتمدة من المصرف؛
- ◆ الاستفادة من تخفيض بمبلغ 10 000 دج لكل عمرة مسددة نقدا؛

www.alsalamalgeria.com
tawassol@alsalamalgeria.com
021 38 88 88



مصرف السلام الجزائر