

Regain d'optimisme lors de



Regroupant quelque 2200 exposants quatre jours durant, l'Arabian Travel Market figure désormais parmi les principales plateformes touristiques mondiales après l'ITB Berlin et WTM Londres. Selon les organisateurs de **Reed Travel Exhibitions**, la dix-septième édition organisée cette année marque un tournant dans l'histoire du salon. **Mark Walsh**, directeur expositions de la société organisatrice: "Cette année revêt une importance cruciale pour l'avenir de l'industrie voyageuse, car nous faisons actuellement face à un énorme potentiel à exploiter et nous avons encore tant de leçons à tirer des défis et opportunités qui se présentent à nous tous les jours."

Une ère post-crise

Même si la crise a lourdement frappé l'Emirat l'an dernier, Dubaï a vite repris des couleurs, comme nous l'explique **Pascal Maigniez**, directeur à Paris du département du tourisme et du marketing commercial du Gouvernement de Dubaï (DMTC): "Les résultats du premier trimestre 2010 indiquent clairement que Dubaï se trouve dans une ère post-crise. Au cours des 3 premiers mois de l'année, l'Emirat a enregistré un total de plus de 2 millions d'arrivées internationales, soit une progression de 5,1% par rapport à la même période en 2009, donc en pleine crise. Le nombre de nuitées a également connu une forte hausse de 16,9% pour s'établir à 6,25 millions. Ces chiffres indiquent une reprise sensible de Dubaï. L'offre

Mardi 4 mai, la 17^e édition de l'Arabian Travel Market a ouvert ses portes dans un Dubai International Convention and Exhibition Centre où l'optimisme était de rigueur dans les allées. Les affaires semblent bien reprendre à Dubaï, à en croire les nombreux participants à ce salon devenu incontournable.



Le Mohammad bin Rashid al-Maktoum découvre avec grande attention la maquette du nouvel établissement One&Only qui sera inauguré le 10 octobre prochain.

hôtelière en forte augmentation (ndlr. 46.022 chambres dans 550 hôtels contre 40.984 dans 522 établissements il y a un an) a renforcé la concurrence et également poussé les tarifs vers le bas. Et comme le taux moyen d'occupation a aussi augmenté de 4,3% à 76,2%, nous pouvons qualifier le premier trimestre de positif."

Et Pascal Maigniez de poursuivre: "Le marché belge a pour sa part connu un léger recul de 3%, principalement dû à la réduction du volume business. Nombreuses entreprises sont devenues frileuses en matière de voyages d'affaires et privilégient un maximum les vidéoconférences. Cela se ressent fortement au départ de la Belgique où 80% du marché est réalisé par le segment affaires. Toutefois, je demeure très optimiste. Depuis la crise, les cartes ont été redistribuées. A présent, les T.O. de plus petite taille ont également accès à des tarifs et des conditions plus intéressants, et reçoivent notamment des contingents. De plus, l'augmentation des capacités aériennes associée à notre campagne de promotion **Definitely Dubai** devrait favoriser le développement des activités au départ de la Belgique."

Oman Air: WiFi à bord

Oman Air a profité de sa présence à l'Arabian Travel Market pour présenter ses produits et services uniques. Selon la compagnie, ce salon constitue une opportunité d'attirer davantage de touristes originaires des pays du GCC, d'Europe et d'Asie au Sultanat d'Oman. Toutefois, l'élément principal mis en avant sur le stand de la compagnie nationale du Sultanat d'Oman était

sans conteste la première mondiale qu'elle offre à ses passagers depuis le mois de mars. Oman Air est en effet devenue la première compagnie au monde à offrir à la fois des services de téléphonie mobile et une connexion Internet Wi-Fi à bord des appareils de sa flotte d'A330. Excepté pendant le décollage et l'atterrissage, les passagers peuvent utiliser leur téléphone mobile dès l'extinction du signal 'no Mobile', comme s'ils se trouvaient sur la terre ferme. Oman Air relie notamment la capitale omanaise Mascate à Londres Heathrow tous les jours et à Paris CDG, Francfort et Munich quatre fois par semaine. Elle étoffera encore son réseau européen dès l'entame de la saison hivernale en desservant aussi la ville de Milan.

Armani

Inauguré le 27 avril dernier par le maestro **Giorgio Armani** en personne et **Mohammed Alabbar**, président du groupe immobilier **Emaar** promoteur du gratte-ciel, l'**Hôtel Armani** est la première enseigne hôtelière au monde à ouvrir ses portes. Il occupe les 8 premiers étages ainsi que les 38^e et 39^e du **Burj Khalifa**, le plus haut immeuble au monde culminant à 828 mètres. Doté de 160 chambres et suites de luxe, huit restaurants novateurs, des boutiques exclusives et un spa relaxant. Dégageant un luxe et une élégance hors pairs, chaque aspect de cet hôtel et des services ont été imaginés par le couturier himself. **Amit Arora**, vice president sales and marketing: "L'hôtel a



Pascal Maigniez en compagnie de Khalid Bin Sulayem, directeur général DTCM.



Nombreux furent les visiteurs à se renseigner sur les nouveaux développements de la compagnie Oman Air.



Amit Arora, vice president sales and marketing, et Mohammad Barakat, directeur of sales, tous deux de l'Armani Hôtel Dubai.



Dee Mc Guinness et Neman Abdallah de The Gulf Hôtel Bahreïn.

été conçu pour que chaque client s'y sente comme chez lui. L'approche est minimaliste et repose sur une utilisation optimale de l'espace. Les chambres font la part belle aux formes courbées, même certaines parois sont cintrées. Les matériaux nobles ajoutent un cachet supplémentaire à ses hébergements où tout se dissimule derrière des parois coulissantes recouvertes de matière satinée." Ce premier établissement Armani ne restera pas bien longtemps un fait unique. L'année prochaine, Milan accueillera en effet aussi un hôtel Armani alors que la construction du premier Armani Resort et du premier Armani Residences Villas bat déjà son plein respectivement à Marrakech et à Marassi en Egypte.

Safir Hotels

Membre de The Worldhotels, le **Safir Marina Hotel**, situé à 20 minutes de l'aéroport international du Koweït et à 10 minutes du centre de Koweït-City, est dirigé par un de nos compatriotes, **Jan Verduyn**. Seul hôtel de la région à être situé à côté d'une plage et d'un shopping Mall, il constitue à la fois un établissement business et loisir. De plus, le lancement imminent d'un vol entre



Urs Weisskopf et Jan Verduyn, deux gm des Hotels Safir au Koweït.

Amsterdam et Koweït-City (ndlr. notamment pour assurer le transport des collaborateurs de Shell) par la jeune compagnie koweïtienne **Wataniya Airways** en facilitera l'accès au départ de nos contrées.

Gulf Hotels

Cette édition de l'ATM fut également marquée par la première participation de **The Gulf Hotels Group**. A la tête du **Gulf Hotel** et du **Gulf Convention Center** de Manama, la capitale du Bahreïn, ce groupe hôtelier fondé en 1967 a profité de sa présence pour mettre en avant **The K Hotel**, établissement flamboyant neuf qui ouvrira ses portes en septembre prochain. Implanté à Juffair à 15 minutes de l'aéroport, ce nouvel hôtel quatre étoiles deluxe comptera 237 chambres (ndlr. se déclinant en 156 chambres, 78 suites, une suite princesse, deux suites princières et une suite royale) conçues pour répondre aux besoins des voyageurs d'affaires et des touristes. Outre cette infrastructure aménagée dans un décor tropical, l'hôtel définira, à l'instar du Gulf Hotel et ses 15 restaurants, de nouvelles normes gastronomiques.

Arthema de la partie

Cette année, un seul T.O. belge était présent au Dubai International Convention and Exhibition Centre. **Meziane Meziant**, directeur du T.O. de niche **Arthema**, avait fait spécialement le déplacement pour rencontrer ses partenaires, prendre le pouls du marché et y découvrir des nouveautés. Meziane Meziant: "Je ne peux que me réjouir de cette édition de l'ATM marquée incontestablement du sceau de l'optimisme. Ce salon offre à chacun de ses visiteurs une concentration extraordinaire de



Meziane Meziant, directeur d'Arthema, en compagnie de Luca Guerra, assistant director of sales du One&Only Royal Mirage, le best-seller d'Arthema à Dubaï.



© Travel Magazine

prestataires. Il faut dire que toute la région est de nouveau en plein boom et de nombreux projets hôteliers fleurissent un peu partout. Et pas uniquement à Dubaï qui compte par exemple le nouvel Armani ou qui se prépare à l'inauguration du Rixos Zabeel Saray Ottoman Palace et du **One & Only The Palm** sur Palm Island Jumeirah face au **One & Only Royal Mirage** fraîchement rénové. La Jordanie et l'Arabie saoudite proposent aussi des

nouveautés intéressantes. En Jordanie, nous développons de nouveaux produits axés sur l'écologie dans le respect de la charte éthique d'Arthema. En Arabie saoudite, destination que nous commercialisons en exclusivité sur le marché belge, nous voulons montrer à un public de voyageurs avertis qu'il y a de merveilleuses choses à voir. Nous devons aider ce pays à s'ouvrir vers la modernité grâce au tourisme".

AF en direct sur Dubaï

Air France propose tous les jours un vol direct sur Dubaï au départ de l'aéroport de **Paris Charles De Gaulle**. Combinée au segment en TGV au départ de Bruxelles-Midi, cette liaison est idéale pour les voyageurs en partance de Belgique. Dès la gare bruxelloise, les passagers effectuent leur enregistrement et reçoivent leurs cartes d'embarquement. A CDG, il leur suffit de déposer leurs bagages au comptoir prévu à cet effet avant de prendre place dans le Triple Seven assurant généralement le vol. Vous lirez de plus amples informations sur le produit AF CDG-DXB dans un inflight report à paraître sur www.travel-magazine.be

Les touristes GCC en Belgique



Laurette Thiry et Michel Mues de Visit Flanders.

Dans le hall consacré à l'Europe, **Visit Flanders** tenait, pour la deuxième année consécutive, un stand à l'ATM en collaboration avec Hilton Worldwide, Sofitel, CIB Group et Odysseus Gulf Deluxe Travel Collection. **Laurette Thiry** et **Michel Mues** de Visit Flanders ont fait expressément le déplacement pour vanter les atouts du Nord de notre pays et de notre capitale auprès du public émirati. Une présence qui porte ses fruits. En 2008, quelque 50.000 nuitées ont été réservées en Belgique par des ressortissants des pays du GCC (Gulf Cooperation Council). En grande majorité, ces touristes optent pour un séjour dans la capitale d'une durée moyenne de six nuitées. "Leur première motivation lorsqu'ils se rendent en Belgique", nous explique ce duo belge, "consiste à trouver un peu de fraîcheur dans nos contrées. Ensuite, ils aiment aussi se rendre chez nous pour s'adonner à un de leurs sports favoris: le shopping. Nous proposons notamment des formules avec le **Maasmechelen Outlet Shopping**. Enfin, ils ont aussi coutume de se déplacer en famille. Nous promouvons dès lors énormément notre brochure et notre site www.365.be reprenant toutes les attractions à faire en famille. Cette année, nous jouons aussi sur les facilités de transport au départ de villes proches étrangères comme Londres, Amsterdam, Paris et Cologne pour inciter ces touristes, réputés pour leur pouvoir d'achat élevé, à venir découvrir la Belgique et ses nombreux trésors."