



L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) et Instagram s'associent pour produire Tourism Recovery Playbook, un guide pour la relance du tourisme sur le continent.

## Relance du tourisme en Afrique : l'OMT et Instagram s'associent pour promouvoir des destinations



**L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) et Instagram s'associent pour produire Tourism Recovery Playbook, un guide pour la relance du tourisme sur le continent. Cette initiative vise à aider les destinations et les entreprises à exploiter la puissance du numérique et de la narration visuelle pour atteindre de nouveaux publics et renouer avec la croissance notamment du tourisme local et durable.**

Cet accord avec L'OMT représente également la reconnaissance par Instagram du tourisme en tant que principal fournisseur de moyens de subsistance et d'opportunités mondiales. Il se veut un effort structuré pour utiliser la plateforme comme un outil pour aider à donner un coup de fouet à la reprise du secteur selon un communiqué.

**La perception d'experts sur le storytelling pour le tourisme**

Le Recovery Playbook explore les meilleurs moyens d'encourager le renouvellement des voyages locaux, tout en sensibilisant à l'environnement. Outre les meilleures pratiques et les conseils sur la narration touristique efficace, la publication présente également des études de cas de petites entreprises et de destinations qui ont utilisé avec succès Instagram pour se connecter avec des publics clés pendant la pandémie.

Dans son avant-propos au Tourism Recovery Playbook, le Secrétaire général de l'OMT, Zurab Pololikashvili, déclare : « Alors que certaines parties du monde commencent prudemment à s'ouvrir à nouveau, il est temps de faire preuve de créativité pour montrer pourquoi le tourisme compte - pour les individus, pour nos communautés et pour notre planète. Le partenariat de l'OMT avec Instagram permettra de montrer qu'il est possible de voyager de manière sûre et responsable, et d'illustrer comment un seul touriste peut faire une grande différence. »

**Faire progresser le virage numérique de l'OMT**

Cette première collaboration avec Instagram s'appuie sur le virage actuel de l'OMT vers une plus grande utilisation des outils numériques et de la narration visuelle pour faire comprendre la pertinence et l'importance du tourisme pour les économies, les sociétés et la planète. L'Organisation a accéléré ce virage dans le cadre de ses efforts pour accroître le soutien des Membres et leur permettre de mieux saisir les avantages des plateformes de communication numériques.



2e édition du « Nhaa Hii Festival »

# La culture Wê, véritable produit d'appel du tourisme local

DIARRA TIÉMOKO



Pour le ministre Siandou Fofana, la culture reste un véritable produit d'appel du tourisme. (Ph.DR)

Le ministre du Tourisme et des loisirs, Siandou Fofana, a pris part à la 2e édition du "Naahii Festival" de Toulepleu qui s'est tenue les 28 et 29 décembre 2021. Dans un communiqué de presse dont nous avons reçu copie, lundi 3 janvier 2022, le service communication du ministère du Tourisme et des loisirs situe l'enjeu de ce festival. Une initiative de la présidente du Conseil régional du Cavally et ministre de la Fonction publique et de la modernisation de l'administration, Anne Désirée Ou-loto, qui démontre que la culture est un véritable produit d'appel du tourisme. Autour du thème : "Le palmier à huile et le raphia dans la vie quoti-dienne : pratiques, résilience et cohésion sociale", les paysans, artisans et les vaillantes populations de l'Ouest montagneux et forestier ont démontré leur savoir-faire ancestral pluriel et l'intérêt de préserver et de promouvoir celui-ci. Notamment le double plan des arts vestimentaires et culinaires. Étant donné que l'huile de palme est un ingrédient présent dans les mets authentiques du peuple Wê et que le raphia est un matériau au cœur de l'habillement par le tissage de son écorce. Mais aussi exploité par ses feuilles dans l'architecture et la décoration, et par la distillation du tronc, la source d'un breuvage exquis. Rappelons que Toulepleu à quelques 700 bornes d'Abidjan, est une ville-phare de la région du Cavally. Le département de Toulepleu est une aire géographique, culturelle et cosmopolite qui compte six (6) sous-préfectures, 60 villages repartis en sept (7) grandes tribus et trois (3) cantons.



SOCIO-CULTUREL / PROMOTION ET RENFORCEMENT DU TOURISME / 300 entreprises attendues.

## “Yakro Business Days” lancé



Les organisateurs, après le lancement (Ph.DR)

promouvoir les potentialités économiques, culturelles, touristiques et gastronomiques, est louable. Notons que l'évènement bénéficie du soutien du ministre-gouverneur, du maire et de la chefferie traditionnelle de Yamoussoukro.

SÉVERIN DJAHA

Un grand événement socio-culturel, pour l'année 2022, se prépare en ce moment à Yamoussoukro, la capitale politique ivoirienne. Il s'agit de “Yakro Business Days” dont le lancement, selon notre source sur place, a eu lieu, récemment, à la salle des fêtes de la mairie de ladite ville. Objectif : faire de Yamoussoukro un pôle d'attraction culturelle, une métropole des grands échanges commerciaux. Pour le Commissaire général, Joseph Gbazalé dit “Big Jojo”, premier responsable de circuit organisation, co-organisateur de l'évènement, tout est sur le point d'être mis en œuvre, afin d'ouvrir, à Yamoussoukro, un grand Centre commercial à ciel ouvert, pour des échanges commerciaux, d'affaires, pour des opportunités, des découvertes, pour le renforcement du tourisme... L'évènement s'étendra sur dix jours. « Pour nous, l'objectif est de faire de notre district, le miroir du dynamisme économique, culturel, et le symbole du monde des affaires de la Côte d'Ivoire », a expliqué Big Jojo. Quant à Alphonse Gboko Koré, responsable du Groupe Alko, co-organisateur de “Yakro Business Days”, une telle manifestation ne peut se tenir sans l'implication des populations. C'est pourquoi, des actions sont menées dans ce sens. Une foire commerciale et culturelle, un carnaval avec son roi et sa miss, un village gastronomique avec des concerts géants, un parc d'attraction, un gala de bienfaisance au profit des démunis, une opération coup de balai sont prévus au menu de cette manifestation. Notons que ce marché international attend 300 entreprises, dans les domaines de la téléphonie cellulaire, de la brasserie, de l'habitat, des produits de beauté et cosmétiques, du textile et des produits alimentaires. Apportant sa caution à cet événement en préparation, le préfet de région, Brou Kouamé, a salué cette initiative et a encouragé les organisateurs. Il a estimé que cet événement visant à