

L'OMT et Google accueillent le premier programme d'accélération du tourisme en Afrique subsaharienne

Le progrès de la numérisation est essentiel si l'on veut s'adapter au nouvel environnement touristique.

La crise de la Covid-19 a touché de manière disproportionnée le tourisme, un secteur qui représente des millions d'emplois dans le monde. Bien que personne ne puisse dire avec certitude quand le tourisme reprendra, les gens recommencent à rêver d'escapades, qu'elles soient de proximité ou vers des destinations lointaines. Alors que les internautes sont toujours plus nombreux à rechercher où et quand ils peuvent voyager, l'accélération de la numérisation du secteur du tourisme sera essentielle si l'on veut s'adapter à la nouvelle réalité touristique.

C'est pourquoi, l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies (OMT) et Google se sont associés dans le cadre d'un programme d'accélération en ligne destiné aux ministres du Tourisme des États membres de l'OMT, aux principales agences de voyage et aux offices de tourisme afin de développer davantage les compétences en matière d'innovation et de transformation numérique.

Aujourd'hui, à l'approche de la Journée mondiale du tourisme, nous avons organisé notre premier programme d'accélération du tourisme de l'OMT et de Google ([UNWTO & Google Tourism Acceleration Program](#)) axé sur des informations provenant d'Afrique du Sud, du Kenya et du Nigéria. Le tourisme est l'épine dorsale de nombreuses économies dans le monde entier. Comme le montrent les données de l'OMT, le tourisme représente 9 % du commerce mondial pour l'Afrique et un emploi sur dix, directement et indirectement. De plus, le secteur est le moteur d'une croissance inclusive, puisque les femmes représentent 54 % de la main-d'œuvre.

« L'OMT est déterminée à aider l'Afrique à redevenir plus forte », a déclaré Natalia Bayona, directrice de l'innovation, de la transformation numérique et des investissements de l'OMT. « Avec la mise en place de politiques, de formations et d'une gestion appropriées, l'innovation et la technologie ont le potentiel de favoriser la création d'emplois et d'opportunités commerciales de meilleure qualité pour le tourisme en Afrique tout en améliorant le bien-être et la prospérité de la région dans son ensemble ».

“La connaissance du marché et les insights sont plus importantes que jamais pour comprendre les consommateurs et favoriser la reprise. Conformément au programme de formation de l'OMT en matière de données et de renseignements pour l'Afrique, ce partenariat avec Google permet à l'OMT de renforcer les données et les compétences

numériques de l'Afrique », a déclaré Sandra Carvao, Chef de la Division de connaissance du marché et de la compétitivité de l'OMT.

L'Afrique abrite 30 % de la population mondiale, ce qui représente chaque année des centaines de millions de nouveaux internautes. Google est un partenaire de confiance en Afrique pour la recherche d'informations pertinentes et fiables, et le moteur de recherche Google est consulté pour la recherche et la réservation de voyages.

« Nous sommes ici pour aider le secteur du tourisme à sortir de cette crise sans précédent et à devenir plus fort. Nos informations et outils sur les données de voyage (travel data insights and tools) peuvent aider les autorités touristiques à identifier et à comprendre à la fois les obstacles et les facteurs qui incitent à visiter des destinations touristiques et mieux planifier le tourisme », a déclaré Doron Avni, directeur des affaires gouvernementales et des politiques publiques pour les marchés émergents chez Google.

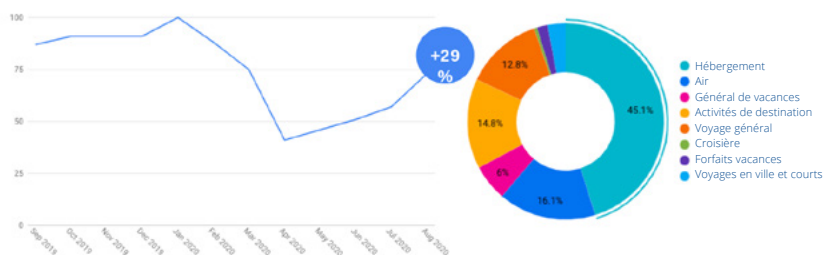
Lors de cette session, la présentation des dernières données de l'Organisation mondiale du tourisme a été ajoutée, montrant l'impact sérieux que COVID-19 a eu sur le secteur ainsi que le nouveau Tourism Recovery Tracker de l'OMT, la plateforme la plus complète sur les indicateurs du tourisme.

Vous trouverez ci-dessous quelques données sur les voyages en Afrique subsaharienne qui ont été partagées avec les participants à la session de ce jour :

Afrique du Sud

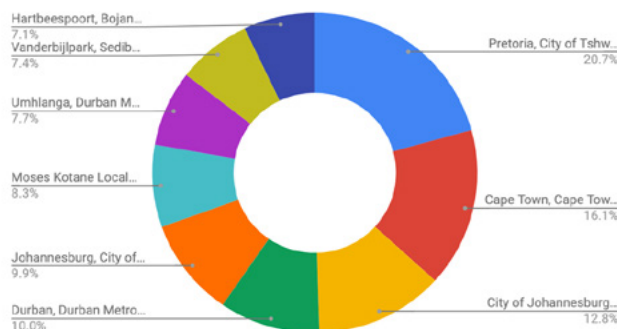
Les données du moteur de recherche Google montrent quelques signes encourageants d'un intérêt accru pour le tourisme dans la région :

**INTÉRÊT CROISSANT DANS LA RECHERCHE SUR LE TOURISME EN AFRIQUE DU SUD :
+ 29 % PAR RAPPORT AU MOIS PRÉCÉDENT**



Source: Google Internal - search trends September 2019 - August 2020

LES DESTINATIONS LES PLUS POPULAIRES EN AFRIQUE DU SUD



ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (OMT) - INSTITUTION SPÉCIALISÉE DES NATIONS UNIES

C/ POETA JOAN MARAGALL 42, 28020 MADRID, SPAGNE. TÉL: (34) 91 567 81 00 / FAX: (34) 91 571 37 33 - INFO@UNWTO.ORG / UNWTO.ORG

Contacts :

Katherine Vargas, Département de la communication, Google, vargask@google.com

Belén Ramírez, Département de la communication, OMT, bramirez@unwto.org

Liens connexes :

[Programme d'accélération de l'OMT et de Google \(en anglais\)](#)

[Travel Insights pour la récupération](#)