

Les professionnels du secteur unis pour soutenir le tourisme en Guyane

ARTICLE

À la demande des entreprises du secteur du tourisme de Guyane et plus particulièrement du Club des hôteliers, le ministère des Outre-mer finance, dans le cadre des Accords de Guyane, une campagne exceptionnelle de communication pour la promotion touristique de la destination. Atout France, mandaté par le Ministère, pilote, en lien étroit avec les acteurs guyanais, le Comité du Tourisme de la Guyane et la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Guyane, ce plan d'actions qui cible essentiellement le marché national.

Réuni lors des 2e Rencontres nationales du tourisme ultramarin organisées par le ministère, le groupe de travail Guyane a imaginé un plan d'action visant à renforcer l'image de la destination et sa fréquentation touristique. Objectif : relancer les activités de toute la filière touristique guyanaise.

À l'occasion du séminaire annuel des équipes de direction du siège et des bureaux Amériques de Atout France, exceptionnellement organisé à Cayenne, Christian Mantei, Directeur général, a souhaité que se tiennent, lundi 5 et mercredi 7 février, des réunions de travail pour examiner dans le détail le déroulement des actions en cours.

Il s'agit là du 1er déplacement de Christian Mantei et de ses équipes depuis le Conseil Interministériel du Tourisme, présidé par le premier Ministre le 19 janvier dernier, et qui a conforté Atout France dans son rôle d'opérateur en matière de promotion mais également d'ingénierie au bénéfice du développement de l'offre touristique (voir dossier de presse annexé).

Ces réunions visent à connecter plus précisément le plan d'actions défini aux dispositifs digitaux mis en place par le Comité du Tourisme de la Guyane, la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Guyane, les offices de tourisme et les entreprises régionales. C'est grâce à cette mutualisation des énergies et des moyens que la campagne portera ses

fruits comme elle commence à le faire, par exemple, sur le site France.fr où la Guyane et son carnaval sont à l'honneur.

L'enveloppe de 500 000 € allouée par le ministère des Outre-mer va permettre de déployer un plan d'actions en plusieurs phases et aux mutiples facettes. Quelques exemples :

- Au printemps : accueil en Guyane de plusieurs prescripteurs de la destination : voyagistes, blogueurs/journalistes, directeurs d'agences MICE.
- Renfort de la visibilité de la Guyane sur des sites digitaux à très forte audience tels que TripAdvisor ou sur les réseaux sociaux, notament Facebook,
- Activation de personnaltés guyanaises ou ayant un lien fort avec la destination pour émettre des messages positifs,
- Décembre 2018/janvier 2019 : publication d'un Guide du Routard dédié à la destination.

Le président du CTG, **Alex Madeleine**, la présidente de la CCIG, **Carine Sinaï-Bossou** et la vice-présidente du Club des Hôteliers de Guyane, **Hélène Paul**, se félicitent des travaux engagés avec Atout France pour cette « campagne exceptionnelle », même si ceux-ci ne constituent évidemment qu'une première étape des efforts indispensables pour améliorer l'image de la destination « Guyane Amazonie.fr » et inviter puis fidéliser les clientèles des différents marchés touristiques : le marché national certes (métropole et Antilles françaises), mais aussi de proximité (Brésil, Suriname, Arc Antillais) et local (les Guyanais sont les premiers consommateurs de leur tourisme).

La conquête de nouveaux marchés en Europe, en Amérique du nord (États-Unis et Canada), ou même en Asie, est possible à moyen terme car les acteurs du groupe de travail ont désormais acquis une méthodologie de travail en commun qui pourra porter ses fruits dans de nouvelles collaborations à venir. La présence, en Guyane, des directeurs de Atout France pour la zone Amériques constitue d'ailleurs, pour les acteurs du tourisme guyanais, une véritable opportunité d'échanger sur ces marchés de proximité et de définir conjointement les meilleurs moyens d'y faire valoir les atouts touristiques de la Guyane.