

Le Burundi envisage de promouvoir le "tourisme culturel" au sein de l'EAC

@rib News, 19/10/2018 – Source Xinhua Le Burundi veut promouvoir le "tourisme culturel" dans les années à venir dans le cadre de son appartenance à la Communauté de l'Afrique de l'Est (CAE) parce que "c'est le véritable positionnement du Burundi comme destination unique", a déclaré vendredi à Bujumbura le directeur général de l'Office national du tourisme (ONT), Léonidas Habonimana.

M. Habonimana a tenu ces propos au cours d'une interview accordée à Xinhua en marge des consultations nationales sur la "révision de la stratégie nationale" du marketing du tourisme de la CAE. Les consultations ont été organisées dans le cadre de la célébration de la Journée mondiale du tourisme. Créée en 2000, la CAE est actuellement composée de six Etats : Burundi, Kenya, Tanzanie, Ouganda, Rwanda et Soudan du Sud. Sur la question de savoir en quoi la promotion du tourisme culturel va contribuer à l'essor du tourisme burundais au sein de la CAE, M. Habonimana a expliqué qu'il s'agit d'un type de tourisme déjà connu dans le monde entier. "Je voudrais souligner ici que le tambour sacré du Burundi fait partie depuis quelques années du patrimoine immatériel de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco). Donc pour les autorités burundaises en charge du tourisme, c'est un produit facile et unique en son genre qu'elles veulent promouvoir parce que pouvant contribuer à booster les recettes financières en devises issues du secteur", a-t-il précisé. Dans la perspective de la réalisation des objectifs fondamentaux du Plan national de développement 2018-2027, qui fait du tourisme un "facteur très important de croissance économique", des innovations permettront aux touristes de découvrir des produits gravitant autour des richesses culturelles burundaises. Evoquant "l'état des lieux" du tourisme burundais dans le contexte régional de la CAE, M. Habonimana a affirmé que le secteur touristique du pays est en train de "connaître une remontée" dans la mesure où le secteur enregistre actuellement "plus de flux de touristes". "Nous relevons en effet la montée progressive du taux d'occupation dans les hôtels, les emplois dans le secteur touristique en train d'être augmentés", a-t-il poursuivi. En dehors des produits "typiquement culturels locaux" comme le tambour inscrit au patrimoine immatériel de l'Unesco, le Burundi se dote des atouts touristiques "immense et diversifiés", dont une nature "merveilleuse d'une beauté exceptionnelle" et une "gastronomie délicieuse" mais complètement inconnue, a dit le responsable de l'ONT. Il a estimé que le principal défi du Burundi en matière touristique, est le fait que le pays reste une "destination mal connue". "Pour redresser la situation, nous nous sommes fixés des stratégies de redynamisation focalisées sur l'amélioration de la promotion touristique burundaise à travers l'organisation des manifestations, la publication des brochures, mais aussi à travers la sensibilisation de l'opinion nationale et internationale", a-t-il révélé. Au niveau des repères touristiques au sein de la CAE, M. Habonimana a qualifié les statistiques "d'assez intéressantes". Selon lui, les recettes annuelles de la Tanzanie issues du secteur touristique sont d'environ 1,7 milliard de dollars américains, celles du Kenya, 1,2 milliard, celles de l'Ouganda, 800 millions de dollars, et celles du Burundi, 19 millions. Ce profond gap entre les pays de la sous-région aux dépens du Burundi est dû au fait que certains Burundais "envoient un mauvais message" sur leur destination touristique, a-t-il déploré. "Pour remédier à cette situation, nous sensibilisons sans cesse les Burundais, à dépasser leurs différences, à aimer leur pays et à vendre l'image du Burundi tel qu'il est, car, même ceux qui disent du mal du Burundi, ils savent que le Burundi est merveilleux", a-t-il martelé.

(adsbygoogle = window.adsbygoogle || []).push({});