

## Le tourisme à Dubaï

### Dubaï

Posté par: Karim

Publiée le : 12/3/2008 9:26:02

Un véritable chantier à ciel ouvert. C'est le moins que l'on puisse dire pour qualifier Dubaï. Dans ce richissime émirat du Golfe, qui connaît un boom immobilier sans précédent, les gratte-ciel donnent à la ville une allure de futur Manhattan arabe. Dubaï pulvérise en effet record après record en la matière. En témoigne le gigantesque chantier de «Burj Dubaï», érigé en plein centre de la ville et qui ambitionne de devenir la plus haute tour du monde. De même, la ville aura droit bientôt au plus grand aquarium au monde, au plus gros mall (centre commercial)... Le Guinness regorge d'ailleurs de records enregistrés par la métropole. Et cette folie des grandeurs n'est pas prête de se calmer. Bien que n'étant ni la capitale des Émirats arabes unis ni l'émirat le plus grand ou le plus peuplé, Dubaï est le plus connu des sept émirats qui composent la fédération. Cette renommée est en partie due à la médiatisation des gigantesques projets touristiques en construction (Palm Islands, The World, Dubaï Waterfront, Dubaï Marina, Burj Al Arab, etc). Il s'agit d'un formidable coup de marketing pour cette destination qui ambitionne de devenir la première région mondiale du tourisme de luxe et un des pôles mondiaux du tourisme familial, d'affaires, commercial...

Ce formidable essor, la ville le doit non seulement à la manne pétrolière, mais aussi à son fameux Shopping Festival. La preuve: son lancement, en 1996, a coïncidé avec un véritable bond dans tous les domaines (infrastructures, malls, hôtels, immobiliers, commerce...). Dubaï Shopping Festival (DSF), qui dure en moyenne 32 jours, attire chaque année davantage de touristes. Au total, ce sont près de 28 millions de touristes, ayant dépensé près de 54 milliards de DH émiratis (soit plus du double en DH marocain), qui ont visité Dubaï durant cette décennie. Lors de l'édition 2006/2007, DSF a drainé pas moins de 3,5 millions de visiteurs, durant 45 jours. Quant aux dépenses, elles ont dépassé les 10,2 milliards de dirhams émiratis.

Mais, la 13e édition du festival, qui s'est tenue du 24 janvier au 24 février derniers, n'a certainement pas connu autant d'engouement. S'agit-il d'un début d'essoufflement ou d'un pur hasard de calendrier? Le festival a eu lieu cette année en dehors des périodes de vacances attirant forcément moins de monde. «Nous avons sciemment choisi de programmer le festival en dehors des périodes de fêtes (Noël, Aïd.. ) pour doper la consommation durant la saison creuse», affirme Laila Suhail, directrice de cette édition. Il s'agit, selon elle, d'une cinquième saison à part entière.

Est-ce donc pour relancer l'évènement que les organisateurs ont effectué en novembre dernier une tournée promotionnelle dans les pays arabes? ([www.leconomiste.com](http://www.leconomiste.com)). En tout cas, les prix affichés (avec des soldes allant jusqu'à 75%) risquent de dissuader une clientèle marocaine, habituée à faire son shopping en Europe à des prix beaucoup plus intéressants. Une simple tournée dans les centres commerciaux, qui rivalisent de luxe et de faste, suffit pour s'en convaincre.

Pourtant, les grands commerces ont tout tenté pour doper leurs ventes. Lingots d'or, voitures de luxe, appartements et même des avions figuraient parmi les lots offerts lors de grandes tombolas dans les 40 malls et plus de 4.000 commerces de la ville. Sans compter les diverses attractions plus insolites les unes que les autres (ski en plein désert, vols en deltaplane, feux d'artifice, méga-concerts, défilés de mode, expositions...). Au total, pas moins de 119 activités et festivités diverses ont figuré au programme du festival. D'ailleurs, les organisateurs n'ont pas lésiné sur les moyens pour faire de cette édition un succès. Le budget 2008 a atteint 85 millions de DH émiratis

(soit près de 170 millions de DH). Sans compter la contribution des sponsors ainsi que les diverses promotions...

#### L'artisanat marocain au Global Village

Le Village planétaire est sans conteste l'attraction phare du Dubaï shopping festival. A tel point que les organisateurs songent à en faire un évènement permanent tout au long de l'année. Les foules s'y pressent autour des pavillons représentant plusieurs pays du monde, à l'image de Disney World. Le pavillon marocain y figure en bonne place aux côtés des pavillons jordanien, syrien et libanais. Attirant visiblement beaucoup de monde, on y trouve des produits d'artisanat marocain ainsi que les plats gastronomiques nationaux. Les tenues traditionnelles pour femmes connaissent un véritable engouement de la part des femmes du Golfe, témoigne une vendeuse sur place. «Mais celles-ci préfèrent des caftans plus élaborés et plus innovants avec des couleurs plus voyantes», poursuit-elle. L'animation faisait malheureusement défaut au pavillon marocain, qui paraissait terne aux côtés d'autres pavillons plus attractifs.

#### 1er hôtel Armani

Située au cœur du nouveau quartier «Down town Burj Dubaï», la tour de Dubaï est initiée par Emaar sur une superficie de 500 hectares avec une valeur totale de 73 milliards de DH émiratis (20 milliards de dollars environ). Burj Dubaï, culminant à 598,5 mètres, a d'ores et déjà largement surpassé la tour «Taipei 10» à Taïwan (avec ses 508 m) et la tour du CN de Toronto ( 553,3 m). A son achèvement, le gratte-ciel aura nécessité l'équivalent de 330.000 m<sup>3</sup> de béton armé, 39.000 tonnes de poutres en acier, 142.000 m<sup>2</sup> de verre ainsi que 22 millions d'heures de travail. A ce jour, plus de 5.000 ingénieurs, spécialistes et ouvriers travaillent sur le site du projet. Celui-ci renferme bon nombre de complexes résidentiels, de commerce et de loisir. Burj Dubaï regroupe également des unités d'habitation, des boutiques et des lieux de résidence dont le premier «hôtel Armani» au monde.

Source: [www.Leconomiste.com](http://www.Leconomiste.com)

A. K.