6èmes Assises Internationales du Tourisme Responsable

Sous le Haut Patronage de son Excellence la Première Dame du Mali, Madame KEITA Aminata MAIGA

et en présence de Madame Nina WALET INTALLOU, Ministre de l'Artisanat et du Tourisme du Mali

11-12-13 Janvier 2018

Centre Régional d'Energie Solaire

BADALABOUGOU

BAMAKO

LE DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE

Le tourisme local et interafricain, source de paix en Afrique

OMT

UEMOA

Ministère de l'Artisanat et du Tourisme du Mali

APTM

Agence de Promotion touristique du Mali

REMATOURD

tourisme sans frontières

TOGUNA AGRO INDUSTRIES

AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT ET LA QUALITÉ DE LA VIE

Malitel Proche de vous

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

Ouverture officielle

6èmes Assises internationales
du Tourisme Responsable

BAMAKO
11-12-13 janvier 2018

REMATOURD

tourisme sans frontières

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

Ouverture officielle des
6èmes Assises Internationales du Tourisme Responsable
BAMAKO 11-12-13 janvier 2018

Monsieur le Maire de la Commune V

tourisme sans frontières

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

Ouverture officielle des
6èmes Assises Internationales du Tourisme Responsable
BAMAKO 11-12-13 janvier 2018

Marc DUMOULIN
Président de Tourisme sans Frontières

tourisme sans frontières

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

Ouverture officielle des
6èmes Assises Internationales du Tourisme Responsable
BAMAKO 11-12-13 janvier 2018

Mme Nina WALET INTALLOU

Ministre de l'Artisanat et du Tourisme de la République du Mali

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

Ouverture officielle des
6èmes Assises Internationales du Tourisme Responsable
BAMAKO 11-12-13 janvier 2018

Madame KEITA Aminata MAIGA
Son Excellence la Première Dame du Mali

10 h 30 – 10 h 45 Pause Café

10 h 50 – reprise des travaux

tourisme sans frontières

Rappel du programme des 6emes Assises

tourisme sans frontières

6èmes Assises Internationales du Tourisme Responsable

Jeudi 11 janvier au CRES

11 h /11h15 – introduction sur le tourisme responsable et durable
Michel CLAUDE, TSF

11h20 – 12 h 20 : 1ère Table ronde
La Stratégie de communication en matière de tourisme dans un pays en situation de crise sécuritaire **Mr Sidi KEITA, directeur de la DNTH, Sory Ibrahima GUINDO, Pdt Féd.Nat.Guides du Mali, Michele BASDEVANT, Pdte Ass. Amis de la Casamance, et Christian LAEMMEL, journaliste à France Télévisions.**

12 h 20 – 13 h 15 : 2ème Table ronde
Comment développer le tourisme domestique et interafricain ?
Mr Moussa DIALLO, conseiller au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme en retraite, Gustave DIASSO, Commission Tourisme UEMOA – Manny ANSAR, Directeur Festival du Désert

13 h 30 – 14 h 30 : Pause déjeuner

15 h 00 - 16 h 30– ATELIERS PARTICIPATIFS

a)La poursuite d'un projet de développement touristique animé par Michel Claude, Tourisme sans Frontières
b)Comment allier développement durable du tourisme et développement économique ? animé par Adama Traoré de Terres Jaunes
c)La formation des compétences : passage obligé du développement par Modibo Cissé, Conseiller au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme
Chaque atelier choisit un rapporteur

Vendredi 12 janvier au CRES

09h15 -10h15 - 3ème Table ronde
L'écotourisme, facteur de développement et créateur d'emploi
Introduction par Sekou Mamadou TANGARA, membre AKT – Doudou KOPA Ndiaye, ass. Soleil et Sourire du Sénégal, Moussa Balla COULIBALY de la Ferme Kledu, Mamadou BAGA SAMAKE, ancien Directeur régional des Eaux et Forets, de Mopti

10h15 - 10h30 : Pause-Café

10h30 - 11h30 - 4ème table ronde :
L'écotourisme face aux défis environnementaux
Introduction de Biramou CISSOKO, Conseiller technique au Ministère de l'Environnement, Adama TRAORE, Pdt de Terres Jaunes – Augustin TEME dg de SIGUI travel

11h30 - 12h00 – Synthèses
Synthèse des ateliers du Jeudi après –midi par les rapporteurs
Synthèse des Assises par Marc DUMOULIN Président de TSF
12h00 - 12h30 : **La mise en place du réseau africain** du tourisme responsable

12h30- 14h30 : Pause déjeuner

Vendredi 12 janvier après midi : visites et rencontres de terrain

14 h 30 : Départ de la Délégation pour la Ferme Klédu à Baguinéda
16 h 30- 18 h 30 : Visite de la Ferme Klédu

Samedi 13 janvier : visites et rencontres de terrain

8 h 30 Départ
Visite de la Forêt de Bombaya
Visite de la ferme de Bakary Togola à Dialakoroba

Introduction rapide sur le tourisme responsable et durable

Les 8 conditions d’un développement d’un tourisme responsable, créateur d’emplois et de richesses pour la population.

1. **Penser le développement du tourisme en harmonie avec l’ensemble de l’économie** dans le cadre de l’aménagement du territoire (l’ investissement touristique doit aussi bénéficier aux populations locales)
2. **Déterminer et équiper les zones touristiques dans le respect et l’intérêt des populations** et de l’environnement
3. **Diversifier les produits en s’appuyant sur une typicité forte** et non une banalisation
4. **Valoriser et mettre en exergue ses différences**, celles qui justifient le déplacement pour la découverte et la rencontre
5. **Vendre l’authenticité du pays en valorisant et en faisant participer les populations résidentes à l’accueil touristique**
6. **Compléter le tourisme classique** par un tourisme expérientiel, original, inattendu
7. **Promouvoir le tourisme passe par l’élaboration d’une politique cohérente avec les acteurs locaux et la population**
8. **Créer des effets d’entrainements sur les autres secteurs économiques**

« le développement du tourisme passe la consommation et la dépense touristique »

- ✓Rendre compatible le développement touristique (croissance et rentabilité) avec la conservation de l'environnement
- ✓Le tourisme durable est un paradoxe : conserver, éduquer, mais rendre accessible au plus grand nombre, avec le risque de nuire à l''environnement
- ✓Le développement local a besoin de retombées économiques pour le bien être de la communauté qui accueille.

Le tourisme responsable et durable vise :

- ✓ à intégrer le visiteur dans la réalité de la région d'accueil
- ✓ à développer l'économie locale
- ✓ à faire participer les populations locales
- ✓ à l'augmentation des impacts positifs sociaux, culturels et environnementaux
- ✓ à préserver l'environnement naturel et patrimonial

Le tourisme responsable et durable doit être :

- ✓ en réponse aux attentes du touriste tout en préservant le futur….
- ✓ viable sur le plan économique
- ✓ fiable sur le plan écologique
- ✓ équitable sur le plan éthique et social

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

1ère Table ronde : LA MATINALE

La Stratégie de communication touristique dans un pays en situation de crise sécuritaire

Ouverture par Sidi KEITA, Directeur
Direction Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie

Témoignages :
Sory Ibrahima GUINDO, Pdt Fédération nationale des Guides du Mali
Michèle BASDEVANT, Pdte « Les Amis de la Casamance »
Christian LAEMMEL, journaliste à France Télévisions

tourisme sans frontières

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

Table ronde :

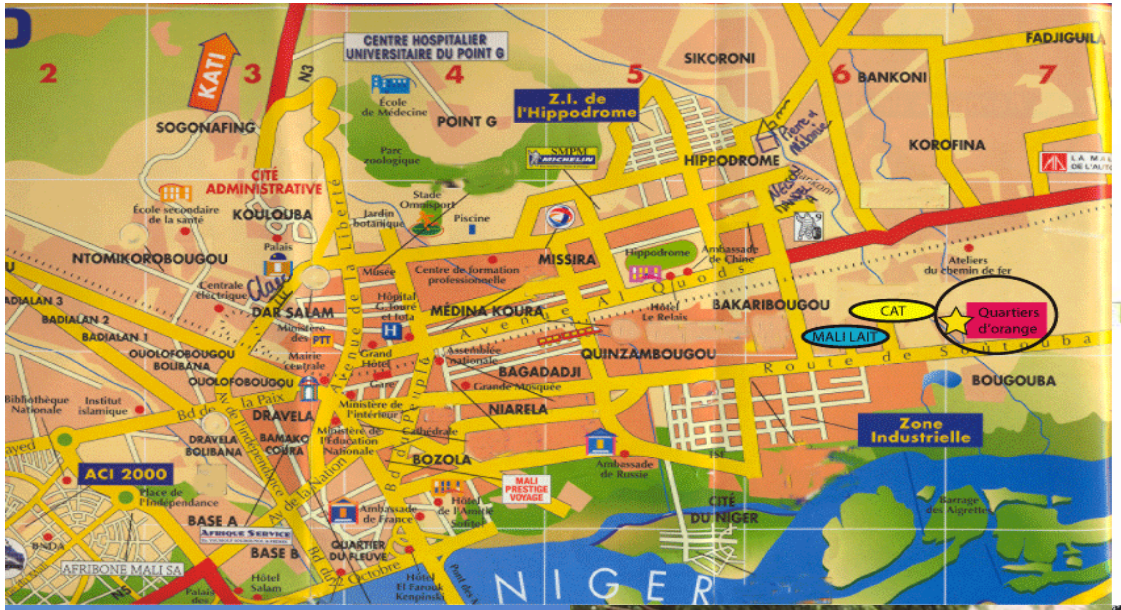
La stratégie de communication en matière de tourisme dans un pays en situation de crise sécuritaire

Sidi KEITA

Directeur à la Direction Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie

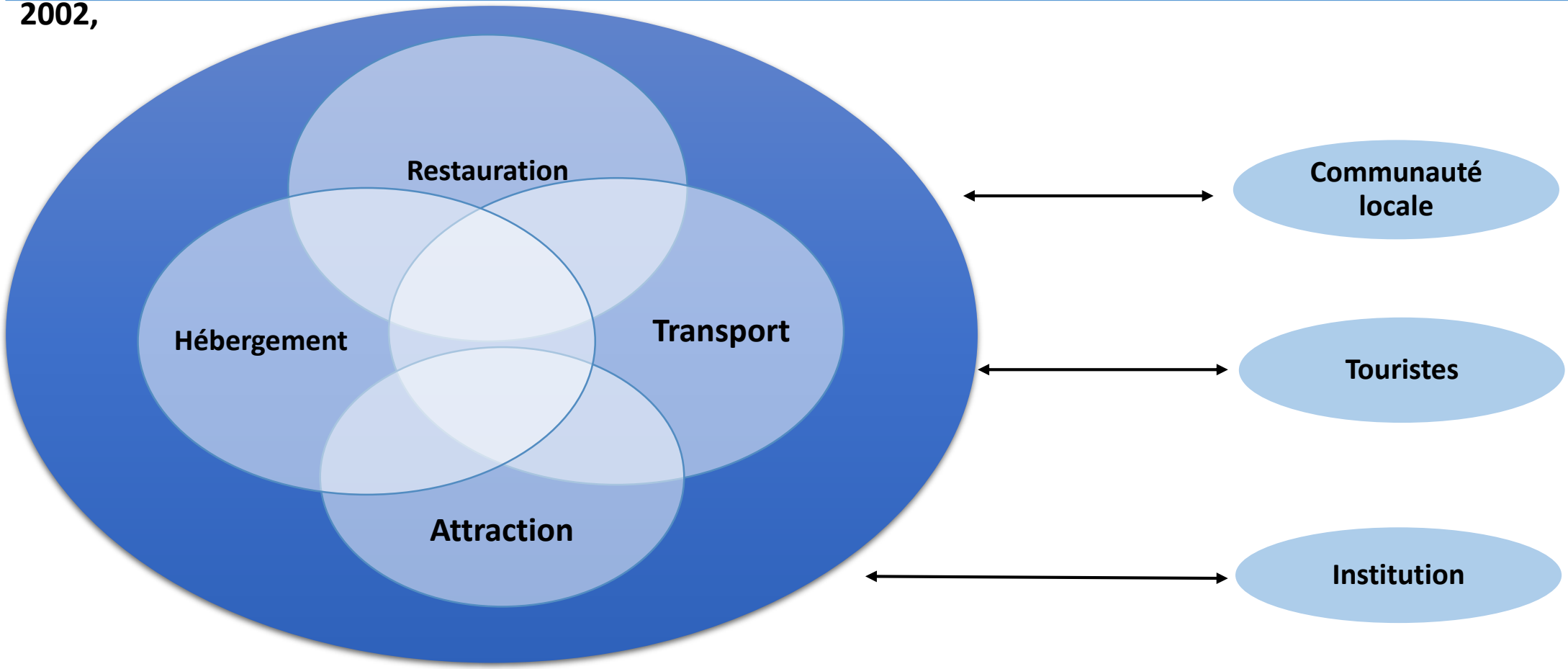
tourisme sans frontières

« Gestion de risques et communication de crise », quel enjeu pour les destinations touristiques comme le Mali?».



Notion de « Destination Touristique » :

« une aire géographique qui est en mesure d'offrir un produit touristique, c'est-à-dire un ensemble de services supports qui gravitent autour d'activités ou expériences inhabituelles pour le touriste » Framke 2002,



Risque et crises : quelle différence? :

- **Risque** : « danger possible, éventualité d'un préjudice, d'un évènement malheureux »,
- **Crise** : « changement brusque, trouble etc »

la première notion fait référence à une l'éventualité d'une menace, d'un danger tandis que la seconde évoque un état, une situation déjà en cours ou déjà vécu. » la survenance d'une situation de crise n'est pas une question de malchance mais de temps.

Communication de crise :Définition

«la communication de crise dans le domaine du tourisme peut être définie comme l'ensemble des dispositifs, techniques et actions de communication entreprises pour lutter contre les effets d'un événement pouvant avoir des effets négatifs sur l'image d'une destination touristique»

« La communication de crise peut également souvent être entendue dans un sens plus large et comprendre aussi bien des éléments et dispositifs destinés à détecter et anticiper les crises (veille de crise) que les éléments de réponse à ces crises (cellule de crise, site web de crise, ..) relevant du domaine de la communication». Bertrand Bathelot,

Typologie des crises susceptibles de toucher le secteur du tourisme selon l'OMT,

- **Crises d'origine humaine** : critique de la destination par une personnalité, actions terroristes, attaques perpétrées contre des touristes, crises politiques, manifestations et émeutes.
- **Crises d'origine naturelle** : tremblement de terre, cyclones, tsunami, inondation, sècheresse,
- **Crises en rapport avec la sécurité sanitaire** : épidémie, apparitions de maladies inconnues, intoxications alimentaires, contamination de l 'eau.
- **Crises à caractère économique** : chute de la bourse, des taux de change…

Phases de la communication de crise

1. **Pré crise** :

- Anticipation de la crise,
- Identification de l’équipe de communication de crise,
- Identification et apprentissage des rôles,
- Établissements de multiples systèmes de notification,
- Identification des connaissances des publics et des partenaires,
- Création de contenus prêts à l’emploi,

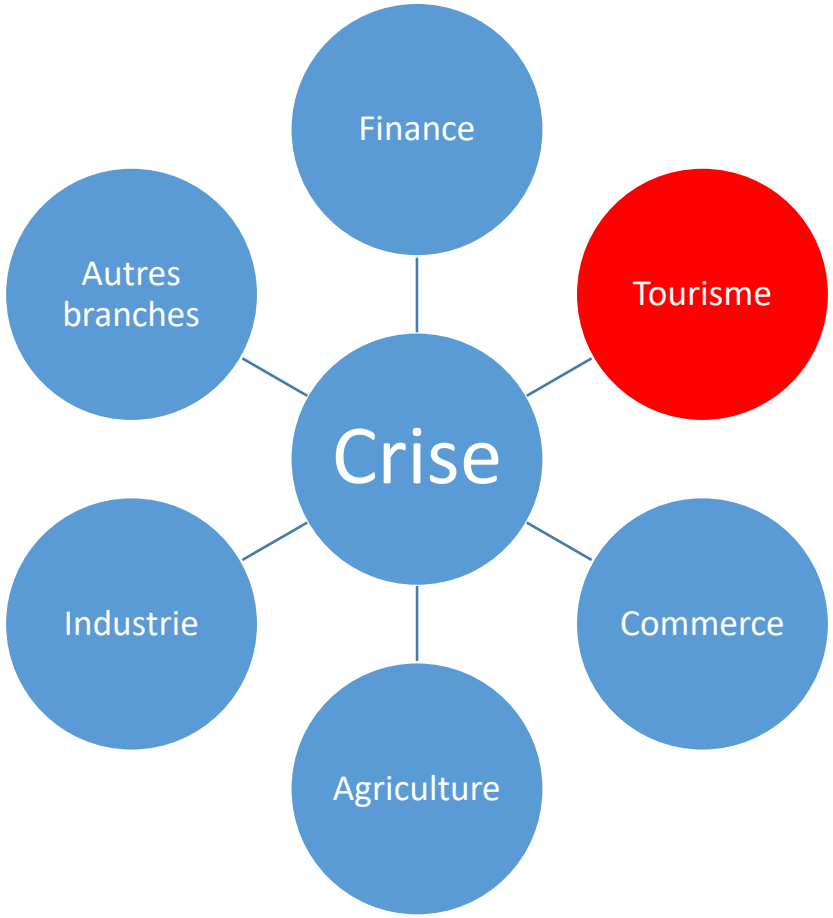
2. Pendant la crise :

- Établissement d'une connexion immédiate,
- Mise en œuvre des actions clés,
- Adaptation du contenu préalablement crée

3.L'après crise :

- Développement d'une stratégie pour restaurer la confiance,
- Révision de la stratégie de communication de crise en suivant une approche axée sur l'apprentissage,
- Évaluation de l'impact de la stratégie de communication de crise,

Gestion de risques et communication de crise dans le domaine du tourisme :

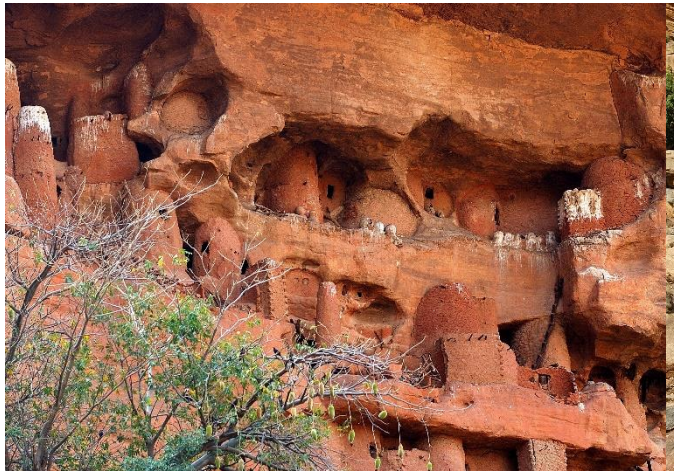


Tous les secteurs économiques peuvent être touchés d'une manière ou d'une autre par une crise.

Quelques crises ayant touché la destination Mali au cours des trente dernières années

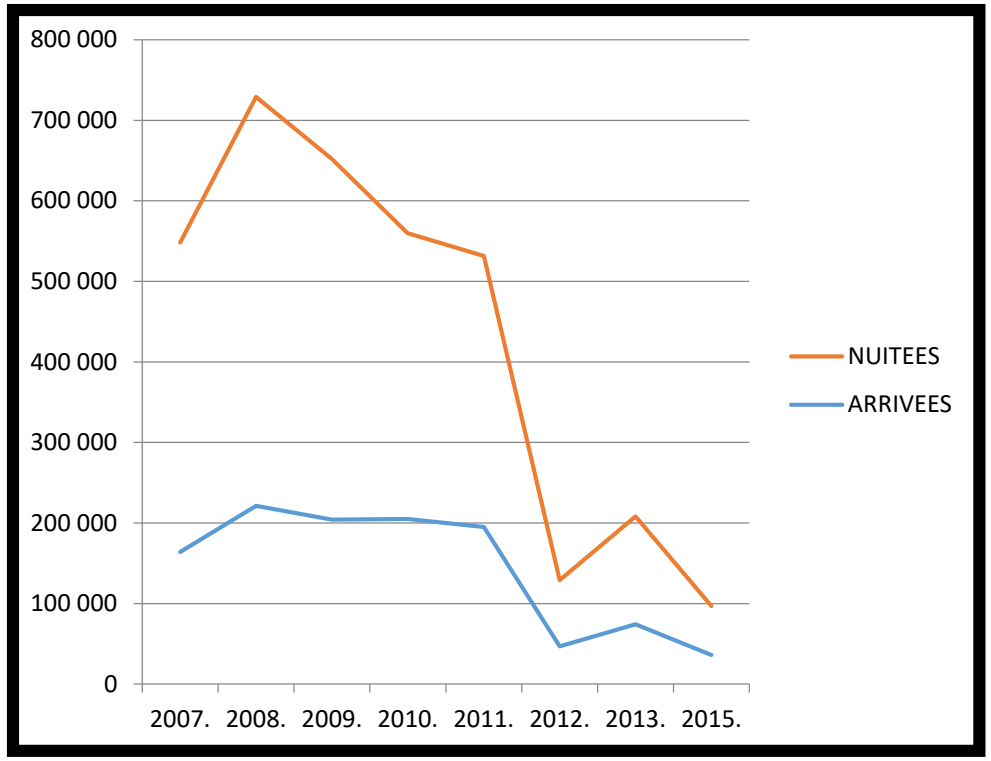
1. Attaques terroristes
2. Crises sanitaires
3. Critique de la destination
4. Sècheresse
5. Crise politique
6. Accidents impliquant des touristes

Changement rapide de la perception de la destination

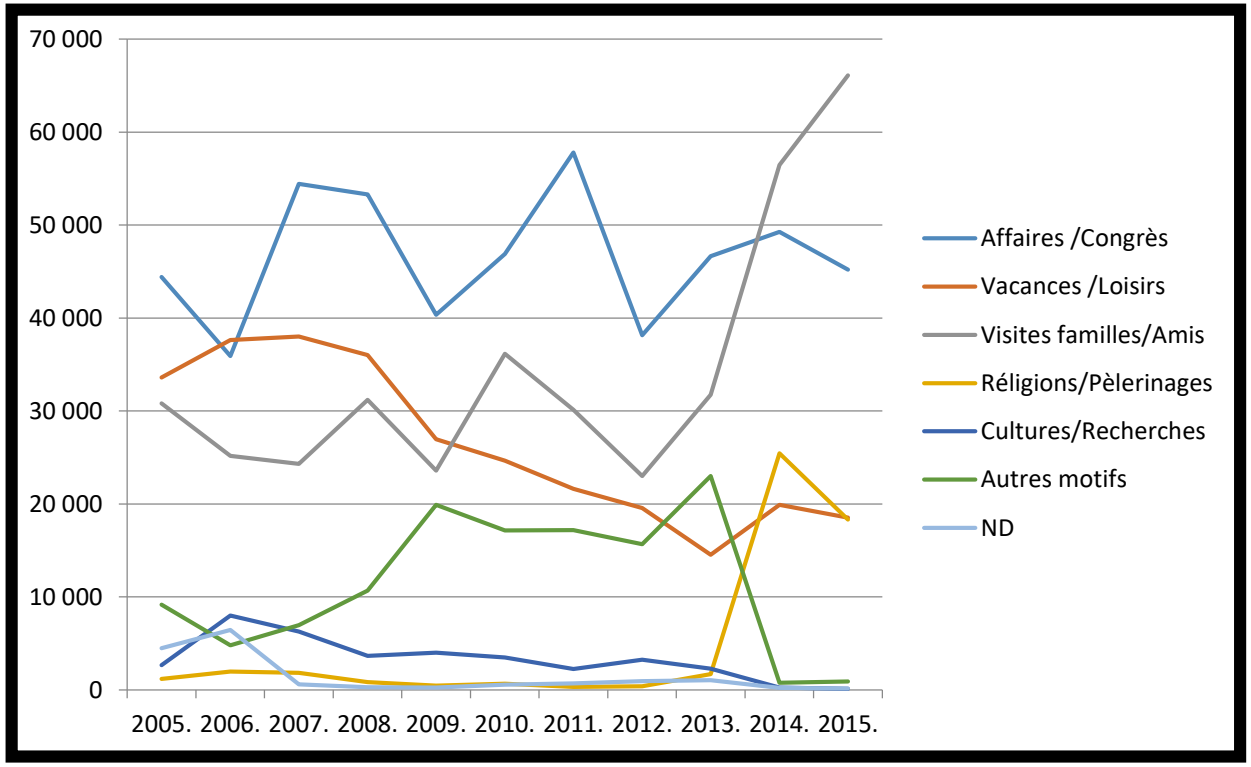


Impacts sur certains indicateurs de performance

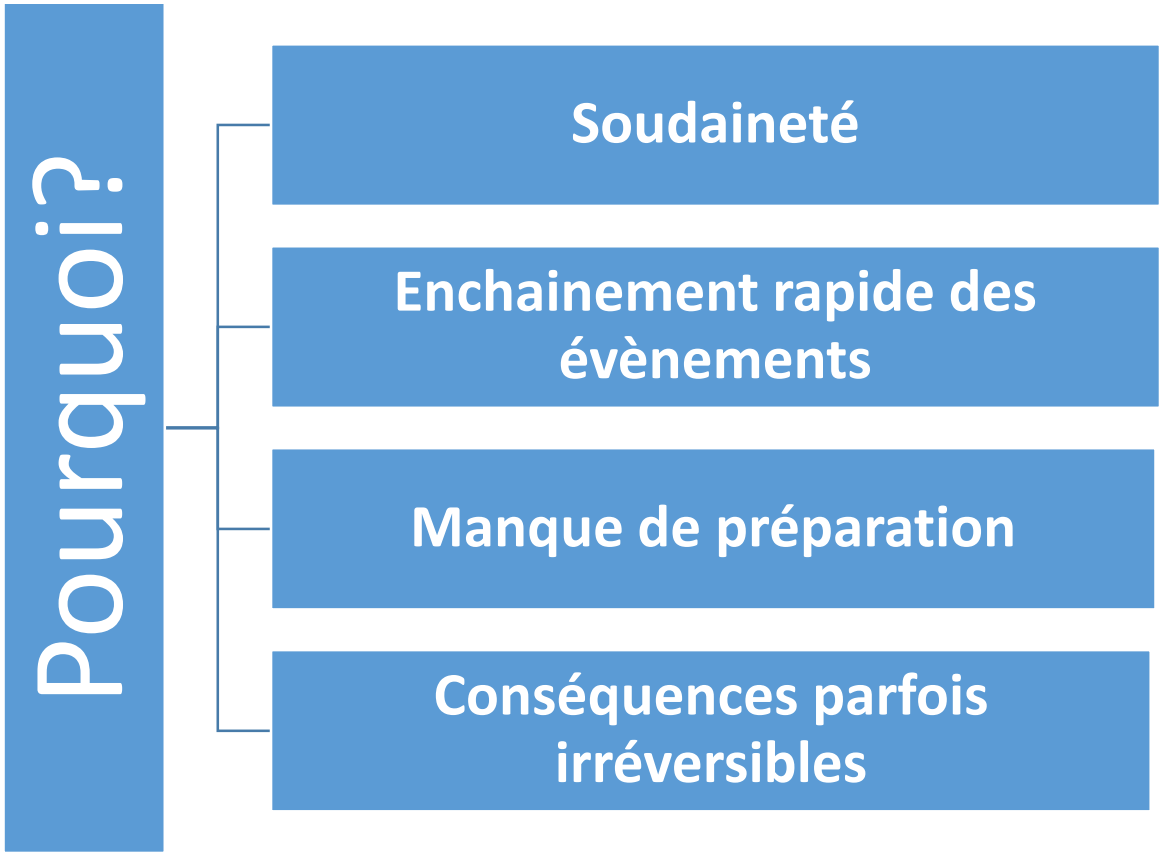
Fréquentation hôtelière



Demande touristique



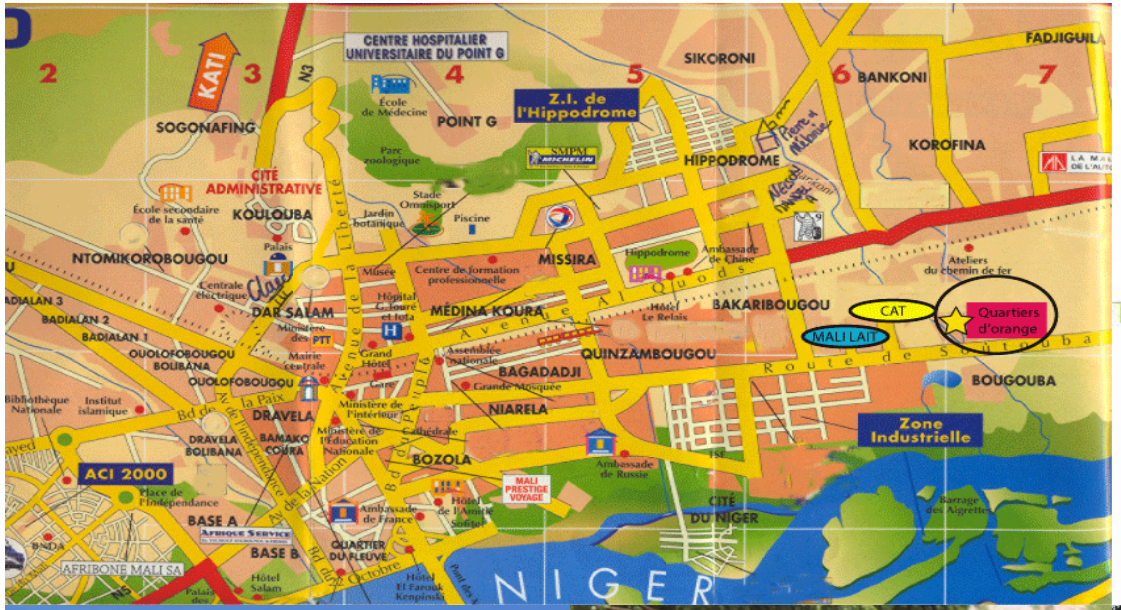
La gestion de risque et communication de crise au centre de la gestion des destinations touristiques :



Quelques avantages liés à une meilleure communication de crise,

- Meilleure gestion de la crise,
- Atténuation de l’impact de la crise,
- Raccourcir la période de récupération,
- Renforcer l’image de marque de la destination,
- Relancer les investissements,
- Renforcer la résilience des acteurs face à la crise,

« Gestion de risques et communication de crise », quel enjeu pour les destinations touristiques comme le Mali?».



2. Pendant la crise :

- Établissement d'une connexion immédiate,
- Mise en œuvre des actions clés,
- Adaptation du contenu préalablement crée

3.L'après crise :

- Développement d'une stratégie pour restaurer la confiance,
- Révision de la stratégie de communication de crise en suivant une approche axée sur l'apprentissage,
- Évaluation de l'impact de la stratégie de communication de crise,

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

1ère Table ronde : LA MATINALE

La Stratégie de communication touristique dans un pays en situation de crise sécuritaire

Les Témoignages

Sory Ibrahima GUINDO, Pdt Fédération nationale des Guides du Mali
Michèle BASDEVANT, Pdte « Les Amis de la Casamance »
Christian LAEMMEL, journaliste à France Télévisions

tourisme sans frontières

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

1ère Table ronde : LA MATINALE

La Stratégie de communication touristique dans un pays en situation de crise sécuritaire

Les Témoignages

Sory Ibrahima GUINDO,

Président de la Fédération Nationale des Guides du Mali

tourisme sans frontières

1ère Table ronde : LA MATINALE

La Stratégie de communication touristique dans un pays en situation de crise sécuritaire

Les Témoignages

Michèle BASDEVANT,

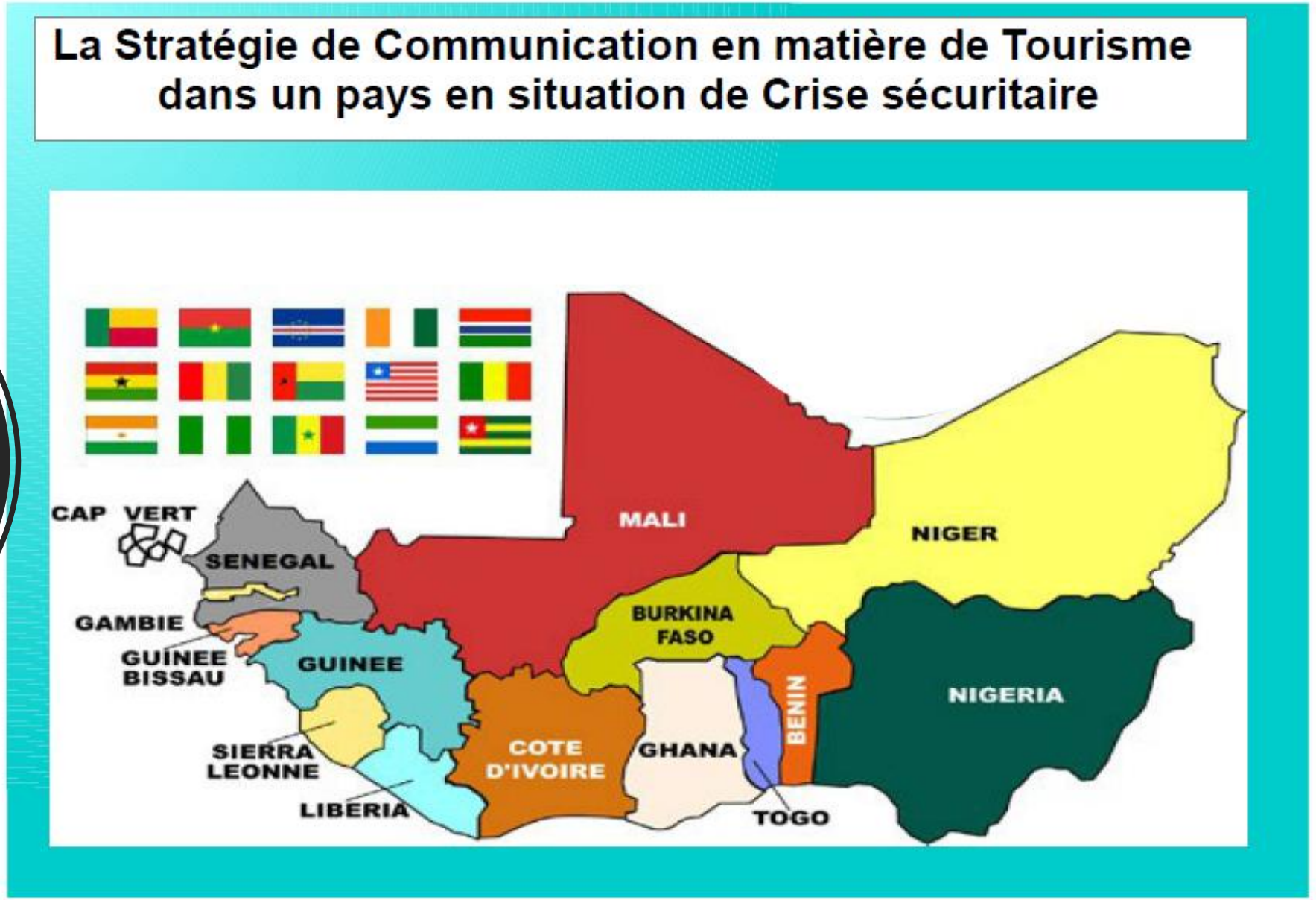
Présidente « Les Amis de la Casamance »

« La stratégie de communication en Casamance et le concept de communication touristique interagissent avec les différents publics par l'intermédiaire de signes émis par une destination en réduisant l'écart entre l'image « perçue » et l'image « voulue ».

Pour traduire le défi et réduire l'écart entre la situation présente et le but à atteindre, il existe plusieurs objectifs de communication pour développer la notoriété, renforcer l'image et influencer les comportements d'une destination touristique, et se positionner par rapport à ses concurrents."

tourisme sans frontières

Stratégie de communication touristique en situation de crise sécuritaire



La Stratégie de Communication en matière de Tourisme En Casamance

INTRODUCTION

STRATEGIE DE COMMUNICATION

1 - La communication de crise
    1.a) L'image vécue, l'image voulue, l'image perçue
2 - Plan de communication
    2.a) Media – Hors media

La Stratégie de Communication en matière de Tourisme En Casamance

STRATEGIE DE COMMUNICATION

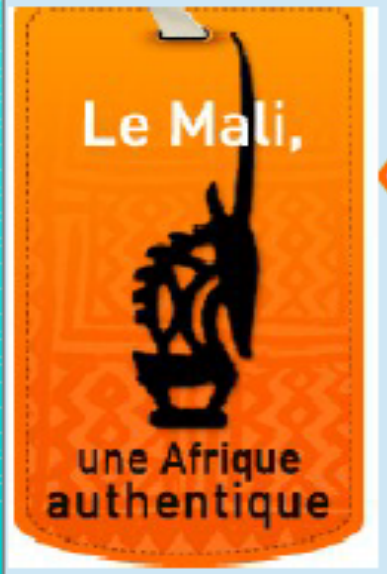
3 – SWOT – Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces

Slogan du Mali
« Le Mali, une Afrique Authentique ! »

La Stratégie de Communication en matière de Tourisme En Casamance

STRATEGIE DE COMMUNICATION

3 – SWOT – Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces



Slogan du Mali
« Le Mali, une Afrique Authentique ! »

La Casamance

La Stratégie de Communication en Casamance : l'Office du Tourisme

CONCLUSION
MERCI DE VOTRE ATTENTION

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

1ère Table ronde : LA MATINALE

La Stratégie de communication touristique dans un pays en situation de crise sécuritaire

Les Témoignages

Christian LAEMMEL,
journaliste à France Télévisions

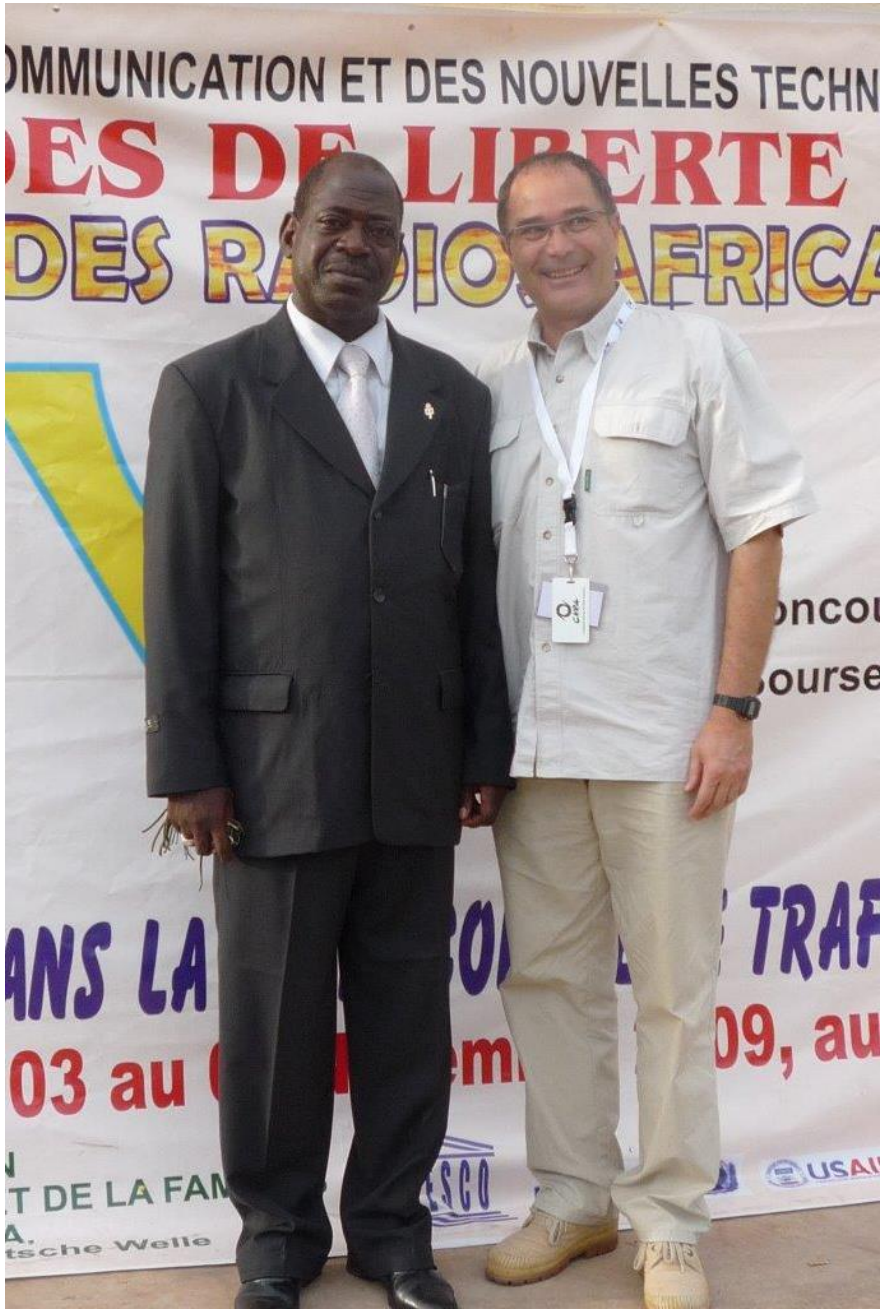
tourisme sans frontières

MALI
MAURITANIE
Niger
SÉNÉGAL
BAMAKO
BURKINA
FASO
GUINÉE
CÔTE D'IVOIRE

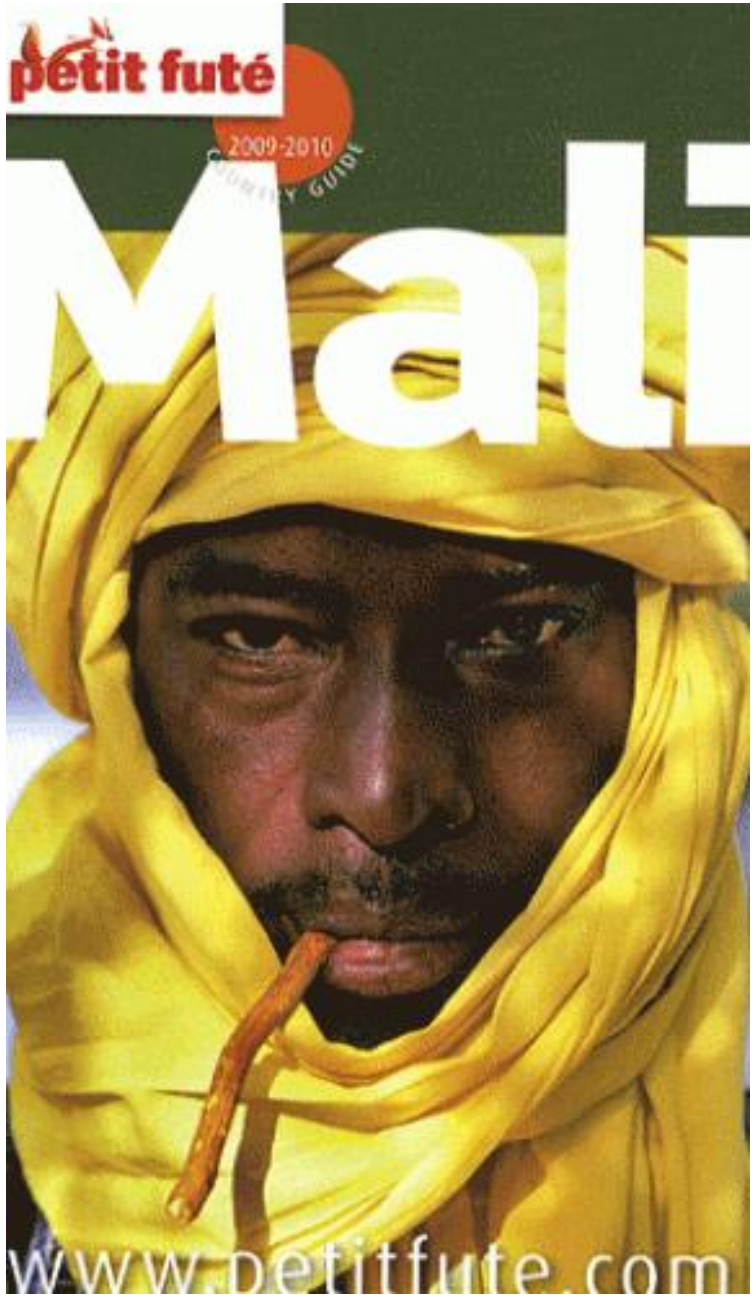
FADI'S TRAVEL SARL
AGENCE DE VOYAGE ET DE TOURISME
- BILLETERIE
- TOURISME
- COLONIE DE VACANCES
- ASSISTANCE AERIEN
- FRET AERIEN
- PELERINAGE
- UMRA
- LOCATION
- EVENEMENT
Camping
FADI'S
TRAVEL SARL
FADI'S TRAVEL SARL
AGENCE DE VOYAGE ET DE TOURISME
- BILLETERIE - FRET AERIEN - PELERINAGE
- TOURISME - UMRA -LOCATION DE VOITURE
- COLONIE DE VACANCES - EVENEMENTIEL
- ASSISTANCE AEROPORTUAIRE

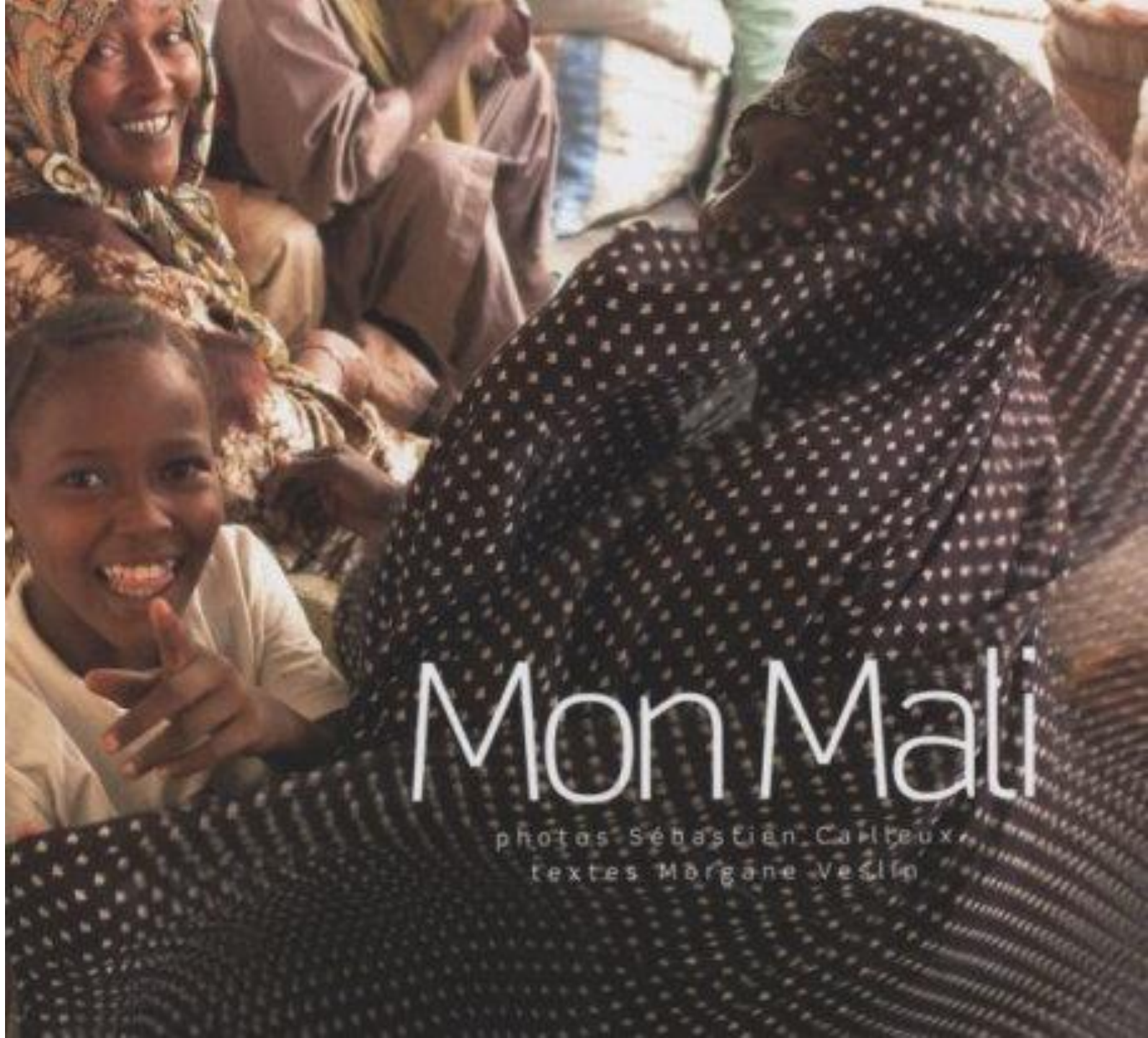
Point Afrique

Le redémarrage du tourisme mauritanien



Les radios et médias


petit futé
2009-2010
Mali
www.petitfute.com


Mon Mali
photos Sébastien Cailleux
textes Morgane Vesin

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

2ème Table ronde de LA MATINALE

Comment et pourquoi développer le tourisme domestique et interafricain ?

Ouverture par Moussa DIALLO, ex-conseiller technique au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme

Témoignages :

Gustave DIASSO, Pdt de la commission tourisme de l'UEMOA
Gueguen Alice DAKOUO, Directrice du Festival de Kayes-Médine-Tamba

tourisme sans frontières

Petite introduction à la table ronde

Le tourisme interne en Afrique, une évolution en cours…

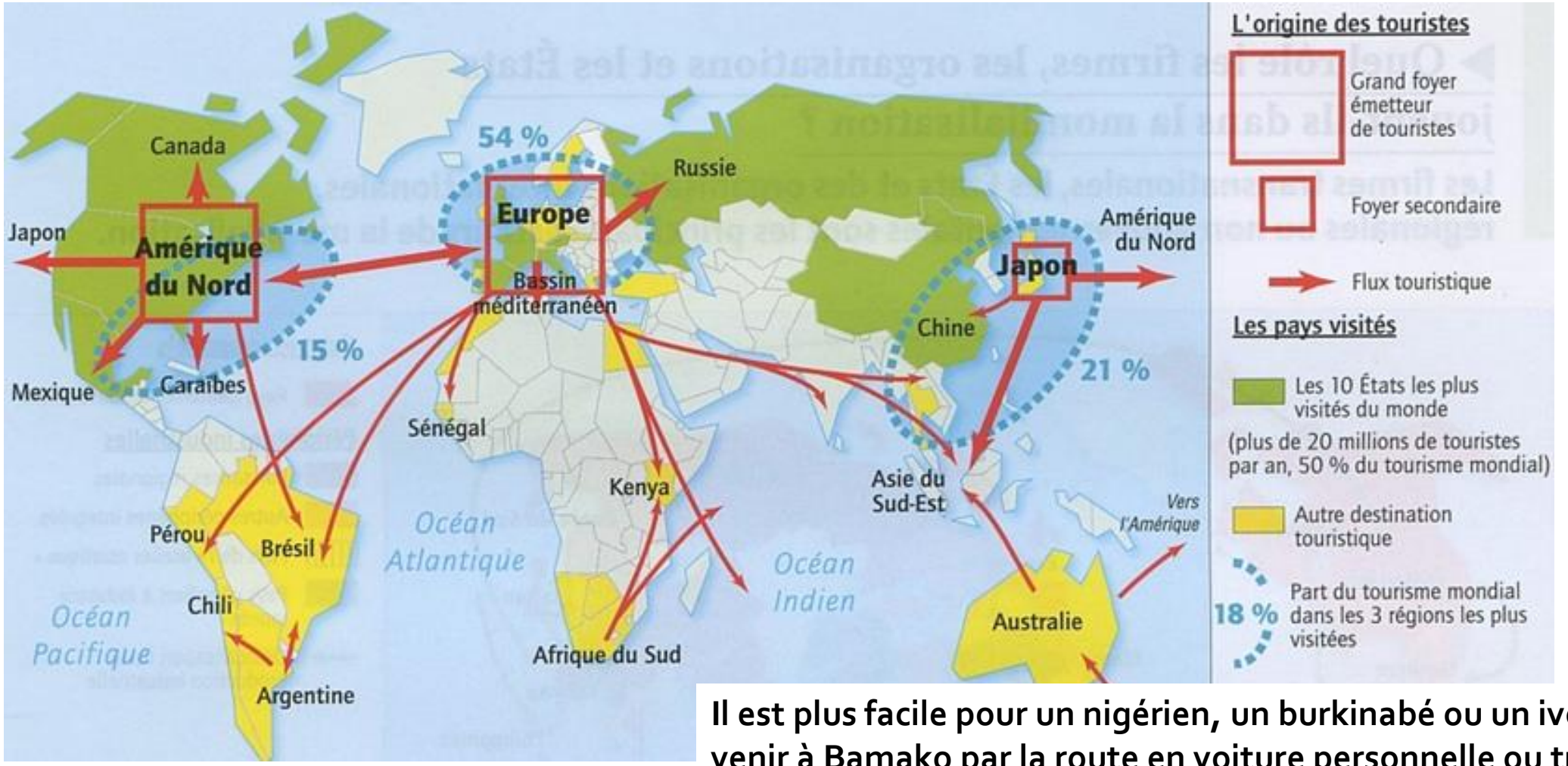
A ce jour, le tourisme interne, qui connaît un certain niveau de croissance dans plusieurs pays africains s'adresse surtout aux familles et aux jeunes **dont les principales motivations de voyage sont liées à la visite de parents et d'amis, à des fêtes et, dans une moindre mesure, à des événements sportifs ou à des voyages scolaires**.

Vu le cout souvent prohibitif des vols aériens inter-africains, le principal moyen de déplacement actuel reste la route.

Le tourisme interne et interafricain, de découverte patrimoniale, culturelle, de nature, ou de loisirs reste à développer…

Les flux touristiques dans le monde en 2014 qui démontre une faiblesse des flux interafricains

seul pays émetteur : l'Afrique du Sud vers le Kenya…



Il est plus facile pour un nigérien, un burkinabé ou un ivoirien, de venir à Bamako par la route en voiture personnelle ou transport en commun que de prendre l'avion avec un billet qui coûtera plus cher que le coût total de la durée de son séjour au Mali.

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

2ème Table ronde de LA MATINALE

Comment et pourquoi développer un tourisme domestique et interafricain ?

Moussa DIALLO

ex-conseiller technique au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme

tourisme sans frontières

LA NOTION DE TOURISME DOMESTIQUE

Y-a- t- il une différence entre tourisme domestique, tourisme national, tourisme intérieur et tourisme interne ?

- **Le tourisme intérieur** concerne la visite des **résidents et des non résidents d'un pays dans le pays (interne + récepteur).**
- « Le **tourisme interne,** représente les **activités d'un visiteur résident à l'intérieur du pays de référence, accomplies dans le cadre d'un voyage de tourisme soit interne, soit émetteur** »

- **« Le tourisme interne** est réalisé par les **résidents d'un pays qui visitent leur propre pays. »**
- **Le tourisme émetteur concerne la visite des résidents d'un pays dans un autre pays.**
- **Le tourisme récepteur se réfère aux visites des non résidents dans le pays.**

LA NOTION DE TOURISME DOMESTIQUE

- « Le tourisme national regroupe le tourisme interne et le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents à l'intérieur et en dehors du pays de référence, accomplies dans le cadre de voyages de tourisme soit interne, soit émetteur. »
- **Le tourisme national est la visite des résidents dans le pays et en dehors du pays (interne + émetteur).**

- « Quant au vocable tourisme domestique, il répond de la demande et de la consommation touristique des résidents d'un pays dans les limites géographiques de ce pays ».
- **il est préféré à celui du tourisme interne intérieur interne ou national**

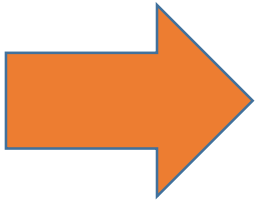
LE TOURISME **DOMESTIQUE,**

POURQUOI ?

et POURQUOI **MAINTENANT** ?

I – Statistiques d'évolution du tourisme jusqu'en 2011 et au delà

- **Au cours de la première décennie du 21ème siècle le Mali était parmi les pays sahéliens où la croissance du flux touristique a été remarquable.**
- **Ainsi suivant les statistiques recueillies de la Direction Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie (DNTH):**



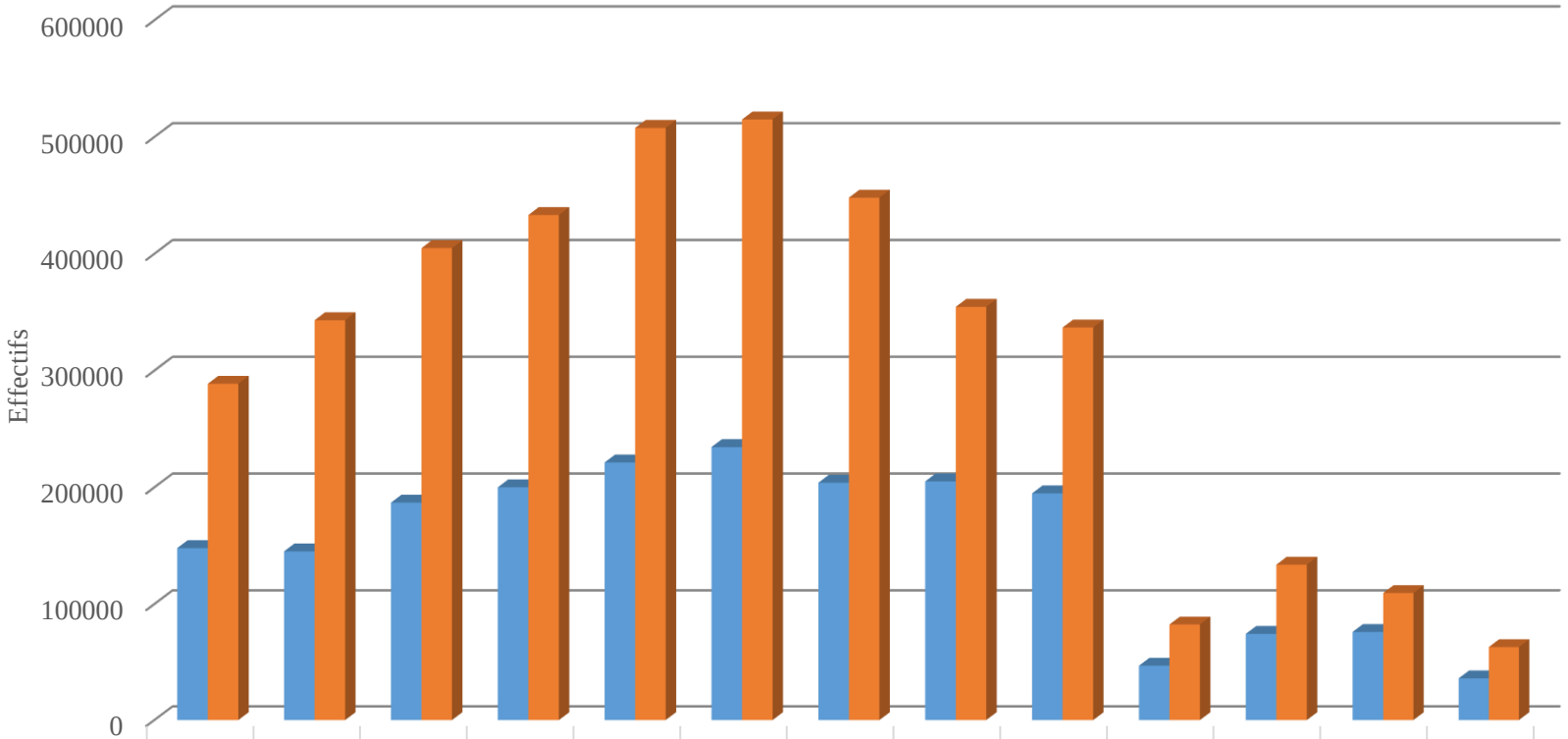
- ✓ ***le nombre des arrivées des touristes qui était de 92 000 en 2000 est passé***
- ✓ ***à 186 918 en 2005***
- ✓ ***et à 205 124 en 2010***

les recettes touristiques au Mali sont passées de 72, 478 milliards de FCA (110 484 756 Euros) en 2002

- ✓ ***à 80 milliards de FCA (121 951 219 Euros) en 2005***
- ✓ ***et à 101,349 milliards de FCFA (154 495 427 Euros) en 2010.***

Graphique N° 1 : Diminution drastique des arrivées et des nuitées dans les hôtels à partir de 2012

(Source Données OMATHO, DNTH – Traitement Tessougué et Diallo 2017)



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Arrivées	147958	145188	186918	200003	221328	234490	204006	205124	194868	46859	74315	75986	35920
Nuitées	288711	343114	404874	433215	507810	515050	448093	354606	336876	82399	133813	109500	62904

Tableau N° 1 : Forte Baisse des recettes touristiques de 2012 à 2014

Années	Recettes en FCFA	TAA en %
2002	72 478 000 000	2,56
2003	74 331 000 000	2,97
2004	76 540 000 000	4,52
2005	80 000 000 000	13,75
2006	91 000 000 000	20,88
2007	110 000 000 000	5,00
2008	115 500 000 000	-10,00

2009	103 950 000 000	-2,50
2010	101 340 000 000	-1,33
2011	100 000 000 000	-28
2012	72 000 000 000	-47,28
2013	37 951 246 500	31,77
2014	50 010 000 000	166,46
2015	133 260 000 000	

Sources : Données OMATHO, DNTH. Traitement Tessougué & Diallo 2017.

Tableau N° 2: Amenuisement des recettes des guides touristiques à partir de 2012 dans les régions de Mopti, Tombouctou et Gao

Source : Données recueillies lors des enquêtes en décembre 2016 – janvier 2017 – Sahel Consult

Année	Région de Mopti			Région de Tombouctou			Région de Gao		
	Maximum FCFA	Minimum FCFA	Moyenne FCFA	Maximum FCFA	Minimum FCFA	Moyenne FCFA	Maximum FCFA	Minimum FCFA	Moyenne FCFA
2009	6 500 000	2 000 000	4 250 000	7 000 000	2 500 000	4750 000	5 500000	1 500 000	3 500000
2010	6 000 000	3 000 000	500 000	6 500 000	2 000 000	4250 000	5 000000	1 000 000	3 000000
2011	5 500 000	1 500 000	3 500 000	3 500 000	1 500 000	2500 000	3 000000	11000000	2 000000

Tableau N° 2: Amenuisement des recettes des guides touristiques à partir de 2012 dans les régions de Mopti, Tombouctou et Gao

	Max FCFA	Min FCFA	Moy FCFA	Max FCFA	Min FCFA	Moy FCFA	Max FCFA	Min FCFA	Moy FCFA
2012	500 000	250 000	375 000	0	0	0	250 000	100 000	175 000
2013	150 000	75 000	112 000	0	0	0	0	0	0
2014	100 000	50 000	75 000	0	0	0	0	0	0
2015	100 000	50 000	75 000	0	0	0	0	0	0

Tableau n°3 :

Ralentissement record des investissements touristiques en 2014

Années	Montants (en Millions FCFA)	Taux Accroissement Annuel
2003	193 083	
2004	246 874	21,78%
2005	921 918	73,22%
2006	1 654 500	44,27%
2007	423 517	-290,65%
2008	7 700	-5400,22%
2009	911 441	99,15%
2010	1 016 318	10,31%

Années	Montants (en Millions FCFA)	Taux Accroissement Annuel
2009	911 441	99,15%
2010	1 016 318	10,31%
2011	1 237 619	17,88%
2012	526 043	-135,26%
2013	765 864	31,31%
2014	4,65	-16,37%
2015	48,07	90,32%

Graphique n°2 : Pourcentages d'hôtels fermés et d'employés hôteliers mis en chômage ou licenciés par région du Mali en 2012

©tessougue & keita, 2016 –

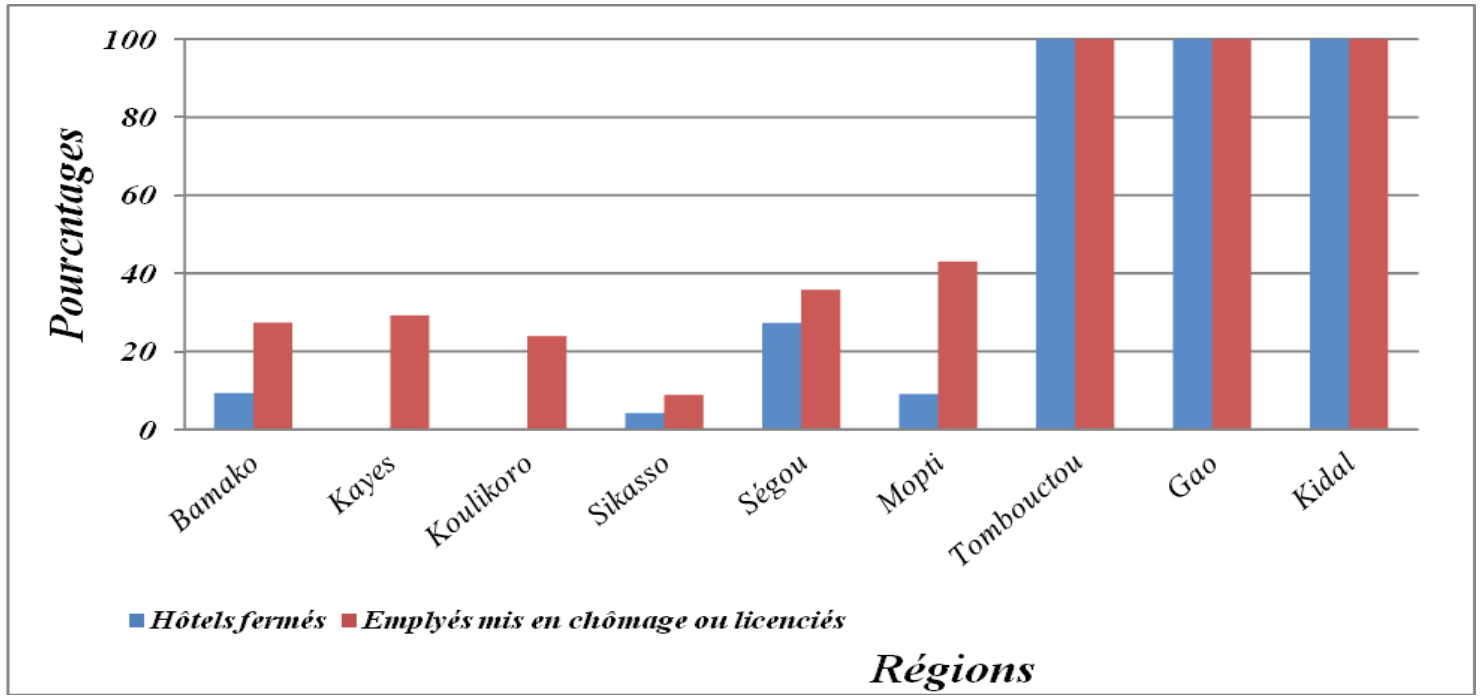


Tableau N° 4: Evolution du Climat des Affaires dans le domaine du tourisme avant et après 2012.

Source : Sahel Consult International – Traitement auteurs ©tessougue & diallo, 2017

Environnement des Affaires en Pourcentage		
Appréciations	**Avant 2012**	**Après 2012**
Excellent	**95**	**0**
Bon	**5**	**5**
Passable	**0**	**15**
Mauvais	**0**	**80**
Total	**100**	**100**

Tableau N° 5 : Evolution du Climat des Affaires des hôtels de 2009 à 2015

Source : Sahel Consult International – Traitement auteurs ©tessougue & diallo, 2017

Année	Chiffres d'Affaires en millions de FCFA		
	Mopti	Tombouctou	Gao
2009	35	40	30
2010	30	35	25
2011	28,5	25	20
2012	20	15	10
2013	10	8	3
2014	7	5	0
2015	10	8	0

Graphique N° 5: Evolution du Climat des Affaires des hôtels de 2009 à 2015

Source : Sahel Consult International –Traitement auteurs ©tessougue & diallo, 2017

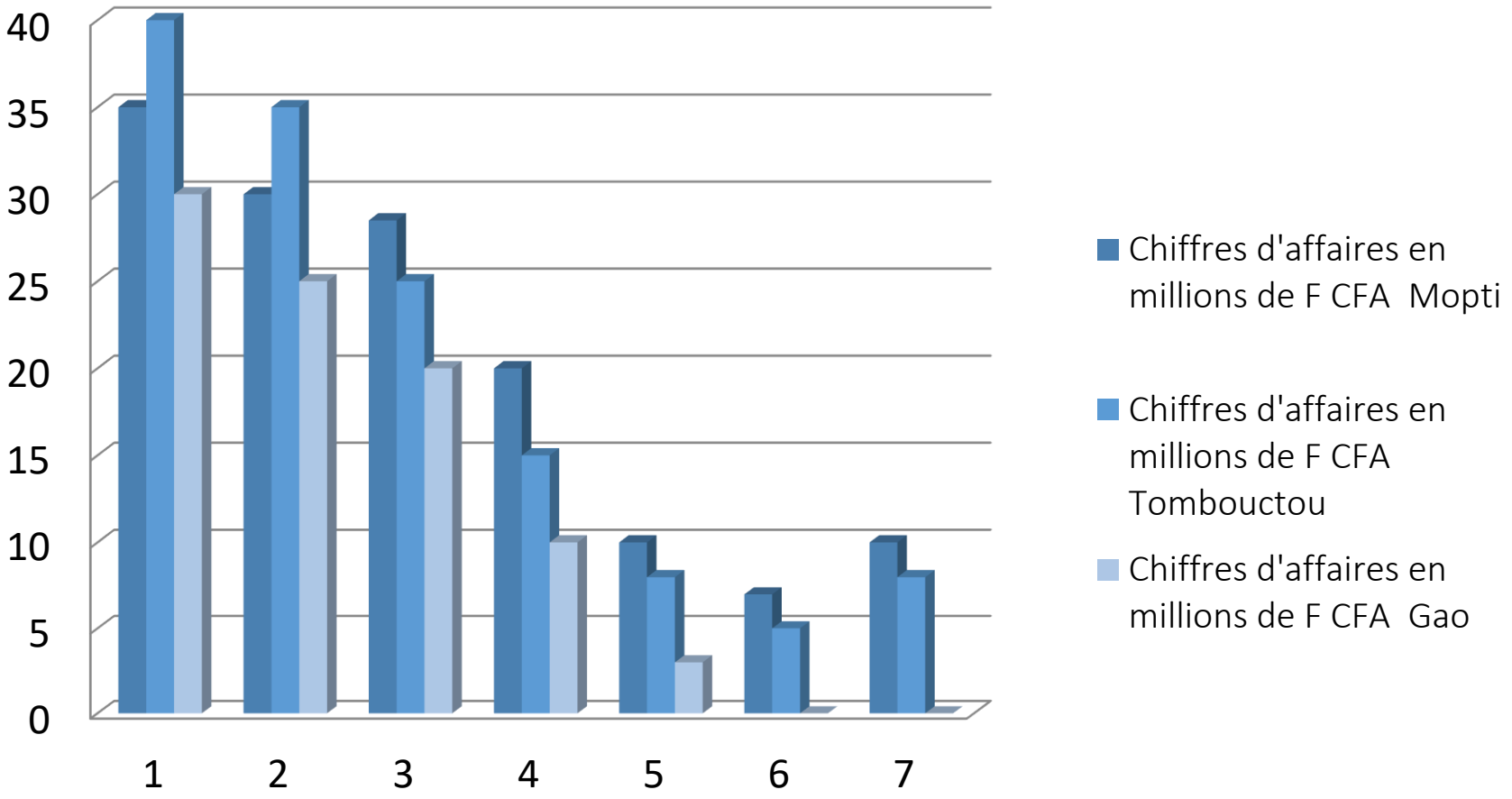


Tableau N° 7 : Situation des Guides touristiques ; Région de Mopti, Source : Sahel Consult International – Traitement auteurs ©tessougue & diallo, 2017

Année	Région de Mopti		
	Maximum FCFA	Minimum FCFA	Moyenne FCFA
2009	6 500 000	2 000 000	4 250 000
2010	6 000 000	3 000 000	4 500 000
2011	5 500 000	1 500 000	3 500 000
2012	500 000	250 000	375 000
2013	150 000	75 000	112 500
2014	100 000	50 000	75 000
2015	100 000	50 000	75 000

Tableau N° 8 : Situation des Guides touristiques ; Région de Tombouctou, **Source :** Sahel Consult International –Traitement auteurs ©tessougue & diallo, 2017

Année	Région de Tombouctou		
	Maximum FCFA	Minimum FCFA	Moyenne FCFA
2009	7 000 000	2 000 000	4 750 000
2010	6 500 000	2 000 000	4 250 000
2011	3 500 000	1 500 000	2 500 000
2012	0	0	0
2013	0	0	0
2014	0	0	0
2015	0	0	0

Tableau N° 9 : Situation des Pinassiers et autres Piroguiers ; Commune de Mopti, Sahel Consult International –Traitement auteurs ©tessougue & diallo, 2017

Recettes moyennes des pinasses et des pirogues dans la commune de Mopti en FCFA			
Désignation	**Avant 2012**	**Après 2012**	**Remarques / Observations**
Recettes annuelles pinasses / Tourisme de plaisance	**10 000 000**	**2 000 000**	**La pinasse est une pirogue aménagée avec deux ou trois moteurs pour la pinasse aménagée qui fait des longs trajets et juste deux moteurs pour la pinasse simple qui fait des petits parcours. La pirogue simple à pagaie ou à perche fait des déplacements courts au niveau de Mopti**
Recettes annuelles pinasse- simple	**3 000 000**	**1 000 000**	
Recettes annuelles			
Pirogue simple sans moteur	**1 500 000**	**150 000**	

II – La Crise Politico – sécuritaires et ses impacts sur le secteur du tourisme

Au fur et à mesure que la zone sahélienne affiche un déséquilibre géopolitique du fait de l'enracinement des groupes islamiques radicaux la destination touristique Mali accuse une désaffection sans précédent.

Les opérateurs touristiques maliens font face alors à une grave crise.

Les chancelleries occidentales notamment la France mettent la grande partie du Mali en zone rouge où les déplacements des occidentaux sont fortement déconseillés

- **Graphiques N° 1 : Evolutions successives des zones d'interdiction par les Chancelleries Occidentales.**

2008 - 2009

2010

2011-2012

2013-2014

III – Les Impacts de la Crise Politico – sécuritaire sur le secteur du tourisme

- **Tableau 10 : Effets impacts négatifs de la crise de 2011-2012 sur le secteur du tourisme**

Effets impacts négatifs de la crise de 2011-2012 sur le secteur du tourisme	Observations / Remarques
- Occupation et isolement des zones touristiques ;	- Pauvreté et paupérisation généralisée de la population des régions centre et nord du Mali
- Imposition de la charia avec amputations de membres, viols des femmes, destruction de mausolées et autres monuments historiques ;	- Région de Mopti et ces villes devenues une zone d'accueil, de transit et d'installation des populations de Tombouctou, Gao et Kidal ;

- Destruction de structures socio-sanitaires, socio-éducatives, socioculturelles, pillage des infrastructures administratives, interdiction de toutes formes d'expression et d'activités de socialisation etc. en somme arrêt du processus de développement des régions directement occupées et par ricochet, des zones nord de la région de Mopti ;	- Fuite des acteurs des circuits touristiques vers les villes du sud, l'exode et la migration vers l'Europe ;

- Fermeture avec souvent, occupation illégale et destruction d'infrastructures touristiques et d'artisanat (hôtels, espaces culturels et de loisirs, centres artisanaux et espaces commerciaux divers) ;	- Reconversion de certains guides, pinassiers et cuisiniers dans le Djihadisme, le banditisme résiduel et le narcotrafic ;
- Licenciement et/ou mise en chômage technique d'une catégorie du personnel ;	

- Délocalisation des activités vers les zones centre, sud et ouest du pays, mais aussi dans d'autres pays de la sous région ;	
- Exode massif des populations vers les pays limitrophes et dans le reste du pays (refugies et déplaces divers) au détriment des couches les plus vulnérables (femmes enfants et vieilles personnes) ;	

- Difficultés d'approvisionnement en matières premières de l'artisanat utilitaire et de service depuis déjà les crises ivoiriennes et guinéennes ;	

D’où la nécessité de développer le tourisme domestique dans l’optique de :

- Lutter contre la désaffection de la destination Mali, résultat d’une politique un peu trop centrée sur l’international ;
- Lutter contre le caractère saisonnier du tourisme national ;
- Asseoir les bases d’une activité touristique durable.

IV – LES ENJEUX DU DEVELOPPEMENT DU TOURISME DOMESTIQUE AU MALI

1. Les enjeux économiques :

Il s'agira de la contribution du tourisme domestique à l'atténuer les conséquences de la crise sur les operateurs et entreprises touristiques ; en la réduction de la saisonnalité du tourisme national ; la relance de l'économie locale ainsi que la croissance du Produit Intérieur Brut.

2. Les enjeux politiques :

- **l'implication des nationaux dans la préservation et le rayonnement de leurs sites historiques et culturels; motif de fierté et un enjeu majeur de réunification du territoire;**
- **La révision et une amélioration des programmes d'enseignement notamment dans les domaines de l'histoire, de la géographie et des sciences sociales.**
- **Un valorisation des attraits touristiques; des campagnes de promotion ciblées; une bonne politique de communication**

3. Enjeux environnementaux :

Ils concernent une valorisation des ressources naturelles; la préservation de l'environnent naturel; la régénération des sites et en une prise de conscience des visiteurs quant à l'importance des sites et à leur préservation.

4. Enjeux sociaux :

- développement du tourisme social. La subvention des voyages touristiques de jeunes scolaires à l'intérieur du Mali est un moyen d'épanouissement, d'émulation et de récompense de certains élèves.
- Favoriser l'excellence dans le domaine scolaire et permettre aux jeunes de découvrir leur pays.

5. Les enjeux du développement durable :

- La préservation des ressources et la maximisation des retombées au profit des communautés locales;
- pérennisation de l'activité touristique à long terme;
- Assurer le relais du tourisme international et parer à la saisonnalité et à la désaffection des sites.

VI – LES PARTENAIRES DE MISE EN ŒUVRE DES POLITIQUES, STRATEGIES ET PROGRAMMES DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME AU MALI

6.1. Les partenaires directs:

Professionnels du secteur du tourisme (employeurs et employés) vivant directement et à plein temps de l'activité touristique; organisés en associations socioprofessionnelles, en coopératives, en groupements et/ou en syndicats en vue de certains avantages.

- **Institutionnels, notamment les structures techniques de certains départements ministériels. Il s'agit essentiellement des départements chargés de :**

- L'environnement notamment à travers la Direction Nationale des Eaux et Forêts (E&F) et de la Direction Nationale du Contrôle des Pollutions et des Nuisances (DNACPN) ;

- **La santé à travers la Direction Nationale et le Laboratoire National de la santé ;**

6.1. Les partenaires directs:

- **La sécurité notamment à travers les commissariats de police et la Direction de la protection civile et la gendarmerie pour ce qui concerne les formations en secourisme, sûreté et sécurité ;**
- **L'éducation nationale et l'enseignement supérieur et la recherche scientifique ;**
- **Les centres de formations techniques et professionnelles ;**
- **Les Transports, terrestres, fluviaux, ferroviaires et aériens ;**
- **La culture, notamment à travers la Direction Nationale du Patrimoine, le musée, les missions culturelles ainsi que le centre Balla Fasséké pour ce qui est de la formation ;**
- **L'Administration Territoriale à travers notamment les Conseils Régionaux dans le cadre de la décentralisation entre autres.**

6.2. Les partenariats indirects:

- **organisations et/ou de structures usant d'emplois indirects grâce au secteur du tourisme (domaine de l'approvisionnement en produits et denrées de première nécessité ainsi que d'outils et d'équipements);**

- **On notera aussi des emplois créés dans les domaines de l'agriculture, de la pêche, de la pisciculture, de l'embouche, du commerce et de l'industrie entre autres. Il s'agit également des banques, des assurances ainsi que de certaines ONGs du domaine social.**

6.3. Partenaires Techniques et Financiers :

- **l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT),**
- **la Banque Mondiale (BM),**
- **le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE),**
- **l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO),**
- **le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD),**
- **la CNUCED (Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement), des ONGs internationales dont la SNV, la GIZ et STEP (Sustainable Tourism Elimating Powerty).**

6.4. les partenaires diplomatiques

- **les Ambassades, les Consulats et Chancelleries de pays amis pour une promotion de la destination dans les conditions idoines d'entrée et de séjours en dehors du Mali.**

VII – RÔLES ET MISSIONS DES PARTENAIRES POUR UN DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME DOMESTIQUE AU MALI (Recommandations)

7.1. l' Etat :

La présence de l'Etat et de son autorité est une condition nécessaire pour le retour de la sécurité.

Au Mali, le tourisme est un support du développement économique et social. Pas de cohésion sociale et de bon voisinage positif (mouvement, brassage et partage entre les communautés et les groupes divers) sans la paix et la sécurité.

- **Initier les voies et moyens aux fins d'assurer la sécurité des personnes et de leurs biens et de garantir leur liberté de déplacement;**
- **Elaborer une politique et une stratégie de développement du tourisme en général en prenant en compte celui domestique et son plan d'actions;**
- **Promouvoir une politique de mise en congé et de vulgarisation/communication des voyages domestiques du Président et des membres du gouvernement ainsi que des leaders à tous les niveaux;**

7.1. l' Etat :

- **Promouvoir une politique de mise en congé et de vulgarisation/communication des voyages domestiques du Président et des membres du gouvernement ainsi que des leaders à tous les niveaux;**
- **Accompagner la politique des congés payés par des initiatives de compensation et/ou de subvention de certaines activités ;**
- **Initier une semaine de découverte du pays profond et suivant des thématiques variées en faveur des élèves et étudiants (de l'intérieur et de l'extérieur) ayant fait preuve d'excellence durant l'année de référence ;**
- **Organiser annuellement des journées nationales de promotion du tourisme scolaires et universitaire ;**

7.2. Niveau Ministère.

- Suivre et contribuer à une accélération du processus de mise en œuvre de l'accord de paix et de réconciliation nationale ;
- Faire des plaidoyers et procéder à des informations et à des sensibilisations pour la levée des interdictions de voyages sur le Mali ;
- Veiller à la conception au financement mais surtout, à la mise en œuvre de projets de réinsertion et de reconversion au profit des opérateurs et autres intervenants du secteur du tourisme ;
- Elaborer des programmes et plans d'actions budgétisés pour la protection et de la sécurisation des sites monuments et circuits et/ou zones touristiques ;
- Elaborer et mettre en œuvre les procédures, conditions et principes d'application et de suivi des facilitations touristiques au profit du secteur, toutes choses de nature à influer sur le coût des circuits domestiques;
- Mettre en place d'une structure nationale de protection et de sécurisation de l'activité touristique à l'image des éco gardes (développement de l'écotourisme) et/ ou de la police touristique ;
- Veiller à L'application stricte des directives, réglementations et autres dispositifs communautaires en matière de tourisme et d'hôtellerie (UEMOA, CEDEAO) ;
- Procéder à une large vulgarisation des textes et dispositions communautaires (PRDTOUR) et autres textes y relatifs ;

- **Promouvoir au niveau communautaire, le tourisme transfrontalier;**
- **Concevoir des programmes de formation adaptés aux réalités historiques, géographiques, culturelles, artistiques et artisanales du Mali;**
- **Lutte contre la concurrence déloyale notamment au niveau de certaines sociétés et entreprises d'Etat;**
- **Poursuivre la reconduite efficiente du principe de moratoire au bénéfice des opérateurs et auprès des sociétés et entreprises d'Etat (INPS, SOMAPEP, SOMAGEP entre autres) pour une meilleure gestion de la politique domestique du tourisme.**

7.3. Niveau Direction Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie

- **Procéder à une_relecture des textes législatifs et réglementaires existant pour une prise en compte efficiente du tourisme domestique ;**
- **Organiser un séminaire atelier de réflexion et de définition des conditions de mise en œuvre de la politique nationale de développement du tourisme interne ou national ;**
- **Organiser des séminaires et des ateliers régionaux pour des analyses approfondies de réorientation de la politique touristique du Mali en prenant en compte le tourisme interne et domestique;**
- **Développer le tourisme industriel ;**

7.3. Niveau Direction Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie

- **Mettre en œuvre les directives communautaires de l'UEMOA en matière de TVA ;**
- **Revoir et renforcer les programmes d'Eductours au profit des professionnels pour une maitrise des circuits à caractère domestique notamment au plan historique, culturel et artistique ;**
- **Initier l'élaboration de schémas et de plans d'actions de développement d'un tourisme intégré ;**
- **Inventorier et mieux caractériser les sites, monuments et autres réalités culturelles ;**
- **Sensibiliser, informer et impliquer les populations aux réalités du tourisme domestique ;**
- **Promouvoir et intensifier la création de syndicats d'initiatives à la base ;**

7.4. Niveau APTM.

- **Elaborer une stratégie de communication et son plan d'actions dans le cadre de la promotion du tourisme domestique ;**
- **Elaborer une stratégie de commercialisation (marketing) assortie d'un plan marketing du tourisme domestique ;**
- **Développer des programmes de résilience et de développement du tourisme national;**
- **Maintenir et renforcer le lancement (tournant) de la saison touristique ; la célébration J.M.T; la participation et les appuis (techniques, matériels ou financiers) aux initiatives privées d'organisation de festivals et autres évènementiels de niveau national, régional ou local ;**

7.4. Niveau APTM.

- **Elaborer des programmes de résilience et d'adaptation aux crises en faveur des opérateurs privés et autres promoteurs touristiques.**
- **Promouvoir le tourisme religieux (zihara pèlerinage chrétien etc.) en prenant en compte les aspects ébergement, transport, sécurité, restauration, santé / salubrité etc ;**
- **Créer l'imaginaire touristique facteur de curiosité ;**
- **Elaborer en accord avec les partenaires concernés, un programme de réhabilitation et de promotion des pistes, circuits, sites et monuments touristiques plus plan d'action et budget ;**
- **Evaluer les conditions de création de sites d'intérêt écologique et de loisirs à l'image du parc zoologique et botanique au niveau déconcentré et décentralisé ;**
- **Contribuer réhabilitation / restauration des sites et monuments touristiques ;**

7.5. Niveau Opérateurs Privés.

- Proposer des tarifs préférentiels de promotion du tourisme domestique ;
- Identifier et proposer des circuits adaptés aux besoins et à la bourse de la clientèle domestique ;
- Contribuer à la réhabilitation / restauration des sites et monuments touristiques ;
- Contribuer à la lutte contre la concurrence déloyale;

7.6. Niveau Ministère de l'éducation .

- Créer un fonds d'appui à la mobilité touristique des nationaux notamment des scolaires et universitaires ;
- Former le personnel d'encadrement aux différents modules d'exploitation de circuits touristiques adaptés à la vision domestique du tourisme;
- Promouvoir le sponsoring des programmes pédagogiques de visites de terrain alliant théorie et pratique ;
- Elaborer avec les partenaires au développement des modules de formation appropriés et adaptés aux exigences du secteur du tourisme en général et celui domestique en particulier (modules ciblés par localité et liés aux réalités historiques, géographiques, culturelles et écologiques notamment) ;
- Appuyer techniquement et financièrement les programmes de sorties pédagogiques ;

VIII - QUELQUES EXEMPLES DE PROGRAMMES DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME DOMESTIQUE ET INTER-REGIONAL :

8.1. Programme National du Tourisme Scolaire et Universitaire

Objectifs spécifiques :

- **Amener les élèves et étudiants à apprécier leur pays, à cultiver entre eux le respect et le respect des patrimoines matériels et immatériels ;**
- **Etablir des liens et des réseaux de jeunes qui provoquent l'unité nationale dans la diversité sociale ;**
- **Montrer l'intérêt économique de la promotion du tourisme domestique (interne) ;**
- **Améliorer la connaissance pratique et la compréhension des élèves et étudiants de leur pays ;**
- **Créer à long terme, des possibilités d'emplois pour les jeunes par le biais du tourisme interne.**

L’esprit du programme est de développer et d’assoir durablement les bases pour le développement du tourisme interne.

8.2. Projet de Développement Durable du Tourisme dans un Réseau de Parcs Transfrontaliers et Aires Protégées en Afrique de l'Ouest

8.2.1. GENESE :

- **Un programme initié lors de la 4ème Conférence Islamique des Ministres du Tourisme ainsi que la seizième session de l'Assemblée générale de l'OMT, tenues respectivement en mars et décembre 2005, à Dakar au Sénégal.**

- **Il bénéficie de l'assistance technique de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), de l'Organisation de la Conférence Islamique (OCI), de l'appui financier de l'Agence de Coopération sud-coréenne KOICA et la Fondation ST-EP.**

8.2.2. OBJECTIFS :

- **Réduire la pauvreté des communautés locales au moyen d'une augmentation des revenus, d'un accroissement du nombre d'emplois et de la promotion d'activités génératrices de revenus;**
- **Assurer la conservation de la diversité biologique au niveau sous régional;**
- **Créer un réseau de parcs nationaux et régionaux d'aires protégées transfrontalières;**
- **Professionnaliser les acteurs du secteur touristique de la sous-région;**
- **Promouvoir le tourisme durable et l'écotourisme;**
- **Appuyer le processus d'intégration économique sous régionale sur la base**
- **d'une gestion rationnelle des aires protégées transfrontalières.**

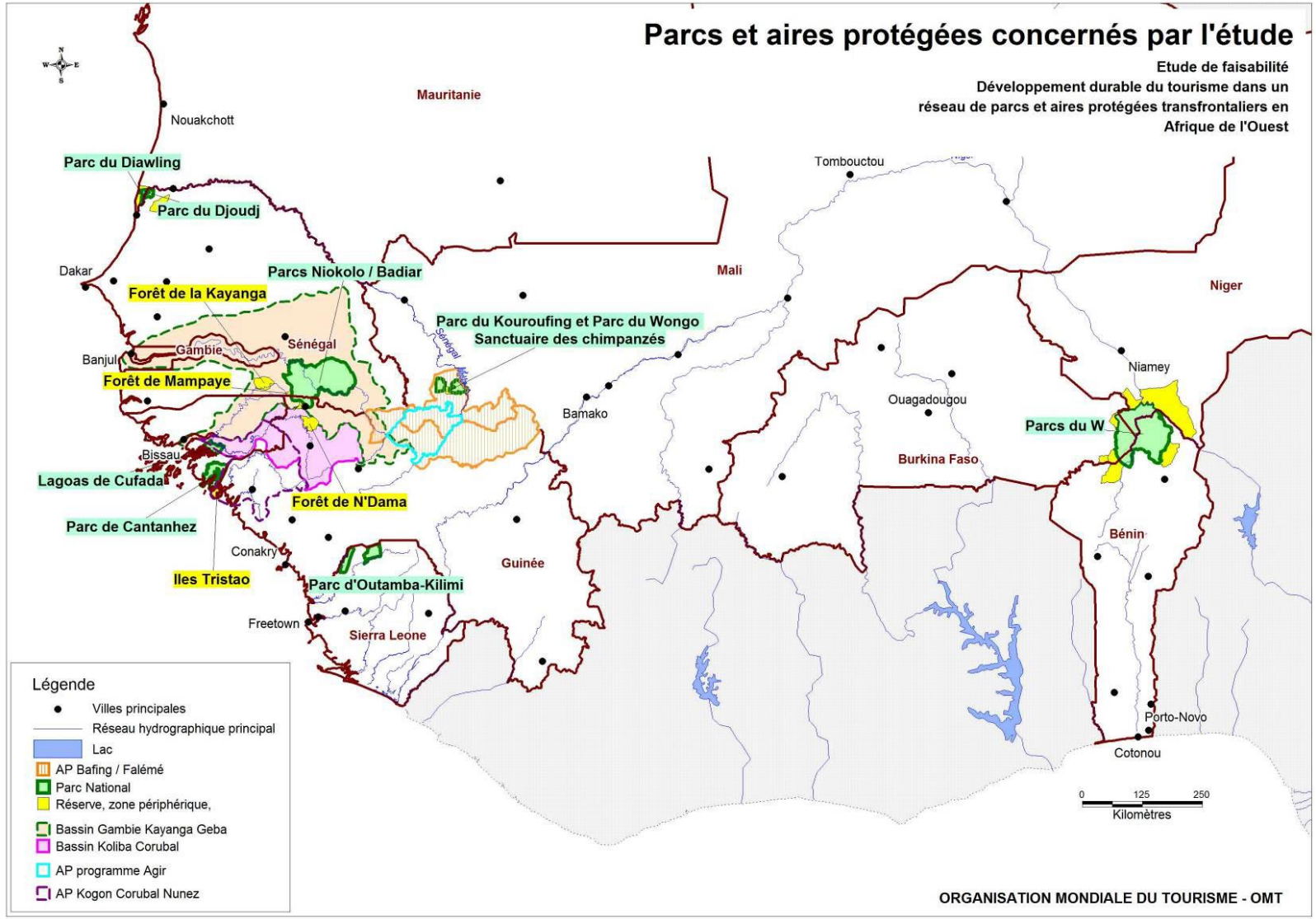
8.2.3. LES PAYS CONCERNES PAR LE PROJET :

- **Bénin; Burkina Faso; Gambie; Guinée; Guinée Bissau; Mali; Mauritanie ; Niger; Sénégal; Sierra Leone.**

8.2.4. LES AIRES PROTEGEES TRANSFRONTALIERES CONCERNEES PAR LE PROJET

- **Djoudj – Diawling (Sénégal / Mauritanie)**
- **Niokolo Koba – Badiar (Sénégal / Guinée)**
- **Bassin fluvial Gambie – Kayanga – Geba**
- **Koliba – Corubal (Gambie /Guinée Bissau /**
- **Sénégal)**
- **Djoudj – Diawling (Sénégal / Mauritanie)**
- **Niokolo Koba – Badiar (Sénégal / Guinée)**
- **Bassin fluvial Gambie – Kayanga – Geba**
- **Koliba – Corubal (Gambie /Guinée Bissau /**
- **Sénégal)**

- **La gestion durable de la diversité biologique : plans de gestion concerté, équité dans le partage des bénéfices tirés des ressources de la diversité biologique, normes et outils d'évaluation - de surveillance ;**
- **L'évaluation des capacités d'intervention des opérateurs privés, de la société civile, des communautés locales et des institutions publiques**


Parcs et aires protégées concernés par l'étude
Etude de faisabilité
Développement durable du tourisme dans un réseau de parcs et aires protégées transfrontaliers en Afrique de l'Ouest
Mauritanie
Nouakchott
Parc du Diawling
Parc du Djoudj
Dakar
Parcs Niokolo / Badiar
Forêt de la Kayanga
Gambie
Sénégal
Banjul
Forêt de Mampaye
Bissau
Lagoas de Cufada
Forêt de N'Dama
Parc de Cantanhez
Conakry
Iles Tristao
Parc d'Outamba-Kilimi
Freetown
Sierra Leone
Guinée
Mali
Parc du Kouroufing et Parc du Wongo
Sanctuaire des chimpanzés
Bamako
Tombouctou
Ouagadougou
Burkina Faso
Niger
Niamey
Parcs du W
Bénin
Porto-Novo
Cotonou
Légende
Villes principales
Réseau hydrographique principal
Lac
AP Bafing / Falémé
Parc National
Réserve, zone périphérique,
Bassin Gambie Kayanga Geba
Bassin Koliba Corubal
AP programme Agir
AP Kogon Corubal Nunez
0 125 250
Kilomètres
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME - OMT

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

2ème Table ronde de LA MATINALE

Comment et pourquoi développer le tourisme domestique et interafricain ?

Témoignages :

Gustave DIASSO,
Pdt de la commission tourisme de l'UEMOA

tourisme sans frontières

6èmes Assises internationales du tourisme responsable

2ème Table ronde de LA MATINALE

Comment et pourquoi développer le tourisme domestique et interafricain ?

Témoignages :

Manny ANSAR

Directeur du Festival au Désert

tourisme sans frontières

FESTIVAL
AU DESERT
11ème
Marshall

Rappel des ateliers de cet après midi

15 h /16h30 – ATELIERS PARTICIPATIFS

a) La poursuite d'un projet de développement touristique animé par Michel Claude, Tourisme sans Frontières

b) Comment allier développement durable du tourisme et développement économique ? animé par Adama Traoré de Terres Jaunes

c) La formation des compétences, passage obligé du développement par Modibo Cissé, Conseiller au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme

Chaque atelier choisit un rapporteur qui interviendra lors de la synthèse de Vendredi midi