



Développer les retombées économiques du tourisme

Créer des produits – Inciter à la consommation touristique mais responsable

Axes et pistes d'action pour favoriser les retombées économiques du tourisme sur le territoire

PISTES D'ACTION	
	<p>Outre les actions de qualification de l'offre et de promotion pour attirer de nouvelles clientèles, il est nécessaire de :</p> <ul style="list-style-type: none">• Relancer les investissements en équipements et infrastructures de qualité• Rénover les infrastructures hôtelières• Créer de l'offre touristique nouvelle compétitive et source de recettes touristiques• Créer des lieux de consommation : buvettes, restauration sur le littoral• Former les personnels à l'argumentaire force de vente, pour inciter à la consommation sur place en hôtellerie, restauration, activités, artisanat...
	<p>Une action forte de l'Etat et des gouvernorats pour rompre le cercle vicieux actuel en matière de développement : mauvais entretien, insalubrité, coupures électriques, manque de trésorerie faute de clientèles, découragement des professionnels, insatisfaction des clientèles.</p> <ul style="list-style-type: none">• Investir dans les réseaux électriques• Investir dans la réfection des routes• Investir et imposer dans l'intérêt des populations et de l'image de la destination un système de ramassage des déchets, de stockage et de recyclage.

Axe 3	Favoriser les retombées économiques à partir de l'activité touristique
Action n° 46	Susciter la création de lieux de consommation touristique - former les personnels à la vente et à l'argumentaire
Objectifs et pertinence de l'action	<p>CONSTAT SUR UNE INSUFFISANCE DE FORMATION A LA VENTE DES PERSONNELS DE SERVICE EN RESTAURATION</p> <p>Force est de constater que les personnels présents dans les établissements touristiques, restaurants, hôtels, n'ont pas été formés à l'accueil des clientèles, au service et à la vente.</p> <p>Il n'est pas rare que dans les restaurants, dans les hôtels, que le client attende longtemps avant qu'un employé vienne vers lui pour lui demander ce qu'il désire. C'est souvent le client qui appelle l'employé pour éviter d'attendre trop longtemps.</p> <p>Le personnel fait rarement l'article, où ne développe que rarement un argumentaire pour inciter le client à consommer davantage.</p>
Descriptif de l'action	Voir programme de formation sur la fiche suivante
Localisation de l'action	Mutsamudu
Bénéficiaires de l'action	Restaurateurs, hôteliers, gestionnaires d'activités touristiques et leurs employés
Maitre d'ouvrage	CCI et office de tourisme
Partenaires à associer	Restaurateurs, consommateurs, formateurs
Financements envisagés	Fonds Formation
Date de lancement et échéancier	2020-2025
Estimation financière	2000 € le module de formation permanente de 6 jours
Evaluation de l'action	Suivi de l'évolution des pratiques

Susciter la création de lieux de consommation touristique

Former les personnels à la vente et à l'argumentaire

CONSTAT SUR UNE INSUFFISANCE DE FORMATION A LA VENTE DES PERSONNELS DE SERVICE EN RESTAURATION

Force est de constater que les personnels présents dans les établissements touristiques, restaurants, hôtels, n'ont pas été formés à l'accueil des clientèles, au service et à la vente

Il n'est pas rare que dans les restaurants, dans les hôtels, que le client attende longtemps avant qu'un employé vienne vers lui pour lui demander ce qu'il désire. C'est souvent le client qui appelle l'employé pour éviter d'attendre trop longtemps.

Le personnel fait rarement l'article, où ne développe que rarement un argumentaire pour inciter le client à consommer davantage.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES D'UNE FORMATION PROFESSIONNELLE AU SERVICE EN RESTAURATION

- Assurer la qualité du séjour du convive dans le restaurant.
- Veiller à la satisfaction émotionnelle et gustative des clients.
- Intégrer les gestes de services, les comportements, les attitudes, les mots, ainsi que les petits plus qui contribuent à une expérience client unique et différenciante.
- Développer un argumentaire pour susciter le désir de consommation du client

Comment créer une expérience client différenciante en restauration ?

1 - Prendre conscience du niveau d'exigence des clients et du besoin de créer de la valeur.

Identifier la Relation Client comme une identité de marque.

2 - Quelles sont les étapes de la Relation Client en restaurant ?

Identifier les 5 moments clés du parcours client : accueil, placement, présentation, mise en valeur des produits, conseil et service, encaissement et fidélisation.

- **Développer les ventes additionnelles : oser proposer et donner envie.**
- Exercice « communiquer en bénéfices clients ».
- Activité : « l'art du story telling ».
- Exercice : « 2 mn pour convaincre ».

3 - Comment prévenir et gérer les conflits ?

- Les différentes dimensions de l'insatisfaction et des objections.
- L'écoute active et la reformulation pour comprendre les causes de l'insatisfaction.
- Connaître ses propres réactions pour se maîtriser en cas de conflits et adopter une attitude positive.
- Inspirer confiance et rassurer en gardant calme et maîtrise de soi.

4 - Comment concilier l'art du savoir être et l'art du service à table ?

- Apporter à chaque client un service attentionné et créer une relation privilégiée.
- Maîtriser le « savoir-être » indispensable au « savoir-faire ».
- Développer l'esprit de service.

Axe 3	Favoriser les retombées économiques à partir de l'activité touristique
Action n° 47	Mettre en place un Plan Qualité Tourisme pour Anjouan
Objectifs et pertinence de l'action	<p>Un plan régional Qualité Tourisme vise un triple objectif : de garantir aux touristes des prestations de qualité, de fédérer les démarches engagées par les professionnels du tourisme dans tous les secteurs d'activité et sur l'ensemble du territoire régional et de donner à l'Ile d'Anjouan n une image d'excellence qui cultive son accueil, renforce ses savoir- faire et valorise son patrimoine.</p> <p>La marque Qualité Tourisme a pour objectif ultime d'orienter les visiteurs vers les professionnels engagés à les satisfaire. Le slogan de la marque Qualité Tourisme est : « <i>Signe extérieur de confiance</i> »</p>
Descriptif de l'action	<p>La démarche qualité doit porter notamment sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'information et la communication : il s'agit de donner aux clients une information claire, précise et complète, au téléphone comme sur le site (signalisation, enseignes, etc.). • l'accueil personnalisé : amabilité, courtoisie, chaleur et sourire, disponibilité, attention... • la compétence du personnel : prise en compte rapide et complète du client, conseil, recherche des informations adaptées, pratique des langues étrangères. • le confort des lieux : entretien et propreté, végétation et espaces verts, lieux d'accueil et de détente, mobilier confortable. • la propreté et entretien des lieux : hygiène, bon état des différents équipements (sanitaires, mobiliers, cuisines, ...). • la valorisation des ressources locales : mise à disposition de boissons et de plats régionaux, informations des clients sur les curiosités touristiques du territoire
Localisation de l'action	Ile d'Anjouan
Bénéficiaires de l'action	Restaurateurs et hôteliers volontaires pour la démarche
Maitre d'ouvrage	CCI et office de tourisme
Partenaires à associer	Formateurs aux démarche qualité
Financements envisagés	Fonds Tourisme
Date de lancement et échéancier	2020-2025
Estimation financière	En fonction des organismes formateurs et accompagnateurs
Evaluation de l'action	Contrôle du respect des critères Qualité Tourisme

Elaboration d'un plan qualité tourisme régional

Un plan régional Qualité Tourisme vise un triple objectif : de garantir aux touristes des prestations de qualité, de fédérer les démarches engagées par les professionnels du tourisme dans tous les secteurs d'activité et sur l'ensemble du territoire régional et de donner à l'île d'Anjou une image d'excellence qui cultive son accueil, renforce ses savoir-faire et valorise son patrimoine. La marque Qualité Tourisme a pour objectif ultime d'orienter les visiteurs vers les professionnels engagés à les satisfaire.¹

Le slogan de la marque Qualité Tourisme est : « *Signe extérieur de confiance* »

Obtention du label

L'obtention de la marque Qualité Tourisme se fait après un audit externe réalisé par un cabinet extérieur indépendant.

Les critères

La marque sanctionne notamment une démarche qualité respectant les règles d'hygiène et de sécurité, le classement réglementaire (le cas échéant), les engagements nationaux de qualité, le traitement obligatoire des réclamations des clients et la mise à disposition d'un questionnaire de satisfaction de la clientèle dans chaque établissement.

La démarche qualité doit porter notamment sur :

- l'information et la communication : il s'agit de donner aux clients une information claire, précise et complète, au téléphone comme sur le site (signalisation, enseignes, etc.).
- l'accueil personnalisé : amabilité, courtoisie, chaleur et sourire, disponibilité, attention...
- la compétence du personnel : prise en compte rapide et complète du client, conseil, recherche des informations adaptées, pratique des langues étrangères.
- le confort des lieux : entretien et propreté, végétation et espaces verts, lieux d'accueil et de détente, mobilier confortable.



Modèle de label qualité

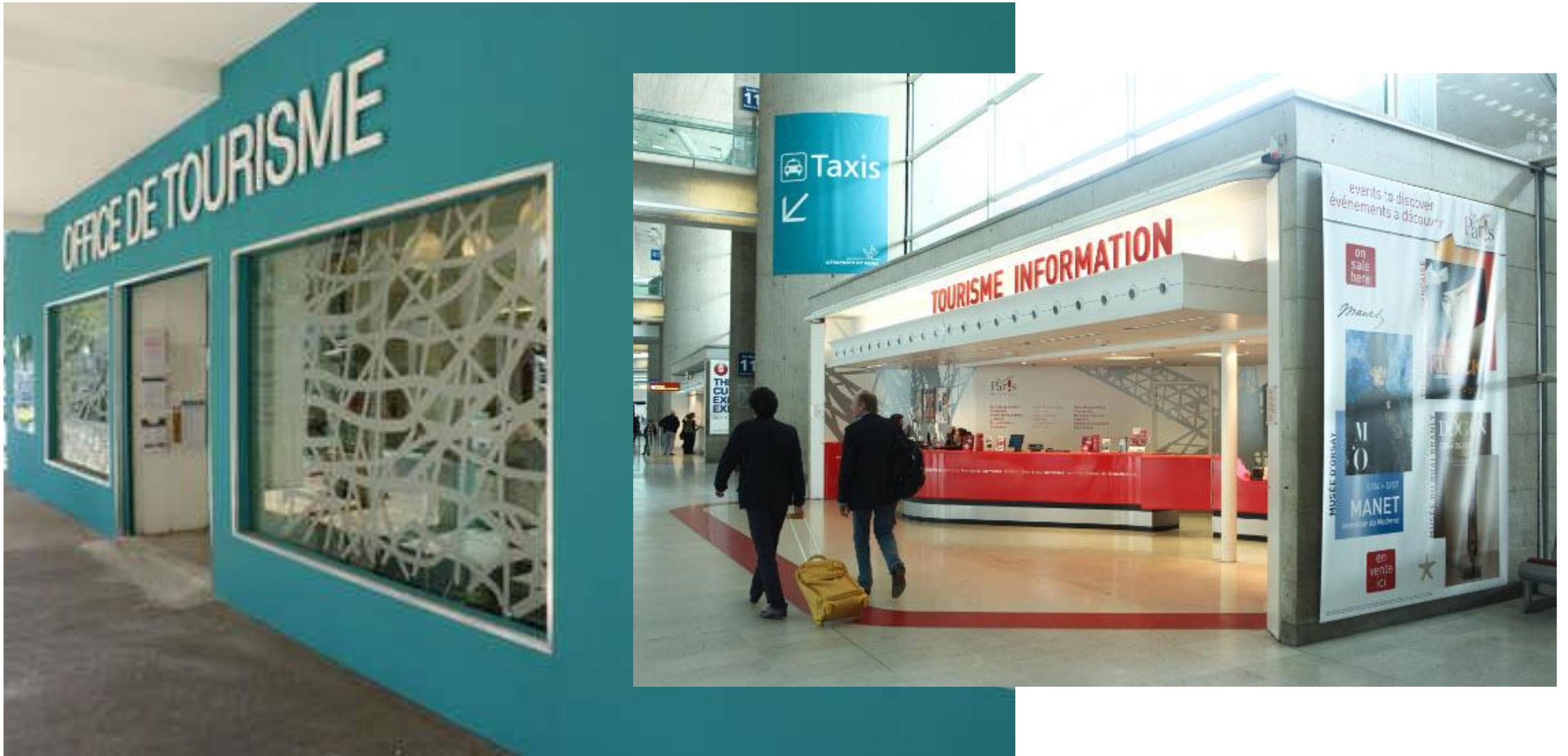
- la propreté et entretien des lieux : hygiène, bon état des différents équipements (sanitaires, mobiliers, cuisines, ...).
- la valorisation des ressources locales : mise à disposition de boissons et de plats régionaux, informations des clients sur les curiosités touristiques du territoire.

Adhésion à une démarche qualité selon la branche professionnelle

La marque peut être attribuée à différents prestataires de tourisme tels que : hébergements, restauration, brasseries, palais des congrès, agences de voyages et de locations saisonnières, transports, offices de tourisme, lieux de visites (comme les musées, les chefferies).

Un professionnel a généralement trois possibilités pour adhérer à une démarche qualité reconnue par le plan Qualité Tourisme mais les modalités d'adhésion peuvent être spécifiques à chaque secteur professionnel





Pour la création d'un office de tourisme, outil d'information touristique et de développement à Anjouan

Axe 3	Disposer d'un outil de développement du tourisme à ANJOUAN
Action n° 48	Création d'un Office de Tourisme, outil d'information et de développement touristique à Anjouan
Objectifs et pertinence de l'action	Le développement touristique d'un territoire exige la création d'un outil permanent sur l'île, en charge de l'information, de la fédération des prestataires touristiques, de la communication touristique, et du développement
Descriptif de l'action	Création d'un outil de développement dénommé office de tourisme à gouvernance tripartite : Gouvernorat, collectivités locales, prestataires privés et associations Disposant de moyens humains et financiers suffisants pour mener à bien leurs missions : accueil, promotion en cohérence avec l'ONTC, information touristique, éditions, développement, observation statistique de l'évolution de l'activité touristique, fédération et formation des prestataires...
Localisation de l'action	Ile d'Anjouan - Mutsamudu : siège et bureau d'accueil près de l'entrée de la médina, annexe d'accueil à l'aéroport de Ouani
Bénéficiaires de l'action	Touristes et prestataires privés du tourisme –collectivités locales
Maitre d'ouvrage	Gouvernorat
Partenaires à associer	Collectivités locales de l'île d'Anjouan – ONTC - CCI
Financements envisagés	Fonds Tourisme d'Etat et collectivités locales – participation financière des prestataires privés
Date de lancement et échéancier	2020-2025
Estimation financière	Etude à faire selon implantation et missions confiées
Evaluation de l'action	Evaluation des actions liées à ses missions Contrôle du respect des critères Qualité Tourisme

Axes et pistes d'action : l'office de tourisme – missions et moyens

PISTES D'ACTION	
	<ul style="list-style-type: none">• Créer un véritable office de tourisme de l'île d'Anjouan, autonome de la direction du tourisme, tout en travaillant en cohérence totale avec et avec l'Office national du tourisme• Créer un office de tourisme à gouvernance tripartite : élus, acteurs privés, acteurs associatifs ou communautés locales• Donner les moyens de fonctionnement à l'office de tourisme à la mesure des missions confiées : accueil, information, développement de l'offre touristique, promotion• Favoriser une part d'autofinancement de l'office de tourisme
	<ul style="list-style-type: none">• Localiser l'office de tourisme dans un lieu fréquenté de Mutsamudu, sur un itinéraire naturel des visiteurs, facile d'accès, ouvert aux jours et aux heures utiles pour les visiteurs• Former les personnels d'accueil à l'argumentaire force de vente de la destination• Créer un site internet de promotion et de réservation sur la destination ANJOUAN aux Comores• Participer aux côtés de l'office national du tourisme à des salons bien ciblés• Organiser des éductours pour faire connaître aux TO, les réalités touristiques de l'île

L'office de tourisme est un levier économique pour tout le territoire :

- ✓ **Le fruit de l'esprit d'entreprise de l'économie mixte**, partenariat financier public-privé bien compris à qui il rendra compte des résultats de ses actions.
- ✓ **Assis sur un territoire élargi, visible et lisible, disposant d'une offre touristique suffisante**, et d'un potentiel financier pour assumer professionnellement ses missions –
- ✓ **il anime un réseau maillé d'accueil force de vente**, sur son territoire en lien actif avec les professionnels et la population.
- ✓ **Une force de proposition en matière de développement touristique**
- ✓ **Une agence locale de développement touristique** disposant d'une interface permanente avec les clientèles et l'offre touristique, véritable laboratoire d'idées pour la mise en tourisme du territoire, acteur de promotion allant conquérir les clientèles à domicile grâce à des sites actifs et créateurs de désir.
- ✓ **Une entreprise d'intérêt général de prestations de services** pour ses clients potentiels et les prestataires : médiateur entre le client et le produit.
- ✓ **Une vitrine génératrice de « désir » au bénéfice de son territoire** : aller de l'image trop souvent institutionnelle vers la promotion d'une image reposant sur les « sens et les émotions » du territoire.

L'office de tourisme est tout à la fois :

- ✓ Observateur de l'offre et de la demande
- ✓ Producteur ou coordinateur de la production
- ✓ Fédérateur et animateur qualité de l'offre
- ✓ Promoteur d'une destination
- ✓ Médiateur entre les clientèles et les populations d'accueil
- ✓ Facilitateur de séjour
- ✓ Prescripteur de consommation touristique et levier économique
- ✓ Incitateur d'évènements et d'animations locales
- ✓ Force de proposition écoutée en tourisme local...
- ✓ Conseiller en aménagement touristique du territoire...

Préconisations de base pour la création et la gouvernance d'un office de tourisme à Anjouan

- Un office de tourisme autonome à gouvernance tri-partite : Gouvernorat, prestataires privés du tourisme, ONTC
- Un office de tourisme qui dispose de compétences et de moyens financiers qui lui permettent d'assumer ses missions
- Un office de tourisme qui développe, informe, promeut en cohérence avec l'ONTC

Pour la création d'un véritable office de tourisme de l'Île d'Anjouan

Les missions à déléguer, essentielles au développement touristique de l'Île

Un accueil force de vente,
mobile et numérique
Développer un accueil
au bon moment et au bon endroit

Optimiser l'efficacité de l'accueil physique
en allant à la rencontre des flux : accueil mobile
Ouvrir l'accueil au public aux périodes
et horaires utiles

Une information fiable et actualisée
sur des supports de plus en plus numériques
suscitant le désir de la destination
Animation numérique du territoire

Développer des éditions tout en développant
de plus en plus une information
créant le désir de la destination
en ligne adaptée aux smartphones.
Un site internet attractif et animé quotidiennement

La structuration, la qualification et la
promotion d'une offre « marketée » aux
nouvelles attentes des clientèles

A partir de l'image et des valeurs
du territoire, créer des « produits » et « prestations »
adaptées aux attentes des clientèles cibles

Des actions d'animation
et de fédération des prestataires
au bénéfice du territoire

Organisation d'ateliers thématiques
à l'intention des prestataires.
Actions partagées pour la promotion

Une promotion et
une mise en réseau de l'offre du territoire

Tendre progressivement vers une autonomie
de la promotion du territoire tout en entretenant
les réseaux partenaires

Force de proposition en développement
touristique auprès de la collectivité

Porteur de projets de développement
à soumettre à la collectivité

L'adhésion des populations et des prestataires à l'action touristique

L'adhésion des habitants à l'accueil touristique



Faire des habitants du territoire, ses premiers ambassadeurs

La mise en tourisme d'un territoire nécessite l'adhésion et la participation active des professionnels mais aussi et surtout de la population.

Les habitants doivent être complices au quotidien de l'accueil, de l'information, de l'animation touristique.

Un territoire est avant tout caractérisé par l'accueil de sa population. Pour cela, il est utile que chaque habitant redécouvre son territoire avec le regard du touriste, qu'il soit fier de son patrimoine, de ses paysages, de sa culture. Un habitant fier de son terroir devient un ambassadeur et un prescripteur.

Une campagne de sensibilisation sera proposée intégrant une journée d'animation à l'intention des habitants.

1. Sensibiliser les habitants aux atouts touristiques du territoire

Organiser une journée annuelle spécifique et ludique pour faire redécouvrir les atouts touristiques avec le « regard du touriste » - visite guidée du patrimoine, des sites insolites, des gîtes

1. Susciter chez les plus motivés des « conteurs de village » (guides bénévoles par passion de leur terroir)

Créer un groupe de passionnés de l'histoire et du terroir (plaisir à raconter, à transmettre à des visiteurs) pour qu'ils deviennent des « conteurs de village »

Fédérer les prestataires pour le développement touristique du territoire

La création d'un nouveau territoire fruit de la fusion de plusieurs territoires touristiques invite à fédérer les prestataires et les acteurs du tourisme sur la cohérence de ce nouveau territoire.

Les acteurs doivent s'approprier l'image du territoire, afin de participer à sa promotion.

L'office de tourisme doit œuvrer de manière dynamique à fédérer les prestataires.

S'il est logique et légitime que les acteurs privés utilisent 90 % de leur énergie au développement de leur entreprise, ils doivent intégrer le bénéfice obtenu à mettre les 10 % de leur énergie restante dans la promotion et l'attractivité du territoire.



Deux fonctions complémentaires et permanentes pour l'office de tourisme



Faire des anjouanais, les premiers hôtes
et ambassadeurs du tourisme du territoire



Fédérer les prestataires autour du développement
touristique de leur territoire

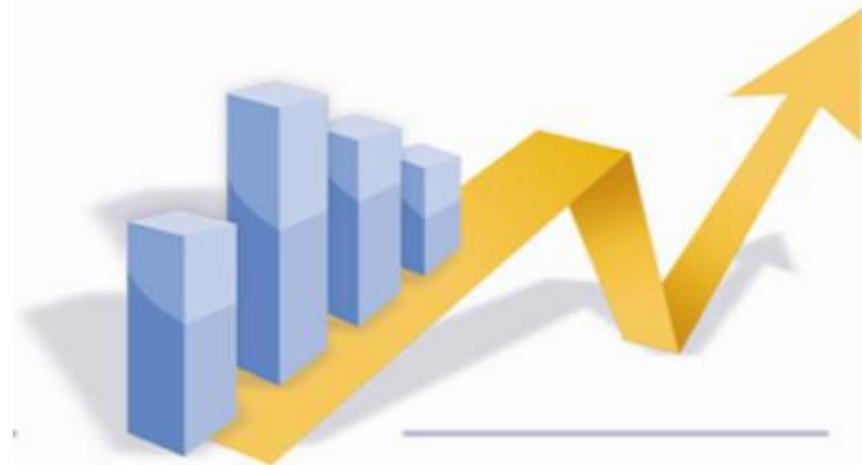
Mise en place par l'Office de tourisme d'un tableau de bord de l'activité tour

La mise en place d'un tableau de bord de l'activité touristique a plusieurs objectifs simples :

1. Connaître les origines et les attentes des visiteurs pour adapter au plus près, la stratégie d'accueil et de promotion de l'office de tourisme
2. Suivre l'évolution de l'activité touristique d'année en année : points forts, points faibles pour apporter des réponses
3. Justifier auprès des bailleurs de fonds, les résultats des actions de l'office de tourisme

Un tableau de bord doit permettre de recenser :

- Les arrivées des non-résidents
- Les arrivées aéroport
- L'évolution du taux d'occupation des hôtels et des autres hébergements touristiques
- L'évolution des différentes activités touristiques : fréquentation des chefferies, des musées, des principaux sites touristiques
- Les demandes de renseignements à l'office de tourisme par téléphone, par mail, en face à face
- Les visiteurs du site internet de l'office de tourisme



exemple

LES SITES DE VISITES : ↗				
	Les sites	Jun 2013	Jun 2014	
Secteur d'Orlu	Maison des loups	4 024	4 572	↗
	Akrobranch	845	1 051	↗
	Musée Observatoire montagne	317	434	↗
	Activités nature Observatoire	415	373	↘
	Centrale hydroélectrique	605	709	↗
Ax les thermes	Les Bains du Couloubret	4 952 <small>(5 jours de fermeture technique en 2013)</small>	3 871 <small>(10 jours de fermeture technique en 2014)</small>	↘
La Corniche	Carrière de talc Trimouns	857	1 069	↗
	Les Aigles de Lordat	566	1 010	↗

L'activité
des professionnels
du tourisme ●●●●

Les locaux de l'office de tourisme

Des espaces ouverts au conseil en séjour et à la prescription force de vente

Comment déterminer les projets d'espaces d'accueil ?

Etape 1 : Préciser les fonctions et les services rendus pour chaque type de clients et pour le personnel

- Lieu de travail, lieu d'accueil et d'information pour les touristes, les professionnels et les habitants, L'Office de tourisme va rendre un ensemble de services à des usagers ayant des besoins totalement différents.
- La première étape de tout projet commence par une analyse des besoins des clients et du personnel. Il se poursuit par une définition et une hiérarchisation des services que l'on a choisi de mettre en place dans l'Office.

Etape 2 : Définir la localisation

La deuxième étape consiste à identifier les possibilités de localisation de l'Office de tourisme - La localisation est souvent sous-estimée : il faut prendre en compte

- Les possibilités de stationnement 2 ou 4 roues,
- La situation des transports en commun et gares routières
- Les pôles générateurs de flux touristiques, les modes de transport doux.
- Se poser des questions comme : doit-on optimiser les personnes en voiture ou les personnes à pied ?
- Doit-on considérer l'intérêt d'un dépose minute,... A ce stade, il est important de valider techniquement la localisation choisie par :
- Un diagnostic préalable du bâti si une rénovation doit être faite ;
- La définition des contraintes d'aménagement, mais aussi des contraintes architecturales, techniques et règlementaires.

Etape 3: Définir les espaces d'accueil, de vitrine, de travail

Une fois défini le positionnement, la stratégie et les fonctions de l'Office de tourisme, il faut apprécier les espaces et les équipements nécessaires à leur mise en œuvre.

A l'heure d'Internet, les offices de tourisme ont fait évoluer leur métier, d'une information sèche à un conseil au séjour, à un argumentaire personnalisé sécurisant le visiteur sur le territoire et lui facilitant l'accès aux différents sites de l'offre touristique – l'importance à donner au lieu d'implantation de l'office de tourisme et à ses relais demeure essentiel.

L'implantation opérationnelle du siège de l'OT se devrait de répondre à plusieurs critères :

- Zone touristique évidente : près du marché Dodin ou de l'entrée principale de la Médina
- Centralité géographique
- Une antenne à l'aéroport de Ouani

Création ou aménagement d'un local suffisant dédié aux missions de l'Office de tourisme de l'Ile d'Anjouan

Construction d'un bâtiment comprenant :

- Un espace d'accueil du public avec vitrine extérieure
- Un espace exposition temporaire
- Des bureaux
- Des salles de réunion



Acquisition d'équipements pour le développement patrimonial - acquisition de véhicules de terrain : minibus, pick up, tourisme, motos

Acquisition d'équipements pour le développement patrimonial

Accroître la mobilité des responsables et permanents de l'office de tourisme d'Anjouan pour qu'ils puissent plus facilement se rendre en mission de terrain et à la rencontre du réel

Acquisition de matériel et d'équipements pour le développement patrimonial : matériel d'exposition, outils d'interactivités

Exemple d'acquisition de véhicules adaptés aux missions :

- 1 minibus pour accueil et transports visiteurs
- 1 voiture pick up tourisme
- 1 moto



RECAPITULATIF DES ACTIONS PRECONISEES AVEC ESTIMATIONS FINANCIERES ET PRIORISATION PROPOSEE

AXES ET ACTIONS SCHEMA DEVELOPPEMENT TOURISME ANJOUAN	estimatif FC	estimation à étudier	priorisation
		Etude de coût à faire	
AXE 1 - FACILITER LES ACCES A L'ILE D'ANJOUAN ET PROTEGER LES ZONES D'INTERET TOURISTIQUE	175 000 000		
1 - Améliorer les accès aériens de Moroni et de Mayotte vers Anjouan		Etude de coût	A
2 - Augmenter les rotations maritimes de Moroni vers Mutsamudu à Anjouan - Réduire le temps d'attente au port		Etude de coût	A
3- Améliorer les axes routiers traversants et la route littorale Mutsamudu-Moya + l'organisation des transports intérieurs		Etude de coût	A
4- Mise en place d'une signalétique routière directionnelle avec panneaux d'entrée de ville et de village	75 000 000		B
5-Réfléchir à la mise en place de navettes maritimes côtières – Tour de l'île		Etude de coût	C
6 - Propreté pérenne de la corniche plage de Mutsamudu-Traitement et recyclage des plastiques-Incinérateur de déchets	100 000 000		A
Axe 2 - DEVELOPPER ET QUALIFIER L'OFFRE : L'ECOTOURISME et L'ITINERANCE DE L'ILE D'ANJOUAN	98 500 000		
8-Accessibilité des sentiers, balisage, panneaux d'interprétation, lieux de pauses, refuges diurnes et nocturnes	24 000 000		A
9-Conception, impression, diffusion de documents, cartographie des sentiers de randonnée	3 000 000		B
10-Valorisation touristique du Parc National du Mont Ntringui : Hébergements, lieux de bivouac, zones d'observation, Maison du Parc...		Etude de coût	A
11-Valorisation touristique du Lac de Dzilandzé et du circuit des Lacs		A définir	A
12-Mise en place de circuits sportifs : via ferrata, canyoning, itinéraires de trails-Donner une image sportive à la destination		ferrata(millionFc les500m	B
13-Formation de guides écotouristiques et accompagnateurs de randonnée	1 500 000	10 stagiaires/5 jours	A
14-Inventaire du patrimoine naturel en danger ou remarquable et création d'une charte de protection du patrimoine	50 000 000		B
15-Valorisation touristique des sites peuplés d'espèces animales remarquables – Les Chauve-souris géantes Livingstone		etude de coût	A
16-Développer un réseau d'accueil touristique en milieu rural avec hébergement chez l'exploitant et découverte des activités	20 000 000		B
Axe2a - DEVELOPPER ET QUALIFIER L'OFFRE TOURISTIQUE : DES RICHESSES PATRIMONIALES SPECIFIQUES A METTRE EN TOURISME	305 000 000		
17 -Mise en place d'une législation de protection du patrimoine -Création de zones patrimoniales protégées			en cours
18-Poursuite de la réhabilitation du patrimoine bâti : Palais Ujumbé	45 000 000		A
19-Poursuite de la valorisation touristique du patrimoine bâti : Citadelle – signalétique intérieure, boutique....	10 000 000		A
20-Création et balisage d'un circuit de visite touristique dans les médinas de Mutsamudu et Domoni	10 000 000		B
21-Restauration du Palais sultan Bambao en Hôtel 10 chambres avec centre agrotouristique et bien-être	200 000 000		B
22-Sensibiliser la population à l'intérêt de la sauvegarde et à l'entretien des médinas - soutenir les communautés locales	2 000 000		A
23-Valorisation touristique des monuments patrimoniaux - panneaux interprétation - accueil monuments	23 000 000		A
24-Animation touristique des monuments patrimoniaux - La Citadelle lieu d'animation culturelle : concerts, théâtre, festival	10 000 000		B
25-Circuit touristique guidée dans la Médina de Mitsamudu avec guides			A
26-Circuit découverte de Domoni - Programme de restauration et de valorisation du patrimoine Médina Domoni		Prog. Restaur. à définir	B
27-Soutien pour la valorisation du musée CNDRS d'Anjouan à Mutsamudu	5 000 000		B

Axe 2b SOUTIEN A LA VALORISATION TOURISTIQUE DE L'ARTISANAT ANJOUANAIS	70 500 000		
28-Tourisme expérientiel : Organisation de stages touristiques d'initiation à l'artisanat d'art anjouanais	500 000		B
29-Création d'un espace de démonstration et de vente regroupée de l'artisanat d'art - Quartier Dodin ou aménagement de rues artisanales dans la médina		coût à définir selon/projet	A
30-Mise en place d'un label ARTISANAT ANJOUANAIS AUTHENTIQUE AAA – Qualité et Authenticité	20 000 000		A
31-Organisation de sessions de formation aux métiers d'art (création, design, gestion, commercialisation)	50 000 000		B
Axe 2b2 PATRIMOINE IMMATERIEL ... musique, danses, costumes, festivals et évènements culturels	850 000 000		
Création d'un conservatoire du patrimoine immatériel dans le cadre du CNDRS-Musée vivant de la musique, de la danse	850 000 000		B
Axe2c DEVELOPPER ET QUALIFIER LA MEDIATION CULTURELLE - GUIDES DU PATRIMOINE			
33-Organisation des guides du patrimoine - Vers une formation officielle et diplôme de médiateurs du patrimoine		250 000 fc module 4 j	A
Axe2d AMENAGER LE LITTORAL ET LES PLAGES POUR VALORISER LE TOURISME BALNEAIRE	1 076 000 000		
34- Aménagement des plages :Accès, signalétique, sanitaires, douches...propreté , hébergements lieux de restauration ...	750 000 000		A
35-Faire de Bimbini, une station littorale en lien avec l'île de la Selle : hébergement, restauration, activités, animations	300 000 000		A
36-Ile de la Selle, Encourager un tourisme de repos balnéaire, de découverte et d'observation nature à la journée			
Création d'un accueil écotouristique sur l'île alliant pédagogie et surveillance - Création de 3 bungalows en gestion	26 000 000		A
Axe 2e - DEVELOPPER UN TOURISME DE BIEN ETRE - UN NOUVEAU MARCHE A CONQUERIR			
37-Organiser et structurer la filière du Tourisme Bien-Etre : massages traditionnels, soins beauté, ylang ylang		à définir selon programme	A
Axe2f - QUALIFIER ET INNOVER LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES	760 000 000		
38-Etudier la faisabilité de nouveaux équipement hôteliers sur le littoral et en espace écotouristique - Innover par la création d'écododges		à définir	A
39-Encourager et soutenir la modernisation des équipements hôteliers			B
40- Création d'un Centre Anjouanais des Métiers du Tourisme et de l'Hôtellerie	750 000 000		B
41-Encourager le classement officiel des hôteliers et mise en place d'une démarche qualité tourisme	10 000 000		A
Axe2g - VALORISER LA RESTAURATION ANJOUANAISE	13 000 000		
42- Intégrer dans les cartes des restaurants, des spécialités locales anjouanaises - Limiter la carte pour garantir au client le plat demandé			A
43-Projet d'organisation d'un Salon des Saveurs des Iles de l'Océan Indien	13 000 000	autofinancement partiel	A
Axe2h - LA SIGNALÉTIQUE TOURISTIQUE ET D'INTERPRETATION DES SITES	100 000 000		
44-Elaborer un cahier des charges pour une véritable signalétique touristique + conception et pose signalétique	100 000 000		A
Axe 3 - BOOSTER LA DEMANDE TOURISTIQUE : affirmer une image de destination touristique dans l'Océan Indien	31 000 000		
45 - Créer, affirmer, diffuser une image de destination touristique forte et originale, de l'île d'Anjouan -Rendre désirable la destination	20 000 000	site internet vendeur	B
46 - Susciter la création de lieux de consommation touristique - former les personnels à la vente et à l'argumentaire	1 000 000	module formation 4 j	A
47 - Mettre un Plan Qualité Tourisme pour Anjouan			
48 - DISPOSER d'UN OUTIL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE A ANJOUAN : Création de l'Office de tourisme d'Anjouan	10 000 000	budget annuel fonctionnem	URGENT / A

Actions préconisées, possibles d'accompagnement technique par Tourisme sans Frontières

dans le cadre de conventions de partenariat soit avec l'Union des Comores, le Gouvernorat ou toute autre collectivité ou association.



- **Accompagnement à la création d'un office de tourisme à Anjouan et à la formation de ses personnels**
- **Accompagnement à la réalisation d'un cahier des charges pour la signalétique touristique de l'île d'Anjouan,**
- **Formation des Guides du patrimoine et accompagnement à la création d'un réseau des guides agréés.**
- **Accompagnement à la création d'un label ARTISANAT ANJOUANAIS AUTHENTIQUE**
- **Accompagnement à la mise en place d'un référentiel qualité pour l'hôtellerie anjouanaise**
- **Accompagnement au plan marketing tourisme et au cahier des charges pour un nouveau site internet**

Rappel : extraits de la Stratégie nationale du tourisme de l'Union des Comores
nécessité de cohérence et de complémentarité avec le présent Schéma de développement touristique de l'île d'Anjouan

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de l'offre

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Assainissement des sites touristiques	Rendre les sites salubres	Communes et associations	Office du Tourisme, Ministère Environnement	janv19	déc22	300 000	147 000 000	La suite sera de la gestion de sites
Concours villes fleuries	Améliorer l'image sites	Office du Tourisme	Commune, Ministère Environnement	janv20	déc23	50 000	24 500 000	Indemnités membres du jury et primes
Programme mises à niveau	Améliorer la qualité des hôtels	Ministère du Tourisme	Ministère du Tourisme, Crédit Hôtelier SADT, ACT	juin19	déc21	500 000	245 000 000	Formation et prêts aux hôteliers, exonération de taxes sur deux ans
Appui aux agences de voyage	Développer des produits compétitifs	Office du Tourisme	Ministère du Tourisme, ACT, Crédit hôtelier	janv19	déc20	100 000	49 000 000	Formation et édition de supports par l'APTC
Classement des hôtels	Améliorer la qualité et la lisibilité de l'offre	Ministère du Tourisme	ACT	janv19	déc20	50 000	24 500 000	Séminaire de partage de la démarche et frais de mission
Restaurer le réseau routier	Améliorer l'accessibilité des sites touristiques	Ministère chargé des routes	Ministère du Tourisme, Communes	janv19	déc22	Cf Ministère chargé des routes	Cf Ministère chargé des routes	
Développement des liaisons maritimes interîles	Améliorer la connectivité	Ministère chargé transports maritimes	Ministère du Tourisme, APTC	janv20	déc23	Cf Ministère chargé des Pêches	Cf Ministère chargé des Pêches	Construction de ports, acquisition de bateaux appui au fonctionnement

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de l'offre

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Construction d'un centre de démonstration sur plantes aromatiques à Anjouan	Améliorer la lisibilité de l'offre sur l'Ylang Ylang	SADT	Ministère du Tourisme, Associations locales, Ministère e l'Agriculture	janv-20	déc-21	40 000	19 600 000	Subventions aux associations
Production et vente de produits dérivés de plantes aromatiques	Promouvoir l'agro tourisme et améliorer les revenus locaux	Associations locales	Office du Tourisme, Ministère du Tourisme, Ministère de l'agriculture	janv-20	déc-21	20 000	9 800 000	Crédits accordés aux producteurs
Restauration et aménagement du complexe hôtelier Sultan MAWANA	Développer une offre typique sur le patrimoine	SADT	Ministères chargés de la Culture, de l'Agriculture et du Tourisme, Collectif du Patrimoine des Comores	janv-21	déc-23	400 000	196 000 000	
Soutien au développement de micro hébergements dans des fermes	Développer l'agrotourisme	Agriculteurs	SADT, Ministère agriculture, Associations locales, Crédit Hôtelier	janv-20	déc-24	100 000	49 000 000	Prêts du Crédit hôtelier et touristique
Développement de produits agricoles bio	Intégration du tourisme dans l'économie locale	Agriculteurs	SADT, Ministère agriculture, Associations locales	janv-20	déc-22	200 000	98 000 000	Prêts du Crédit hôtelier et touristique
Aménagement et organisation des sentiers de randonnées	Développer un tourisme itinérant	Ministères du tourisme et de l'environnement	Ministère du tourisme	janv-20	Dec 23	900 000	441 000 000	

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de l'offre

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Aménagement de neuf sites balnéaires	Développement d'une offre balnéaire compétitive	SADT	Ministère chargé du tourisme et de l'Environnement, SADT Crédit Hôtelier, ANPI	janv20	déc30	3 000 000	1 470 000 000	Cfr Plan d'aménagement
Promouvoir les Investissements hôteliers	Faciliter la mobilisation des investissements et les sécuriser	SADT	Ministère du Tourisme, ANPI	janv20	déc23	100 000	49 000 000	Missions confiées à des agences spécialisées en rapport avec l'ANPI
Développement des loisirs touristiques	Diversifier l'offre et allonger la durée de séjour	SADT	Ministère du Tourisme, APTC, Ministère chargé de la Pêche	janv20	déc23	100 000	49 000 000	Prêts du Crédit hôtelier et touristique
Organiser et mettre aux normes le tourisme chez l'habitant	Développer une offre complémentaire et améliorer les revenus locaux	Ministère du Tourisme	ACT, Communes, Crédit Hôtelier et Touristique	janv19	déc20	25 000	12 250 000	Textes, encadrement et financement du Crédit hôtelier et touristique
Soutien à la restauration de sites et monuments historiques	Développement de circuits culturels	Collectif du Patrimoine des Comores	SADT, Ministère du Tourisme, Ministère de la Culture, Communes et associations locales	janv19	déc23	300 000	147 000 000	Réhabilitation en faveur d'hébergements et de découvertes de patrimoine

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Organisation d'un Festival des Mariages	Promouvoir un nouveau produit	Office du Tourisme	Associations locales, agences de voyages	janv20	déc22	65 000	31 850 000	Mission confiée à une agence d'évènementiel
Appui aux artisans	Crédit Hôtelier	Crédit Hôtelier	SADT, Ministère chargés du Tourisme et de l'Artisanat, ISTH, Crédit Hôtelier et Touristique	janv20	déc22	150 000	73 500 000	Formation et financement
Aménagement d'espace d'exposition artisanale dans les points d'information et les hôtels	Promotion de l'artisanat	Office du Tourisme	Ministère de l'artisanat, Ministère du Tourisme, ACT	janv20	déc22	80 000	39 200 000	
Programme National de protection du littoral touristique	limiter l'érosion côtière	Ministère de l'Environnement	SADT, Commune, Associations	janv19	déc25	200 000	98 000 000	
Programme sous régional de restauration des plages	Restaurer les plages	Ministère de l'Environnement	Pays membres de l'Ile Vanille, Ministère du Tourisme	janv22	déc23	Cf Ministère chargé de l'Environnement	-	
Utilisation énergie solaire pour la distillation de l'Ylang-Ylang	limiter la déforestation	Ministère de l'Environnement	Ministère du Tourisme, Associations locales	janv20	déc21	60 000	29 400 000	Utilisation du gaz et du solaire à la place du bois de chauffe
Promouvoir la biodiversité	Améliorer la lisibilité du patrimoine naturel	Office du Tourisme	Ministère de l'Environnement, Association locale, guides	janv20	déc22	75 000	36 750 000	Plaques sur la faune et la flore et supports promotionnels
Sous total offre touristique						8 370 000	4 101 300 000	

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de la promotion

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Créer d'un portail Web sur le Tourisme comorien	Faciliter la communication et la vente de produits	Office du Tourisme	Ministère du Tourisme, ACT, SADT, Crédit hôtelier, Associations locales	janv19	déc20	100 000	49 000 000	
Appui à l'accès au web des opérateurs	Faciliter la communication et la distribution des petits producteurs	Office du Tourisme	APTC, Syndicats d'Initiatives, Associations locales	janv19	déc20	200 000	98 000 000	
Organisation de reportages presse et blogs	Communiquer à moindre coût sur les Comores	Office du Tourisme	ACT, Syndicats d'Initiatives, Associations locales, compagnies aériennes	janv19	déc20	100 000	49 000 000	
Participer aux salons et foires étrangers	Promotion de la destination	Office du Tourisme	ACT, Ministère du Tourisme, artisans et Syndicats d'Initiatives	juin19	déc24	1 000 000	490 000 000	
Acquérir un stand modulable	Créer une identité des Comores et réduire les coûts des participations aux salons	Office du Tourisme	ACT, Artisans	juin19	déc25	60 000	29 400 000	

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de la promotion

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Elaborer un guide de référence et un manuel de ventes	Construire une image durable	Office du Tourisme	Ministère du Tourisme, ACT, Syndicat d'Initiatives	Sept 19	déc19	60 000	29 400 000	
Sélectionner et contracter avec une agence de Communication internationale	préparer les salons et assurer le suivi	Office du Tourisme	Ministère du Tourisme, ACT	mars-19	déc20	90 000	44 100 000	
Mener des actions de communication conjointe avec les TO	Promouvoir efficacement les ventes	Office du Tourisme	ACT, TO étrangers	juin19	déc23	1 000 000	490 000 000	
Elaborer et promouvoir un agenda culturel et touristique, incluant le soutien aux grandes vedettes comoriennes	Améliorer l'animation touristique	Office du Tourisme	Ministères chargés du tourisme et de la Culture, ACT, Associations locales	janv19	déc20	40 000	19 6 000	

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de la promotion

Elaborer un Plan marketing touristique triennal	Fédérer et optimiser les actions de promotion touristique	Office du Tourisme	Ministère du Tourisme, ACT, Syndicat d'Initiatives	janv19	déc19	60 000	29 400 000	
Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début	Fin	Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Ouvrir un Bureau du Tourisme en Europe	Coordonner, stimuler et exécuter des actions de promotion touristique	Ministère du Tourisme	Ministère des Affaires Etrangères, Office du Tourisme, ACT	janv20		150 000	73 500 000	Budget annuel, hors salaire supporté par le MAE
Total Promotion						2 860 000	1 401 400 000	

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de la Gouvernance

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début		Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Réorganiser l'Administration touristique	Assurer une bonne gouvernance de la politique touristique	Ministère du Tourisme	Présidence de la République, ACT	janv-19		30 000	14 700 000	Séminaires et ateliers pour élaborer les textes et les vulgariser
Appuyer le fonctionnement de l'Administration et des Associations du Tourisme	Rendre efficace les institutions touristiques	Ministère du Tourisme	Ministère des Finances	janv-19	déc21	400 000	196 000 000	
Mettre en place un système de collecte et de traitement des données socio-	Assurer un suivi des indicateurs de performance du secteur et faciliter l'élaboration des projets et programmes	Ministère chargé du tourisme	ACT, Office du Tourisme	janv-19	déc20	200 000	98 000 000	

RAPPEL DU PLAN D' ACTIONS QUINQUENNAL NATIONAL UNION DES COMORES (2019-2023)

Au niveau de la Gouvernance

Actions/Axe	Objectifs	Responsables	Structures concernées	Début		Moyens requis (euros)	Moyens requis (KMF)	Observations
Créer une Société d'Aménagement et de Développement touristique	Assurer une bonne prise en charge des investissements touristiques	Ministère du Tourisme	Parlement, Présidence de la République, Ministère des Finances	juin-19	déc19	300 000	147 000 000	
Créer un Crédit Hôtelier et Touristique	Faciliter et sécuriser l'investissement touristique	Ministère du Tourisme	Présidence de la République, Ministère des Finances	juin-19	déc19	1 062 000	520 000 000	
Créer un Conseil National du Tourisme	Faciliter la mise en œuvre de la politique touristique et en assurer le suivi	Ministère du Tourisme	Présidence de la République, ACT, Collectivités locales	janv-19		50 000	24 500 000	Réunions et missions ponctuelles
Créer un Institut National du Tourisme et de l'Hôtellerie	Garantir la disponibilité de ressources humaines qualifiées	Ministère du Tourisme	ACT,	janv-19	déc20	400 000	196 000 000	
Total Gouvernance						2 442 000	1 196 200 000	

NOTA - En ce qui concerne la gouvernance de l'organisation du tourisme, nous préconisons dans ce présent document, la création d'offices de tourisme insulaires, décentralisés, véritables outils de développement,, afin que chaque office du tourisme soit au plus près des réalités du terrain, des prestataires touristiques. Chaque office de tourisme insulaire travaillant en coordination et cohérence avec l'office national du tourisme pour la promotion et la communication touristique.

Les offices de tourisme insulaires disposeraient d'une gouvernance tri-partite : gouvernorat, collectivités, prestataires privés et associations de tourisme.

Les pistes de financement potentielles
ou de partenariat

Les pistes de financement possibles

1. Les pistes de financements publics :

Deux pistes existent et peuvent être développées : celle de la taxe de développement touristique et celle d'un fonds interministériel de développement touristique

La taxe de développement touristique

Cette taxe existe officiellement et est prélevée sur les hébergements et certaines activités touristiques. C'est le touriste qui la paie au prestataire, lorsqu'il règle sa facture. Le prestataire le reverse aux finances de l'Etat.

Il s'agit d'une taxe affectée au développement du tourisme. Force est de constater qu'une partie de la somme collectée est seulement réaffectée aux organismes de promotion ou aux actions de développement.

Le bon fonctionnement voudrait qu'une taxe affectée au tourisme soit reversée impérativement au développement de ce secteur. Cette taxe payée par le client contribuerait ainsi comme levier économique d'un secteur qui dégagerait à son tour de nouvelles valeurs ajoutées.

Le fonds interministériel de développement touristique.

Le tourisme est un secteur transversal qui lorsqu'il est efficace, devient un levier économique pour tous les autres secteurs : commerce, agriculture, culture, bâtiment et travaux publics, transports, etc..

Il serait utile que tous les ministères qui sont susceptibles de voir le domaine dont ils ont la charge, impactés positivement par un secteur touristique dynamique participent à un fonds interministériel de développement touristique. Ce fonds serait complémentaire de la taxe de développement touristique.

2. Les partenariats privés

Le tourisme étant avant tout une activité portée par le secteur privé, et qui participe au développement des autres secteurs privés de l'économie burkinabé, il est logique de faire appel au partenariat financier privé, pour financer des actions de promotion



Les pistes de financement possibles

3. Soutiens internationaux publics

les financements internationaux : bailleurs publics et /ou investisseurs privés peuvent être sollicités pour alléger les financements publics et privés

Parmi ces bailleurs internationaux et sous régionaux qui peuvent être approchés action par action, on peut noter :

- La Banque Mondiale
- L'Union Européenne
- L'Agence Française de Développement
- Certains programmes de l'Organisation Mondiale du Tourisme
- La Coopération française décentralisée de collectivité à collectivité
- Le PNUD
- La Commission de l'Océan Indien (COI)



Les pistes de financement possibles

LA BANQUE MONDIALE DU TOURISME

La Banque Mondiale accorde aux pays en développement **des prêts assortis de faibles taux d'intérêt, des crédits sans intérêts ou encore des dons**. Ces financements sont destinés à appuyer des investissements dans un vaste éventail de secteurs : éducation, santé, administration publique, infrastructure, développement du secteur financier et du secteur privé, agriculture, gestion de l'environnement et des ressources naturelles, tourisme, etc. Certains des projets sont cofinancés par les pays eux-mêmes, d'autres institutions multilatérales, des banques commerciales, des organismes de crédit à l'exportation ou des investisseurs du secteur privé.

La Banque Mondiale fournit ou mobilise également des financements par le biais de fonds fiduciaires constitués en partenariat avec des bailleurs de fonds bilatéraux et multilatéraux. De nombreux [partenaires](#) demandent à la Banque de les aider à gérer des initiatives de soutien dans un large éventail de secteurs et de régions en développement.

FONDS EUROPEENS DE DEVELOPPEMENT

Subventions pour le développement dans le cadre des accords internationaux de Cotonou entre Etats membres de l'UE et pays Afrique, Caraïbes, Pacifique. Subventions européennes accordées dans le but de promouvoir le développement économique, culturel et social des pays Afrique, Caraïbes et Pacifique, pays ayant signé l'accord de Cotonou) dans le but de contribuer à la paix et la sécurité et de promouvoir un environnement politique démocratique stable.



Les pistes de financement possibles

PROGRAMME ST-EP ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME

La mise en œuvre de projets ST-EP a commencé vers la fin de 2005 par le programme de formation de guides locaux dans le village d'Ebogo au Cameroun. Depuis lors, le portefeuille de projets ST-EP.

s'est rapidement étoffé, grâce aux généreuses contributions apportées par le gouvernement de la République de Corée à la Fondation ST-EP, et par l'organisme de développement néerlandais SNV et le gouvernement italien à l'OMT.

Le portefeuille total de projets ST-EP en cours de réalisation recouvre une vaste gamme d'activités. On trouve des projets menés à l'échelle locale pour former des guides et du personnel hôtelier, ou pour faciliter la participation de la population locale au développement du tourisme autour de sites du patrimoine naturel et culturel ; des projets au niveau du district centrés sur l'établissement de liens commerciaux entre les producteurs pauvres et les entreprises touristiques d'une région ; des projets d'ampleur nationale destinés à procurer des services commerciaux et financiers à des entreprises touristiques de petites dimensions ou communautaires ; et des projets au niveau régional qui concernent la commercialisation conjointe d'activités touristiques communautaires.

L'OMT, en étroite association avec les gouvernements intéressés et les organisations de développement participantes, fait une sélection des organisations (Autorités nationales de tourisme, autres organismes gouvernementaux, ONG, etc.) chargées de la coordination des projets ST-EP. Des comités de pilotage ont également été constitués pour guider la mise en œuvre des projets ST-EP. Ces comités de pilotage ont élaboré des programmes de travail détaillés et se réunissent régulièrement pour discuter de l'avancement des projets.

L'OMT leur apporte un soutien actif et prend part à leurs réunions autant que possible.



Les pistes de financement possibles

L'AGENCE FRANCAISE DE DEVELOPPEMENT

La grande diversité des outils de financement dont dispose l'AFD est un atout majeur pour œuvrer en faveur du développement. Année après année, l'AFD renforce et élargit cette gamme de produits financiers en fonction de l'évolution des besoins des pays partenaires et de ses propres missions. L'Agence vient ainsi de mettre en place des prêts indexés sur le cours des matières premières.

L'AFD s'engage par ailleurs dans le développement de **partenariats public-privé** et participe à la réflexion de la communauté internationale sur le meilleur usage des ressources publiques bonifiées.

L'Agence apporte également son **appui en ingénierie financière** comme coordonnateur de bailleurs de fonds ou à la faveur de mandats spécifiques de conseil.



Remerciements

à toutes les personnes qui ont accompagné l'élaboration de ce schéma de développement touristique d'Anjouan

Les IV phases qui ont abouti à ce schéma de développement touristique de l'île d'Anjouan se sont réalisées de manière partagée avec le concours des élus et des organismes suivants :

- **Le Ministre en charge du Tourisme de l'Union des Comores, la Direction nationale du Tourisme, et l'Office national du tourisme des Comores**
- **Le Gouverneur de l'île d'Anjouan,**
- **Les Elus des collectivités locales**
- **Les services permanents du Gouvernorat de l'île d'Anjouan et plus particulièrement Abdallah Mohamed et Nourddine Mirhani**
- **La Direction du Tourisme à Anjouan et son directeur particulièrement présent, Kassim Badroudine**
- **Ndzuwani Gold, l'Agence de Développement de l'île d'Anjouan dont son directeur et Nadhufa Mohamed**
- **Les services décentralisés de l'environnement, du tourisme, des transports,**
- **La Maison du Parc du Mont N'Tringui,**
- **L'ONG Dahari**
- **Le Collectif du Patrimoine dont sa Présidente Fatima Boyer, et les Jeunes du Patrimoine des Comores**
- **La coopérative de femmes du Chihondro**
- **Les Elus et permanents de la CCI**
- **Les communautés locales**

Et tous ceux que j'ai rencontrés et qui m'excuseront de ne pas tous les nommer.

Ils leur restent à travailler ensemble de manière affirmée et offensive au développement touristique de l'île d'Anjouan – Votre territoire le mérite

Michel CLAUDE
TOURISME SANS FRONTIERES ONG
Septembre 2019