

3ème partie diagnostic tourisme région du
Guémon Côte d'Ivoire

Le patrimoine bâti dans le Guémon



Diagnostic : Région du Guémon

le patrimoine bâti

villages, villes, patrimoine traditionnel

FORCES	<p>Le projecteur patrimonial doit être mis sur les villages traditionnels dont il reste peu d'existant ce qui permettrait par ailleurs des retombées directes auprès des populations villageoises</p> <p>Conserver toutes les traces du petit patrimoine bâti rural : puits, greniers à grain...</p>
FAIBLESSES	<p>Les centres urbains se ressemblent sans particularité notable leur permettant de se distinguer particulièrement</p> <p>Une insuffisance de patrimoine bâti spécifique caractérisant la région par rapport à une autre</p> <p>Pas de vestiges anciens de patrimoine bâti, monuments ou villages traditionnels</p> <p>L'habitat le plus fréquent est semblable de village à village : bois et tôle.</p>
OPPORTUNITES	<p>Faire l'inventaire des bâtis ayant conservé les modes de construction anciens et pouvant être mis en exergue dans le cadre de circuits urbains ou ruraux</p>
MENACES	<p>Danger que la tôle ondulée remplace petit à petit toute construction traditionnelle.</p>

Axes et pistes d'action : patrimoine bâti

PISTES D'ACTION	
	Faire un inventaire du patrimoine bâti susceptible d'être protégé, et mis en avant pour des visites guidées à l'intention des touristes : cases, puits, greniers à grain etc...
	Sensibiliser les populations à l'intérêt de conserver des traces de leurs modes de construction anciens en leur démontrant l'aspect culturel qui suscite la curiosité des touristes qui viennent d'autres régions ou d'autres pays.

La médiation culturelle et la formation des guides touristiques

Face au manque de guides touristiques formés, des jeunes locaux se proposent spontanément pour accompagner les touristes...

Diagnostic Région du Guémon

la médiation culturelle, les guides du patrimoine, les guides écotouristiques

FORCES	Les populations et en particulier les jeunes aiment faire découvrir spontanément leur village, leur quartier aux visiteurs.
FAIBLESSES	Absence d'un service ou d'un bureau de guides touristiques ou écotouristiques
OPPORTUNITES	Nécessité de former des guides, dont la première mission, en attendant, l'arrivée des touristes, serait d'inviter la population a redécouvrir leur région avec le regard d'un touriste Formation nécessaire au savoir-faire, au savoir être et au contenu (patrimoine matériel et immatériel, histoire, faune et flore...)
MENACES	En l'absence de guides formés, reconnus, risque de voir des commentaires fantaisistes, ne correspondant pas à la réalité historique

Axes et pistes d'action : médiation culturelle, guides...

PISTES D'ACTION	
	<p>Dans l'attente d'une réglementation d'Etat sur les guides touristiques, encourager des formation locales de guides du patrimoine et de guides de randonnée écotouristique (formation au savoir être, au savoir faire et au contenu culturel de leur région. (Voir idée de programme de formation de guides sur 2 semaines – pages suivantes)</p> <p>Encourager l'Etat ivoirien à mettre en place une législation, des formations et des examens de guides pour qualifier la profession</p>

Exemple de programme proposé pour la formation des guides - 1^{ère} semaine

le métier de guide du patrimoine et d'écotourisme

le contenu patrimonial et écotouristique

le savoir-être et savoir-faire du métier de guide

	Jour 1	Jour 2	Jour 3	Jour 4
Matinée 9h – 12 h	<p>Accueil des participants et tour de table</p> <p>Le monde du tourisme et l'intégration des guides à travers le rôle du guide-animateur de découverte</p>	<p>Le Patrimoine : pourquoi s'intéresser au patrimoine ? Pourquoi protéger le patrimoine Le patrimoine bâti : Biens rituels – espaces publics, édifices religieux, ouvrages militaires, maisons princières et aristocrates, montage de circuits sur les sites Exemple d'élaboration d'un forfait du tourisme solidaire</p>	<p>SITES NATURELS ET ECOTOURISTIQUES Les sites écotouristiques – les aires protégées – les réserves communautaires – les sites balnéaires – les sites terrestres – exemple de montage d'un circuit et évaluation Éducation et interprétation de l'écotourisme</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ L'artisanat et la cuisine▪ Jardins botaniques, agriculture▪ Patrimoine immatériel et problématique de conservation
Après-midi 14 h – 17 h	<p>Mise en commun des connaissances Histoire générale de la région et du pays Récits et mises en lien avec la culture du pays</p>	<p>Les 3 composantes d'une visite guidée</p> <ul style="list-style-type: none">▪ La scène : le site et ses particularités▪ Les spectateurs : les visiteurs passifs ou participants ?▪ Le metteur en scène : le guide	<p>Le savoir-être et le savoir-faire du guide</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Savoir préparer sa visite en amont en fonction du groupe attendu▪ L'accueil des visiteurs et la prise de contact▪ Les visites animées, les visites avec démonstration...	<p>Les attentes de clientèles d'aujourd'hui</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Les différences culturelles et attentes des clientèles internationales selon leur pays▪ Le guide et sa fonction force de vente au bénéfice de l'offre touristique

Exemple de programme proposé pour la formation des guides - 2^{ème} semaine
 le métier de guide du patrimoine et d'écotourisme
 le contenu patrimonial et écotouristique
 le savoir- être et savoir-faire du métier de guide

	Jour 5	Jour 6	Jour 7	Jour 8
Matinée 9h – 12 h	<p>Expliquer l'Histoire socio culturelle du site visité (récits factuels, toponymie, modes de vie..) Expliquer les valeurs culturelles de tolérance, de compromis dans la communication interculturelle</p>	<p>Ecosystème Savoir présenter la valeur écotouristique des écosystèmes</p>	<p>Visite d'un parcours écotouristique</p>	<p>Visites patrimoniales et exercices</p>
Après-midi 14 h – 17 h	<p>La Valorisation touristique du Patrimoine Signalétique directionnelle et panneaux d'interprétation, outils d'accueil et de promotion Animation des sites et évènement Créer, Organiser et faire vivre un bureau des guides Harmonisation des tarifs et des pratiques ATELIER : CONCEVOIR UN CIRCUIT</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les sites historiques un à un (fiches) ▪ Problématiques générales liées à la conservation et à la restauration 	<p>Visite d'un parcours écotouristique</p>	<p>Séance de clôture</p> <p>Restitution par les stagiaires</p> <p>Séance de validation des formations et remise des attestations.</p>



Le patrimoine immatériel : Culture, traditions et artisanat d'art

Diagnostic Région du Guémon

évènements culturels, traditions et artisanat d'art

FORCES	<p>L'un des points forts à exploiter sur le plan touristique sera de valoriser les évènements traditionnels dans les village : danses, musiques, traditions</p> <p>Mettre en place un calendrier des manifestations culturelles et traditionnelles sur un site internet tourisme afin que les visiteurs puissent en avoir connaissance</p>
FAIBLESSES	<p>L'artisanat d'art n'est pas suffisamment valorisé – les artisans d'art sont difficiles à trouver dans les villes et villages</p> <p>Difficulté pour un touriste de trouver facilement un objet d'artisanat d'art à ramener comme souvenir</p>
OPPORTUNITES	<p>Inciter les artisans d'art à se regrouper sur un lieu de vente commun afin de faciliter l'accès des touristes à leur production et encourager leurs ventes.</p>
MENACES	

L'OBJET D'ART COMME SOUVENIR DU LIEU VISITÉ ET OUTIL DE PROMOTION DE LA DESTINATION

L'art « touristique » est une forme d'art à but commercial proposé dans le pays hôte à l'intention des touristes. Il représente parfois des images stéréotypées du pays visité et de sa nation.

Les arts « touristiques » africains diffèrent des arts touristiques occidentaux en deux points

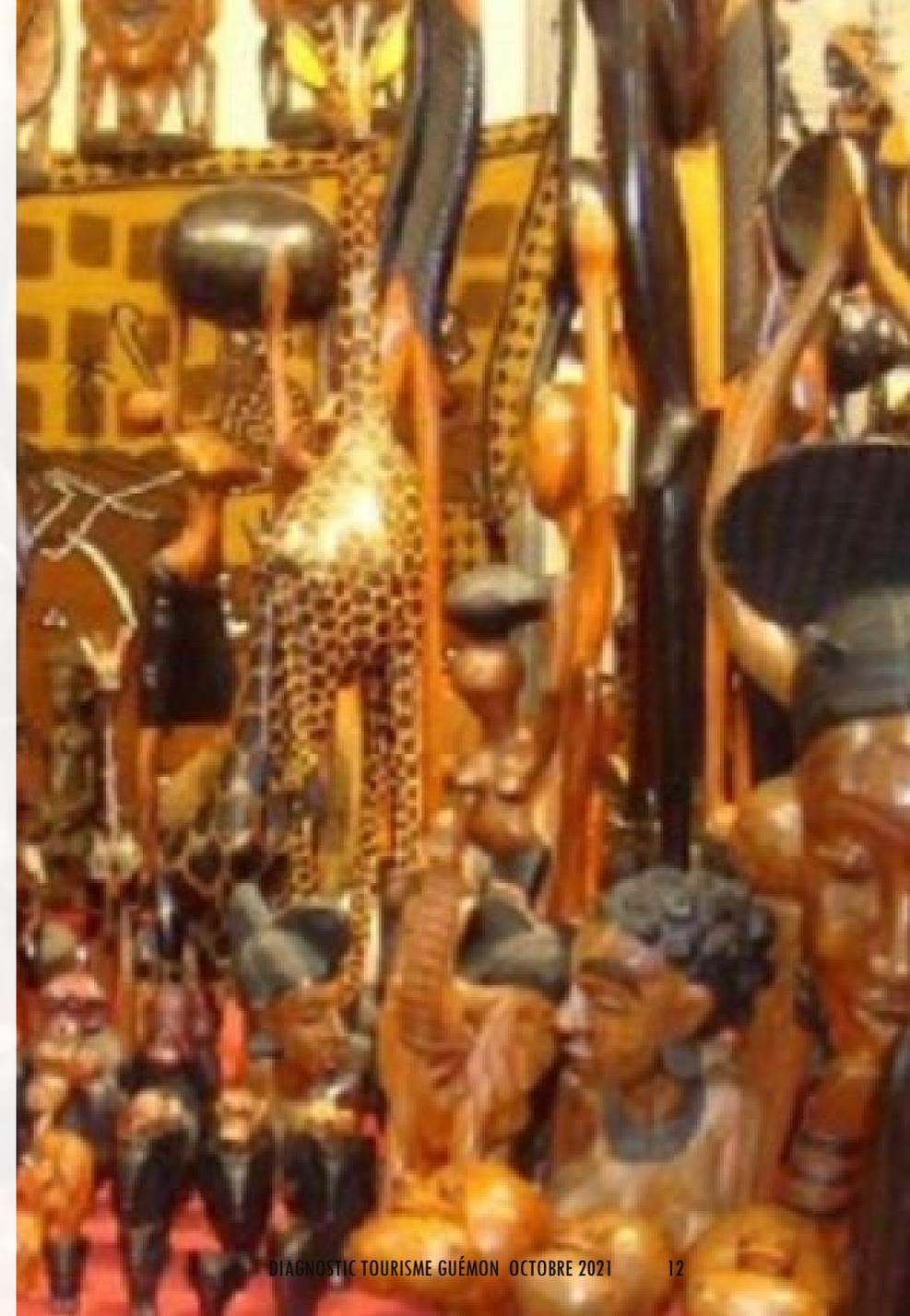
- Il s'agit très souvent d'une production locale réalisée par des **structures artisanales, unipersonnelles ou familiales**
- L'artisan est le plus souvent **en contact direct avec le client**, ce qui lui permet de mieux connaître les attentes et donc de faire évoluer son offre

L'OBJET D'ART COMME SOUVENIR DU LIEU VISITÉ ET OUTIL DE PROMOTION DE LA DESTINATION

L'achat d'un objet artisanal par un touriste répond à plusieurs de ses aspirations

- **Garder la mémoire de son voyage** lors de chaque regard sur l'objet artisanal rapporté
- **L'objet est en quelque sorte la « preuve visible » de son voyage vis-à-vis de ses amis**
- Parler de son voyage avec ses proches, ses amis, **échanger sur le pays visité**

Sachant le « bouche à oreille » est l'un des meilleurs vecteurs de promotion touristique d'un territoire, l'objet d'art ramené par un touriste devient un outil de communication touristique



Axes et pistes d'action : événements culturels, traditions et artisanat d'art

PISTES D'ACTION	
	Créer une vitrine en ligne des manifestations culturelles, traditionnelles du Guémon en précisant les lieux, les dates
	Créer des regroupements d'artisans d'art permettant aux touristes de les trouver aisément et d'acheter des objets d'arts qui seront autant de supports de promotion

Des hébergements
touristiques à
parfaire en
aménagement et
en qualité de
réception



Diagnostic Région du Guémon : les hébergements touristiques

hôtels, gîtes, écolodges... autres

FORCES	
FAIBLESSES	<p>Hôtellerie très disparate dans la Région du Guémon</p> <p>Duékoué rassemble le haut et moyen standing</p> <p>Dans les autres départements : hôtels de quartier</p> <p>Conséquence des crises traversées par la Région et l'occupation de structures hôtelières</p> <p>Coupures d'eau et d'électricité</p> <p>Personnel attentiste vis-à-vis des clients – ils ne vont pas assez vers le client</p>
OPPORTUNITES	<p>Nécessité de formation à la fois des investisseurs hôteliers et des personnels</p> <p>Conception et organisation d'un hôtel – gestion des personnels</p> <p>Formation des personnels</p>
MENACES	

Axes et pistes d'action : les hébergements touristiques

PISTES D'ACTION	
	<ul style="list-style-type: none">• Encouragement au classement des hôtels et à une mise en place d'une démarche qualité hôtelière.• Mise en place d'un système de déclaration en mairie pour les hébergements chez l'habitant et de contrôle normes d'hygiène et de confort des hébergements chez l'habitant.• Encourager l'émergence d'hébergements touristique de type écolodge, inspirés de l'architecture et des matériaux locaux et adaptés aux attentes de confort et de dépaysement des clientèles internationales<ul style="list-style-type: none">• Hébergements typiques,, voire insolites mais confortables : literie, climatisation, sanitaires, décor, environnement• Ecolodges (les touristes ne viennent pas si loin pour dormir dans des hôtels qu'ils ont chez eux – favoriser le dépaysement)
	<ul style="list-style-type: none">• Plan de formation des directeurs et personnels de l'hôtellerie mais aussi des loueurs de gîtes (formation à l'accueil touristique et à la force de vente)• Aide de l'Etat à l'investissement pour la modernisation des hôtels (prêts bonifiés, exonérations fiscales à durée déterminée)



Une restauration traditionnelle
à découvrir et à valoriser

Diagnostic : la restauration touristique et les produits régionaux

FORCES	<p>Une restauration typée, régionale Bonne présentation des plats Qualité de service en général Produits régionaux : épices, piments mais ces produits restent à être valorisés et mieux commercialisés grâce à un packaging régional et adapté</p>
FAIBLESSES	<p>Les cartes sont riches de propositions mais la disponibilité des plats proposés est souvent très faibles, donc risque de répétition de l'offre pour un séjour de huit jours. es mêmes plats reviennent souvent – manque de variété malgré des cartes prometteuses</p>
OPPORTUNITES	<p>Les évènements, les festivals sont autant d'occasion de valoriser la gastronomie Faire de la diaspora, une ambassadrice de cette gastronomie.</p>

Axes et pistes d'action : la restauration et gastronomie

PISTES D'ACTION	
	<p>Faire connaitre davantage sur les tables de restaurant, les spécialités culinaires propres au Guémon</p> <p>Editer des petits livrets ou fiches de recettes régionales</p> <p>Faire référencer les restaurants sur une édition de l'office de tourisme</p>



Quelles clientèles cibler vers la nouvelle Destination Guémon ?

Typologie de nouvelles clientèles touristiques à conquérir dans un premier temps pour le Guémon

Développer un tourisme interne dans un premier temps avant de s'ouvrir à une clientèle internationale

Les découvreurs à la recherche des

- Nouveaux paysages
- Nouvelles cultures
- Patrimoine différent
- Nouvelles traditions
- Rencontres
- Échanges

Les sportifs à la recherche de :

- Randonnée sportive
- Parcours de trails



Les écotouristes à la recherche de

- Nature, flore et faune
- Parcs et réserves
- Agrotourisme
- Rencontre avec les habitants
- Hébergement local insolite
- Participation travaux agricoles
- Nourriture locale
- Itinérance nature

Typologie d'âge à la recherche de produits adaptés aux

- Familles
- Jeunes
- Couples
- Seniors
- Groupes d'amis



Les clientèles et les retombées économiques sur le territoire

Diagnostic : les retombées économiques du tourisme

FORCES	<p>Le tourisme étant une « industrie comme une autre » il est indispensable d'investir pour disposer de retombées économiques sur le territoire;</p> <p>Les retombées sont bien sûr en termes de chiffres d'affaires pour les prestataires privés, mais aussi en termes de revenus pour les communautés locales qui se proposent de créer des activités d'accueil rémunératrices.</p> <p>Les retombées bénéficient à tous les secteurs de l'économie : taxis, maraîchers, commerçants, garagistes, bâtiment, santé, infrastructures..</p> <p>La création d'emplois directs ou indirects du tourisme sont aussi les fruits d'une activité touristique régulière</p>
FAIBLESSES	<p>Peu d'offres de services ou de prestations, peu de lieux de consommation spécifiques, peu de lieux visibles de vente de produits d'artisanat d'art ou de produit du terroir packagés, d'où la faiblesse des retombées économiques actuelles issues du tourisme dans le Guémon</p>
OPPORTUNITES	<p>Le tourisme est une chance de développement pour les territoires – tous les pays ou régions touristiques le démontrent</p>
MENACES	



Créer un office de tourisme en charge du développement touristique régional

Vers un nouvel office de tourisme, l'outil tourisme régional du Guémon

Les bonnes questions à se poser dans le bon ordre

- 1. Quel projet tourisme pour le territoire ?** : l'écotourisme au sein du Parc National ? les danses et musique, les traditions et le patrimoine ?
- 2. Quelles missions pour l'office de tourisme ?** Accueil, information, coordination des acteurs, production et développement, promotion ?
- 3. Quels moyens pour l'office de tourisme** : budget, taxe de séjour, ressources humaines ?
- 4. Quel statut et quelle gouvernance pour l'office de tourisme** : gestion déléguée ou gestion directe ?

Pour la création d'un véritable office de tourisme du Guémon

Les missions à déléguer, essentielles au développement

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'office de tourisme est un levier économique pour 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'événements et d'animations locales
- ✓ Force de proposition écoutée en tourisme local...
- ✓ Conseiller en aménagement touristique du territoire...

Diagnostic : l'office de tourisme – missions et moyens

FAIBLESSES	Absence d'organisme en charge du développement touristique régional
OPPORTUNITES	La mission d'un office de tourisme est de « vendre » la destination, mais aussi de développer en structurant l'offre touristique, d'accueillir, d'informer et de promouvoir la destination. L'office de tourisme a aussi un rôle majeur en terme de fédération des professionnels du tourisme du territoire.
MENACES	Des moyens suffisants et nécessaires devront permettre à l'office de tourisme d'assumer ses missions L'absence totale de moyens matériels et financiers rend les compétences en ressources humaines inopérantes.

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

PISTES D'ACTION	
	<ul style="list-style-type: none">• 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 , 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• Participer aux cotés de l'office national du tourisme à des salons bien ciblés• Organiser des éductours pour faire connaître aux TO, les réalités touristiques de la région, une fois, la région aménagée pour le tourisme

aller vers un site internet créateur de désir pour le territoire

RENFORCER L'ANIMATION NUMERIQUE DU TERRITOIRE

Le tourisme en ligne, ce n'est pas seulement un site web et une page Facebook de la destination ! Avec l'apparition du web, puis de la mobilité, puis des services adaptés aux clients en séjour, chaque responsable d'office de tourisme doit analyser comment son territoire est adapté à ses nouveaux modes d'échanges et de consommation.

La communication du territoire n'est plus de son seul fait, elle est même davantage alimentée par les échanges et les publications des vacanciers, des habitants (parfois eux-mêmes producteurs et des prestataires).

Les offices de tourisme ne sont donc plus les seuls «détenteurs» de la communication territoriale, mais doivent en demeurer les «managers».



Le management de destination intégrant l'aspect numérique, c'est donc réfléchir à plusieurs aspects stratégiques

Un tour d'horizon des réflexions à mener de façon transversale :

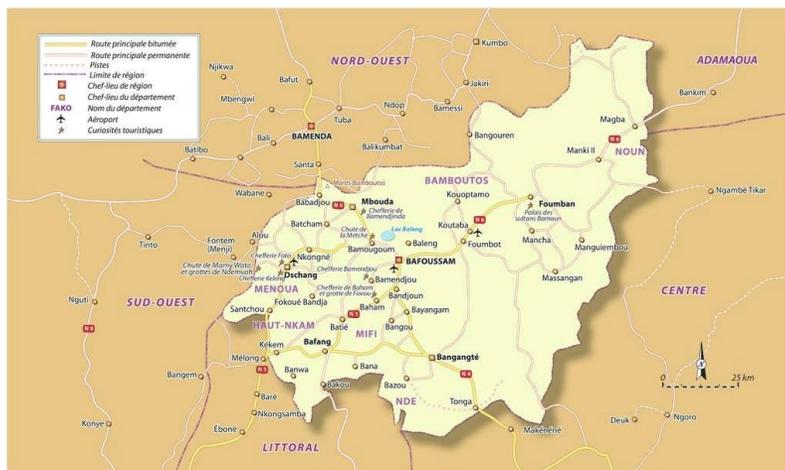
- Le site ou les sites web de la destination, leur cohérence avec la stratégie marketing.
- La façon dont le territoire, la destination, l'éventuelle marque existent dans les réseaux sociaux.
- Comment le territoire est adapté à la mobilité, tant en terme d'infrastructures ? (wifi, couverture réseau) qu'en outils en mobilité pour aider la consommation
- Comment le numérique est intégré à la stratégie d'accueil : à la fois en réponse aux internautes qui préparent, en fonction de là où ils vont, pour ceux sur place lors du séjour, mais aussi avec les clients internes, c'est-à-dire les collaborateurs?
- Comment les entreprises touristiques du territoire sont accompagnées ? : c'est l'animation numérique de territoire.
- Comment le manager de destination peut et doit faire partager sa vision et ses outils avec l'ensemble des partenaires et prestataires impliqués ?
- Comment l'offre de mon territoire est commercialisée ?
- Comment mon client a accès à l'information ? ...

Les éditions : aller au-delà de l'information pour créer le désir de la destination

Absence d'une véritable documentation touristique à ce jour

La priorité en édition touristique sera la création d'une carte touristique de la région permettant aux visiteurs de se déplacer et de se situer

- Créer une **documentation d'appel** pour la promotion et une présence sur les salons, dont une carte touristique du Guémon.
- Créer une **documentation d'information et d'accueil** pour les visiteurs de l'île (**carte touristique** recensant les sites du patrimoine, les sentiers de randonnées, les sites naturels, les activités - une des hôtels, des gîtes, des restaurants, des guides...



Carte IGN 1995 sur laquelle ne figure pas tous les réseaux routiers actuels

Axes et pistes d'action : les partenaires privés et publics

PISTES D'ACTION	
	<p>Le développement touristique réussi est toujours le fruit d'un effort partagé entre les pouvoirs publics d'une région et les acteurs privés du territoire.</p> <p>Importance pour la Région d'associer en permanence les acteurs privés du tourisme dans toutes les décisions, projets, programmations touristiques du territoire.</p>
	<p>Créer un office régional de tourisme à gouvernance partagée publique-privée</p>

Axes et réflexions à retenir en vue de l'élaboration du schéma de développement touristique du Guémon

Le diagnostic permettra de faire émerger les formes de tourisme possibles et ensuite de préconiser des actions de développement par filière touristique

1. Quels tourisms développer en adéquation avec les attentes actuelles des clientèles ?
Quelle progression ? Quels atouts mettre en avant ?
2. Quelles clientèles cibler ?
3. Quelles priorités d'action pour un développement progressif du tourisme qui se fasse au fur et à mesure de l'aménagement touristique de la région ? : Tourisme interne, pays africains limitrophes , Europe ?
4. La capacité d'initiative des communautés locales alliée aux financements de la diaspora n'est elle pas une partie de la solution ?
5. Sensibilisation et accompagnement des communautés locales s'engageant dans un projet touristique local

Aménager progressivement le territoire touristique tout en formant les acteurs professionnels et les communautés locales intéressées

- **Encourager de manière dynamique (campagne de sensibilisation) le tourisme interne qui permet des retombées économiques partagées, une découverte et une meilleure connaissance des richesses touristiques par les populations, du travail ainsi qu'une activité pour les professionnels du tourisme ...**
- **Urgence d'ouvrir le chantier de nettoyage des sites naturels et patrimoniaux des déchets plastiques poursuivre la sensibilisation des populations, des entreprises,**
- **Inciter les communautés locales à créer une offre touristique locale, guidage, buvette, bungalows, restauration, offre locale qui leur sera rémunératrice – le développement du tourisme doit aussi partir de la base, du terrain, avec l'aide de la diaspora.. - Ne pas tout attendre d'en haut...**
- **Formation des cadres et personnels du tourisme : école d'application en restauration et en hôtellerie, formation de cadres développeurs du tourisme**

Organiser le territoire touristique pour mieux accueillir – Faciliter l'accès des visiteurs aux sites

- **Création d'un office de tourisme : outil de développement : accueil, informations, promotion, développement, fédération des acteurs – éditions de cartes touristiques et de dépliants d'accueil**
- **Faire de la diaspora un vecteur potentiel pour le développement du tourisme, tant pour les investissements, l'encadrement et la promotion – faire de la diaspora, des ambassadeurs du Guémon**
- **Mise en place d'une signalétique directionnelle et touristique – signifier les entrées de village**
- **Editer une carte touristique du Guémon pour permettre de mieux se situer et faciliter l'accès aux sites**
- **Poursuivre l'aménagement touristique des villages du Mont Peko : lieux de rafraichissement et de grignotage – prévoir des petits hébergements de types bungalows pour ceux qui aimeraient rester plusieurs jours, sanitaires, douches...**

Le tourisme d'itinérance et l'écotourisme, un tourisme tendance à organiser et développer

- **Développer le tourisme vert et l'écotourisme à travers un réseau de sentiers de randonnées à baliser,**
- **Créer des zones d'observation de paysages,**
- **Ouvrir le Parc National du Mont Peko à une découverte touristique raisonnée.**

Promouvoir l'artisanat, les produits du terroir et les traditions, le patrimoine immatériel comme des signes identitaires de la destination

- **La valorisation d'un artisanat d'art et des produits de l'agrotourisme avec la création de centres ou marchés artisanaux accessibles facilement aux touristes**
- **Promotion du patrimoine immatériel : traditions, recettes de terroir, musiques, danses, costumes...**

Clarifier, renforcer, communiquer, appliquer la réglementation du tourisme par l'Etat

- **Réaffirmer la volonté politique de la Région d'accompagner le développement touristique par le vote d'un budget tourisme en adéquation avec les besoins réels des outils de promotion et de développement**
- **Compléter le Code du Tourisme Ivoirien - clarifier et préciser les fonctions de chacun : directions nationales et regionales, délégués gouvernementaux au tourisme, offices de tourisme..**
- **Organiser règlementairement le classement des hébergements touristiques et le suivi des contrôles (inspecteurs du tourisme)- organiser la formation des guides officiels - création d'un corps d'inspecteurs du tourisme**
- **Gestion et protection des monuments historiques : Union si reconnaissance d'Etat et/ou Gouvernorats selon les monuments ? Limites des communes - Cadastre - protection du littoral des constructions sans permis - idem près des sites historiques**

Offensive marketing progressive

Montée en puissance quand l'offre sera qualitativement prête

- **Renforcer et positiver sans moderation, l'image touristique du Guémon**
- **Séduire les nombreux touristes en visite dans les regions limitrophes**
- **Montée en puissance progressive de la promotion internationale au fur et à mesure de l'aménagement touristique du territoire (tourisme inter-africain puis conquête de marches plus lointains)**
- **Organisation d'éductours pour faire venir des tour-opérateurs sur place une fois, l'offre qualifiée**

Accompagner au fur et à mesure des besoins, la création de nouveaux hébergements

- **L'ouverture progressive d'hôtels de standing de style » écolodge » pour l'accueil des touristes tout en développant des partenariats avec les hôtels régionaux**
- **Renforcer en permanence la formation des investisseurs hôteliers et personnels**
- **Aider à innover vers une gamme d'hébergements insolites et typés en matériaux locaux**
- **Favoriser, développer un réseau d'hébergement chez l'habitant (créer un réseau de réservation en ligne.**
- **Faciliter l'obtention de crédits aux acteurs privés touristiques pour encourager les investissements et la maintenance**

Le chemin du développement touristique pour le Guémon

1

Développement de l'offre en tourisme patrimonial et écotourisme,

- ✓ Les accès (aérien, accès routiers, transports réguliers, taxis, location de voiture..)
- ✓ Projeter des zones à vocation touristique phares : écotourisme, villages et patrimoine..
- ✓ Développer la signalétique touristique
- ✓ La valorisation touristique du patrimoine : interprétation des sites
- ✓ La valorisation de l'écotourisme par une ouverture raisonnée et un aménagement du parc national du Mont Peko
- ✓ La valorisation de l'hébergement et de la restauration touristique dans le cadre de la réglementation en vigueur
- ✓ Valorisation de l'artisanat d'art et galeries expo vente
- ✓ La sécurité sanitaire
- ✓ La lutte contre les déchets obstacle majeur au développement de l'écotourisme

2

Développement de la demande

- ✓ Créer l'envie et le désir de la découverte de la Région du Guémon
- ✓ Création d'une image et d'une marque pour le territoire
- ✓ Création d'un site internet générateur de rêve et d'une promesse de qualité
- ✓ Une documentation attractive : catalogue de vente
- ✓ Le salon Solidarissimo
- ✓ Un réseau de tours-opérateurs internationaux convaincus par la destination : éductours, création de circuits et de produits d'appel
- ✓ Des agences réceptives offensives

3

Qualifier l'accueil

- ✓ Un office de tourisme opérationnel ayant pignon sur rue (vitrine, accueil, développement et promotion)
- ✓ Un plan de formation pour les acteurs du tourisme : hôteliers, restaurateurs, agences, élus
- ✓ Une formation et une organisation des guides du patrimoine et des guides écotouristiques.
- ✓ Sensibilisation des populations au développement et à l'accueil touristique

4

Le financement des actions de développement

- ✓ Fonds nationaux et volonté politique
- ✓ Bailleurs internationaux sur des projets crédibles
- ✓ Investisseurs privés sur actions rentable

L'aménagement et l'ouverture raisonnée au tourisme du Parc du Mont Peko permettront l'attractivité touristique du Guémon

Le développement touristique particulièrement du Mont Peko dépendra en grande partie de la résolution de ces conflits potentiels.

L'une des clés de la promotion touristique du Guémon consistera à faire oublier le souvenir d'une région insécure lors de la décennie précédente, grâce à une communication adaptée de l'image d'un territoire écotouristique et d'une population accueillante au tourisme, consciente des apports économiques que ce secteur peut leur apporter.

Une volonté politique de développement touristique affirmée par le Conseil Régional

Le fait que la Région du Guémon se soit portée volontaire pour une mission de développement touristique proposée à Tourisme sans Frontières via l'Association des Régions de Côte d'Ivoire (ARDCI) en partenariat avec l'Association de Promotion du Tourisme en Côte d'Ivoire (APTCI), l'accueil et les moyens mis en place par les services de la Région pour faciliter l'accueil et le déroulement de la mission de TSF, démontre la motivation et la volonté politique des élus régionaux du Guémon.

Cette volonté devra se concrétiser par la mise en œuvre des préconisations qui seront faites suite au diagnostic, dans le schéma de développement touristique qui en découlera, mais aussi par la création d'un outil essentiel au suivi permanent du développement touristique et à la fédération des acteurs du tourisme : un office de tourisme régional autonome à gouvernance partagée entre élus régionaux et socioprofessionnels du tourisme.



Les règles de base pour disposer d'un territoire touristique

Le développement touristique d'un territoire ou la mise en tourisme repose en grande partie sur :

- Une image forte dégagée par le territoire qui rend désirable la destination
- La mise en exergue de la différence de l'offre touristique par rapport aux autres destinations concurrentes, qu'elle soit patrimoniale, culturelle, écotouristique, gastronomique, artisanale...
- La facilité d'accès et de circulation
- Le sentiment de sécurité y compris sanitaire
- Un hébergement respectant l'environnement local et la différence
- L'accueil et la rencontre des populations locales
- La découverte de traditions culturelles différentes y compris en gastronomie
- Des propositions de circuits découverte, d'activités, de découverte d'un artisanat insolite
- Des outils d'information touristique (offices de tourisme)
- Un service de guides touristiques accessible

Le tourisme est aussi un outil de développement économique pour les populations locales

- Sensibilisation des populations à l'accueil touristique
- Formation et incitations de la population à mettre en place des lieux créateurs de revenus : petite restauration, hébergements adaptés, lieux de pause et de rafraîchissement pour touristes
- Lieux de vente de produits de l'artisanat local
- Lieux de vente de produits agro-alimentaires locaux : riz, piments, épices, fruits séchés...
- Création de circuits touristiques tarifés à la demi-journée, à la journée, sur deux jours avec guidage

Les règles de base pour disposer d'un territoire touristique

Il est nécessaire de rappeler certains fondamentaux sur la notion de territoire touristique

Pour être considéré comme touristique, un territoire doit :

- Disposer d'une offre touristique suffisante ou d'un potentiel en devenir
- Projeter une image cohérente, spécifique et attractive
- Être reconnu comme touristique par les clientèles
- Donner aux visiteurs le sentiment d'être attendus
- Être accessible
- Susciter le désir du déplacement : lieux d'animation, d'activités, de découverte, de restauration ...
- Être animé par une population motivée à l'accueil touristique

C'est la recherche de la différence, la spécificité d'un territoire qui stimule le déclic du déplacement chez les « touristes » potentiels

Le Guémon : un potentiel touristique qui reste à valoriser et à promouvoir

La Région du Guémon, un capital d'écotourisme et de traditions à valoriser pour une destination touristique en devenir :

Principaux éléments de l'offre touristique potentielle du Guémon qui méritent d'être valorisés ou aménagés dans une perspective de mise en tourisme dont les principaux efforts devront être concentrés avant tout sur :

- L'amélioration des accès secondaires,
- La signalétique directionnelle, La formation des acteurs du tourisme
- L'adaptation de certains hébergements aux attentes actuelles des clientèles
- La formation des acteurs : investisseurs hôteliers, personnels
- L'aménagement et l'interprétation des sites touristiques ci-après :

Le Guémon : Un potentiel d'offre touristique à valoriser

Le Parc National du Mont Péko et ses villages environnants (Gouégui Tabouaké, Glopou, Boho1, Grand Pin, Tahably, porte d'entrée du Parc National) sont appelés à être les éléments phares du tourisme de la Région du Guémon, particulièrement de l'écotourisme à développer pour la région du Guémon, et ceci en relation étroite avec les populations locales, à condition :

- De la sécurisation progressive de la zone du Mont Peko
- De la protection de la faune et de la flore
- De pistes d'accès améliorées
- De réponses appropriées aux populations « déguerpies » de leurs anciennes plantations aujourd'hui situées hors de la limite autorisée. Réponses apportant des garanties de revenus compensant ceux perdus par la perte de leur plantation.
- D'une ouverture raisonnée au tourisme d'une partie limitée du Parc, partie aménagée pour l'accueil et l'interprétation des richesses fauniques et de la flore.
- De l'encouragement à la création d'hébergements touristiques respectant l'environnement
- D'une formation de guides écotouristiques
- Que l'ouverture d'une partie du Parc au tourisme ne favorise pas l'intrusion des braconniers

Département de Bangolo :

- Le plus gros arbre du Guémon (Guézon Binao)
- Le marigot de la bataille coloniale (Gouégui Zagna)
- Initiation des hommes panthères, fête des circoncis (Dibopké, Zohouépké, Ganhoukin)
- Le mont Mahan (canton Tahouaké)
- Le mont Kanhoué et Guehi
- Le festival culturel Akindi
- Le festival culturel Boyagoh
- Les artisans de la sculpture réunis au sein de la chambre des métiers

Département de Duékoué :

- Musée Don Bosco
- Danse des jongleurs
- Habitats coloniaux
- Collines Douepké et Guitrozon
- Forêt de Bat
- Grotte de petit Duékoué
- Plate-forme de Fengolo

Département de Facobly:

- La petite cascade naturelle
- Danse Tématê
- L'initiation des hommes panthères
- La fête des masques
- La rive du Sassandra à Ganbiebly
- Les îles de Bibita

Département de Kouibly:

- L'initiation des hommes panthères
- Rivière de poissons sacrés de Douagué
- Fête de masques
- La rive du fleuve Sassandra etc.

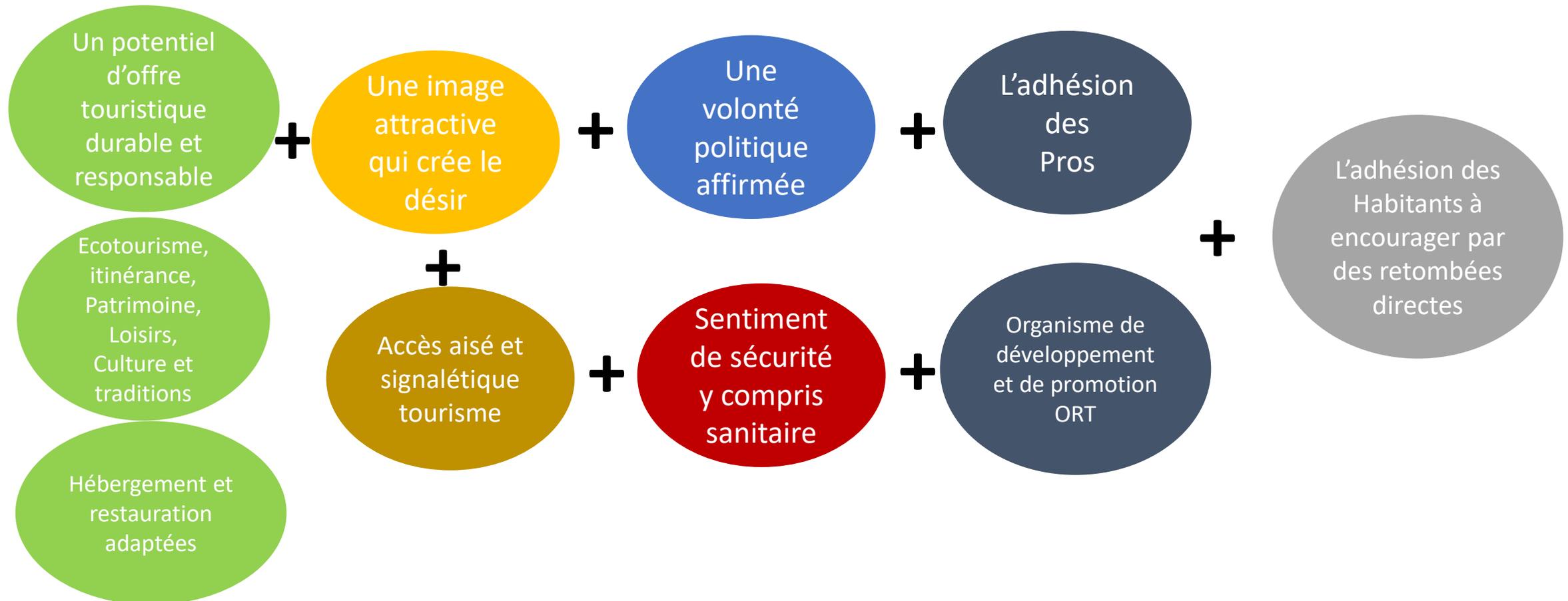
En termes de développement touristique, l'initiative privée locale est souvent le meilleur moteur pour avancer au niveau communal, insulaire et national

Sensibilisation et formation des communautés locales au tourisme Favoriser le développement touristique local par l'initiative des habitants et communautés locales au profit de l'économie locale au cœur des villages.

incitation à la création de lieux de rafraîchissement, de pause, de restauration
guidage local, guides de randonnée nature
promotion de leurs activités au niveau du tourisme interne
source de revenus directs pour la population – soutien de la diaspora



Les composantes de l'équation développement touristique d'un territoire



Les 7 étapes du développement touristique du Guémon qui seront développées dans le schéma de développement touristique

1

AFFIRMER UNE IMAGE DE DESTINATION TOURISTIQUE

Positiver l'image du
Guémon
Faire émerger,
partager, affirmer
l'identité
et l'image
touristique du
territoire de la
région

2

QUEL TOURISME DEVELOPPER ?

Déterminer le
positionnement
touristique du
territoire

- Ecotourisme,
- Itinérance
- traditions locales
- Artisanat

3

POUR QUELLES CLIENTELES ?

Déterminer ses
cibles de clientèles
en fonction de
l'offre existante ou
projetée

Faire redécouvrir leur
région aux habitants
avec le regard du
touriste
Développer un
tourisme interne et
international

4

QUALIFIER SON OFFRE

Faire évoluer son
offre en fonction
des attentes des
clientèles actuelles

- Hébergement
- Signalétique
- Interprétation
- Activités
- Guidage
- Balisage
randonnées
- Formation

5

AMENAGER POUR MIEUX ACCUEILLIR

Encourager
l'aménagement
touristique public
et privé

6

TOUS UNIS POUR LE TOURISME

Mobiliser et fédérer
les prestataires au
bénéfice du
territoire

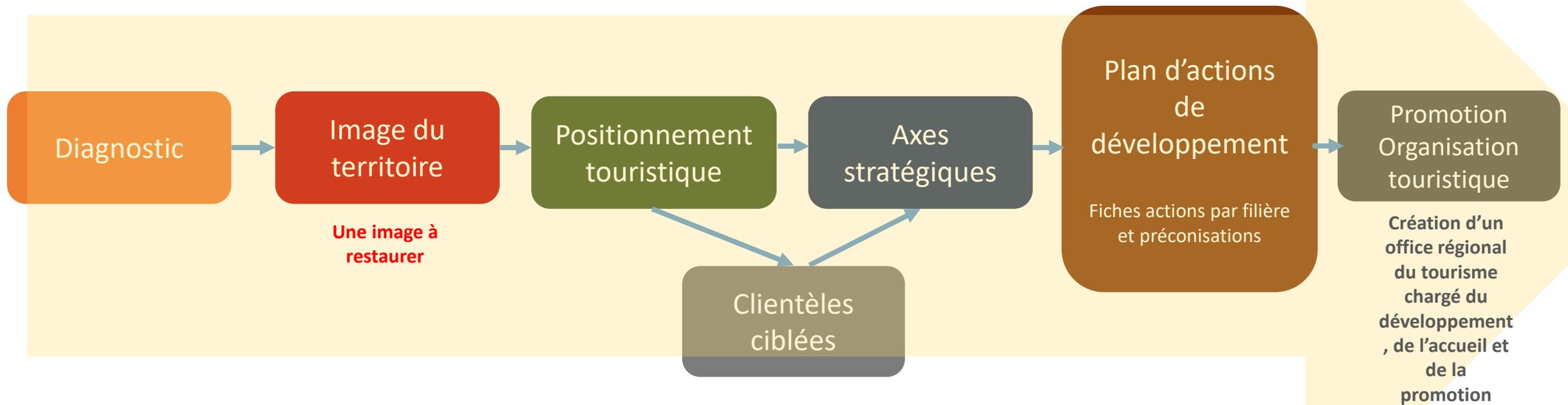
7

COMMUNIQUER ET VENDRE

Mettre en place les
outils de la
promotion et de la
commercialisation

Office de tourisme
régional
Site internet
Promotion digitale
Travail avec les
opérateurs

La démarche et les étapes de l'étude tourisme du territoire du Guémon



2^{ème} mission

Elaboration du schéma de développement touristique de la région du Guémon

L'élaboration du schéma de développement touristique de la région du Guémon commencera suite à la mission et la fourniture du document du diagnostic touristique de la région. (environ 2 à 3 mois après la remise du diagnostic)

Le premier jet du schéma de développement touristique devra être présenté lors d'une seconde mission, afin qu'il soit partagé et amendé par les élus et les professionnels du tourisme de la Région, lors d'ateliers organisés dans le cadre de l'organisation des Assises du Tourisme de la Région du Guémon.

Le schéma de développement touristique préconisera à travers des fiches d'actions concrètes et des exemples illustrés des préconisations pour chaque filière touristique qui aura été soumise au diagnostic

- ✓ Situation géographique et accès
- ✓ Patrimoine bâti
- ✓ Le patrimoine naturel et valorisation éco touristique : les parcs nationaux
- ✓ Les hébergements à vocation touristique
- ✓ Les clientèles et leurs motivations
- ✓ La restauration, gastronomie régionale,
- ✓ L'artisanat d'art
- ✓ Les activités loisirs et évènements culturels
- ✓ Le tourisme d'itinérance – circuits touristiques
- ✓ Les activités autour des rivières : pêche,
- ✓ La signalétique touristique
- ✓ L'accueil, information et promotion touristique : quels outils ?
- ✓ Le développement touristique : quel outil ?
- ✓ L'adhésion des populations et des professionnels à l'action touristique locale : faire des habitants les premiers ambassadeurs de leur territoire.

3^{ème} mission

Accompagnement à la formation des acteurs du tourisme de la Région du Guémon

Afin de faciliter la mise en place des préconisations du schéma de développement, Tourisme sans Frontières, accompagnera les élus et les professionnels du tourisme par l'animation d'ateliers de formation :

- Formation de guides touristiques
- Formation à l'accueil et à l'information touristique
- Conseils pour la valorisation de l'artisanat d'art
- Conseils pour le développement de l'agrotourisme
- Conseils en promotion touristique du territoire

Etc..