



Actes des 1ères Assises internationales
du tourisme solidaire
Après midi
du 11 novembre 2010 - Colmar



1ères assises internationales du tourisme solidaire

STRATEGIES ET OUTILS POUR QUE LE TOURISME GENERE DE LA VALEUR AJOUTEE DANS LES PAYS LES MOINS AVANCES...

Apports et témoignages de :

Francesco FRANGIALLI – Président de la fondation ST-EP

Jean SECHERESSE, Consultant en tourisme

Anne Claire GAUDRU, Cités unies France

Pierre ENCONTRE, Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement

Michel GARNIER, Consultant international en stratégie de développement public

Philippe VOISENET, Consultant en tourisme territorial et Universitaire

Cécile ROUSSET - Consultante en tourisme

QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?

La Fondation ST-EP

Francesco FRANGIALLI, Président

**QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR
QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?**

Le Diagnostic de territoire

Jean SECHERESSE

**TOURISME
SANS FRONTIERES**



Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire



**QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS
METTRE EN ŒUVRE POUR QUE LE
TOURISME SOIT GENERATEUR
D'ESSOR ECONOMIQUE ?**

Diagnostic du territoire



I - Un faisceau d'indices

- **Approche liée à l'environnement économique et politique**
- **Préalables liés à l'environnement social et humain**
- **Conditions infrastructurelles d'un projet**

L'environnement économique et politique

- ❖ **L'encadrement des investissements**
 - Code des investissements
 - Fiscalité et régime juridique des entreprises
 - Réglementation touristique

- ❖ **L'insertion dans les politiques touristiques**
 - Reconnaissance du tourisme communautaire
 - Orientations touristiques régionales
 - Accompagnements et financements disponibles

- ❖ **La structuration de l'environnement économique**
 - Présence des services publics
 - Activités économiques locales

- ❖ **Le périmètre d'influence du projet**
 - Limites administratives et territoriales
 - Notion de bassin de vie
 - Périmètre d'aire naturelle



L'environnement social et humain

- ❖ **La population : répartition géographique**
 - Composition et évolution
 - Implantation géographique
 - Structuration / répartition / mouvements migratoires

- ❖ **Le diagnostic ethnique**
 - Groupes ethniques : présentation et caractéristiques
 - Représentation et répartition
 - Réalités socioculturelles

- ❖ **Les rapports sociaux**
 - Evaluation des rapports sociaux et ethniques
 - Niveau d'expatriation et conséquences

Les conditions infrastructurelles

❖ L'accessibilité

- Routière
- Fluvial ou maritime
- Aérienne

❖ Les réseaux

- Energies renouvelables
- Problématique de l'eau
- Assainissement et traitement des déchets
- Téléphonie

❖ Les modalités de construction

- Règles d'urbanisme et applicabilité
- Maîtrise d'ouvrage et suivi du projet



II – Des orientations

- **Le contexte éco touristique**
- **Outils stratégiques et impacts**

Le contexte touristique

- ❖ **Phénomène climatologique et saisonnalité**
 - Régime pluviométrique
 - Niveau d'ensoleillement

- ❖ **Sites naturels et biodiversité**
 - Caractéristiques des ressources naturelles
 - Niveau de conservation
 - Axes de valorisation

- ❖ **Le patrimoine culturel**
 - Sites patrimoniaux et niveau de conservation
 - Patrimoine immatériel

- ❖ **Le développement touristique**
 - Les flux touristiques existants
 - Approche qualitative des clientèles
 - Produits et opérateurs et en activité



Outils stratégiques et impacts

- ❖ **L'investissement**
 - La recherche de partenaires
 - Les financements

- ❖ **la prise en compte des savoir faire**
 - Traditions de base de construction
 - Artisanat technique et artisanat d'art
 - Intégration du phénomène touristique

- ❖ **L'insertion des autres secteurs économiques**
 - Transports, agriculture, etc.
 - Encadrement et accompagnement des structures

- ❖ **Le facteur humain**
 - Création d'emplois diversifiés
 - Formations

Conclusion

- ❖ Fragilité du milieu d'implantation
- ❖ Observation et respect des acteurs
- ❖ Mécanismes d'encadrement partagés et cohérents
- ❖ Appropriation par l'ensemble de la population
- ❖ Développement d'une économie solidaire durable

QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?

Les types de montage de projets

Anne Claire GAUDRU, Cités unies France

Assises internationales du tourisme solidaire

Le développement par le tourisme :
Vers une synergie et la construction d'outils des
collectivités

Anne-Claire Gaudru, chargée de mission tourisme responsable, chez
Cités Unies France, en charge du secrétariat de la Plateforme
Coopération et Tourisme



Contexte favorable à l'engagement dans une coopération touristique

- Accompagnement de l'Etat et des gouvernements locaux
 - Projets actionnant très souvent plusieurs leviers de développement (sectoriel et global)
 - Une expertise demandée et bénéficiant d'une bonne image
 - Des compétences réparties dans les différents échelons administratifs
 - Structuration/organisation des acteurs de la filière,
- Emergence d'une « culture » commune autour d'une thématique récente au sein de la coopération décentralisée



Chiffres clés du tourisme responsable

(source CUF/MAEE)

- 103 collectivités territoriales françaises impliquées dans 190 relations de partenariat :
 - 19 Conseils régionaux
 - 26 Conseils généraux
 - 48 communes
 - 10 intercommunalités

- 233 projets déposés lors de l'appel à projets 2010-2012 du MAEE dont :
 - 5% intègrent le tourisme comme principal axe d'intervention
 - 25% intègrent un volet « tourisme »



Dans les pays partenaires, des attentes ciblées pour un développement durable

Le tourisme responsable est:

- Une activité complémentaire aux activités existantes
 - Capable de diffuser des retombées sur l'ensemble du territoire (PME, agriculture, transport...)
 - Associe les acteurs du territoires :
 - Société civile (femmes, jeunes)
 - Pouvoir public et autorités locales
 - Acteur privé (hotels, restaurants)
- un outil de gestion transversal des ressources et, d'animation du territoire (préservation, entretien, exode)



Types d'actions menées

Entrées méthodologiques

- Appui à la collectivité locale partenaire
- Appui à la structuration des acteurs locaux
- Mise en relation d'acteurs du développement touristique
- Actions locales respectant les piliers du développement durable
- Sensibilisation au tourisme responsable

Entrées sectorielles, plusieurs voies d'accès au tourisme responsable :

Développement rural, culture et patrimoine (artisanat)

Gouvernance locale, environnement

Promotion, commercialisation

Santé, migrants, Paix



Des initiatives multi-acteurs multi-niveaux

Etats: - Partenariat mondial pour le tourisme durable (MEDDEM-PNUE)

- Réunion de haut niveau (CNUCED)

CT: - Groupe de travail tourisme CGLU

- Récurrence dans les assises coopération/ colloque internationaux (Bénin, Sénégal...)

Acteurs non étatique:

- Réseaux des acteurs/opérateurs du tourisme en France et à l'étranger (Coalition internationale, réseau européen)

- Réseaux de migrants, associations locales (jeunes, femmes)

- Associations de solidarité internationale, ONG...



La stratégie et les outils facteurs d'amélioration

→ Une volonté d'agir de manière durable autour de **projets de territoire intégrés et partagés**

- Forte intégration des **gouvernements locaux dans la réflexion**

- Interaction renforcée entre les collectivités territoriales et:

Les opérateurs privés et professionnels du tourisme

Les différents échelons de décisions/ de compétences

La coopération d'état et coopération décentralisée

→ *Vision partagée et synergie entre les acteurs sont les maitres mots* d'un développement assumé et durable, **garantissant l'ancrage territorial et le développement local.**



Les +

- Thématique complexe et structurante (emplois, préservation, attractivité...
- Valorisation des savoir-faires locaux, sur la base des volontés locales
- Approche régionale et positionnement marketing
- Approche de l'économie solidaire comme une solution de développement alternative

Les -

- Concurrence/cloisonnement entre les acteurs et les territoires (sphère privée)
- Compétences inégales
- Manque d'évaluation des impacts réels
- Approche sectorielle limitée
- Faible reconnaissance du tourisme
- Repose tant sur des acteurs politiques que privés



Des outils de travail et sensibilisation

La pertinence de la Plate-forme Coopération et Tourisme

- Outil de **gouvernance multi-acteurs / multi-niveaux**

Plusieurs ministères, CT, association de tourisme et opérateurs

Approche territoriale inscrite dans la stratégie d'action

Coopération d'Etat et coopération décentralisée

- **L'approche territoriale** et développement par le tourisme

→ ODM, développement direct et indirect et diversification des activités, cohérence territoriale (territoires pilotes)

- Entre attente locale et stratégie nationale, **la plate-forme coopération et tourisme fédère et met en synergie les acteurs (site, plaquette, représentation, expertise...)**



Les voies de progrès

- Associer les professionnels du tourisme par l'intermédiaire de leurs structures représentatives et réseaux (ATES et ATR notamment)
- Articuler les logiques territoriales et sectorielles
- Développer une expertise en matière d'accès aux financements des projets touristiques
- Améliorer la mutualisation et le lien tourisme et autres activités
- Capitaliser et faire valoir l'approche territoriale
- Suivi-évaluation : un déficit d'expériences et de bilans

Merci de votre attention



**QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR
QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?**

L'enjeu du développement par le tourisme

Pierre ENCONTRE - CNUCED

**TOURISME
SANS FRONTIERES**



Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire

Les enjeux du développement du tourisme dans les PMA

P. Encontre

**Conférence des Nations Unies sur
le Commerce et le Développement**

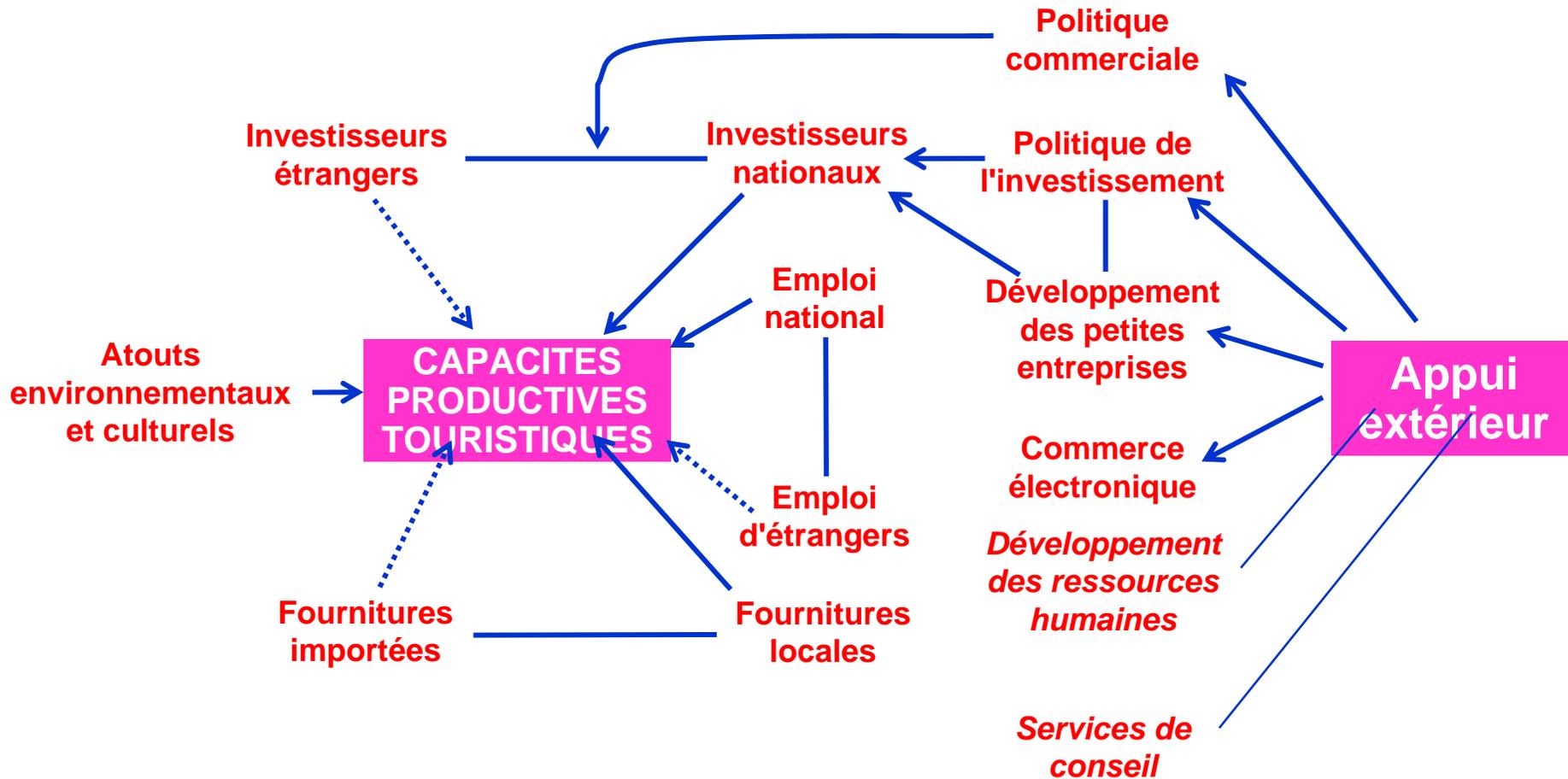
Colmar, 11 novembre 2010

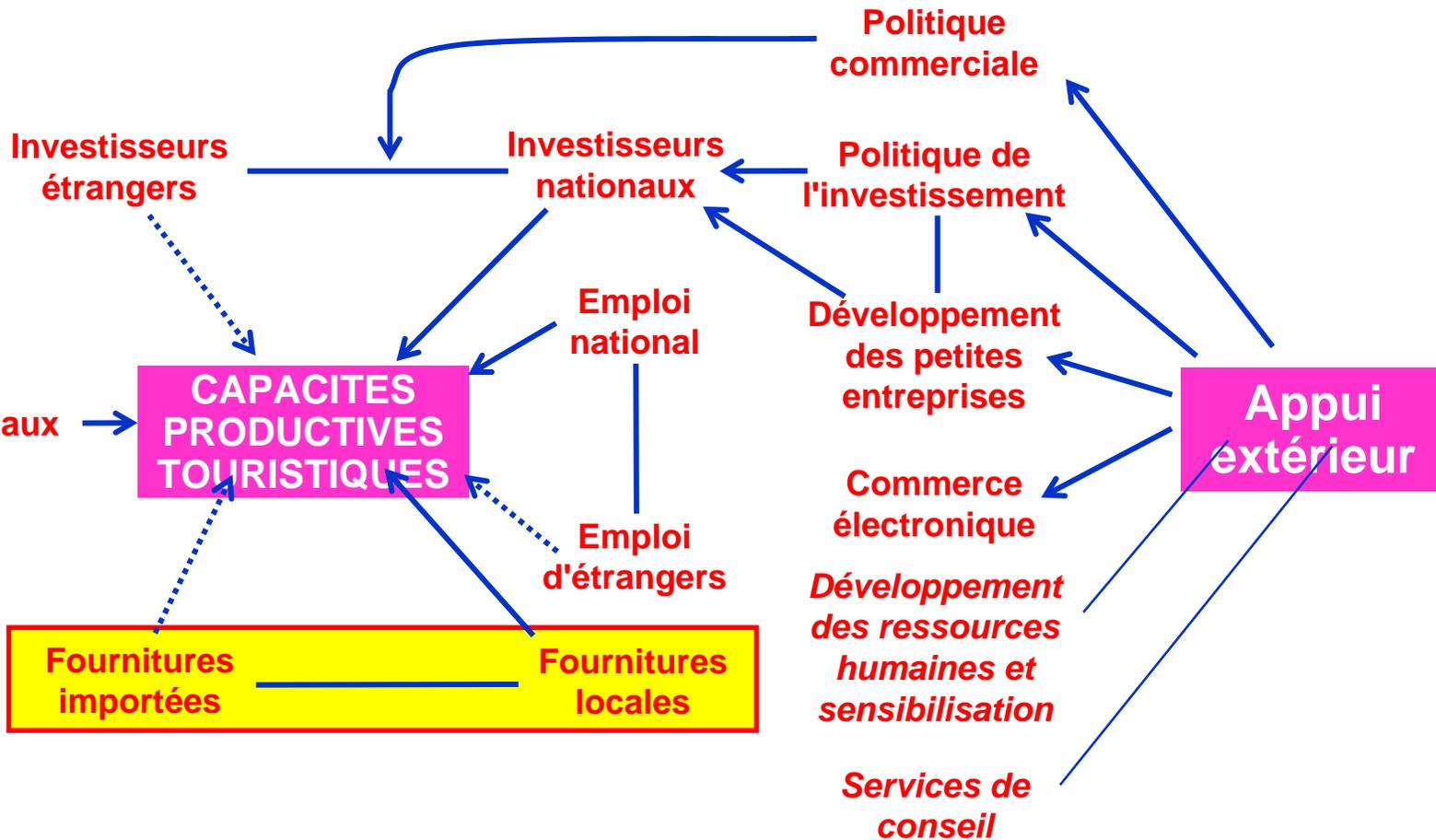
Classification des Pays les Moins Avancés (PMA) selon l'importance du tourisme dans leurs exportations

(recettes touristiques brutes en pourcentage des exportations totales de biens et de services en 2008)

PMA dans lesquels le tourisme est resté ou devenu le premier secteur d'exportation au cours de la période 2000-2008	PMA dans lesquels le tourisme est resté ou devenu le deuxième ou troisième secteur d'exportation au cours de la période 2000-2008	PMA avec un secteur touristique moins important, mais ayant enregistré des progrès dans sa performance touristique au cours de la période 2000-2008	PMA ayant peu ou n'ayant pas d'activité touristique en 2008
Maldives (76.6) Samoa (69.8) Vanuatu (52.1) Erythrée (51.4) Comores (42.6) Tuvalu (34.8) Gambie (32.8) Rwanda (30.4) Tanzanie (26.0) Ouganda (20.0) Népal (19.6) Sénégal (18.7)	Sao Tomé et Príncipe (34.7) Haïti (33.5) Liberia (25.5) Cambodge (19.2) Bénin (15.3) Madagascar (12.1) Mali (11.5) Ethiopie (10.7) Yémen (8.7) Mozambique (5.9) Soudan (2.7)	Sierra Leone (10.4) Kiribati (6.3) Laos (5.4) Niger (5.2) Togo (3.8) Malawi (3.6) Lesotho (3.5) Zambie (2.8) Djibouti (2.1) Myanmar (0.8) Bangladesh (0.5) Bhoutan (...) Burkina Faso (...) Mauritanie (...)	Guinea-Bissau (1.1) Burundi (1.0) Iles Salomon (0.7) Angola (0.4) Afghanistan (...) Congo (Dem. Rep. of the) (...) Guinée (...) Guinée équatoriale (...) République centrafr. (...) Somalie (...) Tchad (...) Timor oriental (...)

Source: CNUCED (calculs basés sur des données statistiques internes ou provenant du Fonds Monétaire International ou de sources nationales)





Le développement du tourisme, condition d'un progrès structurel dans les PMA

(Condition *sine qua non*)

Un développement durable du tourisme:

- **oblige à un développement des infrastructures et des ressources humaines**
- **oblige à promouvoir un transport aérien acceptable internationalement**
- **rend possible une multiplication des liens inter-sectoriels, sans lesquels le tourisme ne saurait être facteur de réduction de la pauvreté.**



Une vision pour les PMA

Créer un environnement favorable au secteur

Donner confiance aux différents intervenants

Créer une émulation dans les PMA et entre pays



**LA CNUCED
COOPERE AVEC
LES PMA SOUS
FORME
D'ASSISTANCE
TECHNIQUE SUR
UN PETIT
NOMBRE DE
SUJETS-CLES**

Négociations, Investissement, Liens inter-sectoriels

Merci de votre attention

P. Encontre

**Division de l'Afrique, des Pays les Moins Avancés
et des Programmes Spéciaux**

CNUCED

pierre.encontre@unctad.org

QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?

Stratégies publiques et privées

Michel GARNIER

Consultant international en stratégie de développement public

« Quelles stratégies publiques et privées pour l'ouverture au Tourisme ?

» Destination... Bénin

Jeudi 11 novembre 2010

**TOURISME
SANS FRONTIÈRES**



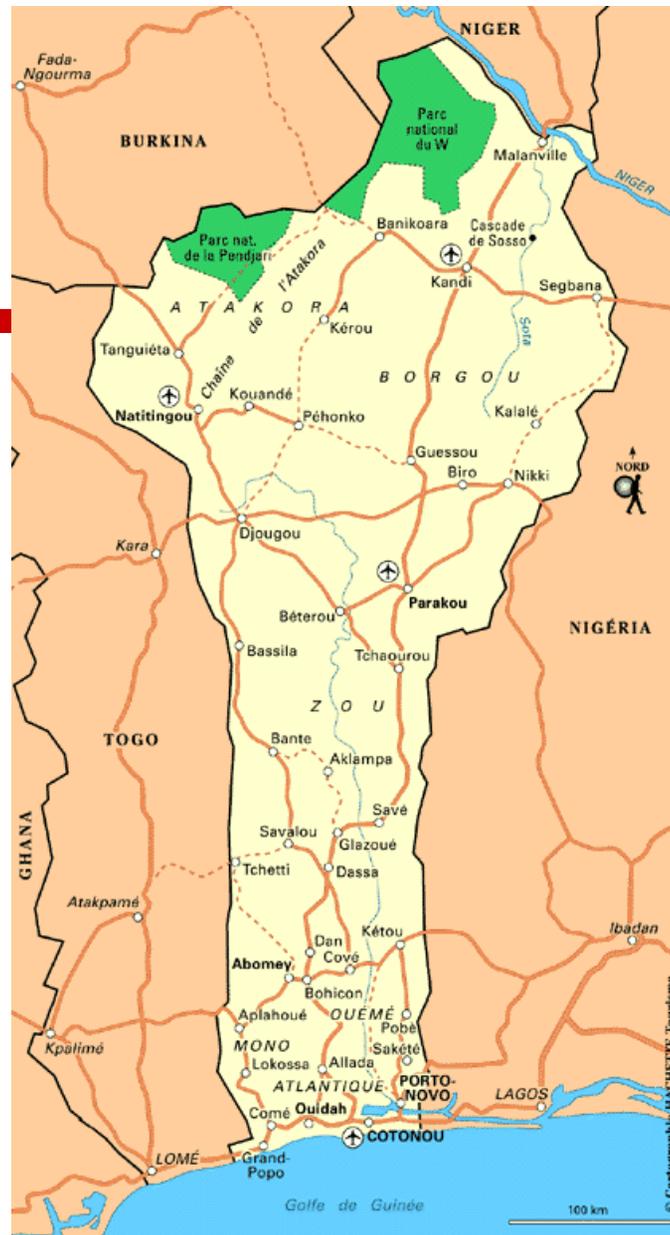
Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire

Intervenant : Michel GARNIER
Consultant international
Stratégie de développement public – privé

Interventions récentes au Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Mauritanie, Sénégal, Tchad, Madagascar et prochainement au Burundi



De 2007 à 2009, le développement du Tourisme au Bénin a été l'un des chantiers du Projet d'Appui au Secteur Privé sous financement de l'Union Européenne



**TOURISME
SANS FRONTIÈRES**



Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire

Pourquoi ce chantier ?

Le Bénin... une destination à découvrir !



Aujourd'hui... près de 200.000 touristes par an

Le Bénin...Des atouts certains !

- une forte notoriété... l'ancien Dahomey...
- une offre diversifiée... Culture, Patrimoine, Faunes, Littoral
- un accueil chaleureux, des infrastructures récentes

Le Bénin... Des améliorations à venir !

- un dialogue public – privé en construction
- des actions collectives... Workshop, salon
- des outils communs... Observatoire du Tourisme
- Plusieurs opérateurs aériens

Le Tourisme... au Bénin =

- Des enjeux économiques...



- Des enjeux démographiques et sociaux...



Un objectif partagé....



Pérenniser la Destination « Bénin »

**TOURISME
SANS FRONTIÈRES**



Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire

L'approche du Secteur Privé...

- Créer un groupe de travail
- Créer un cadre de concertation avec le Secteur Public à travers un « Groupement d'Intérêt Touristique »
- Être associé aux actions de promotion

Premiers résultats...

- Un workshop à Paris en mars 2009
- Un éductour au Bénin en mai 2009
- Des retombées – presse
- Une présence à Solidarissimo (2009 – 2010)

« Il faut toujours remercier l'arbre à karité sous lequel on a ramassé de bons fruits pendant la bonne saison. »

Ahmadou Kourouma
Extrait d' « Allah n'est pas obligé »

Merci pour votre attention !

Présentation : Michel GARNIER
Consultant international
Stratégie de développement public – privé

Tél. : + 33 (0) 2 41 38 89 30 + 33 (0) 6 80 93 00 26

garnier.mi@wanadoo.fr

Skype : garnier.michel89

TOURISME
SANS FRONTIÈRES



Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire

**QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR
QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?**

Structuration de l'offre de la destination touristique et formation aux métiers du tourisme

Philippe VOISENET, Consultant en tourisme territorial

Le tourisme responsable, une opportunité pour le Maroc

-

Conditions : développement approprié et formation des acteurs

1^{ères} Assises Internationales du Tourisme et de l'Economie Solidaire

11 novembre 2010

Présentation de Philippe Voisenet

Une économie touristique dont les résultats sont à optimiser

- **Quelques chiffres sur la période 2001-2009 :**
 - Une très forte augmentation de l'offre en lits classés (+ 52%)
 - Une forte croissance des nuitées en lits classés (+27%)
 - Alors que pendant ce temps le nombre de touristes a presque doublé (+93%) .
- **Une « marge nette » limitée :**
 - Un « taux de fuite » (réexportation des recettes) de 70 à 80 %
- **A côté de quelques zones très « touristisées », un grand désert, au fort potentiel.**

Les enjeux d'un tourisme approprié et des opportunités

- **Des enjeux de divers ordres :**
 - économiques (taux de fuite réduit à 50%),
 - humains et sociaux,
 - d'aménagement du territoire,
 - de préservation du patrimoine (et donc de l'attractivité).
- **Des opportunités :**
 - Des clientèles de plus en plus en attentes d'offres générant des émotions simples et vraies
 - Un intérêt de plus en plus marqué pour la dimension identitaire des territoires
 - La recherche de destinations « dépayssantes », mais proches géographiquement

La nécessité d'une structuration du développement

- **Des freins et blocages à dépasser**
 - Poids des concepts « classiques »
 - Des coordinateurs de l'action touristique « contrôlant » les institutions,
 - Urgence pour l'administration : faire face à la baisse du tourisme de masse
- **Une approche ascendante s'appuyant et valorisant les acteurs locaux**
 - Développement d'une organisation de type coopérative
 - Aide à la mise en marché (constitution et commercialisation de produits)
 - Constitution d'associations territoriales d'acteurs touristiques
 - Puis, élaboration avec les instances territoriales de stratégies de développement

La professionnalisation des acteurs passe par la formation

- **Des formations-actions « basiques »**
 - Personnels des hébergements et de la restauration
 - Hygiène, sécurité, compréhension des attentes des clients
- **Des formations de guides touristiques professionnels**
- **Des actions de sensibilisations des agents territoriaux actuels (dans le cadre de la formation professionnelle)**
- **Des formations initiales appropriées pour les futurs cadres du tourisme marocain**



En conclusion

**Le développement d'un autre tourisme au Maroc,
basé sur les principes du tourisme solidaire,
une garantie pour lui assurer une place de choix
dans l'économie touristique mondiale.**

MERCI POUR VOTRE ATTENTION

**QUELLE STRATEGIE ET QUELS OUTILS METTRE EN ŒUVRE POUR
QUE LE TOURISME SOIT GENERATEUR DE VALEUR AJOUTEE ECONOMIQUE ?**

Création de richesses et développement vont-ils systématiquement de pair ?

Cécile ROUSSET

Création de richesse et développement vont-ils de pair systématiquement ?

Réflexion autour des concepts de tourisme communautaire et
d'empowerment

Cécile Rousset
Consultante internationale en tourisme

PHD Coopération internationale et développement durable.
CIRPS – Université La Sapienza, Rome



INTRODUCTION

PANORAMA

- Après 20 ans d'expérimentation un bilan mitigé : faillite de nombreuses initiatives de tourisme communautaire par manque de rentabilité.
- Un débat international sur les bonnes pratiques en matière de tourisme et coopération focalisé sur les critères de croissance/rentabilité.

PROBLEMATIQUE

➤ Croissance et développement vont-ils systématiquement de pair ?

NON

➤ Comment passer de la croissance au développement ?

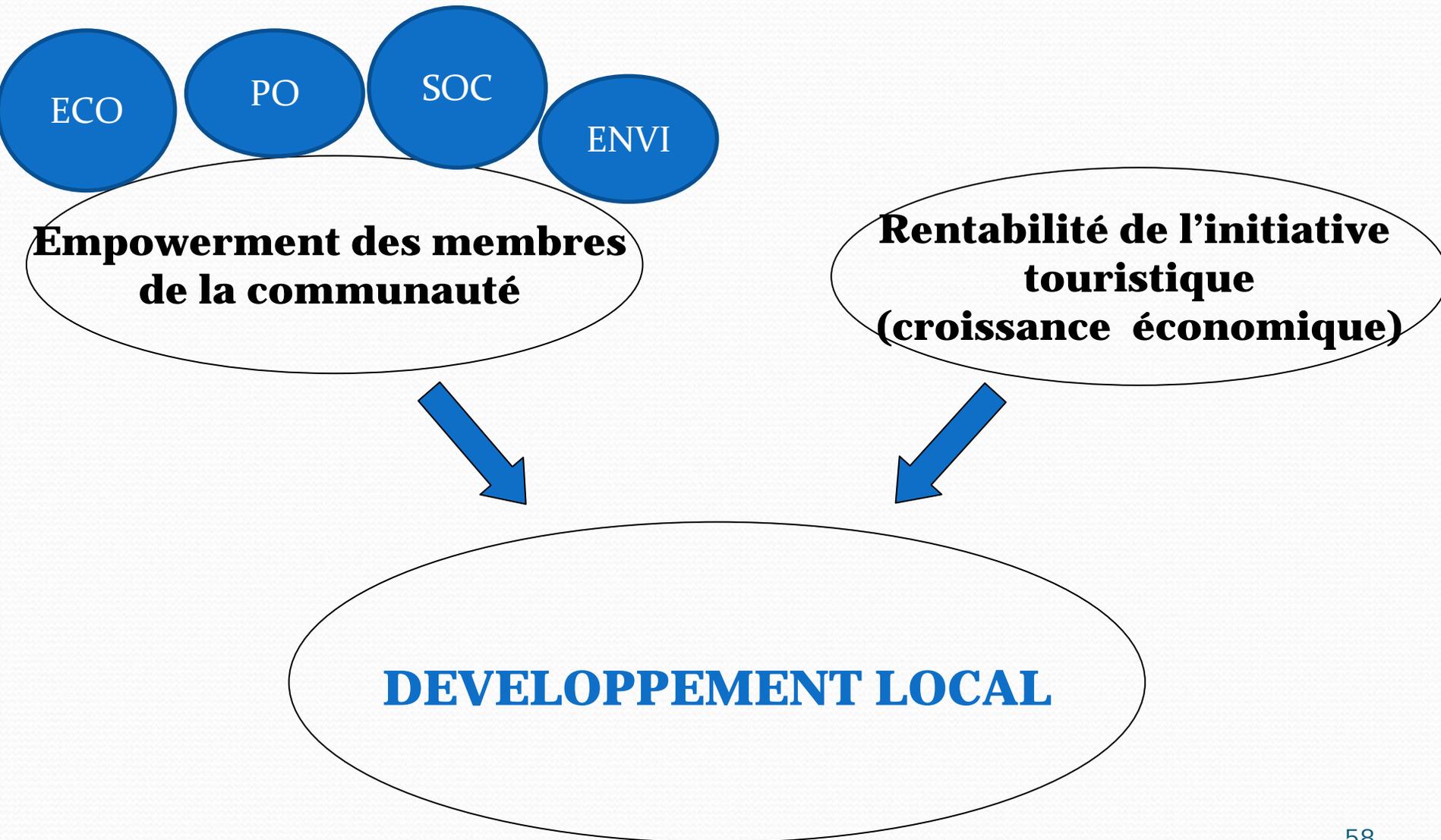
OBJECTIFS

➤ **Présenter des bonnes pratiques** en matière de projets de coopération en tourisme communautaire.

➤ **Identifier des variables clés** qui déterminent le succès de ces projets en termes :

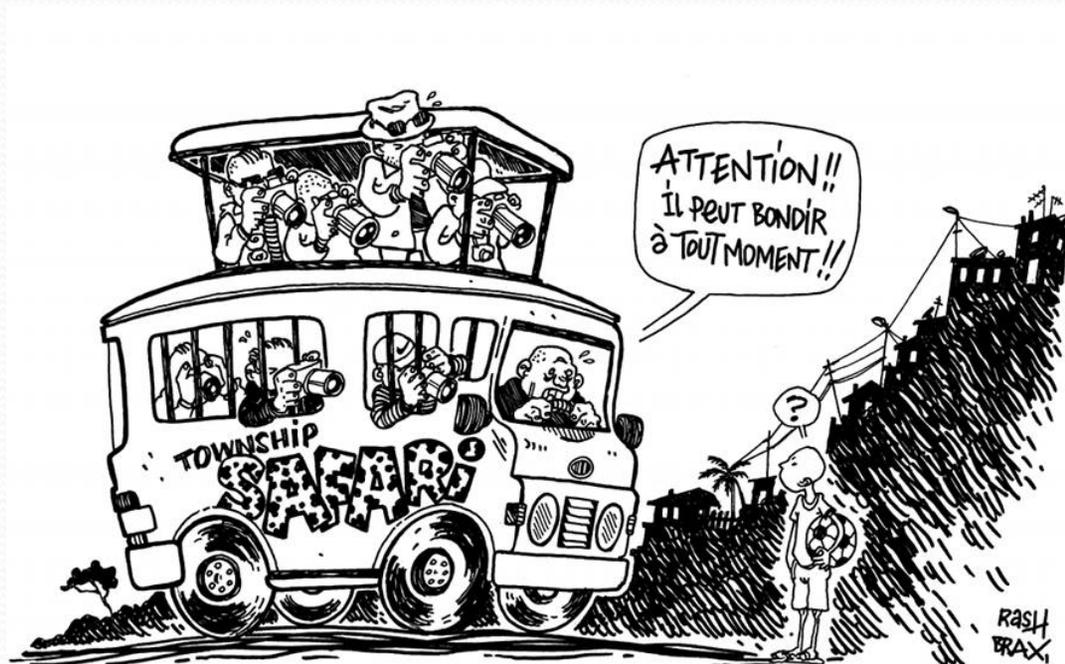
- de production de richesse (rentabilité de l'initiative)
- de développement (empowerment des communautés)

CREATION DE RICHESSE ET DEVELOPPEMENT VONT-ILS SYSTEMATIQUEMENT DE PAIR ?



1. Cadrage conceptuel

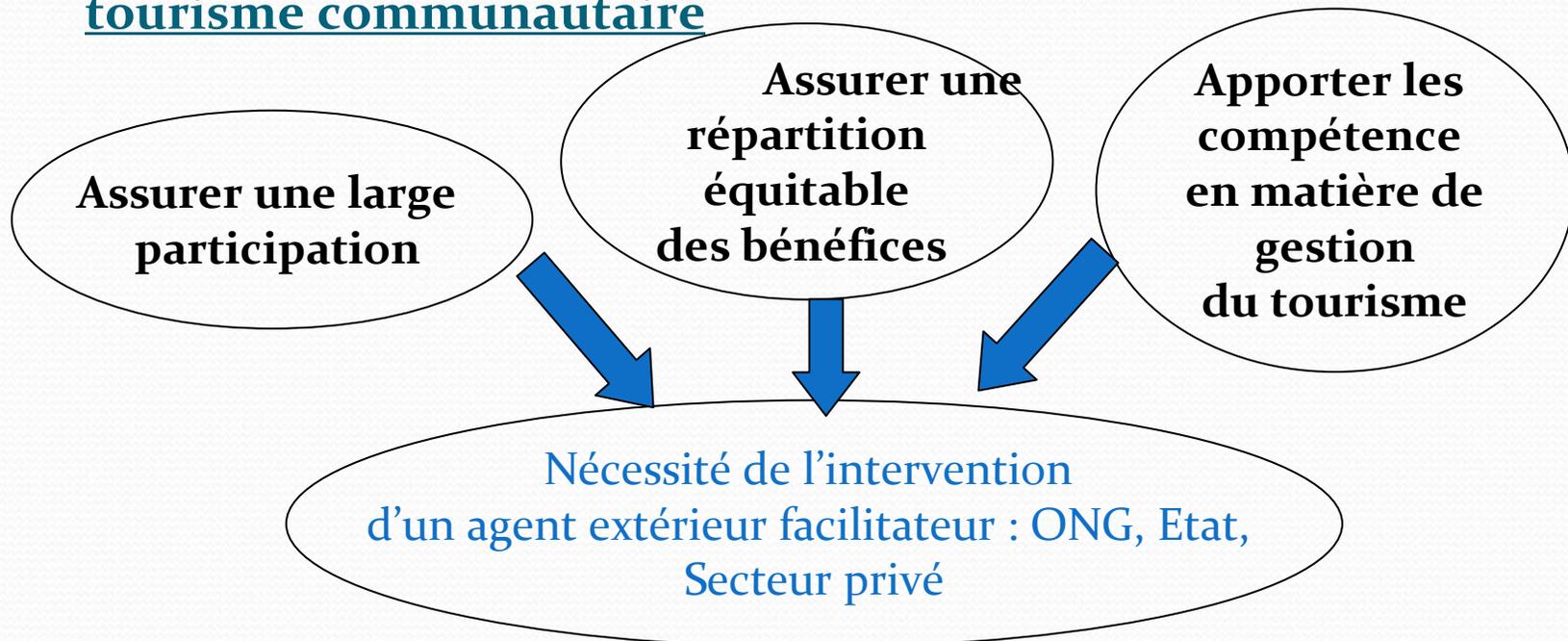
Fournir une grille d'analyse multidimensionnelle



Le tourisme communautaire : qu'est-ce que c'est ?

- **Définition:** Formes touristiques gérées par les populations locales elles-mêmes qui s'intègrent de façon harmonieuse dans les diverses dynamiques collectives du lieu d'accueil.

Principes fondamentaux dans la mise en oeuvre de projets de tourisme communautaire



- Une philosophie de développement touristique et non un produit touristique !

Qu'est-ce que l'empowerment



- Processus permettant à la communauté locale de pouvoir décider et gérer de façon autonome ses propres choix afin de pouvoir prendre en charge sa destinée (Stromquist, 2002).
- Processus composé de quatre dimensions : sociale, psychologique, politique et économique.
- Présentation d'une grille d'analyse multisectorielle pour évaluer la totalité des impacts potentiels d'un développement touristique au sein d'une communauté.

Potentialités du tourisme en termes d'empowerment et de disempowerment des communautés locales

	Signes d'empowerment	Signes de disempowerment
Empowerment économique	<ul style="list-style-type: none"> - Gains économiques visibles (amélioration des maisons, plus d'enfants à l'école, meilleurs soins sanitaires...) - Les bénéfices gagnés sont partagés entre de nombreux membres de la communauté 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de gains économiques pour la communauté, et qui restent sporadiques - La plupart des profits vont aux élites locales et aux opérateurs étrangers
Empowerment psychologique	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de l'estime de soi grâce à la reconnaissance de la valeur de leur culture et de leurs ressources. - L'accès à l'emploi et à un revenu permet aux secteurs traditionnellement défavorisés (jeunes, pauvres) d'améliorer leur statut social 	<ul style="list-style-type: none"> - L'interaction avec le touriste fait penser à la communauté locale que sa culture ou mode de vie est inférieure - Les membres de la communauté qui n'arrivent à profiter du tourisme sont déçus et frustrés

<p>Empowerment social</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de la cohésion de la communauté née de la coopération nécessaire dans l'activité touristique - Des fonds communautaires peuvent être récoltés pour financer des activités de développement (éducation, santé,...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perte de respect pour la culture traditionnelle et pour les plus âgés. - Au lieu de coopérer, les différentes familles de la communauté entrent en compétition pour s'accaparer les bénéfices du tourisme
<p>Empowerment politique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La communauté renforce sa capacité de gestion des biens communs collectifs, notamment par une plus forte transparence dans la gestion des fonds publics - Les communautés revendiquent de nouveaux droits tels que l'accès à la terre, renforcent leur participation dans les processus décisionnels et augmentent pouvoir de négociation face aux pouvoirs publics locaux. 	<ul style="list-style-type: none"> - La communauté possède un leadership autocratique ou intéressé. - La communauté n'est pas impliquée dans le processus décisionnel et elle se déresponsabilise - Entretien de la mentalité d'assistentialisme

Source : Elaboration propre (basé sur Scheyvens, 2002)



**2. Etude comparée de
différentes initiatives
d'écotourisme
communautaire de
populations indigènes
amazoniennes**

Le bilan de ces projets sera présenté sous forme de **tableaux synthétiques** avec plusieurs types d'informations:

- Attractifs touristiques
- Bases organisationnelles présentes avant le projet
- Initiative de l'action
- Raisons poussant à l'action
- Initiative financière et gestion
- Gains financiers du tourisme
- Commercialisation
- Bénéfices et coûts économiques, sociaux, culturels, politiques et environnementaux

Réserve Pataxó De Jaqueira Bahia - Brésil



Localisation du projet	Réserve Pataxó De Jaqueira – Bahia - Brésil
Temps d'opération	7 ans
Attractifs touristiques	<p>Visites d'une durée de deux heures avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observation de l'architecture traditionnelle - Promenade sur un sentier dans la lagune sèche - Dégustation de plats typiques - Danses traditionnelles rituelles
Bases organisationnelles présentes avant le projet	NON
Initiative de l'action	Elle provient de la communauté qui a trouvé des financements auprès de l'Etat.
Raisons poussant à l'action	Motifs avant tout économiques et de récupération culturelle. La propriété des terres a été récupérée avant la mise en route du projet.
Initiative financière et gestion	<ul style="list-style-type: none"> - Appui financier de 64 000\$ reçu dans le cadre d'un programme étatique. - Echange avec une ONG <i>Tribus Jovenes</i> qui a organisé plusieurs ateliers de formation
Gains financiers du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion interne de l'activité touristique par une association de la communauté dénommée ASPECTUR Mécanismes de distribution de la rente - Utilisation de la majorité des revenus (65%) pour payer l'alimentation et le gasoil - 30% des entrées utilisées pour rémunérer les employés.
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> - situation géographique privilégiée (proximité tourisme de masse) - Accessibilité facile - Commercialisation par plus de 8 agences de voyage et 2 TO portugais, promotion internet, foires internationales, etc

Bénéfices	Economiques	<ul style="list-style-type: none"> - Création de 30 postes de travail : 20 à temps plein et 10 à temps partiel - vente d'artisanat - salaires perçus lors de performances culturelles dans des clubs et hôtels (Club Med et autres) -donations captées par l'agence de voyage Brasil travel.
	Sociaux	Forte implication des femmes
	Culturels	<ul style="list-style-type: none"> - Revitalisation et récupération de la langue native, rituels, danses, chants traditionnels et vêtements. - Renouveau de la production artisanale qui n'existait plus
Coûts et faiblesses	Economiques	<ul style="list-style-type: none"> - Grande différences entre les salaires du comité directif d'ASPECTUR (de 350 à 500\$ /mois) et les employés (60-80\$) - Très bons revenus mais distribution des bénéfices très inégale. - Non intégration du secteur agricole au secteur touristique. (présence de terres fertiles mais ne produisent pas les aliments qui sont consommés par les touristes).
	Sociaux	- Aucun investissement de la part d'ASPECTUR dans des infrastructures d'éducation ou de santé
	Culturels	- Développement de la production artisanale limitée aux membres de l'association. (pas d'effet multiplicateur)
	Environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité de charge du sentier limitée à 15 personnes non respectée. Environ 50 touristes par jour. - Extraction illégale de bois pour la construction et l'artisanat - Absence de codes de conduite pour les touristes

Source : Elaboration propre à partir des données d'Azevedo Luinda L, 2007



Napo Galeras, Equateur



Localisation	Napo Galeras, Equateur
Temps d'opération	Plus de 10 ans
Attractifs touristiques	<ul style="list-style-type: none"> - 3 cabanes touristiques situées à 10 min de la communauté - introduction aux plantes médicinales - présentation du lavage de l'or et de la production artisanale - cérémonie du shaman, danses traditionnelle et contes
Bases org.présentes avant le projet	OUI, favorisant cohésion interne du groupe et empowerment
Initiative de l'action	Elle provient de la communauté, des fédérations indigènes et du réseau indigène d'écotourisme (RICANCIE)
Raisons poussant à l'action	<p>Motifs fortement politiques.</p> <p>Fédérations indigènes utilisant le développement de projets de tourisme communautaires comme stratégies de résistances pour défendre leurs territoires des entreprises pétrolières, forestières</p>
Initiative financière et gestion	<ul style="list-style-type: none"> - Financement par donations de la GTZ avec main d'œuvre locale comme contrepartie (système de minga – travail collectif) - gestion à travers l'Association Las Galeras et RICANCIE (réseau d'écotourisme) - Appui politique de la part de fédérations indigènes telles que COICA, CONFENAIE et FOIN.
Gains financiers du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Le réseau RICANCIE reçoit le paiement du package et en garde 25% pour couvrir les coûts d'administration et marketing - Napo galeras récupère 75% du prix et l'utilise pour payer le transport fluvial, l'achat d'aliments, le paiement des salaires, le financement de projets d'éducation, de santé et culturels. - Les touristes sont invités à faire des dons pour financer des projets
Commercialisation :	<ul style="list-style-type: none"> - Accès difficile (3H en véhicule – 20Mn de canoë) et 5H de marche. - Commercialisation directe à travers la page web de RICANCIE et de la FEPTCE et agences de voyages nationales. - Publicité dans guides et participation à foires internationales.

Bénéfices	Eco.	<ul style="list-style-type: none"> - Création de 6 postes de travail : 4 permanents et 2 de remplacement (rotatifs pour une majeure distribution des bénéf) - Salaire égal pour tous = 3\$ par jour - augmentation de l'activité agricole liée au tourisme
	Sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Amélioration de la structure de l'école. - Construction d'une cantine pour les enfants. - Achat de médicaments, matériel scolaire et générateur électrique. - 50% des emplois sont occupés par des femmes. - Cohésion interne du groupe. - Eloignement des cabanes positif pour laisser de l'intimité à la population hôte.
	Politiq.	<ul style="list-style-type: none"> - Tous les membres participent à la gestion de l'ets touristique - Majeure résistance acquise face aux compagnies pétrolières, forestières ou du tourisme de masse
	Culturels	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement et réappropriation de la culture. - Augmentation de l'estime de soi. - Récupération de danses et chansons traditionnelles
	Env.	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité de charge des cabanes adéquate
	Coûts et faiblesses	Eco.
Env.		<ul style="list-style-type: none"> - Extraction de bois pour la construction des cabanes sans suivre un plan de gestion. - Présence de nombreux déchets autour des cabanes.

Source : Elaboration propre à partir des données d'Azevedo Luinda L, 2007

Bénéfices	Economiques	<ul style="list-style-type: none"> - Gains répartis de manière égalitaire. - Flux élevés et consolidés avec un bon taux d'occupation. - Augmentation de l'activité agricole et élevage d'animaux pour le tourisme. - Création de 20 postes de travail pour les indigènes, 10 non indigènes et 10 temporels. - Poste de gérant occupé par un indigène depuis 2007. - Production artisanale amplifiée.
	Sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Investissements dans le domaine de l'éducation. - Visite d'un médecin pour donner des consultations - Achat de panneaux solaires pour l'école. - Comité artisanal de femmes. - Cabanes éloignées de la communauté pour préserver l'intimité.
	Politiques	<ul style="list-style-type: none"> - majeure cohésion sociale dans la communauté avec renforcement des mécanismes internes de participation et de prise de décisions
	Culturels	<ul style="list-style-type: none"> - Maintien des cultures traditionnelles et de l'usage de plantes médicinales
	Environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> - Respect de la capacité de charge. - Utilisation de matériel local. - Réalisation d'une étude d'impacts environnementaux. - Absence de déchets dans les alentours. - Programme environnemental scolaire. - Code de conduite élaboré avec les habitants. - Utilisation de technologie à faibles impacts.
Coûts et faiblesses	Economiques	<ul style="list-style-type: none"> - Décoration des cabanes luxueuses avec des matériaux importés de Quito
	Sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Seuls 4 postes de travail féminins et aucune femme dirigeante

Remarques conclusives



Croissance et empowerment : des variables indépendantes

Il n'y a pas de corrélation forte entre la fréquentation touristique, les niveaux de revenus issus du tourisme (et donc croissance économique) et le développement local.

Les manifestations de l'échec en termes d'empowerment se matérialisent dans :

- L'absence de mécanisme de redistribution équitable.
- L'absence de participation de l'ensemble de la communauté à la prise de décisions

Facteurs essentiels pour que le tourisme se transforme en instrument d'empowerment

Variable déterminante

- Existence de bases organisationnelles antérieures (au projet) et de capital social

Variables non déterminantes

- Sources de financement
- Initiatives de l'action
- Motifs de l'action



Merci pour votre attention!

Contact:

Cécile ROUSSET

rousset.cecile@gmail.com

1ères assises internationales du tourisme solidaire

QUELS PROJETS de TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU DEVELOPPEMENT ?

Apports et témoignages de :

Boris VIALLET, Acting for life

Robert EDHA, Sebaders

Gilles BEVILLE, Ministère des affaires étrangères et européennes

Bertrand CARRIER, consultant en Ecotourisme, co-fondateur d'AMAROK,

Christiane ECKERT, Vice présidente de Cités Unies France, Adjointe au Maire de Mulho aux R

Denis SCHULTZ, Directeur de l'IRCOD

QUELS PROJETS TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU DEVELOPPEMENT ?

ACTIONS DE COOPERATION D'ACTING FOR LIFE ET INDICATEURS POUR UN TOURISME DURABLE

Boris VIALLET

Chargé de programme au Pôle Tourisme, Ethique et développement
ACTING FOR LIFE



ACTINGFORLIFE PÔLE TOURISME, ETHIQUE & DÉVELOPPEMENT

UNE COOPÉRATION INNOVANTE?

**BORIS VIALLET, CHARGÉ DE PROGRAMME
PÔLE TED, ACTING FOR LIFE**



COLMAR, 11 nov. 2010

**1ères Assises Internationales du Tourisme et de
l'Economie Solidaire**

1- QUESTION

EN QUOI LES ACTIONS DU PÔLE TED
PEUVENT ELLES COMPLÉTER LES
ACTIONS EN MATIÈRE DE SOLIDARITÉ ET
DE COOPÉRATION INTERNATIONALE
DÉJÀ EXISTANTES?





LE PÔLE TOURISME, ETHIQUE ET DÉVELOPPEMENT

Volet 1

Indicateurs du tourisme durable pour le développement des TPE et PME dans le secteur touristique et hôtelier

Volet 2

Méthodes et bonnes pratiques de réduction de la pauvreté par le tourisme en particulier dans les pays moins avancés

PÔLE TED

Tourisme, Ethique et Développement

Volet 3

Processus et transferts de technologies au bénéfice des entreprises touristiques et hôtelières

Volet 4

Actions spécifiques de coopération dans les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie

1- INDICATEURS DU TOURISME DURABLE

QUOI ?

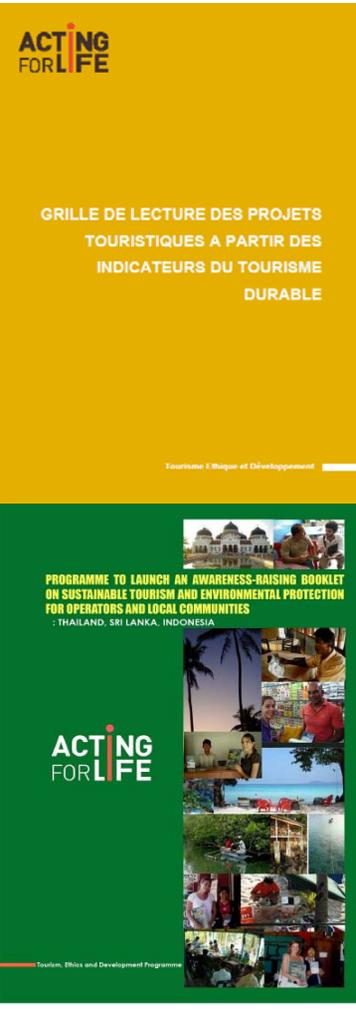
Développer des outils opérationnels en faveur des petits opérateurs touristiques (PME et TPE) pour leur permettre d'accéder aux bénéfices du tourisme durable

POUR QUI?

Les PME et TPE de l'industrie du tourisme (hotels, restaurants, TO) qui ne disposent pas d'outils suffisamment adaptés pour atteindre les objectifs de durabilité

COMMENT?

Par un travail de recherche appliquée approfondie entre universitaires, organisations internationales du tourisme et opérateurs privés et associatifs du tourisme



2- METHODES ET BONNES PRACTIQUES POUR LA REDUCTION DE LA PAUVRETE PAR LE TOURISME

QUOI ?

> Répondre au manque de méthodologie dans le choix des actions utilisant le tourisme comme facteur de réduction de la pauvreté
> Sélectionner les meilleures bonnes pratiques avec pour but prioritaire de pouvoir les dupliquer facilement

ENVERS QUI ?

En faveur des populations les plus vulnérables dans les PMA avec en priorités les communautés locales et les initiateurs de projets situés dans les régions touristiques les plus pauvres

COMMENT ?

2 outils principaux

« **Guide des bonnes pratiques en faveur de la réduction de la pauvreté par le tourisme** »

« **Manuel de formation des formateurs sur la réduction de la pauvreté par le développement touristique** »

ACTING FOR LIFE

GUIDE DES BONNES PRATIQUES EN FAVEUR DE LA REDUCTION DE LA PAUVRETE PAR LE TOURISME

Tourisme Ethique et Développement

ACTING FOR LIFE MANUEL :

FORMATION DE FORMATEURS SUR LA REDUCTION DE LA PAUVRETE PAR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Programme Tourisme, Ethique et Développement

3- PROCESSUS DE TRANSFERTS DE TECHNOLOGIES DANS L'INDUSTRIE TOURISTIQUE ET HÔTELIÈRE

QUOI ?

Apporter le complément indispensable pour réussir la mise en œuvre des actions en faveur d'un développement touristique durable et responsable par l'adaptation des nouvelles technologies touristiques

VERS QUI ?

Tous les opérateurs touristiques et hôteliers y compris les plus petits dans les pays les plus pauvres, qu'ils soient privés, mixtes publics ou associatifs

COMMENT ?

En s'appuyant sur la méthodologie et les exemples du manuel du programme TED

« Manuel de transfert de technologies dans le secteur touristique pour les pays en développement et les PMA »



4- PROGRAMMES SPÉCIFIQUES DE COOPÉRATION

QUOI ?

Répondre aux demandes ponctuelles des partenaires du programme TED dans les PED et PMA sur les domaines portant sur "Tourisme : Facteur de développement et de réduction de la pauvreté"

VERS QUI?

Les autorités nationales, régionales et locales du tourisme et les acteurs privés et associatifs, dans les PED et les PMA.

COMMENT?

En mobilisant les équipes TED de façon que chaque nouveau programme puisse être valorisé

Exemples de projets en cours :

- La mise en œuvre d'Observatoires du tourisme et de la pauvreté
- L'assistance technique à la au programme Clean City au Cambodge



2- FOCUS PROJET

LES INDICATEURS DU TOURISME
DURABLE POUR LES TPE PME DU
TOURISME DANS LES PMA

*RÉGION DU VAKINANKARATRA,
MADAGASCAR*

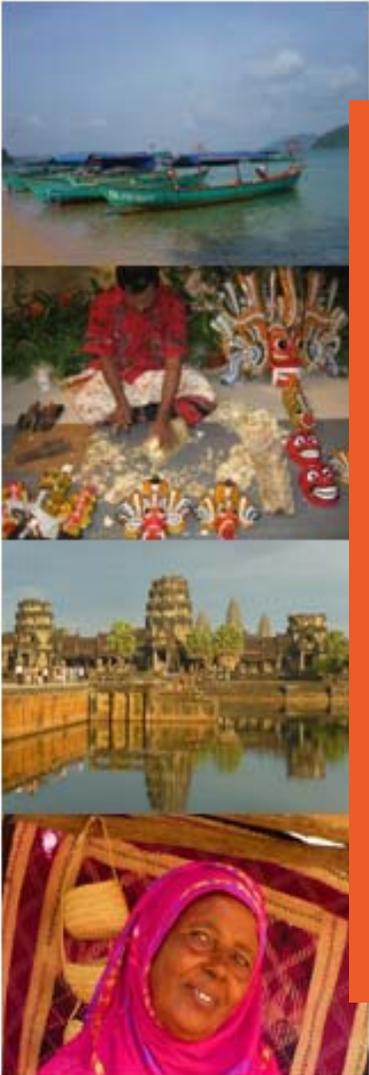


PROBLÉMATIQUE

✓ Le concept de tourisme durable est largement appliqué dans le cadre de la planification touristique à grande échelle, notamment pour les zones sensibles

MAIS

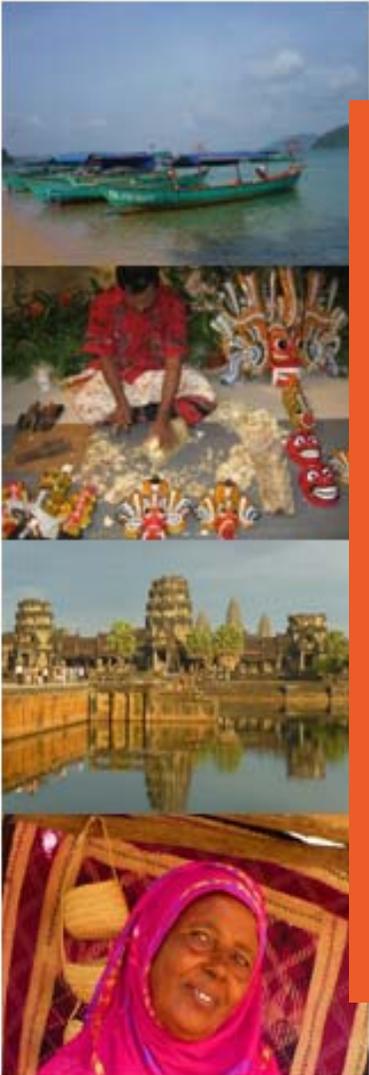
✓ La mise en application pour les PME TPE du tourisme est rarement abordé, alors que ces opérateurs constituent plus de 80% du maillage touristique dans les PMA



PROBLÉMATIQUE

Réponse à la problématique :

- ✓ Développer des outils d'évaluation directement utilisables par les TPE PME

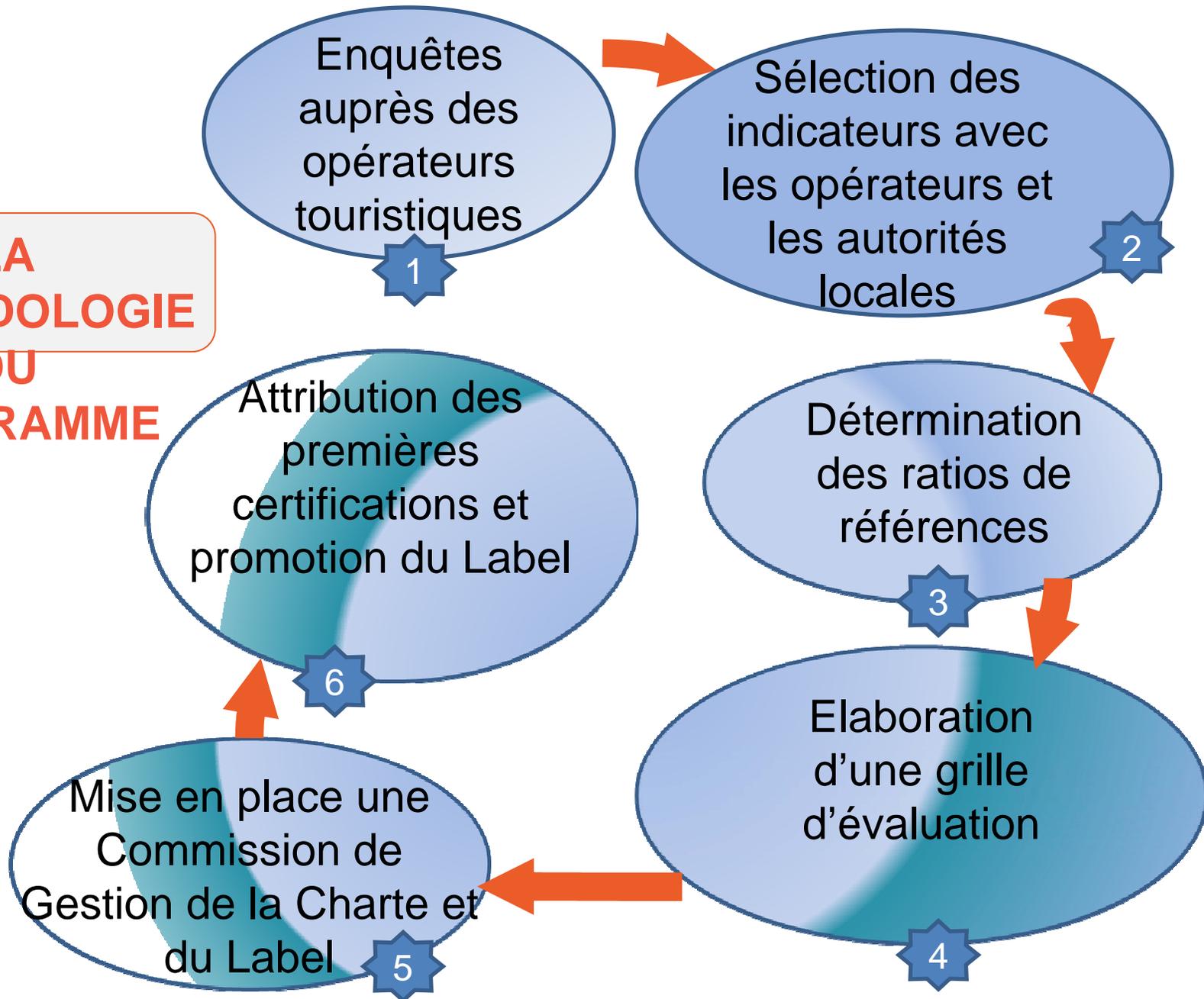


LES OBJECTIFS DU PROGRAMME



- ✓ Proposer un outil d'évaluation des TPE et PME, adapté au contexte de Madagascar et en particulier de la région d'Antsirabe
- ✓ Accompagner les autorités locales et nationales vers la mise en œuvre d'une Charte du Développement Durable du tourisme
- ✓ Accompagner la mise en œuvre du label « Madagascar Tourisme Durable (MTD) »

**LA
MÉTHODOLOGIE
DU
PROGRAMME**



LES INDICATEURS



→ Les indicateurs sont sélectionnés sous la contrainte de pouvoir :

- ✓ **Etre évalués directement et sans frais particuliers** par les professionnels du tourisme notamment les TPE et PME
- ✓ **Donner une indication représentative de l'impact** dans chacun des domaines ciblés sans nécessiter d'études exhaustives
- ✓ **Etre facilement compréhensibles et maîtrisables** par les locaux

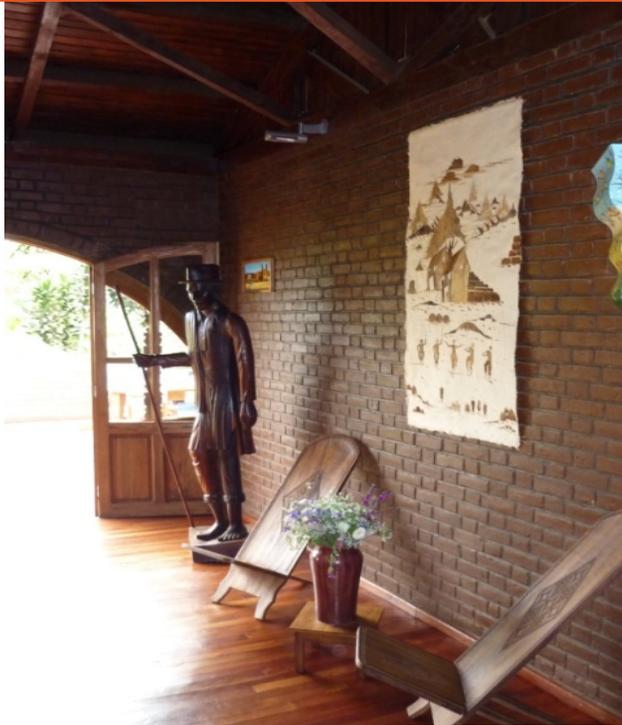
LE CAS DE MADAGASCAR : 21 INDICATEURS SÉLECTIONNÉS



- ✓ 5 indicateurs sociaux
- ✓ 6 indicateurs environnementaux
- ✓ 4 indicateurs économiques
- ✓ 3 indicateurs technologiques
- ✓ 3 indicateurs culturels

QUELQUES EXEMPLES D'INDICATEURS

Mise en valeur de l'artisanat local



Récupérateur d'eau de pluie



Biodiversité du jardin d'un hôtel



Affiche de sensibilisation contre le tourisme sexuel



LA GRILLE D'EVALUATION : LE CAS DES INDICATEURS SOCIAUX

INDICATEUR SOCIAUX	CRITERES D'EVALUATION	EVALUATION DE REFERENCE	NOTE DE REFERENCE
S1- Indicateur de formation du personnel	> % du personnel ayant suivi une formation initiale	> 100%	0,5
	> % du personnel devant suivre une formation (annuel)	> 30%	0,5
S2- Indicateur de langues étrangères	> % du personnel parlant français	> 70%	0,5
	> % du personnel parlant anglais	> 30%	0,5
S3- Indicateur de salaire des employés	> Salaire selon grille en vigueur (ancienneté, qualification)	Oui - non	0,5
	> Existence d'avantages en plus du salaire (congrés payés, primes..)	Oui - non	0,5
S4- Indicateur de contrat de travail	> % de contrats à durée indéterminée	> 80%	0,5
	> Existence d'avantages en nature (logement, repas,...)	Oui - non	0,5
S5- Indicateur de protection des enfants	> Contrôle identité des clients (hôtels) > Information et sensibilisation des clients (affiche à l'entrée, brochures)	Oui - non	1

DES OUTILS POUR ACCOMPAGNER LES AUTORITÉS LOCALES



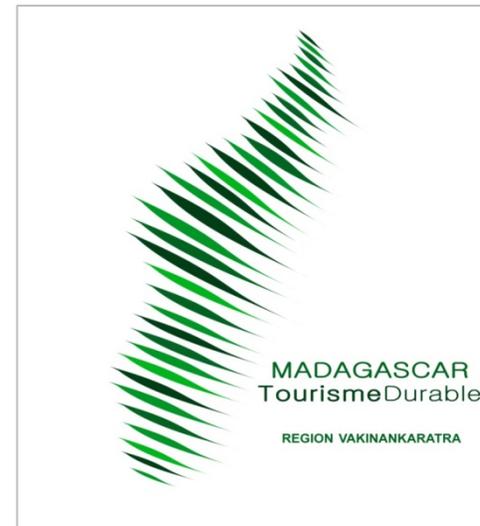
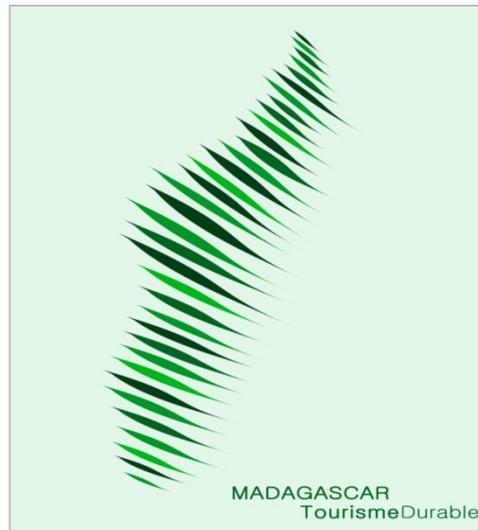
La charte du tourisme durable

- 19 articles qui définissent un cadre de référence technique et légale de mise en œuvre et d'utilisation de la Charte du Tourisme durable
- Co-signée par l'opérateur qui obtient le label Madagascar Tourisme Durable et le Président de la Commission de Gestion de la Charte
- Engage l'opérateur sur la mise en œuvre d'une gestion durable de sa structure

DES OUTILS POUR ACCOMPAGNER LES AUTORITÉS LOCALES

Le label « Madagascar tourisme durable »

- Garantie aux clientèles touristiques, nationales et internationales, des produits et services touristiques conformes aux critères du développement touristique durable
- Outil marketing pour promouvoir la charte du tourisme durable



DES OUTILS POUR ACCOMPAGNER LES AUTORITÉS LOCALES



- **Booklet [Bonnes pratiques]** pour les opérateurs touristiques « Protégeons notre environnement »
- **Séminaires de formation** à destination des autorités nationales et locales et opérateurs ou groupements d'opérateurs

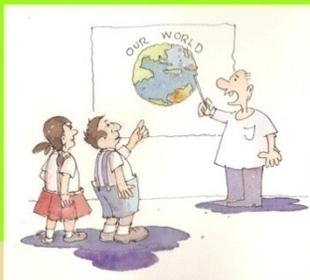
Bonnes pratiques

Sensibilisation à l'écologie

- Soyez fiers de votre quartier et travaillez ensemble pour protéger l'environnement.

- Apprenez aux nouvelles générations que l'environnement est important pour attirer les touristes, et enseignez-leur à protéger cet environnement, afin de garantir leur prospérité future.

- Participez à la prise de conscience environnementale dans votre quartier, et encouragez les autres à être actifs pour la protection de l'environnement.



Encore une fois, il est très important pour l'avenir que tout le monde adopte un comportement respectueux de l'environnement. On peut réduire en diminuant la consommation d'eau, d'électricité, de plastique, de papier et de verre. Le tri sélectif des déchets (plastique, papier et verre) et leur collecte pour leur réutilisation et leur recyclage favorise également la protection de l'environnement.



Acting for Life

Program Tourism, Ethique and Development
Bâtiment 106 B.P. 07, F93352 Le Bourget Cedex France
Tel: +[33] (0) 5 61 63 36 37 Fax +[33] (0) 5 61 63 36 40
Mail: groupeveloppement.tourisme@gmail.com
Website: www.groupe-developpement.org



Université des Sciences Sociales de Toulouse,
Place Anatole France, 31042 TOULOUSE CEDEX
Website: www.ut1.univ.fr



Khon Kaen University
123, Mitrapap Highway, Khon Kaen, 40002, Thailand
Website: www.kku.ac.th

PROTEGEONS NOTRE ENVIRONNEMENT

L'attractivité d'une destination touristique est principalement basée sur la beauté et la singularité de son environnement naturel. Protéger l'environnement est donc nécessaire afin de consolider l'attrait d'une destination touristique et de développer la région.

Afin de protéger l'environnement et de maximiser le potentiel touristique du Sud de la Thaïlande, le Groupe Développement Tourisme vous demande de respecter quelques principes simples.



Pour protéger notre environnement et tourisme il faut:



Réduire

Réutiliser

Recycler



Préserver la propreté de l'environnement

Sauvons notre environnement

Faire

Ne pas faire



Réduire la consommation de sacs plastique en demandant aux clients d'apporter leurs propres sacs.



Ne pas utiliser de contenants en polystyrène, comme les emballages pour la nourriture, car ils ne sont pas recyclables.



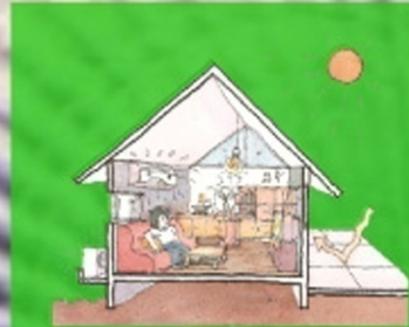
Réduire le volume des déchets en utilisant des emballages et contenants réutilisables (par ex. des verres et non des gobelets en plastique, il en est de même pour les bouteilles et les sacs).



Réduire la consommation de petites bouteilles en plastique en achetant plutôt des bonbonnes (ou autres contenants plus volumineux).



Faire



Réduisez votre consommation d'énergie.



N'utilisez pas de produits chimiques pour le jardinage.



Réduisez votre consommation d'eau et récupérez les eaux de pluie.



Recyclez vous-mêmes différents objets: par exemple faites une lampe à partir d'une canette de soda, ou des fleurs artificielles à partir de papier.

“L'expérience prouve que les bonnes pratiques peuvent être bénéfiques pour tous et partout. Réduire la production de déchets à la source est la manière la plus efficace de lutter contre la pollution. La collecte des déchets afin de les réutiliser, de les recycler pour produire de l'énergie peut réduire l'impact environnemental causé par la production et l'utilisation des objets dont ils sont issus.”

Sauvons notre environnement

Faire



Utiliser du papier recyclé ou biologique ainsi que des produits organiques ou qui bénéficient d'un label



Utiliser du papier recyclé en priorité.



Trier les objets, en papier, en verre, en plastique et en métal afin de les recycler.



Réutiliser l'eau usée pour les sanitaires ou pour le jardinage.



Planter au moins un arbre par an dans votre quartier.



Réduire les déchets

Faire

Ne pas faire

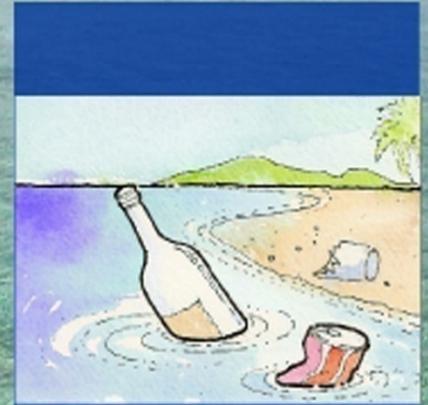


Trier les déchets selon leur composition et les déposer dans les conteneurs appropriés s'ils existent: verre, plastique, papier et produits chimiques.



S'il n'y a pas de conteneurs il faut tout de même trier et organiser pour faciliter la collecte des déchets ménagers.

“Participer à la préservation de la propreté de l'environnement est nécessaire dans le but de développer le potentiel touristique d'une région. Brûler du plastique ou des produits chimiques endommage les sols et détruit la vie sauvage.”



Ne pas jeter d'objets en plastique ou en verre (bouteilles/ sacs) dans la mer ou sur le sol.

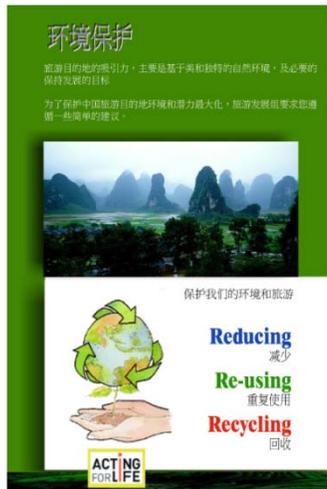


Ne pas jeter par terre les mégots de cigarette.

DES OUTILS POUR ACCOMPAGNER LES AUTORITÉS LOCALES



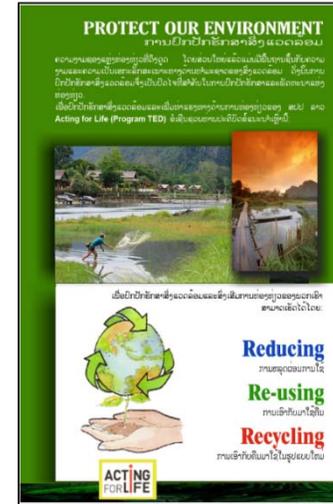
Anglais



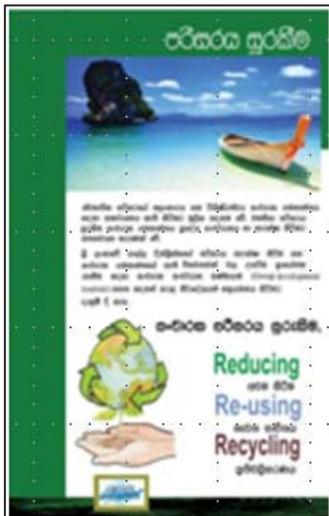
Chinois



Khmer



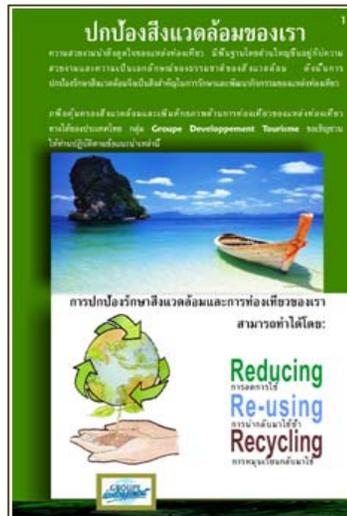
Lao



Sri lankais



Indonésien



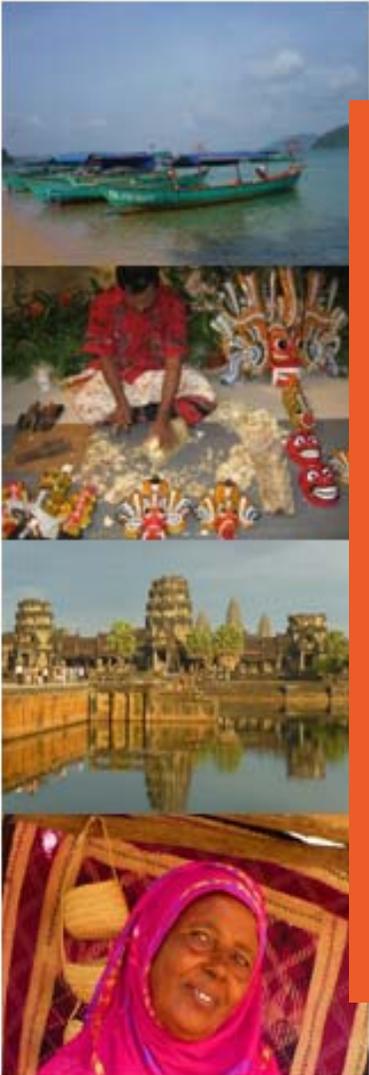
Thai



Portugais

CONCLUSION : DES PISTES POUR UNE COOPÉRATION EFFICACE ?

- ✓ Une réponse à une problématique
- ✓ Une approche méthodologique scientifique
- ✓ Une forte implication des partenaires nationaux et locaux
- ✓ Des outils de sensibilisation et de formation
- ✓ Des outils et méthodologies de mise en œuvre et de suivi
- ✓ Adapter et dupliquer les bonnes pratiques





**QUELS PROJETS TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU
DEVELOPPEMENT ?**

L'impact de la meso-finance dans le développement touristique

Marc DUMOULIN TSF



TOURISME SANS FRONTIERES

Marc DUMOULIN Président

TOURISME SANS FRONTIERES

Une ONG dont l'objet est :

*d'accompagner les pays émergents dans un
développement touristique approprié en faveur
des populations locales*

« Ce que l'on fait pour les autres sans les autres c'est contre les autres »



TOURISME SANS FRONTIERES

EXEMPLES DE PROGRAMME D' ACTIONS

Évaluation des besoins

Il s'agit de:

- de **définir des zones** à potentiel touristique
- d'évaluer **le potentiel touristique** des zones concernées
- de **sensibiliser** les populations concernées à la notion de tourisme.
- d'évaluer les **besoins quantitatifs et qualitatifs** pour un développement touristique approprié

Programme de développement touristique

- **audit et diagnostic** d'une zone touristique (Bénin, Togo, Guinée, Burkina-Faso)
- élaboration et formalisation de la **destination touristique** (Bénin, Togo, Maroc)
- conseil et assistance pour la mise en place des **structures d'accueil** (Mali, Niger, Sénégal)
- Suivi de la **mise en marché** de la destination touristique (Bénin, Togo, Sénégal, Maroc)



TOURISME SANS FRONTIERES

MOYENS MIS EN OEUVRE

Les moyens humains :

- des techniciens de la micro-finance et de la méso-Finance
- des spécialistes du transport aérien,
- des spécialistes du développement touristique national et international
- des spécialistes de la communication touristique

Les moyens techniques

ingénierie, conseil, formation, logistique, communication



TOURISME SANS FRONTIERES

Les moyens financiers

- les souscriptions
- des fondations entreprises
- les bailleurs internationaux (Banque mondiale, Europe, Fondation ST-EP, Coopération Nationale, Coopération décentralisée, etc.)

Les outils

- le catalogue de formation [CATALOGUE DE FORMATION.doc](#)
- le fonds de soutien (la méso finance, expérience SEBADERS)
- l'outil de commercialisation en ligne « voyages et passion.com »
- l'outil de promotion « SolidarissimoO » [Solidarissimo_2010_net N°2.pdf](#)
- l'outil de réflexion [Solidarissimo_2010_assises_net 3.pdf](#)



TOURISME SANS FRONTIERES

UNE EXPERIENCE DE MESO-FINANCE AVEC SEBADERS

(Film SEBADERS)



TOURISME SANS FRONTIERES

Robert Tonoudé EDAH Directeur Exécutif

SEBADERS

L'expérience et la fiabilité

- un organisme créé en 1996
- Volume d'activité en 2009 180 millions de Francs CFA
- 3000 bénéficiaires
- Les domaines d'interventions sont :
 - le petit commerce
 - l'artisanat
 - le transport
 - l'agriculture
 - la transformation
 - les services



TOURISME SANS FRONTIERES

L'intervention de SEBADERS
en faveur
de l'activité touristique

- Dans le domaine de la micro finance :
 - activités : bar, restaurant, maquis, artisanat d'art, couture, coiffure, taxi-brousse, taxi-moto
 - bénéficiaires : 60 soit 20% de l'activité de SEBADERS
 - Volume de prêts : 36 millions de Francs CFA



TOURISME SANS FRONTIERES

➤ Dans le domaine de la Méso finance:

- l'auberge « Le Rio »

activités: hébergement à moindre coût

nature du financement: réhabilitation et aménagement de l'auberge

montant du prêt : 1,6 millions de Francs CFA

Durée du prêt : 18 mois

Taux intérêt : 13,5% annuel

Garantie: nantissement informel de l'immeuble

Remboursement: totalement effectué



TOURISME SANS FRONTIERES

- Restaurant « Chez Lazare »

activités: bar, restauration, crèmerie

nature du financement: renouvellement des équipements et rénovation

montant du prêt : 2,2 millions de Francs CFA

Durée du prêt : 18 mois

Taux pratiqué : 13,5% annuel

Garantie: nantissement informel du matériel

Remboursement: totalement effectué
(sans incident)

Nouveau prêt: 2,1 millions de Francs CFA pour extension et achat de moyen de transport

Garantie : nantissement moto et nantissement du compte épargne au tiers du montant du prêt
(soit 700.000 Fcfa)



TOURISME SANS FRONTIERES

- l'auberge « Les Rochers »

aux

total 30

Francs CFA

et 36

(SEBADERS)

l'immeuble

remboursement
(incident)

activités: hébergement chambre d'hôtes
normes européennes

nature du financement: construction et
aménagement de l'auberge. Coût
millions de Francs cfa

montant des prêts : 10 millions de
(SEBADERS) et 5 millions (TSF)

Durée des prêts : 48 mois (SEBADERS)
mois (TSF)

Taux d'intérêt : 10 % annuel
0% (TSF)

Garantie: nantissement informel de

Remboursement: en cours de

(sans



TOURISME SANS FRONTIERES



AUBERGE "LES ROCHERS"

Chambres Climatisées

Doux repos-calme absolu

Guide-Touristique-services

Appui: Tourisme Sans Frontières

◀ Route de Lomé-près TOGOCEL ▶

BP. 597 Tél: 441 04 19 Cel: 906 18 50 Kpalimé-Togo



TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES

- La maison d'hôtes « Chez Thérèse »
 - activités:** hébergement chambre d'hôtes normes européennes
 - nature du financement:** aménagement des chambres et réception.
 - montant des prêts :** 6 millions de Francs et 5 millions de Francs CFA
 - Durée des prêts :** 60 mois et 60 mois
 - Taux d'intérêt :** 9% annuel
 - Garantie:** apport au fond de roulement SEBADERS par TSF des montants de des prêts
 - nantissement de l'immeuble par TSF
 - Remboursement:** en cours de (sans remboursement incident)

Chez Thérèse
Maison d'hôtes
Kpalimé TOGO





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES

LES PERSPECTIVES

- une demande importante dans le domaine de l'activité touristique
- De nombreux projets de construction ou d'aménagement de structure d'hébergement
- La région de kpalimé dispose d'un potentiel touristique important permettant ce développement
- pour répondre à cette demande importante non bancarisable, il est nécessaire de renforcer les fonds de roulements des organismes de crédit susceptible de s'engager dans un processus de méso finance.
- la demande de ces organismes ne consiste pas à obtenir des fonds de roulements subventionnés mais sous forme de prêt à faible taux et à moyen terme.



TOURISME SANS FRONTIERES

Marc DUMOULIN Président

TOURISME SANS FRONTIERES

Une ONG dont l'objet est :

*d'accompagner les pays émergents dans un
développement touristique approprié en faveur
des populations locales*

« Ce que l'on fait pour les autres sans les autres c'est contre les autres »



TOURISME SANS FRONTIERES

EXEMPLES DE PROGRAMME D' ACTIONS

Évaluation des besoins

Il s'agit de:

- de **définir des zones** à potentiel touristique
- d'évaluer **le potentiel touristique** des zones concernées
- de **sensibiliser** les populations concernées à la notion de tourisme.
- d'évaluer les **besoins quantitatifs et qualitatifs** pour un développement touristique approprié

Programme de développement touristique

- **audit et diagnostic** d'une zone touristique (Bénin, Togo, Guinée, Burkina-Faso)
- élaboration et formalisation de la **destination touristique** (Bénin, Togo, Maroc)
- conseil et assistance pour la mise en place des **structures d'accueil** (Mali, Niger, Sénégal)
- Suivi de la **mise en marché** de la destination touristique (Bénin, Togo, Sénégal, Maroc)



TOURISME SANS FRONTIERES

MOYENS MIS EN OEUVRE

Les moyens humains :

- des techniciens de la micro-finance et de la méso-Finance
- des spécialistes du transport aérien,
- des spécialistes du développement touristique national et international
- des spécialistes de la communication touristique

Les moyens techniques

ingénierie, conseil, formation, logistique, communication



TOURISME SANS FRONTIERES

Les moyens financiers

- les souscriptions
- des fondations entreprises
- les bailleurs internationaux (Banque mondiale, Europe, Fondation ST-EP, Coopération Nationale, Coopération décentralisée, etc.)

Les outils

- le catalogue de formation [CATALOGUE DE FORMATION.doc](#)
- le fonds de soutien (la méso finance, expérience SEBADERS)
- l'outil de commercialisation en ligne « voyages et passion.com »
- l'outil de promotion « Solidarissimo » [Solidarissimo_2010_net N°2.pdf](#)
- l'outil de réflexion [Solidarissimo_2010_assises_net 3.pdf](#)



TOURISME SANS FRONTIERES

UNE EXPERIENCE DE MESO-FINANCE AVEC SEBADERS

(Film SEBADERS)



TOURISME SANS FRONTIERES

Robert Tonoudé EDAH Directeur Exécutif

SEBADERS

L'expérience et la fiabilité

- un organisme créé en 1996
- Volume d'activité en 2009 180 millions de Francs CFA
- 3000 bénéficiaires
- Les domaines d'interventions sont :
 - le petit commerce
 - l'artisanat
 - le transport
 - l'agriculture
 - la transformation
 - les services



TOURISME SANS FRONTIERES

L'intervention de SEBADERS
en faveur
de l'activité touristique

- Dans le domaine de la micro finance :
 - activités : bar, restaurant, maquis, artisanat d'art, couture, coiffure, taxi-brousse, taxi-moto
 - bénéficiaires : 60 soit 20% de l'activité de SEBADERS
 - Volume de prêts : 36 millions de Francs CFA



TOURISME SANS FRONTIERES

➤ Dans le domaine de la Méso finance:

- l'auberge « Le Rio »

activités: hébergement à moindre coût

nature du financement: réhabilitation et aménagement de l'auberge

montant du prêt : 1,6 millions de Francs CFA

Durée du prêt : 18 mois

Taux intérêt : 13,5% annuel

Garantie: nantissement informel de l'immeuble

Remboursement: totalement effectué



TOURISME SANS FRONTIERES

- Restaurant « Chez Lazare »

activités: bar, restauration, crèmerie

nature du financement: renouvellement des équipements et rénovation

montant du prêt : 2,2 millions de Francs CFA

Durée du prêt : 18 mois

Taux pratiqué : 13,5% annuel

Garantie: nantissement informel du matériel

Remboursement: totalement effectué
(sans incident)

Nouveau prêt: 2,1 millions de Francs CFA pour extension et achat de moyen de transport

Garantie : nantissement moto et nantissement du compte épargne au tiers du montant du prêt
(soit 700.000 Fcfa)



TOURISME SANS FRONTIERES

- l'auberge « Les Rochers »

activités: hébergement chambre d'hôtes aux normes européennes

nature du financement: construction et aménagement de l'auberge. Coût total 30 millions de Francs cfa

montant des prêts : 10 millions de Francs CFA (SEBADERS) et 5 millions (TSF)

Durée des prêts : 48 mois (SEBADERS) et 36 mois (TSF)

Taux d'intérêt : 10 % annuel (SEBADERS)
0% (TSF)

Garantie: nantissement informel de l'immeuble

Remboursement: en cours de remboursement
(sans incident)



TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES

- La maison d'hôtes « Chez Thérèse »

activités: hébergement chambre d'hôtes aux normes européennes

nature du financement:

aménagement des chambres et réception.

montant des prêts : 6 millions de Francs CFA
et 5 millions de Francs CFA

Durée des prêts : 60 mois et 60 mois

Taux d'intérêt : 9% annuel

Garantie: apport au fond de roulement de SEBADERS par TSF des montants des prêts
nantissement de l'immeuble par TSF

Remboursement: en cours de remboursement
(sans incident)

Chez Thérèse
Maison d'hôtes
Kpalimé TOGO





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES





TOURISME SANS FRONTIERES

LES PERSPECTIVES

- une demande importante dans le domaine de l'activité touristique
- De nombreux projets de construction ou d'aménagement de structure d'hébergement
- La région de kpalimé dispose d'un potentiel touristique important permettant ce développement
- pour répondre à cette demande importante non bancarisable, il est nécessaire de renforcer les fonds de roulements des organismes de crédit susceptible de s'engager dans un processus de méso finance.
- la demande de ces organismes ne consiste pas à obtenir des fonds de roulements subventionnés mais sous forme de prêt à faible taux et à moyen terme.

QUELS PROJETS TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU DEVELOPPEMENT ?

Les possibilités d'accompagnement par les bailleurs potentiels

Gilles BEVILLE, Ministère des Affaires Etrangères et Européennes

Les financements potentiels du tourisme responsable

Gilles Béville MAEE/DGM/BPM/ALIM

TOURISME
SANS FRONTIÈRES



Solidarissimo
Salon du tourisme & de l'économie solidaire

Administrations centrales

□ MAEE

- DAECT Appel à projets/collectivités territoriales

□ MIIIDS

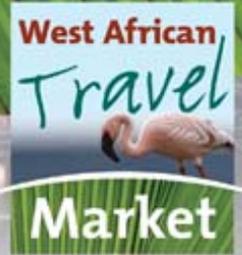
Agence française de développement

- ❑ ARIZ: garanties pour l'accès au financement des entreprises
- ❑ FISEA: Fonds d'investissement et de soutien aux entreprises en Afrique
- ❑ PRCC: Programme de renforcement des capacités commerciales
- ❑ DPO/Partenariat avec les ONG
- ❑ PROPARCO

QUELS PROJETS TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU DEVELOPPEMENT ?

Le CBI, Centre pour la promotion des importations provenant des pays en voie de développement
l'ECEAT Ong, Centre européen pour l'EcoTourisme

Bertrand CARRIER, Expert en Tourisme CBI



Green Travel Market

Objectifs & activités

Coordinator : **ECEAT**

www.greentravelmarket.info

www.eceat-projects.org

ECEAT, European Centre for Eco and Agro Tourism

- Accès aux marchés pour les produits/destination du tourisme durable,
- Promotion de normes mondiales du tourisme durable,
- Support des TO dans la mise en oeuvre de tourisme durable,
- Tourisme communautaire : réseau de logements ruraux durable,
- Formation et renforcement des capacités: petites entreprises touristiques, écotourisme, développement durable

West African Travel Market

Établi comme une initiative permanente entre les partenaires européens et ouest-africains:

- Promouvoir la contribution économique du tourisme
- Faciliter la coopération entre entreprises
- Améliorer l'image de l'Afrique occidentale en Europe
- Promouvoir la coopération régionale
- Soutenir un développement durable du tourisme
- Renforcement des capacités des partenaires ouest-africains

West African partners

Gambia Tourism Authority

Association of Small Scale Enterprises in Tourism - The Gambia

Eco - Benin

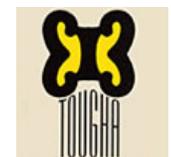
Tour Operators Union of Ghana

Ministry of Tourism - Cameroon

Nigeria Tourism Development Corporation

ONITS - Senegal

Sierra Leone Tourist Board



European Marketing Partners

ECEAT (Netherlands)



Federation of Tour Operators (UK)



Reisepavillon (Germany)



Travelife



MBOKA 2008 – West African Travel Market

Objectives

- Établir de nouvelles relations commerciales Europe-WA et WA-WA
- Re-appliquer les contacts existants
- Un meilleur respect entre l'offre et la demande
- Echange d'expériences et de bonnes pratiques
- S'entendre sur une stratégie commune pour les prochaines étapes



Un système de reconnaissance de la durabilité plus qu'un éco-label

Les entreprises labellisées Travelife :

- "**Travelife Bronze**" : politiques réduisant leur impact sur l'environnement et traitant les gens d'une manière juste et respectueuse.
- "**Travelife Argent**" : mesures cherchant activement des moyens de faire bénéficier la communauté locale et l'environnement.
- "**Travelife Or**" : niveau avancé dans leurs actions de développement durable. Ils encouragent les autres à s'impliquer, recherchent l'amélioration continue et communiquent leurs progrès régulièrement.



CBI
Ministry of Foreign Affairs

ECP Tourisme

2008 -2014

Programme de soutien
au développement

CBI

Centre pour la Promotion des
Importations en Provenance
des pays en développement



Mission & Vision CBI

Mission

Contribuer au **développement économique durable** des pays en développement par la croissance de leur exportation

Vision

CBI **L'expert** dans le développement et la promotion des exportation des pays en développement.



Pays



Pays CBI actuels

- Afghanistan, Bangladesh, Benin, Bolivia, Burkina Faso, Burundi, Colombia, Egypt, Ethiopia, Georgia, Ghana, Guatemala, Indonesia, Kenya, Kosovo, Madagascar, Mali, Moldova, Mozambique, Nepal, Nicaragua, Pakistan, Rwanda, Senegal, Suriname, Tanzania, Uganda, Vietnam, Zambia, South Africa

Nouveaux pays 2009

- Mongolia, Palestinian territories, Sudan, Democratic Republic of the Congo, Yemen

Pays sortants

- Albania, Armenia, Bosnia-Herzegovina, Ecuador, El Salvador, Honduras, India, Jordan, Macedonia, Montenegro, Morocco, Peru, Philippines, Serbia, Sri Lanka, Thailand, Tunisia
- Au plus tard au 31 décembre 2013



CBI ?

CBI, le Centre pour la Promotion des Importations provenant des pays en développement

Une agence du Ministère des Affaires Etrangères des Pays-Bas .

Depuis 1971 CBI fait parti du programme de coopération au développement hollandais.



Ecotourisme & Tourisme solidaire

le tourisme est devenu l'un des secteurs prioritaires avec

- 240 réceptifs
- 100 en écotourisme et tourisme solidaire
- 36 pays en Afrique, en Asie, en Amérique Latine et en Europe.

Un encadrement mené par des experts du tourisme d'Allemagne, de France, de Grande-Bretagne, des Pays-Bas, de Scandinavie et d'Espagne.

Audités, formés & coachés pendant encore 5 ans.



LES INITIATIVES

- Conseils en stratégie marketing sur mesure adaptés à chaque TO
- Encourager la participation à des salons internationaux
- Organisation de Roadshows
- Formation en E-tourisme / Promotion par internet

- Encourager les initiatives de mise en réseau :

Ex : Global Community Based Tourist Network
www.communitybasedtourist.nl/community/



MERCI

www.cbi.eu

Bertrand Carrier

b.carrier@cbi.eu

QUELS PROJETS TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU DEVELOPPEMENT ?

La coopération décentralisée des collectivités locales dans le développement par le tourisme

Christiane ECKERT, Vice Présidente de Cités Unies France

Adjointe au Maire de Mulhouse aux Relations Internationales et Transfrontalières, et de l'Urbanisme

QUELS PROJETS TOURISME POUR INTERESSER LES BAILLEURS DU DEVELOPPEMENT ?

Les circuits de la coopération décentralisée au niveau régional

L'émergence du tourisme dans les projets de la coopération régionale

Denis SCHULTZ, Directeur de l'IRCOD

L'IRCOD ALSACE

Institut Régional de Coopération Développement

Créé en 1986 à l'initiative de la Région Alsace

Mutualise

les initiatives de coopération des collectivités locales alsaciennes

Organise

Des échanges de savoir-faire pour le soutien des dynamiques locales de développement

Promeut

Une culture de coopération décentralisée en Alsace



L'IRCOD regroupe aujourd'hui :

- Des collectivités territoriales :
 - La Région Alsace
 - Les deux CG
 - 10 % des communes d'Alsace, directement ou à travers leur EPCI

- Des partenaires techniques institutionnels :
 - Universités
 - Hôpitaux
 - Chambres consulaires

- Des représentants de la société civile :
 - Associations de développement local en Alsace
 - ONGs de solidarité internationale pour le développement

Missions de l'IRCOD :

- Organiser une coopération de territoire à territoire :
 - Mobiliser l'ensemble du potentiel de développement en Alsace

- Organiser la cohérence interne de l'action de coopération :
 - Définition de la politique de coopération alsacienne
 - Interventions combinées de plusieurs acteurs sur un projet (addition de compétences et de savoir-faire)
 - Comités de pilotage
 - Séminaires de réflexion

- Organiser la cohérence de la coopération :
 - Par rapport aux enjeux et aux orientations nationales et locales
 - Par rapport à l'action des autres acteurs sur le terrain

Moyens financiers mobilisés par l'IRCOD :

- Moyens « structurels » :
 - Participation des collectivités locales alsaciennes (communes, EPCI, départements, Région)
 - Appel à MAEE du ministère des Affaires étrangères et européennes

- Moyens liés aux projets :
 - Collectivités territoriales
 - Etat français
 - AFD – Agence française de Développement
 - Union européenne
 - Banque mondiale
 - ONG
 - Associations

Enjeux de la coopération décentralisée

- Décentralisation : renforcement des collectivités locales :
 - Maîtrise d'ouvrage communale (urbanisme,...)
 - Fonctionnement des services (état civil, finances, ...)

- Démocratie locale :
 - Relation des collectivités locales avec la société civile

- Développement local :
 - Appui à des initiatives locales de développement
 - Appui aux associations et aux entreprises
 - Appui aux structures de développement dépendant de collectivités territoriales (office de tourisme,...)

- Echanges interculturels

Quel est l'apport d'une organisation régionale à travers l'IRCOD pour les collectivités

- ❑ Synergie et cohérence de l'action des différents acteurs alsaciens engagés dans la coopération
- ❑ Possibilité pour chaque acteur de participer à la coopération dans un programme construit en commun
- ❑ Meilleure visibilité de l'action de coopération alsacienne
- ❑ Inscrire le partenariat dans la durée en mobilisant toutes les compétences en fonction des besoins du terrain
- ❑ Développer une coopération concertée au niveau du territoire régional
- ❑ Professionnalisation de la coopération décentralisée en Alsace

Quel est l'apport d'une organisation régionale à travers l'IRCOD pour les collectivités

- ❑ Reconnaissance de ces compétences professionnelles au niveau de l'Etat et des institutions internationales
- ❑ Capacité à mobiliser des moyens nationaux, européens et internationaux
 - Appel à contrat de l'Etat (**prime à l'organisation régionale**)
 - AFD (**reconnaissance compétence technique et expérience**)
 - UE: appel à projets (**surface financière**)
 - Appels d'offres (BM, ...)
- ❑ Mutualiser les moyens financiers et humains
- ❑ Passer des conventions de siège avec les états du sud qui facilitent l'action sur le terrain
- ❑ Capitaliser les expériences et les mutualiser au niveau régional

Exemples de l'action dans le domaine touristique:

- ❑ Brésil: tourisme rural dans l'Etat de Rio
- ❑ Madagascar: Majunga
- ❑ Cameroun: Limbé
- ❑ Sénégal: Région de Ziguinchor

Partenariat entre la Région Alsace et la Région de Ziguinchor

- ❑ Développement du secteur tourisme
- ❑ Développement économique local via la formation professionnelle « artisans-menuisiers ».
- ❑ Renforcement institutionnel (organisation et management) comme condition de réussite des actions sectorielles mises en œuvre.

Pourquoi le tourisme comme axe de coopération?(1)

- Le tourisme comme outil de développement local
 - Levier de développement économique local: être conçu comme un travail de réseau et de collaboration entre différents niveaux de collectivités installées sur le même territoire (communes, région...) et avec les structures associatives et privées qui interviennent dans le domaine

Pourquoi le tourisme comme axe de coopération?(2)

- Le tourisme comme outil de changement des représentations Nord-Sud
 - le tourisme a souvent contribué à la diffusion d'images stéréotypées, de clichés sur l'Afrique et a souvent occasionné des comportements non respectueux des populations locales (tourisme de masse, dons en tous genres....):
 - Notre appui sera centré vers le développement d'un tourisme responsable où un travail sur la relation entre touristes et populations locales doit être mené (formation-sensibilisation du public...).

L'appui de l'Alsace à travers l'IRCOD

- Mise à disposition de l'expertise alsacienne en matière de tourisme (Service tourisme de la Région Alsace, Observatoire régional du Tourisme, Office du tourisme de la Haute Vallée de la Bruche, Réseau des offices du tourisme d'Alsace, ...)
- cofinancement d'actions précises et ciblées (ex : formation de guides interprètes, participation à des événements de promotion du tourisme comme le SITV de Colmar).

La participation du Conseil régional de Ziguinchor

- ❑ L'octroi d'une subvention annuelle à l'Office du tourisme de Casamance (2000 euros par an), bras armé de la mise en œuvre de la politique en matière de tourisme du Conseil régional de Ziguinchor.
- ❑ La mise à disposition des locaux
- ❑ La paiement des charges récurrentes : électricité, eau

Historique de la coopération dans le tourisme avec Ziguinchor

- ❑ Première demande en 2006 qui a donné lieu à une mission exploratoire conduite par le coordonateur de l'Observatoire régional du tourisme d'Alsace
- ❑ Suite à l'assassinat du président Lamine Badji en 2007, forte période d'instabilité entraînant une rupture de l'action pour le tourisme à Ziguinchor
- ❑ Seconde demande exprimée par le nouveau président du conseil régional de Ziguinchor lors de sa rencontre, en Alsace, avec le Président du Conseil régional d'Alsace en octobre 2009. Depuis lors, nous avons approfondi et défini des axes de travail concrets et des actions sont déjà en cours.

Axe de travail 1:

La promotion de la destination Casamance

- appui pour la participation de l'Office du tourisme de Casamance à des événements de promotion en Alsace (salon du tourisme, autres événements à identifier selon le calendrier des manifestations)
 - *2010: office du tourisme de Ziguinchor participe à solidarissimo*
- mise en relation et la facilitation des relations avec les professionnels de l'organisation et la vente de circuits touristiques implantés en Alsace
 - *2010 : en marge de Solidarissimo, le Résot Alsace permettra à l'office du tourisme de Casamance de rencontrer les professionnels de la vente de voyages installés en Alsace (Tour operator).*

Axe de travail 2: Appui à l'organisation du tourisme en Casamance

- mise en place de circuits touristiques thématiques mettant en avant les atouts de la région (faune, flore, patrimoine historique et culturel qu'il faudrait identifier et pour lequel des mesures conservatoires seraient à envisager)
 - *2010 : en marge de sa participation au salon Solidarissimo, l'office du tourisme de Casamance séjournera à Schirmeck pendant 5 jours afin d'étudier et d'échanger avec l'office du tourisme de la Haute vallée de la Bruche sur le processus et les conditions requises pour la conception et la promotion de circuits touristiques*
- formation de professionnels du tourisme : guides interprètes...

Axe de travail 3:

Appui à la structuration et à l'organisation de l'Office du tourisme de Casamance dans la continuité du travail mené par TSF

- ❑ structuration financière de l'Office: autonomiser financièrement, augmenter l'autofinancement
- ❑ mise en place de relais sur le territoire régional (fonctionnement et organisation de ce réseau).
- ❑ mise en place de relations de partenariat avec les collectivités territoriales de la région pour un projet d'organisation touristique prenant en compte tous les niveaux de décentralisation (communes et communautés rurales).
- *2010 : en marge de sa participation au salon Solidarissimo, l'office du tourisme de Casamance séjournera à Schirmeck pendant 5 jours afin d'étudier et d'échanger avec l'office du tourisme de la Haute vallée de la Bruche sur la structuration politique, le fonctionnement administratif et financier de l'Office du tourisme alsacien*

Conclusion:

La promotion du tourisme en Casamance:

- ❑ une nouvelle dynamique depuis l'avènement de l'Office régional du tourisme de Casamance (appuyé par la Coopération française et TSF)
- ❑ Fruit d'une volonté politique locale mobilisant des acteurs en Alsace et à Ziguinchor : actions inscrites potentiellement dans la durée et porteuses.
- ❑ Toujours confrontée à l'image véhiculée par les médias insécurité due à la rébellion armée qui n'a plus du tout les caractéristiques d'une rébellion revendiquant l'indépendance de la région, mais d'un système mafieux (trafic de drogue, exactions, clientélisme)