



TOURISME SANS FRONTIERES



RAPPORT DE MISSION OCTOBRE 2011

Marc DUMOULIN
Président de Tourisme sans Frontières



TOURISME SANS FRONTIERES

OBJECTIFS DE LA MISSION

- 1) Evaluation des actions entreprises et en cours
- 2) Modalités de pérennisation du label de qualité concernant l'artisanat local
- 3) Coordonner l'éducteur en partenariat avec l'ORTB et les opérateurs touristiques
- 4) Définir l'appui à la structuration de l'ORTB, en lien avec la CUM, et entamer des 1ères actions de formation



TOURISME SANS FRONTIERES

SYNTHESE DE L'EVALUATION DE L'EDUCTOUR « DESTINATION MAJUNGA »

SYNTHESE DE L'EVALUATION DE L'EDUCTOUR MAJUNGA

OCTOBRE 2011

ORGANISME	Transport aérien	transport terrestre	Accueil organisation	programme	hébergements	restauration	Supports de promotion	Programmation De la destination
Voyages FRAM Responsable production: Bertrand Didier de Saint Amand	Classe premium confortable, repas bien	Très bien chauffeur à l'écoute du client	Accueil chaleureux personnel sympathique Organisation bien mais quelque peu flottante	Très bien, intense, Vision large de ce qu'offre Majunga	Ensemble bien Changement d'hôtel apprécié Amélioration à apporter au niveau propreté sanitaire	Les repas bien Même très bien	Organisation de workshop en France	Conforter la destination Madagascar et élargir les circuits à Majunga
Les Ateliers du Voyage Grandeur Nature KUONI Responsable: Marjorie DUMONT	Classe confortable et excellent service	Véhicule confortable et chauffeur sympa et ponctuel	Excellent accueil au Cocolodge Cocktail raffiné Bon premier contact à l'aéroport	Programme complet et activités variés Sites exceptionnels Mention pour la sortie d'Aventure et Découverte	Hébergements charmants même si qualité différente Favoris pour la cible de clientèle de KUONI: Relais des plateaux, Cocolodge, Ansanty	Bon dans l'ensemble Petit déjeuner à améliorer sur tous les hébergements (pas assez variés et copieux)	Carte pro et doc de présentation OK Souhaite Photos haute définition pour brochure et site web	Programmation d'un combiné Majunga/Mayotte

ORGANISME	Transport aérien	transport terrestre	Accueil organisation	programme	hébergements	restauration	Supports de promotion	Programmation De la destination
AIR FRANCE		Chauffeur dispo, ponctuel, sécurisant	Organisation très sympa, chaleureuse, et très disponible	Très riche, original, un peu dense	Panel intéressant, grosses différences entre établissement, accueil en général très agréable	Bien adapté au programme, côté local très judicieux		
VIAGGI SOLIDALI	Classe confortable et excellent service	Très bien Minibus, 4x4, pirogue, bateau	Très bien , ponctualité, programme entièrement réalisé	Aurait souhaité une avoir un vue plus large de l'offre de la région, mettre plus en évidence les points fort de la région	Bien apprécié la participation active des hôteliers et leur présence sur l'éductour		Support de promotion en Italien Etablir des liens entre le site Internet de l'ORTB et ceux des TO	Suite à l'éductour évaluation de la destination avant programmation d'un circuit nord/ouest de Madagascar Point fort pour pour la cible tourisme responsable

ORGANISME	Transport aérien	transport terrestre	Accueil organisation	programme	hébergements	restauration	Supports de promotion	Programmation De la destination
TOURISME SANS FRONTIERES	Bien	Un transport première classe ponctualité	Excellent La route Tana/Majunga mérite d'être faite à condition d'avoir une étape à mi parcours	Programme diversifié La diversité au naturel, besoin de formation des guides	Diversité intéressante		Bon dossier de vente Notoriété faible mais potentiel important de la destination	
VISION ETHIQUE	TB accueil aéroport RB service à bord Accompagnatrice très appréciée	Sécurité, qualité du véhicule, ponctualité, gentillesse du chauffeur	Chaleureux, disponibilité, gentillesse, bonne logistique, homogénéité, esprit d'équipe, accueil des hôteliers Mobilisation remarquée des institutionnels Maire de Majunga	Très variés, complet, dense, bon aperçu du potentiel de la région, présentation des artisans Nécessité de formation des guides	Panel correspondant à différents types de clientèle Hôtel de charme	Très bonnes restaurations du repas traditionnel au repas gastronomique	Manuel de vente très complet Besoin de doc sur l'accessibilité aérienne, fluviale ou terrestre	Programmation en cours pour début novembre 10 pax Circuit nord sur 11 jours : Nosy Bé, Ankarafantsika, Majunga, Tana

ORGANISME	Transport aérien	transport terrestre	Accueil organisation	programme	hébergements	restauration	Supports de promotion	Programmation De la destination
ALPHA TOURS	Surclassement et Accompagnement d'Air France très appréciés	Véhicule confortable chauffeur très professionnel	Accueil au Cocolodge remarquable, Quelques modifications de programme et manque de présence des réceptifs locaux	Plus de propositions sur les attraits de la destination Plus d'échanges souhaités entre les TO et l'ORTB	Offre variée qui correspond aux différentes clientèles ciblées	Offre variée qui donne des possibilités de choix (reps locale et raffiné)	Souhaite support vidéo et PowerPoint	Circuit de 8 jours Proposition d'un raid avec la destination Diégo
VOYAGE MALAGASY CAP MADAGASCAR	Excellent en classe Alizé	Transport agréable malgré la distance entre Tana et le parc	Présence du Directeur de l'ORTB sur l'ensemble de l'éductour apprécié programme un peu trop dense	Découverte et fascination par les sites: Ankarafantsika, Katsepy	Respect des normes de qualité pas évidente Quelques établissements de qualité Accueil dans les établissement peut être amélioré	Renforcer la présentation de la gastronomie malgache Excellente restauration de type européenne;	Très bons supports Du professionnalisme	Programmation immédiate du produit Majunga dans le cadre de la vente de la destination Madagascar

LISTE DES PARTICIPANTS A L'EDUCTOUR MAJUNGA

NOM	PRENOM	ACTIVITE	ORGANISME	EMAIL	TELEPHONE	réponse
CABANAC	Fabienne	TO	FRAM	fcabanac@fram.fr	06 87 24 82 32	OK
MOUNIR	Caroline	TO	KUONI ATELIERS DU VOYAGES	caroline.mounir@atlv.fr clarisse.plisson@kuoni.fr	01 55 87 83 02	OK
DEBONNAIRE	Caroline	TO	VISION ETHIQUE RESEAU ARCHIMEDE	visionethique@free.fr	09 50 71 66 41	OK
RAZAFINJATO	Patrice	TO	ALPHA TOURS	patrice@mada-alphatours.com	06 22 91 08 31	OK
VECCHIATTINI	Maria Teresa	TO	ORGANISM VIAGGI SOLIDALI TO	operativo@viaggisolidali.it	+39 01 14 37 94 68	OK
CLAUDE	Michel	ONG	TOURISME SANS FRONTIERES	michel.claude3@hotmail.com	(06) 12 98 22 61	OK
RABARIJAONA	ZO	TO	CAP MADAGASCAR VOYAGES MALAGASY	andryaveloson@capmadagascar.com	01 42 86 99 88	OK
COMY	Christine	CA	AIR FRANCE	chcomy@airfrance.fr	0156931043 0611872487	OK

*LABEL de QUALITÉ ANÇAYA
ARTISANAT*



MAHAJANGA

MADAGASCAR



« l'artisanat à l'authentique »

Exposition
Vente

Artisanat labellisé
de Mahajanga

Tous les jours à l'Office du Tourisme

OBJECTIFS :

Général :

Valoriser et développer le savoir faire local à travers un label afin de garantir aux consommateurs un niveau de savoir faire élevé.

Spécifiques :

- Donner une dynamique à l'artisanat d'art
- Permettre aux artisans de se légaliser
- Permettre aux artisans d'améliorer leur savoir faire ou le compléter
- Permettre aux artisans de mieux commercialiser leurs produits
- Sensibiliser les artisans au concept du « commerce équitable »

ACTIONS RÉALISÉES :

- ✓ Réunion avec le cite Tana pour évaluer une ligne de conduite et les axes de travail
- ✓ Réunion avec le cite Mahajanga : mise en place de réunions avec les groupements d'artisans

- ✓ Réunions avec les groupements afin de sensibiliser les artisans au concept « Label ». Création de l'association BAOBAB
- ✓ État de lieux de l'artisanat à Mahajanga .Lors de cette étude 8 filières ont été identifiées, 39 visites d'ateliers ont été effectuées, 9 groupements d'artisans ont été recensés et 23 artisans ont été présélectionnés pour l'accès à la labellisation.
- ✓ Mise en place de la CLAAM (Commission de labellisation de l'artisanat d'art Mahajangai)

La commission a pour objectif de créer une dynamique de développement et une synergie entre les acteurs. Elle a pour rôle de modifier et valider la charte, d'accorder ou pas le label.

- ✓ Visite des boutiques d'artisanat de Tana (Azomanga / Sarobidy Madagascar) et des boutiques de Mahajunga.(Key West /Tropic Gourmand) pour les futurs points de vente

- ✓ Création d'un protocole d'accord entre l'ORTB et le groupement Baobab pour la gestion d'un espace vente à l'office du tourisme et pour le soutien du programme de commercialisation.
- ✓ Création de la charte graphique sur la base des couleurs de la ville de Mahajanga
- ✓ Mise en place d'une étude pour la commercialisation :
 - Article dans les guides touristiques Petit Futé et le Routard
 - Article dans le no Comment du mois de septembre
 - Article dans le magazine Info Tourisme Madagascar
 - Spot info sur les sites web : ORTB et ONTM
 - Encart publicitaire sur le nouveau plan de ville de Mahajanga
30 000 exemplaires
- ✓ Création de trois banderoles publicitaires « **Exposition Vente d'artisanat labellisé de Mahajanga** » des flyers en noir et blanc sont aussi imprimés pour cette occasion.
- ✓ **Labellisation de 14 artisans de Mahajanga**
- ✓ **Création d'une exposition vente permanente** à l'ORTB de Mahajanga





ACTIONS PRÉCONISÉES

Suite à l'analyse du contexte et de l'état des lieux, il s'avère nécessaire de mener les actions suivantes :

1. **Officialiser** le groupement BAOBAB
2. Entreprendre une véritable collaboration entre le CITE et l'ORTB. Signature d'une convention entre les deux partis

3. **Créer une réglementation pour la CLAAM et le label**

La commission, sous la responsabilité du comité de pilotage (ORTB, CITE et IRCOD) devra :

⇒ Valider régulièrement la respectabilité de la charte
Fédérer les différents groupements

⇒ Mettre en place et /ou poursuivre les formations en collaboration avec le CITE Mahajanga: plan MADACRAFT II

☞ Formation technique

☞ Formation design et création

☞ Formation gestion simplifiée

☞ Formation commercialisation et aménagement du point de vente

⇒ Convoquer des nouveaux artisans pour l'obtention du label

⇒ S'assurer de la bonne utilisation de la charte graphique

4. Développer la commercialisation du label et assurer le suivi des partenariats mis en place

5. Négocier des micros crédits à taux préférentiels pour les artisans afin qu'ils achètent des outils ou des matières premières.

6. Continuer la prospection pour les points de vente suivants :

- ✓ Les marchés de Mahajanga : négocier les emplacements avec la mairie (en demande)
- ✓ Les hôtels (en place)
- ✓ L'aéroport : il s'agit du bureau Tongava Tours)
- ✓ Les boutiques de Mahajanga (2) Les boutiques à Tana(3)
- ✓ CENAM Aménagement d'un local vers le quartier Mahabibo (en cours)





CHARTRE LABEL ANGAYA

OBJECTIFS

- ✓ Valorisation du patrimoine et promotion de la diversité artisanale
- ✓ Créer des synergies et développer des partenariats innovants
- ✓ Valoriser des expériences existantes

AVANTAGES

La création d'une chartre avec une commission apporte de nombreux atouts qui permettront d'assurer une évolution saine et plus rapide de l'artisanat Mahajangais :

- ⇒ Outil de vente puissant et efficace
- ⇒ Création d'une valeur de qualité et de fiabilité
- ⇒ Artisanat formalisé créateur d'emploi
- ⇒ Aide efficace apportée par des formations étudiées selon les besoins
- ⇒ Développement économique respectueux de l'environnement
- ⇒ Assurance d'avoir des lieux de vente plus nombreux et diversifiés
- ⇒ Assurance de promouvoir et de valoriser le patrimoine local dans les meilleures conditions

COMMISSION

La commission reconnaît et valide les dossiers de candidature à la labellisation selon le processus suivant :

1ere étape :

Vérifier la fiche d'identification artisan

Vérifier que les **3 critères obligatoires** de la charte soient respectés

Vérifier que **3 critères complémentaires** de la charte soient respectés

2eme étape :

Orienter les artisans et leur conseiller de suivre une formation correspondant à leurs lacunes (*ceci concerne les artisans n'ayant pas obtenu la labellisation à la 1ere étape*)

Vérifier qu'au moins un des critères d'évolution soit suivi durant l'année en cours (*ceci concerne les artisans ayant obtenu la labellisation à la 1ere étape*) afin de valoriser le label.

Les membres doivent rendre un jugement professionnel et objectif.

La validation des candidatures par la commission apporte la certitude d'un contrôle efficace de l'artisanat et de son développement.

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ

Critères obligatoires :

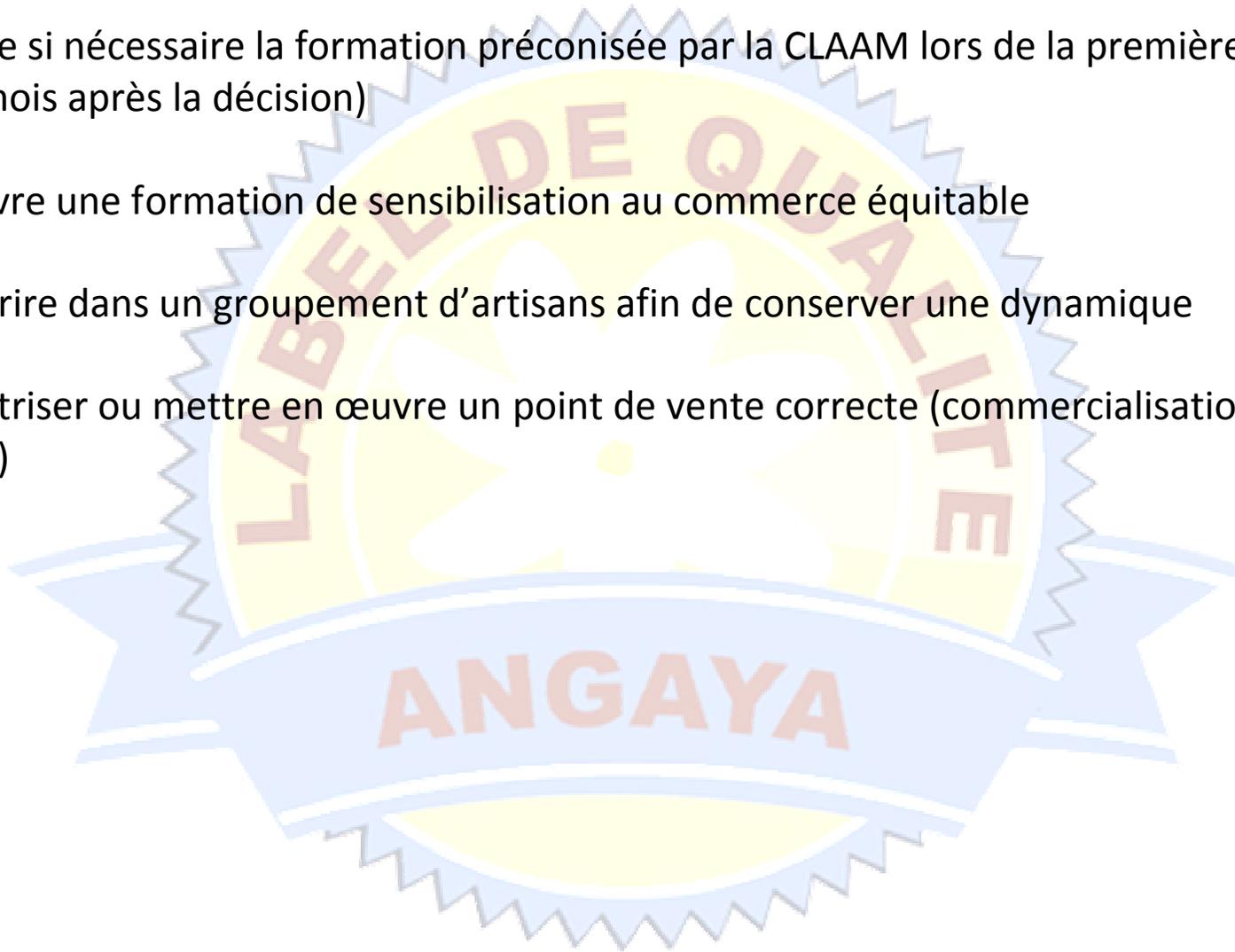
1. Utiliser **principalement** des matières premières issues de la région de Boeny ou faire un effort pour intégrer des matières locales afin d'avoir des articles fidèles à l'identité de Mahajanga.
2. Être dépositaire d'un **savoir faire de tradition ancestrale** ou rare et de techniques éprouvées : *présenter deux articles avec **une finition impeccable et commercialisable***
3. **Concevoir et fabriquer** son produit à Mahajanga

Critères complémentaires : 3 seulement doivent être respectés

1. Avoir minimum **1 année d'expérience**
2. **Être référencé à la direction régionale de l'artisanat**
3. Faire preuve d'innovation ou utiliser une technique particulière
4. **Respecter la dignité des acteurs** : Effort pour améliorer les conditions de travail avec : Un atelier hors de l'espace d'habitation, des tenues de protection si nécessaire, et une contribution des enfants de la famille seulement en dehors des horaires scolaires...
5. **Respecter l'environnement** : Effort pour réduire les impacts environnementaux : utilisation de produits naturels, utilisation de matières premières bio ou recyclées, ou issues de filières contrôlées...

CRITÈRES D'ÉVOLUTION *(engagement à prendre au cours d'une année)*

- 1.** Suivre si nécessaire la formation préconisée par la CLAAM lors de la première étape (deux mois après la décision)
- 2.** Suivre une formation de sensibilisation au commerce équitable
- 3.** S'inscrire dans un groupement d'artisans afin de conserver une dynamique
- 4.** Maîtriser ou mettre en œuvre un point de vente correcte (commercialisation de son produit)





LABEL
Délivré à

Certifié par la CLAAM Commission de labellisation de l'art et de l'artisanat à Mahajanga
Mahajanga le 16 août 2011

Pour la CLAAM membres exécutifs:

Directeur Régional Tourisme
et artisanat

Directeur ORTB

Directeur antenne CITE

M.Manombolima

Toky Armel Ranjatonantenaina

Rakotovao Sylvain





TOURISME SANS FRONTIERES

L'OFFICE REGIONAL DU TOURISME BOENY

Marc DUMOULIN
Président de Tourisme sans Frontières



TOURISME SANS FRONTIERES

L'OFFICE REGIONAL DU TOURISME BOENY ETAT DES LIEUX

- L'ORTB dispose depuis quelques mois d'un local excentré des flux touristique mais suffisamment vaste pour abriter ses activités administrative
- l'équipe exécutive se compose essentiellement de 3 personnes : un directeur, une adjointe de direction chargé de l'administration, une chargée d'accueil



TOURISME SANS FRONTIERES

- la documentation se résume à un document de vente pour les TO, un document de promotion publicitaire, un plan de ville publicitaire
- Un management aléatoire et une gouvernance en pointillé
- Une absence de gestion du personnel : pas de contrat de travail, pas de fiche de poste, pas de bulletin de salaire
- des ressources basées uniquement sur perception de la vignette touristique dont le taux de recouvrement est extrêmement faible. Pas d'autofinancement.
- une synergie public/privé contestée par les opérateurs privés



TOURISME SANS FRONTIERES

PROPOSITIONS

**POUR ETRE UN OUTIL DE PROMOTION
PERFORMANT L'OFFICE REGIONAL DE
TOURISME DE BOENY DOIT:**

**Avoir une gestion partenariale publique-privé
de la promotion touristique**



TOURISME SANS FRONTIERES

Il doit être :

- Un carrefour de médiation entre les clientèles et les opérateurs touristiques
- Un levier de développement économique du territoire
- Un espace d'affaires d'intérêt général
- Un espace de conseil pour les touristes
- Un organe de promotion et d'évènement



TOURISME SANS FRONTIERES

L'ORTB doit avoir un statut adapté qui autorise et encourage :

- la participation partagée de la collectivité et des opérateurs touristiques
- la souplesse de gestion
- la créativité et la réactivité

L'harmonisation des Statuts associatifs de l'ensemble des Offices Régionaux de Madagascar répondra à ces critères



TOURISME SANS FRONTIERES

Pour remplir pleinement sa mission l'ORTB
devra développer deux types d'action

- **les actions liées à la mission de service public**

Par nature, **la mission de service public** doit être
d'intérêt général en bénéficiant au plus grand nombre

- **les actions de soutien à l'économie marchande**

Qui elles, **concourent directement ou indirectement à
l'essor des entreprises touristiques** du territoire



TOURISME SANS FRONTIERES

les bénéficiaires des actions de l'ORTB doivent être :

- ❖ Les clientèles touristiques
 - ❖ la population locale
- ❖ Les opérateurs touristiques du territoire
 - ❖ Les collectivités territoriales



TOURISME SANS FRONTIERES

❖ Nature des services aux clientèles touristiques

- Faciliter leur séjour et l'accès à l'offre touristique
- Susciter leur désir de découverte du territoire

Au bureau de tourisme 100 % de l'énergie de l'agent d'accueil incite à une consommation directe ou indirecte de l'offre touristique du territoire

Bénéficiaires : le client et les opérateurs touristiques

Caractère de l'action : soutien à l'économie marchande



TOURISME SANS FRONTIERES

❖ Nature des services à la population locale

- Informations « universelles » véritable svp pour les habitants
(ex: informations sur les manifestation)
- Billetterie pour les spectacles de passage ou manifestations
 - Conseils pour découvrir d'autres régions du pays
 - Source d'animations ou d'évènements locaux

Bénéficiaires : l'habitant et la collectivité qui bénéficie de la satisfaction des citoyens

Caractère de l'action : mission de service public



TOURISME SANS FRONTIERES

❖ Nature des services aux opérateurs touristiques

➤ pour l'ensemble des opérateurs

- Vitrine de l'ensemble des opérateurs
- Services facilitant l'accès des touristes à leurs prestations
- Promotion de l'offre touristique, et donc des entreprises touristiques
 - Force de vente et apporteur d'affaires
 - Proposition d'une démarche qualité

Bénéficiaires : l'ensemble des opérateurs touristiques

Caractère de l'action : mixte

Mission de service public et soutien à l'économie marchande



TOURISME SANS FRONTIERES

➤ pour et avec certains opérateurs

- Intégration d'un ou plusieurs prestataires dans un produit
- Participation à des salons, à des éditions, à un site web...

Bénéficiaires : les prestataires engagés dans l'action ponctuelle

Caractère de l'action : soutien à l'économie marchande



TOURISME SANS FRONTIERES

❖ Nature des services à la collectivité territoriale

- Force de proposition et de réflexion sur l'aménagement touristique du territoire : signalétique, démarche qualité, conseils aux investisseurs.
- Participation à l'élaboration de la Politique Régionale du Tourisme
- Sensibilisation des habitants aux investissements touristiques de leurs collectivités territoriales.
 - Promotion de l'image de la région
 - Incitation à la consommation touristique
- Favoriser la perception de la vignette touristique
Bénéficiaires : la collectivité et ses décideurs

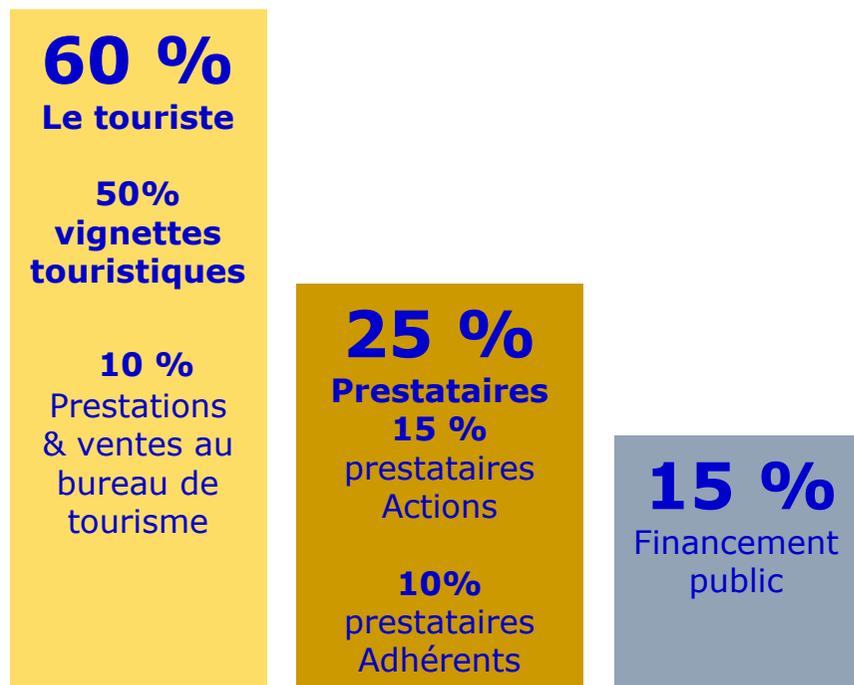
Caractère de l'action : mission de service public



TOURISME SANS FRONTIERES

Le financement idéal de l'ORTB

La nature des action publiques/privées doit induire un financement mixte et une participation équilibrée de tous les acteurs.





TOURISME SANS FRONTIERES

Détail des financements possibles de l'ORTB

➤ **Le financement public :**

- mise à disposition d'espaces (terrain, locaux)
- détachement de personnel
- coopération internationale et décentralisée
- autres...



TOURISME SANS FRONTIERES

➤ **Le financement clientèles :**

- reversement partiel de la vignette touristique
- vente de plans de ville
- vente d'un guide pratique (manuel de vente)
- vente de guides touristiques (Petit Futé, Routard, autres...)
- vente de cartes routières (type IGN)
- vente de cartes postales et d'affiches
- production et vente d'une gamme de souvenirs
- frais de réservation (hôtel, restaurant, autres....)



TOURISME SANS FRONTIERES

➤ **Le financement des prestataires :**

- adhésions à l'ORTB
- commissions sur vente de circuits touristiques
- participation à l'édition des documents commerciaux(manuel des ventes, CD,...)
- encart publicitaire sur le plan de ville
- encart publicitaire dans le guide pratique
- participation aux actions de démarchages (salons professionnels, workshop,...)



TOURISME SANS FRONTIERES

Quelles doivent être Les missions de l'ORTB

L'accueil et l'information

- **il s'agit d'organiser l'accueil touristique aux points de passage obligé des visiteurs**
- **il s'agit d'informer** les touristes mais aussi les populations locales sur le potentiel touristique du pays et sur les animations et fêtes en cours.

outils :

- **mise en place d'un bureau principal d'information touristique à l'Hôtel de Ville :** le bureau disposera d'une vitrine d'un comptoir, de présentoirs, de documentations, d'outils de bureautique et de communication (téléphone, fax, accès Internet) et d'un pavillon de promotion en bord de mer
- **édition d'un dépliant d'appel touristique « grand public »**
 - **édition et vente d'affiches touristiques**
 - **production d'une gamme de souvenirs**



TOURISME SANS FRONTIERES

L'animation et la formation

***En partenariat avec tous acteurs touristiques de la Région du Boeny
l'ORTB:***

- ***participe au CTE qui coordonne un groupe de réflexion et d'animation***
 - ***Élabore un programme périodique de fêtes et d'animation***
- ***Édite et diffuse ce programme en direction des touristes mais aussi des populations locales***
 - ***Participe à l'élaboration du schéma régional de développement touristique***
- ***Incite à la création de Relais Régionaux de Tourisme :*** (ex : au parc d'Ankarafantsika)
 - ***Forme le personnel des Relais Régionaux de Tourisme***



TOURISME SANS FRONTIERES

Le guidage

L'ORTB :

- ***élabore un programme de formation de guides régionaux***
- ***anime un service de guides agréés***
- ***participe avec les Relais Régionaux de Tourisme à l'élaboration des programmes de formation des guides régionaux et locaux***



TOURISME SANS FRONTIERES

L'observation statistique du tourisme régional

Il s'agit :

- **de collecter, de traiter et d'analyser l'information touristique**
- **de restituer, de communiquer, de diffuser et d'animer** (comité de pilotage)
- **d'organiser une veille et de proposer des conseils aux opérateurs touristiques et aux investisseurs**

outils :

Création d'un département statistique au sein de l'ORTB



TOURISME SANS FRONTIERES

l'organisation de la production touristique

Il s'agit :

- ***d'identifier avec les Relais Régionaux de Tourisme l'offre touristique crédible***
- ***de participer à la mise en forme des produits touristiques locaux et régionaux***
- ***de créer un produit « Destination Mahajanga »***



TOURISME SANS FRONTIERES

La promotion et la commercialisation de la « Destination Mahajanga »

Il s'agit :

- ***de mettre en place les supports de communication***
(manuel des ventes, CD, Site Web)
- ***d'organiser l'information marketing***
- ***de participer aux salons internationaux de tourisme des marchés cibles***
- ***d'initier ou de participer à l'élaboration des campagnes d'images***
- ***de mettre en place un système de réservation simplifié***



TOURISME SANS FRONTIERES

Quelles doivent être les ressources humaines de l'ORTB

Les ressources humaines nécessaires au fonctionnement d'un Office Régional du Tourisme devrait être :

- ***Un Directeur exécutif***
- ***un cadre dirigeant adjoint chargé de l'administration***
- ***un chargé d'accueil***
- ***Un chargé de production, d'édition, de commercialisation et de promotion***
- ***Un statisticien chargé de l'observation***
- ***Un animateur de réseau chargé de la formation***



TOURISME SANS FRONTIERES

Les compétences actuellement disponibles au sein de l'ORTB sont :

Un Directeur dont l'activité devrait être:

- gérer les ressources humaines (recrutement, formation, accompagnement individuel, évaluation)
 - faire adhérer le personnel
- diriger, animer, coordonner, organiser le travail
 - favoriser la communication interne
- gérer la programmation budgétaire et son exécution analyser et présenter les comptes de résultats
 - coordonner les opérateurs privés du tourisme
 - animer la concertation entre partenaires institutionnels
 - élaborer la stratégie de promotion
 - imaginer et/ou conseiller et/ou organiser un événement
- participation à l'élaboration d'un schéma régional de développement
 - élaborer et mettre en œuvre la politique et les objectifs de l'ORTB
 - animer la concertation entre partenaires institutionnels
- définir et mettre en œuvre la stratégie de mise en marché de l'offre touristique du territoire



TOURISME SANS FRONTIERES

Une adjointe de direction chargée de l'administration dont l'activité devrait être:

- gérer la partie administrative, statutaire et juridique de la structure
- coordonner les opérateurs privés du tourisme (animation du CCTE)
- communiquer ou impulser et faire adhérer la population locale à la politique touristique de la destination en relation avec la ville de Mahajanga
- mettre en place les indicateurs statistiques nécessaires et les analyser
 - élaborer le programme d'animations locales
 - mettre en œuvre la politique qualité de la destination
- mettre en place et gérer l'observation économique du tourisme (identifier les sources, mettre en place ses propres indicateurs)



TOURISME SANS FRONTIERES

Une responsable de l'accueil dont l'activité devrait être:

- de gérer les bureaux d'accueil et de promotion
- Former les agents d'accueil des différents bureaux
- D'élaborer les outils nécessaires à un accueil et une information efficace (plan de ville, dépliant d'appel, guide des manifestations, liste d'hôtel, etc...)
- D'organiser les services de réservation d'hôtels, de circuits, de location de voiture, etc.
- De mettre en place une gamme de produits dérivés (cartes postales,
 - plans, souvenirs, etc.)

compétences également actuellement disponibles à l'Office du Tourisme:

- un agent administratif
- deux personnes chargées de l'entretien

L'équipe permanente est renforcée par des stagiaires bénévoles et la participation de l'Association des Guides de Mahajanga



TOURISME SANS FRONTIERES

Schéma de gouvernance de l'ORTB

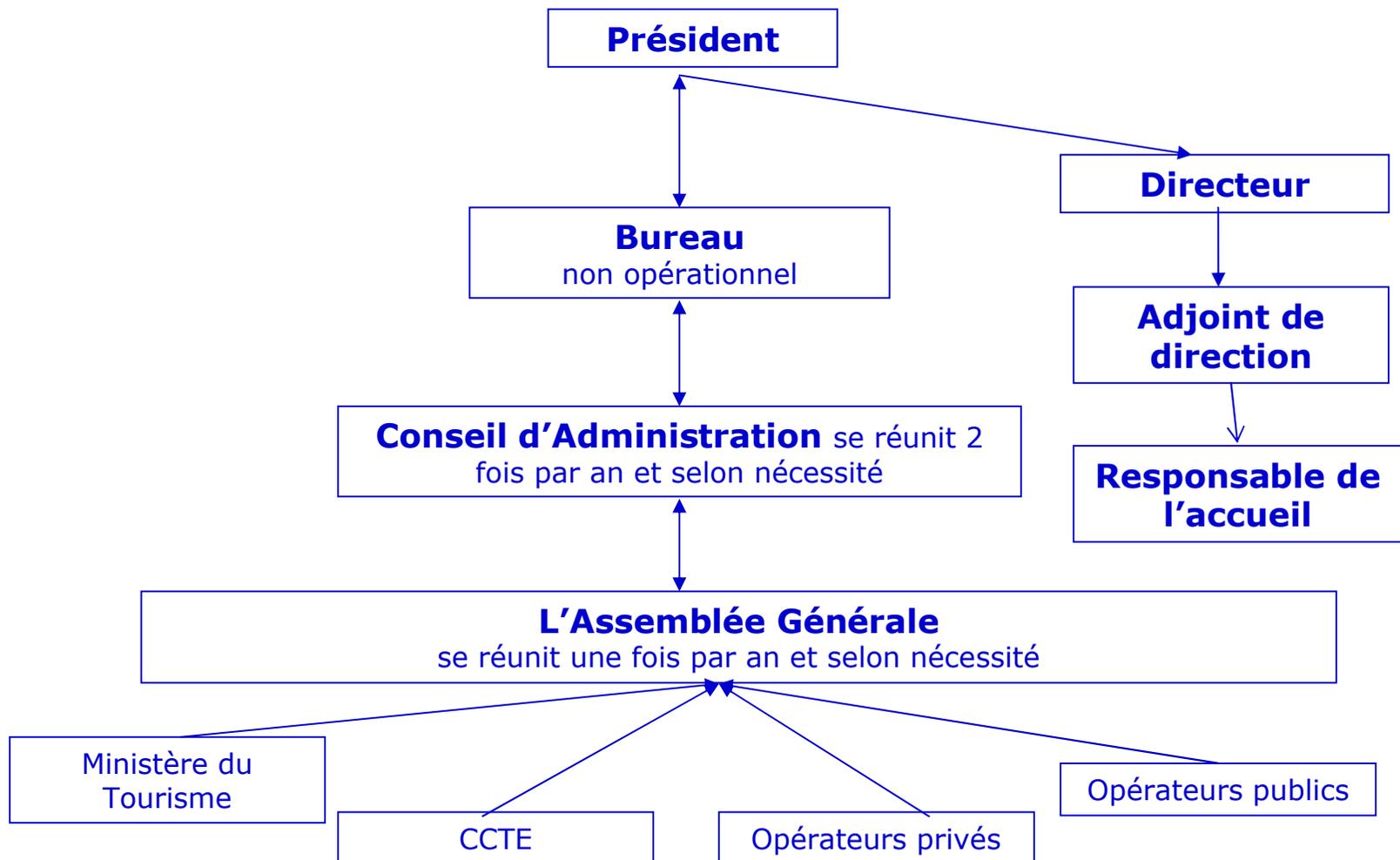


Schéma idéal d'organisation de l'ORTB

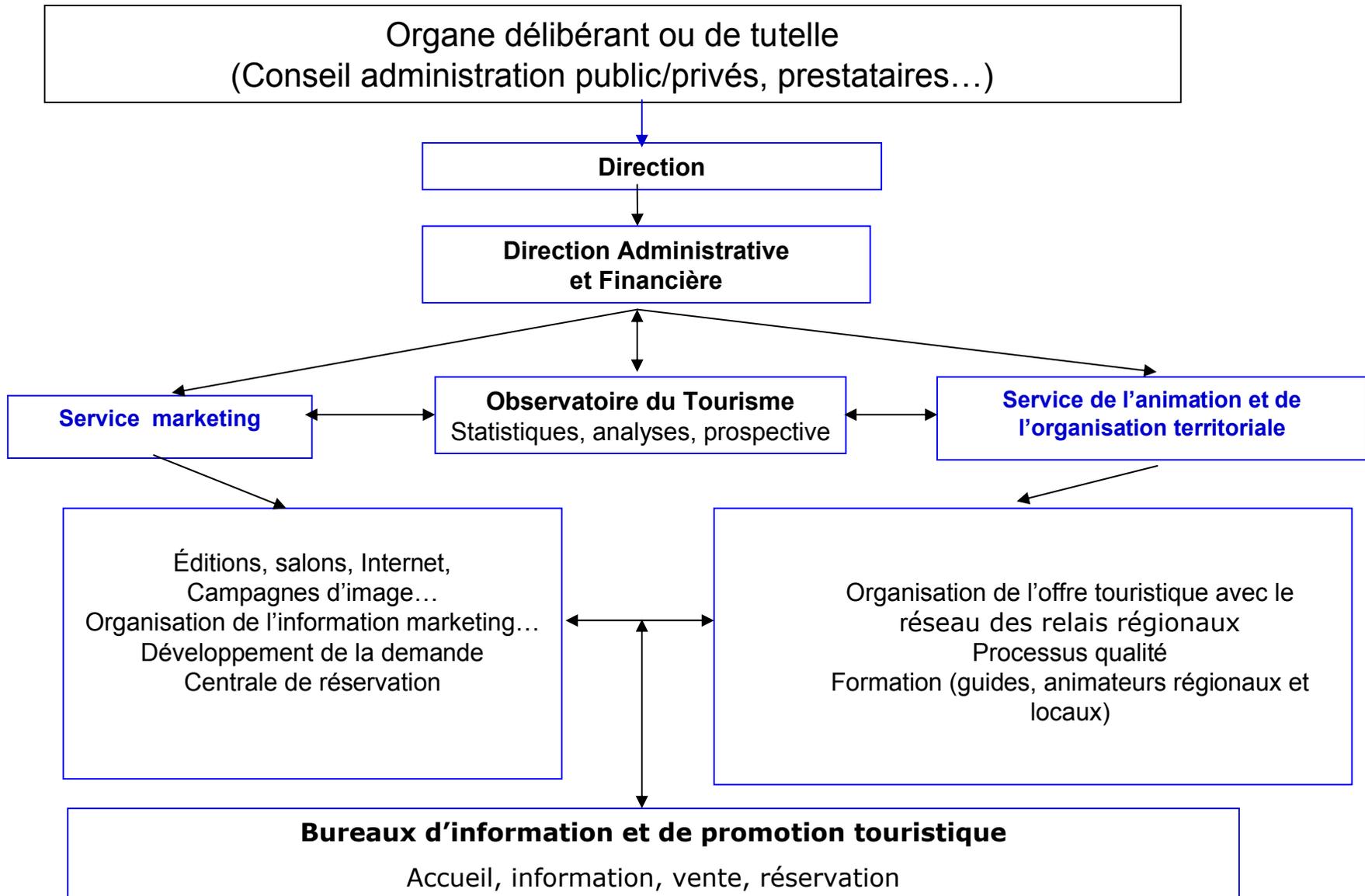
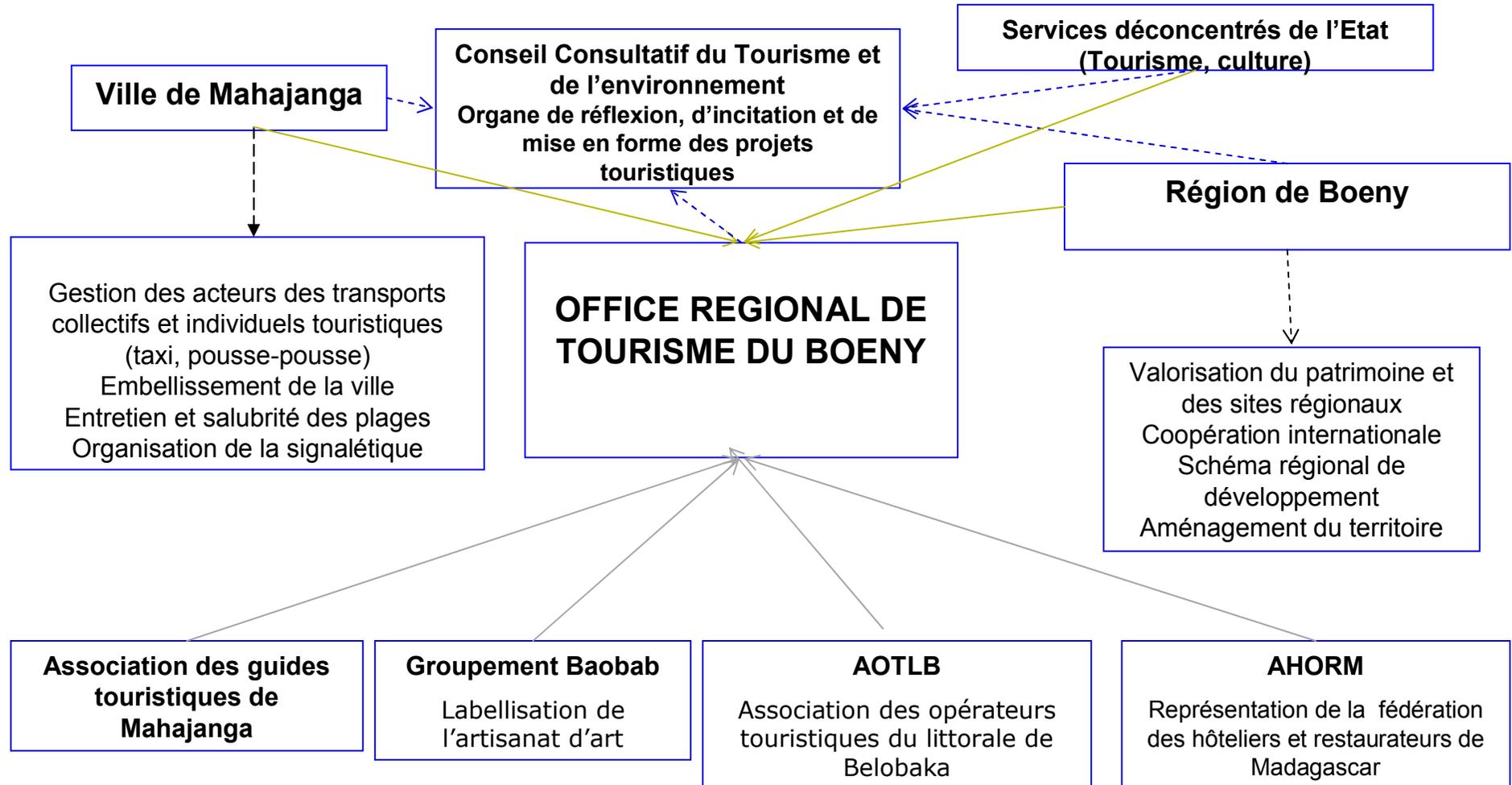


Schéma de positionnement de l'ORTB dans son environnement





TOURISME SANS FRONTIERES

PROPOSITION D'ACTION POUR 2012

**RENFORCER LES CAPACITES D'ACCUEIL, D'INFORMATION,
DE PROMOTION ET DE COMMERCIALISATION DE L'ORTB**

I) DEVELOPPER LES POINTS D'ACCUEIL ET D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Mise en place d'une banque d'information à l'Hôtel de Ville de Majunga
- Construction d'un pavillon de promotion en bord de mer pour le tourisme et l'artisanat



TOURISME SANS FRONTIERES

II) ORGANISER LA SYNERGIE ENTRE LE PARC NATIONAL ANKARAFANTSIKA ET L'ORTB

- Mise en place d'un point d'information touristique au Parc d'Ankarafantsikan
- Créer un espace d'information sur le Parc à l'ORTB

III) METTRE EN PLACE LES OUTILS D'INFORMATION, DE PROMOTION ET DE COMMERCIALISATION

- Élaborer les documents d'appel et d'information (dépliant grand public, liste d'hôtel, guide pratique, etc.)
- Organiser un système de réservation simplifié pour les hôtels, les réceptifs et les guides



TOURISME SANS FRONTIERES

IV) ORGANISE LA SYNERGIE ENTRE LES OPERATEURS TOURISTIQUES ET L'ORTB

- Mise en place d'un passeport touristique en relation avec la collecte des vignettes touristiques
- Balisage d'un circuit découverte de la ville de Majunga (en relation avec l'association des guides)
- Mise en œuvre de la signalétique de la ville de Majunga

V) RENFORCEMENTS DES COMPETENCES DES ACTEURS DU TOURISME MAJUNGAIS

- Mise en place d'une expertise de TSF auprès de l'ORTB pour la réalisation du programme 2012 (stage de 4 mois)
 - Organisation d'une formation spécifique pour le personnel et l'encadrement hôteliers
- Formation au technique de production, commercialisation et promotion des acteurs du tourisme
- Formation aux techniques de guidage et à la prise de parole en public (organisation de produit type)



TOURISME SANS FRONTIERES

VI) PLAN D' ACTIONS 2012 POUR LA PROMOTION DE LA DESTINATION MAJUNGA

- Démarchage des TO Malgache
- Organisation des Assises Internationales du tourisme et de l'économie solidaire dans le cadre du salon Enjoy
 - Renforcement de la présence de l'ORTB à Enjoy
 - Proposition d'une action de mise en réseau des Offices régionaux pour la diffusion de l'information
 - Programmation d'un plan média et organisation de voyages de presse (TV, presse écrite, radio, Internet)
 - Présence à Solidarismo (tourisme + artisanat)



TOURISME SANS FRONTIERES

PLANNIG ET BUDGET DES ACTIONS PROGRAMMEES

(estimations réalisées Yann ISSARD IRCOD)

ACTIONS PREVUES EN 2012

Mois	Action	Intervenant	Prise en charge Mulhouse IRCOD	Commentaires
mi-février	Mission mise en place stagiaire et mise en route outils ORTB (10j)	MD + stagiaire	2500	
mi-février à fin mai	Stage appui ORTB étudiante M2	stagiaire	3500	billet avion : 1500€ et 4 indemnités mensuelles de 450€ et divers : 200€
fin mai	Mission formation techniques de guidage (6j)	Françoise W(TSF)	1050	prestation journalière : 100€x6=600€, 2 indemnités journalières supp = 100€ et hébergement : 250€
fin mai	Mission salon Enjoy Tana et lancement assises tourisme solidaire + fin de stage	MD	2500	
octobre	Mission bilan + Eductour média + formation technique commercialisation	MD	2500	la formation technique commercialisation est prise en charge par les opérateurs privés. C'est Joan BELLAUD qui assure la formation. MD viendra en appui de JB. Le coût de prise en charge de JB pour l'ORTB est assurée par TSF. Une participation sera demandée aux opérateurs privés
novembre	Solidarissimo	ORTB, opérateurs, artisans à Colmar	2000	stand pris en charge par opérateurs, déplacement ORTB à la charge des opérateurs et/ou ORTB. Prise en charge uniquement de la venue d'un artisan labellisé
	Mise en place points d'information touristique à la Mairie et au bord de mer		2500	Participation de la CUM + Parc Ankarafantsika
	Programme de formation pour les artisans labellisés		2000	Prestation rouge beauté ? Ou autres? Objectif : renforcer les artisans, et aboutir à une gamme d'objets souvenirs miniatures
	Communication label		500	encarts pub, banderoles, médias...
	Supports de com ORTB (dépliant d'appel)		1200	cofinancement ORTB?
	Embellissement ville et aménagement (signalétique en ville)		2000	Recherche de partenaires privés
TOTAL			22250	