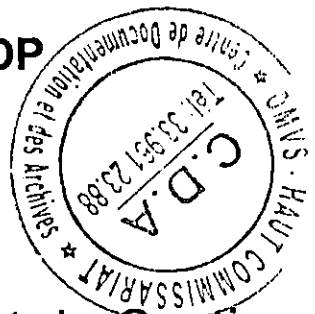


REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un peuple – Un but – Une foi

MINISTERE DE L'EDUCATION NATIONALE

UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP



Faculté des Sciences Economiques et de Gestion

INSTITUT SUPÉRIEUR DE GESTION

(ex - ENSUT)

SECTION : TOURISME ET GESTION HÔTELIÈRE

MÉMOIRE DE FIN D'ETUDES :

THEME :

**LE SENEGAL, VERS UNE**  
**NOUVELLE POLITIQUE**  
**TOURISTIQUE**

POUR L'OBTENTION DU

**DIPLÔME DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR EN**  
**TOURISME (D.T.S.T.)**

Présenté et soutenu par :

M<sup>lle</sup> Sokhna Mariama Diarra Bousso SOW

Sous la direction de :

M. Issa NDIAYE

Maître de Conférence

## **DEDICACE**

*Je dédie ce travail à :*

- ♣ *Monsieur le Ministre du Tourisme et des Transports Aériens qui ne cesse de se battre dans cette vie tumultueuse pour le développement d'un tourisme sain, compétitif et profitable à l'économie nationale .*

# DEDICACES

*Je dédie ce travail à :*

- ♣ *A ma brave et généreuse mère Fatoumata DIACK, qui ne cesse de se battre dans cette vie tumultueuse pour la réussite et le bonheur de ses enfants. Merci Maman pour tout ce que tu fais chaque jour pour nous. Vois ici l'expression de mes sentiments les plus chers. Que Dieu te protège.*
- ♣ *A ma mère Hélène ASSEF qui m'a soutenue pour la tendresse et l'affection qu'elle a eu à mon égard.*
- ♣ *Mon père Abdoulaye SOW pour tous les conseils qu'il me donne et qui ne cessent de me servir dans ma vie de tous les jours.*
- ♣ *Mon frère Pape Ahmadou Bachir SOW pour son soutien moral et financier, sans toi ce présent document n'aurait pas vu le jour.*
- ♣ *Mes sœurs : Aïssatou SOW, Adjara SOW, Isseu SOW, Madeleine FALL, Maguette THIAM, Souadou, Mami ASSEF, Mame Yandé, vous représentez beaucoup pour moi.*
- ♣ *Mes frères : Assane SOW, Salo SOW, Khadim SOW, Mouhamed NDIAYE, Khalilou NDIAYE*
- ♣ *Mention spéciale à mon Ami : Al Kassoum Abdoulaye ANNE (restons unis)*
- ♣ *Mes Cousines : Aby SOW, Amy SY, Khady MBAYE, Diakhou MBAYE*
- ♣ *Tous mes cousins : Madiagne sow, Salam*

- ♣ *Mes nièces : Awa SOW, Aïssatou Samba NDIAYE, Mame Sèye Léa SOW, Mame Diarra SOW*
- ♣ *Mes oncles plus particulièrement Amadou Lamine DIACK*
- ♣ *Mes tantes plus particulièrement : Madame MBAYE née Aïssatou SOW*
- ♣ *Toute la Famille SOW, DIACK*
- ♣ *Mes amis : Adjara SOW, Seyni DIA, Aminata DIOP*
- ♣ *Tous les étudiants de ma classe pour les merveilleux moments de soutien, d'affection et d'amitié qu'on a eu à partager durant ces deux ans de formation.*
- ♣ *Mes proches : Max, Khady, Marame, Nabou, Maguette, Adja, Diabakhaté*
- ♣ *In mémoriam : A mon père Ndiogou MBAYE . Repose en paix*

# REMERCIEMENTS

*Je rends grâce à DIEU.*

*je tiens à remercier :*

- ♣ *Tous les membres de ma famille : ma mère, mon père, Hélène ASSEF*
- ♣ *Que tous ceux qui ont contribué à mon éducation et à ma formation trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude.*
- ♣ *Spécialement Monsieur Issa NDIAYE, mon Directeur de mémoire qui a facilité mon travail. Je lui dis un grand merci pour sa patience et ses sacrifices.*
- ♣ *L'ensemble du corps professoral de l'ISG*
- ♣ *Mon frère : Pape Ahmadou Bachir SOW*
- ♣ *Mon ami : Al Kassoum Abdoulaye ANNE*
- ♣ *Tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire.*

# INTRODUCTION

Depuis la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle, l'industrie touristique est devenue un des secteurs essentiels de l'activité économique des pays industrialisés et d'un nombre croissant de pays en développement.

A ce titre, le Sénégal occupe depuis plus d'une vingtaine d'années, une place intéressante comme destination de tourisme balnéaire et de détente eu égard à l'importance de ses potentialités.

En effet, le Sénégal ne manque pas d'atouts pour assurer le développement du secteur touristique. Destination balnéaire proche de l'Europe, il dispose d'un soleil qui brille quasiment toute l'année, de sites naturels d'une grande beauté de parcs et de réserves d'une grande richesse en faune et en flore, de 700 km de plages de sable fin du Nord au sud, de la "Téranga" légendaire de ses habitants, de l'élégance, du sourire éclatant de ses femmes et les succès de ses sportifs.

En plus, on y trouve le tourisme de congrès, le balnéaire, le tourisme de découverte, la pêche sportive, l'écotourisme, la chasse et le culturel.

Le tourisme sénégalais a connu depuis une décennie une croissance quasi-régulière au niveau de la demande passant de 270 000 arrivées en 1991 à environ 668 263 en 2002 (voir annexes ...)

Au niveau de l'offre touristique, durant la période 1991-2002, la capacité d'hébergement est passée de 13 652 à 19 729 lits répartis entre 289 établissements totalisant 9905 chambres (voir annexe).

En 2001 on a donc enregistré une hausse de 4,7 % par rapport à 2000.

Avec plus de 108,3 milliards en 2002, le secteur touristique demeure le second fournisseur de recettes en devise après la pêche et devant les phosphates et l'arachide. Les recettes fiscales représentent 4,5 à 5 % des recettes du Sénégal. En outre la contribution du tourisme à la formation du PIB (produit intérieur brut) a évolué de 2,6 % en moyenne pour la période de 1980 à 1990.

Jusqu'en 1989 la croissance a été irrégulière. Elle s'est dégradée entre 1989 et 1993 à cause de la perte de compétitivité et d'image de la destination et de l'arrêt des investissements.

Malgré ces résultats, le secteur du tourisme est confronté à d'énormes difficultés et les acteurs sont unanimes pour dire que « le secteur est malade » et

qu'il faut mettre en œuvre des politiques de rupture qui passent par des mesures d'urgence d'assainissement du secteur et à long terme d'accroissement durable, sain et suffisamment redistributif.

En effet, la croissance du secteur a très peu d'impact sur l'amélioration des conditions de vie des Sénégalais, car 60 % de la population ne profitent pas des retombées.

Son impact sur l'économie globale reste faible et les performances du secteur sont très en deçà des potentialités du marché mondial du fait d'énormes difficultés et contraintes à la fois structurelles, institutionnelles et conjoncturelles.

Par conséquent, le secteur touristique demeure un secteur stratégique pour le gouvernement du Sénégal qui voudrait en faire un secteur de croissance et de création de richesse en exploitant davantage son potentiel et en réduisant les effets négatifs.

A la lumière de l'expérience vécue et compte tenu des résultats des journées nationales de concertation sur le tourisme, des séminaires spécialisés organisés par le Ministère du Tourisme et des conseils interministériels consacrés au secteur dont l'exécution fait ressortir un certain nombre de défaillances, il s'agit de se demander à travers notre sujet « Le Sénégal vers une nouvelle politique touristique » si le dispositif de la nouvelle politique peut contribuer à l'amélioration de la compétitivité de l'économie.

Dans le mémoire<sup>1</sup> portant sur la nouvelle politique touristique de l'alternance, ABY SYLLA tente de faire un diagnostic de cette nouvelle politique tout en essayant de voir si elle mérite une réorganisation ou une continuité.

Or, le dispositif de la nouvelle politique touristique du Sénégal est à l'étude à travers un document intitulé la lettre de politique de développement sectoriel du tourisme pour les cinq à dix prochaines années.

En effet, ce document comprend plusieurs étapes :

- Le diagnostic du secteur établi par les spécialistes du secteur ;

---

<sup>1</sup> Aby SYLLA, « La nouvelle politique touristique sénégalaise de l'alternance », mémoire de fin d'études, Dkr. I.S.G. 42 p.



- Les contraintes qui sont établies en liaison avec un ou plusieurs orientations stratégiques.

- Le programme d'actions et d'investissements qui, en tenant compte des orientations stratégiques, lève les contraintes de façon cohérente dans un programme.

D'ailleurs, selon le Ministère du Tourisme, la lettre de politique de développement sectoriel a été confiée à la primature pour sa validation.

Par conséquent, sa mise en application asseoit la nouvelle politique touristique du Sénégal sur un tourisme sain, compétitif et profitable à l'économie nationale.

Notre sujet s'inscrit dans cette problématique afin de mieux cerner les orientations stratégiques du gouvernement qui tente plus que jamais de redynamiser le secteur touristique.

Il s'agira, dans une première partie, de faire un diagnostic du secteur du tourisme qui passera par l'évolution de la politique touristique, les contraintes du tourisme tant structurelles qu'institutionnelle et les problèmes majeurs du secteur.

Ensuite, l'on tentera de cerner le dispositif de la nouvelle politique touristique adoptée afin de voir si elle pourra améliorer l'économie du pays.



**PREMIERE PARTIE**  
**DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME SENEGALAIS**

Le secteur touristique au Sénégal traverse une grave crise du fait de l'accumulation de difficultés tant structurelles qu'institutionnelles.

De ce fait, face à la gravité de la situation et compte tenu des potentialités de ce secteur en terme de ressources en devises, équilibre de la balance des paiements et emplois, le gouvernement du Sénégal, depuis février 2002, lors des journées nationales de concertation sur le tourisme (JNCT), a dans un constat lucide, examiné tous les obstacles et facteurs qui entravent la bonne marche du tourisme sénégalais.

## **I. L'EVOLUTION DE LA POLITIQUE**

Dans son évolution la politique touristique a surmonté beaucoup d'étapes qui lui ont valu d'être le deuxième pourvoyeur de devises au Sénégal après la pêche.

### **A. Analyse historique**

Une analyse historique du tourisme au Sénégal peut se faire à partir d'une périodisation où l'on distingue : la période de démarrage, le lancement du produit et enfin le développement.

#### **❖ La période de démarrage**

L'émergence du tourisme sénégalais a été notée dans la période comprise entre les années 1970 et les années 1980. Cette période de démarrage a été celle de la définition des premières politiques touristiques.

A cette époque, le gouvernement du Sénégal dirigé par feu Léopold Sédar Senghor avait centré ses objectifs sur la définition des zones prioritaires et la décentralisation pour maîtriser les rythmes de développement du tourisme qui était un phénomène nouveau sous le pilotage de la SOFISEDIT.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> SOFISEDIT : Société Financière Sénégalaise pour le Développement de l'Industrie Touristique

Les premières unités hôtelières virent le jour sur l'initiative du gouvernement sénégalais qui était en association avec les grandes chaînes internationales de gestion hôtelières et touristiques (Méridien Président, SOFITEL).

L'intervention de celles-ci consistait à mettre à la disposition du partenaire leur savoir-faire en matière de gestion et de commercialisation.

Le transport par bloc-sièges suffisait à remplir les hôtels car à ce moment il n'y avait pas encore les vols charters.

Les résultats étaient assez significatifs en 1980 avec des recettes de 19 milliards de FCFA. Le taux d'occupation était de 46,9 % pour une capacité en lits de 7550.<sup>3</sup>

#### ❖ Le lancement

La deuxième décennie du tourisme (1980-1990) correspond au lancement du produit.

L'état du Sénégal a procédé à de grands aménagements avec la création de la station de Saly. Dès lors, le pays entre dans le tourisme industriel et l'ère des charters.

Le lancement du produit est également appuyé par des décisions politiques.

En effet, en l'espace de six ans (entre 1983 et 1989), deux conseils interministériels sur le développement du tourisme ont été présidés par le Président de la République Abdou DIOUF et plusieurs décisions ont été prises : restriction d'aménagement de la petite côte, solutions aux problèmes de l'approvisionnement de la Petite Côte, aux problèmes de l'approvisionnement en eau au Cap Skiring, amélioration des équipements et la gestion des réceptifs, relèvement de la taxe touristique de 400 à 500 FCFA, réouverture du bureau de promotion de New-York au contrôle de la qualité du produit touristique Sénégalais.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Ministère du Tourisme du Sénégal « Document de stratégie du secteur du tourisme », Dakar, mars 2002

<sup>4</sup> Ministère du Tourisme du Sénégal « Rapport du Conseil interministériel pour le Développement du Tourisme », Dakar le 27 février 1999.

Cependant, la crise mondiale, qui n'épargne pas le Sénégal, empêche la mise en œuvre de quelques unes de ces décisions.

Toutefois entre 1984 et 1990, les arrivées de touristes sont passées de 271 486 dont 233 401 des non résidents à 285 633 pour 245 851 étrangers, soit un taux de croissance annuelle de 1,0 % largement inférieur aux 8 % initialement prévus.<sup>5</sup> Mais les recettes dépassent 40 milliards de FCFA depuis 1988.<sup>6</sup>

### ❖ Le développement

Entre 1990 et 2000, le Sénégal connaît un développement du secteur touristique.

Grâce à l'effectivité des vols charters, le Sénégal passe d'une destination classique à une destination charter.

En outre, le développement du tourisme a été marqué par certaines initiatives étatiques et dont les principales ont été :

- La mise en œuvre de la politique des charters.
- L'aménagement de zones spécifiques avec l'appui de la Banque Mondiale à savoir Saly, Cap Skiring et Saint-Louis.
- La dévaluation du franc CFA en 1994 qui a amélioré la compétitivité de la destination Sénégal. En effet, la crise économique en 1993 a suscité le rabaissement du FCFA. En 1994 à la suite de la dévaluation de la monnaie locale, des journées de concertation entre le Ministère du Tourisme et des Transports aériens et les Professionnels du secteur ont été organisées. L'objectif était de contrôler la hausse sur les prix et ensuite d'adopter une attitude commune pour profiter des avantages de la dévaluation.
- Les décisions des différents conseils interministériels consacrées au tourisme qui renforcent le caractère transversal du tourisme.

---

<sup>5</sup> Ibidem.

<sup>6</sup> Ministère du Tourisme du Sénégal « Rapport du Conseil interministériel sur le Développement du Tourisme », Dakar, avril 1999.

- La création d'un comité de suivi des conditions d'accueil et de séjour des touristes. Elle s'est opérée en 1986. Ce comité répond aux besoins relatifs à la sécurité et à la commodité du tourisme. Pour cela, de nombreux efforts ont été fournis mais le mal persiste avec une recrudescence des agressions, vols et exactions de toutes sortes. En effet, 160 million de FCFA ont été dégagés en 1989-1990 par le Ministère du Tourisme et de l'environnement pour doter les forces de sécurité de moyens logistiques. Malgré ces efforts, il faudra en fournir d'autres pour éviter que le Sénégal ne soit qualifié de « destination à risques ».
- Les initiatives locales ayant permis la création de syndicats d'initiative et l'initiation des programmes d'animation.
- Le classement des sites de Gorée et du Parc de Djoudj dans le Patrimoine mondial de l'UNESCO.
- La rénovation par l'IFAN des musées historiques et de la mer à Gorée.
- La restauration (1960) et la réhabilitation de la maison des esclaves à Gorée (1990).

Par ailleurs, certains événements à dimension culturelle internationale ont aussi favorisé le secteur. Citons : le Rally Paris - Dakar, le Rally aérien Toulouse - St-Louis, le Festival de Jazz de St-Louis, la Biennale de Dakar.

Notons aussi les différents salons spécialisés (agriculture élevage) et enfin les grands sommets internationaux qui se sont tenus à Dakar (OCI, Francophonie).

Cependant, le développement du tourisme a souffert de certaines décisions politiques et de certains événements parmi lesquels les plus en vue sont :

- La crise pétrolière des années 70

En effet, la crise pétrolière des années 70 a contribué, à retarder le programme de Saly, qui jusqu'en 1989 ne faisait l'objet que d'une réalisation partielle. La zone de Saly Sud est la seule à être aménagée et abrite 8 réceptifs pour une capacité de 1648 lits sur 10 unités hôtelières prévues. Ainsi c'est seulement vers 1994 que Saly Portudal connaît un regain d'intérêt qui laisse prévoir une reprise des activités.

- La crise en Casamance

La crise en Casamance, qui s'est traduite par une rébellion au Sud du Sénégal, de même que le conflit entre le Sénégal et la Mauritanie, l'instabilité dans les pays limitrophes ont influencé d'une manière très négative l'image globale de la sous région en terme de sécurité pour les touristes.

En 1993, la situation qui a prévalu dans la zone sud du Sénégal a été à l'origine des faibles résultats enregistrés.

En effet, cette situation était incompatible avec l'exploitation des établissements du secteur qui représentent plus de 23 % de la capacité totale.

Ainsi les arrivées globales sont passées de 281604 en 1992 à 195314 en 1993.<sup>7</sup>

- La faillite des compagnies aériennes dont Air Afrique.
- Les programmes d'ajustement structurel (PAS) qui ont contribué au ralentissement du développement du tourisme à cause du désengagement de l'Etat.
- Les évènements du 11 septembre qui ont réduit les vols charters en particulier.

Toutes ces raisons conjuguées bien que rapidement énumérées aboutissent à un quasi-sinistre du tourisme de loisirs et d'affaires avec son cortège d'incidences sociales et financières sur les entreprises et ses répercussions sur l'emploi.

Pourtant le secteur du tourisme, deuxième pôle économique au Sénégal constitue un levier de développement intéressant compte tenu des différentes analyses prospectives effectuées par l'OMT (organisation mondiale du tourisme).

Par ailleurs, l'évolution du secteur touristique a été également marquée par des tendances qu'il convient d'analyser

---

<sup>7</sup> Source : Ministère du Tourisme du Sénégal, Document du Conseil interministériel sur le développement du Tourisme Dakar, 1994.

## **B. Analyses des tendances**

Certaines tendances à la fois positives et négatives ont été notées dans le tourisme sénégalais.

### **a. Les tendances positives**

Elles concernent :

- La tendance à la hausse est notée en ce qui concerne l'évolution du secteur par le développement des flux passant de la fourchette de 270 000 en 1991 à 668263 arrivées en 2002. Mais ces chiffres sont contradictoires par rapport à celles retenues par les hôteliers.
- La consécration et la sécurisation des parcs et réserves à vocation touristiques.
- Les options du gouvernement de l'alternance en ce qui concerne la priorité accordée aux infrastructures et aux aéroports (le futur aéroport de Ndiass). L'approbation du NEPAD vient renforcer cette option.
- Le renforcement de la démocratie au Sénégal qui crédibilise le pays à l'extérieur.
- La création de comités et syndicats professionnels et mouvements associatifs pour appuyer les efforts de l'Etat dans le secteur notamment les syndicats d'initiative et de tourisme, le comité de station les nouvelles corporations de professionnels du tourisme, et enfin l'association des guides.
- L'élaboration des normes de classification hôtelières de la CDEAO et le consensus sur la nécessité d'élaborer un code d'éthique du tourisme sont également des tendances très positives à renforcer.

Par contre, d'autres tendances négatives pouvant nuire à la dynamique de relance ont été signalées.



### **b. Les tendances négatives**

Comme nous l'avons vu plus haut, ces tendances négatives sont à combattre afin de relancer le tourisme sénégalais. Elles sont décelées au niveau environnemental, au niveau des politiques publiques et municipales et enfin au niveau social.

- **Au niveau environnemental**

Au Sénégal, l'environnement est sujet à une érosion côtière continue. Les plages subissent une surexploitation de leurs dunes de sable. Or cette exploitation abusive pourrait réduire, à court terme, le potentiel des plages et à long terme menacer les réceptifs hôteliers installés sur le littoral. En effet, ces derniers sont construits de sorte à surplomber la plage dans toute sa largeur, et la situation qui prévaut pourrait les faire basculer.

A cela s'ajoute la prolifération des algues marines, véritable nuisance pour les plages et qui réduisent de manière sensible l'effectif des amateurs du tourisme balnéaire.

Par ailleurs, il se pose un problème de changement climatique mondial qui à long terme, constituera une menace sérieuse pour le littoral.

On le sait : le tourisme sénégalais repose pour l'essentiel sur le balnéaire. Or les problèmes environnementaux ont un impact sur ce domaine. Aussi devient-il urgent de prendre des mesures de sorte à limiter les dégâts.

Cette dégradation ne se limite cependant pas seulement à l'environnement, elle se fait sentir également au niveau des politiques publiques et municipales.

- **Au niveau des politiques publiques et municipales**

Les politiques publiques et municipales sont remises en cause par la dégradation des services et infrastructures publiques.

En effet, certaines mairies, écoles ou dispensaires, des infrastructures comme le quai maritime Dakar – Gorée, l'éclairage public et le réseau

d'assainissement témoignent d'un délabrement extraordinaire, conséquence du manque d'entretien et de moyens financiers pour y remédier.

En outre, dans la capitale, prévaut une certaine insécurité, du fait du manque d'éclairage. En effet, dès le soir, Dakar est plongé dans une obscurité telle qu'il devient impensable de sortir dans les rues, bien que des efforts aient été déployés à ce niveau.

Ainsi, cette dégradation affecte sérieusement l'image du pays et rend difficile le travail des professionnels qui ne peuvent travailler dans des conditions aussi précaires.

L'entretien des infrastructures publiques sénégalaises demeure quasi inexistant. Or, celles-ci servent d'une manière ou d'une autre le tourisme.

Cette dégradation se situe également au niveau social.

- **Au niveau social**

La pauvreté grandissante des populations conduit ces dernières à la pratique de la prostitution féminine comme masculine, à la pédophilie, au banditisme et à d'autres formes de perversion autour des zones touristiques.

Malgré les recettes que le tourisme génère chaque année, 60 % de la population sénégalaise ne profitent pas des retombées.

Ainsi, si l'on mesure l'impact financier du tourisme sur les personnes prises individuellement, les résultats sont faibles, voire nulles.

De ce fait, les populations s'agglutinent autour des zones à vocation touristique à la quête de l'argent facile. Cette situation affecte le tourisme et a des conséquences graves sur la société avec la prolifération des maladies telles que les maladies sexuellement transmissibles comme le SIDA...

## **II. LES CONTRAINTES DU TOURISME SENEGALAIS**

Le secteur touristique au Sénégal traverse une grave crise du fait de l'accumulation de difficultés tant structurelles qu'institutionnelles et les acteurs sont unanimes pour dire que « le secteur est malade ».

### **A. Contraintes structurelles**

Il convient de citer la fiscalité et les coûts des facteurs techniques de production, le transport aérien, l'accueil et la sécurité, la formation, la promotion et le produit et enfin l'occupation des sols.

#### **a. La fiscalité et les coûts des facteurs techniques de production**

Le régime fiscal sénégalais est basé sur un ensemble d'impôts et de taxes. Les principales taxes appliquées au secteur et perçues par l'Etat sénégalais sont :

- La taxe sur les nuitées touristiques qui sert à alimenter le fond de promotion touristique ;
- La taxe sur la chasse appliquée aux touristes s'adonnant aux activités de chasse sur le territoire sénégalais ;
- La taxe d'aéroport c'est à dire les redevances payées par chaque avion pour les services de l'aéroport.

Par ailleurs, le système de taxation est très onéreux pour les entreprises, tant en terme de coûts que de formalités. Ainsi les taxes douanières et les taxes à la consommation appliquées sur l'industrie hôtelière de produits d'importation se révèlent importantes et pèsent lourdement sur les coûts d'exploitation des hôteliers. Le poste "boisson" est le plus fiscalisé ; le cumul des taxes sur la valeur du coût d'assurance fret (CAF) peut varier entre 100 et 250 % sur certains produits.

En ce qui concerne le coût des facteurs techniques de production (eau, énergie, fluides, téléphone, main d'œuvre etc.) il représente pour l'ensemble des hôtels, des charges extrêmement lourdes, très supérieures à la moyenne de la profession allant même pour certains établissements jusqu'à obérer 15 % du chiffre d'affaires. Ces charges restent en deuxième position sur les comptes d'exploitation des hôtels après les frais de personnel.

La tarification de ces facteurs de production mériterait une modification tant pour l'eau que pour l'électricité (malgré leur privatisation), tant il est vrai que leurs charges ont une influence considérable sur les prix de revient et sur la compétitivité.

### **b. Le transport aérien**

L'activité touristique implique un transfert du pays de résidence du consommateur vers le lieu de consommation du produit touristique. D'où l'importance du transport qui constitue un maillon important dans cette activité.

Or, le transport aérien, deuxième poste dans le coût de la destination, constitue encore un frein à l'essor du secteur. Les différents éléments pénalisants concernent : les coûts aéroportuaires, la taxe passager, les difficultés à mettre en place une chartérisation plus importante, les conditions d'accueil et de transit, l'inadéquation des dessertes intérieures à un trafic touristique et à une diversification du produit etc.

### **c. L'accueil et la sécurité**

La sécurité des touristes et la qualité de l'accueil concernent le séjour du touriste, la qualité de l'accueil à l'aéroport, le confort et la sécurité du transport du touriste et l'activité de guidage.

A l'aéroport, la zone « arrivée » est encombrée par de trop nombreux représentants d'hôtels et par des personnes (avec ou sans badges) ayant obtenu des faveurs pour venir accueillir des passagers.

Cette anarchie rend difficile la tâche des personnels des agences de voyages venus assurer leur mission d'accueil et d'assistance à la clientèle. Cela est d'autant plus ardu que les boxes d'accueil ont été supprimés et que les badges ne sont pas toujours disponibles pour les agents concernés.

Un temps de débarquement très long, une livraison des bagages pouvant s'effectuer en 4 heures pour l'arrivée d'un Boeing 747 et le manque de signalisation pour les tapis à bagages sont souvent à la base de confusion quand il y a plusieurs arrivées.

En outre, le manque de personnel et l'existence d'une unique porte de sortie font que le contrôle des douanes est très lent. Retenons que la proposition d'une seconde « Porte touristes » n'a pas encore eu de suite.

Devant l'aéroport, les touristes sont abordés par des rabatteurs, des loueurs de cartes téléphoniques, des agents de change clandestin pour ne citer que cela.

Au niveau des lieux d'hébergement (hôtels, résidences, auberges) et lors des promenades et excursions, les premières images qui marquent le touriste sont le harcèlement des marchands ambulants, la mendicité sur les principales voies d'accès, les désagréments divers.

Actuellement Dakar est de plus en plus perçue comme une ville dangereuse et son image de marque rejaillit sur celle de la destination Sénégal.

#### **d. La formation**

Le facteur humain est fondamental pour le développement du secteur touristique puisqu'il constitue l'essence même de la qualité de l'offre touristique. Or on constate une si faible qualité de prestations de service que l'on peut se demander si les diplômés de l'ENFHT (Ecole Nationale de Formation Hôtelière et Touristique) et de l'ISG (Institut Supérieur de Gestion) servent dans le secteur.

Des problèmes se posent au niveau des stages et de l'insertion surtout pour les étudiants des sections gestion hôtelière et tourisme.

Comme on le sait, les techniques de l'hôtellerie évoluent en même temps que le tourisme. Les machines, les appareils et les équipements connaissent une

mutation profonde dont la maîtrise est indispensable pour la promotion de l'industrie hôtelière.

La formation technique des cadres hôteliers reste d'importance car ces derniers doivent être en mesure de contrôler la bonne marche de divers équipements techniques et professionnels et aussi de veiller au respect des normes d'entretien.

### **e. la promotion**

La promotion du Sénégal comme destination touristique souffre de problèmes d'organisation et d'efficacité, d'absence de visibilité de son image et de modicité du Fonds de promotion touristique.

Certes, la destination Sénégal est la destination Ouest-africaine la plus vendue mais elle reste peu commercialisée par rapport aux pays d'Afrique centrale et orientale qui possèdent une offre plus diversifiée et plus spécifique.

La promotion souffre d'un manque de dynamisme, d'une présence trop timide sur les principaux marchés émetteurs, de l'inadéquation entre les moyens mobilisés et les objectifs auxquels s'ajoute l'inefficacité du personnel en charge de la promotion. Le Sénégal dépense beaucoup moins pour la promotion que ses concurrents (Côte d'Ivoire, Tunisie, Maroc, Afrique du Sud).

En outre, les efforts de commercialisation de la destination Sénégal sont concentrés sur le marché émetteur français. Parmi les T.O opérant au Sénégal sept sont français, les quatre autres sont allemand, espagnol, italien et belge.<sup>8</sup>

Il se pose aussi le difficile problème de la maîtrise et de la diffusion de notre propre image sur les marchés où le produit est commercialisé.

En effet, la destination Sénégal est encore en quête d'image de marque. Elle est fondamentalement balnéaire, mais le problème c'est qu'elle n'est considérée comme telle, dans beaucoup de marchés, que pendant une période donnée de l'année, relativement courte d'ailleurs. Cette vocation balnéaire réelle dans les faits n'est pas bien affirmée pendant l'été et l'intersaison.

---

<sup>8</sup> Ibid, page 2.

Sur le marché français, l'idée est encore plus ancrée et plus difficile à corriger de même d'ailleurs que sur le reste de l'Europe (Allemagne et pays nordiques). Il faut reconnaître cependant que les efforts déployés en vue de la correction de cette distorsion n'ont pas la même intensité dans tous les marchés.

Les partenaires ont plutôt tendance à le banaliser fortement en le présentant comme une « destination soleil d'hiver ».

Cet état de fait rend la commercialisation difficile, et la met à rude concurrence avec les autres destinations alors qu'en réalité elle se singularise par rapport à celles-ci par des sous-produits intéressants, parfaitement commercialisables comme la pêche sportive et la chasse de découverte.

Sur la base de critères comme la langue, l'accessibilité, la proximité et la culture, une évaluation qualitative a permis de retenir une catégorie de vingt neuf (29) pays dont 18 d'Europe, 8 d'Afrique et 3 d'Amérique pour lesquels le Sénégal présente des atouts certains.

Au total : une stratégie de promotion adéquate et efficace en fonction des spécificités de chaque marché émetteur et des cibles n'a pas encore vu le jour.

### **f. Le produit**

Malgré tous les atouts dont dispose le Sénégal, le manque de diversification de la production touristique considérée comme statique et inanimée par les professionnels constitue un handicap majeur. En dehors de l'image limitative du produit, son exclusivité balnéaire banalise la destination, est soumise à rude concurrence, finit par ne plus correspondre aux attentes de la demande internationale.

Le tourisme rural fonctionne depuis vingt ans. Cette activité n'est pas maîtrisée dans toute sa latitude par le Ministère du Tourisme. Le personnel dans le secteur du tourisme rural intégré n'est pas rompu aux techniques et à la gestion touristique, aux normes d'entretien des campements et mérite d'être mieux formé pour une meilleure connaissance des touristes de la culture locale.

D'autre part, le tourisme sénégalais a un handicap qui se trouve être une forte saisonnalité. En effet, la période de Novembre à Mai qui correspond à l'hiver

européen est assez bien vendue : 70 à 75 % des flux en direction du pays ont lieu durant cette période. A la limite, il se pose alors un problème de sous-capacité hôtelière quand la pression de la demande est très forte.

Par contre à partir du mois de juin, c'est l'inverse que l'on observe : plusieurs hôtels tournent entre 25 à 30 %<sup>9</sup> de leur capacité, quand ils ne ferment leurs portes, malgré les charges fixes et l'amortissement des emprunts, qui demeurent exigibles. Pourtant, il est parfaitement établi que cette période qui correspond à l'été sur les marchés occidentaux n'est pas une saison morte. Des efforts supplémentaires doivent donc porter sur cette partie de l'année. L'Italie et les USA représentent de ce point de vue, des marchés intéressants... En effet, Italiens et Américains voyagent beaucoup pendant cette période.

#### **g. L'occupation des sols**

Les sites à vocation touristique posent de nombreux problèmes fonciers liés en particulier à la compétence d'attribution des terrains.

Du fait de la multiplicité des intervenants l'Etat, Communes, Conseils régionaux et ruraux, et de l'absence d'une structure de coordination chargée d'assurer la maîtrise foncière des sites à vocation touristique, la sécurité juridique des investissements n'est pas assurée.

La SAPCO (Société d'Aménagement de la Petite Côte) par sa structuration et au vu des compétences qui lui sont dévolues n'est pas en mesure d'apporter les solutions idoines à la résolution des problèmes fonciers et d'aménagement des sites touristiques nationaux. Cependant, elle possède actuellement un savoir-faire certain, fruit d'une expérience de plus de deux décennies dans l'aménagement et la promotion touristique qu'elle compte mettre à profit dans la mise en valeur de nouveaux sites.

C'est pourquoi, compte tenu de ses objectifs, la mission de la SAPCO devrait pouvoir s'élargir à l'ensemble des pôles touristiques du pays pour permettre une meilleure coordination de l'aménagement des zones touristiques.

---

<sup>9</sup> Ibid, page 2

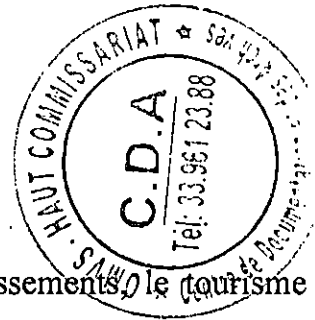


La mise en valeur des zones telles que Fatick, Ndayane, Mbodiène, Pointe Sarène, les Iles du Saloum, la zone de Saint-Louis, la Casamance et le Niokolo Koba est aujourd'hui indispensable pour répondre aux besoins du marché.

Il demeure que les aspects produit, promotion, aménagement et/ou occupation des sites qui se résument à une meilleure commercialisation de la destination Sénégal doivent pour le moins avoir comme support indispensable un « Manuel de ventes » et un serveur touristique.

### **B/ Contraintes institutionnelles**

Il convient de citer, la promotion des investissements, le tourisme et le développement social et enfin le tourisme et la protection de l'environnement.



#### **a. La promotion des investissements**

Les lenteurs observées dans la réalisation des programmes de Saly et de Cap Skiring (dont les plans d'aménagement datent des années 70) confirment ce handicap que constitue la lourdeur des investissements touristiques face à la rareté des ressources financières nécessaires.

Compte tenu de la rentabilité différée de l'exploitation, les conditions de financement qui sont en cours s'avèrent inadaptées : les taux d'intérêt sont trop élevés, la durée de remboursement trop courte.

Si la SAPCO a pour tâche institutionnelle de procéder à la réalisation d'infrastructures et à l'attribution des zones à des promoteurs fiables, il n'en demeure pas moins que malgré les succès enregistrés, la complexité des rôles c'est à dire la recherche d'investisseurs et de promotion de produit, l'aménagement et la réhabilitation des infrastructures... ont occasionné de nombreux problèmes. Ainsi, au bout de dix ans, le programme Saly Sud n'a pu être achevé.

Le secteur touristique doit de nos jours répondre à de nouvelles demandes, consolider celles existantes et créer une homogénéité et un équilibre entre les régions.

La politique de planification pour l'aménagement du territoire qui se situe en amont de toute implantation d'investissement en superstructures doit assurer cet équilibre en se dotant de moyens de conception et d'infrastructures adéquats.

La création de nouveaux pôles, la consolidation et le renforcement des divers produits du pays permettant de diversifier l'offre en s'appuyant sur l'analyse des spécificités du territoire méritent une attention particulière. Ainsi, tout comme pour Saly Portudal et la Basse Casamance, l'élaboration d'un schéma directeur d'aménagement touristique permettant d'assurer un équilibre inter-régional et de répondre aux besoins des investisseurs nationaux et étrangers s'avère être un préalable à la réalisation d'études d'aménagement donnant une définition claire et précise des divers produits permettant d'en apprécier les qualités et contraintes en vue d'arrêter les éléments de développement adaptés à chaque type de produit.

L'exploitation des potentialités des zones à vocation touristique retenues tendra ainsi à désenclaver des régions déshéritées.

### **b. Le tourisme et le développement social**

Le développement du tourisme peut avoir des effets sociaux et culturels nocifs lorsque les progrès économiques ou les exemples incitent les habitants à imiter les visiteurs étrangers dans leurs habitudes alimentaires, vestimentaires et autres.

En dehors du fait que le travail proposé peut désorganiser la vie familiale et religieuse, d'autres coûts sociaux comme ceux qui découlent de la toxicomanie, du travail des enfants et de la prostitution touchent la population et peuvent aussi ternir l'image du lieu en tant que destination touristique.

Il y a lieu cependant de relever que bon nombre de méfaits sociaux souvent imputés au tourisme sont liés peut être globalement à la modernisation et en particulier au perfectionnement et à la diffusion des moyens d'informations et de communication.

En considérant l'ampleur du phénomène notamment à Saly (prostitution, drogue, pédophilie etc.) des mesures tendant à inverser les effets sociaux et

culturels nocifs du tourisme méritent d'être envisagées au risque de voir les collectivités d'accueil éprouver un sentiment de rancœur vis à vis des touristes et se montrer carrément hostiles.

#### *e. Le tourisme et la protection de l'environnement*

L'industrie touristique a tendance à avoir des effets nocifs sur l'environnement du fait des ressources qu'elle consomme, de la pollution et des déchets résultant du développement des infrastructures et installations touristiques.

En ce qui concerne les sites d'installation des infrastructures, la prolifération d'hôtels au niveau de Saly Portudal pourrait avoir comme conséquences à long terme une allure linéaire en bordure du littoral, une privatisation du front de mer et un paysage naturel défiguré et donc pollué. Cette situation pourrait causer éventuellement des problèmes sociaux dépendant de la capacité de la population et absorber un tourisme de masse. D'ailleurs, dans ce sens, la situation est plus préoccupante dans la zone de la Basse Casamance où il n'existe pas de réseau d'assainissement.

En effet, la construction effrénée d'installations touristiques peut saccager la beauté naturelle de ces zones et l'érosion due à des installations et infrastructures de tourisme construites trop près de la côte est un facteur de destruction des plages et de dégradation de la côte.

D'intenses perturbations humaines de la végétation et de la faune par l'activité touristique mettent en péril ou détruisent des activités traditionnelles causant ainsi des dégâts irréversibles à de précieux écosystèmes. En plus du marché de l'écotourisme en plein essor, ces formes nouvelles de tourisme y compris les parcs et les sites du patrimoine mondial méritent d'être mieux gérées et correctement planifiées.

Dans ce sens, les protocoles de coopération signés entre la Direction des Parcs Nationaux et le Conseil International de Protection des Oiseaux (CIPO), l'ORSTOM et le service de l'élevage devraient s'atteler à déterminer l'orientation de la recherche et son mode d'application dans le sens de la gestion efficace de la faune.

L'organisation des Nations Unies et les organismes qui lui sont reliés ont abordé, en maintes occasions, la question du tourisme et de son importance pour le développement durable. Les questions économiques sociales et écologiques interdépendantes liées au tourisme devraient donc être examinées en vue de rechercher diverses options possibles dans le cadre d'un schéma directeur intégré de développement du tourisme qui soit écologiquement viable et durable.

### **C. Autres problèmes majeurs du tourisme sénégalais**

Si comme nous l'avons vu dans l'analyse diagnostic, le Sénégal dispose de nombreux atouts qui peuvent en faire une destination touristique de premier plan, il n'en demeure pas moins que le tourisme sénégalais connaît encore des difficultés qui ralentissent son essor.

Malgré la levée de certaines contraintes relatives au manque de compétitivité de notre tourisme depuis la dévaluation du Franc CFA en 1994 ainsi que la banalité de notre produit et la saisonnalité, grâce à une politique hardie de diversification des produits et des marchés, le secteur connaît encore des blocages.

Il faut par ailleurs souligner que ces blocages et difficultés qui persistent demandent entre autres l'assainissement du secteur, l'intensification de la promotion touristique et la diversification des marchés, la diversification des activités touristiques, la promotion d'un financement adapté et l'insertion des nationaux.

D'où la nécessité de réfléchir sur les solutions à apporter pour lever les blocages et de valoriser les énormes potentialités.

Cette situation vient se greffer à d'autres problèmes que rencontrent le secteur c'est à dire l'instabilité du cadre institutionnel et l'inadaptation des textes aux réalités et évolutions du secteur.

- Une instabilité du cadre institutionnel : De 1960 à 2002, le Ministère du Tourisme a été rattaché 16 fois<sup>10</sup>. Cela a eu comme conséquences des difficultés de coordination quant à la continuité et à l'achèvement des

---

<sup>10</sup> Ibid, page 2.

objectifs fixés. Plusieurs manquements et insuffisances notés seraient liés à cette instabilité institutionnelle et organisationnelle au niveau des services chargés du tourisme dont les performances ont été faibles dans la prise en charge des fonctions régaliennes et d'impulsion qui relèvent des pouvoirs publics. C'est ainsi qu'on note, en ce qui concerne le suivi des engagements internationaux de l'Etat, que le Sénégal n'avait pas encore ratifié, ni vulgarisé le code mondial d'éthique du tourisme et des normes hôteliers de la CEDEAO.

- L'inadaptation des textes aux réalités et évolutions du secteur :

Après plus de 30 ans, les normes du décret de 1970 sont devenues obsolètes. Les réformes plusieurs fois annoncées n'ont pas été mises en œuvre pour la modernisation des réceptifs et des services au niveau du classement de la tarification etc.

Parmi les textes qui posent le plus de problèmes sont cités :

- Le Décret fixant les normes de classement (décret N°711172 du 02/11/71 relatif au classement des hôtels sur le territoire du Sénégal) ;
- Les textes régissant la profession de guide et en particulier l'arrêté n°009398 du 22/08/72 portant fixation de la rémunération journalière des guides du Tourisme ;
- Les arrêtés inexistant pour l'application de certains lois ;
- Le montant de la caution pour la licence d'agence de voyage ;
- Les textes régissant les conditions d'ouverture et d'exploitation des établissements d'hébergement et de restauration.

Au delà de ces insuffisances, il se pose :

- Un vide juridique en ce qui concerne certains secteurs de la para-hôtellerie (les agences de location des véhicules, les restaurants, etc.)
- L'absence d'une charte du tourisme qui devrait servir de cadre de référence pour organiser les rapports entre les acteurs du secteur eux-mêmes et entre ces derniers et les populations.

Au total : il apparaît que le secteur du tourisme est confronté à d'énormes

qu'il faut mettre en œuvre des politiques de rupture qui passent par des mesures d'urgence d'assainissement du secteur et à long terme de croissance durable, saine et suffisamment redistributive.

Il ressort du diagnostic du secteur touristique qu'en dépit de la tendance générale de l'accroissement de la demande mondiale, le Sénégal connaît une baisse de sa part de marché dans les pays émetteurs.

Cependant, le pays n'a pas su profiter de la croissance des arrivées des touristes en Afrique avec un taux de croissance inférieur à ceux de ses concurrents (Maroc, Tunisie, Afrique du Sud).

La concurrence est vive, et elle le sera de plus en plus car pratiquement tous les pays du monde ont pris conscience du marché lié à l'activité touristique, et celle-ci représente pour beaucoup d'entre eux une part croissante de leur commerce extérieur.

Aussi ne vaut-il pas mieux redéfinir les options politiques et réorienter les décisions vers une nouvelle politique touristique ?



**DEUXIEME PARTIE**  
**POUR UNE NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE**

Les journées nationales de concertation ont été l'occasion de faire un diagnostic complet ; de réfléchir sur les solutions à apporter pour lever les contraintes et valoriser les énormes potentialités afin d'aboutir à des recommandations pertinentes qui seront ; une fois validées, le socle sur lequel s'édifiera la nouvelle politique touristique du Sénégal.

Ainsi pour le Ministre du Tourisme, des jalons nouveaux sont posés, qui doivent conduire à un tourisme sain qui respecte nos mœurs, un tourisme guidé et qui profite à l'économie nationale.

Pour ce faire, le gouvernement a approfondi son orientation au sein de deux grands axes à savoir les objectifs prioritaires et la stratégie de relance du secteur.

## **I. LES OBJECTIFS PRIORITAIRES**

Les orientations données par le Président de la République, et la mobilisation des acteurs autour de la stratégie de relance du secteur traduisent l'engagement de tous pour une vision commune et une conviction partagée de devoir placer le tourisme dans une voie de croissance durable et saine, pour combler le retard pris par le Sénégal par rapport aux autres destinations touristiques.

Afin de relever les nouveaux défis d'un « tourisme sain, compétitif et profitable à l'économie nationale », le gouvernement poursuivra les objectifs suivants :

- Atteindre 1 500 000<sup>11</sup> touristes à l'horizon 2010.

En effet, l'Etat du Sénégal s'est engagé à ne ménager aucun effort en vue d'aider à atteindre 1 500 000 de touristes en 2010. Un objectif à notre portée selon le Ministre du Tourisme.

- Consolider et accroître les parts de marché du Sénégal dans les pays émetteurs ;

<sup>11</sup> Ministère du tourisme du Sénégal « Document de stratégie du secteur du tourisme », Dakar, mars 2002



- Accroître la part des nationaux dans les revenus générés par le secteur du tourisme ;
- Insérer de manière harmonieuse les activités touristiques dans le développement économique, social et culturel du pays en impliquant les populations et tous les acteurs concernés dans la formulation et la mise en œuvre des projets de programme.

## **II. LA STRATEGIE**

La stratégie de relance du secteur touristique s'appuie sur la vision à long terme et les efforts concentrés de tous les acteurs.

A ce propos, elle prend en considération les tendances du tourisme mondial et national tel qu'il ressort du diagnostic et des différents travaux réalisés dans le cadre du processus participatif des journées nationales de concertation sur le tourisme et des études menées par le Ministère du Tourisme.

Cette stratégie s'insère dans le cadre des objectifs du document de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP) et du nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD).

En effet, le DSRP qui vise une croissance forte et redistributive a inscrit le tourisme parmi les secteurs à promouvoir dans la stratégie de création des richesses. Un des objectifs retenus est d'encourager l'insertion des privés nationaux dans l'exploitation et l'investissement touristique par des mesures d'accompagnement ciblées (financement, fiscalité, foncier...).

Parmi les actions devant concourir à ces objectifs, le DSRP a retenu l'aménagement de nouveaux sites touristiques pour pouvoir créer une richesse dans un cadre macro-économique sain ; la promotion et le soutien des expériences de loisirs communautaires ainsi que l'appui au développement des métiers liés aux loisirs et la mise en place d'une charte du tourisme.

Ainsi, le développement du tourisme au sein d'une même grappe de compétitivité que la culture et l'artisanat d'art fera l'objet d'une stratégie à long terme avec comme objectifs la création d'emplois, le développement régional et

l'aménagement du territoire, la stimulation de la croissance et enfin l'augmentation de la valeur ajoutée locale.

Le NEPAD, quant à lui, considère le tourisme comme un secteur transversal qui devra tirer profit des investissements des secteurs prioritaires notamment les Infrastructures et les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC).

Ainsi, le tourisme est considéré comme un secteur ciblé dans « l'initiative pour l'accès aux marchés » dans lequel le NEPAD lui assigne les objectifs suivants :

- Relever aux niveaux national et sous régional les projets clés pouvant avoir d'importants effets de percolation et contribuer à l'intégration économique ;
- Mettre au point une stratégie régionale de marketing ;
- Créer une capacité de recherche sur le tourisme et les statistiques touristiques ;
- Promouvoir des partenariats semblables à ceux formés dans le cadre d'organes sous-régionaux tels que l'Organisation Régionale du Tourisme en Afrique Australe (RETOSA), la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)...

En ce qui concerne les actions, le NEPAD interviendra en priorité au niveau de la sécurité des consommateurs, de la commercialisation du tourisme d'aventure et l'écotourisme et du tourisme culturel, de la coordination des initiatives régionales de tourisme en Afrique pour multiplier les produits et en assurer la diversité.

Cependant l'analyse des causes des problèmes identifiés, des tendances et des performances du secteur suggère une stratégie axée sur cinq leviers fondamentaux :

- l'assainissement du secteur ;

- l'intensification de la promotion touristique et la diversification des marchés ;
- la diversification des activités touristiques ;
- la promotion d'un financement adapté ;
- l'insertion des nationaux dans le secteur.

### **A. L'assainissement du secteur**

Le développement des activités touristiques a engendré des « externalités » nuisibles à l'environnement des sites et aux bonnes mœurs.

Par conséquent, il serait difficilement envisageable de relancer le secteur sans au préalable procéder à un profond assainissement axé sur les contraintes liées à la sécurité des touristes et à la qualité de l'accueil et aussi sur celles du cadre institutionnel tel que décrit dans notre première partie.

Les objectifs du gouvernement par le biais de l'assainissement du secteur consistent à mettre à la disposition des acteurs un cadre réglementaire qui sécurise les investissements et organise les interventions. Ensuite, il s'agira d'augmenter le taux de retour des visiteurs en améliorant la qualité des services et des prestations.

Enfin, l'on tentera de réduire les impacts négatifs sur l'environnement et la société ainsi que les conflits entre acteurs.

Pour atteindre ces objectifs, le gouvernement du Sénégal devra prendre des séries de mesures à savoir le renforcement de la coordination entre le Ministère du Tourisme et les autres administrations, mais aussi le renforcement des mesures de sécurité au niveau des sites touristiques en luttant contre le banditisme, la prostitution et la drogue.

L'élaboration d'une charte du tourisme s'avère indispensable pourvu qu'on se dote de moyens d'assurer son application.

Aussi, il s'agira d'accélérer la révision et l'adoption des textes, de prendre les dispositions pour la ratification et la vulgarisation dans les meilleurs délais du Code Mondial d'Ethique du Tourisme et des « Normes hôtelières de la CDEAO ».

## **B. L'intensification de la promotion touristique et la diversification des marchés**

Comme nous l'avons vu plus haut, certes la destination Sénégal est la destination Ouest-africaine la plus vendue mais elle reste peu commercialisée par rapport aux pays d'Afrique Centrale et Orientale qui possèdent une offre plus diversifiée et plus spécifique.

En effet, la promotion du Sénégal comme destination touristique souffre de problèmes d'organisation et d'efficacité, d'absence de visibilité de son image et de modicité du Fonds de Promotion touristique.

C'est pourquoi, pour relever ces défis et assurer une promotion de la destination Sénégal sur tous les marchés ciblés, la nouvelle politique de promotion sera axée autour des objectifs tels que :

Inciter les investissements étrangers dans le cadre d'un partenariat avec les Nationaux pour mieux consolider les marchés existants, reconquérir ceux qui sont perdus et en explorer de nouveaux.

Par ailleurs, le gouvernement du Sénégal devra utiliser à bon escient le Fonds de Promotion touristique dont le montant devrait être égal au moins à 3 % des recettes générées par l'industrie touristique, conformément aux recommandations de l'organisation mondiale du tourisme (OMT).

Toutefois, des mesures effectives devront également être prises pour une utilisation efficiente de ce fonds.

Pour cela la configuration d'une image de marque, le développement d'une stratégie adaptée à chaque marché et la promotion de l'utilisation des Nouvelles Technologies de l'information et de la Communication (NTIC) dans toutes les activités du secteur, seront indispensables.

Les stratégies à mener devront s'articuler autour de l'implication effective des partenaires et acteurs privés dans les différentes activités, la diversification des marchés émetteurs, d'une meilleure utilisation du Fonds de Promotion touristique, de la définition d'une bonne politique de communication.

Aussi, le gouvernement pourra mettre en place des mesures appropriées d'incitation, notamment fiscales, en relation avec les professionnels, pour rendre

la destination moins chère, accroître l'offre touristique d'affaires notamment en construisant un nouveau palais de Congrès sur la petite Côte.

A cela, s'ajoutera également la promotion d'une politique incitative d'investissements étrangers pour les marchés spécifiques, la création d'une entité qui pourrait être appelée « Maison du Sénégal » à l'image de « Maison de France » et qui sera le résultat d'un partenariat dynamique entre le secteur public et le secteur privé. Elle aura pour mission essentielle d'assurer la promotion de la destination Sénégal sur tous les marchés et prendra en compte les préoccupations de tous les acteurs du secteur quelque soit leur taille.

### **C. La diversification des produits touristiques**

La composante fondamentale du produit loisir « soleil et mer » pendant l'hiver ne valorise pas les autres produits, c'est pourquoi le Sénégal a fait de la diversification de son produit touristique une des priorités du développement du secteur.

En effet, pour réussir la diversification, les activités à mener viseront à élargir l'offre touristique. Et pour cela, il s'agira d'exploiter les potentialités de chaque région. En effet, une présentation du potentiel touristique est assez révélatrice de la richesse et de la variété du produit touristique sur l'ensemble du territoire national.

Aussi, des produits touristiques complémentaires tels que la pêche sportive, la chasse, le tourisme de découverte de la nature, les parcs nationaux, l'écotourisme, le tourisme culturel avec la mise en valeur des rites initiatiques traditionnels, le tourisme d'Affaires (incentives, congrès, colloques, séminaires) viendront-ils enrichir le balnéaire.

Le gouvernement du Sénégal devra également améliorer l'impact du tourisme sur les économies locales. Car la valeur ajoutée locale est plus importante. Les secteurs de diversification à savoir l'écotourisme, la chasse, la culture, la découverte nature etc. ont plus recours aux services locaux c'est à dire la location de voitures et de bateaux, le guidage, l'artisanat dans les circuits de chasse, de pêche, de découverte nature, etc.

Cependant, la stratégie passera par l'identification des vocations régionales, l'élaboration de plan d'aménagement touristique, et l'implication des acteurs.

Ensuite, il faudra renforcer la coordination entre le Ministère du tourisme et les autres administrations. Il s'avérerait aussi nécessaire de renforcer la coopération entre les acteurs (administration, population, collectivités locales, professionnels).

En effet, lors des journées nationales de concertation sur le tourisme (JMCT), Monsieur le Ministre Ousmane Masseck NDIAYE leur a demandé « de relever le défi de reconquérir le marché sous-régional et de conquérir des parts importantes hors du continent. C'est en symbiose avec l'Etat que vous pourrez relever ce défi avec succès et développer vos activités afin que demain, le Sénégal devienne la première destination africaine » ; dira-t-il.

Par ailleurs, la protection et la conservation des espèces halieutiques menacées et de la faune, la vulgarisation de l' « Agenda culturel et touristique », le développement des infrastructures de base, l'appui à la réalisation du programme de valorisation et de réhabilitation des monuments et sites s'avèrent nécessaires.

A cela s'ajouteront la vulgarisation et l'application du code de l'Environnement, le renforcement de la formation et l'harmonisation des programmes.

#### **D. La promotion d'un financement adapté**

La lourdeur de la fiscalité sur les produits importés destinés au tourisme, le cumul des taxes sur la valeur CAF pouvant atteindre 100 à 250 %<sup>12</sup> pour certains produits, le coût élevé des facteurs techniques de production (eau, électricité, main d'œuvre) sont autant de contraintes structurelles qui bloquent le financement du secteur.

Pour lever les contraintes, la nouvelle politique du gouvernement devra mettre en œuvre de nouvelles orientations afin de permettre aux acteurs de pouvoir disposer des instruments financiers bien adaptés au secteur touristique.

Les actions viseront les objectifs suivants :

---

<sup>12</sup> Ministère du Tourisme, op.cit.

- Rendre crédible le secteur touristique au niveau des institutions financières ;
- Redynamiser le secteur en le rendant plus attractif plus motivant et plus sécurisant pour les investissements ;
- Faciliter les conditions d'accès au crédit ;
- Assurer une meilleure information sur la rentabilité du secteur touristique ;
- Renforcer les capacités de ressources humaines du secteur ;
- Assurer des aménagements structurants des sites à vocation touristique ;
- Alléger les conditions d'accès à la propriété foncière.

L'Etat du Sénégal, pour atteindre ses objectifs, devra impérativement considérer le secteur touristique comme une industrie d'exportation à part entière pour lui permettre de bénéficier des avantages accordés aux autres industries, notamment en ce qui concerne les charges d'exploitation.

Par la même occasion, il doit privilégier la création d'institutions financières spécialisées dans le tourisme et alimentées entre autres par l'épargne privée, l'épargne publique et les partenaires multilatéraux, mais également la création d'une agence foncière ayant des compétences sur l'ensemble des sites à vocation touristique au plan national et prendre les mesures de sauvegarde pour éviter toute possibilité d'aliénation notamment par les collectivités locales.

A ce titre, la SAPCO (Société d'aménagement de la Petite Côte) pourrait être érigée en « Agence nationale d'aménagement des Sites touristiques ».

L'élaboration d'un Code des Investissements spécifique au secteur du tourisme et la diversification des produits financiers sont aussi nécessaires.

Financer le secteur touristique sans la certitude de l'implication des nationaux serait une peine perdu. Selon un conférencier, lors de la journée mondiale du tourisme le 28 septembre 2003 révèle que la plupart des activités touristiques se déroulent en zone rurale, mais les habitants sur place n'en bénéficient pas. D'où l'importance de savoir qu'elle est la part des populations locales dans la mise en œuvre des politiques de développement touristique ?

## **E. L'insertion des nationaux**

Les problèmes d'insertion sont liés à d'énormes facteurs notamment les difficultés d'accès au financement du fait des garanties et de l'apport personnel c'est à dire les fonds propres exigés par les établissements financiers mais aussi les problèmes liés aux financements des investissements touristiques en particulier la difficulté de trouver un interlocuteur financier pour les prêts à moyen et long termes.

Autres difficultés : le manque d'expertise avérée donc d'aptitude réelle à manager dans le secteur ; les tendances monopolistiques qui constituent des barrières pour les nouveaux opérateurs du secteur et enfin les pesanteurs socio-culturelles et religieuses sources du phénomène de rejet du tourisme par les nationaux.

Donc, pour faciliter l'insertion des nationaux, l'Etat devra concevoir des actions :

- assurer le financement des projets ;
- renforcer les capacités des opérateurs nationaux ;
- améliorer la prise de conscience de l'importance du secteur touristique pour l'économie nationale ;
- développer un partenariat entre investisseurs nationaux à savoir les résidents, sénégalais de l'extérieur et les étrangers ;
- lever les préjugés sur les activités du secteur.



### **III. LES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT**

#### **A. L'amélioration de la coordination entre les acteurs.**

L'absence de concertation entre les acteurs du secteurs en particulier entre l'administration et le secteur privé ne favorise pas les synergies nécessaires. Il en est de même entre le Ministère du tourisme et les Ministères en charge de l'intérieur, de l'économie et des finances, de l'environnement, de la culture, de l'urbanisme, du transport, des collectivités locales et de l'artisanat.

La concertation entre le Ministère du Tourisme et les professionnels du secteur devra donc être institutionnalisée par le gouvernement qui organisera de manière régulière des ateliers suivis de la stratégie.

En outre, il sera établi entre le Ministère du Tourisme et chaque Ministère concerné, un plan de travail et de suivi en particulier.

- **Le Ministère de l'intérieur**

Le Ministère du Tourisme s'appuiera sur celui de l'intérieur pour la sécurité des touristes en organisant une collaboration entre les services de polices et les professionnels.

- **Le Ministère de l'Economie et des Finances**

Il sera le principal partenaire du Ministère du Tourisme pour la mise en œuvre de toutes les mesures liées au financement des activités de promotion, aux mesures incitatives, au financement des projets et programmes.

- **Le Ministère de la Jeunesse, de l'Hygiène publique et de l'Environnement**

Avec ce Ministère, la collaboration portera principalement sur :

- la définition des cahiers de charge des zones amodiées, les échanges d'information techniques et la sensibilisation.
- la synergie dans les actions de lutte contre la dégradation de l'environnement et de suivi de l'environnement.

En priorité, la collaboration portera sur le renforcement des mesures de sauvegarde de la ressource (littoral, parcs, la promotion de l'écotourisme, la réalisation d'études d'impact environnemental pour les projets touristiques et la création d'un label vert, les mesures de sauvegarde du littoral contre l'extraction abusive du sable marin, les mesures contre les déchets plastiques domestiques et autres activités polluantes, enfin la protection des espèces halieutiques (pêche sportive).

- **Le Ministère de la Culture**

Il est considéré comme un partenaire permanent du tourisme. A ce titre, le renforcement de la collaboration permettra de diffuser plus largement l'Agenda culturel et touristique d'une part et, d'autre part, de rechercher des moyens pour la mise en œuvre des programmes de réhabilitation des sites et monuments, etc.

- **Le Ministère de l'Urbanisme et de l'Aménagement du Territoire**

Son rôle consistera à planifier l'aménagement des sites touristiques et à harmoniser les plans de développement touristique avec les plans nationaux d'aménagement du territoire, les Plans de Développement Régionaux Intégrés (PDRI), les Plans Locaux de Développement (PLD) en collaboration avec les Agences Régionales de Développement (ARD), les Centres d'Expansion Rurale Polyvalents (CERP) et les collectivités locales.

- **Le Ministère de l'Équipement et des Transports**

Il faudra noter que les deux départements travailleront en synergie autour d'une question à savoir la chartérisation dont le Ministère du Tourisme est le maître d'œuvre. C'est une voie obligée pour faire face aux contraintes actuelles mais aussi un moteur pour assurer l'avenir du tourisme sénégalais dans le contexte actuel de la mondialisation.

A cela s'ajoute aussi l'amélioration des conditions d'accueil à l'aéroport, le développement des liaisons aériennes internes et enfin le ciblage des infrastructures de désenclavement prioritaires pour le secteur.

- **Le Ministère des Collectivités locales**

Il s'agit notamment des conseils municipaux, des conseils ruraux et des conseils régionaux. En effet, pour pouvoir travailler en synergie il faudra que le Ministère gère de manière prospective le domaine foncier, assainisse les villes et les sites touristiques.

Pour cela, la planification, le suivi du développement touristique, la prévention, la gérance des conflits et la sensibilisation des populations s'avèrent indispensables.

- **Le Ministère de l'Artisanat**

C'est un partenaire stratégique du Ministère du Tourisme, étant donné que ces deux secteurs sont dans une même grappe.

En effet, l'artisanat qui représente une part très importante des dépenses hors hébergement des touristes est le secteur à travers lequel, les impacts du tourisme sur l'économie nationale sont le plus ressentis.

Par ailleurs, une mauvaise organisation de l'artisanat et une mauvaise qualité des produits vendus aux touristes peuvent avoir des impacts négatifs. Une

collaboration permanente entre les responsables et professionnels de l'artisanat et ceux en charge du tourisme sera nécessaire autour des objectifs suivants :

- organiser la présence des artisans autour des réceptifs ;
- organiser et sensibiliser les artisans ;
- promouvoir les relations entre les hôteliers et les artisans.

Avec l'APIX (Agence Nationale chargée de la Promotion de l'Investissement et des Grands travaux), le Ministère du Tourisme étudiera et mettra en place une politique de promotion des investissements touristiques en étroite collaboration avec les professionnels du secteur et les collectivités locales.

#### **B. La mise en place d'un système d'information fiable et performant**

Les données statistiques disponibles sont obtenues à partir des statistiques hôtelières de l'échantillon retenu par le Ministère du Tourisme et concernent les variables suivantes :

- Arrivées
- Nuitées
- Nombre de réceptifs
- Répartition des flux
- Taux d'occupation

D'autres informations sont obtenues à partir des statistiques aux postes frontières (aéroports et ports) ; des rapports de différents bureaux d'études, d'autres sources comme la Direction de la Prévision et des Statistique du Sénégal (DPS) et l'OMT.

Par contre, beaucoup de données tout aussi importantes et dont certains sont nécessaires pour la planification et la visibilité dans le secteur ne sont pas disponibles.

Parmi celles-ci figurent :

- Les arrivées (nuitées), le nombre de réceptifs, le nombre de lits au niveau des hôtels hors échantillon d'enquête ;
- Les statistiques au niveau des frontières terrestres ;
- Les recettes-emplois-salaires au niveau de tous les hôtels ;
- Les statistiques sur les marchés extérieurs en terme de nombre de tours opérateurs et d' agences de voyages distributrices ;
- Les statistiques sur la formation au niveau de l'Université Cheikh Anta DIOP (UCAD) et autres Instituts de formation ;
- Les entrées au niveau des principaux sites et monuments historiques et culturels ;
- Les infrastructures et équipements : Société nationale des télécommunication (SONATEL), la société des Eaux (SDE), les transports touristiques,
- La cartographie des sites touristiques.

Des obstacles liés à la disponibilité des données évoquées se traduisent au niveau des hôtels de l'échantillon. Car on note une difficile collaboration avec certains hôteliers et un manque de moyens matériels et humains pour la collecte et le traitement des données.

Au niveau des autres hôtels hors échantillon, il se pose des problèmes pour la collecte des données.

Enfin au niveau des postes frontières terrestres et maritimes, on note aussi des blocages en ce qui concerne le Ministère de l'Intérieur.

De manière générale, l'insuffisance de sensibilisation sur l'importance des données statistiques, la rétention volontaire des informations sur les emplois et les salaires de la part des employeurs et le manque criard de moyens humains et financiers du bureau des statistiques du Ministère du Tourisme constituent les principales causes identifiées.

Pour cela, l'amélioration d'un système d'information visera à améliorer la visibilité des impacts du secteur touristique sur l'économie nationale et à renforcer

aussi le système d'aide à la décision des autorités en permettant à l'Etat du Sénégal et aux investisseurs de disposer de tableaux de bord.

Des actions seront menées pour le renforcement des ressources humaines, matérielles et techniques du bureau des statistiques du Ministère du Tourisme ainsi que la mise en place d'un réseau des utilisateurs-producteurs de données statistiques sur le tourisme.

A cela, s'ajoutera également la mise en place d'un système d'Information géographique (SIG) sur le tourisme en collaboration avec la CSE (Centre de Suivi Ecologique) et la mise en place d'une organisation de campagnes de sensibilisation sur l'importance des statistiques pour le secteur.

Aussi, le renforcement des relations de collaboration entre le Ministère du Tourisme, la Direction de la Prévision et des Statistiques (DPS), le Ministère des Finances s'avérera indispensable.

### **C. La promotion du tourisme intérieur**

Les pesanteurs culturelles liées à la perception des populations attachées aux lieux et loisirs et aux hôtels, les coûts des hôtels et le manque d'information sur le tourisme sont les principaux facteurs qui limitent la fréquentation par les Nationaux des réceptifs touristiques. Ainsi, plusieurs études faites sur le développement des villas de week-end montrent qu'il y a un potentiel sous-exploité.

C'est dans ce cadre que le gouvernement du Sénégal essaiera de sensibiliser et d'informer les Nationaux.

De même les politiques de promotion dans le cadre d'une concertation entre les professionnels et le Ministère du Tourisme contribueront à rendre les réceptifs plus accessibles.

#### **IV. LA POLITIQUE DE PROMOTION DES INVESTISSEMENTS**

L'objectif du Sénégal est de parvenir à l'horizon 2010 au Cap de 1 500 000 touristes afin de retrouver sa place dans les cinq (5) premières destinations touristiques africaines.

Le développement du tourisme, qui a été marqué par certaines initiatives étatiques notamment les résultats de la politique de chartérisation et les efforts de promotion appuyé par nos partenaires, a permis au Sénégal d'accueillir 426 825<sup>13</sup> touristes internationaux en 2002 contre 396 254<sup>14</sup> en 2001, soit une hausse de 07,7 %.

Cependant, les investissements qui doivent permettre au Sénégal de pouvoir améliorer ses performances ne suivent pas.

En effet, la capacité hôtelière au Sénégal est passée de 9589 chambre à 9905<sup>15</sup> en 2002 soit une croissance de 3,29 %. D'ailleurs cette hausse est due à la prise en compte des réceptifs nouvellement répertoriés et qui ne faisait pas partie de l'échantillon des hôtels en 2001.

Ce qui est relativement faible par rapport au taux de croissance de la demande qui a subi une hausse de 7,7 %<sup>16</sup> pour le tourisme des non-résidents et plus de 7,6 % pour le tourisme global.

Si cette tendance se maintient, les efforts d'organisation du secteur et de promotion des flux touristiques risquent d'être anéantis par une sous capacité qui pourrait même constituer un élément de contre promotion.

A ce titre, la relance des investissements devrait être aujourd'hui la priorité de la politique touristique du gouvernement du Sénégal.

Ce programme devrait s'articuler autour de quatre axes suivants :

- un élargissement de la notion d'offre hôtelière ;
- un cadre incitatif à l'investissement ;
- un programme d'appui à l'investissement ;

---

<sup>13</sup> Source : Ministère du Tourisme du Sénégal, Direction de la prévision des statistiques.

<sup>14</sup> Ibidem.

<sup>15</sup> Ibidem.

<sup>16</sup> Ibidem.

- une promotion extérieure des investissements.

### **A/ L'élargissement de la notion d'offre hôtelière**

Au Sénégal, le Ministère chargé du tourisme avait publié depuis 1972, un bulletin annuel de statistiques touristiques qui contenait des renseignements sur l'offre, la demande et les indicateurs de performance.

Jusqu'au début des années 90, l'essentiel des touristes internationaux qui séjournaient au Sénégal logeaient dans les hôtels classiques et les campements.

Toutefois, les mutations qui se sont opérées dans la demande hôtelière au niveau mondial ont permis l'émergence de nouvelles formes de réceptifs hôteliers qui sortent de ce cadre. Il s'agit essentiellement des résidences de vacances, de la para-hôtellerie.

Au Sénégal, sans incitation spécifique de l'Etat, les touristes cherchent de plus en plus à loger dans des résidences comme Saly Nord et dans des « maisons de campagne » comme la Somone.

C'est pour cela que le fait d'ignorer cette nouvelle forme d'hébergement traduit un manque d'intérêt pour les nouvelles formes de demande.

En ce qui nous concerne, nous ne disposons pas de chiffre sur l'hébergement non marchand ni en para-hôtellerie mais leur prise en compte nous permettrait :

- d'être plus proche des recommandations de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) en matière de statistique touristiques ;
- d'opérer à un suivi et à la promotion de cette offre afin de mieux répondre au segment de clientèle qu'elle intéresse ;
- de tenir compte de leur spécificité dans les programmes de promotion des investissements ;
- de trouver de nouvelles sources de financement de l'investissement touristique.



## **B. Cadre incitatif à l'investissement**

La fin de ce siècle est caractérisée par l'expansion de l'économie libérale et l'amorce d'une mondialisation de l'économie. Dans ce contexte, le Sénégal qui est par ailleurs membre de l'UEMOA, a comme ambition de multiplier sa capacité d'accueil par trois (3).

Cependant, la réalisation de cet objectif en dix ans nécessiterait d'importants investissements privés.

Par ailleurs, face à la faiblesse de notre épargne intérieure, le recours à des capitaux étrangers demeure une condition sine qua non pour les autorités sénégalaises.

Concernant la promotion des investissements, il faudra inciter les investisseurs étrangers (nord américains, européens) et sénégalais à créer de nouveaux comptes touristiques sur les sites prioritaires déterminés par le Ministère du Tourisme et aussi inciter les propriétaires et gestionnaires sénégalais du secteur touristique à intensifier leurs opérations actuelles et futures.

De plus, le projet devra agir sur l'environnement réglementaire actuel afin d'apporter des solutions pratiques pour attirer les investisseurs.

Dans cette mouvance constante à rechercher et à proposer aux investisseurs un cadre plus propice, les professionnels déjà en place ont créé l'association des professionnels de l'industrie touristique du Sénégal (APITS) qui essaie de cerner tous les maux dont ils souffrent et d'y apporter des solutions.

C'est ainsi que l'APIX est l'émanation du projet « Promotion des Mouvements Touristiques Européens vers le Sénégal) financée par le Fond Européen de Développement (FED) qui a duré de 1995 à fin 1998 et qui avait comme vocation, la commercialisation des réceptifs dits indépendants particulièrement en basse saison.

Les résultats ont été probants puisque pendant toute cette période, la progression a été soutenue et est restée de 10 à 12 %<sup>17</sup>. Ceci est illustré par les propos tenus par Madame Aminata NIANE, Directrice générale de l'Agence

<sup>17</sup> Ministère du Tourisme du Sénégal, op.cit.

national chargé de l'investissement et des grands travaux (APIX) en juillet 2000 « Nous ne sommes pas venus pour signer, les projets se mettent en place, il faut finaliser les cahiers de charge et les enrichir ».

Aussi, selon Madame Aminata NIANE, entre janvier et juillet 2001, 174 projets ont été agréés, 50 ont déjà commencé.

Madame NIANE cite le cas du projet touristique dans la région de Louga où un groupe français va investir 12 milliards de francs CFA. Ce projet symbolise à la fois les lenteurs du passé et la démarche des nouvelles autorités du pays.

Selon toujours elle, l'investisseur avait baissé les bras car il n'avait reçu aucune réponse de l'Administration au bout d'un an d'attente. En deux mois, la nouvelle agence a trouvé des solutions pour ce groupe qui a pu ainsi démarrer les premières phases de réalisation.

Madame Aminata NIANE ajoute que « l'une des principales missions de l'APIX est de ne pas laisser l'investisseur en butte au labyrinthe administratif mais de lui simplifier les procédures. C'est ce qu'on appelle un bon environnement pour les affaires. Le cadre libéral, la promotion de la concurrence et aussi un Etat de droit constituent des ingrédients de choix pour les investisseurs.

Le Chef de l'Etat a choisi de faire des infrastructures de soutien à la production.

Il est démontré que la Banque Mondiale par exemple a appuyé moins de 10 % des besoins en infrastructures, dans les pays du Sud. C'est pourquoi, il faut explorer d'autres voies de financement comme les privés.

### **C. Le programme d'appui à l'investissement**

Les principaux obstacles aux quels sont confrontés les promoteurs sont :

- la difficulté de disposer d'un terrain ;
- la lourdeur des procédures administratives ;
- la difficulté d'un financement adéquat.

En ce qui concerne les terrains, la mise en œuvre des programmes d'aménagement ainsi que leur application judicieuse permettraient d'y répondre d'une manière durable.

S'agissant des lourdeurs administratives, le programme de réforme des procédures administratives liées à l'investissement permettrait d'apporter une réponse sur le volet concernant l'agrément du code des investissements.

Mais un promoteur étranger qui ne connaît pas bien un pays est d'abord confronté à un problème d'accueil, d'orientation et d'assistance dans la mise en œuvre de son projet.

Il s'agira donc pour le département chargé du tourisme de susciter la création et de présider un comité national d'assistance à l'investissement touristique.

Les projets devraient être réalisés au niveau régional et ce comité devra aussi disposer d'une représentation dans toutes les régions touristiques sous la présidence des Présidents des conseils régionaux.

Cela leur permettra d'avoir un interlocuteur unique sur les questions relatives au foncier, à l'urbanisme, à l'environnement en plus de l'assistance dès leur arrivée à Dakar.

Toutefois, les services régionaux du tourisme peuvent assurer le secrétariat de ces conseils régionaux.

En ce qui concerne le financement privé, ce sont les nationaux qui en souffrent le plus. De l'appui particulier qui leur sera accordé pour la mobilisation de l'investissement qu'ils souhaiteront réaliser, dépendra dans une large mesure la part du tourisme dans l'équilibre de la balance commerciale et la diffusion de ses effets secondaires dans notre pays.

Cependant, l'investissement étranger étant incontournable par rapport à nos ambitions, il est nécessaire que le gouvernement du Sénégal apporte une solution globale avec des projets privés touristiques.

A ce propos, il faudrait signaler que les institutions comme le Fond de Promotion Economique (FPE), la Banque Européenne d'Investissement (BEI) proposent des crédits à long et moyen terme.

Par conséquent, les risques dans le secteur touristique ainsi que la lourdeur des investissements qui ne se rentabilisent que dans le long terme rendent le dispositif actuel peu adapté aux besoins des promoteurs touristiques.

A l'image du Maroc, de la Tunisie et des dispositions qui avaient été prises dans la période de lancement du tourisme sénégalais, une banque spécialisée demeure la meilleure solution.

Par ailleurs, pour développer des sites spécifiques, l'Etat d'une manière directe ou à travers des programmes spéciaux, pourrait accorder des bonifications toujours à l'image de ce qui se fait en Tunisie, au Maroc et même en France. Cette formule qui peut exister en même temps que la banque spécialisée, permettrait de mieux répondre à l'impératif de développer des sites spécifiques pour une meilleure adéquation entre l'offre et la demande touristique sénégalais.

#### **D. La promotion extérieure des investissements**

Si la tendance se maintient au sujet des intentions d'investissement formulées et que le taux de réalisation soit porté à son maximum, le Sénégal ne pourrait atteindre ses objectifs que dans l'ordre de 60 %. Afin d'éviter le risque de goulot d'étranglement lié à une sous capacité dans le moyen terme, un programme spécial de promotion extérieur des investissements touristiques devrait être mis en place.

Dans ce cadre, le Sénégal, après avoir assaini son environnement juridique et fiscal pourrait travailler avec des spécialistes en la matière sous la coordination des bureaux de promotion touristique à l'étranger.

L'objet de ce programme étant de créer un déclic significatif dans le mouvement des investissements touristiques étrangers sur le Sénégal, sa durée de vie pourrait être limitée à 4 ou 5 ans avec un système de suivi et de relève après un projet bien défini au préalable.

A l'image du Club Aldiana qui fait de l'Allemagne notre second marché émetteur, ce programme devrait être en priorité vers les pays ciblés dans le cadre de la diversification de nos marchés. A terme, le positionnement du Sénégal dans

le marché des investissements devrait être une réalité que les bureaux de promotion seraient chargés d'entretenir.

## **V. PLACE DU TOURISME DANS L'ECONOMIE NATIONAL**

### **A. Recettes brutes en devises du tourisme international**

L'enquête de 1995 et 1996 nous a permis de situer la dépense moyenne journalière d'un touriste avec toutes les motivations confondues à 69 044 <sup>18</sup>FCFA.

Ainsi, il en résulte pour l'ensemble des nuitées du tourisme international à

1 569 123<sup>19</sup>, un apport brut en devises de 108,3<sup>20</sup> milliards de FCFA pur l'année 2002, qui est supérieur à celui de 2001 où il était évalué à 103,4<sup>21</sup> milliards FCFA.

Par ailleurs, l'étude de l'impact du tourisme dans l'économie réalisée par l'OMT entre 2001 et 2002 a estimé les recettes du tourisme récepteur à 186,3<sup>22</sup> milliards.

---

<sup>18</sup> Ministère du Tourisme op.cit.

<sup>19</sup> Ibidem.

<sup>20</sup> Ibidem.

<sup>21</sup> Ibidem.

<sup>22</sup> Ibidem.

## **B. Ventilation des recettes du tourisme international**

### **VENTILATION DES RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL (en milliards de FCFA)**

<b>TYPES DE TOURISME</b>	<b>AFFAIRES</b>	<b>LOISIRS</b>	<b>EQUIPAGES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TYPES DE DEPENSE</b>				
Hôtellerie	21,8	48,3	6,6	76,7
Souvenirs	5,7	6,9	0,5	13,1
Repas et boissons (hors hôtel)	2,5	2,9	0,5	5,9
Transports	1,1	1,0	0,1	2,2
Excursions	0,2	4,9	0,0	5,1
Divers	1,1	3,2	1,0	5,3
<b>TOTAL</b>	<b>32,4</b>	<b>67,2</b>	<b>8,7</b>	<b>108,3</b>

*SOURCE : Ministère du Tourisme*

L'analyse de la répartition des recettes du tourisme international par poste montre que l'hôtellerie est la principale bénéficiaire des dépenses des visiteurs soit un taux de 70,8 %<sup>23</sup>. Elle est suivie par les achats et souvenirs avec 12,1 %<sup>24</sup> et la rubrique repas et boisson hors hôtels est de 05,5 %<sup>25</sup>. Il est aussi intéressant d'interpréter les ventilations des recettes selon les motivations des touristes.

En effet, pour le poste hôtellerie, 62,9 %<sup>26</sup> des recettes proviennent du tourisme de loisirs, cela s'explique par la durée moyenne de séjour dans l'hôtel relativement longue, de même que cette catégorie de touristes qui achètent plus de souvenirs que les touristes d'affaires.

Il est à noter que les touristes de loisirs, pour la plupart ont déjà payé le prix du transport et des circuits inclus dans leur forfait.

<sup>23</sup> Ministère du Tourisme du Sénégal, op.cit.

<sup>24</sup> Ibidem.

<sup>25</sup> Ibidem.

<sup>26</sup> Ibidem.

### C. Tourisme et principales recettes d'exportation

#### **TOURISME ET PRINCIPALES RECETTES D'EXPORTATION** (en milliards de FCFA)

<b>ANNEES</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>PRODUITS</b>			
TOURISME	96,8	103,4	108,3
ARACHIDE	59,8	66,1	48,2
PECHE	186,8	180,3	181,5
PHOSPHATE	11,8 <sup>c</sup>	12,0	13,3
(c) : DONNEES CORRIGEEES			

SOURCE : Ministère du tourisme et D.P.S. (Direction de la Prévision et des Statistiques)

Avec 108,3 milliards de FCFA, le tourisme consolide sa seconde place après la pêche, devant l'arachide et les phosphates. Du fait du faible niveau de diversification de nos produits d'exportation et de la détérioration des termes de l'échange, nous mesurons toute l'importance du tourisme comme facteur d'amélioration de notre balance des paiements, d'autant plus que le tourisme est moins sujet aux aléas de la conjoncture économique internationale que les autres produits d'exportation.

### D. Recettes touristiques et principales dépenses d'importations

#### **RECETTES TOURISTIQUES ET PRINCIPALES DEPENSES D'IMPORATIONS** (en milliards de FCFA)

<b>ANNEES</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>PRODUITS</b>			
RECETTES TOURISTIQUES	96,8	103,4	108,3
PRODUITS CEREALIERS	100,7	140,8	160,6
PETROLE (Dépenses)	184,2	212,1	198,1

SOURCE : Ministère du Tourisme et D.P.S.(Direction de la Prévision et des Statistiques)

En l'an 2002, les recettes brutes du tourisme international ont couvert 67,4 %<sup>27</sup> de nos dépenses d'importation en produits céréaliers.



<sup>27</sup> Ibid p 46.



**CONCLUSION**

Si le contexte international permet de fonder beaucoup d'espoir dans le développement du tourisme, il s'accompagne d'une amplification de la concurrence notamment sur les destinations balnéaires. Cette concurrence sera de plus en plus vive car pratiquement tous les pays ont pris conscience de l'importance du marché lié à l'activité touristique.

Sur nos principaux marchés émetteurs, à savoir les pays européens, le Sénégal est fortement concurrencé par le Maroc, la Tunisie, l'Afrique du Sud et le Kenya.

Ces destinations offrent des capacités d'hébergement importantes et une bonne qualité des services, bénéficient de nombreux vols charter de budget de promotion important.

Le tourisme est la seconde industrie du Sénégal, un secteur porteur du fait des atouts dont il dispose sur les plans géographique, culturel et politique. Il serait dommage de ne pas mettre un frein à tout ce qui pourrait ternir l'image d'une destination touristique de qualité comme la notre ou encore freiner injustement l'épanouissement d'une activité en plein essor.

Toutefois, selon le Ministre du Tourisme, les autorités ne prétendent pas que le tourisme Sénégalais soit au meilleur de ses missions car reconnaît-il, « beaucoup de choses restent à parfaire ».

Cependant, s'empresse t-il d'ajouter "Il nous faut prendre en compte les actions réalisées et les efforts consentis par les acteurs de l'activité suite au diagnostic établi lors des journées nationales de concertation en 2002".

Si pour certains pays, le tourisme est un vecteur de développement économique et social durable, le Sénégal en est un vibrant exemple ; il nous appartient de le faire savoir.

Afin de redynamiser le secteur, et de permettre au Sénégal de se positionner comme une véritable destination touristique, il a été nécessaire pour le gouvernement d'identifier l'ensemble des contraintes qui entravent son développement. Il s'agit notamment d'une promotion insuffisante, d'une faible commercialisation du produit, d'une insuffisance des investissements, et d'une mauvaise organisation du secteur.

Des solutions concrètes sont actuellement à l'étude<sup>28</sup> à commencer par l'agence de promotion touristique qui va bientôt voir le jour ainsi que les travaux de reconstruction des routes. A titre d'exemple, la route Dakar – Saly devrait être réfectionnée en Juillet 2004 et les travaux de réhabilitation de l'axe Ziguinchor – Cap Skiring devrait démarrer d'ici un mois plus tard.

Pour le Ministre du tourisme, les négociations pour l'extension de piste de l'aérodrome de Cap Skiring en Casamance s'inscrivent dans la volonté des autorités d'atteindre l'objectif de 1,5 Million d'ici 2010.

Les professionnels du tourisme devront eux aussi être impliqués dans la stratégie de relance de ce secteur si névralgique de l'économie sénégalaise, mais également à la poursuivre et à la développer dans un esprit d'initiative fécond et de dépassement.

D'ailleurs, le Ministre leur a demandé de relever le défi, de reconquérir le marché sous régional et de conquérir des parts importantes hors du continent.

C'est en symbiose avec l'Etat que les professionnels de ce secteur pourront relever avec succès et développer leurs activités afin que demain, le Sénégal devienne la première destination africaine.

Cependant, une approche s'impose. Elle suggère l'adoption d'une politique sectorielle adéquate, par la mise en œuvre d'une stratégie de développement performant permettant la relance du tourisme sénégalais et l'amélioration de la compétitivité.

Cette politique sectorielle a abouti à des recommandations pertinentes qui seront une fois validées, le socle sur lequel s'édifiera la nouvelle politique touristique du Sénégal.

Pour le Ministre du tourisme, les jalons sont posés, les pistes balisés et de nouveaux chantiers ouverts. Ils répondent à la clairvoyance du Président Abdoulaye WADE qui asseoit la nouvelle politique touristique du Sénégal sur « un tourisme sain, compétitif et profitable à l'économie nationale ».

---

<sup>28</sup> Source : Wal Fadjiri du 20-21 mars 2004.

Ainsi, avec près de 108,3<sup>29</sup> milliards de francs CFA de recettes, l'industrie du tourisme qui emploie 100 000<sup>30</sup> personnes, représente après la pêche la deuxième mamelle de l'économie nationale.

Cependant, un dispositif d'une nouvelle politique touristique bien adoptée contribuera à la compétitivité de l'économie sénégalaise.



---

<sup>29</sup> Ibid. p 50.

<sup>30</sup> Ibid p 50.

**ANNEXES**

# **L'ANNEE TOURISTIQUE EN BREF 2002**

## **OFFRE TOURISTIQUE**

Nombre total d'établissements :	319
Nombre total de chambres :	9 905
Nombre total de lits :	19 729

## **DEMANDE TOURISTIQUE**

Entrées des visiteurs :	668 263	
Arrivée des Non-résidents :	426 825	(+ 7,7 % 2002/2001)
Nuitées des Non-résidents :	1 569 123	(+11,5 % 2002/2001)
Arrivées globales :	488 182	(+ 7,6 % 2002/2001)
Nuitées globales :	1 701 703	(+ 5,3 % 2002/2001)
Arrivées des croisiéristes :	6 942	(- 46,0 % 2002/2001)
Hors Hôtels :	180 081	

## **PERFORMANCES**

Taux d'occupation – lit :	38,6 %
Durée de Séjour (touristes internationaux) :	3,7 jours
Durée de Séjour :	3,5 jours
Coefficient de saisonnalité :	1,44

## **RECETTES BRUTES EN DEVISES**

Du tourisme International (données hôtelières)

**108,3 MILLIARDS DE FCFA**

## **RECETTES DU TOURISME RECEPTEUR**

(Obtenu à partir des statistiques frontalières impact du tourisme)

**186,3 MILLIARDS DE FCFA**

source : Ministère du Tourisme,

# **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

## **JOURNAL**

1. *Découvertes* : Magazine International d'Information touristique, Juillet, Août, Septembre 2002. p : 30-33
2. *Wal Fadji* : du 20-21 mars 2004. p : 6

## **MEMOIRE**

1. Badiane Rosalie Espérance, « *Mesures incitatives à l'investissement touristique au Sénégal* », Mémoire de fin d'étude, Dakar, ISG, 2000-2001
2. Sylla ABY, « *La nouvelle politique touristique sénégalaise de l'alternance* », Mémoire de fin d'étude, Dakar, ISG, 2002-2003.

## **MINISTERE DU TOURISME**

1. Document de stratégie du secteur du Tourisme, Dakar mars 2002.
2. Diagnostic du secteur du Tourisme, Dakar, Février 2002.
3. Lettre de politique de développement sectoriel du tourisme.

# **TABLE DES MATIERES**

	<b>PAGES</b>
INTRODUCTION.....	Erreur ! Signet non défini.
<b>PREMIERE PARTIE : DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME SENEGALAIS</b>	
I. L'évolution de la politique .....	4
A. Analyse historique .....	4
B. Analyses des tendances .....	9
a. Les tendances positives .....	9
b. Les tendances négatives .....	10
II. Les contraintes du tourisme sénégalais .....	12
A. Contraintes structurelles.....	12
a. La fiscalité et les coûts des facteurs/techniques de production.....	12
b. Le transport aérien.....	13
c. L'accueil et la sécurité.....	13
d. La formation.....	14
e. la promotion .....	15
f. Le produit.....	16
g. L'occupation des sols .....	17
B/ Contraintes institutionnelles.....	18
a. La promotion des investissements .....	18
b. Le tourisme et le développement social .....	19
e. Le tourisme et la protection de l'environnement.....	20
C. Autres problèmes majeurs du tourisme sénégalais.....	21
<b>DEUXIEME PARTIE : POUR UNE NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE</b>	
I. Les objectifs prioritaires .....	24
II. La stratégie.....	25
A. L'assainissement du secteur.....	27
B. L'intensification de la promotion touristique et la diversification des marchés.....	28
C. La diversification des produits touristiques .....	29
D. La promotion d'un financement adapté .....	30



E. L'insertion des nationaux .....	32
III. Les mesures d'accompagnement.....	33
A. L'amélioration de la coordination entre les acteurs. ....	33
B. La mise en place d'un système d'information fiable et performant.....	36
C. La promotion du tourisme intérieur.....	38
IV. LA Politique de promotion des investissements .....	39
A/ L'élargissement de la notion d'offre hôtelière .....	40
B. Cadre incitatif à l'investissement.....	41
C. Le programme d'appui à l'investissement.....	42
D. La promotion extérieure des investissements.....	44
V. Place du tourisme dans l'économie nationale .....	45
A. Recettes brutes en devises du tourisme international.....	45
B. Ventilation des recettes du tourisme international.....	46
C. Tourisme et principales recettes d'exportation.....	47
D. Recettes touristiques et principales dépenses d'importations.....	48
CONCLUSION .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>

