

Ministère de l'Economie et des Finances



**Secrétariat Permanent de la Stratégie
de Réduction de la Pauvreté
(S.R.P)**

**RAPPORT RELATIF A L'ELABORATION D'UNE
NOTE SECTORIELLE DU TOURISME DANS LE
CADRE DE LA PREPARATION DU DOCUMENT
DE STRATEGIE DE REDUCTION DE
LA PAUVRETE III (2013-2015)**

**Par: MOHAMED SAKHO
Consultant**

CONAKRY, octobre 2012

Sommaire

Abréviations	4
RESUME EXECUTIF.....	6
1 -Contexte /Situation de référence	6
2. Des atouts à valoriser et des faiblesses à corriger.....	8
3. les Axes et Objectifs Stratégiques	9
4 - Le Plan d'action 2013-2015	11
INTRODUCTION	14
1 –Contexte	14
2-Justification	16
I- Eléments de diagnostic	17
1.1 Les Eléments Positifs/Atouts	17
1.1.1. Les éléments majeurs.....	18
1.1.2 - Les autres éléments	18
1.2. Les Eléments Négatifs/Contraintes:	20
1.2.1. Les éléments déterminants.....	20
1.2.2 Les éléments majeurs.....	21
1.2.3. Les autres éléments.....	22
1.3- L'Analyse SWOT.....	23
BILAN D'ENSEMBLE.....	24
II. Les Orientations stratégiques du Secteur:	26
❖ La Vision Stratégique:	28
2.1 - L'AXE STRATEGIQUE I :	28
2.2 L'AXE STRATEGIQUEII.....	29
2.3 L'AXE STRATEGIQUE III:.....	29
2.4 L'AXE STRATEGIQUE IV :	29
2.5 AXE STRATEGIQUE V :	29
III. MECANISME DE SUIVI ET EVALUATION DE LA STRATEGIE DE REDUCTION DE LA PAUVRETE (SRP) DANS LE DOMAINE DU TOURISME.....	29

3.1 La fourniture régulière des rapports suivants :	30
3.2 L'utilisation d'indicateurs pertinents:	30
IV - Recommandations générales pour la mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme.....	33
4.1 L'Encadrement Institutionnel	33
4.2 L'Aménagement touristique du territoire national	34
4.3 La Promotion de l'investissement touristique	35
4.4 Promotion de la Destination Guinée sur le Marché.....	36
4.5 Le Transport touristique	37
4.6 Le Renforcement des instruments, outils de traitement, d'analyse et de diffusion statistique sur le Tourisme .	37
4.7 Le Renforcement des capacités techniques et de gestion du secteur et la consolidation de la chaîne de valeur du secteur touristique, au delà du seul maillon de l'hôtellerie.....	38
4.8 L'Amélioration de la réglementation de la fiscalité touristique ainsi que des structures de recouvrement et de gestion des taxes fiscales et parafiscales	38
4.9 La Recherche du financement des actions programmées dans le cadre de la mise en œuvre de la note sectorielle du Tourisme	39
CONCLUSION	40
ANNEXES	41
PLAN D' ACTIONS ET STRATEGIES DE MISE EN ŒUVRE POUR LA PERIODE 2013-2015.....	42
MATRICE DES RESULTATS DE SUIVI EVALUATION 2013-2015	51
Répertoire des nouveaux projets hôteliers en Guinée.....	57
Statistiques : Arrivées et Recettes du Tourisme international dans quelques destinations ouest Africaines (2008-2010)	58
Statistiques: EVOLUTION DES ARRIVEES TOURISTIQUES INTERNATIONALES EN GUINEE (2002-2011).....	59
EVALUATION DES BESOINS EN RESSOURCES HUMAINES DE L'ADMINISTRATION NATIONALE DU TOURISME.....	61

Abréviations

ATA	Africa Travel Association
BCRG	Banque Centrale de la République de Guinée
BAD	Banque Africaine de Développement
BIT	Bureau International du Travail
CEDEAO	Communauté Economique des Etats de l’Afrique de l’Ouest
DAF	Division des Affaires Financières
DRH	Division des Ressources Humaines
DSRP	Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté
DNPH	Direction Nationale de la Promotion Hôtelière
DNA	Direction Nationale des Aménagements
FEPATOUR	Fédération Patronale du Tourisme
FMI	Fonds Monétaire International
IOV	Indicateur Objectivement vérifiable
MATAP	Ministère de l’Administration du Territoire et des Affaires Politiques
MHTA	Ministère de l’Hôtellerie, du Tourisme et de l’Artisanat
NTIC	Nouvelles Technologies de l’Information et de la Communication
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONT	Office National du Tourisme
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONPA	Office National de Promotion de l’Artisanat
PAP	Programme d’Actions Prioritaires
PIB	Produit Intérieur Brut
PIP	Programme d’Investissement Public
PME	Petite et Moyenne Entreprise

PSDT	Plan Stratégique du Développement du Tourisme
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
SRP	Stratégie de Réduction de la Pauvreté
SGTH	Société Guinéenne d'Investissement Touristique et Hôtelier
SITAC	Salon International du Tourisme et de l'Artisanat de Conakry
STEP	Sustainable Tourism And Eliminated Poverty
SWORT	Forces, Faiblesses, Opportunités Menaces
TO	Tour Opérateur
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UICN	Union Internationale pour la Conservation de la Nature
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
VRD	Voirie et Réseaux Divers

RESUME EXECUTIF

Dans la perspective de conduire le Développement de la République de Guinée suivant une vision prospective, assorti de mécanismes et d'instruments performants de mesure de ses progrès, le Gouvernement de la 3^{ème} République a entamé avec l'appui de ses partenaires techniques et financiers (BAD, Banque Mondiale, FMI, Union Européenne, PNUD, UNICEF etc), l'élaboration du DSRP3 et de son programme d'actions prioritaires, couvrant les secteurs socio économiques dont le Tourisme.

Le tourisme en raison de son caractère transversal et de ses effets induits est un secteur porteur de croissance et constitue de ce fait une activité de grande priorité dans la stratégie nationale de relance de l'économie guinéenne.

La réflexion stratégique en cours, amorcée sous l'impulsion du Secrétariat permanent de la SRP, doit aboutir à la formulation d'une note sectorielle du Tourisme en Guinée.

Outre sa portée de document de référence pour les programmes et actions à réaliser par les pouvoirs publics en partenariat avec les autres acteurs intervenant dans le secteur (collectivités locales, secteur privé, Société civile, bailleurs de fonds bi et multi latéraux...), la note sectorielle vise à:

- ✓ Etablir le diagnostic du Tourisme en Guinée;
- ✓ Définir la vision stratégique et les objectifs spécifiques du secteur;
- ✓ Identifier les mesures et actions à mettre en œuvre durant la période 2013-2017;
- ✓ Indiquer les mécanismes du suivi-évaluation et des principaux indicateurs pouvant être retenus dans le suivi de la mise en œuvre de la SRP dans le secteur du Tourisme.

1 -Contexte /Situation de référence

Le diagnostic a permis de mettre en évidence les nombreuses contraintes et insuffisances d'ordre institutionnel, organisationnel et réglementaire ayant entravé le développement du secteur ces dix dernières années. Il s'agit notamment de:

- La faible diversification et valorisation des produits;
- Des insuffisances notoires dans les capacités des Ressources humaines;
- La faible structuration de l'offre et des acteurs touristiques;
- Le déficit organisationnel de l'environnement commercial et de la promotion;
- Les contraintes au niveau de la fiscalité, du foncier, des facilitations et des financements (4F);
- Un système de transport touristique inadapté;
- Les faiblesses dans l'organisation, la gestion et le suivi des activités touristiques et de ses retombées aux niveaux local, régional et national.

Les indicateurs socio économiques en annexe, couvrant la période 2000-2010, illustrent clairement le retard pris dans ce secteur stratégique de l'économie nationale, par rapport aux autres pays de la sous Région ouest africaine.

- La capacité hôtelière est d'environ **370 Etablissements** toutes catégories confondues, soient environ **4525 lits** sur toute l'étendue du territoire national (Cf tableau des principaux indicateurs en annexe). Ce parc est caractérisé par sa mauvaise répartition à l'échelle nationale, l'absence d'hôtels 5 étoiles dans la capitale et d'hôtels de catégories intermédiaires (2, 3 étoiles) dans les capitales régionales.
- Le volume des investissements publics est resté modeste avec une enveloppe financière de **7 Milliards 577 millions 201 milles quatre cent vingt sept francs guinéens** durant la période 2010-2012. Les investissements privés dans le secteur hôteliers n'ont permis la réalisation que de 6 hôtels de catégorie 2 à 3 étoiles durant toute la décennie, à Conakry, Boffa, N'Nzérékoré, Mamou et Siguiri.
- Les arrivées touristiques internationales sont restées constantes, soient environ 46.000 touristes toutes catégories confondues.
- Les recettes touristiques durant la période 2008-2010 sont restées constantes et presque insignifiantes par rapport à celles des pays voisins (cf tableau en annexe des recettes touristiques internationales de quelques pays de l'Afrique de l'ouest). Cette situation est le résultat d'un déficit d'investissement dans le secteur et de promotion dans les pays émetteurs. C'est ce qui explique, selon l'Organisation Mondiale du Tourisme que dans la catégorie des pays les moins avancés, la Guinée figure parmi les pays les moins visités. ».
- La part du Tourisme dans le PIB est restée constante soit environ 2% du PIB (cf plan stratégique de Développement durable du Tourisme, 2002).
- La programmation de la destination dans les brochures des Tours Operators est insignifiante voire marginale.
- Le coût de la destination est plus élevé en Guinée dans les conditions équivalentes de service que celle des pays voisins, en raison de nombreux facteurs, au nombre desquels il faut citer:
 - L'alimentation en énergie de l'aéroport avec les groupes électrogènes ; occasionnant du coup des frais élevés ;
 - L'insuffisance du trafic en provenance des pays émetteurs contribue au renchérissement du transport aérien ;
 - Le poids des charges aéroportuaires qui dans l'absolu représente environ 30% des recettes moyennes par mouvement d'un Air bus A 330.
 - Le coût du visa plus élevé en Guinée que dans les pays voisins de l'UEMOA ;
 - Le coût des prestations hôtelières.

Avec l'avènement de la 3^{ème} République, les indicateurs affichent la situation suivante pour la période 2010-2011 :

- Les arrivées touristiques internationales enregistrées à l'aéroport de Conakry et dans les hôtels homologués se sont élevés à environ 100.000 touristes.
- 11 projets hôteliers (3,4,5 étoiles) sont en cours de réalisation (cf répertoire projets hôteliers en annexe) dans le pays, pour un coût global de plus 1.800 milliards de francs guinéens. Cet effort d'investissements hôteliers permettra en l'espace de 4 années de doubler la capacité hôtelière de la capitale, à hauteur de 2000 chambres, soit environ 1500 lits à Conakry.
- Les investissements hôteliers vont générer la création de 2000 emplois directs dans la phase de construction et 1700 emplois indirects dans la phase d'exploitation.
- La CEDEAO envisage l'ouverture à Conakry de son futur Centre Régional de Formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie.

Aujourd'hui le degré de développement du tourisme en Afrique dépend dans une large mesure de la qualité des politiques économiques et sectorielles mises en œuvre et des équipements.

Dans cette perspective, les conditions objectives de développement du tourisme guinéen sont beaucoup plus favorables aujourd'hui, qu'elles ne l'étaient dans un passé récent. Au regard de l'amélioration significative des infrastructures et équipements, du climat des affaires et des atouts potentiels que recèle le pays, les stratégies déclinées dans la note sectorielle permettront à coup sûr de favoriser l'expansion du secteur, l'accroissement des flux touristiques et des investissements.

2. Des atouts à valoriser et des faiblesses à corriger

Le diagnostic du tourisme guinéen a permis de mettre en évidence les atouts et les contraintes du secteur :

- **Les atouts** à valoriser sont surtout liés aux potentialités et au contexte politique; l'offre touristique guinéenne est constituée d'un ensemble de produits diversifiés avec des produits phares reliés à l'écotourisme, au tourisme balnéaire et au tourisme culturel. Cette offre basée sur l'existence d'un patrimoine naturel, historique, artistique, culturel et artisanal quasiment vierge est susceptible une fois valorisé d'aider le pays à se positionner sur un tourisme haut de gamme, à même de générer d'importantes recettes en devises, d'améliorer sensiblement les conditions de vie des populations et des acteurs touristiques privés.

Depuis l'avènement de la 3^{ème} République, nous notons une réelle volonté des nouvelles autorités à faire du tourisme un des maillons essentiels de la stratégie nationale d'accélération de la croissance et de réduction de la pauvreté.

- **Les freins** au développement du tourisme sont des entraves à la croissance et sont fortement liés à la gouvernance, à l'inefficacité des structures de l'Administration Nationale du Tourisme et du secteur privé. Celles-ci sont caractérisées par des faiblesses structurelles profondes :
 - Des insuffisances institutionnelles, juridiques et réglementaires;
 - Un investissement public insignifiant;

- Un manque notoire de moyens, de compétences et de savoir faire.

Il en résulte que le renforcement de l'Administration Nationale du Tourisme dans ses principaux domaines de compétences (étude et planification, réglementation, statistique, aménagements touristiques, Formation, Marketing et Promotion, Contrôle), la structuration et le renforcement des capacités du secteur privé, constituent les conditions nécessaires à remplir si l'on veut mettre en œuvre avec des chances de succès la note sectorielle du Tourisme.

3. les Axes et Objectifs Stratégiques

3.1 la vision : le Gouvernement de la 3^{ème} République perçoit le Tourisme comme un facteur important de développement durable, de cohésion nationale, d'ouverture et d'intégration économique sous régionale. Sa vision du secteur est de : « **faire de la Guinée une terre d'accueil et d'hospitalité, une destination attractive pour les touristes et l'investissement, accessible, qui offre des produits touristiques de qualité, diversifiés, visibles et compétitifs** ».

C'est pourquoi l'un des objectifs de la note sectorielle du Tourisme, consistera à aider à **établir les grands équilibres de l'activité touristique**, rompus dans ses différentes composantes en raison des faiblesses de gouvernance relevées dans le diagnostic.

C'est là un préalable et une base pour assurer au pays sa véritable vocation touristique, tirant profit de ses fortes potentialités touristiques, de sa diversité biologique et culturelle et de ses infrastructures hôtelières rénovées, remises à niveau des standards internationaux.

3.2 Les objectifs stratégiques

L'objectif quantitatif à retenir est l'accroissement significatif des arrivées touristiques internationales en Guinée en portant la fréquentation touristique à **l'horizon 2017 à hauteur de 250.000 touristes**, voyageant sur la destination pour motif de loisirs, affaires et congrès.

Il faudra également :

- ✓ Promouvoir, soutenir et accompagner l'essor du tourisme national, à travers la déconcentration et la décentralisation effective des activités de développement et de promotion;
- ✓ Favoriser le développement du tourisme régional et intra régional, facteur d'amélioration de la croissance, d'intégration des produits et des marchés.

Pour répondre aux enjeux et attentes identifiés par le diagnostic, cinq (5) axes stratégiques et sept (7) objectifs spécifiques devant servir de repère aux acteurs touristiques, ont été retenus. Il s'agit notamment de:

3.3- L'AXE STRATEGIQUE 1: DE L'AMELIORATION DE LA GOUVERNANCE ET DU RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET JURIDIQUES

L'objectif visé est d'améliorer le cadre juridique et institutionnel du secteur en vue d'une meilleure mobilisation des acteurs publics et privés et l'utilisation efficiente des ressources.

Cette démarche a l'avantage d'apporter plus d'efficacité aux actions entreprises, d'offrir un cadre juridique adéquat pour les entreprises touristiques, applicable et compréhensible par l'ensemble des acteurs concernés et de renforcer la légitimité des interventions de l'Administration.

3.4 L'AXE STRATEGIQUE 2: DU RENFORCEMENT DES CAPACITES DE MANAGEMENT DU SECTEUR TOURISTIQUE

Il s'agit d'améliorer les qualifications professionnelles, de renforcer les compétences et les capacités des acteurs publics et privés à travers notamment :

- L'actualisation du plan directeur de formation;
- Le renforcement des capacités opérationnelles et de gestion de l'Observatoire National du Tourisme en vue d'assurer la régulation dans la production de données statistiques et socio économiques du tourisme;
- La mise en œuvre de programmes de formation des personnels en vue d'une professionnalisation des acteurs et d'une amélioration des prestations.

3.5 – L'AXE STRATEGIQUE 3: DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE

L'objectif est de diversifier et développer l'offre touristique à travers:

- L'actualisation du schéma directeur d'aménagement touristique du territoire national;
- La diversification et la valorisation des produits de la faune (parc zoologique) et de la flore (jardin botanique), du patrimoine culturel;
- La poursuite des travaux de construction/réhabilitation/extension des Etablissements hôteliers,
- L'extension et le renforcement des infrastructures hôtelières dans l'arrière pays et dans les zones à grand potentiel touristique;
- L'extension et le renforcement des projets de tourisme communautaire et d'écotourisme axés sur la lutte contre la pauvreté, aux Régions de la Moyenne Guinée, de la Haute Guinée et de la Guinée Forestière, pour atténuer la vulnérabilité et la précarité des populations;
- La mise en place d'un système adéquat de transport touristique et de renforcement des capacités des Agences de voyages et de Tourisme.

3.6 – L'AXE STRATEGIQUE 4: RENFORCEMENT DE LA PROMOTION ET ACCROISSEMENT DES FLUX D'ARRIVEES TOURISTIQUES ET DES INVESTISSEMENTS

Il s'agit notamment d'améliorer la visibilité et la compétitivité de la destination et d'assurer le financement des investissements touristiques à travers:

- Le développement et la diversification des outils de communication et de promotion;
- La mise en place, en partenariat avec le secteur privé, d'un Système de Gestion de la Destination par le biais des NTIC;
- La mise en place d'un cadre adéquat d'échange et de contact réunissant en réseau les professionnels guinéens du Tourisme autour d'une stratégie commune de marketing avec comme pivot le Salon international du Tourisme de Conakry (SITAC);
- L'organisation de foires régionales du Tourisme dans les 4 capitales régionales;
- La mise en place d'un plan de communication et de marketing du pays;
- La création d'un fonds d'investissement touristique;
- L'actualisation de la réglementation relative à la fiscalité touristique et la mise en place d'un système efficient de recouvrement et de gestion des ressources du Fonds de Promotion et de Développement du Tourisme;
- L'harmonisation de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) applicable aux prestataires hôteliers et organisateurs de circuits, avec celle en vigueur dans les pays voisins membres de l'UEMOA (TVA réduite comprise entre 5% et 10%).

3.7 L'AXE STRATEGIQUE 5: PROMOUVOIR LA COOPERATION ET LE PARTENARIAT

Il s'agit de renforcer la coopération et le partenariat avec les acteurs publics et professionnels du Tourisme de la sous région à travers les projets structurants, intégrateurs à dimension régionale portés actuellement par la CEDEAO. Ils sont relatifs :

- Au développement du Tourisme durable dans les Parcs et Aires Protégés transfrontaliers en Afrique de l'ouest;
- La mise en place de circuits de « découverte touristique » de la sous région « destination CEDEAO »;
- A l'implantation dans notre pays du Centre Régional de Formation aux métiers de Tourisme et de l'Hôtellerie.

4 - Le Plan d'action 2013-2015

Les activités y sont déclinées en actions pertinentes, dans le cadre de 7 objectifs stratégiques. Le programme proposé par la note sectorielle du Tourisme, comporte dans le cadre des 5 axes stratégiques sus-visés, une cinquantaine d'actions prioritaires, prenant en compte :

- Les actions planifiées dans le plan quinquennal de développement socio économique (2011-2015) approuvé par le Gouvernement;
- Les nouvelles actions identifiées en réponse aux enjeux mis en évidence par le diagnostic;

Ces actions sont classées dans **les 7 objectifs** stratégiques ci-après :

Objectif 1: l'amélioration et le renforcement du cadre institutionnel et juridique avec **10 actions**

Objectif 2 : l'amélioration des qualifications professionnelles, le renforcement des compétences et des capacités de gestion à travers **10 actions**

Objectif 3: la diversification et le développement de l'offre touristique comprenant **11 actions**

Objectif 4: la réduction de la pauvreté des communautés locales avec **5 actions**

Objectif 5: l'amélioration de la visibilité et de la compétitivité de la destination à travers **9 actions**

Objectif 6: le financement de l'investissement touristique avec **3 actions**

Objectif 7: la Diversification et le renforcement de la coopération, du partenariat et de l'intégration sous régionale comprenant **2 actions**.

5 - Le mécanisme de Suivi et Evaluation

Pour le suivi efficient des activités projetées au titre de la SRP, la ligne directrice suggérée sera d'utiliser au mieux les structures existantes (services techniques centraux du Département) ou celles prévues dans le cadre de la présente étude (comité de facilitation, conseil consultatif national du tourisme, comité de classification hôtelière...).

La visibilité des actions qui seront menées sera appréhendée à travers deux plans :

1. La fourniture régulière des rapports par les parties prenantes;
2. L'utilisation d'indicateurs pertinents. A cet égard, trois (3) indicateurs ont été suggérés en raison de leur fiabilité, de leur facilité de compréhension par les utilisateurs et de leur expérimentation courante dans les pays ayant les mêmes contraintes de développement touristique que le nôtre, du fait de leur vulnérabilité économique et sociale.

Il s'agit notamment :

❖ Pour les indicateurs sociaux:

- Les Indicateurs d'insertion des populations locales dans le tourisme;

❖ Pour les indicateurs économiques:

- Les indicateurs de Recettes Fiscales et Parafiscales;
- Les Indicateurs d'Intégration du tourisme à l'Economie Nationale;

Les avantages d'utilisation de ces indicateurs ont été présentés, les éléments et critères de mesure définis.

6 – Les Recommandations générales pour la mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme

Pour la mise en œuvre efficiente de la note sectorielle du tourisme, un ensemble de recommandations a été suggéré, portant sur divers aspects de la problématique à savoir:

- *L'Encadrement Institutionnel;*
- *L'Aménagement touristique du territoire national ;*
- *La Promotion de l'investissement touristique ;*
- *La Promotion de la Destination Guinée sur le Marché ;*
- *Le Transport touristique ;*
- *Le Renforcement des instruments, outils de traitement, d'analyse et de diffusion statistique sur le Tourisme ;*
- *Le Renforcement des capacités techniques et de gestion du secteur et la consolidation de la chaîne de valeur du secteur touristique, au delà du seul maillon de l'hôtellerie ;*
- *L'amélioration de la réglementation de la fiscalité touristique ainsi que des structures de recouvrement et de gestion des taxes fiscales et parafiscales ;*
- *La recherche du financement des actions programmées dans le cadre de la mise en œuvre de la note sectorielle du Tourisme.*

CONCLUSION

La promotion d'un développement durable du tourisme en Guinée et qui soit un moteur effectif de réduction de la pauvreté, passe aujourd'hui nécessairement par l'accroissement de l'intrant local, la valeur ajoutée locale, tant sur le plan de l'investissement que sur celui de l'emploi ou sur celui très important de fourniture des biens et services nécessaires à l'industrie touristique et hôtelière.

C'est à cette condition seulement qu'il sera possible au secteur touristique guinéen, de créer de la richesse, de générer des emplois et d'apporter sa part de contribution à l'effort national de développement du pays.

INTRODUCTION

1 –Contexte

En dépit d'un potentiel touristique des plus enviables et des plus complets de la sous région ouest africaine, force est de reconnaître que notre pays a pris un grand retard dans la mise en valeur de ses ressources touristiques; si bien que les efforts ont du mal à se concrétiser aussi bien aux plans quantitatif que qualitatif.

Mais le tourisme n'a été véritablement considéré comme potentiel de croissance et moyen de diversification économique qu'en mars 2000 avec la validation par le Gouvernement du Plan Stratégique de Développement durable du Tourisme (PSDT) élaboré avec l'appui technique et financier de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) et du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). La mise en œuvre de ce document devrait se traduire par :

- La mise en marché de 400 chambres à vocation balnéaire complétée par une offre de 200 chambres à l'intérieur du pays;
- La création de 800 emplois directs et 1000 emplois indirects;
- L'amélioration substantielle de la part du secteur dans le Produit Intérieur Brut (PIB) passant de 2,16% à 4% à l'horizon 2004.

La détérioration du cadre macroéconomique du pays et le déficit de Gouvernance n'ont permis ni la mise en œuvre des actions projetées encore moins la mise en place d'un Cadre Institutionnel, juridique et réglementaires favorisant le déploiement du secteur privé.

La situation générale du pays durant les années 2000 s'est si fortement dégradée qu'elle a eu un impact négatif sur le secteur du tourisme et pénalisé sa croissance au rythme qui avait été envisagé dans le cadre de la planification stratégique du tourisme.

Cette situation a affecté négativement le développement du secteur, si bien qu'au lendemain de la crise socioéconomique de janvier – février 2007 que le pays a connu, le département a disparu de la structure gouvernementale, pour se fondre dans celui de l'industrie, du commerce et de l'artisanat.

Ce n'est qu'en 2008, à l'avènement du Gouvernement de large ouverture que le tourisme est réapparu dans la structure gouvernementale.

Suite à l'élaboration du Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DRSP II) et dans la perspective de l'accélération de la croissance économique, le tourisme a été retenu comme secteur porteur de croissance. Pour améliorer la situation, il était envisagé de :

- ✓ Poursuivre et renforcer les mesures de stabilisation de la situation macroéconomique, notamment l'inflation ;
- ✓ Promouvoir les investissements privés dans les secteurs porteurs de croissance ; et,
- ✓ Poursuivre les efforts pour le développement des infrastructures de base.

Malheureusement, la situation d'ensemble du secteur à travers l'amélioration de l'offre (aménagement des

sites, infrastructures de base, réalisation des infrastructures hôtelières) et de la demande (promotion des investissements, promotion commerciale, flux touristiques, etc.) ne s'est pas améliorée. Les résultats escomptés n'ont pas été atteints aux plans de :

1. la réduction de la pauvreté ;
2. l'accroissement des recettes de l'Etat ;
3. la création d'emplois durables et stables ;
4. l'accroissement du flux touristique dans le pays ;
5. le renforcement des capacités opérationnelles du secteur privé guinéen.

Avec l'avènement de la 3^{ème} République et l'instauration d'un Régime Démocratique en Guinée, la nécessité d'engager une réflexion sur les nouvelles orientations politiques et stratégiques à mettre en œuvre, s'avère nécessaire, tout comme celle d'opérer les ruptures indispensables à l'émergence d'une véritable industrie touristique nationale. Les raisons qui justifient une telle démarche sont multiples et concernent notamment:

a. la caducité du cadre stratégique du tourisme (Politique Nationale et Plan Stratégique de Développement durable), élaboré en 2000 et approuvé par le Gouvernement en 2002;

b. la nécessaire redéfinition des missions dévolues au Département en charge du Tourisme, dont la vocation est de faire de notre pays une terre d'accueil et d'hospitalité, une destination attractive, accessible qui offre des produits touristiques de qualité, diversifiés, visibles et compétitifs et un pôle d'attraction pour les investissements;

c. l'engagement des partenaires techniques et financiers (BAD, Banque Mondiale, FMI, UE, PNUD, UNICEF) à accompagner le processus d'élaboration du DRSP III et de son Programme d'Actions Prioritaires (PAP).

La Note Sectorielle du Tourisme est une composante du DRSP III, qui servirait de référence pour les actions à mener en partenariat avec les administrations et institutions intervenant directement ou indirectement dans le tourisme, les professionnels privés du secteur, les élus locaux, les ONG et les représentants de la société civile.

Les objectifs visés par la Note Sectorielle du Tourisme portent sur:

- L'établissement d'un diagnostic du tourisme guinéen sur la base d'une analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces), faisant ressortir les atouts et les goulots d'étranglement qui freinent l'expansion du secteur;
- La définition des orientations stratégiques du secteur en articulation avec les mesures et actions à mener dans le court, moyen et long termes;
- La définition des indicateurs à mettre en place pour évaluer les impacts et faciliter le suivi de la Stratégie de Réduction de la Pauvreté dans le domaine du tourisme.
- Les recommandations portant sur les voies et moyens requis pour faciliter la mise en œuvre et le suivi de la Stratégie de Réduction de la Pauvreté dans le Secteur du Tourisme.

La Note Sectorielle du Tourisme constituera sans aucun doute une contribution essentielle à la définition d'une Politique et d'orientations Stratégiques à court, moyen et long termes des activités touristiques, conformément aux orientations contenues dans le DSRP III.

Les constats qui ont été dressés, les problèmes et contraintes qui ont été identifiés et les priorités d'interventions proposées, doivent faire l'objet de validation par les différentes parties prenantes.

Cet examen permettra non seulement de valider l'information, mais aussi de recueillir les éléments additionnels quant aux mesures et actions à retenir, afin de permettre aux acteurs publics et privés de se l'approprier et de veiller ensemble à la mise en place d'un véritable partenariat public/privé.

2-Justification

En 2010, le secteur du tourisme est devenu la première industrie dans le monde avec environ 1 milliard d'arrivées touristiques et 919 millions de dollars US de recettes du tourisme international ; Il représente environ 11% du PIB mondial et emploie près de 200 millions de personnes, soit 8% de l'emploi dans le monde.

L'activité touristique représente la quatrième source de recettes d'exportation mondiale et est devenue l'un des principaux postes du commerce international. D'après les prévisions de l'Organisation Mondiale du Tourisme(OMT), le **secteur** pourrait atteindre 1,6 milliards de touristes dans le monde à l'horizon 2020.

Malgré une progression de 4,6% en 2008, l'Afrique affiche une part marginale dans le tourisme mondial avec un nombre d'arrivées de touristes limité autour de 46 millions.

Le marché ouest-africain reste caractérisé par des marchés nationaux sans synergies suffisantes et avec des moyens limités. Avec 4 millions d'arrivées, soient 10% des arrivées touristiques régionales pour des recettes évaluées à 2 millions de dollars US en 2005, la contribution du tourisme à l'économie des Etats membres est encore faible. Toutefois, le Ghana, le Nigéria, le Sénégal, le Cap-Vert, la Gambie et le Mali ont enregistré de bons résultats en Afrique de l'Ouest.

En 2010, 46 projets ST-EP (Tourisme Durable, Instrument d'Elimination de la Pauvreté) bénéficiant du soutien d'organismes publics et privés internationaux ont été menés à bien en Afrique, et portent notamment sur la formation de guides locaux et d'employés d'hôtels, la participation des populations au développement du tourisme autour des sites du patrimoine naturel et culturel, la fourniture des services commerciaux et financiers à des PME touristiques, etc.

Les résultats enregistrés dans la réduction de la pauvreté ont renforcé la prise de conscience des Etats sur l'importance du tourisme et la nécessité de mettre en valeur le potentiel pour diversifier l'économie locale. Le tourisme est perçu de plus en plus comme un facteur d'accélération de la croissance et un contributeur efficace à la réduction de la pauvreté. Il ouvre d'importants débouchés aux entreprises des autres secteurs de l'économie (le transport, l'habitat, les télécommunications, l'énergie, l'agro-industrie, l'artisanat, l'élevage, la pêche, etc.).

Le tourisme est devenu de nos jours une véritable industrie dont la mise en œuvre est complexe pour les infrastructures multiples et diversifiées qu'il nécessite, le savoir-faire qu'il requiert les financements qu'il réclame et les opérateurs qu'il exige. Dès lors son déploiement nécessite l'intervention de plusieurs acteurs (l'Etat, les entreprises, les collectivités et associations locales, les opérateurs privés, les institutions de financement, d'aide et d'appui au développement, etc.). Dès lors, il se conçoit comme une chaîne, dont les

différents maillons sont tout aussi importants les uns que les autres.

Le Tourisme, développé et géré de façon durable aux plans économique, environnemental, et socioculturel, contribue grandement à l'amélioration des conditions de vie des communautés locales. Sa nature transversale, ses effets induits et multiplicateurs sur les autres secteurs de l'activité économique (Agriculture, élevage, pêche, BTP, télécommunication, transport, artisanat, patrimoine culturel, environnement, santé, emploi, sécurité). Sa capacité d'implantation dans les zones les plus isolées, sont autant de raisons qui renforcent les possibilités du Tourisme à réduire la pauvreté.

Ce faisant, le tourisme guinéen, s'il est bien planifié, peut véritablement contribuer à la réduction de la pauvreté, à l'accélération de la croissance et au développement socioéconomique du pays.

I- Eléments de diagnostic:

L'évaluation de la situation touristique du pays, permet de classer les principaux éléments du diagnostic en éléments positifs (forces et opportunités) et en éléments négatifs (faiblesses et menaces).

Les premiers constituent les **Atouts** que possède le pays pour développer l'activité touristique, alors que les seconds constituent des **Contraintes** qu'il convient de lever pour faciliter la mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme.

Pour chacune de ces catégories, trois groupes ont été constitués, suivant des critères plus ou moins arbitraires, en fonction de l'importance qu'ils présentent pour la mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme à court, moyen et long termes

1.1 Les Eléments Positifs/Atouts:

Ils portent essentiellement sur la nature et la valeur des potentialités touristiques du pays. Mais en amont de toute politique de développement du tourisme dans un pays, les premiers éléments déterminants sont la volonté politique, la paix, la sécurité, la gouvernance démocratique, qui, en 2010 ont suscité en Guinée, le retour des partenaires au développement et des investisseurs dans tous les domaines y compris celui du tourisme.

a) Les sites naturels et écologiques exceptionnels tels : les massifs montagneux, les gorges, les cascades, les forêts, les aires protégées de Badiar et du haut Niger, du Bafing Falémé, la réserve de biosphère du mont Nimba avec sa faune et sa flore exceptionnelles placent la Guinée au premier rang dans la sous région pour le tourisme d'aventure (trekking, escalade, randonnée), et fait d'elle une Destination idéale pour le tourisme cynégétique, l'écotourisme, le safari photo et le tourisme de découverte.

La façade maritime de près de 300 km, avec ses plages paradisiaques, les nombreux plans d'eau sur la zone continentale et les nombreuses sources thermales, offrent des possibilités de pratiquer les sports nautiques, la navigation de plaisance, la pêche sportive, le tourisme de santé, etc.

b) La Guinée possède en outre, un patrimoine culturel, historique et artistique riche et diversifié (diversité ethnique et culturelle, art et artisanat), vestiges des capitales des empires médiévaux (Niani, Timbo), sites négriers du XV^{ième} au XIX^{ième} siècle.

Au regard de la richesse et de la diversité de ses atouts touristiques, de leur complémentarité (sites naturels et culturels), la Guinée est à même de viser un développement touristique diversifié, susceptible d'attirer

des clientèles aux motivations différentes.

La classification de ce potentiel se présente comme suit:

➤ Les potentialités fortes:

- potentiel balnéaire, plage de Bel-Air, de Kitikata (Boffa), Cascade de la Soumba, Baie de Sangaréah (Dubréka), chute de Kilissi, du Voile de la mariée (Kindia) etc;
- sites du Fouta Djallon : station climatique et Chute de Ditinn (Dalaba), Kambadaga, Sérédiouldé (Pita), Djinkan (Lélouma), Mont Loura (Mali), parc de Badiar (Koundara), chutes de la Saala(Labé), sources thermales de Foulamory(Gaoual) etc
- Sites de la savane Guinéenne: parc du Haut Niger (Faranah-Kouroussa-Dinguiraye-Siguiri), plages du fleuve Niger, sites archéologiques de Niani capitale médiévale de l'empire du Mali (Mandiana), les sites de l'empire Samoryen à Bissandougou et Kérouané, fort de Gallieni (Siguiri) etc
- Sites de la région forestière: réserve de biosphère du mont Nimba(Lola), forêt primaire de Sérédou (Macenta), rites et cérémonies culturelles traditionnelles etc, etc.

➤ Des potentialités fortes de nature différente:

- Fêtes et Cérémonies traditionnelles d'initiation au Bagataye (Rio Pongo), de pêche à Baro Koumana, Nounkoukan (Kouroussa), etc.
- Folklore, danses et chorégraphies en Guinée Forestière et en Haute Guinée, artisanat d'art et architecture au Rio Pongo et au Fouta.

1.1.1. Les éléments majeurs:

Ils concernent surtout les caractéristiques de la population guinéenne en général et celle des opérateurs privés en particulier:

a) Les populations aussi bien en milieu rural, qu'en milieu urbain ont un sens très développé de l'hospitalité. Ces caractéristiques facilitent les contacts pour les touristes et leur rendent le séjour beaucoup plus vivant et attractif;

b) Quand aux opérateurs, nombre d'entre eux ont une certaine expérience des réalités du tourisme international et sont conscients de la nécessité de la formation (hôtels Mariador, Agence Mondial du Tour, Karou Voyages, Fouta Trekking).

1.1.2 - Les autres éléments:

De nombreux autres éléments peuvent être considérés comme positifs pour le développement futur du tourisme:

a) La Guinée dispose d'un Ministère en charge du tourisme et une structure chargée de la mise en marché du produit (Office National du Tourisme "ONT"), dont il s'avère nécessaire d'évaluer le cadre institutionnel et les compétences des ressources humaines afin d'en améliorer les résultats d'exploitation sur la base d'un suivi-évaluation du Système de gestion axé sur des résultats;

b) Il existe une classe d'hommes d'affaires, susceptibles de devenir des promoteurs de projets dans les domaines du tourisme et de l'hôtellerie à la condition d'une rentabilité économique suffisante à court terme ;

c) Il existe depuis quelques années un intérêt assez largement répandu pour le tourisme en tant que moyen de développement économique ; ce qui suscite un grand nombre d'initiatives dispersées de nature villageoise, associative ou privée (campement villageois de Saala à Labé, Agence Fouta Trekking, village touristique de Sobanè (Boffa), de Kitikata (Boffa), de Sérédiouldé (Pita);

d) Des efforts importants ont été consentis par les pouvoirs publics depuis plusieurs années en vue de la création des infrastructures de base nécessaires au développement touristique: téléphonie, axes routiers principaux, aéroports, site web de l'ONT.

✓ Une relative concentration du tourisme d'affaires dans la capitale liée au développement progressif des infrastructures hôtelières (projets de construction/réhabilitation des établissements hôteliers : Camayenne, Niger, Sheraton, Chain, Kaloum etc.) ;

✓ La Guinée est en moyenne à 5 heures d'avion de l'Europe qui constitue avec les Etats Unis le plus grand marché émetteur de touristes dans le monde;

✓ L'intégration touristique sous régionale se renforce progressivement en raison des dispositions de la CEDEAO permettant aux ressortissants de la Communauté de circuler et de s'établir librement dans l'espace communautaire avec leur seule carte d'identité et la mise en place de projets structurants à dimension régionale (projets de voyages à destination multiples en Afrique de l'Ouest, Projets de Développement durable du Tourisme dans les Parcs et Aires protégées en Afrique de l'Ouest);

✓ Un climat favorable à l'activité touristique tout au long de l'année avec des températures moyennes annuelles de 25°C.

1.2. Les Eléments Négatifs/Contraintes:

Les freins au développement du secteur et au positionnement de l'offre touristique sur les marchés émetteurs se présentent à différents niveaux:

1.2.1. Les éléments déterminants:

Les éléments négatifs les plus déterminants comme frein au développement touristique de la Guinée, semblent être:

a) Le climat des affaires : les opérateurs touristiques et les employés font face à des défis importants dans l'exercice de leurs activités, notamment en termes de:

- Sécurité : insécurité sur les routes, déficit des structures touristiques de qualité, une réglementation obsolète et incomplète, absence de convention collective garantissant la sécurité de l'emploi.

- La corruption liée à l'obtention ou à la mise en œuvre des contrats. D'après la dernière enquête sur la perception de la corruption réalisée par l'ONG Transparency International, la Guinée occupe la 164^{ème} place sur 173, elle a également un des plus mauvais taux de performance fiscale de la sous région (moins de 13,5% du PIB) ce qui affecte sérieusement le climat des affaires dans le pays et se traduit au niveau du tourisme par des recouvrements illicites, des contrôles de complaisance, des passe-droits, etc.

- Un environnement des affaires défavorable par rapport aux destinations voisines concurrentes (pays de l'UEMOA) en raison d'une TVA fixée à 17% alors que les pays de l'UEMOA appliquent un taux de TVA réduit compris entre 5% et 10% pour une dizaine de biens et services dont les prestations d'hébergement et de restauration fournies par les hôtels, les restaurants et celles fournies par les organisateurs de circuits touristiques agréés.

b) L'offre de formation aux métiers de l'hôtellerie et du tourisme est insuffisante et de faible qualité pour assurer un management des entreprises du secteur. Le niveau des qualifications et l'expérience professionnelle des personnels est faible en particulier pour :

- L'encadrement technique de l'administration nationale du tourisme (ingénierie touristique et hôtelière, statisticien économiste, marketing international, gestion hôtelière, droit du tourisme, planification et aménagement touristique, etc).

- La gestion des établissements hôteliers (managers et directeurs des établissements d'hébergement, directeur commercial, financier et technique etc.), techniciens supérieurs et technicien de base de l'hôtellerie et de la restauration.

- La distribution (agences de voyages, offices du tourisme);

- La qualité des services et des prestations fournies;

- Le guidage;

- Les communautés locales.

c) Le déficit de capacités techniques liées au montage des produits, la faiblesse des actions de

promotion et des outils et moyens y afférents ont pour corollaire, *l'absence d'image, d'identité et de notoriété de la destination*;

d) La mauvaise qualité des prestations, l'absence de documents adéquats d'accueil et d'information des opérateurs et des touristes, le coût élevé des transports, l'insuffisance et le mauvais état des hôtels à l'intérieur du pays, les coûts élevés des facteurs de production (eau, électricité) et les ruptures fréquentes dans leur fourniture, créent une faible motivation des opérateurs et un climat de manque de confiance des prescripteurs envers la destination;

e) L'absence de mécanismes et structures de financement dédiés et adaptés, facilitant la mobilisation des ressources nécessaires pour assurer l'investissement touristique, le développement des infrastructures de base et l'amélioration de la qualité des produits et services touristiques.

1.2.2 Les éléments majeurs:

Les éléments majeurs négatifs portent essentiellement sur l'insuffisance de l'action des pouvoirs publics en matière d'impulsion et d'appui au développement du tourisme.

a) Les investissements publics consacrés au développement du tourisme sont largement insuffisants pour donner au secteur l'impulsion nécessaire et assurer son démarrage;

b) Le faible développement du partenariat public/privé comparé au potentiel et aux opportunités du secteur touristique;

c) La desserte aérienne du pays est insuffisante aussi bien avec les pays émetteurs de touristes qu'en direction de l'intérieur du pays et les coûts du transport aérien sont prohibitifs et affectent la compétitivité de la Destination. L'absence de vols charters et l'inadaptation des moyens de transports collectifs (bus, taxis) aux besoins du tourisme maintiennent dans l'enclavement la destination, ainsi que d'importantes zones à grand potentiel touristique du territoire national;

d) L'absence de stratégies de valorisation touristique du capital foncier (insuffisance notoire des ressources financières destinées au financement du tourisme, des programmes d'aménagement de sites touristiques en vue de leur cession aux investisseurs, en référence à des standards internationaux et en contrepartie d'engagements précis et fermes);

e) La faiblesse dans la production d'informations statistiques fiables sur le tourisme et ses impacts reliés aux insuffisances de la promotion du potentiel touristique et des politiques de promotion de l'investissement constituent des freins à la mise en œuvre de toute politique viable de développement du tourisme;

f) Les problèmes structurels liés principalement aux carences des infrastructures d'accueil (aéroport, routes) et d'hébergement, le manque de formation du personnel, le niveau faible de professionnalisme, des acteurs touristiques limitent l'apport du tourisme à l'Economie Nationale;

g) Les insuffisances Institutionnelles liées à la lourdeur des procédures, aux carences en matière de planification et de gestion des activités touristiques, mais également à la très faible familiarisation de la population et parfois des opérateurs avec les réalités et contraintes du tourisme international.

1.2.3. Les autres éléments:

La situation actuelle du secteur touristique et hôtelier est également caractérisée par d'autres éléments négatifs dans des domaines variés liés aux services aux touristes, à l'animation, à la promotion, aux facilitations, aux normes de construction, d'exploitation et de gestion des établissements de tourisme, au renforcement des capacités qui sont autant de contraintes pour le développement du secteur.

a) L'offre potentielle (sites naturels, sites culturels, parcs) existante et en état d'exploitation manque de visibilité et d'attractivité (absence de zonage, de viabilisation, VRD, assainissement déficient et absence de signalétique);

b) L'encadrement administratif de l'activité touristique et de son développement est déficient, principalement pour les aspects relatifs à:

- La collecte, au traitement et à la diffusion des statistiques du tourisme et à la mise en place du compte satellite;
- L'aménagement et à la valorisation des sites touristiques;
- La réglementation des professions et activités touristiques et hôtelières (guides, pêche sportive, chasse sportive);
- La planification, la prévision et la prospective des besoins en formation

c) L'inexistence des structures de concertation, de coordination inter ministérielle et des interventions entre le secteur public et les opérateurs privés;

d) Les efforts en matière de promotion institutionnelle ne produisent pas les effets escomptés en raison de l'absence de documents adéquats d'information des opérateurs et des touristes dans les pays émetteurs, de plans marketing, des difficultés liées à la délivrance des Visas touristiques par les chancelleries, des insuffisances liées aux structures d'accueil et d'animation sur les sites et lieux d'hébergement;

e) Les équipements urbains (eau, électricité, centres commerciaux, parkings, toilettes publiques, téléphone etc.) sont très limités voire inexistantes dans les principales destinations touristiques, tandis que la propreté des villes laisse à désirer et l'information des touristes n'est pas facilement disponible.

f) Les tendances sur les grands marchés émetteurs affichent une orientation de plus en plus marquée de la demande vers le tourisme de loisirs. L'offre touristique en structure d'hébergement dans la capitale et les grandes villes de l'intérieur du pays n'est pas en adéquation avec les besoins du marché, tandis que le potentiel relié au tourisme de loisirs est sous exploité et le pays accuse des déficits importants en terme de structures d'hébergement de catégories intermédiaires (1, 2, 3, étoiles) dans les villes et les zones à grand potentiel touristique.

L'analyse des Forces, des Opportunités, des Faiblesses et des Menaces du secteur (SWOT), permet de dresser le constat ci-après:

1.3- L'Analyse SWOT (Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces) du Tourisme Guinéen

	FORCES	FAIBLESSES
INTERNALITES	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existence d'un ministère en charge du tourisme et d'organisations professionnelles ▪ Population accueillante et hospitalière qui a su conserver son riche patrimoine historique, artistique et culturel ▪ Existence d'une offre de produits riches et diversifiés aptes au développement de tous les types de tourisme : tourisme balnéaire, écologique, culturel, de découverte, pêche sportive, tourisme cynégétique, écotourisme, etc. ▪ Possibilités infinies de proposer des circuits axés sur des produits diversifiés: découvertes itinérantes ; circuits combinés : découvertes-balnéaire ; produits spécialisés ; à tous les segments de clientèles (individuels, petits groupes, groupes) ; ▪ Proximité des marchés émetteurs et faible décalage horaire; ▪ Existence d'une volonté politique affirmée de développer le tourisme, en tant que secteur porteur de croissance ▪ Mise en œuvre d'un vaste programme de réhabilitation/Construction d'infrastructures hôtelières dans la capitale et en province, répondant aux standards internationaux ▪ Assainissement du cadre macroéconomique, renforcement de la bonne gouvernance et rétablissement de la coopération avec les organisations et institutions spécialisées en matière du tourisme à l'échelle régionale et internationale (CEDEAO, OMT) ; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faiblesse de la qualité de ressources humaines dans les secteurs public et privé ▪ Insuffisance des infrastructures d'accueil ▪ Absence de vision claire et navigation à vue en raison du manque de données statistiques fiables du secteur ▪ Coût élevé des facteurs de production (eau, électricité) et ruptures fréquentes dans leurs fournitures ▪ Absence d'incitations fiscales au tourisme (investissement, financement, prêts) ▪ De nombreux obstacles à l'utilisation des TIC dans le secteur du tourisme, portant notamment sur la couverture et l'accès à Internet, son coût d'utilisation, le manque de compétences, etc. ▪ Absence de cadre de concertation entre les intervenants public/privé ▪ Poids de la fiscalité et forte concurrence déloyale dans le secteur de l'hôtellerie ; ▪ Insuffisance, irrégularité et inefficacité des actions de promotion ▪ Absence des stratégies d'aménagement touristique des principaux sites du territoire national ▪ Absence de stratégies marketing et de représentation du tourisme dans les pays émetteurs ▪ Absence d'offre de transport aérien domestique et coût élevé du transport aérien international

	OPPORTUNITES	MENACES
EXTERNALITES	<ul style="list-style-type: none"> ✓Renouveau démocratique ✓Existence d'un site Web et d'une Centrale de réservation à l'ONT ✓Existence de projets structurants à dimension régionale: <ul style="list-style-type: none"> ○ Projet d'implantation d'un Centre sous régional de Formation touristique et hôtelière par la CEDEAO ○ Projet de développement durable du tourisme dans les parcs transfrontaliers et aires protégées en Afrique de l'Ouest ; ○ Projet de développement du tourisme de loisirs et d'affaires sur les grands marchés (France, Belgique, Allemagne, Grande Bretagne) ✓Potentiel touristique grandissant sur les marchés émetteurs émergents, dont la Chine qui à elle seule représentera à l'horizon 2020, un marché émetteur de près de 100 millions de touristes par an ✓Développement de la Promotion et de la Commercialisation des produits touristiques au moyen des TIC 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ coût élevé du transport aérien international ✓ enclavement des sites <ul style="list-style-type: none"> ▪ Concurrence déloyale du secteur informel faute de contrôle dans certains segments de l'activité touristiques (Agence de voyages et de tourisme, hébergement, location de véhicule de tourisme) ✓ Problème d'accessibilité des sites (infrastructures routières insuffisantes, dégradées et mal entretenues ✓ Inexistence d'un régime foncier adapté pour capter et garantir les investissements ✓ Destination sensible à des menaces non maîtrisables telles que les catastrophes naturelles, l'insécurité, les épidémies ✓ Absence de couverture d'assurance touristique ✓ Absence de représentation sur les marchés émetteurs et de référencement de la destination sur le catalogue des tours operateurs ✓ Absence de structures de financement adaptées pour les activités de développement et de promotion ✓ déficit de professionnalisme des acteurs publics et privés

BILAN D'ENSEMBLE

L'étude diagnostique de l'environnement du tourisme fait ressortir plusieurs atouts à exploiter en s'appuyant sur les points forts du pays ; elle présente aussi des menaces à atténuer en remédiant aux principaux handicaps du tourisme guinéen ;

Ce faisant, les conclusions qu'il est possible de tirer de l'évaluation des éléments positifs et négatifs du diagnostic, se présentent comme suit :

Les Atouts : (éléments positifs du diagnostic) en vue du développement de l'activité touristique en Guinée, sont en majorité d'ordre général et surtout liés à la richesse et à la diversité du potentiel (existence de produits phares) et au contexte politique existant.

Les Freins : (éléments négatifs du diagnostic) au développement touristique sont fortement liés au mode de fonctionnement et surtout à la gouvernance, à l'inefficacité des structures de l'Administration Nationale du Tourisme et celles d'encadrement du secteur privé. Celles-ci manquent tout à la fois de moyens, de compétences et de savoir-faire.

Il en résulte que le renforcement de l'Administration Nationale du Tourisme dans ses principaux domaines de compétences que sont:

- La promotion, le marketing et l'information;
- Les statistiques, la prévision et la prospective;
- La planification et la conservation des ressources;
- Le développement et l'exploitation des équipements touristiques;
- La valorisation des ressources humaines;
- La réglementation, le contrôle des entreprises, associations et professions touristiques;
- L'utilisation des technologies de l'information et de la communication;
- L'aménagement touristique;
- Le financement de l'investissement touristique.

Et l'amélioration des capacités du secteur privé, Constituent une **condition nécessaire** à réunir absolument, si l'on veut mettre en œuvre avec des chances raisonnables de succès, une véritable stratégie de développement durable du tourisme en Guinée.

Ce faisant, la mise en œuvre de ces deux activités clés apparaît comme particulièrement fondamentale et urgente, parce qu'elles constituent un préalable au succès d'un certain nombre d'aspects fondamentaux de la stratégie, il s'agit de :

- ❖ L'amélioration du cadre institutionnel, juridique et réglementaire de l'activité touristique ainsi que du climat des affaires ;
- ❖ Le renforcement et l'amélioration des capacités opérationnelles et de gestion des acteurs et des organisations professionnelles du secteur.

En dépit du caractère transversal de l'activité touristique et des actions entreprises par certains départements ministériels (culture, environnement) susceptibles d'avoir un effet sur l'activité touristique, il n'ya véritablement aucune coordination des initiatives des acteurs publics, et aucun cadre de concertation entre les acteurs publics et privés.

Le tourisme relevant du secteur marchand, son développement ne peut être effectif que si les deux secteurs se mettent d'accord sur des objectifs communs et interviennent en complémentarité et en synergie dans le cadre d'une structure nationale de coordination jouant le rôle de Conseil et d'orientation du Gouvernement sur toutes les questions afférentes au secteur et à la promotion sociale des acteurs évoluant dans les différentes branches d'activités.

L'étude diagnostique aura permis de faire l'état des lieux du Tourisme guinéen en identifiant les points forts à consolider, les faiblesses à éliminer, les opportunités à saisir et les menaces à neutraliser.

L'identification des orientations stratégiques et les mesures et actions qui en découlent font l'objet de la seconde partie de cette Note Sectorielle du Tourisme.

II. Les Orientations stratégiques du Secteur:

Le développement durable du tourisme guinéen, dans l'axe des réformes institutionnelles et macro économiques engagées par le Gouvernement de la 3^{ème} République, passe nécessairement aujourd'hui par la mise en œuvre d'un ensemble de mesures destinées à redynamiser le secteur et à préparer les bases de la mise en place d'une véritable industrie touristique nationale.

Dans cette perspective, la Note Sectorielle du Tourisme permettra:

- ✓ De Répondre aux attentes multiples des différentes parties prenantes (l'Etat, le Secteur privé, les communautés locales, les partenaires au développement);
- ✓ D'identifier les enjeux dont les solutions doivent contribuer à assurer une croissance durable du secteur.
- ❖ Les Attentes des pouvoirs publics, des partenaires sociaux, des communautés locales et des partenaires au développement, découlant de la mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme sont multiples ; elle doit notamment aider à :
 - Créer de nouveaux emplois;
 - Trouver de nouvelles ressources fiscales;
 - Renforcer la notoriété du pays;
 - Contribuer à réduire la pauvreté des communautés locales;
 - Accélérer les investissements structurants en infrastructures et équipements.
- ❖ Les Enjeux identifiés à l'issue de l'étude diagnostique, sont de sept ordres :

Au plan Réglementaire :

- La mise à niveau de la réglementation en vue d'une meilleure cohérence avec l'évolution du secteur et la définition des conditions d'application de celle-ci, donneront une meilleure visibilité des « règles du jeu » à tous les acteurs concernés.

Au plan Institutionnel :

- L'amélioration de l'efficacité de l'Administration Nationale du Tourisme et des organisations professionnelles faîtières, est une préoccupation aussi bien au niveau de l'Etat qu'à celui des opérateurs. Une réorganisation de ces deux entités et leur opérationnalisation constituent un impératif absolu pour planifier, coordonner, encadrer et gérer efficacement l'exploitation de ce secteur d'activité tout en offrant des services de qualité répondant aux attentes des touristes et des employés du secteur. Il faudra également accompagner, l'organisation et la structuration des acteurs du tourisme et des organisations professionnelles (agents de voyages, hôteliers et restaurateurs, transporteurs touristiques, guides).

Au plan de la Diversification et du Développement de l'Offre touristique:

- Aménager, valoriser les sites touristiques, consolider les produits et services touristiques existants, mettre à niveau le parc hôtelier ; créer de nouveaux pôles touristiques sur la base de normes de qualité et de durabilité.

Ces actions visent à corriger les dysfonctionnements liés à l'inexistence des infrastructures de base (eau, électricité, VRD), renforcer l'attractivité potentielle de la destination et à assurer une qualité de service conforme aux exigences et aux normes de la pratique du tourisme.

Au plan de la Maîtrise des Tendances de l'Economie du Tourisme et des marchés :

Les enjeux de la mise en place d'un système de collecte, de traitement et de diffusion des données socioéconomiques et financières sur le tourisme sont liés à la nécessité de développer et de rendre plus accessibles les informations fiables, pour répondre aux sollicitations des décideurs politiques, des partenaires au développement, des opérateurs et des touristes.

La maîtrise des tendances de l'économie du tourisme et des marchés, permettra d'optimiser l'utilisation des ressources, d'orienter de façon optimale la promotion et le développement du secteur, d'améliorer l'efficacité de la gestion de la destination et le suivi de l'évolution de l'activité.

Au plan de la Visibilité et de la Compétitivité de la Destination:

Les actions de promotion du secteur, sont irrégulières, peu efficaces avec des moyens limités, en marge de toute synergie avec le secteur privé, et ne reposant sur aucune stratégie concertée en direction du marché. Il convient de renforcer les capacités opérationnelles des structures publiques et privées chargées de la promotion intérieure et extérieure, mettre en place des outils de communication efficaces et saisir les opportunités offertes par le tourisme électronique (e-tourisme) pour se positionner sur le marché international du tourisme et des services (sites web, campagnes publicitaires).

Au plan du Développement de l'Offre de Formation:

La structuration et la mise à niveau de l'offre de formation restent incontournables pour rehausser la qualité des prestations. Tous les acteurs sont conscients aujourd'hui de la mauvaise qualité des services dans nos structures hôtelières. L'ouverture prochaine de nouveaux établissements nous interpelle et exige de trouver des solutions adéquates à la qualification des personnels touristiques et hôteliers au risque de compromettre à terme la rentabilité des réceptifs.

L'offre de formation aux métiers de tourisme et de l'hôtellerie est de faible qualité, quasi exclusivement orienté vers la formation d'agents peu performants. D'où ; l'existence d'un déficit chronique en ressources humaines de niveau supérieur (cadres de maîtrise et techniciens supérieurs de l'hôtellerie), pour assurer un management adéquat des entreprises touristiques et hôtelières.

Par ailleurs, le faible niveau d'appropriation des Technologies de l'Information et de Communication (TIC) par les acteurs publics et privés constitue un frein au développement du secteur de plus en plus orienté vers les nouvelles technologies. Le renforcement des capacités et de l'accès aux TIC constitue à cet égard, un des leviers essentiels de développement du secteur.

Au plan de la Coopération et du Partenariat :

La mobilisation des acteurs publics et privés autour d'une vision commune par rapport aux actions à mettre en œuvre, constitue la condition sine qua none pour dégager une synergie opérationnelle permettant de tirer le maximum de profit des opportunités offertes par la coopération, l'intégration sous régionale et le partenariat avec les milieux d'affaires internationaux du tourisme. Elle nécessitera aussi l'implication des collectivités (préfectures, communes) et des communautés locales, à travers des ONG intervenant dans le secteur du tourisme et des activités connexes (artisanat, environnement, culture). Il s'agit d'encourager et

de maximiser les effets d'un partenariat actif (public/privé, public/public, privé/privé, public/privé/association) des différents acteurs du secteur.

❖ **La Vision Stratégique:**

A travers la Note Sectorielle du Tourisme, le tourisme se perçoit comme un facteur important de développement durable, de cohésion nationale, d'ouverture et d'intégration économique.

La Vision du secteur du tourisme déclinée à travers les objectifs stratégiques et spécifiques est de « **faire de la Guinée une terre d'accueil et d'hospitalité, une Destination attractive pour l'investissement, accessible et qui offre des produits touristiques de qualité, diversifiés, visibles et compétitifs** »

A ce titre, le secteur du tourisme :

- ✓ Disposera d'une bonne régulation;
- ✓ D'une infrastructure adéquate;
- ✓ Contribuera à l'accroissement de la richesse nationale et générera des emplois;
- ✓ Participera à la promotion socioéconomique de catégories sociales défavorisées notamment les jeunes et les femmes;
- ✓ Offrira aux populations, aux touristes des produits accessibles géographiquement et financièrement;
- ✓ Concourra au rayonnement international du pays;
- ✓ Participera à la prise de conscience par rapport à la préservation et à la valorisation de la diversité biologique et du patrimoine touristique, historique, artistique et culturel;
- ✓ Participera à la consolidation de l'unité nationale, de la cohésion sociale et de l'intégration sous régionale.

Pour faire du tourisme un vecteur d'accélération de la croissance et un pilier majeur de l'essor économique et social du pays, 7 objectifs stratégiques ont été identifiés. Ils prennent en compte :

- Les actions planifiées dans le plan quinquennal de développement socio-économique 2011-2015 approuvé par le Gouvernement
- Les nouvelles actions proposées en réponse aux enjeux mis en évidence par le diagnostic

Les orientations stratégiques, articulés à travers cinq axes, subdivisés en 7 objectifs spécifiques sont formulés ainsi qu'il suit: (Cf. Plan d'actions de mise en œuvre en annexe).

2.1 - L'AXE STRATEGIQUE I :

AMELIORATION DE LA GOUVERNANCE ET RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET JURIDIQUES

Objectif 1: Améliorer et renforcer le cadre institutionnel et juridique

2.2 L'AXE STRATEGIQUE II :

RENFORCEMENT DES CAPACITES DE MANAGEMENT DU SECTEUR TOURISTIQUE

Objectif 2: Améliorer les qualifications professionnelles, renforcer les compétences et les capacités de gestion

2.3 L'AXE STRATEGIQUE III:

D EVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE

Objectif 3: Diversifier, développer l'offre touristique

Objectif 4: Réduire la pauvreté des communautés locales

2.4 L'AXE STRATEGIQUE IV :

RENFORCEMENT DE LA PROMOTION ET ACCROISSEMENT DES FLUX D'ARRIVEES TOURISTIQUES ET DES INVESTISSEMENTS

Objectif 5: Améliorer la visibilité et la compétitivité de la destination

Objectif 6: Assurer le financement de l'investissement touristique

2.5 AXE STRATEGIQUE V :

PROMOUVOIR LA COOPERATION, LE PARTENARIAT ET L'INTEGRATION SOUS REGIONALE

Objectif 7 : Diversifier et renforcer la coopération bi et multilatérale et le partenariat

III. MECANISME DE SUIVI ET EVALUATION DE LA STRATEGIE DE REDUCTION DE LA PAUVRETE (SRP) DANS LE DOMAINE DU TOURISME

Pour le suivi efficace des activités projetées au titre de la SRP, la ligne directrice suggérée, sera d'utiliser au mieux les structures existantes concernées (Directions techniques de l'Administration Nationale du Tourisme et Organisations professionnelles faîtières), et celles prévues (Comité de Facilitation, Comité de normalisation et de Classification Hôtelière, Délégations Régionales du Tourisme, Associations locales du tourisme, Conseil d'Administration, Office National du Tourisme, Conseil Consultatif National du Tourisme...) dans le cadre de l'amélioration de la Coordination pour assurer la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de la note sectorielle du Tourisme.

La visibilité des actions qui seront menées sera appréhendée à travers deux plans :

3.1 La fourniture régulière des rapports suivants :

- Les rapports périodiques de suivi et évaluation par les Directions techniques centrales du Ministère en charge du Tourisme;
- Les rapports du comité permanent de coordination, suivi et évaluation de la note sectorielle du tourisme ;
- Les rapports du comité consultatif national du Tourisme ;
- Le rapport de synthèse annuel sur le suivi de la mise en œuvre de la note sectorielle par le Ministère en charge du Tourisme;
- Le rapport d'évaluation à mi-parcours en 2014 et le rapport d'évaluation finale en 2015.

3.2 L'utilisation d'indicateurs pertinents:

L'obtention des indicateurs touristiques ne sera possible que dans la mesure où l'on disposera d'informations statistiques de base portant notamment sur différentes variables touristiques tels les comptes de la Nation, les balances de paiement, les agrégats macro économiques et d'autres sources d'informations relatives aux:

- Registres et statistiques d'entrées de l'affluence touristique aux frontières;
- Registres et statistiques de la clientèle des établissements d'hébergement touristique;
- Registres et statistiques de l'offre touristique par type et catégorie d'établissement de tourisme;
- Aux enquêtes menées auprès des touristes étrangers dans leurs lieux de vacances;
- Enquêtes spécifiques sur la dépense touristique de chaque type de demande.

Pour le suivi-évaluation de la Stratégie de Réduction de la Pauvreté (SRP) dans le domaine du tourisme, nous mettrons également à profit l'utilisation d'indicateurs, dont le choix est motivé par la pertinence pour l'aspect sélectionné, la crédibilité des informations, la clarté et la facilité de compréhension par les utilisateurs et leur expérimentation optimale dans des pays ayant les mêmes contraintes de développement touristique que le nôtre, du fait de leur vulnérabilité économique et sociale.

Pour une meilleure visibilité des paramètres de gestion du secteur touristique, la présente note sectorielle mettra l'accent essentiellement sur les indicateurs d'insertion des populations locales dans le tourisme , de recettes fiscales et para fiscales, et d'intégration du tourisme à l'économie nationale.

3.2.1 Les Indicateurs d'insertion des populations locales dans le tourisme

<p>Quel est l'intérêt d'avoir des indicateurs d'insertion des populations locales dans le tourisme ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ils permettent d'évaluer l'impact des projets touristiques sur l'emploi au niveau communautaires 	<p>Eléments de mesure ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pourcentage des travailleurs originaires de la destination par rapport aux emplois touristiques totaux ✓ Nombre d'emplois touristiques/totalité des emplois disponibles au niveau local ; ✓ Pourcentage des travailleurs originaires de la destination par catégorie professionnelle
<p>Pourquoi faut-il insérer les populations locales ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour améliorer les conditions de vie • Pour développer l'économie locale • Pour éviter d'éventuels conflits sociaux • Pour que la communauté perçoive de façon tangible les bénéfices du tourisme dans la région 	<p>Autres indicateurs disponibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Création d'emplois par chambre ▪ Pourcentage des emplois permanents créés/emplois touristiques totaux ▪ Pourcentage des emplois saisonniers/emplois touristiques totaux ▪ Pourcentage d'emploi (homme/femme) ▪ Pourcentage des locaux en tourisme/emplois touristiques totaux(en %) ▪ Salaire moyen touristique/salaire moyen au niveau local ▪ Pourcentage des emplois touristiques inférieurs à six mois

3.2.2 Les indicateurs de Recettes Fiscales et Parafiscales

<p>Quel est l'intérêt d'avoir des indicateurs de Recettes Fiscales et Parafiscales ?</p> <p>Ils permettent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ De mesurer l'apport de l'activité touristique au budget de l'Etat ; ✓ D'aider à classifier les objectifs et les résultats d'exploitation des entreprises ; ✓ De susciter une prise de conscience et un soutien plus important aux initiatives engagées ; ✓ De protéger les visiteurs et le fonctionnement du secteur 	<p>Quels sont les secteurs/activités touristiques assujettis au paiement de redevances fiscales et parafiscales ?</p> <p>Les hébergements touristiques (hôtels, motels, auberges et établissements assimilés) ; Les transports touristiques (par car, par mer, par air, etc.) Les attractions pour les visiteurs (jeux de casinos, pêche sportive, chasse sportive, club nautique, la plaisance, ...) L'alimentation et les boissons Les voyages à l'étranger Les autorisations administratives et/ou Permis Technique d'Exploitation des entreprises de tourisme (hôtels, motels, auberges, restaurants, activités d'animation)</p>
---	--

3.2.3 Les Indicateurs d'Intégration du tourisme à l'Economie Nationale

<p>Quel est l'intérêt d'avoir des indicateurs d'intégration du tourisme à l'économie nationale ?</p> <p>✓ Ils permettent de montrer le lien entre les projets touristiques et le développement économique local</p>	<p>Qu'est ce qu'on doit garantir au niveau local ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Biens : construction d'immeubles, éléments de décoration et paysage, construction et restauration d'immeubles et monuments ✓ Services : approvisionnement en eau, électricité ✓ Aliments frais : viandes, poissons, légumes, produits laitiers, boissons ✓ Services de transport ✓ Produits touristiques qui maximisent les retombées économiques du tourisme et minimisent ses inconvénients au niveau de l'économie locale ✓ Emplois
<p>Pourquoi faut-il tenir compte de ces indicateurs?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parce que les seuls indicateurs macro-économiques classiques sur l'impact économique du tourisme sont insuffisants pour pouvoir évaluer le caractère durable des projets touristiques considérés. 	<p>Eléments de mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Valeur et pourcentage des importations de biens et d'équipements et de fournitures par rapport à l'ensemble des achats du secteur touristique (matériel de construction, biens d'équipement) ▪ Valeur et pourcentage des importations de services par rapport à l'ensemble des achats du secteur touristique (logiciels, consultants, architectures, assurances...) ▪ Valeur et pourcentage des importations de produits destinées à la consommation touristique par rapport aux exportations touristiques ▪ Valeur et pourcentage des transferts de fonds (main d'œuvre et capital) par rapport aux exportations touristiques ▪ Nombre d'entreprises locales qui produisent des biens et services directement utilisés par le secteur touristique par rapport au nombre total d'entreprises dans la destination ▪ Nombre d'entreprises touristiques locales et pourcentage des entreprises détenues par des locaux par rapport aux étrangers ▪ Part des revenus touristiques/à la totalité des revenus de la communauté ▪ Part de la population active locale employée dans le tourisme
<p>Bonnes pratiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valoriser et promouvoir la consommation de produits locaux • Améliorer la qualité des produits locaux • Favoriser l'emploi des locaux 	<p>Critères de mesure:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Satisfaisant/Inacceptable : Tendance à la hausse/Tendance à la baisse ▪ Inacceptable/Satisfaisant : Tendance à la hausse/Tendance à la baisse

Ce dispositif a pour avantage, de ne pas alourdir le mécanisme de suivi et évaluation. A cet égard, un cadre permanent de concertation, de suivi et d'évaluation regroupant les principaux acteurs concernés (secteur public, secteur privé, société civile, bailleurs de fonds) sera mis en place, pour s'assurer du bon déroulement des activités programmées dans la stratégie, proposer éventuellement des recommandations d'amélioration ou des pistes de financement pour certaines activités.

Chaque intervenant jouera son rôle pour la réussite de la stratégie.

IV - Recommandations générales pour la mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme

Le diagnostic tiré de l'analyse effectuée a clairement mis en évidence que si le développement touristique de la Guinée est possible, la marge de manœuvre pour sa mise en œuvre est étroite par suite notamment :

- ✓ De la faible diversification des produits potentiellement commercialisables;
- ✓ Du retard accumulé en matière d'infrastructures de base et d'équipements hôteliers;
- ✓ Des insuffisances dans la maîtrise des agrégats économiques et financiers dans l'accueil des touristes, dans le montage, la mise en marché des produits susceptibles de satisfaire les clientèles cibles, ainsi que dans la mise en œuvre des programmes de concertation avec les partenaires sociaux.

La réussite des stratégies déclinées dans le plan d'actions 2013 - 2017 est conditionnée par un pilotage dynamique. Ce faisant, les paramètres clés qui détermineront la capacité de l'Administration Nationale du Tourisme et du Secteur privé à réussir ce pari résident dans :

- La visibilité stratégique qu'offrira le secteur du tourisme à mettre en œuvre dans les délais requis, les principales actions et mesures contenues dans le Plan d'Actions;
- La capacité de l'Etat à s'impliquer directement dans la réalisation des travaux d'aménagement prioritaires (viabilisation des sites), afin de garantir l'exécution des infrastructures clés qui conditionnent le développement du tourisme à l'échelle nationale;
- Les réformes structurelles à mettre en œuvre au niveau local, régional et national.

La mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme dans le cadre d'un partenariat fondé sur la confiance et le partage des responsabilités avec tous les acteurs concernés (l'Etat, le Secteur privé, les Communautés locales, les partenaires au développement, la société civile) nécessitera l'exécution de mesures et actions suivantes :

4.1 L'Encadrement Institutionnel :

En raison de l'implication conjointe du haut Commissariat à la Réforme Administrative et à la Modernisation de l'Etat dans la restructuration de l'Administration publique et du Département en charge du Tourisme dans la mise en œuvre de la note sectorielle du tourisme, la réorganisation de l'Administration Nationale du Tourisme doit revêtir un caractère prioritaire. Celle-ci portera notamment sur :

- La redéfinition et la formalisation de ses méthodes de travail;
- la restauration de l'organigramme et la redéfinition de ses attributions en termes de réglementation

et développement du secteur (Etudes statistiques, planification/réglementation, contrôle, etc.), d'activités (hôtellerie, loisirs) ;

- la Promotion et la commercialisation ;
- le renforcement des capacités des ressources humaines ;
- la Gestion administrative et financière.

Il est en outre crucial, que soit pris en compte les mécanismes, de déconcentration et de décentralisation de l'action touristique dans le fonctionnement de l'Administration publique.

4.2 L'Aménagement touristique du territoire national :

L'aménagement et l'utilisation à des fins touristiques de certaines zones du Territoire National constitue un axe fondamental du programme de développement touristique du pays ; Cette opération nécessitera la collaboration active et soutenue des Départements en charge de l'Habitat, de l'Urbanisme et de la Construction, de l'Environnement et des eaux et forêts, de la pêche et de l'aquaculture, des travaux publics, de la Culture et du Patrimoine historique.

Sa mise en œuvre optimale implique plusieurs préalables:

a. La coordination interministérielle entre l'Administration Nationale du Tourisme et les Différentes Administrations concernées par le processus ;

b. L'identification, la définition, l'aménagement et l'équipement de sites spécifiques, pour la promotion de la pêche sportive, du tourisme de montagne, de la chasse sportive, de l'écotourisme, du tourisme balnéaire, du tourisme culturel, etc.

c. L'actualisation du Schéma Directeur d'Aménagement du Territoire National réalisé en 1992 avec l'appui de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). Il s'agit:

Dans une première phase de :

- Recenser et classer les principaux sites naturels et culturels du territoire national ;
- Définir un plan d'études d'impact environnemental et un cahier de charges tenant compte de la pression démographique sur les sites ;
- Réaliser un plan d'affectation des sites et zones touristiques au regard de leurs spécificités et de la nature des projets à y implanter ;
- Définir les conditions d'attribution et les modes d'acquisition des terrains à mettre à la disposition des promoteurs ;
- Mettre en place tous les instruments financiers et juridiques ainsi que les mesures de protection

permettant une exploitation optimale du potentiel foncier ;

Dans une seconde phase, il faudra :

- Préparer les plans d'aménagement des sites et zones touristiques ;
- Exécuter les travaux d'aménagement et la mise en place des infrastructures de base (réseaux d'assainissement, d'eau, d'électricité, de téléphone, voirie primaire, traitement des eaux usées) ;
- Assurer la gestion des domaines viabilisés par une structure qui sera chargée de l'identification des promoteurs nationaux et internationaux intéressés et de la réalisation des études d'implantation des structures d'hébergement, de restauration ou de loisirs à mettre sur le marché.

L'aménagement touristique du territoire national favorisera la diversification de l'offre touristique en faisant émerger l'offre balnéaire et écologique où nous disposons d'avantages comparatifs certains et en créant des relais de croissance sur le culturel, permettant ainsi à notre pays de résoudre définitivement le problème du foncier qui constitue un enjeu majeur de toute politique de promotion des investissements touristiques.

4.3 La Promotion de l'investissement touristique:

La mise en œuvre de la Note Sectorielle du Tourisme impliquera une forte mobilisation de ressources financières et un engagement déterminé de l'Etat et de ses partenaires sociaux dans le soutien à l'investissement touristique à travers différentes structures compétentes telles :

- Le Ministère de l'Economie et des Finances
- Le Ministère de la Coopération Internationale
- Le Ministère de l'Industrie et des Petites et Moyennes Entreprises
- Le Ministère du Plan
- La Banque Centrale de la République de Guinée
- L'Agence de Promotion des investissements (Guichet unique)
- La Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat de Guinée

Pour ce faire, il faudra:

- Etudier les conditions et modalités de mise en place du crédit hôtelier ;
- Renforcer le partenariat avec les milieux financiers internationaux pour soutenir et accompagner l'investissement ;
- Développer les mécanismes d'incitation fiscale applicables aux investissements touristiques ;

- Mettre en place un code d'investissement spécifique au tourisme, prenant en charge différents segments de la chaîne touristique tels l'animation, le transport, le marketing, capable d'encourager et d'orienter les investissements privés, aux moyens d'allègements et de mesures d'ordre foncier, fiscal et financier.
- Créer une Société guinéenne d'investissement touristique et hôtelier (SGTH) en partenariat avec les milieux d'affaires internationaux du tourisme.

4.4 Promotion de la Destination Guinée sur le Marché :

Pour relever les défis de la promotion et de la commercialisation, il faudra :

- Fédérer les initiatives des Institutions nationales publiques et privées concernées, notamment celles relevant des Ministères en charge du commerce, de la Coopération, du Tourisme et du CIEPEX;
- Renforcer les capacités opérationnelles et de gestion de l'Office National du Tourisme (ONT), de l'Association professionnelle des Agences de voyages et de Tourisme;
- Référencer la destination Guinée sur le catalogue des Tours Opérateurs;
- Diversifier les supports publi promotionnels (cartes, brochures, films, CD-Rom, cartes postales, dépliants, site Web,..);
- Créer un cadre de concertation et d'échange à l'échelle Nationale entre opérateurs touristiques guinéens et étrangers (foires /salon du tourisme) et une plate forme de réservation connectée au site de l'ONT.

L'amélioration de l'attractivité de la destination sera menée vers deux directions :

✓ Au plan national, par la mise en place de budgets de marketing régionaux alloués aux délégations régionales du tourisme ; leur objectif consistera à promouvoir les destinations régionales à travers des stratégies spécifiques de soutien à la promotion (foires régionales) et à l'accompagnement de la diversification de l'offre ;

✓ Au plan extérieur, les efforts seront orientés en direction des marchés émetteurs européens et des pays émergents ; en effet, il existe pour la Guinée de véritables opportunités à saisir en termes de marché compte tenu de la spécificité de son offre (tourisme écologique, culturel, sportif, balnéaire et de congrès). Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le marché européen sera en 2020 le principal bassin émetteur de touristes internationaux, avec 46% de la demande mondiale, soit 719 millions de touristes.

Dans le même contexte, la Chine à elle seule pourrait représenter un marché émetteur de 100 millions de touristes par an.

4.5 Le Transport touristique :

Il constitue le principal enjeu de la commercialisation de l'offre ; en effet, sans une desserte aérienne adéquate et à coût réduit, il sera illusoire d'accroître le flux touristique en direction de notre pays. La mise en place d'une stratégie de transport axée sur la chartérisation nécessitera la contribution de tous les acteurs du transport notamment;

- Le Ministère en charge des Transports ;
- La Société Générale chargée de l'Exploitation de l'Aéroport de Conakry (SOGEAC ;
- L'Union nationale des transporteurs routiers de Guinée;
- L'Association fédérant les opérateurs en charge du transport touristique etc;

La réorganisation du transport touristique sur des bases saines, contribuera à améliorer l'environnement du secteur, le taux de remplissage des établissements en cours de réalisation et rentabiliser leur exploitation. D'où la nécessité pour les acteurs publics en charge du tourisme et des transports :

- D'étudier les voies et moyens de la diversification des modes de transport touristique ;
- De mettre à la disposition des organisateurs de voyages, une capacité de transport en rapport avec l'évolution de la capacité d'hébergement et à des tarifs concurrentiels ;
- Définir les voies et moyens de la chartérisation de la destination et la mise en place d'un programme d'appui au renforcement des capacités des agences de voyages et de tourisme ;
- Mettre en œuvre une politique d'amélioration du service aérien tant international qu'intérieur.

4.6 Le Renforcement des instruments, outils de traitement, d'analyse et de diffusion statistique sur le Tourisme:

Cette opération nécessitera la mise à niveau de l'Observatoire National du Tourisme et le renforcement de ses capacités opérationnelles et de gestion. Pour ce faire, la mise en place d'une plate forme inter institutionnelle de soutien et d'accompagnement comprenant le Ministère de l'Economie et des Finances, l'Institut National de la Statistique, la Banque Centrale de la République de Guinée, le Ministère de la Sécurité est indispensable. C'est à cette seule condition qu'il sera possible :

- d'assurer le suivi efficient de l'activité touristique et de ses impacts,
- d'orienter de façon optimale les actions de promotion et de développement ;
- d'aider les décideurs à optimiser l'utilisation des ressources et à améliorer l'efficacité des actions.

4.7 Le Renforcement des capacités techniques et de gestion du secteur et la consolidation de la chaîne de valeur du secteur touristique, au delà du seul maillon de l'hôtellerie :

L'administration nationale du tourisme en partenariat avec le Ministère en charge de l'Enseignement technique et de la Formation Professionnelle, le Ministère de l'Enseignement supérieur, les Institutions privées de Formation touristique et hôtelière, la Commission de la CEDEAO etc mettra en œuvre les actions suivantes:

- Créer les conditions idoines à l'ouverture du Centre Régional de Formation Touristique et Hôtelier de la CEDEAO, exploiter les opportunités de formation et de perfectionnement, offertes par la coopération bilatérale (accord de coopération avec le Maroc, l'Algérie) ;
- Impliquer les structures hôtelières dans le renforcement des capacités de ressources humaines et promouvoir leur insertion dans les réseaux internationaux de formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie, afin d'offrir des perspectives réelles d'évolution et de carrière aux agents et améliorer l'attractivité du secteur.

Les autres chaînes de la valeur touristique, à savoir la distribution ou le transport touristique, le guidage, les activités d'animation nécessitent une remise à niveau en raison du fait qu'elles restent des secteurs très peu structurés, manquant d'acteurs de références à même d'accompagner la dynamique enclenchée au niveau de l'hôtellerie.

La mise en place de mécanismes de soutien aux PME touristiques et hôtelières, l'amélioration de l'encadrement de l'activité touristique par le biais de réformes institutionnelles et réglementaires, la mise en place de structures de soutien, d'accompagnement et de concertation répondent à une préoccupation essentielle, celle qui consiste à assurer l'émergence et la consolidation d'un tissu de PME touristiques et hôtelières modernes, capables d'offrir des prestations de qualité, et de renforcer l'image et la notoriété de la Destination.

4.8 L'Amélioration de la réglementation de la fiscalité touristique ainsi que des structures de recouvrement et de gestion des taxes fiscales et parafiscales :

La fiscalité touristique et hôtelière en Guinée est à l'état embryonnaire ; elle accuse de nombreuses lacunes (réglementation obsolète, recensement parcellaire, mécanismes de recouvrement peu transparents, faible motivation des agents, niveau élevé de déperdition, faiblesse des capacités techniques des agents..).

Le financement des activités de développement et de promotion de l'Administration Nationale du Tourisme (études d'aménagement des sites, réalisation des supports promotionnels, participation aux foires, etc.) nécessite un élargissement de l'assiette fiscale.

Pour permettre à l'Etat de tirer le maximum de profit des opportunités offertes par la fiscalité touristique, il faudra notamment procéder à :

- La Fédération des synergies des Institutions financières publiques, notamment celles des Ministères en charge de l'Economie et des Finances et du Budget;
- La codification de la réglementation fiscale dans le secteur ;
- L'actualisation du recensement des établissements touristiques (hôtels, restaurants, night clubs) et entreprises de tourisme (agence de voyages et de tourisme, marina, club nautique, site touristique) et à l'assainissement du fichier ;
- La décentralisation des activités de recouvrement à l'échelle Régionale et Préfectorale ;
- Le Renforcement des capacités techniques de recouvrement
- La mise en place du Conseil d'Administration de l'Office National du Tourisme et la désignation des commissaires aux comptes ;
- La Définition des règles et modalités transparentes de recouvrement et de gestion des ressources du Fonds de Promotion et de Développement du Tourisme, en associant toutes les parties prenantes ;
- La simplification et l'harmonisation des frais de visas à acquitter par les touristes, qu'il faudra aligner sur ceux des autres pays membres de la CEDEAO;
- La mise en place des dispositions fiscales plus allégées dans le secteur du tourisme, notamment la fixation d'un taux de TVA réduit compris entre 5% et 10% pour une dizaine de biens et services (prestations d'hébergement et de restauration fournies par les hôtels, les restaurants, prestations réalisées par les organisateurs des circuits touristiques, etc.) conformément aux mesures similaires édictées en la matière par les pays membres de l'UEMOA;
- La dotation de l'administration fiscale en moyens logistiques lui permettant d'accomplir efficacement sa mission.

4.9 La Recherche du financement des actions programmées dans le cadre de la mise en œuvre de la note sectorielle du Tourisme

Le financement de la note sectorielle du Tourisme sera recherché conjointement avec l'appui des Ministères en charge de l'économie et des Finances, du Plan et de la Coopération internationale dans les Directions suivantes :

- Le budget du programme d'investissement public de l'Etat (PIP) alloué au Département en charge du Tourisme devrait connaître une amélioration substantielle, afin de bien mettre en évidence la volonté de l'Etat à contribuer activement au développement du tourisme.
- Le financement par le biais de la coopération bilatérale ou multilatérale; le rôle du Département en charge du Tourisme sera d'explorer les opportunités de financement offertes par les bailleurs de fonds et dans certains cas le susciter.

- Le financement dans le cadre de partenariats « public/privé; public/public; public/privé/associatif» autour de projets et programmes conjoints, tels :
 - Les appuis à la formation/perfectionnement des personnels des Entreprises de Tourisme ;
 - Le renforcement des capacités techniques et de gestion des PME touristiques et hôtelières ;
 - Les projets pilotes de mise en œuvre de complexes éco touristiques ou de valorisation touristiques des parcs nationaux.

CONCLUSION

La promotion d'un développement durable du tourisme en Guinée, qui soit un moteur effectif de réduction de la pauvreté, passe aujourd'hui par l'accroissement graduel de l'intrant local en complément de l'intrant extérieur, tant sur le plan de l'investissement que celui de l'emploi, ou celui très important des fournitures de biens et services nécessaires à l'industrie du tourisme.

C'est à cette condition seulement qu'il sera possible de bâtir dans notre pays, une industrie touristique nationale capable de créer la richesse, de générer des emplois et d'apporter sa contribution à l'effort national de développement, tout en améliorant les conditions de vie de nos concitoyens dont une frange importante (environ 54%) vit aujourd'hui dans la précarité.

ANNEXES

PLAN D' ACTIONS ET STRATEGIES DE MISE EN ŒUVRE POUR LA PERIODE 2013-2015

AXE STRATEGIQUE I : AMELIORATION DE LA GOUVERNANCE ET RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET JURIDIQUES

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
1. Améliorer et Renforcer le cadre institutionnel et juridique	1	Organisation des Journées de Réflexion sur le Tourisme	MHTA, Départements Ministériels partenaires, secteur privé, Organisations internationales d'appui OMT, UEMOA, CEDEAO, personnes ressources	Le tourisme guinéen est relancé et une nouvelle vision politique de management du secteur est disponible	Tenue des journées, décisions et recommandations adoptées, vision élaborée	X		
	2	Actualisation et renforcement de la réglementation touristique et hôtelière	MHTA, Organisations internationales d'appui (OMT, BIT), personnes ressources guinéennes et étrangères	La réglementation est disponible	Nombre de textes (textes, Décrets)	X		
	3	Appui à la structuration des acteurs du tourisme (Agences de voyages hôteliers, restaurateurs, transporteurs touristiques, guides) et des Organisations professionnelles	DNPH/DNT/ONT/Cab./ Fepatour, OMT, personnes ressources (UEMOA)	Structures d'encadrement opérationnelles	Nombre de structures mises en place	X		
	4	Application des normes de classification hôtelière de la CEDEAO	DNPH/DNT/ONT/Cab./ Fepatour, OMT, , CEDEAO	Les Réceptifs sont classés	Nombre d'établissements classés	X		
	5	Mise en place du Comité National de Facilitation	DNPH/DNT/ONT/Cab./ Fepatour, Départements Ministériels partenaires, CEDEAO	Le comité est fonctionnel	Arrêté conjoint	X		
	6	Finalisation de la Convention collective	DNPH/ DNT/ONT/Cab./ Fepatour, Inspection Gle Tourisme, BIT	La convention est disponible	Nombre d'employés regis par la Convention	X		

		Nationale du Tourisme et de l'Hôtel- Lerie						
	7	Mise en place du Conseil d'Administra - - tration de l'Office National du Tourisme (ONT)	Cabinet MHTA, secteur privé	Structure opérationnelle	Le conseil d'Administration	X		

AXE STRATEGIQUE I : AMELIORATION DE LA GOUVERNANCE ET RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET JURIDIQUES (suite)

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
Améliorer et Renforcer cadre institutionnel et juridique (suite)	8	Mise en place du Conseil Consultatif National du Tourisme	Cabinet MHTA secteur privé	Structure opérationnelle	L'acte de création		X	
	9	Mise en place des délégations Régionales et des Associations locales du Tourisme	DNT, DNPH, DN Aménag. Cabinet, Secteur privé, MATAP, Préfectures/ Communes	Structures opérationnelles	Nombre de délégations et associations		X	
	10	Restructuration et renforcement des capacités opérationnelles et de gestion de l'ONT	Cabinet MHTA, Départements Ministériels partenaires, secteur privé, Organisation internationales (OMT), personnes ressources	Structure opérationnelle	Nombre de cadres formés		X	

AXE STRATEGIQUE II : RENFORCEMENT DES CAPACITES DE MANAGEMENT DU SECTEUR TOURISTIQUE

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
2 - Améliorer les qualifications professionnelles	11	Actualisation du plan cadre de Formation des Ressources humaines (édition 2012)	Cabinet MHTA, DRH Institutions Nles de Formation, Institutions, inter. CEDEAO, secteur privé, Fondation Thémis (OMT)	Structure opérationnelle	L'acte de création		X	X
	12	Renforcement des Capacités opérationnelles de l'Observatoire National du Tourisme	Cab.MHTA, INS, Coopéra - tion bilatérale (Maroc) CEDEAO, OMT	Le personnel est formé	Nbre d'employés formés		X	X
	13	Mise en place d'un programme de formation des formateurs	Institutions Nles de Formation aux métiers du Tourisme, Coopération bilatérale	Les capacités des formateurs sont renforcées	Nbre de cadres formés	X	X	X
	14	Organisation de cycles de formation/perfectionnement des techniciens supérieurs de base en tourisme et hôtellerie	Cab.MHTA, Fepatour, Coopération bilatérale (Maroc) DRH	Les capacités des techniciens sont renforcées	Nombre de cadres formés		X	X

	15	Mise en place d'un système efficient de collecte, de traitement et de diffusion des données socio économiques et financières du secteur (Compte Satellite du Tourisme)	Cab.MHTA, Observatoire NI du Tourisme, INS, BCRG, Min. Sécurité, Min. Transport, Insp. Régionales, Chef Sections	Les instruments, les techniques et procédures sont fiables	Nombre de rapports publiés	X	X	X
	16	Exploitation des données centralisées et production des agrégats nécessaires à l'analyse de l'évolution du secteur, à la mesure de l'impact de l'activité touristique et à la définition des orientations	Cab. MHTA, Observatoire, INS, Coopération bilatérale (Maroc)	Les agrégats macro économiques du secteur sont disponibles	Nombre de rapports publiés	X	X	X
	17	Analyse et diffusion des statistiques à travers des canaux adéquats	Cab. MHTA, Observatoire, INS, Min. Eco. Finances, Min. Plan, OMT	Les statistiques du secteur sont publiés et disponibles	Nombre de bulletins statistiques publiés, le tableau de bord Min. Finances, données figurant dans le compendium de l'OMT	X	X	X

AXE STRATEGIQUE II : RENFORCEMENT DES CAPACITES DE MANAGEMENT DU SECTEUR TOURISTIQUE (SUITE)

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
2 - Améliorer les qualifications professionnelles (suite)	18	Renforcement des capacités des agents chargés du recouvrement des taxes et du contrôle (corps des Inspecteurs du Tourisme)	Cab. MHTA, Inspection gle, MHTA, ONT, coopération bilatérale (Maroc)	Les capacités techniques sont renforcées	Nombre d'agents formés	X	X	X
	19	Mise en place d'un centre de documentation et d'informations touristiques	Cab. MHTA, Archives Nles,	La Structure est opérationnelle	Nombre d'agents formés	X	X	X

AXE STRATEGIQUE III DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
3- Diversifier, développer l'offre touristique	20	Actualisation du schéma Directeur d'aménagement des principaux sites touristiques du territoire national (OMT) et de Bel Air (Banque Mondiale)	Cab. MHTA, DN Aménagement, Min. Finances, Min. Plan, Min. domaines Habitat, UE, PNUD, Banque Mondiale	Le document est disponible	Le nombre de documents disponibles	X	X	
	21	Mise en place d'un programme d'aménagement des sites touristiques prioritaires et amélioration de leur	Cab. MHTA, Départements Ministériels partenaires, secteur privé, collectivités (Gouvernements	Les travaux sont exécutés	Nombre de sites viabilisés (vrd)	X	X	X

		attractivité	partenaires, communautés villageoises)					
	22	Etude d'un projet de jardin botanique à implanter à Conakry ou dans ses environs immédiats	Cab. MHTA, Départements Ministériels partenaires (Min. Finances, Min. Plan, Min. domaines Habitat, Min. Environnement), DN Aménagement, partenaires techniques et financiers	Le document du projet est disponible	Le rapport d'étude et supports audio visuels		X	X
	23	Etude d'un projet de parc zoologique à implanter à Conakry ou dans ses environs immédiats	Cab. MHTA, Départements Ministériels partenaires, DN Aménagement, partenaires techniques et financiers	Le document du projet est disponible	Le rapport d'étude et supports audio visuels		X	X
	24	Suivi des travaux de construction/réhabilitation/extension des Etablissements hôteliers (Cf répertoire en annexe)	Cab. MHTA, Départements Ministériels partenaires, les Sociétés partenaires	Les hôtels sont construits et rénovés	11 Etablissements sont construits et/ou rénovés	X	X	X

AXE STRATEGIQUE III DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE (SUITE)

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
3- Diversifier, développer l'offre touristique (suite)	25	Etude d'un projet d'implantation d'hôtels de catégorie intermédiaire (1,2,3 étoiles) dans les 8 capitales régionales et dans les zones à grande potentialité touristique du pays	Cab. MHTA, DN Aménagement partenaires techniques et financiers, domaines Habitat, Régions Administratives	Etudes techniques et financières disponibles	rapport d'étude et supports audio visuels	X	X	
	26	Réhabilitation du site du fortin de Boké	Cab. MHTA, Départements Ministériels partenaires, Min. culture, collectivités rurales (Boké)	Le site est fonctionnel	Le niveau de fréquentation		X	X
	27	Réhabilitation des vestiges du site de Farinya à Boffa	Cab. MHTA, DN Aménagement, Min. domaines partenaires techniques et financiers	Le site est fonctionnel	Le niveau de fréquentation		X	X
	28	Elaboration d'un programme d'appui à la promotion des PME touristiques et hôtelières	Cab. MHTA, ONT	Le programme est élaboré	Nombre de PME éligibles au programme		X	X
	29	Mise en place d'un système de transport touristique	Cab. MHTA, Min. Transports, DNT, secteur privé, T.O, compagnies aériennes, Sociétés	La desserte est améliorée, le coût du transport est réduit	Nombre de touristes, taux d'accroissement du flux touristique et	X	X	X

			de location de voitures de tourisme		indice de fréquentation			
	30	Amélioration et renforcement des capacités opérationnelles de gestion des Agences de voyage et de Tourisme	Cab. MHTA, ONT, DNT, secteur privé, Min. des Transports; personnes ressources guinéennes et étrangères	Les capacités opérationnelles et de gestion des Agences de voyages et de tourisme sont renforcées	Nombre d'agents de voyages et de tourisme performants	X	X	X

AXE STRATEGIQUE III DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE(SUITE)

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
4 – Réduire la pauvreté des communautés locales	31	Extension du projet de tourisme communautaire axé sur la lutte contre la pauvreté aux régions de la Moyenne, Haute et Guinée forestière	Cab. MHTA, DN Aménag. ONT, fondation step, Dép. Ministériels partenaires, Gouvernorats, Préfectures	Etudes technico-financières disponibles	Nombre de projets réalisés	X	X	X
	32	Elaboration de Termes de références et études de faisabilité d'un projet pilote sur la réalisation de 5 éco-lodges/éco-villages dans les zones éco-touristiques	Cab. MHTA, DN Aménag. ONT, fondation step, PNUD, Dép. Ministériels partenaires, Gouvernorats, Préfectures, personnes ressources UEMOA, UICN	Les TDR de l'étude de faisabilité sont disponibles	Rapports d'étude et plan d'exécution	X		
	33	Projet d'implantation de 5 éco-Lodges/éco villages pilotes dans les zones éco-touristiques	Cab. MHTA, DN Aménag. ONT, fondation step, PNUD, Dép. Ministériels partenaires, Gouvernorats, Préfectures, personnes ressources UEMOA, UICN	Les sites sont identifiés	Les 5 éco-Lodges sont réalisés	X	X	
	34	Elaboration de Termes de références et études de faisabilité pour la valorisation de sites phares liés au tourisme solidaire, de montagne, culturel, de santé, pêche sportive	Cab. MHTA, DN Aménag. ONT, fondation step, PNUD, Dép. Ministériels partenaires, Gouvernorats, Préfectures, personnes ressources UEMOA, UICN	Les TDR et études de faisabilité sont disponibles	Rapports d'Etudes et plans d'exécution		X	
	35	Elaboration de TDR et études de faisabilité pour la réalisation de dix escales d'aisance à l'intérieur du pays	Cab. MHTA, DN Aménag. ONT, fondation step, PNUD, Dép. Ministériels partenaires, Gouvernorats, Préfectures, personnes ressources,	Les TDR et études de faisabilité sont disponibles	Rapports d'Etudes et plan		X	

AXE STRATEGIQUE IV : RENFORCEMENT DE LA PROMOTION ET ACCROISSEMENT DES FLUX D'ARRIVEES TOURISTIQUES ET DES INVESTISSEMENTS

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
5- Améliorer la visibilité et la compétitivité de la destination	36	Développement et diversification des outils d'information et de communication (dépliants, affiches, guides, films, CD rom, site web),	Cab. MHTA,. ONT, secteur privé	Disponibilité de supports	Nombre de supports publi-promotionnels	X	X	X
	37	Ouverture de la destination sur les marchés extérieurs	Cab. MHTA,. ONT, secteur privé, Sociétés/personnes ressources spécialisées en communication et marketing	Amélioration de la visibilité et de l'image de la destination	Nombre de marchés cibles	X	X	X
	38	Organisation et voyages de presse, d'éductours, de workshop	Cab.MHTA,. ONT, secteur privé, presse internationale spécialisée en communication et en marketing	Les éductours, voyages de presse, séminaires sont organisés	Nombre de participants	X	X	X
	39	Mise en place d'un Système de Gestion de la Destination (site web participatif)	Cab. MHTA, ONT, secteur privé	Amélioration de la visibilité et de l'image de la destination via les TIC	Nombre de participants	X	X	
	40	Participation aux foires et manifestations économiques, commerciales en Afrique et dans le monde	Cab. MHTA, ONT, secteur privé	Présences guinéennes effectuées aux foires et manifestations économiques et commerciales	Nombre de participations	X	X	X
	41	Elaboration d'un plan de communication et de marketing	Cab. MHTA, ONT, secteur privé, presse internationale, TO, service Communication MHTA	Le plan de communication et de marketing est élaboré	Nombre de documents édités/diffusés	X	X	X
	42	Organisation de foires régionales du tourisme dans les 4 capitales des régions naturelles du pays	Cab. MHTA, ONT, secteur privé, Gouvernorats, Préfectures, ONG, TO, personnes ressources	Les foires sont organisées	Nombre de foires/nbe de participants par région	X	X	X

AXE STRATEGIQUE IV : RENFORCEMENT DE LA PROMOTION ET ACCROISSEMENT DES FLUX D'ARRIVEES TOURISTIQUES ET DES INVESTISSEMENTS (SUITE)

OBJECTIFS STRATEGIQUES	N°O	ACTIONS	INTERVENANTS	RESULTATS	IOV	CHRONOGRAMME		
						13	14	15
5- Améliorer la visibilité et la compétitivité de la destination (suite)	43	Sensibilisation des élus locaux, des leaders d'opinion, des forces de sécurité pour l'appui aux facilitations touristiques (accueil, sécurité, hygiène, salubrité....)	Cab. MHTA,. ONT, secteur privé, Départ. Ministériels partenaires, Préfectures, Communes, Gouvernorats...	Les acteurs concernés sont sensibilisés	Nombre de réunions /nombre de personnes cibles	X	X	X
	44	Création d'un salon international du tourisme et de l'Artisanat de Conakry (SITAC)	Cab. MHTA,. ONT, ONPA, Départ. Ministériels partenaires, CIEPEX, CEDEAO, OMT, TO	Le salon est créé	Le nombre de participants		X	X
6- assurer le de financement l'investissement touristique	45	Création d'un fonds d'investissement touristique et hôtelier en partenariat avec les Institutions financières nationales et internationales	Cab. MHTA,. ONT, DNT, DNPH, DN Aménag. Min. Finances, Banques privées, SFI, UE	Le fonds est créé	Le volume d'investissement mobilisé/nombre de projets financés	X	X	
	46	Actualisation de la réglementation relative à la fiscalité touristique et mise en place d'un système de recouvrement efficient des taxes et de gestion du fonds de promotion	Cab. MHTA,. ONT, Départ. Ministériels partenaires, secteur privé, personnes ressources guinéennes et étrangères	La réglementation est actualisée, les instruments techniques et procédures de recouvrement et de gestion sont transparents et fiables	Le nombre de textes/le volume des recettes mobilisé	X	X	
	47	Harmonisation du taux de TVA appliqué aux biens et services (prestations d'hébergement, de restauration, organisation de circuits touristiques) sur celui des pays membres de l'UEMOA (TVA compris entre 5 et 10 %)	Cab. MHTA,. ONT, DNT, DNPH, Min. Eco. Finances secteur privé, personnes ressources	Accroissement de la compétitivité de l'offre	Nombre d'Entreprises touristiques et hôtelières bénéficiant d'une TVA réduite	X	X	

AXE STRATEGIQUE V : PROMOUVOIR LA COOPERATION, LE PARTENARIAT ET L'INTEGRATION SOUS REGIONALE

6- Diversifier et renforcer la Coopération bi et multilatérale et le partenariat	48	Mise en œuvre et suivi des projets régionaux : - projet de Développement durable du Tourisme dans les parcs et aires protégées transfrontaliers en Afrique de l'ouest ; - projet de circuits à destinations multiples «circuits CEDEAO, les Trésors cachés de l'Afrique de l'ouest ; - projet d'implantation d'un centre régional de formation touristique et hôtelier	Cab. MHTA., ONT, secteur privé, Départ. Ministériels partenaires , CEDEAO, OMT, UEMOA, CIDC, ONG et les communautés locales	Les projets sont mis en œuvre et suivis	Nombre de projets fonctionnels	X	X	X
	49	Paiement des contributions dues à l'OMT et à l'ATA	Cab. MHTA, DAF, Min. Affaires Etrangères, Min. délégué au budget, l'OMT et l'ATA	Les cotisations sont payées	Reçus de paiement	X	X	X

MATRICE DES RESULTATS DE SUIVI EVALUATION 2013-2015

OBJECTIF STRATEGIQUES	N° ACTIVITES	INDICATEURS DE RESULTATS MT AVEC DONNEES DE REFERENCE ET CIBLES	INDICATEURS DE RESULTATS CT	REFERENCE 2012	CIBLES 2013	CIBLE 2014	ACTIONS PRIORITAIRES
AXE STRATEGIQUE 1 : AMELIORATION DE LA GOUVERNANCE ET RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET JURIDIQUES							
1. Améliorer et renforcer le cadre institutionnel et juridique	1		3 journées de réflexion		3 journées		organiser les journées de réflexion à Conakry
	2		textes (Arrêtés, Décrets)		1 dizaine		signature des Arrêtés et Décrets
	3		Nbre structures mis en place		6 struct. d'encadrement		
	4		Nbre Etablissement classés		30 Etablissements		* Mise en place comité national class. * organiser des opérations de classement sur le terrain
	5		Acte de création		1		mise en place comité NI facilitation
	6		1500 bénéficiaires environ				finalisation convention collective du tourisme et de l'Hôtellerie
	7		Acte de création		1		mise en place d'un Conseil d'Administration
	8		Acte de création		1		mise en place du Conseil consultatif National
	9		Acte de création		4 délégations régionales, 40 Associations locales		mise en place des délégations régionales et associations locales du tourisme
	10		Nombre de participants		20		Restructuration et renforcement de capacités opérationnelles et de gestion de l'ONT
AXE STRATEGIQUE 2: RENFORCEMENT DES CAPACITES DE MANAGEMENT DU SECTEUR TOURISTIQUE							
2. Améliorer les qualifications professionnelles, renforcer les compétences et les capacités de gestion	11		100 documents tirés		50	50	Actualisation du plan cadre de formation des Ressources humaines
	12		20 bénéficiaires		10	10	renforcement de capacités opérationnelles de l'Observatoire du Tourisme
	13		20 bénéficiaires		10	10	Mise en œuvre du programme de formation des formateurs

	14		100 bénéficiaires		50	50	Organisation de cycles de perfectionnement des techniciens supérieurs et techniciens de base en tourisme et en hôtellerie
AXE STRATEGIQUE 2: RENFORCEMENT DES CAPACITES DE MANAGEMENT DU SECTEUR TOURISTIQUE (suite)							
Améliorer les qualifications professionnelles, renforcer les compétences et les capacités de gestion (suite)	15		10 rapports		5	5	Mise en place d'un système efficient de collecte, de traitement et de diffusion de données socio économiques et financières du secteur (Compte Satellite du Tourisme)
	16		10 rapports		5	5	Exploitation des données centralisées pour produire les agrégats nécessaires à l'analyse de l'évolution du secteur, à la mesure de l'impact de l'activité touristique et à la définition des orientations optimales pour le développement du secteur
	17		10 rapports		5	5	Analyse et diffusion des statistiques à travers des canaux adéquats
	18		10 Agents de recouvrement, 10 Inspecteurs		10	10	Renforcement des capacités des Agents chargés du recouvrement des taxes et du contrôle
	19		50 titres		25	25	Mise en place d'un centre de documentation et d'information touristique
AXE STRATEGIQUE 3: DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE							
3 -Diversifier et développer l'offre touristique	20		20 sites touristiques		5	5	Actualisation du schéma directeur d'aménagement des principaux sites touristiques du territoire national
	21		20 sites touristiques		5	5	Mise en œuvre du Programme d'aménagement des sites touristiques principaux et amélioration de leur attractivité
	22		Rapports d'Etudes			1	Etude d'un projet de jardin botanique à implanter à Conakry ou dans les environs immédiats
	23		Rapports d'Etudes			1	Etude d'un projet de parc zoologique à implanter à Conakry ou dans les environs immédiats

	24		13 projets hôteliers		2	3	suivi des travaux de construction /réhabilitation et extension des Etablissements hôteliers
--	-----------	--	----------------------	--	---	---	---

OBJECTIF STRATEGIQUES	N° ACTIVITES	INDICATEURS DE RESULTATS MT AVEC DONNEES DE REFERENCE ET CIBLES	INDICATEURS DE RESULTATS CT	REFERENCE 2012	CIBLES 2013	CIBLE 2014	ACTIONS PRIORITAIRES
AXE STRATEGIQUE 3: DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE ET A FORTE VALEUR AJOUTEE (suite)							
Diversifier et développer l'offre touristique (suite)	25		8 Rapports d'Etudes		4	4	Etude d'un projet d'implantation d'hôtels de catégorie intermédiaire (1,2,3 étoiles) dans les 8 capitales régionales et dans les zones à grande potentialité touristique du pays
	26		le site du Fortin de Boké réhabilité		1		Réhabilitation du site du Fortin
	27		les vestiges du site de farinya réhabilités		1		Réhabilitation des vestiges du site de Farinya à Boffa
	28	Document de programme	Rapport d'Etudes				Elaboration d'un programme d'appui à la promotion des PME touristiques et hôtelières
	29	Arrivées de 150.000 touristes	110.000		20.000	20.000	Mettre en place un système efficace de transport touristique
	30	50 Agences de voyages et de tourisme	50 Agences		25	25	Amélioration et renforcement des capacités opérationnelles et de gestion des Agences de voyages et de Tourisme
4. Réduire la pauvreté des communautés locales	31	Rapports d'Etudes			1	2	Extension des projets de tourisme communautaire axés sur la lutte contre la pauvreté aux Régions de la Moyenne, Haute et Guinée forestière
	32	Rapports d'Etudes et plan d'exécution			5	5	Elaboration de TDR et études de faisabilité pour la valorisation de sites phares liés au Tourisme solidaire (2), Tourisme de Montagne (2), Tourisme culturel (2), Tourisme de santé (2), pêche sportive (2)
	33	5 éco-Lodge construits			2	2	Projet d'implantation de 5 éco-Lodge dans les zones éco touristiques

OBJECTIF STRATEGIQUES	ACTIVITES	INDICATEURS DE RESULTATS MT AVEC DONNEES DE REFERENCE ET CIBLES	INDICATEURS DE RESULTATS CT	REFERENCE 2012	CIBLES 2013	CIBLE 2014	ACTIONS PRIORITAIRES
4. Réduire la pauvreté des communautés locales (suite)	34	Rapports d'Etudes et plan d'exécution			5	5	Elaboration de TDR et études de faisabilité pour la réalisation de 10 escales d'aisance à l'intérieur du territoire national
AXE STRATEGIQUE 4: RENFORCEMENT DE LA PROMOTION ET ACCROISSEMENT DES FLUX D'ARRIVEES TOURISTIQUES ET DES INVESTISSEMENTS							
5. Améliorer la visibilité et la compétitivité de la destination	35	20.000 supports édités	10.000		10.000	10.000	développement et diversification des outils d'information et de communication
	36	Nombre de marchés obtenus					ouverture de la destination sur les marchés émetteurs
	37	Nombre de participants	10		500	500	Organisation d'éductours, de voyages de presse, de workshops
	38	Nombre de partenaires du site web	20		10	10	Mise en place d'un système de Gestion de la Destination
	39	Nombre de participants	20		10	10	participation aux foires et manifestations économiques et commerciales en Afrique et dans le monde
	40	Document de plan	document				Elaboration d'un plan de communication et de marketing
	41	Nombre de participants	15.000		7.000	8.000	Organisation des foires régionales
	42	500 bénéficiaires	500		300	200	Sensibilisation des élus locaux, des Forces de sécurité et des populations pour l'appui aux facilitations touristiques
	43	Nombre de participants	2.000		1.000	1.000	Création d'un salon international du Tourisme et de l'Artisanat de Conakry (SITAC)

OBJECTIF STRATEGIQUES	N° ACTIVITES	INDICATEURS DE RESULTATS MT AVEC DONNEES DE REFERENCE ET CIBLES	INDICATEURS DE RESULTATS CT	REFERENCE 2012	CIBLES 2013	CIBLE 2014	ACTIONS PRIORITAIRES
6 - Assurer le financement de l'investissement touristique	44	Nombre de projets financés	10		5	5	Création d'un fonds d'investissement touristiques et hôteliers
	45	pourcentage de recettes touristiques encaissées	10 Milliards		3	7	Actualisation de la réglementation relative à la fiscalité touristique mise en place d'un système efficient de recouvrement et de gestion
	46	nombre d'Entreprises touristiques et hôtelières bénéficiant d'une TVA réduite	20		10	10	Harmonisation du taux de TVA appliqué aux biens et services touristiques sur celui en cours dans les pays voisins de l'UEMOA
AXE STRATEGIQUE 5: PROMOUVOIR LA COOPERATION ET LE PARTENARIAT							
7 - Diversifier et renforcer la coopération bi et multilatérale et le partenariat	47	nombre de projets fonctionnels	3		1	2	*Mise en œuvre et suivi de projets régionaux
							* projet de Développement durable du Tourisme dans les parcs et aires protégées transfrontaliers en Afrique de l'ouest ;
							* projet de circuits à destinations multiple « circuits CEDEAO, les Trésors cachés de l'Afrique de l'ouest;
							* - projet d'implantation d'un centre régional de formation touristique et hôtelier
	48	reçus de paiement					paiement des cotisations dues à l'OMT et à l'ATA

Répertoire des nouveaux projets hôteliers en Guinée

N°O	NOM DE L'ETABLISSEMENT	CATEGORIE	LIEU D'IMPLANTATION	NOMBRE DE CHAMBRE	COÛT DE L'INVESTISSEMENT	SIGNAT.CONVENTION/Début travaux	FIN DES TRAVAUX	PARTENAIRE	ORIGINE DE FINANCEMENT
1	KALOUM	5 étoiles	Kaloum	380	42 874 109 USD	16/07/2011	Juin 2014	Sté Kaloum S.A	Chinois
2	NIGER	4 étoiles	Kaloum	194	20 000 000 Euros	14/09/2011	Juin 2013	G/C Global Inter. Constr	Maroc/Gui.
3	NOOM	4 étoiles	Kaloum	168	20 000 000 USD	16/03/12	Février 2014	Telium Grpe	Sénégalais
4	Hôtel Emmar	4 étoiles	Kaloum		35.000.000 USD	Janvier 2013			Emirats Arabes unis
5	CAMAYENNE	5 étoiles	Dixinn	124	16.000.000 Euros	14/06/2011	1 ^{er} trim. 2013	Unicon Group	Espagnol
6	AZALAÏ	4 étoiles	Matam		10 milliards FCFA			Group Azalaï	Malien
7	SHERATON Kipé	5 étoiles	Ratoma	300	60 millions USD		Janvier 2016	Group Sheraton	Américain
8	HILTON	5 étoiles	Kaloum	204				Group Hilton	Américain
9	ONOMO	3 étoiles	Ratoma	100				Group Onomo	Sénégalais
10	RADISON BLUE	5 étoiles	Ratoma	234	58 millions USD			Group Radison	Sud Africain
11	SIMANDOU	3 étoiles	Kaloum	40	42 936 057 600 GNF			Hôtel Simandou	Libanais

Source : Direction Nationale de la Promotion Hôtelière,

Conakry, Octobre 2012

Direction Nationale Aménagements

Statistiques : Arrivées et Recettes du Tourisme international dans quelques destinations ouest Africaines (2008-2010)

Destination	Séries	Arrivées de Touristes internationaux (Millier)			Recettes du Tourisme international (Million USD)		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
Cap vert	THS	285	287	336	350	292	289
Gambie	TF	147	142	91	81	63	-
Ghana	TF	698	803	-	919	968	-
Nigeria	TF	1313	1414	-	573	608	-
Sénégal	TF	-	-	-	543	463	-
Guinée	TF	23,7	-	12,5	4		4,9

THF= Arrivées de touristes internationaux dans les hôtels et établissements assimilés

TF= Arrivées de touristes internationaux aux frontières (à l'exclusion des visiteurs de la journée)

Source: Organisation Mondiale du Tourisme juin 2011

Statistiques: EVOLUTION DES ARRIVEES TOURISTIQUES INTERNATIONALES EN GUINEE (2002-2011)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
I. STATISTIQUES POSTES FRONTIERES										
1 Tourisme récepteur international										
1.1 Arrivées des non résidents dont:	42507	43966	44622	45334	46597	30694	23747		12481	131070
a. Touristes de séjour	41557	38383	44622	45334		30694	23747		12410	122197
b. touristes en croisière	0	0	0	0	501	500	0		0	0
c. Résidents guinéens à l'étranger	617	5583	4828	5214	3508	4595	450		71	8 873
1.2 Arrivées par moyens de transport										
a. Air	40585	43966	42041	45334	46096	30194	23747		12481	131070
b. Mer	333	-	125	-	501	500			-	
c. Terre	1589	-	2456	-					-	
Total	42507	43966	44622	45334	46597	30694			-	131070
1.4 Arrivées de touristes de séjour										
par groupe de pays										
AFRIQUE	22485	19376	18158	17567	21758	11025	10003	-	4594	50808
AMÉRIQUE	3430	4064	4378	5336	4594	2828	2375	-	1181	16305
ASIE DE L'EST PACIFIQUE	2447	1833	2454	2550	492	492	1612	-	1000	7059
ASIE DU SUD	794	641	985	1246	967	2314	425	-	244	3392
AUSTRALASIE	-	-	2581		318	129	932	-		2290
EUROPE	11646	17114	15500	18007	15171	13086	7738	-	5127	48552
MOYEN-ORIENT	1705	938	566	628	805	320	662	-	335	2664
Total	42507	43966	44622	45334	44105	30194	23747	-	12481	131070
1.5 Arrivées de touristes par motif du séjour										
a. Affaires	20404	20229	18903	20087	20149	12327	9650	-	6946	54816
b. Vacances/loisirs	5213	4524	6714	5536	8068	4409	4044	-	1364	35452
c. visite de famille	480	2792	205	173	427	256	4735	-	71	27278
d. Autre	16410	16421	18800	19538	17452	13202	5318	-	4100	13524
Ensemble	42507	43966	44622	45334	46096	30194	23747	-	12481	131070

II . NUITES D'HEBERGEMENT DANS LE PAYS										
SOIT PAR MODE D'HEBERGEMENT	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
2.1 Moyen d'Hébergement collectif	174945	122469	152456	195124	187659	248618	-	-	-	1512585
2.2 Moyen d'Hébergement privé	423657	797067	1080079	1123110	770759	669196	-	-	-	4043893
2.3 Non spécifié	1567	8835	562	0	124	34765	-	-	-	
Ensemble	600169	928371	1E+06	1318234	958542	952579	-	-	-	5556478
SOIT PAR MOTIF DU SEJOUR										
a. Affaires	238896	395929	527870	502356	345831	336600	-	-	-	1956852
b. Vacances/loisirs	76821	111283	103686	151064	152038	151599	-	-	-	1505369
c. visite de famille	1677	34327	3035	4766	2411	12276	-	-	-	1366406
d. Autre	282775	386832	598506	660048	458262	452104	-	-	-	727851
Ensemble	600169	928371	1E+06	1E+06	958542	952579	-	-	-	5556478
III . OFFRE D'HEBERGEMENT TOURISTIQUE										
3.1 Hôtels	310	318	338	365	370	372	372	372	372	
3.1.1 Nombre de chambres		3747	3886	4295	4525	4525	4525	4525	4525	
3.1.2 Nombre de lits		4518	4658	5194	5394	5601	5601	5601	5601	
3.2 Durée moyenne de séjour dans les hôtels	3,17	2,8			3,8	8,1	6,0	-	5,8	
3.3 Taux occupation (moyenne annuelle)	69,8	-	-	-	-	-	-	-	-	
IV - RECETTES ET DEPENSES DU TOURISME										
INTERNATIONAL (estimations en Millions USD)										
4.1 Dépense au titre du tourisme international	30,6	-	25,1	95,7	40,1	96	59		28	
4.2 Recettes au titre du tourisme international	42,5	-	29,6	30,7	69,1	1,1	4		4,9	

Source : Observatoire National du Tourisme

Conakry,

Mai

2012

EVALUATION DES BESOINS EN RESSOURCES HUMAINES DE L'ADMINISTRATION NATIONALE DU TOURISME

N°O	PROFIL	2013			2014			2015			TOTAL		
		A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
1	Administrateur chargé du Marketing	6	0		6			10			22	0	0
2	Administrateur chargé de l'organisation des voyages	2			4			5			11	0	0
3	Administrateur chargé du Développement touristique	4			8			10			22	0	0
4	Administrateur chargé de l'organisation d'évènements sociaux	3			4			5			12	0	0
5	Administrateur chargé de l'hôtellerie et de la restauration	5			7			8			20	0	0
6	Ingénieur spécialisé en planification et en aménagement. Touristiques	4			5			6			15	0	0
7	Ingénieurs spécialisé en Ingénierie touristique et hôtelière	3			5						8	0	0
8	Inspecteur du Tourisme	1			2			1			4	0	0
9	Juriste spécialisé en Droit du Tourisme	2			2			2			6	0	0
10	Ingénieur Statisticien économiste										0	0	0
11	Ingénieur Statisticien	3									3	0	0
12	Informaticien programmeur	3									3	0	0
13	Technicien supérieur en maintenance hôtelière										0	0	0
14	Technicien supérieur en gestion hôtelière et restauration		2			1			1		0	4	0
15	Guide touristique national		20			10			10		0	40	0
16	Technicien supérieur en accueil et animation touristique		2			5			10		0	17	0
17	Tech. sup. chargé du contrôle de profession et activ. Touristiques		2			5			5		0	12	0
18	Technicien supérieur chargé organisation Congrès et évènements		2			5			7		0	14	0
19	Techniciens supérieurs chargé de gestion Entreprises touristiques		2			5			5		0	12	0
20	Aide ingénieur des travaux statistiques		3			3			3		0	9	0
21	Hôtesse d'accueil			5			5			6	0	0	16
22	Secrétaire informaticien (ne)			15							0	0	15
23	Contrôleur des Services Financiers et Comptables	10			10						20	0	0
	TOTAL	36	33	20	43	34	5	47	41	6	126	108	31

Source : MHTA

Novembre 2012