

REPUBLIQUE ISLAMIQUE

DE MAURITANIE

- 0 -

**Ministère du Commerce de l'Industrie
Et du Tourisme**

- 0 -

Direction du Tourisme

Programme des Nations-Unies

pour le Développement (PNUD)

- 0 -

**Organisation mondiale
du Tourisme (O.M.T.)**

**STRATEGIE NATIONALE
DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE
ET PROGRAMME D' ACTIONS PRIORITAIRES**

SOMMAIRE

	Pages
I - L'ACTIVITE TOURISTIQUE EN MAURITANIE ET SON ENCADREMENT ADMINISTRATIF	1
1.1. - Remarques préliminaires sur les statistiques du tourisme disponibles	1
1.2. - Analyse quantitative de l'activité touristique	3
1.2.1. – Le nombre de visiteurs étrangers	3
1.2.2. – Les touristes arrivant par charter	4
1.2.3. – Les autres arrivées de touristes étrangers de loisirs	6
1.2.4. – Le tourisme intérieur	6
1.2.5. – La unités d'hébergement	8
1.2.6. – Les autres types d'établissements touristiques	10
1.3. - Essai d'évaluation de l'importance du tourisme pour la Mauritanie	13
1.3.1. – Les retombées économiques	13
1.3.2. – Les autres types d'effets	15
1.4. - Les potentialités et les produits mis en marché	17
1.4.1. – La diversité de l'offre potentielle	17
1.4.2. – Les principaux produits commercialisés	21
1.4.3. – Les débuts de la diversification et les perspectives	25
1.4.4. – Remarques sur la qualité de l'offre actuelle et potentielle	28
1.5. - L'accompagnement institutionnel	30
1.5.1. – L'Administration nationale du Tourisme	30
1.5.2. – La réglementation	34
1.5.3. – La valorisation et la conservation du patrimoine culturel	36
1.5.4. – La valorisation et la conservation du patrimoine naturel	39
1.5.5. – La promotion touristique	43
1.5.6. – La formation	44
1.5.7. – Les groupements professionnels	47
1.5.8. – Le transport aérien	48
1.5.9. – Les facilitations touristiques	51
1.5.10. – Les infrastructures de transport routier	52
1.5.11. – Les modes de financement	53
1.5.12. – L'artisanat	56
1.6. - Les études de stratégie effectuées et les projets à court terme	58
1.6.1. – La Déclaration de Politique générale du Tourisme	58
1.6.2. – Le Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le tourisme	58
1.6.3. – Les propositions de la F.B.T.S.	59
1.6.4. – Le Schéma directeur touristique	60
1.6.5. – L'étude du potentiel de développement touristique	62
1.6.6. – La Stratégie nationale de Développement touristique	63
1.6.7. – L'étude du Programme de Renforcement des Capacités commerciales (P.R.C.C.) dans le Secteur du Tourisme	63
1.6.8. – Les perspectives à court terme	64
1.6.9. – Synthèse et conclusions	66

SOMMAIRE (Suite 1)

	Pages
II - ELEMENTS DE DIAGNOSTIC ET OPTIONS DE BASE EN DECOULANT	67
2.1. - Les principaux atouts de la Mauritanie	67
2.2. - Les principales contraintes au développement de l'activité touristique	69
2.3. - Les options de base à prendre en compte	72
2.3.1. – Les options fondamentales à respecter	72
2.3.2. – Les axes majeurs du développement touristique mauritanien	73
III - PROPOSITION D'UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE .	74
3.1. – La stratégie “produits-marchés”	74
3.2. – Les orientations stratégiques en découlant	77
3.2.1. – Les objectifs quantitatifs à atteindre	77
3.2.2. – Les principaux axes d'intervention	78
3.3. - Conséquences pour la ventilation de l'activité et sa répartition spatiale	80
3.4. – Conséquences pour la mise en œuvre institutionnelle	81
IV - DEFINITION D'UN PROGRAMME D' ACTIONS PRIORITAIRES	82
4.1. - La mise en place du cadre institutionnel	82
4.1.1. – Considérations générales	82
4.1.2. – Le renforcement de la Direction du Tourisme	83
4.1.3. – Le renforcement de l'O.N.T.	84
4.1.4. – La coordination et la concertation	85
4.2. - Les actions prioritaires par domaine	87
4.2.1. – Le développement des produits touristiques	87
4.2.2. – La promotion	89
4.2.3. – La réglementation	90
4.2.4. – La formation	90
4.2.5. – La planification sectorielle et spatiale	91
4.2.6. – Les domaines non liés directement aux compétences de l'A.N.T.	92
4.3. - Description des actions les plus urgentes	95
4.4. – Récapitulation et schéma institutionnel de mise en œuvre	119
4.5. – Calendrier de mise en œuvre	122
CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	124

ANNEXES

I – TERMES DE REFERENCE

II – PERSONNES RENCONTREES

III – DOCUMENTS CONSULTES

LISTE DES TABLEAUX

	Pages
<u>Tableau N°1</u> : Evolution entre 1995 et 1998 du nombre d'arrivées et de nuitées de touristes étrangers	3
<u>Tableau N°2</u> : Evolution depuis 1997/1998 du nombre de vols et de passagers sur l'aéroport d'Atar	4
<u>Tableau N°3</u> : Evolution entre 1994 et 2005 du nombre d'établissements d'hébergement et du nombre de lits	8
<u>Tableau N°4</u> : Evolution par région entre 2001 et 2007 du nombre d'agrément accordés aux établissements d'hébergement	9
<u>Tableau N°5</u> : Evolution par région entre 2001 et 2007 du nombre d'agrément accordés aux établissements touristiques	12
<u>Tableau N°6</u> : Exemples de circuits proposés par des tour-opérateurs français	22 à 24
<u>Schéma N°7</u> : Organigramme théorique de la Direction du Tourisme	31
<u>Tableau N°8</u> : Evolution entre 1999 et 2006 du trafic aérien à Nouakchott, Nouadibou et Atar	49
<u>Tableau N°9</u> : Grille des couples "produits-marchés" par niveau de priorité	75
<u>Tableau N°10</u> : Récapitulation des projets prioritaires	119
<u>Schéma N°11</u> : Dispositif institutionnel pour la mise en œuvre des projets prioritaires	120
<u>Schéma N°12</u> : Chronogramme de mise en œuvre de la stratégie proposée	123

I – L’ACTIVITE TOURISTIQUE EN MAURITANIE ET SON ENCADREMENT INSTITUTIONNEL

Compte tenu des nombreux rapports déjà écrits sur le sujet, y compris à des dates récentes¹, il n’apparaît pas nécessaire de présenter les caractéristiques de la situation actuelle de façon très détaillée. En revanche, l’accent a plutôt été mis sur les éléments du diagnostic, qu’il s’agisse des éléments positifs (atouts) ou des éléments négatifs (contraintes), les plus susceptibles de favoriser ou de contrarier le développement de l’activité touristique en Mauritanie.

1.1. - REMARQUES PRELIMINAIRES SUR LES STATISTIQUES DU TOURISME DISPONIBLES

Les statistiques du tourisme, théoriquement établies par la Direction du Tourisme², sont particulièrement insuffisantes. En particulier, il n’existe pas de données relatives :

- à l’entrée des touristes étrangers en Mauritanie par catégorie ou par nationalité,
- au nombre d’établissements d’hébergement et d’entreprises touristiques en activité,
- au nombre de chambres et de lits disponibles par localité et par catégorie,
- au nombre de clients et de nuitées dans les établissements d’hébergement,
- aux dépenses des touristes,
- etc.

Les entrées des étrangers par voie aérienne et/ou routière pourraient être connues à partir des fiches remplies par les passagers pour les besoins de la Police des Frontières, d’autant plus que, depuis peu, un volet tourisme détachable a été ajouté à la fiche destinée aux services de police³. Mais ces fiches ne sont pas transmises pour exploitation à la Direction du Tourisme.

La fréquentation des établissements d’hébergement est théoriquement suivie par la Direction du Tourisme. Mais aucune enquête n’est effectuée pour connaître, même par sondage, le niveau d’occupation des établissements d’hébergement de différent type.

Les établissements d’hébergement de différente catégorie et les entreprises touristiques (tour-opérateurs, agences de voyages, location de véhicules, etc.) ne font pas, jusqu’à maintenant l’objet d’enquêtes périodiques de la part de la Direction du Tourisme, mais la situation devrait changer rapidement, puisque celle-ci prépare une enquête de contrôle

¹ - Voir le paragraphe 1.6. ci-après.

² - Voir le paragraphe 1.5.1. ci-après.

³ - Au moins pour les arrivées par voie aérienne.

des établissements touristiques et hôteliers qui devrait permettre de clarifier sensiblement la situation⁴.

Les données fragmentaires disponibles existantes relatives à l'activité touristique dans le pays résultent des données fournies par les tour-opérateurs opérant en territoire mauritanien et ne concernent donc que les séjours organisés de touristes étrangers. Elles ne permettent pas d'avoir une idée de l'ampleur et des caractéristiques du tourisme d'affaires ou du tourisme individuel des étrangers ni, à fortiori, des nationaux.

Il en résulte que l'évolution passée et la situation actuelle de l'activité touristique en Mauritanie sont très mal connues, aussi bien globalement que par catégorie (de touristes ou d'établissements). Cette situation rend très aléatoire l'appréciation de la réalité touristique actuelle, ce qui constitue un sérieux handicap pour l'établissement d'une véritable stratégie de développement touristique à long terme.

⁴ - Voir le paragraphe 1.5.1. ci-après.

1.2. - ANALYSE QUANTITATIVE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

L'activité touristique en Mauritanie est restée pratiquement inexistante (à l'exception du tourisme d'affaires) jusqu'en 1996, date de l'ouverture de la ligne directe Paris-Atar par charter.

1.2.1. - Le nombre de visiteurs étrangers

Comme il a été indiqué plus haut⁵, il n'existe pas de statistiques fiables sur les arrivées de touristes étrangers et, encore moins, sur la durée de leur séjour en Mauritanie. Les données présentées dans le tableau N°1 ci-dessous ont fait l'objet d'une publication en 1999, sans qu'aucune explication soit fournie sur la façon dont elles avaient été obtenues. Elles sont donc reprises ici à titre purement indicatif, alors que leur validité n'est pas certaine et qu'elles sont relativement anciennes.

Tableau N°1 : EVOLUTION ENTRE 1995 ET 1998 DU NOMBRE D'ARRIVEES ET DE NUTEES DE TOURISTES ETRANGERS

*Source : Le tourisme saharien en Mauritanie – Décembre 1999
d'après la Direction du Tourisme*

Saison	Nombre	Nombre
	d'arrivées	de nuitées
1995	20 910	83 640
1996	30 607	109 821
1997	31 525	94 575
1998	40 982	122 947
Taux annuel de croissance (%)	18,3	10,1

Les données précédentes montrent, avec un taux annuel moyen de plus de 18%, une croissance très rapide du nombre d'arrivées entre 1995 et 1998. La croissance a été un peu moins forte pour le nombre de nuitées, ce qui traduit un raccourcissement de la durée du séjour (de l'ordre de 3 nuitées en moyenne en 1998 contre 4 en 1995).

Il n'a pas été possible de disposer d'estimations pour les arrivées depuis 1998 de toutes les catégories d'étrangers, quelle que soit la motivation de leur voyage (affaires, congrès, loisirs ou tourisme affinitaire). Il semble que le nombre total d'arrivées d'étrangers en Mauritanie, quelle que soit la porte d'entrée et quel que soit le motif du voyage, ait été de l'ordre de 50 000 en 2006⁶.

Seules sont connues les arrivées par charter à l'aéroport d'Atar, dont l'évolution est présentée au paragraphe suivant.

⁵ - Voir le paragraphe 1.1. ci-avant.

⁶ - D'après des informations fournies par l'Office national du Tourisme mauritanien.

1.2.2. - Les touristes arrivant par charter

Depuis 1996 le tour-opérateur français Le Point Afrique a ouvert, en partenariat avec la Société mauritanienne de Services et de Tourisme (SOMASERT)⁷, une ligne charter directe, affrétée par Air Méditerranée, entre la France (Paris et Marseille) et Atar, capitale de la Wilaya de l'Adrar. Il a existé 3 liaisons par semaine d'octobre à avril. Actuellement, un deuxième opérateur Go Voyages opère depuis la saison 2005/2006 sur la même ligne avec le même transporteur. Le nombre de vols assurés par Le Point Afrique et par Go Voyages est de 2 avions gros porteurs. Il est question que ce nombre soit porté à 3 à partir de décembre prochain.

Il est également à noter qu'une liaison entre Atar et la Suisse (vraisemblablement l'aéroport de Bâle-Mulhouse) est envisagée par l'opérateur Le Point Mulhouse, associé de Le Point Afrique.

Le tableau N°2 ci-dessous présente l'évolution par saison, depuis 1997/1998, du nombre de vols charters et de passagers comptabilisés sur l'aéroport d'Atar.

Tableau N°2 : EVOLUTION DEPUIS 1997/1998 DU NOMBRE DE VOLS ET DE PASSAGERS SUR L'AEROPORT D'ATAR

Source : Diverses⁸

Saison	Nombre de vols	Nombre de passagers
1997/1998	12	1 500
1998/1999	31	3 500
1999/2000	47	5 200
2000/2001	47	7 820
2001/2002	75*	10 000*
2002/2003	-	11 000*
2003/2004	-	12 000*
2004/2005	-	9 923
2005/2006	-	10 191
2006/2007	-	9 752
Taux annuel de croissance (%)		
- entre 1997/1998 et 2001/2002	58,1	60,7
- entre 2001/2002 et 2006/2007	-	- 0,5

Note : * Estimations.

⁷ - Créée en 1987, la SOMASERT est une filiale de la Société nationale industrielle et minière (SNIM), comprenant 84 salariés, ayant un chiffre d'affaires de 753,4 millions d'U.M. et spécialisée dans l'hôtellerie, la restauration et la distribution.

⁸ - Saisons 1997/1998 à 2001/2002 : Etude du potentiel de développement de la Mauritanie - Analyse de la situation ; par Joseph TOMATIS – Juin 2001
Saisons 2002/2003 et 2003/2004 : Programme PRCC Tourisme pour la Mauritanie ; par Stéphane DURAND (Détente Consultant) – Mars 2005
Saisons 2004/2005 à 2006/2007 : Direction du Tourisme

Les données figurant dans le tableau précédent sont approximatives et, d'ailleurs, légèrement différentes suivant la source (Le Point Afrique, la SOMASERT, l'Office national du Tourisme ou la Société des Aéroports de Mauritanie). Mais, même s'il ne s'agit que d'ordres de grandeur, elles permettent de mettre en évidence plusieurs résultats importants :

- d'une part, la très forte croissance observée entre 1997/1998 et 2001-2002, aussi bien pour le nombre de vols que pour le nombre de passagers, avec un taux de croissance annuel de l'ordre de 60% ;
- d'autre part, la stagnation du nombre de passagers arrivés par charter entre 2001/2002 et 2006/2007, cette stagnation globale résultant d'une légère croissance jusqu'en 2003/2004, qui semble avoir constitué une pointe des arrivées, et d'une décroissance à partir de 2004/2005.

La forte croissance de la période initiale s'explique par un certain nombre de raisons, telles que :

- l'attraction de plus en plus forte exercée par les produits "désert" auprès des clientèles européennes, notamment françaises ;
- la fermeture, pour des raisons socio-politiques, d'autres destinations déjà placées sur ce type de produits, comme l'Algérie, le Niger ou le Mali ;
- la stabilité politique de la Mauritanie depuis un certain nombre d'années et la notoriété que lui a apportée le passage du Rallye Paris-Dakar.

En revanche, les causes de la diminution des arrivées depuis la saison 2003/2004. Plusieurs raisons sont avancées, telles que :

- la réouverture de certaines destinations "désert", notamment l'Algérie et le prix élevé des produits mauritaniens ;
- la saturation du marché français pour les produits "désert", alors que c'est pratiquement le seul marché actuellement exploité⁹ ;
- la mauvaise qualité des prestations proposées sur place : absence de distractions, pauvreté du produit culturel, la faiblesse des prestations de restauration et d'hébergement proposées.

Les produits correspondant aux arrivées par charter à Atar consistent, pour la plupart mais non exclusivement¹⁰, en des randonnées dans le désert à pied, à dos de chameau et/ou en 4x4 complétées par des visites des sites culturels proches. L'hébergement pour la première nuit est en général assuré par un hôtel ou un établissement plus sommaire appelé "auberge" et pour les deux ou trois dernières nuits par des unités d'hébergement de Chinguetti. Les circuits dans le désert se font en utilisant des matériels d'hébergement démontables et transportables. Depuis ces dernières années, il semble que les produits proposés se réduisent de plus en plus à la composante "désert", ce qui a des conséquences économiques négatives importantes pour les opérateurs de différent type intervenant dans l'Adrar.

Il semble que cette évolution corresponde aux souhaits des touristes, soit parce que la découverte du désert constitue leur motivation essentielle, soit parce que les tour-opérateurs français ont recueilli des échos défavorables des prestations proposées aux touristes étrangers à l'occasion de leur séjour à Atar ou à Chinguetti.

⁹ - D'après les données fournies par la Direction du Tourisme, les passagers arrivés par charter à Atar étaient Français à raison de 92,4% en 2004/2005, de 90,8% en 2005/2006 et 89,7% en 2006/2007.

¹⁰ - Voir le paragraphe 1.4.2. ci-après.

Les vols charters sur Atar affrétés par Le Point Afrique ou par Go Voyages correspondent à des touristes utilisant les services de Le Point Afrique intervenant en tant que tour-opérateur, mais aussi à des passagers passant par des tour-opérateurs commerciaux (ou des associations), tels que Terres d'Aventure, Nomade Voyages, Akabao, La Balaguère, Allibert, Voyageurs du Monde, Club Aventure, Atalante, Tamera, etc., qui prennent des allotements sur les vols affrétés l'un ou l'autre des affréteurs.

Côté mauritanien, les touristes sont principalement pris en charge par une trentaine d'agences de voyages locales, basées à Nouakchott ou à Atar, parmi lesquelles les plus importantes semblent être la SOMASERT, M.K.H. (filiale de El Mejabaat El Koubra Tours - M.K.T.), Mauritanides Voyages et Adrar Voyages. Il est à remarquer que ce dernier opérateur est spécialisé dans le montage d'événements ("Transafricaine Classic", "Ecoles du Désert") ou de circuits à partir de Nouakchott et ne réalise qu'une part minime de son chiffre d'affaires avec la vente des circuits de type classique.

1.2.3. - Les autres arrivées de touristes étrangers de loisirs :

En dehors d'Atar, un certain nombre de touristes de loisirs viennent en Mauritanie, en voyages organisés ou individuels, par d'autres points d'entrée et par d'autres moyens de transport, notamment :

- par vol commercial débarquant à Nouakchott, pour visiter principalement la région de l'Adrar, le Parc du Banc d'Arguin et/ou le Parc national du Diawling et/ou d'autres régions du pays¹¹ ;
- par voie routière depuis le Sénégal, soit par la digue du barrage de Diama, soit par Rosso, pour les mêmes lieux de visite.

Depuis l'achèvement de la route Tarfaya – La'youn – Dakhla dans le sud-marocain et son prolongement jusqu'à la frontière mauritanienne, ainsi que de la route Nouadhibou – Nouakchott, des touristes européens, le plus souvent français, arrivent de plus en plus nombreux en camping-car jusqu'à Nouadhibou et poursuivent le plus souvent leur route jusqu'à Nouakchott puis rejoignent le Sénégal via Rosso ou le Mali via Kiffa ou Néma.

Il est impossible d'évaluer les flux que représentent ces différents types de touristes étrangers. On les évaluera à environ 2000 pour la saison 2006/2007. Il est également impossible d'avoir des informations sur la nature de leur séjour en Mauritanie (durée, type de dépenses, etc.).

1.2.4. - Le tourisme intérieur

Le tourisme intérieur, qu'il s'agisse du tourisme des nationaux ou du tourisme des expatriés résidant en Mauritanie, est également très difficile, voire impossible, à quantifier et même à caractériser qualitativement.

a) Le tourisme des expatriés

¹¹ - Voir le paragraphe 1.4.3. ci-après.

Les étrangers vivant en Mauritanie, essentiellement européens et plus particulièrement français, sont relativement peu nombreux mais disposent, dans l'ensemble, d'un pouvoir d'achat élevé. Ils sont, pour la plupart, intéressés à connaître le pays dans lequel ils résident et à le visiter, dans la mesure où il leur est possible de le faire dans des conditions de confort minimales, surtout lorsqu'ils voyagent avec des enfants. Leurs déplacements à l'intérieur du pays, à l'occasion de week-ends ou de vacances scolaires, sont souvent liés à la venue en Mauritanie de parents ou d'amis qui les accompagnent pour découvrir les différentes régions du pays (tourisme dit "affinitaire").

Leurs motivations sont sensiblement les mêmes que celles des touristes étrangers de loisirs, à savoir :

- la découverte du désert grâce à des randonnées ;
- la découverte culturelle, notamment par la visite des villes anciennes ;
- la découverte de la nature, notamment grâce à la visite des zones protégées.

Les principales régions concernées par ce type de tourisme sont la Wilaya de l'Adrar et le Parc national du Banc d'Arguin. Dans une moindre mesure, les visites de cette nature sont effectuées dans le Parc national du Diawling et les Wilayate du Tagant, du Hodh Ech Chargui et du Hodh El Gharbi.

b) Le tourisme des nationaux

Le développement du tourisme national est fortement handicapé par deux caractéristiques socio-économiques de la société mauritanienne :

- d'une part, la faiblesse du pouvoir d'achat de la grande majorité des Mauritaniens ;
- d'autre part, l'absence de tradition de séjour dans les hôtels ; il est en effet pratiquement impossible qu'un Mauritanien se déplace à l'intérieur du pays sans être hébergé par un parent ou un ami.

On peut toutefois noter que certains événements suscitent de nombreux déplacements et de séjours chez l'habitant, qui peuvent être considérés comme l'embryon d'un développement du tourisme des nationaux. Il s'agit :

- de la Fête de la Datte ("guetna"), célébrée de juin à août dans l'Adrar et le Tagant ;
- de la Fête de l'Hivernage ("lekhriv"), célébrée après la saison des pluies, d'août à septembre, dans les régions du Trarza, du Hodh El Gharbi et d'Assaba : les populations des villes se rendent à la campagne pour déguster du lait de chamelle et de vache dans un environnement verdoyant ;
- du tourisme religieux qui a lieu chaque année, juste après la fin du mois de Ramadan, dans plusieurs localités, dont celle de Nimjit (Wilaya du Trarza) : les fidèles du très illustre Cheikhna Cheikh Saad Bouh, estimés à environ 10 000 en 2007 et venant de Mauritanie, mais aussi du Sénégal et de la Gambie, se regroupent pendant 3 jours pour chanter les louanges du Prophète Mohamed et celles de leur adoré khalife ;

- de la “cure” de poissons pendant la période d’hiver à Nouâmgâr, au sud du Parc national du Banc d’Arguin : les pêcheurs imraguens, connus pour leur pêche ancestrale du mullet, accueillent des malades qui consomment du poisson séché et de l’huile de poisson, régime qui semble guérir les lombalgies et la fatigue musculaire, ainsi que les maladies liées au froid.

Ces déplacements ponctuels peuvent représenter des flux de l’ordre de 100 000 voyageurs au total. Mais les retombées économiques de ces déplacements sont très faibles, car ces visiteurs sont très majoritairement hébergés chez des parents ou des amis. Pendant le “lekhriv”, certains voyageurs installent sur n’importe quel terrain vague verdoyant une tente (“khaïma”) emportée pour l’occasion. D’autres descendent chez des propriétaires de chameaux, moyennant une petite somme forfaitaire. Dans tous les cas, ces voyageurs payent leur nourriture, constituée de caprins, jeunes ovins et chameaux.

Une expérience a été tentée il y a quelques temps, basée sur l’idée d’échanges entre familles de la région de Néma visitant l’Adrar pendant la “guetna” et des familles de l’Adrar se rendant dans la région de Néma pendant le “lekhriv”, avec le paiement d’une somme minime en rémunération du logement chez l’habitant. En fait, l’expérience s’est déroulée une fois dans le sens de Néma vers Atar, mais le déplacement dans l’autre sens n’a pas été assuré.

1.2.5. - Les unités d’hébergement

La capacité d’hébergement et son évolution ne sont connues, avec une relative précision, qu’entre 1994 et 1999. Les données correspondantes sont présentées dans le tableau N°3 ci-dessous, en distinguant entre les hôtels d’une part et les auberges et les appartements d’autre part, dont les définitions sont présentées plus loin¹². Des estimations fournies par la Direction du Tourisme pour l’année 2005 sont également présentées dans ce tableau.

Tableau N°3 : EVOLUTION ENTRE 1994 ET 2005 DU NOMBRE D’ETABLISSEMENTS D’HEBERGEMENT ET DU NOMBRE DE LITS

Source : Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le tourisme (mars-avril 2000) et Direction du Tourisme

Type d’établissement	1994	1999	2005	Taux annuel de croissance* (%)
Nombre d’établissements :				
- Hôtels	21	41	62	10,3
- Auberges et appartements	10	85	147	27,7
TOTAL	31	126	209	18,9
Nombre de lits				
- Hôtels	1 120	1 800	2 728	8,4
- Auberges et appartements	290	2 455	4 245	27,6
TOTAL	1 410	4 255	6 973	15,6

Note : * entre 1999 et 2005.

¹² - Voir le paragraphe 1.5.2. ci-après.

Les enseignements suivants peuvent être tirés du tableau précédent :

- la croissance du nombre d'unités d'hébergement s'est poursuivie pendant la période 1999-2005, mais à un rythme sensiblement inférieur à celui de la période 1994-1999 ;
- pour les hôtels, la croissance a été plus forte pour le nombre d'établissements que pour le nombre de lits, ce qui implique une diminution du nombre moyen de lits par établissement ;
- la croissance du nombre des auberges et des lits correspondants a été beaucoup plus forte que celle du nombre d'hôtels et des lits correspondants.

Il est à noter que l'étude du secteur de l'hôtellerie et du tourisme commanditée par l'Institut national de Promotion de la Formation technique et professionnelle¹³, réalisée en 2006, se base sur un nombre d'hôtels de 34 (totalisant 1 564 lits) et un nombre d'auberges de 98 (totalisant 2 450 lits), données sensiblement inférieures à celles figurant dans le tableau N°3 ci-dessus pour l'année 2005.

L'évolution des agréments et des autorisations d'exploitation accordés par la Direction du Tourisme entre cette date et 2007 est présenté dans le tableau N°4 ci-dessous.

Tableau N°4 : EVOLUTION PAR REGION ENTRE 2001 ET 2007 DU NOMBRE D'AGREMENTS ACCORDES AUX ETABLISSEMENTS D'HEBERGEMENT

Source : Direction du Tourisme

Région Période et durée	Nouakchott	Nouhadibou	Adrar	Autres	TOTAL
2000/2001 (7 mois)	11	1	7	2	21
2001/2002 (11 mois)	8	3	14	4	29
2002/2003 (13 mois)	7	8	20	12	47
2003/2004 (9 mois)	10	4	6	12	32
2004/2005 (11 mois)	10	-	11	13	34
2005/2006 (10 mois)	2	-	14	19	35
2006/2007 (13 mois)	23	3	7	17	50

Il apparaît que le nombre d'agréments accordés par la Direction du Tourisme à des établissements d'hébergement est très élevé (sensiblement plus de 3 par mois en moyenne entre décembre 2000 et mars 2007). Ce nombre semble, en outre, aller en croissant.

La ventilation par région des agréments accordés fait apparaître l'importance des établissements créés dans l'Adrar, au nombre de 79 sur la période considérée (contre 71 à Nouakchott), soit près du tiers du total. Cet accroissement du nombre des établissements d'hébergement dans l'Adrar pendant la période 2000-2007 est à rapprocher de la stagnation, voire de la régression, du nombre de touristes étrangers arrivés par charter à Atar¹⁴.

¹³ - Voir le paragraphe 1.5.6. ci-après.

¹⁴ - Voir le paragraphe 1.2.2. ci-avant.

Il apparaît également que le nombre des établissements créés dans les régions autres que Nouakchott, Nouadhibou et l'Adrar est en forte croissance, principalement depuis 2002/2003. Une vingtaine de localités environ sont concernées, dont de nombreux sites touristiques (Oualata, Néma, Tagant, Boutilimit, etc.).

En 1999, 33 auberges sur 85 étaient situées dans la région de l'Adrar (Atar, Chinguetti et Ouadane), contre 30 à Nouakchott et 5 seulement à Nouadhibou et la quasi-totalité des 41 hôtels étaient situés à Nouakchott (17) et, dans une moindre mesure, à Nouadhibou (7). Ces hôtels étaient, en général, avec 44 lits en moyenne par établissement, de taille moyenne ou petite. Les établissements de standing international se comptent sur les doigts d'une main, la réouverture à Nouakchott de l'hôtel Mercure Mahraba (64 chambres) et de l'hôtel Novotel (77 chambres) étant venue combler une lacune importante dans le haut de gamme (3 ou 4 étoiles). Malgré l'absence totale de données sur la situation actuelle de la capacité d'hébergement du pays, le nombre de 7 000 à 7 500 lits est couramment avancé.

De nombreux projets de nouveaux hôtels existent, dont deux "5 étoiles" à Nouakchott¹⁵. Un complexe de 72 chambres incluant une piscine et un golf est en cours de construction au bord de l'océan à 28 kilomètres au sud de Nouakchott¹⁶.

La prolifération incontrôlée du nombre d'établissements d'hébergement commence à inquiéter les autorités en charge du tourisme, puisque la Direction du Tourisme a lancé début novembre une enquête de contrôle des établissements d'hébergement¹⁷, dont les résultats devraient être disponibles à la fin de 2007..

A l'exception de quelques hôtels de Nouakchott, les établissements d'hébergement, quelle que soit leur nature, appartiennent à des hommes d'affaires non spécialisés dans l'hôtellerie ou le tourisme et sont gérés de manière familiale par des responsables n'ayant reçu, sauf exception, aucune formation appropriée pour cela.

Les taux d'occupation des établissements d'hébergement ne sont pas connus, mais la forte croissance du nombre d'établissements, comparée à la relative stagnation du nombre de touristes conduit à penser que, pendant la période 2000-2007, les établissements d'hébergement ont connu une baisse sensible de leur taux d'occupation.

1.2.6. - Les autres types d'établissements touristiques

a) Les restaurants

Le nombre de restaurants était, d'après le Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le Tourisme (mars-avril 2000), de 301 en 1999 contre 250 en 1994, soit un taux annuel moyen de croissance d'un peu moins de 4%. En 1999, plus de 88% de ces établissements étaient localisés à Nouakchott et un peu moins de 8% à Nouadhibou.

¹⁵ - Voir le paragraphe 1.5.11.b ci-après.

¹⁶ - Voir le paragraphe 1.4.3. ci-après.

¹⁷ - Voir le paragraphe 1.5.1. ci-après.

Le nombre de restaurants pris en compte par l'étude commanditée par l'INAP-F.T.P. sur le secteur de l'hôtellerie et du tourisme¹⁸, s'élevait à 59, soit beaucoup moins que les nombres précédents. Aucune autre information complémentaire n'est disponible pour la période plus récente. Les restaurants doivent, comme les établissements d'hébergement, faire l'objet d'une enquête de contrôle de la part de la Direction du Tourisme¹⁹.

b) Les agences et les bureaux de voyages

Toujours selon le Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le Tourisme, le nombre d'agences de voyages était de 151 en 1999, contre 69 en 1994, soit un taux annuel moyen de croissance de près de 17%. En 1999, 102 agences étaient situées à Nouakchott, contre 22 à Atar et 19 à Nouadhibou.

Il est à noter que le décret portant réglementation des agences et bureaux de voyages²⁰ prévoit deux types d'établissements touristiques :

- les "agences de voyages", bénéficiant de la licence A, qui effectuent la totalité des opérations nécessaires aux voyageurs ;
- les "bureaux de voyages", bénéficiant de la licence B, qui n'effectuent qu'une partie des opérations nécessaires aux voyageurs (billetterie et/ou location de voitures).

Mais, le plus souvent, la distinction entre les deux types d'établissements n'est pas faite. Cette lacune dans l'information disponible est liée à l'insuffisante précision de la réglementation existante²¹ et à l'insuffisance des moyens dont dispose la Direction du Tourisme pour avoir une connaissance précise des établissements de tourisme existants²².

L'étude du secteur de l'hôtellerie et du tourisme réalisée sous l'égide de l'INAP-F.T.P.²³ portait sur 40 agences de voyages, se répartissant par moitié entre les agences de type A et celles de type B. Dans ce cas également, les nombres utilisés pour les besoins de cette étude sont sensiblement inférieurs aux données officielles.

L'évolution des agréments et des autorisations d'exploitation accordés par la Direction du Tourisme entre décembre 2000 et mars 2007 à des établissements touristiques est présentée dans le tableau N°5 ci-après.

Il apparaît que le nombre d'agréments accordés par la Direction du Tourisme à des établissements touristiques est encore plus élevé que celui des agréments accordés à des établissements d'hébergement, y compris pour les seules agences de voyages (licence A), dont le nombre a été en moyenne de près de 4 par mois entre décembre 2000 et mars 2007. Ce nombre a été sensiblement moins élevé pour les bureaux de voyages (licence B), puisque la moyenne des agréments sur la même période s'est établie à environ 1 agrément par mois.

¹⁸ - Voir le paragraphe 1.5.6. ci-après.

¹⁹ - Voir le paragraphe 1.5.1. ci-après.

²⁰ - Décret N°2000/05.

²¹ - Voir le paragraphe 1.5.2. ci-après.

²² - Voir le paragraphe 1.5.1. ci-après.

²³ - Voir le paragraphe 1.5.6. ci-après.

La répartition par région des établissements agréés fait apparaître une large prédominance de Nouakchott, qui représente plus de 82% des agréments totaux pour la licence A et plus de 67% des agréments pour la licence B. Mais le nombre d'agréments accordés dans l'Adrar est relativement important (plus de 12% du total pour la licence A et plus de 15% pour la licence B). Les implantations autres que Nouakchott, Nouhadibou et l'Adrar concernent surtout Zouérate, ainsi que Néma, Rosso, Timbédra et Ayoûn El Atroûs.

Tableau N°5 : EVOLUTION PAR REGION ENTRE 2001 ET 2007 DU NOMBRE D'AGREMENTS ACCORDES AUX ETABLISSEMENTS TOURISTIQUES (Agences et bureaux de voyages)

Source : Direction du Tourisme

Région	Nouakchott		Nouhadibou		Adrar		Autres		TOTAL	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Type de licence										
Période et durée										
2000 (8 mois)	18	2	-	-	3	-	-	-	21	2
2000/2001 (7 mois)	18	9	3	-	2	-	1	1	24	10
2001/2002 (11 mois)	31	4	-	-	5	-	2	-	38	4
2002/2003 (13 mois)	33	7	1	4	7	1	-	-	41	12
2003/2004 (9 mois)	24	7	2	-	5	1	2	1	33	9
2004/2005 (11 mois)	43	7	2	1	5	4	-	2	50	14
2005/2006 (10 mois)	39	7	-	1	5	1	-	2	44	11
2006/2007 (13 mois)	39	6	1	-	5	4	2	1	47	11

Compte tenu de la faible croissance des activités touristiques dans le pays pendant la période considérée, tout porte à penser que le nombre d'agences et de bureaux de voyages existants est largement excessif par rapport aux besoins réels. Comme pour les établissements d'hébergement et les restaurants, la Direction du Tourisme s'apprête à lancer très prochainement une enquête de contrôle des établissements touristiques.

1.3. - ESSAI D'ÉVALUATION DE L'IMPORTANCE DU TOURISME POUR LA MAURITANIE

Le développement touristique constitue pour la Mauritanie l'un des moyens privilégiés pour diversifier son économie qui repose actuellement presque uniquement sur le minerai de fer et la pêche maritime.

1.3.1. - Les retombées économiques

L'évaluation des retombées économiques de l'activité touristique actuelle est très difficile, même de façon approximative, du fait de l'absence quasi-totale de statistiques du tourisme²⁴. Les principaux effets économiques directs de l'activité touristique portent sur la création d'emplois, la génération de valeur ajoutée et de revenus et les entrées de devises. En outre, l'activité touristique a des effets indirects sur d'autres secteurs économiques et des effets induits liés à l'accroissement des revenus des ménages.

a) La création d'emplois directs

Sur la base de normes couramment admises²⁵, l'ordre de grandeur du nombre d'emplois directs créés par l'activité touristique peut être estimé à 4 600. Ce total peut se décomposer de la façon suivante²⁶ :

- près de 2 000 emplois dans les établissements d'hébergement, dont environ 1 400 dans les hôtels (sur la base de 0,8 emploi par chambre) et 600 dans les auberges et les résidences ;
- environ 1 100 emplois dans les agences et les bureaux de tourisme (sur la base de 5,5 emplois par société) ;
- de l'ordre de 1 500 emplois dans les restaurants (sur la base de 3 emplois par établissement).

Ces estimations, qui doivent être considérées comme très indicatives, peuvent être recoupées avec les estimations faites dans l'étude que l'INAP-F.T.P. a fait réaliser sur le secteur de l'hôtellerie et du tourisme²⁷. Dans cette étude, le total des employés du secteur est évalué à 3 261 en 2005, dont 55% pour l'hôtellerie, 33% pour les agences de voyages et 12% pour les restaurants. Le nombre d'employés pour ce sous-secteur est manifestement sous-évalué. En revanche, pour les deux autres sous-secteurs, les évaluations ci-dessus ne sont pas très éloignées de celles de l'étude INAP-F.T.P.

On peut noter que, selon cette étude, environ 16% des emplois totaux du secteur seraient des emplois à temps partiel, tandis que les employés étrangers ne représenteraient que de l'ordre de 3% des employés totaux.

²⁴ - Voir le paragraphe 1.1. ci-avant.

²⁵ - Voir notamment : "Diagnostic et perspectives du secteur touristique" par A. Kébiri (avril-mai 1993).

²⁶ - Voir : "Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le tourisme" (mars-avril 2000).

²⁷ - Voir le paragraphe 1.5.6. ci-après.

b) La génération de valeur ajoutée et de revenus

Le montant des recettes tirées par la Mauritanie de l'activité touristique internationale était estimé à environ 2,7 milliards d'U.M. en 1999²⁸. Ce résultat a été obtenu en prenant comme base de calcul l'estimation fournie par la SOMASERT de 114 000 U.M. d'apport moyen des touristes traités par cette société, base appliquée à la totalité des 24 000 touristes étrangers entrés en Mauritanie au cours de la même année.

Sur cette base, le montant des recettes pourrait avoir doublé en 2006, si l'on prend en compte l'estimation de 50 000 arrivées d'étrangers pour cette même année.

Le résultat ainsi obtenu est évidemment très fortement sujet à caution pour au moins les deux raisons suivantes :

- d'une part, le nombre de touristes étrangers entrés en Mauritanie n'est pas connu avec précision ;
- d'autre part, tous les touristes n'ont pas le même comportement en matière de dépenses : c'est en particulier le cas pour les touristes d'affaires, relativement nombreux en Mauritanie, dont les dépenses moyennes sont certainement plus élevées que celles d'un touriste de loisir effectuant une randonnée dans le désert.

En outre, l'estimation du montant de la recette moyenne par touriste traité par la SOMASERT doit sans doute être revue à la baisse, du fait des modifications intervenues depuis 1999 dans l'organisation des circuits de visite dans l'Adrar, qui privilégient de plus en plus les randonnées dans le désert, sensiblement moins pourvoyeuses en devises que les séjours dans les hôtels ou même les auberges.

Il est donc vraisemblable que la recette tirée par la Mauritanie de l'activité touristique soit, en fait, sensiblement plus faible que celle estimée par la Commission technique interministérielle sur le tourisme. Celle-ci était déjà inférieure aux objectifs fixés par la Déclaration de Politique générale sur le Tourisme, qui s'élevaient à 2,6 milliards d'U.M. avant la fin de 1995.

Pour autant, les recettes tirées de l'activité touristique ne sont pas négligeables, d'autant moins qu'elles profitent directement aux populations des sites et des régions visités, comme le montre la ventilation (en %) des recettes de la SOMASERT pour la saison 2000/2001 :

- sous-traitance par les unités d'hébergement :	15,5
- sous-traitance pour la location de voitures :	25,4
- sous-traitance pour les transports en chameau :	17,4
- achat de marchandises localement :	10,5
- achat de carburants localement :	2,3
- salaires versés :	10,4
- autres (dont les bénéfices et les taxes) :	18,5

²⁸ - Voir : "Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le Tourisme" (mars-avril 2000).

c) Les entrées de devises

Elles peuvent être estimées à partir des recettes par déduction des importations d'intrants. Une proportion importante de l'alimentation servie aux touristes provient de l'extérieur, ainsi que le carburant utilisé pour les randonnées en 4x4. En ce qui concerne les investissements réalisés à des fins touristiques, les matériaux de construction et les véhicules sont également importés.

Ces montants sont impossibles à évaluer dans l'état actuel des choses, mais il apparaît que les entrées de devises doivent représenter entre les 2/3 et les 3/4 des recettes touristiques. A titre de recoupement, on peut signaler que, lors de la saison 2006/2007, les devises étrangères changées à Atar ont correspondu à environ 150 millions d'U.M. Cet apport a un effet bénéfique sur la balance des paiements de la Mauritanie qui se caractérise par son fort déficit (de l'ordre de 200 millions de \$).

d) Les effets indirects et induits

Il est admis qu'en Mauritanie, chaque emploi direct contribue à créer 3 à 4 emplois indirects et induits, alors qu'en général, ce ratio est considéré comme étant de l'ordre de 1. Avec une large marge d'incertitude, on peut donc admettre que le nombre d'emplois liés au tourisme est de l'ordre de 15 000 en Mauritanie. Malgré l'absence de données fiables, il apparaît à l'évidence que l'impact économique du tourisme est très loin d'être négligeable, surtout dans la Wilaya de l'Adrar qui est celle dans laquelle se déroule la majeure partie de l'activité touristique organisée.

Mais il est indispensable de mettre en place le plus rapidement possible un outil statistique suffisant pour permettre d'établir une première approximation un peu sérieuse des **comptes-satellites du tourisme**, comme cela est déjà le cas dans de nombreux pays africains.

1.3.2. - Les autres types d'effets

Outre les effets purement économiques, le développement de l'activité touristique en Mauritanie a plusieurs **conséquences bénéfiques** pour le pays :

1 - Bien que limités, les effets économiques ont des conséquences en matière d'**aménagement du territoire**. La possibilité de créer une petite entreprise ou de trouver un emploi provoque des retours de personnes ayant quitté la Wilaya de l'Adrar pour aller s'installer à Nouakchott. Ces retours sont déjà en nombre sensible dans les localités où l'activité touristique est la plus importante (Chinguetti, Ouadane et Atar).

2 - Le développement touristique de la Mauritanie constitue une sorte de label international pour le pays, lui conférant l'**image d'un pays à la fois stable politiquement et particulièrement accueillant**.

3 - L'accueil et le contact avec des touristes provenant de pays développés sont susceptibles de donner aux populations concernées une **ouverture sur l'extérieur** et de les inciter à des comportements différents, notamment en matière d'attitude vis-à-vis du progrès technique et du développement économique.

Il convient de ne pas dissimuler que l'activité touristique peut aussi avoir des **effets négatifs** :

- d'une part sur l'environnement, à cause des traces laissées par le passage des touristes, notamment dans le désert et les écosystèmes fragiles, ainsi qu'à cause des dégradations commises par certains touristes lorsqu'ils visitent les sites historiques (vol de pierres, achat de manuscrits anciens, etc.) ;
- d'autre part, sur le milieu humain, par la tentation de l'argent facile que la venue de touristes "fortunés" peut donner à certains Mauritaniens.

Il est également reproché par certains à la venue en Mauritanie de touristes étrangers de contribuer à la dégradations des mœurs.

Ces effets négatifs doivent être pris en compte :

- d'une part dans la stratégie choisie, car suivant les orientations adoptées, ils peuvent être plus ou moins facilement maîtrisés ;
- d'autre part dans les modalités et le rythme suivant lesquels le développement touristique sera mis en œuvre.

1.4. - LES POTENTIALITES ET LES PRODUITS MIS EN MARCHÉ

La Mauritanie est très riche en attractions touristiques susceptibles de constituer une offre très diversifiée. Mais la plupart de ces potentialités ne sont pas exploitables en l'état, soit par manque d'infrastructures (routes, énergie, eau, etc.), soit par manque d'aménagements en mesure de les valoriser, soit enfin par manque d'équipements d'hébergement. Les paragraphes qui suivent sont destinés à présenter de manière relativement succincte²⁹ :

- d'une part, les différents types de potentialités existantes (offre potentielle) ;
- d'autre part, les principaux produits actuellement commercialisés sur le marché international par des tour-opérateurs.

1.4.1. - La diversité de l'offre potentielle

Les potentialités touristiques existantes peuvent être classées suivant les 4 catégories principales définies ci-après.

a) Le désert et ses populations

La Mauritanie possède de remarquables paysages de désert, tantôt sous forme de dunes de sable conquérantes ou fixes, majestueuses ou timides, tantôt sous forme de pierres qui donnent lieu à des paysages recelant, sous une apparente uniformité, de grandes différences. Il peut s'agir de massifs de grès comportant de pittoresques mamelons, des roches sculptées, de "regs"³⁰ comme dans l'Inchiri ou le Tiris, de puissantes falaises tabulaires comme la dorsale de l'Adrar avec ses ravins, ses canyons, ses grottes, etc. Ces paysages sont particulièrement caractéristiques des régions de l'Adrar, du Tagant, des Hodhs et de l'Assaba.

Ces splendides paysages, très variés et rarement monotones, sont entrecoupés par des zones de vie végétale, animale et humaine, sous la forme de campements ou d'oasis permanentes. Dans de nombreux cas, celles-ci constituent de magnifiques paysages : notamment les oasis de Terjit, Ksar Torchane, Toungat, Agueni, dans les environs d'Atar ; celles de Kamour, Guérou, Kenkossa, dans les environs de Kiffa

La visite du désert peut se faire sous forme de randonnées utilisant différents moyens de transport : à pied, à dos de chameau ou en véhicule tout terrain. L'absence de tout équipement d'hébergement dans les lieux visités implique que l'hébergement se fasse sous la

²⁹ - Les potentialités touristiques de la Mauritanie ont déjà fait l'objet de nombreuses descriptions. On peut notamment se référer aux documents suivants :

- **Perspectives de développement touristique : Mauritanie** – Résultats et recommandations
par Oswaldo Fernando Urbieta TAVARES
PNUD/O.M.T. (1980)

- **Note thématique sur le secteur du Tourisme**

Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme – Direction du Tourisme (Octobre 2001)

³⁰ - Zones dérivant d'une plaine alluviale, dont les matériaux ont été déposés dans l'eau comme les alluvions ordinaires, puis triés par le vent. Les éléments fins ont disparu de la surface et n'ont été conservés qu'en profondeur, sous une couche de graviers et de sables grossiers.

forme de bivouacs utilisant des tentes démontables et transportables. La contemplation des paysages naturels peut être associée à des haltes dans les lieux habités, qui permettent d'entrer en contact avec les populations résidentes, de connaître leur mode de vie et de visiter les sites historiques et culturels décrits dans le paragraphe suivant.

b) *Les villes historiques et les aspects culturels*

La Mauritanie possède de nombreux témoignages d'une histoire particulièrement riche et brillante :

1 - Les quatre **villes anciennes** de Chinguetti, Ouadane, Tichit et Oualata ont été classées en 1996 par l'UNESCO au Patrimoine mondial de l'Humanité. Ces villes, partiellement ou totalement en ruines, ont une histoire, des caractéristiques et un aspect extérieur différents qui donnent à chacune un charme spécifique. Outre leurs maisons et leurs monuments, les villes de Chinguetti et de Ouadane sont remarquables par les **manuscrits** (dont certains datent du XI^{ème} siècle de l'ère chrétienne) qu'elles renferment. Ceux-ci, détenus par des privés, sont dans la plupart des cas en mauvais état et les conditions de leur conservation est très inquiétante pour l'avenir. Les conditions dans lesquelles ils sont montrés aux touristes sont loin d'être excellentes. Une fondation spécifique a été créée en 1993 pour s'occuper de la sauvegarde de ces quatre villes³¹.

2 - Les **sites archéologiques** d'intérêt historique sont nombreux, parmi lesquels on peut citer Azougui, Koumbi Saleh, Aoudaghost, Akreijit, Ksar el Barka, etc. Leur accès n'est pas toujours facile et les restes archéologiques très peu mis en valeur.

3 - Les **peintures rupestres** sont également nombreuses sur l'ensemble du territoire, comme celles d'Agrou, à proximité d'Atar, près de la passe d'Amojjar. A quelques rares exceptions près, ces sites ne sont pas aménagés pour recevoir des visites de touristes.

4 - Les **objets** ethnographiques et archéologiques sont innombrables, en majorité atériens et néolithiques.

5 - A l'exception de quelques rares bâtiments de l'époque coloniale fortement endommagés (fort militaire de Chinguetti, bâtiments de l'ancienne Compagnie générale des Industries de la Pêche à Nouadhibou, Fort Coppolani à Jreïda, etc.), les bâtiments et les monuments urbains sont, soit inaccessibles aux touristes (mosquées), soit d'un faible intérêt architectural.

6 - L'artisanat d'art est relativement développé et varié avec la fabrication de bijoux (argent et bois), de produits en cuir, d'objets en bois, etc., mais leur qualité n'est pas toujours irréprochable et leur mode de commercialisation n'est en général pas très adapté aux souhaits des touristes étrangers.

7 - Bien que la culture artistique vivante (musique, danses, etc.) soit relativement riche, ses manifestations publiques, auxquelles les touristes pourraient assister, sont rares.

³¹ - Voir le paragraphe 1.5.3. ci-après.

Les problèmes liés à la sauvegarde et à la valorisation de l'ensemble du patrimoine culturel mauritanien ont fait depuis la fin de 2000 l'objet d'un projet financé par la Banque mondiale³². Ce projet a été arrêté à la fin de 2003 et a définitivement cessé ses activités au milieu de 2004.

c) Les parcs naturels et la faune

Il existe en Mauritanie deux réserves naturelles classées, à savoir le Parc national du Banc d'Arguin et le Parc national du Diawling.

1 - Le **Parc national du Banc d'Arguin** a été classé par l'UNESCO au Patrimoine mondial de l'Humanité. Il forme en gros un rectangle situé à cheval sur la côte de l'Océan Atlantique d'environ 75 kilomètres de large et 150 kilomètres de long. Son côté nord se situe face au Cap Blanc, au sud de Nouadhibou et son côté sud est à la latitude de Nouâmgâr, à 167 kilomètres au nord de Nouakchott. Il se caractérise simultanément par :

- un écosystème unique et une biodiversité remarquable ;
- des milieux très fragiles et des contraintes nombreuses.

Ce parc constitue une attraction touristique de premier plan à cause de la conjonction de très nombreux oiseaux d'eau migrateurs et la présence des Imraguen, peuple de pêcheurs installés le long de la côte depuis plusieurs siècles. L'intérêt principal du Parc national du Banc d'Arguin est constitué à la fois par ses attraits naturels et la présence de l'homme :

- sa richesse paysagère avec la juxtaposition du désert et de l'océan ;
- la richesse de sa faune et de sa flore, grâce à la rencontre entre deux milieux différents donnant naissance à un espace d'une grande richesse écologique aux caractéristiques exceptionnelles ;
- sa richesse culturelle due à la présence de nombreux sites préhistoriques et historiques ;
- sa richesse humaine liée à la présence d'une population aux particularités remarquables dont l'amabilité et le sens de l'accueil sont restés intacts.

2 - Créé en 1991, le **Parc national du Diawling** couvre environ 16 000 hectares dans le bas-delta du fleuve Sénégal et est placé sous l'autorité du Ministère délégué auprès du Premier Ministre chargé de l'Environnement. Il forme, avec le Parc national du Djoudj au Sénégal, une unité écologique transfrontalière d'une grande importance pour le maintien de la biodiversité³³.

Les eaux regorgent de différentes espèces d'oiseaux, soit africains (hérons spatules, cormorans, grues couronnées et canards), soit migrateurs (cigognes noires, spatules, canards, flamants roses et nains, limicoles, etc.), en proportion variable suivant les saisons. Elles renferment également de nombreuses espèces de poissons et de crustacés. La présence d'une grande variété d'oiseaux dans le Parc national du Diawling constitue une attraction touristique de grand intérêt pour des clientèles diverses, qu'elles soient spécialisées dans l'observation des oiseaux ou non.

³² - Voir le paragraphe 1.5.3. ci-après.

³³ - Voir le paragraphe 1.5.4.b ci-après.

d) L'océan et les sports maritimes

La Mauritanie dispose d'une longueur d'environ 600 kilomètres de côtes sablonneuses se présentant comme une succession de plages qui se prêtent bien au développement des activités balnéaires et sportives, notamment la pêche au gros et le wind-surfing.

C'est notamment le cas au sud du Parc du Banc d'Arguin de Ndiago jusqu'au Cap Timiris en passant par la Baie de Tanit et la zone de Nouakchott, ainsi qu'au nord du Parc aux environs de Nouadhibou, où existe déjà un campement géré par la Société M.K.H., dont la vocation est d'accueillir des pêcheurs au gros.

Le développement du tourisme balnéaire suppose qu'au moins trois conditions soient réunies :

- en premier lieu, les conditions naturelles locales permettent la baignade sans risques, ce qui n'est pas le cas partout ;
- en deuxième lieu, la planification spatiale des futures zones touristiques sera scrupuleusement respectée ;
- enfin, les aménagements réalisés seront conformes aux recommandations du Plan directeur d'Aménagement du Littoral mauritanien (P.D.A.L.M.)³⁴ et ne perturberont pas les écosystèmes existants.

e) Les autres attraits

La Mauritanie dispose d'autres attraits touristiques que l'on peut qualifier de mineurs en comparaison avec ses attraits principaux, comme :

- la vallée du fleuve Sénégal, dont la végétation et le mode de vie des populations sont différents du reste du pays et qui pourrait faire l'objet de croisières fluviales ;
- les zones situées à l'amont du fleuve (Wilayate du Gorgol et du Guidimaka), dont la faune pourrait justifier l'organisation de safaris-chasse ou photos ;
- les villes modernes (Nouakchott et Nouadhibou), dont l'apparence extérieure laisse malheureusement beaucoup à désirer et qui n'offrent que peu de possibilités de distractions.

De manière générale, les sites présentant un potentiel touristique sont mal connus, à l'exception d'une partie de la Wilaya de l'Adrar.

Il n'existe pas d'inventaire systématique les identifiant et les caractérisant sous l'angle de leurs possibilités d'exploitation touristique. Même ceux qui sont les mieux connus et les plus accessibles ne sont pas répertoriés dans un guide facilement disponible pour les touristes visitant le pays.

³⁴ - Voir le paragraphe 1.5.4.c ci-après.

1.4.2. - Les produits de base commercialisés

Les principales caractéristiques d'un échantillon représentatif des produits commercialisés au cours de la saison touristique 2006/2007 ou 2007/2008 par les principaux tour-opérateurs français sont présentées dans le tableau N°6 ci-après.

La plupart des circuits proposés concerne des circuits de découverte du désert, dans des conditions "sportives", avec des randonnées pédestres ou à dos de chameau et, dans certains cas, en 4x4 et avec des bivouacs sous la tente dans le désert³⁵. Ces circuits se déroulent sous la conduite de guides-accompagnateurs expérimentés et, dans certains cas, de chameliers connaissant parfaitement la région. Leur logistique est totalement maîtrisée par les tour-opérateurs mauritaniens qui assurent le réceptif. Néanmoins, ils apparaissent aux yeux des touristes qui les achètent, comme procurant une sensation d'"aventure", en plus de leur caractère sportif.

Dans la majorité des cas, les touristes arrivent en Mauritanie par charter atterrissant à l'aéroport d'Atar et en repartant. Les circuits se réalisent par petits groupes de 4 à 15 personnes. Les clients auxquels ces types de circuits s'adressent sont, par définition, des amateurs du désert, de 30 à 50 ans et des femmes en majorité, acceptant les conditions difficiles des prestations des circuits et des conditions de vie dans le désert. Certains circuits sont adaptés aux familles. Les clients concernés par ce type de circuits font partie de toutes les catégories socioprofessionnelles, mais sont en majorité issus des classes moyennes. Les circuits sont principalement mis en marché par des tour-opérateurs français et accessoirement italiens. Les touristes venant en Mauritanie sont donc en majorité français, à plus de 90%.

Les circuits dans le désert durent le plus souvent 8 jours et, dans certains cas, de 12 à 22 jours (en moyenne 15 jours). Leur prix varie suivant les conditions de confort et la nature des prestations proposées dans le désert. Pour la saison 2007/2008 et depuis Paris, les séjours d'une semaine coûtent entre 700 et 1 400 €³⁶, ceux de 2 semaines pouvant atteindre (et même dépasser) 2 000 €. Pour ce qui concerne Le Point Afrique, les tarifs des séjours comparables sont tout à fait du même ordre que ceux des autres destinations (Algérie, Niger, Mali).

Par rapport à la saison 2000/2001, un certain nombre d'évolutions importantes peuvent être notées :

- les circuits de découverte du désert se réduisent souvent à des campements dans le désert et évitent, dans leur grande majorité, les arrêts à Atar, sans doute à cause de la mauvaise qualité des prestations qui sont proposées par la plupart des auberges et des restaurants de cette ville et l'absence d'animation culturelle ;
- les prix n'ont que faiblement augmenté, ce qui s'explique certainement par une baisse de la qualité des prestations proposées ;
- presque la totalité des tour-opérateurs propose d'autres circuits que la simple découverte de l'Adrar : soit par une extension dans le Tagant, soit par la visite du Parc national du Banc d'Arguin ;

³⁵ - A l'exception de la nuit suivant l'arrivée et de la nuit précédant le départ qui sont passées dans des "auberges" (le plus souvent à Ouadane ou Chinguetti). Il s'agit d'hôtels de confort modeste avec, en général, des sanitaires collectifs et, dans certains cas, hébergement sous la tente.

³⁶ - Vol inclus.

Tableau N°6 : EXEMPLES DE CIRCUITS PROPOSES PAR DES TOUR-OPERATEURS FRANÇAIS

Source : Consultation des sites Internet des principaux opérateurs français

T.O.	Nom du circuit	Durée (jours)	Type de circuit et mode de transport	Principales attractions	Vol	Prix* (€)
Le Point Afrique	Immersion nomade	8	Marche, chameaux et 4x4	Rencontres avec les populations de l'Adrar : villages de Tougad et Soueiga notamment	Charter Paris-Atar**	1 042
	Intégrale des oasis de l'Adrar	8	Marche	Nombreux villages autour d'Atar et grottes d'Ehet Ethmane	Charter Paris-Atar**	671
	Randonnée dans l'Amatlich	8	Marche	Erg de l'Amatlich, la Vallée blanche, village de Tintemdej, canyon de Tenzent, etc.	Charter Paris-Atar**	728
	La Vallée blanche	15	Marche	Zarga, El Berbera, Timinit, la Vallée blanche, Tougad, Tintamdej, Soueigya, Atar, etc	Charter Paris-Atar**	1 381
	Découverte du Banc d'Arguin	8	Véhicules tout terrain	Parc national du Bac d'Arguin : cap Tafarit, île d'Agadir, dunes roses d'El Mahiriyat, etc.	Vol Paris-Nouakchott	1 364
	L'Adrar, le Tagant et l'océan	15	Véhicules tout terrain	Ouadane, Chinguetti, paysages désertiques de l'Adrar et du Tagant et côte océane	Charter Paris-Atar**	820
	Découverte des deux rives	8	Marche, 4x4 et bateau	Incursion en Mauritanie depuis le Sénégal : Nimjatt, Boutilimit, Aleg, et Boghé	Vol Paris-Dakar	894
Chamina Voyages	La Caravane nomade	8	Marche	Dunes de En Ouakane, plateau de Ibi El Abi, El Meddah, erg Amatlich, Azouega, etc.	Charter Paris-Atar	830
	De Chinguetti à Terjit	8	Marche	Chinguetti, erg Ouarane, montagne Zarga, palmeraie de Mairhet, oasis de Terjit	Charter Paris-Atar	805
	Objectifs solidaires à Chinguetti	8	Chameaux ou marche	Chinguetti, dunes musicales, Guelb Er Richad, Ouadane	Charter Paris-Atar	695***
Terres d'aventure	Chinguetti et les dunes de l'erg Ouarane	8	Marche et chameaux	Chinguetti, Lagueïla, Tinouardérit, montagne Zarga, Guelb Er Raoui, Atar	Charters Paris-Atar	750
	Initiation à la vie nomade	8	Marche, ânes, chameaux et véhicules de transfert	Atar, Faraoun, Ouagchodda, Guelta de Khneg Mageg, Tougad, terjit, etc.	Charter Paris-Atar	830

Notes : * prix (T.T.C.) à partir de, suivant la période (Saison 2007/2008).

** ainsi que Marseille-Atar et Mulhouse-Atar.

*** vol non compris.

Tableau N°6 : EXEMPLES DE CIRCUITS PROPOSES PAR DES TOUR-OPERATEURS FRANÇAIS (suite 1)

Source : Consultation des sites Internet des principaux opérateurs français

T.O.	Nom du circuit	Durée (jours)	Type de circuit et mode de transport	Sites et lieux visités	Vol	Prix (€)
La Balaguère	Dunes et oasis de Chinguetti,	8	Marche et véhicules de transfert	Chinguetti et environs	Charter Paris**-Atar	720 à 1110
	Ouadane - Chinguetti - Terjit	15	Marche	Ouadane, Chinguetti et ses environs, oasis de Terjit	Charter Paris**-Atar	1075 à 1430
	De l'Erg Amatlich à la Passe de Tifoujar	8	Marche et chameaux	Erg Amatlich, passe de Tifoujar et vallée blanche	Charter Paris**-Atar	870 à 1195
	Makteir, cratère et villes anciennes	8	Marche et chameaux	Erg Makteir, El Rhalaouya, Guelb Er Richat, Ouadane, Chinguetti, Maireth, etc.	Charters Paris**-Atar	985 à 1265
	Banc d'Arguin entre Sahara et Atlantique	8	4x4 et marche	Cap Tafarit, île de Tidra, Tessot, Teichot, R'Gueiba, Twilit	Charters Paris**-Atar	955 à 1405
Clio	Circuit culturel en Mauritanie	12	Véhicules tout terrain et marche	Nouakchott, cap Tafarit, Ben Amera, Zouérate, Ghal-laouiya, Ouadane, Chinguetti, Azougui, Nouakchott	Paris-Nouakchott	3 475
Nouvelles Frontières	Randonnée chamelière, dunes et oasis de l'Adrar	8	Chameau et 4x4	Chinguetti, erg Ouarane, montagne Zerga, oasis de Fares et M'Haïret, oasis de Terjit, oued Tenzent	Charter Paris-Atar	971*
	Chinguetti et les oasis de l'Adrar	8	4x4	Erg Amatlich, El Gleitat et El Medah, passe de Tifoujar, oued El Abiod, oasis de Terjit, Chinguetti, passe d'Amogjar, Azougui	Charter Paris-Atar	1 092*
	La Banc d'Arguin, l'Adrar et le Tagant	15	4x4	Ouadane, Chinguetti, Rachid, Acharine, N'Baïka, Boutilimit, Nouakchott, Banc d'Arguin, erg Amatlich, Terjit, Azougui	Charter Paris-Atar	1 607*
	Le Banc d'Arguin et les Imraguens	8	4x4, marche et bateaux	Nouamghar et Parc national du Banc d'Arguin, Nouakchott	Vols Paris-Nouakchott	1 187*

Notes : * prix (T.T.C.) à partir de, suivant la période (Saison 2007/2008).

** ainsi que Marseille-Atar

Tableau N°6 : EXEMPLES DE CIRCUITS PROPOSES PAR DES TOUR-OPERATEURS FRANÇAIS (suite 2)

Source : Consultation des sites Internet des principaux opérateurs français

T.O.	Nom du circuit	Durée (jours)	Type de circuit et mode de transport	Sites et lieux visités	Vol	Prix (€)
Allibert	La grande traversée Adrar-Tagant	22	Trekking et véhicules	Atar, Chinguetti, le Tagant, Nouakchott, Atar	Charter Paris-Atar	1 895*
	Le kaléidoscope saharien	15	Trekking	Oasis de l'Adrar et Chinguetti	Charter Paris-Atar	1 195*
	Les aventuriers des sables	8	Trekking et chameaux	Oasis de l'Adrar	Charter Paris-Atar	945*
	De Ouadane à Chinguetti	8	Trekking	Ouadane, erg Ouarane, Chinguetti	Charter Paris-Atar	825*
	De l'Adrar au Banc d'Arguin	8	Marche et découverte	Parc national du Banc d'Arguin, Oasis, Nouakchott	Paris-Nouakchott	1 195
	La grande traversée	22	Marche, 4x4 et chameaux	Ouadane, erg Ouarane, Chinguetti,	Charter Paris-Atar	1 055
Explorator	Oasis de l'Adrar	12	4x4 et marche	Nouakchott, Akjoujt, Toungad, Terjit, Ez Zerga, Chinguetti, Ouadane, Guelb Er Richat, passe d'Amojjar, Atar, Nouakchott, etc	Paris-Nouakchott	de 1 995 à 2 315
	Tagant, Adrar, Banc d'Arguin	16	4x4 et marche	Nouakchott, Moudjeria, N'Beika, Tijikja, Ez Zarga, Chinguetti, Ouadane, Azougui, Terjit, Akjoujt, Nouamghar, caps Tafarit et Timirist, Nouakchott	Paris-Nouakchott	de 2 395 à 2 675
	Mali-Mauritanie	19	4x4 et marche	Tombouctou à Nouakchott, via l'Adrar et le Banc d'Arguin	Vols réguliers	4 345*
Voyageurs du Monde	La Vallée blanche	8	Marche et chameaux	Vallée blanche, passe de Tifoujar, erg Amatlich, El Gleitat, Tezent	Charter Paris-Atar	De 790 à 1 1185
Jet Tours	Brousse et villages	8	Bus et véhicules tout terrain	Dakar, Retba, Saint-Louis, Parc du Djoudj, Parc du Diawling, Touba, Toubacouta, Joal-Fadiouth, Dakar	Paris-Dakar	de 1 035 à 1 325

Notes : * prix (T.T.C.) à partir de, suivant la période (Saison 2007/2008).

1.4.3. - Les débuts de la diversification et les perspectives

a) Les produits autres que les produits de base

Le tour-opérateur français Clio, spécialisé dans les voyages culturels, offre un circuit s'adressant à une clientèle motivée essentiellement par la découverte culturelle et différente de celle qui est surtout intéressée par la découverte du désert. Mais, même si ce type de clientèle fait partie des couches socioprofessionnelles favorisées, on peut remarquer que le prix du voyage proposé est très élevé, puisqu'il s'élève à environ 3 500 €.

Il existe en outre un circuit associant la découverte du désert avec un voyage en train (le "Train du désert") sur la totalité ou une partie de la voie ferrée minière allant de Zouérate à Nouadhibou. Ce circuit est commercialisé par Le Point Afrique et la société mauritanienne SOMASERT.

En dehors de la découverte du désert dans l'Adrar et le Tagant et de la découverte du Parc national du Banc d'Arguin, d'autres produits sont proposés, comme :

- depuis plusieurs années, la chasse avec hébergement dans le campement de Keur Macène, près du parc du Diawling ;
- la pêche sportive avec hébergement dans un campement situé près de Nouadhibou ;
- la découverte de la Mauritanie par des Européens qui arrivent en camping-car depuis le Maroc (Sahara occidental) et qui, après avoir stationné quelques jours à Nouadhibou, le plus souvent de manière incontrôlée, traversé le Parc national du Banc d'Arguin, passent par Nouakchott et Ayoûn El Atroûs, avant d'entrer au Mali ;
- avec une fréquentation croissante, la chasse au faucon pratiquée par des ressortissants des Emirats arabes unis.

Pour la saison 2007/2008, l'Université du Désert est revenue s'installer près de Chinguetti, après 15 ans d'expérience dans les dunes du sud marocain. Il s'agit d'une opération lancée par l'association Terre du Ciel qui consiste, à partir d'un campement fixe installé à 2 heures de marche de Chinguetti, en des randonnées à chameau, des randonnées pédestres et des stages de réflexion sur des thèmes culturels et/ou spirituels. La durée du séjour est de 8 jours, pour un prix de base allant de 790 à 920 €. La logistique sur place est assurée par l'agence Mauritanides Voyages.

Dans le même ordre de produit, l'agence Adrar Voyages organise des circuits dans l'Adrar pour des enfants d'âge scolaire, dans le cadre des "Ecoles du Désert". Ce type de séjours n'avait pas été organisé en Mauritanie depuis 2001.

Enfin, dans la lignée du rallye Paris-Dakar, le tourisme lié aux événements sportifs se développe, sous l'impulsion notamment de l'agence Adrar Voyages, dont ce type d'activité est devenu une spécialité. C'est en particulier le cas avec la Transafricaine Classic grâce à laquelle, du 10 au 15 novembre 2007, 350 concurrents traverseront la Mauritanie (contre 200 en 2006).

Il est à remarquer que, notamment depuis l'instauration de vols charters arrivant à Saint-Louis, de nombreux touristes viennent en Mauritanie depuis Saint-Louis ou depuis Dakar en complément de leur séjour au Sénégal. Mais les incursions de touristes en Mauritanie depuis le Sénégal semblent s'être réduites en durée et en fréquence, principalement à cause des tracasseries que les touristes subissent au passage à la frontière (le visa est obligatoire, même pour une visite d'une journée). En dehors de ces visites depuis le Sénégal, il est remarquable qu'un tour-opérateur (Explorator) propose un circuit associant la découverte du Mali et celle de la Mauritanie, de Tombouctou au Banc d'Arguin. Toutefois, le prix auquel ce circuit est proposé (plus de 4 300 €) ne le rend accessible qu'à une très faible catégorie de personnes.

Plusieurs opérateurs français (Allibert, Explorator, Nouvelles Frontières, Clio, Le Point Afrique, etc.) acheminent leurs touristes par Nouakchott en empruntant les vols commerciaux venant de Paris, notamment pour les circuits ayant le Parc national du Banc d'Arguin comme destination principale. Les circuits correspondants ont un coût sensiblement plus élevé que ceux pour lesquels les arrivées en Mauritanie se font par des charters atterrissant à Atar.

Cette diversification des points d'entrée facilite l'accès à d'autres lieux de visite que l'Adrar, notamment le Parc national du Banc d'Arguin, le Parc national du Diawling, la Wilaya du Tagant et les Wilayate du Hodh El Gharbi et du Hodh Ech Chargui. Elle participe donc à la nécessaire diversification de l'activité touristique mauritanienne.

Malheureusement, par suite de la faiblesse du système existant, le nombre d'entrées de touristes par des points autres que l'aéroport d'Atar³⁷ n'est pas connu. Aucun ordre de grandeur n'est disponible non plus pour les visites dans les parcs naturels (Banc d'Arguin et Diawling) ou pour le nombre de chasseurs au faucon. La seule donnée précise existante est le nombre de chasseurs traités par la société M.K.T. (105 en 2000/2001 contre 52 en 1998/1999).

b) Les possibilités de diversification à partir de nouveaux hébergements

La diversification des produits touristiques mauritaniens est principalement freinée par l'absence d'hébergement de standing acceptable dans les zones les plus susceptibles de se prêter à cette diversification, comme l'intérieur et la périphérie des Parcs nationaux du Diawling et du Banc d'Arguin, Wilaya du Tagant ou Wilaya du Hodh Ech Chargui. Dans ces conditions, le cas du Complexe touristique "Lemhar"³⁸ en cours de construction est particulièrement intéressant.

Ce complexe, situé au bord de l'océan à 36 kilomètres au sud de Nouakchott, est intégralement réalisé sur auto-financement par un promoteur mauritanien résidant en Gambie. La construction a commencé il y a 5 ans et n'est achevée qu'à 80%. Le projet doit comporter :

- 18 bungalows comprenant 72 chambres (de type 4 étoiles Luxe) ;
- un restaurant international pouvant accueillir des cocktails de 600 personnes ;
- un restaurant spécialisé en poissons et grillades pour 250 personnes ;

³⁷ - De l'ordre de 10 000 pour la saison 2006/2007.

³⁸ - "Lemhar" signifie "coquillages".

- un théâtre pour les animations ;
- un amphithéâtre ;
- une piscine olympique ;
- deux salles de réunions modulables ;
- un hall d'accueil et de réception ;
- un espace pour le personnel ;
- un espace technique.

Dans une deuxième phase, la réalisation d'un golf de 18 trous est prévue.

Le coût total du projet devrait s'établir in fine à 3,5 millions de dollars. Le complexe ne devrait pas ouvrir avant le deuxième semestre 2008. Les cibles de clientèle visées semblent être :

- les réunions, les séminaires et les repas d'affaires ;
- le tourisme de week-end pour les résidents à Nouakchott ;
- le passage, pour des séjours de 3 ou 4 nuits, de groupes de touristes venus spécialement en Mauritanie ou venant du Sénégal, et allant du Parc national du Diawling au Parc national du Banc d'Arguin (ou inversement) ou dans l'Adrar (ou inversement).

Le cas de ce complexe est exemplaire à plus d'un titre :

- en premier lieu, sa réalisation est très positive en tant qu'outil intéressant en vue d'une possible diversification des circuits montés par les tour-opérateurs européens et les réceptifs mauritaniens et commercialisés sur les marchés internationaux ;
- en deuxième lieu, les modalités de sa mise en œuvre sont très contestables et se caractérisent de façon très négative, notamment à cause :
 - de l'absence d'accord entre le promoteur et le bailleur de fonds (la S.F.I.), qui s'est finalement désisté, ce qui a contraint le promoteur à financer l'ensemble des travaux et a fortement retardé la réalisation de ce projet ;
 - de l'absence d'une étude de marché sérieuse, qui aurait permis de mieux calibrer le produit correspondant ;
 - du manque de concertation entre le promoteur et l'Etat, ce qui a pour conséquence que les problèmes liés à l'approvisionnement en eau et en électricité et à l'entretien de la piste d'accès (d'une longueur de 8 kilomètres) ne sont pas résolus et qu'actuellement, à quelques mois de l'ouverture de l'établissement, aucune solution n'est en vue ;
 - de nombreuses erreurs dans la conception du projet qui n'a manifestement pas été conçu par des spécialistes de l'aménagement touristique.

Il n'en reste pas moins que, dans l'état actuel des choses, il est de l'intérêt de tout le monde que cet établissement puisse entrer en fonctionnement dès que possible dans des conditions satisfaisantes. Sa mise en service est susceptible d'avoir un impact important sur l'avenir de l'activité touristique en Mauritanie.

c) La diversification géographique

Une autre expérience peut être citée en matière de possible diversification de l'offre touristique mauritanienne. Elle est constituée par la modeste auberge Matmata El Bessatine, située à Matmata, dans le Tagant. Cette unité d'hébergement, située à proximité du lac de Matmata célèbre pour ses crocodiles, est née d'une initiative individuelle.

Malgré les nombreux atouts touristiques dont la région alentour est dotée, les efforts faits par l'opérateur privé ne semblent pas couronnés de succès, par suite d'une tendance affirmée des agents de voyages d'ignorer les possibilités d'hébergement correspondantes et de faire en sorte que l'activité touristique existante n'ait que de très faibles retombées concrètes pour les populations locales.

Des cas comme celui de Matmata existent certainement dans d'autres localités mauritaniennes, dont l'existence pourrait être un atout important pour le développement futur de l'activité touristique du pays. Il convient de les recenser le plus rapidement possible et de voir dans quelle mesure ils pourraient faire l'objet d'une exploitation plus rationnelle.

1.4.4. - Remarques sur la qualité de l'offre actuelle et potentielle

Il convient de souligner que, depuis 1996, la Mauritanie est devenue une destination touristique, certes insignifiante en termes quantitatifs au niveau mondial ou même européen, mais non négligeable pour le créneau des destinations "désert".

Mais il convient également de faire ressortir le caractère d'extrême fragilité des résultats obtenus, basés en très grande partie, sur le produit "découverte du désert" et sur les circuits organisés dans l'Adrar. De plus, la croissance de la fréquentation correspondant à ce produit dépend pour le moment de deux opérateurs aériens (Le Point Afrique et Go Voyages) qui utilisent les services de la même compagnie aérienne (Air Méditerranée) et d'un seul marché, le marché français, qui a forcément ses limites. Depuis 5 ou 6 ans, le nombre de touristes arrivant par charter à Atar est en stagnation, voire en légère récession et de nombreux circuits proposés ont diminué (ou supprimé) la composante "culturelle" et se réduisent à des bivouacs et des randonnées dans le désert. L'impact de ce genre de circuits sur l'économie locale est très faible, ce qui mécontente les opérateurs, notamment ceux d'Atar, qui ont réalisé des investissements relativement importants qu'ils n'arrivent pas à rentabiliser.

En outre, le développement de ce type de produits est limité par la fragilité de l'écosystème naturel et par les risques des effets qu'une croissance non contrôlée des touristes peut avoir sur cet équilibre, ainsi que sur les comportements des populations concernées.

La relative diversification que l'on peut observer depuis les dernières années est mal connue et ses possibilités d'extension et de croissance difficiles à apprécier. Mais on sait qu'elle se heurte à court terme à plusieurs facteurs limitants, notamment :

- la mise en valeur des sites historiques et des monuments est insuffisante pour retenir les touristes sur place et leur laisser un souvenir à la hauteur de leur qualité : c'est notamment le cas pour les 4 villes anciennes classées au

Patrimoine mondial de l'Humanité malgré les efforts déjà entrepris³⁹ et, plus particulièrement, pour la contemplation des manuscrits, non rassemblés en un lieu unique et mal présentés ;

- les alentours des sites touristiques (et dans certains cas l'intérieur des sites eux-mêmes) sont très mal entretenus et envahis par les ordures déposées par les habitants du voisinage, faute d'un système efficace de ramassage des ordures ;
- les accès routiers sont souvent difficiles : c'est notamment le cas, d'une part pour l'axe principal Atar-Tidjikja-Kiffa, dont le bon état permettrait l'établissement de circuits attractifs plus aisés qu'actuellement et, d'autre part pour les routes d'accès aux sites majeurs (pistes Tidjikja-Tichit, Néma-Oualata, Nouakchott-Nouâmgâr, Timbedgha-Koumbi Saleh, etc.) ;
- les unités d'hébergement de catégorie moyenne (hôtels ou campements comportant de préférence des toilettes individuelles) adaptés à des circuits autres que la découverte du désert sont inexistantes et lorsqu'ils existent (notamment à Atar), la qualité des prestations est compromise par une conception architecturale inadéquate, une gestion inefficace et une qualité du service insuffisante ;
- les Parcs nationaux du Banc d'Arguin et du Diawling ont à l'évidence, du fait des caractéristiques de leurs écosystèmes, une capacité de charge limitée, mais le nombre d'entrées de touristes acceptable n'a pas encore été déterminé⁴⁰.

Les premières tentatives de diversification des produits touristiques, bien que restant encore très limitées, se caractérisent par le fait qu'elles résultent d'initiatives privées, sans que l'action des Pouvoirs publics les accompagne comme il serait nécessaire et souhaitable.

³⁹ - Voir le paragraphe 1.5.3. ci-après.

⁴⁰ - Voir le paragraphe 1.5.4. ci-après.

1.5. - L'ACCOMPAGNEMENT INSTITUTIONNEL

Le développement de l'activité touristique dépend à la fois des actions mises en œuvre par le secteur public et du dynamisme du secteur privé. Les paragraphes qui suivent sont destinés à analyser les activités des deux types d'opérateurs, de façon générale, mais également sous les différents aspects qui concourent au développement du tourisme.

1.5.1. - L'Administration nationale du Tourisme

Après avoir été longtemps placé sous l'autorité du Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, le secteur du tourisme est depuis juin 2007 sous la tutelle du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme. Les attributions de ce ministère et l'organisation de son administration centrale ont été précisées par le Décret n°077-2007 / PM. La séparation du secteur du commerce des deux autres secteurs d'activité montre que le développement du tourisme (comme celui de l'artisanat) constitue une priorité gouvernementale.

Cette priorité est notamment affirmée dans la lettre de mission que le Premier Ministre a adressée le 20 juillet 2007 au Ministre de l'Artisanat et du Tourisme, qui précise les orientations à suivre pour développer le secteur du tourisme et fixe les objectifs à atteindre. Parmi ceux-ci, on peut citer :

- un taux de croissance annuel du nombre des touristes de l'ordre de 18% ;
- de nouvelles créations d'établissements d'hébergement et de restauration de haut et moyen standing ;
- une diversification des destinations touristiques, par l'aménagement de nouveaux circuits.

L'Administration nationale du Tourisme (A.N.T.) comprend maintenant 3 entités distinctes, la Direction du Tourisme et la Direction des Etudes et de la Coopération qui sont des directions centrales du ministère et l'Office national du Tourisme (O.N.T.), sur lequel le ministère exerce les pouvoirs de tutelle technique.

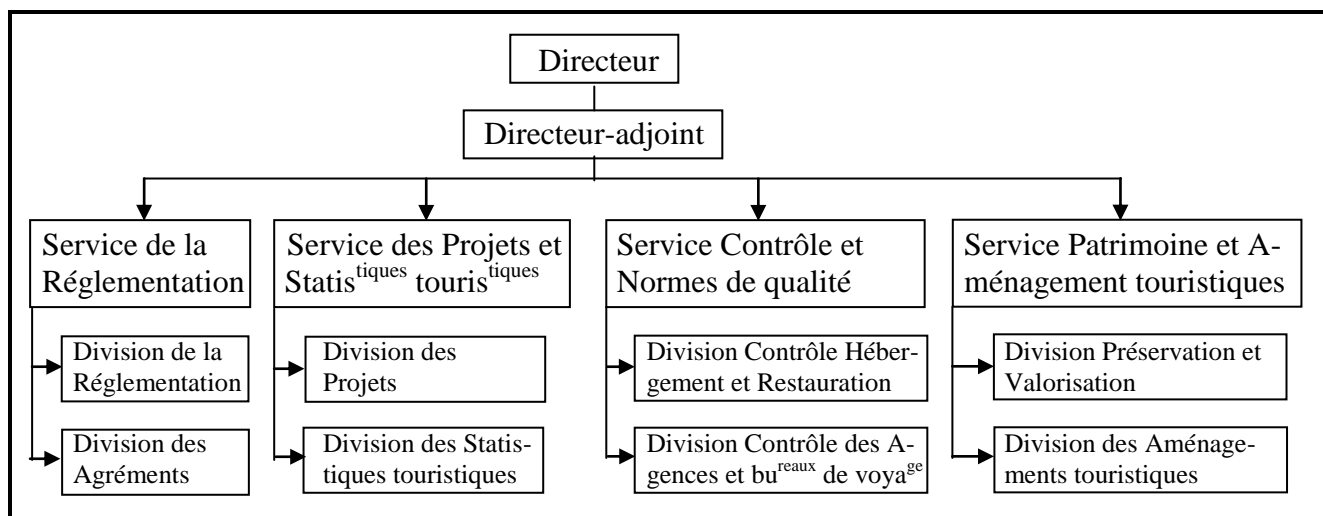
a) La Direction du Tourisme

Supervisée par le Ministre et son cabinet, la Direction du Tourisme a la responsabilité de l'exécution de la politique du Gouvernement en matière de développement touristique et est notamment chargée de :

- élaborer et mettre œuvre la politique du gouvernement dans le domaine du tourisme ;
- évaluer les potentialités touristiques en vue de leur mise en valeur ;
- initier et mettre en œuvre la réglementation se rapportant au secteur du tourisme ;
- concevoir et mettre en œuvre des programmes de formation dans le domaine du tourisme, en concertation avec les structures concernées.

L'organigramme de la Direction du Tourisme, tel qu'il est prévu dans le décret de création du ministère, est présenté dans le Schéma N°7 ci-après.

Schéma N°7 : ORGANIGRAMME THEORIQUE DE LA DIRECTION DU TOURISME



Il convient d'insister sur le caractère purement théorique de cet organigramme, le personnel actuellement en poste à la Direction du Tourisme étant en nombre insuffisant pour occuper les postes correspondant à l'organigramme ci-dessus. Il n'existe, en particulier, actuellement aucun service responsable de l'élaboration des statistiques ou de la préservation et de la valorisation du patrimoine touristique, pas plus que des aménagements touristiques.

Au total, le personnel de la Direction du Tourisme comprend 12 agents, dont 5 cadres. Parmi ces cadres, 2 seulement ont reçu (il y a plus de 20 ans) une formation spécialisée au Maroc. La répartition des tâches entre eux demeure très floue et aucun objectif n'est fixé à leur activité.

Les moyens financiers de la Direction du Tourisme sont très limités puisque son budget annuel n'est que de l'ordre de 12 millions d'U.M., auxquels vont s'ajouter cette année de l'ordre de 8 millions, principalement destinés à des enquêtes portant sur la situation du secteur du tourisme.

Dans les conditions actuelles, la Direction du Tourisme, dépourvue du minimum de moyens humains et financiers, n'est absolument pas en mesure de mettre en œuvre, ni même d'impulser ou de coordonner les actions correspondant aux fonctions habituellement dévolues à une Administration nationale du Tourisme : définition d'une stratégie produits-marchés et des actions prioritaires correspondantes, élaboration des statistiques, application de la réglementation des professions hôtelières et touristiques et contrôle des établissements, aménagement et valorisation des sites touristiques, formation initiale ou continue aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie en fonction des besoins actuels et futurs, etc.

Actuellement, la principale activité de la Direction du Tourisme consiste :

- d'une part, à accorder de façon informelle les agréments aux entreprises en faisant la demande, conformément à l'article 12 de la Loi n°96-023⁴¹ ;
- d'autre part, à réaliser auprès des établissements d'hébergement et des entreprises de tourisme des enquêtes théoriquement bisannuelles mais vraisemblablement

⁴¹ - Voir le paragraphe 1.5.2. suivant.

incomplètes et, de toutes façons, inutilisables parce que non dépouillées systématiquement.

Depuis la mise en place du nouveau Directeur du Tourisme, une première réflexion a été engagée pour faire le constat des carences actuelles et définir un programme à court terme. Une des actions principales de ce constat consiste dans le lancement, grâce à l'utilisation d'un bureau d'études spécialisé, de deux études consistant en :

- une mission de contrôle des établissements touristiques et de collecte des données sur le secteur ;
- une consultation pour l'élaboration des textes juridiques régissant le secteur du tourisme.

Ces actions ont été lancées début novembre 2007 et leurs résultats devraient être disponibles avant la fin de l'année 2007. Leur utilité réelle sera fonction de la capacité technique et des moyens financiers dont la Direction du Tourisme disposera, d'abord pour en tirer les enseignements pertinents, puis pour mettre en œuvre les actions qui en résulteront.

b) La Direction des Etudes et de la Coopération

Prévue par le décret portant création du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme, cette direction centrale du ministère intervient au même titre dans le domaine de l'artisanat et dans celui du tourisme. Elle est notamment chargée de :

- étudier et proposer une stratégie de développement des secteurs de l'artisanat et du tourisme ;
- instruire les dossiers de projets d'investissement pour les secteurs de l'artisanat et du tourisme, en concertation avec les directions concernées ;
- concevoir et mettre en œuvre des réponses aux besoins en qualification des secteurs de l'artisanat et du tourisme ;
- collecter, éditer et diffuser les statistiques dans les secteurs de l'artisanat et du tourisme, en concertation avec les administrations concernées.

Cette direction comprend deux services :

- le Service des Etudes et de l'Evaluation qui a pour attributions de réaliser ou faire réaliser les études se rapportant aux secteurs de l'artisanat et du tourisme et de mettre en place un système d'évaluation pour le suivi des politiques ;
- le Service de la Coopération qui a pour attributions de suivre l'élaboration et l'exécution des accords et conventions dans les domaines de l'artisanat et du tourisme, ainsi que la coopération avec les Etats et organisations internationales ou régionales concernées.

Pour le moment, cette direction fonctionne avec son seul directeur pour tout personnel et n'est pas encore vraiment opérationnelle.

c) L'Office national du Tourisme (O.N.T.)

Créé en juillet 2002, l'O.N.T. a le statut d'un établissement public à caractère administratif et est doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. Il a pour mission générale "d'appuyer et de renforcer la capacité institutionnelle de l'Etat et des promoteurs privés, dans le domaine du tourisme, notamment par la mise en place de structures adaptées, capables d'orienter le développement de ce secteur dans le pays". Il assure également "les fonctions de promotion, de commercialisation⁴² des produits touristiques mauritaniens".

Mais, parmi les missions qui sont précisées dans le décret de création de l'O.N.T., certaines dépassent largement ces fonctions, comme notamment :

- le lancement des destinations touristiques nouvelles ;
- l'élaboration de plans d'aménagement des zones d'intérêt touristique ;
- la protection et la valorisation des sites touristiques, en collaboration avec les structures publiques et privées impliquées dans cette mission.

Si la vocation de l'O.N.T. en matière de promotion et de commercialisation des produits est clairement affirmée, il a reçu dans ses attributions des missions qui recoupent largement celles de la Direction du Tourisme⁴³.

On peut remarquer que si une place est faite aux opérateurs privés dans le Conseil d'Administration de l'O.N.T., cette place est réduite, puisque le secteur privé ne dispose que de 2 représentants au sein de ce conseil sur 12 membres au total. Cette situation a amené la Fédération du Tourisme de la Confédération générale des Employeurs mauritaniens (C.G.E.M.) à ne pas siéger au Conseil d'Administration de l'O.N.T.

Le budget de l'O.N.T. est de l'ordre de 200 millions d'U.M. et est alimenté par une subvention de l'Etat et, pour environ 10%, par le produit de la taxe touristique, qui n'est que très partiellement prélevée et reversée par les hôteliers⁴⁴. Près de 80% du budget sont utilisés pour les dépenses de fonctionnement, qui sont relativement lourdes, notamment à cause de ses 64 salariés. L'O.N.T. dispose de 3 délégations régionales, à Atar, Nouhadibou et Néma⁴⁵ et d'un bureau d'information dans l'aéroport de Nouakchott.

Conformément à sa vocation première, l'O.N.T. a, depuis sa création, consacré l'essentiel de ses efforts à des actions de promotion, aussi bien en assistant à des salons internationaux spécialisés qu'en publiant des documents promotionnels⁴⁶. En outre, l'O.N.T. a publié en novembre 2006, une plaquette sur les "Opportunités d'investissement dans le secteur du tourisme en Mauritanie".

d) Considérations d'ensemble sur la structure et le fonctionnement de l'A.N.T.

Depuis la création de l'O.N.T. en 2002 et depuis la restructuration du ministère chargé du tourisme en juin 2007, l'Administration nationale du Tourisme est éclatée en trois entités, à savoir la Direction du Tourisme, la Direction des Etudes et de la Coopération et l'Office national du Tourisme. Cet éclatement va certainement entraîner de grandes difficultés de coordination, d'autant

⁴² - Ce terme ne semble pas devoir être pris au pied de la lettre, car la "commercialisation" des produits touristiques incombe sans conteste aux seuls opérateurs privés.

⁴³ - Voir le sous-paragraphe d suivant.

⁴⁴ - Voir le paragraphe 1.5.11.d ci-après.

⁴⁵ - Il est envisagé d'en créer 2 autres, à Rosso et à Kaédi (ou Sélibaby).

⁴⁶ - Voir le paragraphe 1.5.5. ci-après.

plus qu'il existe une grande ambiguïté sur les attributions précises de chacune des entités concernées.

Il existe même des contradictions entre les textes législatifs et réglementaires relatifs aux 3 entités concernées. C'est notamment le cas pour les statistiques touristiques, les études et la formation qui sont censées relever à la fois de la Direction du Tourisme et de la Direction des Etudes et de la Coopération. C'est également le cas pour la valorisation des sites touristiques qui relèvent à la fois de la Direction du Tourisme et de l'O.N.T.

Ces ambiguïtés et ces contradictions risquent d'entraîner rapidement des conflits de compétence si des textes d'application ne sont pas adoptés pour lever toutes les ambiguïtés actuelles. La mise en œuvre du projet financé par l'Agence française de Développement pourrait provoquer les premiers conflits de cette nature⁴⁷.

La situation de l'A.N.T. se caractérise, de façon générale, par l'insuffisance des moyens financiers et humains disponibles, ce qui réduit très fortement la possibilité d'entreprendre les actions nécessaires et très urgentes qui permettraient d'assurer les tâches essentielles incombant à une administration nationale du tourisme.

Enfin, le fonctionnement actuel de l'A.N.T. mauritanienne se caractérise par une concertation avec les représentants qualifiés des opérateurs privés très insuffisante. C'est notamment le cas pour le fonctionnement de l'O.N.T. qui devrait pourtant être une entité mixte, ce qui suppose une modification de son statut. C'est également le cas pour le fonctionnement des commissions consultatives d'agrément des établissements hôteliers et touristiques⁴⁸.

1.5.2. - La réglementation

Depuis 1996, un certain nombre de lois, de décrets et d'arrêtés ont été adoptés par la Présidence de la République ou par le Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme en vue de réglementer l'activité touristique, notamment :

- la Loi n°96-023 du 7 juillet 1996 portant organisation de l'activité touristique en République islamique de Mauritanie ;
- le Décret n°97-030 du 5 avril 1997 portant réglementation de la profession de guide en Mauritanie ;
- le Décret n°98-026 du 16 mai 1998 fixant les modalités d'agrément des établissements d'hébergement et de restauration ;
- l'Arrêté n°258 du 30 juin 1998 fixant les modalités de fonctionnement des commissions consultatives des établissements d'hébergement et de restauration ;
- le Décret n°98-083 du 18 août 1998 déterminant les normes et modalités de classement des établissements de tourisme ;
- le Décret n°2000-03 du 18 janvier 2000 fixant les modalités d'application et de recouvrement de la taxe de promotion touristique ;
- le Décret n°2000-05 du 16 février 2000 portant réglementation des agences et bureaux de voyages.

⁴⁷ - Voir le paragraphe 1.6.8.b ci-après.

⁴⁸ - Voir le paragraphe 1.5.2. suivant.

Ces textes constituent une panoplie à peu près complète de l'activité touristique et auraient dû permettre, s'ils avaient été complétés par les décrets d'application initialement prévus et si ceux-ci avaient été appliqués, de disposer d'un outil adéquat pour contrôler l'activité touristique nationale.

Parmi les textes d'application non adoptés, on peut citer par exemple :

- le décret définissant les modalités d'approbation des plans de futurs établissements visés à l'article 12 de la Loi n°96-023 ;
- l'arrêté du Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme fixant les conditions d'application du régime disciplinaire prévu à l'article 21 de la même loi ;
- l'arrêté du Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme fixant les normes auxquelles sont assujetties les différentes catégories d'établissements d'hébergement définies par l'article 2 du Décret n°98-083 ;
- les modalités de fonctionnement de la commission technique prévue à l'article 4 du même décret.

En outre, on peut faire à l'égard des textes existants les remarques suivantes :

- le Décret n°98-0126 prévoit des commissions régionales d'agrément (article 2) ne comprenant aucun représentant de la Direction du Tourisme ;
- le Décret n°97-030 prévoit la distinction entre les guides nationaux et les guides locaux (article 3), ce qui est, en soi, une excellente chose, mais est peu réaliste en l'état actuel des choses, compte tenu de l'impossibilité de former et d'agrèer les guides au niveau local (régional et communal) ;
- le Décret n°2000-05 manque de précision quant à la définition des bureaux de voyages (article 2) qui incluent à la fois les agences de billetterie et les sociétés de location de voitures ; il semble qu'il aurait été préférable d'instaurer 3 licences : A (tour-operating), B (billetterie et réservations) et C (transport et location de voitures) au lieu de 2 (article 4), une même société pouvant bénéficier de plusieurs licences si elle remplit les conditions pour cela.

Enfin, la composition des commissions consultatives d'agrément ou de classement des établissements d'hébergement et de restauration, qui comportent 5 (ou 6) représentants de l'Administration contre un seul représentant du secteur privé, est fortement contestée par la Fédération du Tourisme de la Confédération générale des Employeurs de Mauritanie (C.G.E.M.)⁴⁹ qui s'estime insuffisamment représentée et reproche à la Direction du Tourisme d'accorder les agréments sans réunir la commission.

En conclusion, la réglementation existante est fortement incomplète. Elle devrait être rapidement complétée et adaptée en fonction des caractéristiques spécifiques du tourisme mauritanien et des besoins réels en découlant. Mais une fois adoptée, cette réglementation devra être rapidement appliquée par l'organisation des contrôles nécessaires, ce qui suppose un accroissement sensible des moyens de la Direction du Tourisme consacrés à cette tâche. Il est en effet urgent et essentiel, pour l'avenir du tourisme en Mauritanie, d'arrêter le plus rapidement possible la prolifération d'entreprises de tourisme incontrôlées qui ne sont en mesure que de rendre

⁴⁹ - Voir le paragraphe 1.5.7.a ci-après.

des services de mauvaise qualité aux touristes⁵⁰. Il convient en outre de donner à ceux-ci des repères reconnus internationalement (sous la forme d'étoiles) pour apprécier les conditions de confort dans les établissements d'hébergement par rapport aux prix demandés.

1.5.3. - La valorisation et la conservation du patrimoine culturel

L'Administration nationale du Tourisme n'a eu, jusqu'à maintenant, aucune activité dans ce domaine. Mais on peut remarquer que le décret fixant les attributions du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme⁵¹ prévoit, dans son article 30, que "le Service Patrimoine et Aménagements touristiques a pour attributions, en concertation avec les institutions concernées, de faire connaître, valoriser, préserver et promouvoir le patrimoine culturel par le biais du tourisme". Outre les municipalités qui ont la possibilité (dans les limites de leurs moyens financiers) d'intervenir indirectement sur le potentiel touristique, notamment par le ramassage des ordures, l'embellissement des centres urbains, la réalisation d'infrastructures de toute nature, etc., la conservation et la mise en valeur de sites culturels potentiels sont sous la responsabilité de la Direction des Arts et de la Culture qui est rattachée au Ministère de la Culture et de la Communication.

Depuis le début de 2001, la Mauritanie a bénéficié d'un important projet d'un montant approximatif de 1,4 milliard d'U.M. cofinancé par la Banque mondiale et le Gouvernement mauritanien, le Projet "Sauvegarde et Valorisation du Patrimoine culturel mauritanien" (P.S.V.P.C.M.). Son objectif était d'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie globale visant à protéger et valoriser le patrimoine culturel mauritanien dans toute sa diversité. Ce projet a brusquement été interrompu à la fin de 2003 et a cessé toute activité au milieu de 2004.

Le Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme était représenté dans l'un des organes de pilotage du projet, le Conseil national du Patrimoine culturel, notamment chargé de :

- définir la stratégie nationale de sauvegarde et de valorisation du patrimoine culturel et d'en superviser la mise en œuvre ;
- recevoir et approuver les propositions du Comité d'Orientation, relatives aux programmes et au financement qu'accorde le projet, conformes à la stratégie globale.

Le P.S.V.P.C.M. comportait les 6 composantes suivantes :

- 1 - **La protection des sites historiques**, incluant les sites préhistoriques et les sites historiques proprement dits (dont les quatre villes anciennes classées au Patrimoine mondial de l'Humanité) ;
- 2 - **La protection et la diffusion des manuscrits anciens** ;
- 3 - **L'artisanat**, avec la mise en œuvre des actions suivantes, en liaison avec le Projet "Bureau d'Appui aux petites Entreprises en Mauritanie" (BAPEM)⁵² ;
- 4 - **L'appui au tourisme culturel** portant notamment sur la mise en place de syndicats d'initiative dans les villes historiques et d'un "Conseil national du Tourisme", ainsi que sur le financement de la représentation de la Mauritanie dans des foires et salons internationaux ;

⁵⁰ - Voir les paragraphes 1.2.5. et 1.2.6. ci-avant.

⁵¹ - Décret n°077-2007 du 14 juin 2007.

⁵² - Projet mis en place en 1993, avec un financement de la Coopération allemande et sous la tutelle de la Direction de l'Artisanat.

5 - **Les activités culturelles vivantes** (festivals, forums, expositions, publications, films, sites Internet, conférences internationales, etc.) ;

6 - **Le renforcement des institutions culturelles**, visant à assurer la meilleure articulation possible entre les différentes institutions intervenant dans le domaine culturel en vue d'une mise en œuvre efficace de la politique culturelle.

Le P.S.V.P.C.M. s'est, dans un premier temps, attaché à prendre en compte les aspects institutionnels, d'une part en mettant en place les différentes structures prévues pour la mise en œuvre du projet et, d'autre part en lançant l'étude d'audit organisationnel. Le volet "Appui au tourisme culturel" devait atteindre un montant d'au moins 100 millions d'U.M.. Parmi les actions réalisées, on peut citer l'édition d'un guide avec l'appui de la Coopération française, la réalisation d'un écomusée régional à Atar et une expérience-pilote d'un syndicat d'initiatives à Chinguetti, ainsi que le lancement d'une étude sur la communication sur le tourisme culturel.

La Direction des Arts et de la Culture a théoriquement repris les attributions du P.S.V.P.C.M., mais elle ne dispose que de très peu de moyens alors que les besoins sont considérables. Son action semble s'orienter plutôt vers la conservation et la sauvegarde des formes traditionnelles de la culture mauritanienne ou vers l'encouragement aux artistes contemporains (peinture, musique, etc.). Elle supervise l'inventaire des manuscrits anciens retranscrits sur CD-Rom, qui porte sur 3 000 manuscrits traités par l'Institut mauritanien de Recherche scientifique (I.M.R.S.) et sur 1 000 manuscrits traités par la Fondation nationale pour la Sauvegarde des Villes anciennes (F.N.S.V.A.). Cette dernière entité conduit l'essentiel des actions visant à la sauvegarde du patrimoine bâti. Elle a été créée en 1993 pour préparer et accompagner l'inscription au Patrimoine mondial de l'Humanité des quatre villes anciennes (Oualata, Chinguetti, Tichit et Ouadane) qui est devenue effective en 1996. Elle a pour vocation essentielle de coordonner les actions entreprises en faveur de ces villes, sous la double problématique suivante :

- définir et mettre en œuvre les actions de développement destinées à doter les villes anciennes d'un minimum d'infrastructures et d'activités économiques génératrices d'emploi (notamment dans les secteurs du tourisme et de l'artisanat), de manière à inverser les mouvements migratoires ;
- identifier et restaurer le patrimoine bâti ou culturel existant dans ces villes.

Ces objectifs relèvent d'une action multisectorielle et ont rendu nécessaire la création d'une institution interministérielle, avec le statut d'un établissement public à caractère administratif. Depuis sa création, la F.N.S.V.A. a mis en œuvre plusieurs actions dans les différents domaines concernés, notamment en matière de conservation des manuscrits et d'incitation à l'ouverture de petits centres d'hébergement. Les programmes d'intervention réalisés au cours des années précédentes ont été les suivants pour chacune des villes concernées :

<i>Villes</i>	<i>Principales actions</i>
Ouadane	- Réhabilitation du minaret de la mosquée (UNESCO) - Réhabilitation du mur d'enceinte de la vieille ville et de l'ancienne mosquée (Coopération portugaise)
Oualata	- Réhabilitation culturelle du centre historique (Coopération espagnole) - Développement des cultures maraîchères

Tichit	<ul style="list-style-type: none"> - Projet intégré de développement (sur financement de la BID) - Actions de lutte contre la pauvreté et d'insertion - Création d'une auberge - Désensablement du centre historique - Création d'une bibliothèque et d'une maison d'exposition
Ouadane et Chinguetti	- Création d'une bibliothèque destinée à cataloguer, restaurer et présenter les vieux manuscrits (appui de l'UNESCO, de la FNAC, de l'Association "Bibliothèques du Désert" et de la société Rhône-Poulenc)

Le projet relatif à Ouadane et Chinguetti, très important pour le patrimoine mauritanien, avait fait l'objet d'une étude préalable pour la ville de Chinguetti⁵³. Une vieille maison avait été fournie par la Fondation Abbott pour la réalisation du projet, mais les moyens financiers se sont avérés insuffisants pour le réaliser. En outre, des difficultés pour la mise en œuvre de ce projet sont venues :

- de conflits de compétence avec le Projet "Sauvegarde et Valorisation du Patrimoine culturel mauritanien" et de l'absence d'arbitrage ;
- du décalage de l'information entre l'UNESCO, la F.N.S.V.A. et les propriétaires de manuscrits ;
- de l'attitude de ces derniers qui considèrent souvent les manuscrits comme des biens patrimoniaux nobles dont ils refusent de se dessaisir.

Le bilan d'ensemble de la F.N.S.V.A. est mince par rapport à l'ampleur des besoins, mais tout à fait honorable si on le compare aux moyens mis en œuvre. Son budget de fonctionnement ne s'élève en effet qu'à environ 20 millions d'U.M., les investissements réalisés étant financés par la mobilisation de l'aide internationale bi ou multilatérale.

Il convient en outre de signaler que l'Union européenne a financé, dans le cadre du 8^{ème} FED, le "Projet d'Appui à la Commune de Chinguetti". Ce projet comporte un volet "Tourisme et Communication" mis en œuvre depuis 2003 et dont l'objectif général est de permettre l'organisation du secteur tourisme afin de promouvoir les activités socioéconomiques directement ou indirectement liées au tourisme. La première phase de ce volet (juillet-août 2003) a été consacrée à l'évaluation de la situation, à la connaissance du terrain et à l'acquisition d'informations relatives à l'offre touristique à Chinguetti, aux potentialités de développement de la ville, aux capacités d'accueil et aux divers problèmes soulevés par la progression rapide et inorganisée du secteur touristique.

La deuxième phase (mars 2004) a essentiellement préparé des propositions de développement et une stratégie de communication et a établi une liste de mesures à prendre et un calendrier pour leur réalisation. Ces propositions concernaient notamment :

- l'aménagement de l'entrée de la ville ;
- l'information des touristes ;
- l'amélioration de l'esthétique générale de la commune, en particulier de la cité historique.

⁵³ - Voir : "Projet Bibliothèque publique à Chinguetti" (Fase I, Réhabilitation Bâtiment A) par Collegi d'Aparelladors i Arquitectes Tecnics de Barcelona - Février 2000.

La troisième phase (décembre 2005) avait pour but de concrétiser et de réaliser les actions préconisées, notamment par l'élaboration d'une plaquette de présentation du projet dans son ensemble. Si les propositions relatives à l'entrée de la ville et à la signalétique ont bien été précisées et la plaquette élaborée, il n'y a pas eu, jusqu'à maintenant, de réalisations concrètes relatives au volet "Tourisme et Communication" du projet.

Actuellement, il ne semble pas exister de projets importants relatifs aux quatre villes classées au Patrimoine mondial de l'Humanité. L'UNESCO, à la suite de la visite en Mauritanie de son Secrétaire général, a débloqué un financement de l'ordre de 40 000 \$ pour la mise en œuvre de projets ponctuels à Tichit.

De façon générale, les responsables de la F.N.S.V.A. sont conscients que le tourisme constitue l'activité économique durable principale pour les villes classées et peut représenter un outil fondamental pour leur sauvegarde. Mais ils sont très critiques sur le bilan que l'on peut tirer des 10 dernières années, principalement à Ouadane et à Chinguetti où l'afflux des touristes s'est traduit par d'importants dégâts (vols de pierres anciennes, achats illicites de vieux manuscrits, etc.). L'objectif à atteindre leur semble être celui d'un tourisme à motivation essentiellement culturelle (et non plus seulement ou principalement orienté vers la découverte du désert) et de qualité.

1.5.4. - La valorisation et la conservation du patrimoine naturel

Les potentialités touristiques constituées par l'exploitation des ressources écotouristiques du pays sont placées sous la responsabilité du Ministère délégué auprès du Premier Ministre, et plus particulièrement de :

- la Direction du Contrôle environnemental, dont la fonction principale est d'assurer le contrôle de l'impact des projets de différente nature sur l'environnement et, le cas échéant, d'empêcher leur mise en œuvre ;
- la Direction des Aires protégées et du Littoral qui supervise la gestion des Parcs nationaux du Banc d'Arguin et du Diawling et contrôle l'utilisation du littoral dans une optique de développement durable.

Les modalités de gestion de ces trois attractions majeures pour le tourisme mauritanien sont analysées ci-dessous.

a) Le Parc national du Banc d'Arguin (P.N.B.A.)

L'entité en charge de la valorisation et de la gestion du Parc national du Banc d'Arguin s'est préoccupée depuis plusieurs années déjà de son utilisation à des fins touristiques. Dès 1991, une réflexion conduite en tenant compte des caractéristiques très spécifiques du parc et des résultats d'une étude de marché a conduit à l'établissement de scénarios de valorisation et de mise en valeur touristique du parc. Plusieurs missions et une étude conduite par un bureau d'études spécialisé à partir de 1995 ont abouti à l'élaboration d'une stratégie pour le développement de l'écotourisme dans le parc en juin 1999.

Cette stratégie, s'appuyant sur les points forts découlant des attraits naturels du parc et des contraintes liées à la fragilité des écosystèmes, a fixé les règles suivantes pour les interventions à mettre en œuvre en matière de développement touristique :

- compatibilité avec les missions de conservation et de développement durable du Parc national du Banc d'Arguin ;
- mise en valeur de la dualité désert-océan et définition claire des clientèles-cibles en accordant une attention particulière aux nationaux ;
- minimisation des impacts négatifs sur les populations et les milieux, tout en optimisant les retombées positives, économiques ou autres ;
- respect de l'équité entre les communautés du parc en termes de prise en charge d'activités comme de revenus ;
- mise en place d'un processus de suivi et d'évaluation permettant de garantir la maîtrise et le contrôle des activités.

Le P.N.B.A. a été ouvert aux visites du public depuis octobre 2001, moyennant un droit d'entrée assez faible, mais toutefois dissuasif pour de nombreuses familles mauritaniennes. L'entrée se fait par trois points différents : au nord depuis Nouadhibou, au sud par Nouâmghâr depuis Nouakchott et au centre. Une charte a été imposée aux agences de voyages désirant faire visiter le parc à des touristes. Celles-ci ont signé la charte et se sont engagées à respecter et à faire respecter un certain nombre de règles relatives au soutien à l'économie locale et au respect de l'environnement.

Pour favoriser le développement touristique durable du P.N.B.A., l'entité de gestion est intervenue pour développer le produit commercialisable sur deux aspects essentiels :

- d'une part, en accompagnant les initiatives locales, notamment pour la création et la gestion de campements touristiques ;
- d'autre part, en réalisant des formations avec des formateurs canadiens spécialisés, portant sur le guidage de groupes, la gestion, la planification des produits, etc.⁵⁴.

La commercialisation des visites du parc par les agences de voyages mauritaniennes et les tour-opérateurs étrangers s'est rapidement développée et cette attraction entre dans de nombreux circuits touristiques commercialisés à l'étranger⁵⁵.

Les grandes potentialités touristiques du P.N.B.A. en font, malgré les limitations liées aux contraintes écologiques, un attrait essentiel pour le tourisme mauritanien. Sa capacité de charge en nombre de touristes n'a pas encore été évaluée. Il est toutefois certain que, pour le moment, c'est la capacité d'accueil et non la capacité de charge qui constitue le facteur limitant.

b) *Le Parc national du Diawling (P.N.D.)*

Par suite de la sécheresse au Sahel dans les années 70 et des modifications du régime du fleuve Sénégal liées à la construction du barrage de Diama, l'aménagement de digues et d'ouvrages a été jugé nécessaire pour recréer l'inondation saisonnière et régénérer les écosystèmes dégradés. Ces travaux ont pu être réalisés grâce aux apports de la coopération internationale : Nations Unies (Convention de Ramsar), Pays-Bas, France (A.F.D.), et Union internationale pour la Conservation de la Nature (U.I.C.N.), principalement.

⁵⁴ - Voir le paragraphe 1.5.6. ci-après.

⁵⁵ - Voir le paragraphe 1.4.2. et le tableau N°6 ci-avant.

Depuis juin 2005, le Parc national du Diawling et ses environs font partie de la “Réserve de Biosphère transfrontalière du Delta”, zone classée dans le cadre du Programme “Hommes et Biosphère” mis en œuvre par l’UNESCO. Dans sa partie sénégalaise, cette zone regroupe le Parc du Djoudj, le lac de Guiers et le delta du fleuve Sénégal jusqu’à Saint Louis.

L’exploitation de l’attraction touristique que constitue le Parc du Diawling dans son état actuel peut être favorisée par la présence à 40 kilomètres du campement de Keur Macène, exploité par la Société M.K.H. (filiale de la Société M.K.T.). Mais la présence d’une digue empruntée par les voitures entre la barrage de Diama et Rosso, qui longe le parc à l’est et à partir de laquelle de nombreux oiseaux peuvent être vus, est un élément dissuasif pour l’entrée dans le parc. Les gestionnaires du parc ont l’intention d’y développer des activités écotouristiques grâce à :

- la multiplication des circuits dans le parc et dans ses environs ;
- la formation de guides-accompagnateurs ;
- la création d’un équipement devant être géré par un opérateur issu de la population résidant dans le parc ou dans ses environs.

Le fait que le Parc du Diawling ne soit pas clôturé et fermé constitue un handicap, à la fois pour la protection des espèces et pour la rentabilisation de son potentiel touristique.

Les responsables de la gestion du P.N.D. se préoccupent de plus en plus de son avenir touristique, dans une perspective de développement durable au bénéfice des populations vivant à l’intérieur des limites du parc (de l’ordre de 20 000). En 2005, une étude a été réalisée par un consultant allemand sur le développement de l’écotourisme dans le Parc national du Diawling et sa zone périphérique. Elle propose notamment à court terme :

- la sensibilisation et la formation des habitants des villages concernés par l’accueil et l’hébergement de touristes étrangers ;
- la création d’une boutique artisanale et d’un écomusée à l’entrée du parc ;
- la détermination de nouveaux circuits en liaison avec les opérateurs touristiques et les populations concernées ;
- le développement de publications sur les caractéristiques du parc à l’intention des touristes et des visiteurs.

A plus long terme, cette étude préconise :

- le renforcement des moyens humains pour assurer la coordination des actions entreprises par le P.N.D. en matière d’écotourisme ;
- le renforcement des infrastructures et des moyens matériels ;
- l’accroissement des moyens financiers,
- le renforcement du partenariat entre les différents acteurs (responsables du P.N.D., opérateurs privés et populations).

Jusqu’à maintenant, ces propositions n’ont pas été mises en œuvre, essentiellement par manque de moyens.

c) L’aménagement du littoral

Entre décembre 2004 et mai 2005, le Secrétariat d'Etat auprès du Premier Ministre chargé de l'Environnement⁵⁶ a fait élaborer le Plan directeur d'Aménagement du Littoral mauritanien (P.D.A.L.M.) par des bureaux d'études spécialisés⁵⁷, avec les financements et l'appui technique de la Coopération française et de l'Union mondiale pour la Nature (U.I.C.N.).

Le processus d'élaboration s'est poursuivi par des ateliers nationaux et diverses manifestations qui ont impliqué la participation des différents types de publics concernés.

Le P.D.A.L.M., qui intègre les principaux enjeux d'une approche de développement durable appliquée au littoral (humain et social, économique, écologique et insertion harmonieuse du littoral dans les contextes national et régional), prend en compte le principe de précaution, ce qui requiert une approche anticipative. Il est prévu que, pour les secteurs du littoral qui sont soumis à des dynamiques remarquables d'occupation et de mise en valeur ou pour la prévention de risques particuliers ou prioritaires, des documents de planification détaillée, appelés Directives d'Aménagement littoral (DAL) seront établis.

Les orientations d'aménagement retenues sont les suivantes :

- favoriser une gestion unifiée et harmonisée du littoral,
- anticiper les changements,
- affecter l'espace aux activités de façon claire et optimale,
- préserver les fonctions écologiques des écosystèmes naturels du littoral,
- renforcer et professionnaliser les filières d'activité spécifiques du littoral,
- informer les publics et favoriser l'aide à la décision,
- construire les capacités d'une gestion territoriale du littoral,
- renforcer la dimension régionale de la gestion des ressources communes.

L'élaboration d'une DAL serait requise en particulier pour tout nouveau projet ou pour l'extension d'un projet existant susceptibles de modifier substantiellement dans une zone donnée les modalités d'occupation et/ou de mise en valeur du littoral. Les DAL seront élaborées sous la responsabilité de l'Etat et à son initiative, sous l'autorité du Conseil interministériel d'Aménagement du Littoral.

Un Observatoire national du Littoral sera créé, afin de coordonner et de contrôler la mise en œuvre du P.D.A.L.M. Il est prévu que la création de cet observatoire soit financé en partie par l'Agence française de Développement (A.F.D.).

D'après le P.D.A.L.M., le développement soutenable de l'activité touristique sur le littoral repose sur les piliers suivants :

- la complémentarité avec les produits du désert,
- le développement des produits spécialisés d'écotourisme,
- le respect de la capacité de charge des sites,
- la professionnalisation des opérateurs,
- l'aménagement des sites,
- une politique raisonnée d'incitation et de sécurisation des investisseurs.

⁵⁶ - Devenu aujourd'hui le Ministère délégué auprès du Premier Ministre chargé de l'Environnement.

⁵⁷ - Le consortium RCT (Réseau de Conseil en Développement territorial) et Africonsult.

Il résulte de cette énumération que la mise en œuvre du P.D.A.L.M. est largement antinomique avec le développement le long du littoral d'un tourisme basé sur du balnéaire pur, qui se caractérise le plus souvent par du tourisme de masse et a des effets négatifs très importants sur l'environnement terrestre et maritime. Cette recommandation n'exclut pas des implantations très limitées d'unités d'hébergement en quelques points de la côte, à la condition qu'elles soient en harmonie avec le zonage du littoral. Le document définitif du P.D.A.L.M. doit être prochainement présenté au Conseil des Ministres pour approbation.

1.5.5. - La promotion touristique

Depuis sa création en 2002, l'Office national du Tourisme mauritanien (O.N.T.) a eu la responsabilité de l'ensemble des actions relatives à la promotion touristique⁵⁸. Ses activités ont essentiellement consisté à représenter la Mauritanie dans les foires et les salons spécialisés d'une part et à élaborer et diffuser des documents promotionnels d'autre part.

La présence de l'O.N.T. dans les foires et salons spécialisés a le plus souvent eu lieu en compagnie d'une délégation d'opérateurs privés, le coût du stand étant pris en charge par l'O.N.T. La présence de la Mauritanie a été pratiquement annuelle dans les salons internationaux suivants : I.T.B. à Berlin, S.M.T.V. à Paris, Top Résa à Deauville et les salons internationaux de Bruxelles et d'Alger. La direction de l'O.N.T. envisage d'assurer à court terme une présence dans les salons de Madrid (FITUR), de Milan et de Londres.

Les activités de l'O.N.T. destinées à améliorer la connaissance du secteur touristique mauritanien ont été les suivantes :

- édition de brochures de présentation générale de l'O.N.T. et de la Mauritanie ;
- édition de brochures de présentation de 3 destinations spécifiques (Nouakchott, l'Adrar et la Wilaya de Dakhlet Nouhadibou) ;
- publication d'un CD-Rom sur la Mauritanie : "Lettres de Mauritanie" ;
- constitution d'une banque de photos couvrant 13 régions du pays ;
- publication d'une revue trimestrielle, "La Voix du Tourisme", dont le numéro 6 a paru au deuxième trimestre 2007 et qui présente des informations relatives à la vie touristique nationale et internationale.

A l'exception du CD-Rom, réalisé par Claude Pavard et produit par Oasis Productions, les documents produits par l'O.N.T. sont peu attractifs, par suite de leur faible contenu et de leur qualité graphique médiocre. L'O.N.T. a un site Internet (<http://www.tourisme-mauritanie.com>), pas encore tout à fait terminé.

L'information touristique relative à la Mauritanie est relativement pauvre. Les principaux tour-opérateurs étrangers ou mauritaniens (le Point Afrique, SOMASERT, Adrar Voyages, M.K.T., notamment) éditent des documents promotionnels présentant les circuits qu'ils commercialisent ou la Mauritanie en général. Depuis quelques années, les principaux éditeurs français de guides touristiques ont publié un guide sur la Mauritanie. C'est notamment le cas de :

⁵⁸ - Voir le paragraphe 1.5.1.c ci-avant.

- Le petit futé Mauritanie⁵⁹,
- Campings du Maroc et de Mauritanie : guide critique⁶⁰,
- Mauritanie aujourd'hui⁶¹,
- Mauritanie⁶²,
- Mauritanie⁶³,
- Mauritanie (Guides Arthaud).

Il existe en outre des guides régionaux sur l'Adrar (en 2 volumes), la vallée du Fleuve ou la Route des Caravanes. La seule carte générale de la Mauritanie existante⁶⁴ utilisable par des touristes parcourant une zone étendue du pays est peu détaillée et obsolète, puisque sa dernière édition date de 1993.

L'O.N.T. prépare la publication d'un guide de la Mauritanie et d'une brochure sur chacune des 13 régions du pays, ainsi que d'une carte touristique.

A l'intérieur du pays, deux manifestations sont organisées :

- en octobre, un séminaire annuel dans l'Adrar organisé par la SOMASERT pour accueillir le premier avion charter de la saison et présenter la saison à venir ;
- le 27 septembre, la célébration, tous les deux ans, de la Journée mondiale du Tourisme organisée par la Direction du Tourisme en collaboration avec la Fédération du Tourisme et l'Association des Professionnels du Tourisme.

Cette manifestation, d'une durée de quatre jours, qui a eu lieu en 2004 pour la première fois et en 2006. Elle vise, avec la participation des opérateurs provenant de cinq régions du pays⁶⁵, à faire connaître le patrimoine national du pays avec ses coutumes et ses traditions :

- d'une part à des participants étrangers ;
- d'autre part à l'ensemble de la population mauritanienne.

Dans ce but, elle a pour objectif principal de contribuer au développement du tourisme durable en Mauritanie.

La promotion de la Mauritanie est en grande partie assurée par le déroulement chaque année au mois de janvier du Rallye Paris-Dakar qui bénéficie d'une couverture médiatique exceptionnelle. Mais il semble qu'aucune réflexion n'ait été conduite ni a fortiori aucune action engagée pour faire bénéficier plus directement le tourisme mauritanien de la notoriété acquise ainsi par la Mauritanie.

1.5.6. – La formation

⁵⁹ - par Dominique AUZIAS et Jean-Paul LABOURDETTE.

⁶⁰ - par Jacques GAN.

⁶¹ - par Jean-Claude KLITCHKOFF.

⁶² - par Gérard ANDRIEU.

⁶³ - par Bénédicte de VALICOURT.

⁶⁴ - La carte I.G.N. au 1/2 500 000.

⁶⁵ - L'Adrar, le Tagant, le Trarza, le Hodh El Gharbi et le Gorgol.

Bien que la formation relève de la compétence de la Direction du Tourisme, aucun agent de ce département n'est, de près ou de loin, en charge de la formation en matière touristique et hôtelière.

A partir de 1973 et jusqu'à la fin des années 70, 75 personnes ont été envoyées à l'étranger (principalement en Italie, au Maroc et au Sénégal) pour y suivre des stages (dont certains d'une durée de plus de 2 ans) dans les domaines du tourisme et de l'hôtellerie. La déperdition de cet important effort a été très grande :

- en premier lieu parce que certains boursiers n'ont pas terminé leur formation du fait d'une sélection insuffisamment rigoureuse ;

- en deuxième lieu parce qu'un grand nombre de stagiaires formés n'ont pu intégrer le secteur incapable d'absorber cette offre de main d'œuvre spécialisée.

Le nombre de ces cadres exerçant actuellement dans le secteur touristique ou hôtelier est insignifiant, les efforts entrepris n'ayant pas été renouvelés depuis la fin des années 70.

Il n'existe en Mauritanie aucun centre de formation spécialisé dans les domaines touristique et hôtelier, même au niveau le plus bas. Les rares actions mises en œuvre au début des années 2000 ou les projets envisagés sont décidés au coup par coup, sans plan d'ensemble et, apparemment, sans que la Direction du Tourisme soit directement associée à la prise de décisions ou intervienne dans le contenu des programmes.

On peut citer en particulier la formation de guides-accompagnateurs lancée par le Commissariat aux Droits de l'Homme, à la Lutte contre la Pauvreté et à l'Insertion : à partir d'une étude réalisée en 1999 sur les possibilités de création d'emplois de guides-accompagnateurs⁶⁶, un programme de formation de guides-accompagnateurs a été réalisé en collaboration avec les opérateurs privés et avec l'appui de la Coopération française : 20 personnes ont été formées pour les besoins de la SOMASERT pour la saison 1999-2000 puis, dans un deuxième temps, 50 étudiants chômeurs ont été recrutés et formés, sur lesquels 32 ont été intégrés dans la profession, malgré le ralentissement de l'activité enregistré à la suite des événements du 11 septembre 2001 ;

Depuis 2002, un Centre de Formation touristique et hôtelière a été créé par un opérateur privé. Il fonctionne dans des locaux installés à côté de l'hôtel Ahmedi⁶⁷, situé au bord de la mer, à quelques kilomètres de Nouakchott. Ce centre emploie, outre la direction générale, 5 enseignants. Les cours dispensés, d'une durée de 6 mois, dont un stage pratique d'un mois, portent sur la cuisine, la restauration, la réception, le service des étages et le guidage. Depuis juin 2002, un peu moins de 400 élèves ont été formés, dans la plupart des cas, grâce à un financement de l'ancien Commissariat aux Droits de l'Homme, à la Lutte contre la Pauvreté et à l'Insertion. Dans l'ensemble, il n'y a pas eu de problème de réinsertion dans le milieu professionnel pour les élèves formés, surtout pour les diplômés en hôtellerie ou restauration. Le centre est placé sous la tutelle du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme, dont un représentant valide les diplômes attribués. Le centre n'a plus d'activité, faute de financement, depuis 2006, mais il peut redevenir opérationnel très rapidement.

La Mauritanie s'est dotée d'un Programme décennal de Développement du Secteur éducatif (P.N.D.S.E.). Ce programme, qui porte sur l'ensemble du système éducatif, comprend quatre composantes majeures :

⁶⁶ - Voir : "Rapport provisoire de l'étude sur la formation des guides-accompagnateurs du tourisme" par Sidi Ould CHEIKH (mars-avril 1999).

⁶⁷ - Aujourd'hui fermé.

- l'amélioration de la qualité du fonctionnement des systèmes d'apprentissage dans tous les niveaux du secteur de l'éducation ;
- la promotion de l'équité d'accès à l'éducation ;
- l'amélioration des dispositifs de formation technique et professionnelle et de l'enseignement supérieur ;
- l'accroissement des capacités des institutions mauritaniennes dans la gestion administrative, financière et pédagogique de l'éducation.

Un des principaux objectifs du P.N.D.S.E. est l'adaptation du système de l'enseignement technique et de la formation professionnelle aux besoins quantitatifs et qualitatifs de tous les secteurs de production. Dans ce but, il a été décidé de :

- créer l'Institut national de Promotion de la Formation technique et professionnelle (INAP-F.T.P.), chargé d'assurer le secrétariat et la gestion du FAP-F.T.P., ainsi que la coordination et le soutien technique aux institutions et centres d'enseignement technique et de formation professionnelle ;
- mettre en place un Fonds autonome de Promotion de la Formation technique et professionnelle (FAP-F.T.P.).

Les actions dévolues à l'INAP-F.T.P. portent notamment sur :

- l'amélioration de la qualité et de la disponibilité de l'information concernant les besoins des entreprises en main d'œuvre qualifiée ;
- l'analyse et l'identification des principales tendances en termes d'évolution des besoins en compétences des entreprises ;
- le développement des modèles et systèmes d'apprentissage plus flexibles au niveau de la formation initiale, de la formation continue ou de la formation par alternance ;
- la rénovation des programmes de formation ;
- la mise en place d'un système de suivi et d'évaluation de l'insertion des diplômés de l'enseignement technique et professionnel ;
- le développement d'un modèle de gestion et de financement des centres de formation, basé sur la performance.

A partir de 2004-2005, l'INAP-F.T.P. a, en particulier, lancé 10 études sectorielles destinées à mettre en évidence les besoins actuels et futurs en formation technique et professionnelle pour chacun de ces secteurs. Les résultats de l'étude relative au secteur de l'hôtellerie et du tourisme ont été présentés en août 2006. A partir de l'analyse détaillée d'un échantillon représentatif d'hôtels et d'auberges, d'agences et de bureaux de voyages, ainsi que de restaurants, des projections des besoins en formation ont été établies à partir d'un accroissement du nombre d'établissements de chaque catégorie évalué en prenant pour base le nombre d'établissements nouveaux ayant reçu un agrément entre 1999 et 2004. Cette méthode est évidemment très contestable, mais, en l'absence de statistiques de base fiables et de toute stratégie officielle de développement touristique, c'était la seule utilisable.

Les recommandations découlant de l'étude sont très pertinentes et portent notamment sur :

- la formation de formateurs dans les disciplines générales et les disciplines techniques ;

- la mise en œuvre à court terme d'un programme triennal de formation continue destiné aux 3 300 employés du secteur ;
- la mise en place d'une structure permanente de formation initiale et continue aux métiers de l'hôtellerie et du tourisme ;
- le développement de l'assistance aux entreprises.

Le FAP-F.T.P., installé auprès de l'INAP-F.T.P. est opérationnel depuis janvier 2004. Il s'agit d'un mécanisme d'ingénierie et de financement de la formation, au service des entreprises privées installées en Mauritanie. Il a pour objet principal d'inciter celles-ci à participer au développement de modes de formation technique et professionnelle répondant à leurs besoins en qualifications à travers un concours financier partiel. Après instruction des demandes de financement par le Secrétariat du Fonds, composé de 3 personnes, le Comité d'Attribution des Financements (CAF) examine et approuve ces demandes, sur la base du Manuel des Procédures. Ce comité comprend 5 représentants des employeurs désignés par la Confédération nationale des Employeurs de Mauritanie, mais ne comprend pas de représentant du ministère technique correspondant au secteur d'activité de l'entreprise ayant formulé une demande de financement. En septembre 2007, de l'ordre de 3 000 employés (tous secteurs confondus) ont bénéficié d'une formation de courte durée (60 heures en moyenne) grâce à un financement accordé par le Fonds.

Il est urgent que l'entité publique responsable de la formation touristique et hôtelière, en l'occurrence la Direction du Tourisme, soit en mesure de définir et de piloter la politique de formation relative au secteur tourisme et hôtellerie. Pour cela, elle doit disposer en son sein d'un service compétent en la matière, susceptible de préciser les besoins en formation actuels et futurs et de contrôler le système de formation technique et professionnel qui sera mis en place en la matière. Il conviendra, d'une part de tenir compte des besoins quantitatifs prioritaires de manière à ne pas former des chômeurs et, d'autre part d'assurer une formation valable permettant d'avoir des futurs employés dans le secteur avec un niveau de qualification répondant aux exigences découlant du type de développement touristique choisi. Il est évident, compte tenu de la pénurie existante, que tout effort sérieux à moyen ou long terme en matière de formation touristique et hôtelière passe préalablement par la mise en œuvre d'un programme de **formation des formateurs**.

1.5.7. – Les groupements professionnels

Les professionnels du tourisme et de l'hôtellerie sont relativement bien organisés. Ils sont regroupés en deux entités distinctes qui, même si elles poursuivent sensiblement des objectifs comparables, n'en sont pas moins très différentes dans leurs approches et dans leur mode de fonctionnement.

a) La Fédération du Tourisme

La Fédération du Tourisme est née en août 2006 de la scission de l'ancienne Fédération des Banques, du Tourisme et des Services (F.B.T.S.), au sein de laquelle les professions du tourisme et de l'hôtellerie avaient du mal à faire entendre leur voix. Elle est l'une des 10 fédérations de la Confédération générale des Employeurs mauritaniens (C.G.E.M.). Celle-ci a pour vocation l'étude, la défense et la représentation des intérêts économiques, industriels et commerciaux de l'ensemble de ses adhérents regroupés au sein des fédérations professionnelles.

La C.G.E.M. entretient des relations de collaboration confiantes avec l'ensemble des autorités politiques et administratives, les organismes dépendant de l'Etat et les organisations nationales. Ses représentants sont régulièrement invités à participer aux travaux des comités, commissions et groupes d'études chargés par le gouvernement d'étudier les problèmes économiques, sociaux et autres touchant l'ensemble des secteurs de la vie nationale. Ses représentants participent très souvent aux travaux des grandes commissions mixtes de coopération avec les partenaires de la Mauritanie, aux négociations des accords de commerce et de coopération, ainsi qu'aux missions auprès de pays étrangers.

Les fédérations de la C.G.E.M. ont également une mission dynamique en faveur du développement et constituent une force technique de proposition. Cela a été particulièrement le cas de l'ancienne F.B.T.S., avec notamment des propositions en matière de choix d'une stratégie de développement touristique⁶⁸ ou en matière de formation touristique et hôtelière⁶⁹. Actuellement, la Fédération du Tourisme a plutôt un rôle de contestation vis-à-vis de l'Administration nationale du Tourisme. Elle estime qu'elle n'est pas suffisamment associée aux prises de décision. Ses griefs portent notamment sur :

- l'insuffisance de la représentation des opérateurs privés au sein du Conseil d'Administration de l'O.N.T. (2 membres sur 12), ce qui l'a entraînée à refuser d'y siéger depuis sa création ;
- l'octroi des agréments aux nouvelles entreprises par la seule Direction du Tourisme, alors qu'un Comité incluant des représentants du secteur privé devrait normalement être périodiquement réuni.

La Fédération du Tourisme pense que les règles normales de la concurrence sont faussées dans le fonctionnement actuel du tourisme mauritanien et que les retombées économiques de celui-ci pour les populations sont très nettement inférieures à ce qu'elles devraient être.

b) L'Association des Professionnels du Tourisme (A.P.T.)

L'A.P.T., qui a le statut d'une association, a été créée en 1996. Elle regroupe les sociétés de location de voitures, les agences de voyages, les hôtels et les opérateurs touristiques de toute nature. Elle a comme buts principaux de :

- organiser les opérateurs touristiques et faire leur unité ;
- étudier et rechercher les solutions qui se posent au secteur tourisme ;
- orienter le secteur vers des voies plus porteuses d'intérêt ;
- donner une meilleure image du secteur à l'intérieur comme à l'extérieur ;
- défendre la profession du tourisme.

Cette association, qui comptait plus de 50 membres en 2002, est tombée en sommeil pendant plusieurs années et n'a redémarré que depuis quelques mois. Elle compterait actuellement une vingtaine de membres. Ses responsables mettent l'accent sur les problèmes de formation professionnelle, sur les facilitations touristiques à l'entrée dans le pays ou à l'intérieur, sur le financement des entreprises du tourisme et de l'hôtellerie dont les taux d'intérêt actuels sont jugés

⁶⁸ - Voir : "Potentiel touristique : contraintes de développement" - Contribution au Rapport de la Commission technique issue du Comité interministériel sur le tourisme, par la F.B.T.S. (avril 2000).

⁶⁹ - Voir le paragraphe 1.4.5. précédent.

beaucoup trop élevés⁷⁰, sur le suivi statistique, sur l'absence d'un arsenal juridique et réglementaire adéquat, ainsi que sur l'assainissement des professions touristiques et hôtelières. Plusieurs membres de l'A.P.T., y compris parmi ses dirigeants, sont également membres de la F.B.T.S. et cette double appartenance ne semble pas poser de problèmes particuliers.

1.5.8. – Le transport aérien

Il constitue l'un des éléments déterminants pour le développement futur du tourisme mauritanien.

a) Le trafic aérien

La desserte aérienne internationale de la Mauritanie est assurée par les aéroports de Nouakchott et d'Atar, ainsi que, dans une moindre mesure, par l'aéroport de Nouhadibou. Le premier sert aux vols réguliers assurés par les compagnies Air France, Royal Air Maroc, Air Algérie, Tunis Air, Air Sénégal International et Bintair (Canaries). Les pays desservis directement à partir de Nouakchott sont donc relativement peu nombreux (France, Maroc, Algérie, Tunisie, Sénégal ou Les Canaries), mais des correspondances relativement faciles peuvent être assurées à partir de ces destinations, notamment vers les pays européens ou les pays du Moyen-Orient.

Le tableau N°8 ci-dessous présente l'évolution du trafic par aéroport entre 1999 et 2006.

**Tableau N°8 : EVOLUTION ENTRE 1999 ET 2006
DU TRAFIC AERIEN A NOUAKCHOTT, NOUHADIBOU ET ATAR**

Source : Société des Aéroports de Mauritanie (SAM)

Nombre d'atterrissages									
Aéroport et type de vols Année	NOUAKCHOTT			NOUHADIBOU			ATAR		
	Vols nationaux	Vols régionaux	Vols internationaux	Vols nationaux	Vols régionaux	Vols internationaux	Vols nationaux	Vols régionaux	Vols internationaux
1999	805	797	277	625	138	104	n.d.	-	17
2000	826	1 191	331	673	52	110	n.d.	-	46
2001	822	915	274	686	47	127	n.d.	-	56
2002	913	920	248	696	40	145	n.d.	-	72
2003	724	1 126	296	595	2	128	n.d.	-	74
2004	610	1 161	361	491	1	154	n.d.	-	74
2005	317	1 230	440	279	3	128	n.d.	-	67
2006	127	1 011	529	125	-	125	n.d.	-	63
Taux annuel de croissance (%)	- 23,2	+ 3,5	+ 9,7	- 20,5	-	+ 2,7	n.d.	-	+ 20,6

⁷⁰ - Voir le paragraphe 1.5.11.c ci-après.

Nombre de passagers au départ									
Aéroport et type de vols Année	NOUAKCHOTT			NOUHADIBOU			ATAR		
	Vols nationaux	Vols régionaux	Vols internationaux	Vols nationaux	Vols régionaux	Vols internationaux	Vols nationaux	Vols régionaux	Vols internationaux
1999	44 468	24 630	22 822	30 411	177	2 495	n.d.	-	3 814
2000	46 310	25 494	25 066	31 753	325	2 918	n.d.	-	5 351
2001	33 477	27 208	21 998	31 877	421	3 340	n.d.	-	7 282
2002	49 040	39 112	26 098	36 273	317	4 163	n.d.	-	9 271
2003	45 749	45 408	27 135	35 951	91	4 326	n.d.	-	10 325
2004	40 066	55 763	30 065	35 008	-	4 501	n.d.	-	10 703
2005	15 955	60 212	36 604	12 999	-	3 982	n.d.	-	10 562
2006	5 016	61 660	32 935	3 973	-	3 380	n.d.	-	10 033
Taux annuel de croissance (%)	- 26,8	+ 14,0	+ 5,4	- 25,2	-	+ 4,4	n.d.	-	+ 14,8

Les données présentées ci-dessus montrent des évolutions différentes suivant la nature des vols.

- les vols intérieurs ont commencé à baisser (en nombre d'atterrissages aussi bien qu'en nombre de passagers au départ) dès 2003, à la fois à Nouakchott et à Nouhadibou, à cause des difficultés d'Air Mauritanie et ont cessé en 2007 avec la disparition de la compagnie nationale ;
- les vols régionaux ont été interrompus à Nouhadibou à partir de 2004, alors que le nombre de passagers au départ de Nouakchott pour ce type de vols a considérablement augmenté pendant la période considérée ;
- les vols internationaux ont sensiblement augmenté à Nouakchott et un peu plus faiblement à Nouhadibou (en nombre d'atterrissages aussi bien qu'en nombre de passagers au départ) ;
- la forte croissance moyenne du nombre d'atterrissages et du nombre de passagers au départ d'Atar dissimule une légère régression depuis 2004.

La faiblesse du trafic et l'absence de véritable concurrence, notamment entre l'Europe et la Mauritanie, font que les tarifs sont très élevés par rapport à d'autres destinations africaines comparables. Toutefois, certains tour-opérateurs (Nouvelles Frontières, Club Aventure, Explorator, etc.) ont pu obtenir des tarifs permettant de programmer à des prix compétitifs des circuits au départ de Nouakchott à partir de vols Paris-Nouakchott. Un nombre non négligeable de touristes arrive en Mauritanie après avoir débarqué au Sénégal, soit à Dakar soit à Saint-Louis.

Mais l'élément déterminant pour le décollage du tourisme mauritanien a été l'instauration de vols charters entre la France (Paris et Marseille, puis Mulhouse-Bâle à partir de décembre 2007) et Atar à des prix aller et retour à partir de 400 € environ. Cette solution, qui a permis d'atteindre de l'ordre de 10 000 passagers, conduit à une forte concentration des touristes étrangers dans la Wilaya de l'Adrar.

La disparition d'Air Mauritanie en 2006 a provoqué un grand vide pour la desserte de l'Europe et plus particulièrement de la France, ainsi que des pays voisins de l'Afrique occidentale. Ce vide a rapidement été comblé par les compagnies desservant la Mauritanie, particulièrement Air France (qui s'est positionnée plutôt sur la clientèle haut de gamme), Royal Air Maroc et Air

Sénégal International. En revanche, jusqu'à maintenant, les vols intérieurs ne sont pas assurés, ce qui pose de sérieux problèmes, compte tenu des grandes distances entre les principales villes du pays.

Une nouvelle compagnie mauritanienne, dont la majorité du capital est détenue par Tunisair, a été créée en janvier 2007, à partir d'un projet défini en 2002. Le premier vol commercial de cette compagnie a eu lieu le 7 novembre 2007. Cette compagnie assurera des vols intérieurs sur Nouhadibou, Zouérate, Sélibaby et Néma et desservira Dakar, Bamako, Abidjan, Conakry et Casablanca.

Elle compte également assurer une liaison sur la France et l'Espagne, mais elle n'a pas encore obtenu les droits de trafic correspondants. Les objectifs à 5 ans sont de disposer de trois avions (dont 2 A 320) et de transporter, à cet horizon, 50% de touristes, grâce au système des blocs-sièges. Elle compte également opérer sous forme de charter entre Paris et Atar, ainsi qu'entre Paris et Néma.

b) Les équipements

L'allongement à 1 600 mètres de la piste de l'aéroport de Néma est terminé et le nouvel aéroport est opérationnel depuis 2005, mais il n'a pas encore commencé à fonctionner, ni comme aéroport national puisque les vols intérieurs sont interrompus, ni comme aéroport international accessible aux moyens courriers. Des vols charters entre l'Europe et Néma sont envisagés à court terme par plusieurs opérateurs (Le Point Afrique, Mauritania Airways, etc.). L'ouverture de ces vols devrait entraîner à brève échéance une accélération du développement touristique des régions situées au sud-est du pays.

Des travaux de remise en état de plusieurs aéroports viennent d'être réalisés, sont en cours ou prévus à court terme, notamment :

- la rénovation de l'aéroport de Zouérate qui est achevé ;
- l'équipement des aéroports de Néma, Sélibaby et Atar en véhicules de lutte contre les incendies ;
- la modernisation de l'aéroport de Sélibaby (piste et aérogare) qui permettra d'accueillir des Boeing 737 ;

Le projet du nouvel aéroport de Nouakchott soutenu par la Coopération chinoise a été abandonné. Un nouveau projet est envisagé en 2 phases :

- dans un premier temps, remise en état des installations actuelles ;
- puis, à l'issue d'une période d'au moins 5 ans, transfert de l'aéroport à 25 km du centre de Nouakchott, sur la route de Nouhadibou.

Les études détaillées doivent commencer avant la fin de 2007.

Les objectifs quantitatifs consistent à atteindre, dans un premier temps, de 200 à 250 000 passagers sur les vols internationaux (et 300 000 au moins avec les vols intérieurs) pour les vols atterrissant à Nouakchott et Nouhadibou. L'objectif ultérieur est de passer rapidement à 500 ou 600 000 passagers sur ces 2 aéroports, ce qui suppose un fort accroissement de la fréquentation touristique.

1.5.9. – Les facilitation touristiques

Cette dénomination regroupe toutes les formalités d'ordre administratif auxquelles un touriste étranger doit se soumettre lorsqu'il visite un pays. Ces formalités sont à accomplir à plusieurs stades :

- avant le départ de son pays d'origine, le touriste doit se soumettre aux formalités d'obtention du visa ;
- à l'arrivée dans le pays de destination,

Dans le cas de la Mauritanie, ces formalités sont particulièrement lourdes et contraignantes :

- un visa est nécessaire pour toute entrée d'un étranger sur le territoire national, y compris pour une visite de courte durée, même si elle concerne un groupe organisé de touristes (une journée ou une demie-journée comme c'est souvent le cas pour des touristes étrangers résidant au Sénégal par exemple) et le visa ne peut pas être obtenu à l'aéroport à l'arrivée, comme c'est le cas dans de nombreux pays, y compris des pays africains ;
- les formalités à accomplir par un visiteur étranger lors de son arrivée, en particulier à l'aéroport de Nouakchott, sont souvent longues et pénibles, à la fois à cause de l'inadéquation des installations existantes, qui devraient être modifiées rapidement⁷¹ et , surtout, à cause de l'attitude des agents des différents services concernés (police aux frontières, santé, douanes, etc.), dont l'attitude montre bien qu'ils n'ont, en général, reçu aucune formation adaptée pour ce genre de contact avec des touristes étrangers ;
- les contrôles routiers qui sont fréquents, notamment aux abords des principales villes, et sont très inopportuns pour des groupes de touristes de loisirs auxquels ces pratiques leur donnent une image très négative du pays qu'ils sont venus visiter.

Des efforts doivent être faits le plus rapidement possible, de manière à assouplir ces dispositifs, dans les limites de la sauvegarde de la sécurité nationale, et surtout à modifier les comportements des agents intervenant dans ces procédures.

1.5.10. – Les infrastructures de transport routier

Depuis plusieurs années et principalement depuis 1985, date de la mise en œuvre du processus d'ajustement structurel, le Gouvernement mauritanien a consenti des efforts financiers importants pour la réalisation d'un réseau d'infrastructures routières susceptible à la fois d'accompagner le développement économique du pays et d'améliorer les conditions de vie des populations.

Un Plan de Transport 1998-2007 a été élaboré, dont la réalisation était prévue sur deux périodes quinquennales : 1998-2002 et 2003-2007. Il visait, d'une part à rationaliser la gestion du

⁷¹ - Voir le paragraphe 1.5.8. précédent.

secteur et, d'autre part à assurer son développement grâce notamment à une programmation plus cohérente des investissements. Ce plan concernait à la fois :

- des réhabilitations et des renforcements des routes existantes, à raison d'environ 850 km entre 1998 et 2002 et un peu plus de 200 km entre 2003 et 2007 ;
- des constructions de routes neuves, à raison de l'ordre de 830 km entre 1998 et 2002 et près de 1 400 km entre 2003 et 2007.

En outre, 500 km de routes neuves devaient être réalisés, hors Plan, entre 1998 et 2007. Le montant total des travaux prévus s'élevait pour la période 1998-2007 à environ 100,4 milliards d'U.M. L'état d'exécution à la fin de 2005 des projets routiers prévus dans le Plan de Transport permet de constater que le réseau routier national s'est renforcé de 3 axes bitumés d'importance majeure :

- la route Nouakchott-Nouadhibou,
- la route Sanghrava- Tidjikja,
- la route reliant Ayoûn El Atroûs à Nioro (au Mali).

Avec la route Rosso-Boghé et la route Kaédi-Sélibabi en cours d'achèvement, l'objectif consistant à relier tous les chefs-lieux de wilaya à la capitale Nouakchott est pratiquement atteint. En outre, la construction de l'axe reliant Choum à Tindouf, pour laquelle les autorités des deux pays se sont engagées, va permettre des liaisons routières relativement aisées avec l'Algérie, dernier pays limitrophe à ne pas être relié à la Mauritanie par une route bitumée.

L'amélioration et l'extension du réseau routier mauritanien auront des répercussions importantes sur le développement de l'activité touristique, notamment pour la fréquentation du Parc national du Banc d'Arguin et pour la fréquentation des régions jusqu'alors difficilement accessibles comme la Wilaya du Tagant.

1.5.11. – Les modes de financement

a) Le Code des Investissements

Le Gouvernement mauritanien a choisi de réviser le **Code des Investissements**⁷². Un projet de nouveau code est en cours de discussion et la version finale sera prochainement présentée au Conseil des Ministres pour approbation. L'objectif de cette révision "répond au besoin d'amélioration du climat des affaires et s'inscrit dans la priorité désormais accordée au secteur privé dans son rôle de locomotive de l'économie".

La version modifiée du Code des Investissements comprend deux régimes distincts, ainsi que des dispositions spécifiques visant à favoriser le développement régional et à encourager les jeunes promoteurs et les petits métiers. Elle se caractérise par :

- le régime de points francs (ou incitations à l'exportation) pour les entreprises réalisant au moins 80% de la production à l'exportation, qui seront placées sous le contrôle de l'Administration des Douanes et bénéficieront des avantages suivants :

⁷² - Promulgué par la Loi 2002-03.

- exonération de l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux et de l'I.M.F. pendant les 10 premières années et paiement à 50% de ces droits à partir de la 11^{ème} année ;
 - prise en charge par l'Etat de la contribution patronale au régime de la sécurité sociale pendant 5 années ;
 - modalités simplifiées pour les formalités et les contrôles douaniers ;
 - exonération des droits et taxe à l'exportation ;
 - exonération des droits et taxes à l'importation sur les moyens et intrants nécessaires à la production ;
 - liberté de recruter jusqu'à 4 agents expatriés sans besoin d'autorisation ou de permis de travail.
- le régime partiellement exportateur, destiné aux entreprises locales dont la production n'est que partiellement destinée à l'exportation et qui bénéficieront de la déduction de tous les bénéfices provenant de l'exportation de l'assiette de l'impôt sur les sociétés pendant 10 années ;
 - des incitations spécifiques à l'implantation de projets dans et en dehors de Nouakchott et de Nouhadibou ;
 - des encouragements accordés aux jeunes promoteurs pour la réalisation de leur premier projet et aux porteurs de projets relatifs aux petits métiers.

Parallèlement, les procédures seront facilitées et transparentes, grâce notamment à l'instauration du Guichet unique au sein duquel seront accomplies les démarches liées à la création juridique et administrative des sociétés qui ne devraient pas excéder 4 jours. Le Certificat d'Investissement remis par le Guichet unique à l'investisseur ouvrira automatiquement droit aux avantages prévus par le Code des Investissements. Ces modifications devraient permettre à l'offre mauritanienne de soutenir et d'encourager l'investissement local et d'attirer des investissements directs étrangers (IDE), porteurs de transferts de technologie et de connaissance des marchés extérieurs.

Lorsqu'il sera en vigueur, le Code des investissements mauritaniens sera sensiblement plus favorables aux nouveaux investisseurs, non seulement pour les activités relevant du régime du point franc ou du régime partiellement exportateur, mais aussi pour les entreprises soumises au régime général, que ceux des pays voisins (Maroc, Tunisie, Sénégal et Mali).

Il semble a priori possible et tout à fait intéressant qu'un Code sectoriel pour le tourisme et l'hôtellerie soit adopté en complément du Code portant régime général, afin de tenir compte des spécificités de ce secteur et de pouvoir orienter les incitations en fonction des priorités définies par la Stratégie de Développement touristique⁷³.

b) La promotion de l'investissement privé

Dans le cadre de la libéralisation de son économie, le nouveau Gouvernement mauritanien vient de créer une "Délégation générale à la Promotion de l'Investissement privé", directement rattachée à la Présidence de la République. L'intervention de cet organisme s'inscrit dans la préoccupation fondamentale du Gouvernement d'accroître les investissements privés grâce à de nouveaux projets réalisés avec ou sans participation de l'Etat. Ses missions sont principalement :

- accueillir et informer les investisseurs étrangers potentiels ;

⁷³ - Des codes sectoriels existaient précédemment pour le secteur minier et pour le secteur des hydrocarbures.

- aider les entreprises mauritaniennes à exporter leur production et à établir des joint-ventures avec des entreprises étrangères ;
- améliorer le climat des affaires.

La Délégation générale à la Promotion de l'Investissement privé prévoit d'inscrire ses activités dans un Plan d'action, pour la mise en œuvre duquel elle bénéficiera d'un appui financier de la Banque mondiale, d'un montant de 7 à 10 millions de dollars. Un des principaux problèmes à régler réside dans le mode de relation à établir entre la Délégation et les différents ministères techniques. La définition des tâches respectives et l'élaboration d'une fiche des attentes pour chacun d'entre eux (dont le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme) devraient déboucher sur un séminaire permettant de préciser ces relations. Le rôle des walis est également à préciser.

Pour le secteur du tourisme, la Délégation négocie la réalisation à Nouakchott de 2 hôtels "cinq étoiles", l'un destiné à être un hôtel SOFITEL financé par des promoteurs des Emirats arabes unis et la SNIM, l'autre financé par des investisseurs libyens. Il existe en outre le projet, en cours de réalisation, d'un complexe de loisirs situé en bord de mer sur un terrain d'une superficie de 1 km².⁷⁴

c) *Le crédit aux entreprises*

Contrairement aux entreprises des secteurs de la pêche et de l'agriculture qui bénéficient de lignes de crédit spécialisées à des taux d'intérêt de l'ordre de 4 ou 5%, les entreprises du secteur du tourisme et de l'hôtellerie sont soumises, pour financer leurs investissements, aux conditions financières des banques commerciales normales, qui correspondent à des taux d'intérêt dépassant 30% et qui exigent des garanties solides. Ces conditions rendent le crédit pratiquement inutilisable pour les entreprises petites ou moyennes du secteur touristique ou hôtelier.

La Direction de l'Insertion du Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle (M.E.I.F.P.) s'est récemment substituée à l'ancien Commissariat aux Droits de l'Homme, à la Lutte contre la Pauvreté et à l'Insertion. Elle a notamment pour objectif de lutter contre la pauvreté et de favoriser la réinsertion des jeunes diplômés. Comme l'ancien Commissariat, elle participe, dans ce but, à des actions de formation, en particulier dans le secteur du tourisme⁷⁵. Elle intervient également en matière de promotion de la micro-entreprise, notamment grâce à l'attribution de micro-crédits. Pour cela, un projet, dont la mission de lancement a eu lieu à la fin du mois d'octobre 2007, a été défini. Il bénéficie d'un financement de 3 milliards d'U.M. sur 5 ans et, outre le crédit aux micro-entreprises, il comporte un volet formation. Les financements accordés seront de l'ordre de 2 à 2,5 millions d'U.M. par entreprise. Au total, 1 500 entreprises seront concernées et le projet touchera 240 000 bénéficiaires répartis dans les 9 wilayate concernées. Les dossiers de financement seront adressés au M.E.I.F.P., auquel le projet d'appui à la micro-entreprise est rattaché. Des institutions financières spécialisées, dont la CAPEC, verseront les financements après avis du Ministère.

Les appuis techniques aux micro-entreprises ne sont pas financés. Ils font l'objet d'un Programme national de Promotion intégrée de la micro-entreprise, dont la phase-pilote vient de s'achever et qui va être étendu à 3 ou 4 autres régions.

Les petites et moyennes entreprises (P.M.E.) doivent être prises en charge par d'autres structures, dont l'Agence nationale de Promotion de l'Emploi des Jeunes.

⁷⁴ - Voir le paragraphe 1.4.3.b ci-avant.

⁷⁵ - Voir le paragraphe 1.5.6. ci-avant.

Dans le cadre de ces politiques d'appui aux micro-entreprises et aux P.M.E., le secteur tourisme est considéré comme un secteur économique particulièrement important.

d) Le financement des investissements publics

Le montant des investissements publics directement consacrés au développement touristique a été pratiquement insignifiant jusqu'à maintenant.

Il existe une taxe dite de "promotion touristique" créée par le décret n°2000-03 du 18 janvier 2000. Le montant de cette taxe a été fixé à 200 U.M. par personne et par nuitée, auquel s'ajoute⁷⁶ une taxe locale d'un montant de 100 U.M. reversée à la municipalité sur laquelle l'établissement d'hébergement est implanté. Le montant prélevé est indifférencié suivant la catégorie des établissements et est donc particulièrement insignifiant pour les touristes hébergés dans des hôtels, dont le prix de la nuitée peut dépasser 30 000 U.M. par personne (pour une chambre individuelle). De plus, cette taxe n'est pas encore intégralement recouvrée, du fait de la répugnance des propriétaires ou des gérants des établissements d'hébergement à la recouvrer ou à la reverser et du fait de l'incapacité de l'Administration à mettre le décret en application.

Le produit de cette taxe est versé dans un compte d'affectation spéciale du tourisme au niveau du Trésor public. Ce produit, d'environ 5 millions d'U.M. par an, est reversé à l'Office national du Tourisme pour assurer son fonctionnement, comme le prévoit le décret de création de cette entité.

1.5.12. – L'artisanat

L'artisanat est rattaché au même ministère que le tourisme, à savoir le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme, dont il constitue l'une des directions. La cohabitation des deux secteurs d'activité dans un même ministère, renforcée par la création de la Direction des Etudes et de la Coopération qui s'occupe des deux secteurs simultanément⁷⁷, se justifie très largement par l'étroite interdépendance existant entre l'activité touristique d'une part et l'artisanat d'autre part.

L'artisanat d'art mauritanien se caractérise par une grande variété des produits fabriqués : tapis et nattes tissés, objets divers en cuir, bijoux en argent, coffres, etc. Le secteur de l'artisanat fait face à plusieurs problèmes qui obèrent son développement, parmi lesquels on peut citer :

- les différentes professions intervenant sur ces différentes spécialités ne sont pas organisées pour pouvoir répondre aux commandes éventuelles, surtout si elles sont importantes ;
- la qualité et le mode de présentation des produits proposés aux acheteurs et en particulier aux touristes étrangers, qui sont souvent très exigeants par comparaison avec ce qu'ils ont eu l'occasion de voir dans d'autres pays, laissent souvent à désirer ;

⁷⁶ - Au moins dans le cas de Nouakchott.

⁷⁷ - Voir le paragraphe 1.5.1.b ci-avant.

- il n'existe, ni à Nouakchott, ni à Atar, un lieu d'accueil pour des touristes, dans lesquels les produits artisanaux les plus caractéristiques seraient exposés et pourraient être vendus.

Il en résulte que les achats d'objets artisanaux par des touristes étrangers sont actuellement faibles. Il n'existe d'ailleurs pas d'indicateur permettant de mesurer l'impact du tourisme sur l'artisanat d'art. Mais le renforcement récent de la capacité de production des artisans d'art à Atar permet de penser que le développement du tourisme a un impact assez sensible.

Plusieurs actions en vue de remédier à la situation actuelle sont en projet ou envisagées, telles que :

- la création d'un village artisanal à Nouakchott, pour l'étude de faisabilité de laquelle une requête a été présentée à l'Agence française de Développement ;
- des actions pour le maintien de la qualité des productions traditionnelles, comme pour les bijoux dont la fabrication doit respecter une charte de qualité ;
- l'encouragement aux métiers traditionnels, pour lesquels il existe un risque de désaffection ;
- des actions de formation, soit en direction de jeunes apprentis, grâce à la venue en Mauritanie de trois compagnons (spécialisés en menuiserie, travail du cuir et bijouterie), en partenariat avec le Fédération de la Chambre des Métiers française ;
- des actions de sensibilisation sur l'importance et le rôle de l'artisanat en direction des élus consulaires et des représentants professionnels ;
- le développement de la commercialisation par Internet.

L'élaboration d'une stratégie de développement du secteur est prévue à court terme. En attendant, le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme devrait s'impliquer dans la mise en œuvre de la stratégie d'appui et de financement des micro-entreprises dont la mise en œuvre est placée sous la responsabilité de la Direction de l'Insertion du Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle⁷⁸.

⁷⁸ - Voir le paragraphe 1.5.11.b ci-avant.

1.6. - LES ETUDES DE STRATEGIE EFFECTUEES ET LES PROJETS A COURT TERME

Depuis un certain nombre d'années et surtout depuis 1994, date de publication de la Déclaration de Politique générale du Tourisme, plusieurs études, réalisées par des experts nationaux et/ou internationaux, ont établi des propositions concernant le développement touristique de la Mauritanie. Sans remonter jusqu'aux plus anciennes¹⁶⁵, même si une partie importante des éléments du constat effectué et des propositions formulées dans ces documents reste d'actualité, il apparaît utile d'analyser brièvement le contenu des documents correspondants, présentés ci-après dans l'ordre chronologique de leur publication, et d'en faire la synthèse.

1.6.1. – La Déclaration de Politique générale du Tourisme

Ce document, présenté par le Ministre du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme en Conseil des Ministres en 1994, est en quelque sorte l'acte fondateur de la volonté politique des Pouvoirs publics de développer le tourisme en Mauritanie. Après avoir déterminé des produits-cibles et défini des objectifs, cette déclaration propose une série de mesures, parmi lesquelles :

- la définition d'une option claire par le choix des types de tourisme à privilégier et l'adoption de mesures pour attirer les capitaux étrangers ;
- l'élaboration d'une réglementation appropriée ;
- l'amélioration de l'infrastructure d'accueil et de la qualité des prestations de services ;
- la promotion des produits touristiques nationaux ;
- la création d'un Office de Tourisme, sous la forme d'une société coopérative à capital variable associant l'Etat et les opérateurs privés.

Cette déclaration a fortement marqué les esprits, surtout par l'affirmation de la volonté de « **viser un tourisme sélectif et rejeter le tourisme de masse** ». Néanmoins, ses propositions n'ont pratiquement pas été appliquées, à l'exception de la rédaction des premiers textes visant à réglementer l'activité touristique et hôtelière¹⁶⁶.

1.6.2. – Le Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le Tourisme

Une Commission technique interministérielle, regroupant l'ensemble des ministères concernés, s'est réunie sous l'égide du Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme

¹⁶⁵ - Voir en particulier :

« Perspectives de développement touristique : Mauritanie – Résultats et recommandations »
par Oswaldo Fernando Urbieto – PNUD/O.M.T. (1980)

et « Diagnostic et Perspectives du Secteur touristique »

par A. Kébiri – B.I.T. (avril-mai 1993).

¹⁶⁶ - Voir le paragraphe 1.5.2. ci-avant.

au début de l'année 2000, dans le but d'esquisser la stratégie publique de développement touristique du pays. Son rapport final a été publié en mars-avril 2000.

Après une analyse complète de la situation actuelle, la présentation des éléments du diagnostic correspondants et la définition des éléments de la stratégie, sept objectifs et les actions correspondantes pour les atteindre ont été précisés :

- installer une capacité d'accueil suffisante pour la mise en valeur des potentialités touristiques du pays ;
- relever la qualité du service touristique pour en faire un produit concurrentiel ;
- concevoir et diffuser largement à l'échelle internationale une image valorisante de la Mauritanie ;
- développer une activité d'animation et de loisirs internes favorisant le tourisme intérieur et renforçant l'attrait de la Mauritanie pour les touristes étrangers ;
- rehausser l'activité touristique au rang d'activité de développement par son intégration à l'économie nationale ;
- créer un climat propice à un afflux sans entrave des touristes et à leur libre circulation à l'intérieur du pays ;
- mettre en place un cadre institutionnel adapté, intégrant tous les volets de l'activité touristique et disposant de la capacité requise pour assurer le plein essor.

Les propositions concernant les aspects institutionnels consistent à renforcer considérablement les activités exercées dans tous les domaines par les pouvoirs publics en matière de développement touristique : campagne de promotion, statistiques, élaboration d'un schéma directeur, programme de formation professionnelle, inventaire des sites, création d'antennes régionales, etc. Pour réaliser ces différentes actions, il est préconisé la création d'un Office du Tourisme, dont le statut reste ambigu puisqu'il sera "chargé de l'exécution du programme du gouvernement en matière de tourisme" et sera "nécessairement une entité publique".

1.6.3. – Les propositions de la F.B.T.S.

La Fédération des Banques, Tourisme et Services (F.B.T.S.) de la C.G.E.M.¹⁶⁷ a tenu à apporter une contribution au Rapport de la Commission technique interministérielle sur le tourisme, vraisemblablement parce qu'elle ne s'est pas sentie suffisamment associée à ses travaux. Cette contribution a été publiée en avril 2000, sous le nom de "Potentiel touristique : contraintes de développement". Après avoir mis l'accent sur les potentialités existantes et les principaux problèmes qui se posent en matière de développement touristique, le document fait état des résultats déjà obtenus, tout en insistant sur "la nécessité d'une réflexion profonde et ardue et l'inscription de l'activité dans une approche rationnelle".

En outre, il souligne la persistance de problèmes non résolus, tels que :

- l'absence de planification du secteur ;

¹⁶⁷ - Voir le paragraphe 1.5.7.a ci-avant.

- l'absence d'une stratégie de promotion soutenue ;
- l'absence de stratégies de formation pour une main d'œuvre qualifiée ;
- la gestion erratique persistante au niveau des exploitants, se traduisant souvent par une absence de clarté des perspectives au niveau des unités d'exploitation ;
- une imprécision des contours de la législation et des dispositions réglementaires ;
- l'absence de structures de financement appropriées.

Les recommandations faites par la F.B.T.S., sont très nombreuses (environ 44), d'importance très variable, de nature très variée et présentées de manière non hiérarchisée. Les principales portent sur :

- la création d'une société de promotion du tourisme (avec une parité Etat/privé) pour compléter le dispositif institutionnel existant ;
- le renforcement du cadre institutionnel par une législation adaptée ;
- sur le plan institutionnel, renforcement de la Direction du Tourisme, tant en moyens humains que matériels ;
- le renforcement des capacités des professionnels ;
- la mise en œuvre d'une politique de formation en adéquation avec les besoins ;
- la création d'une commission nationale technique d'agrément.

Les propositions formulées par la F.B.T.S. donnent une place prépondérante aux propositions de type institutionnel. Celles-ci abordent souvent les mêmes aspects que ceux abordés par la Commission technique interministérielle¹⁶⁸, mais les solutions proposées sont, dans la plupart des cas, sensiblement différentes, en particulier pour l'entité dont la création est proposée pour mettre en œuvre les actions de promotion.

1.6.4. – Le Schéma directeur touristique

La République islamique de Mauritanie, représentée par le Ministre du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, et l'Union fédérale de l'Industrie touristique allemande ont signé le 25 juin 1999, sous les auspices de la Chambre germano-arabe du Commerce et de l'Industrie (GHORFA) un Accord général prévoyant la réalisation de projets communs dans le domaine du tourisme. Cet accord s'est traduit en novembre de la même année par un contrat entre le Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme et la German-Arab Tourism Organization for Development and Investment AG (GATO AG), d'un montant approximatif de 40 millions d'U.M. prévoyant :

- l'élaboration d'un Schéma directeur touristique ;
- l'envoi chaque année d'un millier de touristes allemands en Mauritanie ;
- l'édition d'un guide touristique de la Mauritanie.

Sur les trois volets prévus au contrat, seul le premier a été exécuté, avec l'envoi d'une équipe d'experts allemands qui a parcouru le pays au cours de l'année 2000. Le Schéma

¹⁶⁸ - Voir le paragraphe 1.6.2. précédent.

directeur touristique, publié en décembre 2000, comprend six volumes, plus un document résumé. La stratégie de localisation a consisté à sélectionner les futures plates-formes touristiques du pays en suivant la démarche suivante :

- répartition des différents paysages en catégories ;
- définition de plates-formes touristiques dans chaque catégorie de paysages ;
- sélection de bases touristiques pour chaque plate-forme ;
- développement d'une vision touristique pour chaque plate-forme et leur base respective.

A partir de trois catégories de paysages (“côtes et plages”, “désert” et “Fleuve Sénégal”), 5 plates-formes touristiques ont été définies : Nouakchott, Nouadhibou, l'Adrar, le Tagant, le delta du fleuve Sénégal. Chacune des plates-formes définies a fait l'objet d'un profil spécifique de démarche complété par une série de mesures concrètes sous la forme de phases de réalisation. Ces mesures par plate-forme sont complétées par un catalogue de mesures destinées à compléter le produit touristique “Mauritanie”.

Les phases de réalisation concernaient les périodes 2000-2005 (phase 1) et 2005-2010 (phase 2), les différents types de mesures définis dans la démarche de chaque plate-forme étant ventilés par phase en fonction de la priorité qui leur est accordée. Le catalogue de mesures générales concrètes destinées à compléter le produit touristique “Mauritanie” portaient sur la combinaison entre les plates-formes à partir de la coordination des différents moyens de transport envisageables (route, avion, train).

Les mesures de réalisation proposées en matière de marketing ont été réparties suivant deux phases. Pour la phase 1 et pour chacun des éléments marketing, elles portaient notamment sur :

- le développement intégral du produit ;
- la communication pluridimensionnelle ;
- la distribution des produits.

Dans l'ensemble, les propositions faites dans le cadre du Schéma directeur touristique peuvent, même si certaines d'entre elles présentent un grand intérêt, être caractérisées comme souvent théoriques et peu hiérarchisées (à l'exception de leur ventilation en deux phases quinquennales). L'absence de hiérarchisation concerne les mesures de type général ou celles relatives au marketing, mais elle est surtout caractéristique des propositions concernant les plates-formes touristiques. Aucune hiérarchisation n'est établie entre ces plates-formes, en fonction des produits touristiques qu'elles sont susceptibles de permettre de développer. Il est pourtant évident que la Mauritanie ne peut pas, sur une période de 5 ans, ni même de 10 ans, se lancer dans une politique de développement touristique indifférenciée, mettant toutes les potentialités de développement touristique sur le même plan, quels que soient les difficultés de leur exploitation ou l'intérêt de leur commercialisation.

Les propositions faites en matière de marketing sont très nettement concentrées sur la commercialisation des produits touristiques mauritaniens en Allemagne et dans les pays germanophones, sans qu'aucune étude de marché n'ait mis en évidence les possibilités de vente sur ces marchés qui, pour le moment, n'envoient qu'un nombre très faible de touristes en Mauritanie et pour lesquels les produits mauritaniens sont loin de satisfaire aux exigences minimales de confort et de fiabilité requises par les touristes en puissance.

L'ensemble des mesures constitue un catalogue dans lequel elles sont présentées en vrac, sans que la question des moyens, notamment humains, nécessaires à leur mise en œuvre ait été véritablement posée. C'est principalement le cas pour les mesures de type institutionnel qui ne sont pratiquement pas abordées et pour les mesures concernant la formation sous tous ses aspects, pour lesquelles l'ampleur des besoins ne semble pas avoir été mesurée ni, a fortiori, prise en compte.

En résumé, on peut conclure que le Schéma directeur touristique, malgré un apport incontestable dans la réflexion sur l'avenir du tourisme mauritanien, ne constitue pas un outil très opérationnel, sur lequel la démarche à entreprendre à court terme peut s'appuyer valablement.

1.6.5. – L'étude du potentiel de Développement touristique

Cette étude a été réalisée en juin 2001 pour le compte de la Banque mondiale. Elle s'inscrit dans le programme de lutte contre la pauvreté en Mauritanie conduit sous l'égide de la Banque mondiale, pour lequel le développement touristique est considéré comme une priorité. L'étude s'attache en priorité à faire le point de la situation actuelle du secteur du tourisme mauritanien. Elle analyse en particulier, grâce à une enquête à peu près exhaustive conduite auprès des tour-opérateurs français programmant la Mauritanie, les produits actuellement commercialisés, ainsi que les attentes des voyageurs en tant que professionnels du tourisme. Elle fait également, grâce à des comparaisons avec les destinations concurrentes de la Mauritanie, l'analyse des caractéristiques de l'offre et de la demande "désert".

Reprenant une grande partie des propositions de la Commission technique interministérielle¹⁶⁹, l'étude détermine cinq axes d'orientations et définit, pour le groupe de lutte contre la pauvreté, les actions prioritaires qu'il pourrait reprendre à son compte.

- Axe 1 : reconnaissance du tourisme comme priorité nationale par le Gouvernement, avec, comme priorités, l'accompagnement de la réflexion sur la stratégie de développement et l'appui sur les documents présentés au vote du Gouvernement ;
- Axe 2 : création d'un "Office national du Tourisme" ayant de très larges compétences ;
- Axe 3 : amélioration des dessertes et diversification des produits ;
- Axe 4 : formation des hommes ;
- Axe 5 : élaboration d'un plan marketing et de communication ;
- Axe 6 : préservation et valorisation du patrimoine

Les propositions de type institutionnel concernent essentiellement la création d'un Office national du Tourisme (O.N.T.). Le rôle de cette entité serait de participer au développement touristique du pays, d'assurer la coordination et la cohérence du secteur touristique et de promouvoir la destination à l'étranger. Sa création ne peut se concevoir que dans le cadre de la définition d'une stratégie cohérente de développement touristique. L'O.N.T. ne serait pas chargé d'assurer les tâches relevant du droit régalién de l'Etat (classement des établissements, contrôle, fiscalité, code des investissements, etc.). Les actions

¹⁶⁹ - Voir le paragraphe 1.6.2. ci-avant.

mixtes entre l'Etat et le secteur privé lui incomberaient : promotion, observation économique, etc. Son statut pourrait être de type société coopérative à capital variable, avec une participation de l'Etat et des opérateurs privés, mais avec une direction issue du privé et ayant acquis une véritable expérience professionnelle¹⁷⁰. On peut admettre que, pour une période transitoire correspondant à une phase de développement touristique, l'O.N.T. soit également chargé de s'occuper des prestations d'ingénierie touristique avec comme objectif principal le montage de nouveaux produits touristiques commercialisables.

1.6.6. – La Stratégie nationale de Développement touristique

Cette étude a été réalisée à la demande du Ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme (M.C.A.C.), avec un financement du Programme des Nations unies pour le Développement (PNUD) et avec l'appui technique de l'Organisation mondiale du Tourisme (O.M.T.). Elle a consisté en une mission d'un consultant français en Mauritanie du 4 au 19 janvier 2002. Le rapport provisoire a été validé au cours d'un atelier national qui s'est déroulé les 23 et 24 septembre 2002. A l'issue de cet atelier, le rapport a été finalisé et remis au M.C.A.C. en décembre 2002.

Après avoir présenté les tendances passées et la situation actuelle de l'activité touristique en Mauritanie et analysé les documents de stratégie disponibles, en particulier dans leur dimension juridique et institutionnelle, le rapport se compose des principaux éléments suivants :

- le diagnostic de la situation actuelle présentant les principaux atouts et les contraintes caractérisant le tourisme mauritanien ;
- une stratégie "produits-marchés" définissant les couples de produits et de marchés prioritaires ;
- un programme d'actions prioritaires pour chacun des domaines ayant une influence déterminante sur le développement touristique ;
- la description des quatre actions les plus urgentes à réaliser.

Ce document, malgré une actualisation en 2005, n'a jamais été officiellement adoptée par le Conseil des Ministres.

1.6.7. – L'étude du Programme de Renforcement des Capacités commerciales (P.R.C.C.) dans le Secteur du Tourisme

Cette étude a été réalisée en mars 2005, sur un financement de l'Agence française de Développement (A.F.D.). Elle fait, en premier lieu, un état des lieux synthétique du développement touristique mauritanien, à partir duquel sont précisés les enjeux et les priorités du développement futur. Les enjeux proposés portent sur la diversification des marchés et des produits, ainsi que sur la valorisation de l'atout spécifique de la Mauritanie reposant sur la combinaison des produits "désert", "mer" et "écotourisme". Ces enjeux conduisent à définir les priorités suivantes :

¹⁷⁰ - Comme dans le cas de Maison de la France.

- développer l'offre et les produits en créant de nouveaux produits, en développant l'écotourisme dans les parcs et en créant des hébergements originaux et de qualité ;
- améliorer la qualité grâce à la valorisation touristique des sites et la normalisation effective des professions du secteur du tourisme ;
- accompagner en promotion l'image de la Mauritanie grâce à l'élaboration d'un plan marketing triennal et à la recherche d'opérateurs privés ;
- professionnaliser le secteur en mettant l'accent sur la clarification des rôles entre la Direction du Tourisme et l'Office national du Tourisme, sur une meilleure association des opérateurs privés, sur un appui technique auprès des autorités en charge du tourisme, sur une véritable politique de formation des personnels.

Dans le but d'initier le développement touristique de la Mauritanie en fonction des priorités proposées, l'étude définit trois actions spécifiques pour le P.R.C.C. Tourisme :

- un appui technique à la Direction du Tourisme et à l'O.N.T., à finalité spécifiquement opérationnelle et transfert de savoir-faire ;
- un programme de formation spécifique pour les guides en activité, particulièrement dans les zones de parc ;
- une opération pilote de développement de l'écotourisme sur le P.N.B.A., en particulier centré sur la question des hébergements.

1.6.8. – Les perspectives à court terme

La récente restructuration du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme a conduit à la formulation de projets d'investissement à court terme et a coïncidé avec le démarrage du Projet P.R.C.C. Tourisme.

a) Le Programme d'action du Ministère 2007-2010

Le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme vient de définir une Programme d'Action 2007-2010 commun aux deux secteurs de l'artisanat et du tourisme et dont le montant s'élève à près de 2,6 milliards d'U.M. (dont plus de 450 millions pour la seule année 2007). Ce programme a plusieurs objectifs, comme l'appui institutionnel, l'aménagement et la construction d'équipements, la formation des opérateurs privés et la promotion.

Le principal problème qui se pose est de savoir avec quels financements ce programme pourra être réalisé.

Il est à remarquer que les actions prévues en 2007 sont très loin d'être terminées et même d'être commencées.

On peut également douter de la capacité humaine de la Direction du Tourisme pour entreprendre et réaliser les actions lui incombant.

b) Le Projet P.R.C.C. Tourisme

L'étude du Programme de Renforcement des Capacités commerciales (P.R.C.C.) dans le Secteur du Tourisme¹⁷¹ a débouché sur la formulation d'un Projet, d'une durée de 4 ans et d'un montant de 1,5 million d'Euros, financé par l'Agence française de Développement (A.F.D.) et la Direction générale du Trésor et de la Politique économique du Ministère français de l'Economie et des Finances.

Ce projet a pour objectif de renforcer la compétitivité de la destination Mauritanie à l'échelle internationale, afin d'augmenter les entrées de devises du pays et d'améliorer les conditions de vie de sa population. Son objectif principal est de promouvoir un écotourisme de qualité, en appui aux efforts des autorités mauritaniennes en faveur de la promotion et du développement du tourisme durable¹⁷².

Le projet se présente sous la forme de trois composantes :

- Composante 1 (210 000 €) : appui technique à la Direction du Tourisme et à l'O.N.T. pour la mise en place d'actions de promotion de la destination Mauritanie, ainsi que d'études et de développement d'outils statistiques ;
- Composante 2 (300 000 €) : formation à l'écotourisme des guides opérant dans les zones désertiques et les parcs nationaux ;
- Composante 3 (600 000 €) : développement de l'écotourisme dans les parcs nationaux (P.N.B.A. et P.N.D.), grâce à des études de faisabilité et préparatoires à l'implantation d'écodolges et à des actions en vue de l'amélioration de l'accueil des touristes dans les parcs nationaux.

En outre, deux sous-composantes sont prévues, d'un montant de 320 000 Euros (pour l'appui à la maîtrise d'ouvrage et un audit-évaluation) et de 70 000 Euros (pour les imprévus).

Ce projet devrait avoir des retombées économiques importantes, si l'objectif d'amélioration de la compétitivité de la destination "Mauritanie" est atteint, notamment en termes de création d'emplois directs, de génération de valeur ajoutée et de revenus et d'entrées de devises. Le développement de l'activité touristique est susceptible d'avoir également un impact sur la sédentarisation des populations nomades et, par là, de réduire l'exode rural.

La convention de financement a été signée le 8 mai 2006 et les conditionnalités levées en mai 2007. L'une des conditionnalités portait sur l'engagement de la Fédération du Tourisme, chargée d'exprimer les besoins précis de la profession en matière de formation des guides, de proposer les formations aux personnes physiques et morales non nécessairement affiliées à la Fédération. En outre, des engagements particuliers ont été pris par le Gouvernement mauritanien, qui portaient sur :

¹⁷¹ - Voir le paragraphe 1.6.7. précédent.

¹⁷² - Qui peut être défini comme "toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent sur ces espaces".

- l'adoption en Conseil des Ministres, après concertation de l'ensemble des acteurs publics et privés, de la stratégie nationale du tourisme, dans un délai d'un an après la signature de la convention de financement ;
- la mise en place de deux comités consultatifs (concertation entre les différentes administrations et concertation entre l'administration et les opérateurs privés) envisagés par la stratégie et la nomination de leur Président dans un délai de 6 mois maximum après l'adoption de la stratégie nationale.

La maîtrise d'ouvrage générale du projet a été confiée au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme (Direction des Etudes et de la Coopération), tandis que les maîtrises d'œuvre par composante seraient assurées par des consultants privés et des bureaux d'études spécialisés (composantes 1 et 3) et par l'INAP-F.T.P. (composante 2). L'assistant technique qui pilotera la mise en œuvre de la composante N°1 a été choisi par appel d'offres et son recrutement est en cours. Le projet devrait commencer avant la fin de 2007. Son déroulement sera supervisé par un Comité de Pilotage comprenant 8 membres et 4 observateurs et présidé par le Directeur des Etudes et de la Coopération du MAT.

1.6.9. – Synthèse et conclusions

Les nombreuses études réalisées récemment sur le développement de l'activité touristique en Mauritanie ont pour principale caractéristique de ne pas dégager une claire stratégie "produits-marchés", fixant les priorités concernant les produits à développer et les marchés-cibles correspondants. La plupart d'entre elles, même si elles proposent une diversification de l'offre touristique, mettent l'ensemble des produits touristiques potentiels à peu près sur le même plan, sans préciser ceux qui sont à considérer comme prioritaires.

Cette absence d'orientation fait que les propositions d'action formulées dans les documents ne sont pas, en règle générale, hiérarchisées en fonction de leur niveau de priorité. Ceci constitue une lacune pour le passage effectif à l'acte, car même si toutes les actions proposées sont utiles pour contribuer au développement touristique du pays, la limitation des moyens, aussi bien humains que financiers, pour les mettre en œuvre rend obligatoire l'étalement dans le temps de leur réalisation. La Mauritanie, comme d'ailleurs n'importe quel autre pays qui souhaite assurer le démarrage rapide et durable de son activité touristique, ne peut se permettre de gaspiller les faibles moyens disponibles en les consacrant à des actions qui ne contribuent pas directement à la réalisation des objectifs de développement poursuivis.

Il en est en particulier ainsi pour le domaine relatif aux aspects institutionnels, qui sont indissociables de la stratégie "produits-marchés" et qui dépendent également fortement des moyens financiers publics disponibles. Le système actuellement en vigueur en matière d'Administration nationale du Tourisme mérite une clarification incontestable qui ne puisse être remise en cause. Il importe également que des moyens suffisants soient dégagés pour que cette A.N.T. puisse mettre en œuvre les mesures d'urgence qui conditionnent le démarrage d'un véritable développement durable du tourisme mauritanien.

Le développement touristique de la Mauritanie passe par la mise en œuvre d'une politique à court, moyen et long terme résultant d'une approche globale des principaux problèmes à résoudre, de manière à définir, calibrer, programmer et adapter les actions

prioritaires en fonction de la stratégie qui doit être adoptée et mise en œuvre le plus rapidement possible.

II – ELEMENTS DE DIAGNOSTIC ET OPTIONS DE BASE EN DECOULANT

Les paragraphes qui suivent visent à dégager, à partir de l'analyse des tendances passées et de la situation actuelle, les éléments positifs (atouts) et négatifs (contraintes) apparaissant comme susceptibles d'être les plus déterminants pour favoriser ou pour freiner le développement touristique de la Mauritanie au cours des prochaines années.

2.1. - LES PRINCIPAUX ATOUS DE LA MAURITANIE

Parmi les atouts dont dispose la Mauritanie pour assurer son développement touristique, on peut notamment citer les éléments suivants.

1 - La Mauritanie dispose d'une très grande variété de potentialités touristiques (désert, nature, histoire et culture, mer) associables entre elles pour constituer des produits combinés originaux donnant à la destination touristique "Mauritanie" une spécificité particulièrement attractive.

2 - La découverte et les randonnées dans le "désert", qui s'étend sur d'immenses superficies et qui présente une grande variété de paysages, peuvent constituer des produits de grand intérêt, de niveau comparable à celui des principales destinations concurrentes (Algérie, Libye, Maroc, Niger, Mali, etc.).

3 - Les produits touristiques liés à la "nature", notamment mais pas exclusivement ceux consistant en la visite des aires protégées (Parc national du Banc d'Arguin et Parc national du Diawling) peuvent être considérés comme de très grand intérêt et même de caractère unique.

4 - Les produits touristiques liés à la "culture", principalement les visites des villes anciennes classées au Patrimoine mondial de l'Humanité et la découverte des manuscrits anciens, sont d'un intérêt majeur pour le développement touristique du pays qui est susceptible de jouer un rôle déterminant en vue de la préservation des sites historiques.

5 - La Mauritanie dispose d'un littoral sablonneux et facilement accessible qui est en mesure de constituer un complément d'attraction touristique, à condition que les contraintes environnementales soient scrupuleusement respectées.

6 - La Mauritanie jouit à l'échelle mondiale d'une image positive, en particulier par rapport à la plupart de ses voisins, du fait de sa grande stabilité politique et de la modération de ses politiques.

7 - Les populations mauritaniennes, quelle que soit leur région de résidence, font preuve dans leur très grande majorité, y compris en milieu urbain, d'un sens traditionnel de l'accueil et d'une grande capacité à s'ouvrir à l'autre.

8 - Grâce au développement touristique que le pays connaît depuis une dizaine d'années, quelques opérateurs ont acquis une large expérience des problèmes liés à l'activité touristique, non seulement au niveau local, mais encore au niveau international.

9 - Il existe dans le pays une classe d'hommes d'affaires susceptibles d'être intéressés par des investissements dans l'hôtellerie et/ou le tourisme, à la condition d'une rentabilité à court terme suffisante.

10 - 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 : téléphone, axes routiers principaux, aéroports, etc.

11 - La Mauritanie bénéficie d'un climat agréable pendant une grande partie de l'année, pendant la période où les habitants des pays européens recherchent avidement le soleil (d'octobre à avril).

La majeure partie des atouts de la Mauritanie vis-à-vis de son développement touristique réside dans ses **potentialités**, à la fois **de qualité et très variées**, susceptibles de constituer une offre à la fois attractive et variée pour des cibles de clientèles différentes. Cette grande variété donne à la Mauritanie en tant que destination touristique une **spécificité** qui devra être exploitée dans toutes ses dimensions.

La combinaison 2 à 2, voire 3 à 3, de ces potentialités peut permettre le montage de produits touristiques haut de gamme correspondant à des clientèles se situant dans les catégories disposant de revenus élevés et fortement motivées par la découverte d'attractions originales, voire insolites.

2.2. - LES PRINCIPALES CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

La Mauritanie est également caractérisée par un certain nombre d'éléments négatifs qui apparaissent comme des contraintes pour définir des orientations de développement touristique et peuvent constituer autant de freins pour la mise en œuvre de ses orientations. On peut notamment les formuler de la façon suivante.

1 - L'offre potentielle existante est très mal mise en valeur, aussi bien en matière d'entretien et de présentation des sites historiques ou naturels eux-mêmes qu'en ce qui concerne leur environnement immédiat (accueil des touristes, signalisation, ordures, etc.).

2 - En dehors de Nouakchott et de Nouhadibou, les unités d'hébergement de standing moyen sont pratiquement inexistantes dans les autres localités où n'existent, au mieux, que des "auberges" de qualité très médiocre, dont les prestations en correspondent pas aux normes du tourisme international.

3 - Le nombre de personnes formées et/ou ayant une expérience en matière de gestion des établissements d'hébergement est infime, cette situation n'ayant une chance d'évoluer que dans une perspective de moyen ou de long terme.

4 - Il n'existe pas d'outil permanent pour la formation (continue ou initiale) aux différents métiers du tourisme et de l'hôtellerie, ce qui se traduit par des besoins quantitatifs cruciaux pour certaines catégories de personnel et par une très faible qualité des prestations aux touristes.

5 - L'encadrement administratif de l'activité touristique et de son développement est particulièrement déficient : en particulier, la réglementation des différentes professions du tourisme et de l'hôtellerie est très incomplète, le contrôle des établissements est pratiquement inexistant et les statistiques courantes relatives à l'activité touristique et hôtelière ne sont pas disponibles.

6 - De très nombreux agréments ont été accordés par la Direction du Tourisme depuis environ 5 ans à de nouveaux établissements hôteliers ou à de nouvelles entreprises touristiques, sans qu'un contrôle de leur aptitude réelle ait été exercé, avec comme conséquence une pléthore de petites entreprises incapables de fournir les prestations requises et la nécessité d'un assainissement des différentes professions.

7 - Le secteur public et les opérateurs privés n'ont pas l'habitude de travailler en étroite concertation et/ou collaboration et ont quelquefois tendance à refuser tout dialogue.

8 - Malgré les nombreuses études globales effectuées depuis près de 15 ans et les propositions d'actions en découlant, le pays n'est pas encore doté d'une véritable stratégie de développement touristique basée sur le choix de couples "produits-marchés" prioritaires.

9 - Les efforts en matière de promotion sont, malgré la création de l'Office national du Tourisme, très insuffisants et peuvent se résumer à la participation à quelques salons internationaux par an.

10 - Dans de nombreuses localités de l'intérieur, les équipements urbains (eau, électricité, etc.) sont insuffisants pour accueillir des touristes dans des conditions acceptables ; il en est de même pour la plupart des liaisons routières secondaires et pour les pistes d'accès aux sites touristiques.

11 - Le transport aérien assuré par les vols réguliers ne dessert que la France et quelques destinations africaines et est d'un coût très élevé, rendant le recours aux vols charter nécessaire pour les produits plutôt bon marché (comme la découverte du désert).

12 - Les écosystèmes sont fragiles et rendent nécessaire de ne pas dépasser la limite de charge, qu'il s'agisse des écosystèmes naturels (principalement le Parc du Banc d'Arguin ou le désert) et humains (surtout dans le cas de populations ayant des revenus monétaires très faibles qui se trouvent confrontées à des touristes aux revenus relativement élevés).

13 - Les modalités de financement bancaire en vigueur, avec des taux d'intérêt de plus de 30%, sont dissuasives pour les promoteurs visant à investir dans le secteur touristique ou hôtelier, surtout dans le cas de petits projets, difficiles à rentabiliser au cours des premières années de fonctionnement, ou de rénovations d'établissements existants.

14 - L'activité touristique actuelle, malgré un début de diversification depuis très récemment, se limite à un seul produit (la découverte du désert) dont le développement est soumis à un duopole (Le Point Afrique et Go Voyages) qui contrôle l'accès aérien par charter.

15 - La croissance quantitative de l'activité touristique depuis le démarrage de 1996 semble stagner, tandis que les produits actuellement commercialisés souffrent d'un appauvrissement des prestations proposées, ce qui se traduit par de très faibles retombées économiques pour les populations concernées.

16 - Les facilitations à l'arrivée des touristes sont difficiles et/ou pénibles à accomplir pour les touristes étrangers (obtention des visas, contrôles à l'aéroport, etc.) et il existe des réglementations encore en vigueur qui sont très contraignantes pour les touristes (restrictions pour la prise de photographies, absence d'alcool dans les établissements d'hébergement, etc.).

17 - Le tourisme national est très peu développé, pour des raisons à la fois culturelles et économiques, à l'exception de quelques fêtes ("guetna", "lekhriv", etc.) ou cérémonies religieuses.

18 - L'activité touristique est pratiquement impossible pendant les 6 mois d'avril à octobre au maximum du fait des conditions climatiques, ce qui a en particulier comme conséquence de réduire la rentabilité des établissements d'hébergement.

Qualitativement, les contraintes et les freins au développement portent essentiellement sur deux types d'aspects :

- des aspects culturels, par suite d'une faible familiarisation de la population et même de la plupart des opérateurs avec les réalités et les contraintes du tourisme international ;
- des aspects institutionnels, dues à la faiblesse des moyens, au manque de dynamisme de l'Administration (par rapport à la mise en œuvre d'une politique de développement), à l'absence de concertation et à la méfiance réciproque entre les acteurs publics et les opérateurs privés.

La situation liée aux aspects culturels ne pourra évoluer que lentement, sous l'effet d'actions intenses et continues de sensibilisation et/ou de formation. Pour les aspects de deuxième type, une évolution sensible nécessitera également une volonté forte pour réformer un mode de fonctionnement solidement ancré dans des habitudes fortement négatives.

Au plan quantitatif, on peut remarquer que le nombre d'éléments négatifs est supérieur au nombre d'éléments positifs (18 contre 11), ce qui n'est pas forcément rédhibitoire, mais met en lumière les difficultés auxquelles se heurtera toute politique de développement du tourisme mauritanien.

2.3. - LES OPTIONS DE BASE A PRENDRE EN COMPTE POUR LA DEFINITION D'UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

La stratégie de développement à moyen et long termes du tourisme mauritanien doit prendre en compte deux types de critères :

- d'une part, elle doit respecter les options fondamentales définies par le Gouvernement et sur lesquelles est fondée la politique générale de développement de la Mauritanie ;
- d'autre part, elle doit tenir compte des principales caractéristiques du développement touristique actuel du pays et des contraintes que la situation actuelle impose.

2.3.1. - Les options fondamentales à respecter

Elles peuvent être résumées de la façon suivante :

1 - L'intégration et l'unité nationales, qui constituent l'axe fondamental des politiques mises en œuvre par le gouvernement dans tous les domaines.

2 - La lutte contre la pauvreté et l'insertion sociale, dont les objectifs portent essentiellement sur la génération d'emplois et la création de micro-entreprises.

3 - La promotion et l'émancipation de la femme, qui passent en grande partie par l'accès aux activités économiques, comme, par exemple, l'ouverture de restaurants.

4 - La conservation de l'environnement, le tourisme pouvant constituer un moyen d'aider à préserver les écosystèmes fragiles caractéristiques de la Mauritanie.

5 - La promotion du patrimoine culturel, qu'il s'agisse du patrimoine bâti, du patrimoine artisanal ou de la culture vivante.

6 - L'intégration sous-régionale, la venue de touristes ouest-africains en Mauritanie, notamment dans le cas du tourisme religieux, constituant un incontestable facteur de paix.

2.3.2. - Les principes de base du développement touristique mauritanien

Compte tenu des principaux aspects positifs et négatifs de la situation actuelle du tourisme mauritanien¹⁷³, le développement durable du tourisme devra être réalisé en respectant les principes de base suivants :

1 - Définir les orientations stratégiques à long terme et élaborer un Plan de Développement touristique programmant les actions prioritaires correspondantes à mettre en œuvre à court, moyen et long termes.

2 - Renforcer l'offre touristique commercialisable, notamment en :

- a) valorisant les sites attractifs, de type culturel ou naturel ;
- b) assurant les transports dans des conditions de confort satisfaisantes et au moindre coût ;
- c) proposant des prestations (restauration et hébergement) d'un niveau de qualité acceptable.

3 - Assurer un développement durable respectueux de l'environnement physique et humain du pays.

4 - Faire bénéficier un maximum de Mauritaniens, principalement les femmes, (à la fois sous l'angle social et sous l'angle spatial) des retombées économiques du développement touristique.

5 - Renforcer l'image du pays en tant que destination touristique, notamment en ce qui concerne les aspects liés à l'accueil, à la sécurité, à l'hygiène, à la propreté des villes et des sites, etc.

6 - Mettre en place un dispositif institutionnel à la fois souple et efficace, prenant en compte les différents points de vue, aussi bien à l'intérieur du secteur public (grâce à un système permettant d'assurer la coordination interministérielle) qu'entre le secteur public et les opérateurs privés (en utilisant des dispositifs de concertation public-privé).

L'adoption de ces principes par l'ensemble des acteurs concernés et leur respect devraient permettre d'assurer la meilleure efficacité possible pour la mise en œuvre de la stratégie de développement choisie.

¹⁷³ - Voir les paragraphes 2.1. et 2.2. précédents.

III – PROPOSITION D’UNE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

3.1. - LA STRATEGIE « PRODUITS-MARCHES »

L’établissement et l’adoption d’une stratégie de développement touristique fondée sur le choix des **couples “produits-marchés”** hiérarchisés par niveau de priorité sont une condition nécessaire et un préalable indispensable à la définition des actions prioritaires à mettre en œuvre, de manière que les actions retenues soient, dans toute la mesure du possible, en adéquation étroite avec la stratégie générale.

Le tableau n°9 de la page suivante, présente, pour l’ensemble des produits touristiques que les potentialités existantes permettent d’envisager¹⁷⁴ et pour les marchés pouvant être considérés comme a priori les plus importants, une grille des priorités envisageables. Ces priorités correspondent à 2 niveaux différents se caractérisant de la manière suivante :

- Priorité 1 : couples “produits-marchés” dont la commercialisation existe déjà ou pourra être lancée à court terme (avant 3 ans), dans la mesure où les produits correspondants seront effectivement commercialisables.

- Priorité 2 : couples “produits-marchés” dont la commercialisation devrait normalement pouvoir être lancée à moyen terme, soit à un horizon de 4 ou 5 ans.

Les propositions contenues dans ce tableau doivent être considérées comme ayant seulement une valeur indicative et provisoire. Elles sont en particulier susceptibles d’être révisées en fonction des changements au fur et à mesure qu’ils se produiront, qu’il s’agisse de changements liés à :

- **l’offre**, tels que la construction de nouveaux établissements d’hébergement ou l’aménagement de nouveaux sites touristiques) ;
- **la demande**, en fonction des tendances d’évolution observées sur tel ou tel marché porteur.

Elles ont été établies à partir de la confrontation entre :

- la qualité intrinsèque des principales potentialités touristiques du pays et leur caractère unique par rapport aux offres de nature comparable¹⁷⁵ d’une part ;

¹⁷⁴ - Le produit dit “incentive” ne figure pas en tant que tel dans la liste des produits. Il peut, en effet, être considéré comme l’un des produits touristiques de loisirs existants (suivant la nature du voyage proposé), la cible à viser dans ce cas étant les entreprises (ou en France les comités d’entreprises) et non les ménages.

¹⁷⁵ - Unique selling proposal (U.S.P.).

Tableau N°9 : GRILLE DES COUPLES “PRODUITS-MARCHES” PAR NIVEAU DE PRIORITE

Légende : **Priorité 1** **Priorité 2**

Produits \ Marchés	Produits	Désert aventure	Désert confort	Culture pure	Nature pure	Désert + nature	Désert + culture	Nature + culture	Désert + nature + culture	Balnéaire pur	Balnéaire + sport	Pêche au gros	Chasse	Balnéaire + culture	Balnéaire + nature	Evénements ou religion	Tourisme d'affaires*
	France																
Europe																	
Allemagne/Autriche/Suisse																	
Italie																	
Espagne/Portugal																	
Belgique/Pays-Bas																	
Grande-Bretagne																	
Divers**																	
Autres																	
Etats-Unis/Canada																	
Sénégal																	
Moyen-Orient																	
Divers***																	
Marché intérieur																	
Nationaux																	
Expatriés																	

Notes : * Y compris le tourisme de congrès et de séminaire.
 ** Notamment le pays d'Europe de l'Est.
 *** Principalement des pays d'Afrique de l'Ouest.

- la connaissance superficielle de la situation actuelle et des tendances propres aux différents marchés, ainsi que de la facilité d'accès de l'offre mauritanienne à ces marchés¹⁷⁶ d'autre part.

Les produits dont le développement est considéré comme prioritaire dans le tableau N°9 correspondent surtout, outre la découverte du désert, aux circuits de découverte culturelle et de découverte des principaux sites naturels (notamment le Parc du Banc d'Arguin et le Parc du Diawling) et à ce qui fait la **spécificité majeure de la Mauritanie** en matière de potentialités touristiques, c'est-à-dire la **juxtaposition des trois types de produits**, grâce au montage de produits combinés (désert + culture, désert + nature, culture + nature ou désert + culture + nature).

De façon générale, le tableau N°9 traduit une stratégie fondée sur deux axes majeurs :

- la **diversification des produits commercialisés** qui est nécessaire à la fois pour assurer l'accroissement quantitatif de l'activité touristique en Mauritanie, mais aussi pour assurer une meilleure répartition géographique de ces activités et pour accroître les retombées économiques du tourisme pour les populations mauritaniennes ;
- la **diversification des marchés**, principalement en direction de quelques pays d'Europe de l'Ouest, le seul marché français ayant forcément ses limites pour des produits très ciblés, même s'il restera le principal marché à court terme.

Cette diversification s'accompagnera d'un accroissement du coût moyen des produits touristiques mauritaniens commercialisés, ne serait-ce qu'à cause du coût des transports intérieurs inclus dans les produits combinés. La relative cherté des produits proposés tirera le tourisme mauritanien vers un **tourisme de qualité**, susceptible de satisfaire des clientèles haut de gamme

Le tableau N°9 prend en compte le tourisme intérieur, en distinguant entre 2 types de demandes très différentes, du fait des écarts de revenus moyens d'une part et des habitudes culturelles d'autre part : la demande des nationaux et celle des expatriés. Cette dernière, qui existe déjà de façon importante, pourrait se porter prioritairement sur les produits "désert aventure" et "culture pure", ainsi que sur les produits combinés de différent type. La demande des nationaux disposant de revenus élevés pourrait également se porter sur des produits combinés (incluant dans certains cas le balnéaire), ainsi que sur le tourisme événementiel ("guetna" ou "lekhriw") et/ou religieux (pèlerinages) pour une catégorie plus large de la population. Le développement du tourisme intérieur, outre la contribution qu'il est susceptible d'apporter à la mise en œuvre de l'option "intégration et unité nationales" en sensibilisant la population mauritanienne à la valeur de son patrimoine historique, culturel et écologique, permettra d'améliorer sensiblement la fréquentation en basse saison et de maintenir en exploitation toute l'année certains établissements d'hébergement touristique.

Les priorités "produits-marchés" figurant dans le tableau N°9 sont à considérer, dans le cadre du présent rapport, comme susceptibles de fournir une première base pour la définition des actions prioritaires à mettre en œuvre à court terme¹⁷⁷.

¹⁷⁶ - C'est pour cette dernière raison que le marché français occupe une place à part dans le tableau N°9, par suite des flux déjà existants et des conditions du transport aérien entre la France et la Mauritanie.

¹⁷⁷ - Voir le paragraphe 4.2. ci-après.

3.2. - LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES CORRESPONDANTES

Les priorités définies dans le paragraphe 3.1. précédent conduisent à proposer les objectifs quantitatifs et les principales orientations en découlant, qui sont présentées dans les paragraphes suivants.

3.2.1. - Les objectifs quantitatifs à atteindre

Les objectifs quantitatifs à court et même à moyen terme que l'on peut définir pour la croissance de l'activité touristique doivent rester relativement modestes. En effet, la préoccupation essentielle à avoir réside dans le maintien d'un tourisme durable, grâce à la conservation des potentialités touristiques existantes. Pour le moment, il n'existe pas d'évaluation de ce que pourrait être la "capacité de charge" des sites correspondant aux trois principaux types de potentialités, à savoir le désert, les sites culturels et les parcs naturels. La seule certitude réside dans le fait que ces potentialités sont relativement fragiles. Il convient donc, en attendant que soient établies les estimations des capacités de charge des différents types de potentialités, d'adopter une attitude de relative prudence.

Cette attitude est d'autant plus justifiée que la Mauritanie n'est pas actuellement en mesure de proposer des produits touristiques incluant des prestations hôtelières ou de services d'un niveau de qualité correspondant aux potentialités théoriques.

Compte tenu de l'absence de données fiables sur les retombées économiques de l'activité touristique en Mauritanie¹⁷⁸, il semble plus réaliste de définir des objectifs quantitatifs futurs pour le nombre de touristes étrangers plutôt que pour les revenus tirés par la Mauritanie de son activité touristique.

Mais, compte tenu de la diversification proposée et de la nature des produits qui seront commercialisés dans le futur, il apparaît que le rythme de croissance des revenus futurs devrait être sensiblement plus élevé que celui du nombre de touristes.

Un objectif, à la fois réaliste et ambitieux, pourrait être d'atteindre le seuil de **100 000 touristes de loisirs** utilisant les services des tour-opérateurs et des agents de voyages à l'horizon d'une dizaine d'années, soit **pour la saison 2019/2020** (contre environ 12 000 lors de la saison 2006/2007). Cet objectif correspond à une croissance annuelle moyenne d'environ 17,7% par an, ce qui sur une période de 13 ans, est déjà un **objectif très ambitieux**¹⁷⁹.

La ventilation par type de produits du nombre total de touristes à l'horizon 2019/2020 pourrait être la suivante, compte tenu du niveau de priorité de chacun des principaux produits touristiques¹⁸⁰ :

¹⁷⁸ - Voir les paragraphes 1.3.1.b et c ci-avant.

¹⁷⁹ - Le taux de croissance correspondant à l'objectif proposé est à rapprocher du taux de 18% par an de croissance des effectifs de touristes fixé par le Premier Ministre à l'actuel Ministre de l'Artisanat et du Tourisme dans sa lettre de mission du 20 juillet 2007.

¹⁸⁰ - Voir le tableau N°9 ci-avant.

<i>Désert (aventure et confort)</i>	<i>50 000</i>
<i>Culture</i>	<i>10 000</i>
<i>Nature</i>	<i>15 000</i>
<i>Combinés</i>	<i>20 000</i>
<i>Divers</i>	<i>5 000</i>

Les nombres précédents n'incluent pas de nombreuses catégories de voyageurs que la définition internationale donnée par l'Organisation mondiale du Tourisme considère comme des touristes, à savoir notamment :

- les nationaux et les résidents expatriés voyageant en individuels ou en groupes ;
- les étrangers venus en Mauritanie pour des raisons affinitaires (visites à des parents ou des amis) ;
- les touristes étrangers de loisirs voyageant en individuels ;
- les hommes d'affaires (étrangers ou résidents).

Compte tenu de l'utilisation de tentes pour les circuits dans le désert, notamment pour ceux de type "aventure", le nombre de chambres à construire pour faire face à la croissance du nombre de touristes de loisirs correspondant à l'objectif fixé peut être estimé entre 4 et 5 000 au cours de la période 2007-2019, soit entre 330 et 420 nouvelles chambres disponibles chaque année.

En l'absence de données chiffrées relatives à la fréquentation hôtelière par les catégories précédentes non prises en compte dans les projections, on peut, en première approximation, estimer que le nombre de nuitées correspondant à ces catégories est et restera du même ordre que celui correspondant aux touristes de loisirs. Dans cette hypothèse, le nombre de chambres à construire au cours de la période 2007-2019 serait à doubler par rapport au nombre de chambres à construire pour les seuls touristes de loisirs, soit de 8 à 10 000 pendant la période considérée, représentant entre 650 et 850 nouvelles chambres disponibles chaque année.

Les chambres destinées à la clientèle des touristes de loisirs feront partie d'unités d'hébergement adaptées aux produits touristiques commercialisés : auberges au confort sommaire, écolodges, petits hôtels familiaux, hôtels de taille réduite (de l'ordre de 20 à 30 chambres) et de standing moyen (2 ou 3 étoiles suivant les normes internationales), villages de vacances, etc.. Les lieux d'implantation de ces unités devront être en adéquation avec les destinations correspondant aux nouveaux produits commercialisés.

3.2.2. - Les principaux axes d'intervention

La nature des **nouveaux produits prioritaires pour le développement du tourisme** en Mauritanie implique qu'un effort préalable soit fait pour qu'ils puissent effectivement être mis en marché avec succès. Cet effort passe notamment par :

- la valorisation touristique des sites faisant l'objet de visites par les touristes, qu'il s'agisse des sites culturels (réhabilitation et entretien des monuments, présentation des manuscrits et des objets, propreté des villes, etc.) ou des sites naturels (création de pistes et de lieux d'observation, protection de la faune, etc.) ;
- la construction d'unités d'hébergement adaptées à la qualité du produit touristique correspondant ;
- la construction d'infrastructures et d'équipements destinés à rendre l'accès de la Mauritanie pour les touristes le plus facile possible en fonction de leur point de départ et des régions visitées ;
- la construction d'infrastructures (principalement routières) permettant aux touristes d'effectuer les circuits programmés sans perte de temps et dans des conditions de confort acceptables.

La mise en œuvre de ces orientations stratégiques nécessaires pour la réalisation des objectifs fixés suppose que les deux conditions suivantes soient réunies :

- d'une part, il conviendra que les **investissements publics** nécessaires pour la mise en œuvre de ces actions soient mobilisés de façon coordonnée et en temps opportun ;
- d'autre part, il sera nécessaire que le **financement des unités d'hébergement privées** à réaliser soit **sélectif** en fonction du lieu d'implantation et du type de bâtiment à construire, de manière que les nouvelles unités d'hébergement soient les plus en adéquation possible avec les objectifs quantitatifs et qualitatifs de fréquentation poursuivis.

L'effort de diversification de l'offre de produits touristiques devra s'accompagner de la mise en œuvre d'une véritable **politique de préservation du milieu naturel et du patrimoine culturel**. Un des axes de cette politique passera nécessairement par la sensibilisation des populations concernées sur leur participation aux efforts de préservation du patrimoine national. Une des conditions du succès des actions de sensibilisation entreprises réside dans le fait que le développement touristique dans une localité donnée ait rapidement des retombées économiques appréciables pour les populations.

Le développement de l'activité touristique dans les proportions figurant dans le paragraphe précédent implique une très forte croissance de la main d'œuvre qualifiée disponible, de manière à rattraper les retards actuels et à satisfaire les besoins futurs. Ces besoins porteront notamment sur la main d'œuvre hôtelière, sur les guides-accompagnateurs, sur le personnel des agences de voyages, ainsi que sur les gestionnaires d'entreprise et sur l'encadrement administratif lui-même¹⁸¹.

Compte tenu du retard actuel de la Mauritanie dans ce domaine et de l'absence quasi-totale de formateurs expérimentés, ainsi que des délais nécessaires pour assurer un niveau de qualification satisfaisant, les **actions en matière de formation** devront être considérées comme particulièrement urgentes. Les besoins chiffrés par type et par niveau de formation devront être établis le plus rapidement possible, en fonction des objectifs de fréquentation retenus.

¹⁸¹ - Voir le paragraphe 3.4. suivant.

3.3. - CONSEQUENCES POUR LA VENTILATION DE L'ACTIVITE ET SA REPARTITION SPATIALE

La diversification et la croissance du nombre de touristes de loisirs se traduiront par une diversification des points d'entrée des touristes de loisirs dans le pays, qui pourraient à priori se ventiler de la manière suivante :

- Aéroport d'Atar : 35 000
- Aéroport de Néma : 15 000
- Aéroport de Nouakchott : 25 000
- Aéroport de Nouhadibou : 5 000
- Accès routier (Maroc) : 5 000
- Accès routier (Sénégal) : 10 000
- Accès routier (Mali) : 5 000

Cette ventilation fait ressortir la nécessité de procéder à l'amélioration des équipements pour les différents points d'entrée ci-dessus actuellement sous-équipés pour la plupart et surtout de mettre en place du personnel en quantité suffisante, notamment pour assurer les facilitations dans des conditions correctes.

L'accroissement de la fréquentation touristique découlant des objectifs définis dans le paragraphe précédent rendra nécessaire une **diversification géographique des activités touristiques**, actuellement en grande partie concentrées dans l'Adrar.

Les Wilayate du Tagant, du Hodh Ech Chargui et du Hodh El Gharbi devront notamment être pourvues des infrastructures, des équipements publics et des unités d'hébergement privées suffisants pour permettre une activité touristique importante et diversifiée (produits "désert" et/ou "culture").

Il en va de même pour les zones situées dans les environs des Parcs nationaux du Banc d'Arguin et du Diawling, en vue du développement des produits "nature" et des produits mixtes incluant des visites des parcs naturels.

3.4. - CONSEQUENCES POUR LA MISE EN ŒUVRE INSTITUTIONNELLE

Les considérations précédentes font apparaître la nécessité de renforcer et même, pourrait-on dire, d'établir ex nihilo un pouvoir de décision, d'impulsion et de coordination, susceptible de permettre la mise en œuvre de la stratégie de développement touristique. De telles responsabilités, de type régalién, ne peuvent être exercées que par des responsables du secteur public qui doit en assumer l'entière responsabilité, dans la concertation la plus étroite possible avec les représentants qualifiés du secteur privé.

Il est également indispensable que les fonctions des pouvoirs publics en matière de réglementation et de contrôle de l'activité touristique, ainsi qu'en matière de statistiques, puissent s'exercer pleinement grâce à un renforcement considérable des moyens financiers et humains consacrés à la satisfaction de ces besoins.

Le **renforcement institutionnel** de l'Administration nationale du Tourisme (A.N.T.) portera à la fois sur l'actuelle Direction du Tourisme et sur l'Office national du Tourisme, qu'il s'agit de mettre en situation de fonctionner efficacement le plus rapidement possible, en parfaite harmonie avec les orientations de la stratégie nationale de développement touristique. Ce renforcement doit constituer une priorité absolue, car c'est de lui que dépend en premier lieu la mise en œuvre de la stratégie, principalement sous les trois angles suivants :

- en lui conservant son caractère global ;
- en assurant sa cohérence d'ensemble ;
- et en permettant de préparer le long terme dans la perspective d'un **tourisme durable**.

Outre le renforcement de l'A.N.T., il est important que la **coordination de l'ensemble des interventions publiques** ayant une incidence sur l'activité touristique soit assurée de manière satisfaisante, notamment grâce à la création d'un organisme ad hoc, réunissant des représentants de la totalité des ministères et des organismes publics concernés.

Le développement touristique passe également par une étroite **concertation entre le secteur public et le secteur privé**, indispensable à un développement harmonieux et conforme aux objectifs fixés. Cette concertation peut notamment se faire grâce à la participation de représentants des opérateurs privés (à travers leurs associations et leurs groupements représentatifs) à l'organisme de coordination évoqué ci-dessus. Mais la concertation privé-public doit également être plus concrète, grâce à la conduite d'actions en commun. C'est notamment le cas pour les actions relatives à la promotion de la destination "Mauritanie" et des produits touristiques correspondants. Une telle collaboration peut, au moins dans un premier temps, être étendue aux actions, aussi urgentes que fondamentales, à entreprendre dans les domaines du montage de nouveaux produits et du développement des ressources humaines. Ce partenariat public-privé devrait en particulier s'exercer à travers l'Office national du Tourisme.

Les actions correspondant à ces premières réflexions d'ordre institutionnel sont présentées dans le paragraphe 4.1. suivant.

IV – DEFINITION D’UN PROGRAMME D’ACTIONS PRIORITAIRES

Comme cela a été le cas depuis plusieurs années avec les rapports d’experts nationaux et internationaux portant sur les problèmes du développement du tourisme mauritanien, l’accent sera mis sur l’importance des aspects institutionnels pour la mise en œuvre de la stratégie de développement¹⁸². Même si le renforcement institutionnel est fondamental, il ne doit pas occulter la nécessité de définir un programme d’actions prioritaires à mettre en œuvre, notamment pour ce qui concerne le montage de nouveaux produits et le développement des ressources humaines¹⁸³. L’ensemble des propositions faites est complété par la présentation, sous forme de fiches de projet finançables par la coopération internationale, des actions les plus urgentes à mettre en œuvre¹⁸⁴, ainsi que des recommandations relatives au calendrier de mise en marche du processus de développement touristique¹⁸⁵.

4.1. - LA MISE EN PLACE DU CADRE INSTITUTIONNEL

4.1.1. - Considérations générales

Il convient de distinguer entre les tâches dites régaliennes, pour lesquelles l’Etat doit assumer seul ses responsabilités sans les partager avec quiconque et les tâches pour lesquelles un partage des responsabilités avec le secteur privé est concevable et même souhaitable, en vue de mettre en œuvre des actions dans les domaines pour lesquels les interventions des deux types d’acteurs sont souhaitables.

Dans ce cas, les deux parties devront préalablement se mettre d’accord sur les orientations stratégiques à suivre et les objectifs à atteindre qui devront être définis et adoptés en commun.

Les principales tâches incombant à une Administration nationale du Tourisme (A.N.T.)¹⁸⁶ sont les suivantes :

- la définition des orientations stratégiques et des objectifs de développement ;
- l’impulsion et la coordination de la mise en œuvre de la stratégie de développement touristique ;
- la promotion de l’image de la Mauritanie en tant que destination touristique ;

¹⁸² - Voir le paragraphe 4.1. suivant.

¹⁸³ - Voir le paragraphe 4.2. ci-après.

¹⁸⁴ - Voir le paragraphe 4.3. ci-après.

¹⁸⁵ - Voir le paragraphe 4.5. ci-après.

¹⁸⁶ - La Direction du Tourisme du Ministère de l’Artisanat et du Tourisme et l’Office national du Tourisme dans le cas de la Mauritanie.

- le développement de nouveaux produits commercialisables, principalement grâce à l'aménagement des sites touristiques ;
- la mise au point d'une réglementation adaptée aux problèmes mauritaniens des différentes professions du tourisme et de l'hôtellerie ;
- le contrôle de l'application et du respect de cette réglementation ;
- la formation, aussi bien initiale que continue, des personnels travaillant dans l'industrie touristique et hôtelière en fonction des besoins découlant des orientations stratégiques.

La première de ces tâches (définition des orientations stratégiques et des objectifs de développement) devra être conduite en concertation avec le secteur privé. Il en va de même pour la promotion de l'image de la Mauritanie, le développement de nouveaux produits touristiques et la formation, qui devront être mis en œuvre en coopération avec les opérateurs privés.

Par suite de la complexité de l'Administration nationale du Tourisme mauritanienne sous sa forme actuelle et de la confusion qui existe dans la répartition des compétences dévolues à chacune des entités la constituant¹⁸⁷, il apparaît nécessaire, en préalable à toute intervention en vue de leur renforcement, de clarifier les compétences de chacune des entités concernées, de définir un mode d'organisation pertinent et de préciser les profils de postes correspondants. Les principales caractéristiques de cette intervention ("Organisation de l'Administration nationale du Tourisme"), qui sera réalisée sur financement national et extérieur, sont décrites dans la fiche de projet N°1 du paragraphe 4.3. ci-après.

4.1.2. - Le renforcement de la Direction du Tourisme

La Direction du Tourisme n'est pas, dans l'état actuel des choses, en mesure de remplir la totalité de ces tâches, même pas celles qui relèvent de sa seule compétence et qui sont absolument indispensables. La preuve la plus frappante en est l'absence de progrès réalisés depuis 4 ou 5 ans en matière de définition et surtout d'application de la réglementation touristique et hôtelière. Un autre exemple significatif est fourni par la situation en matière de statistiques du tourisme, qui sont totalement inexistantes.

La Direction du Tourisme devra être le plus rapidement possible en mesure de remplir efficacement les fonctions suivantes :

- l'élaboration des statistiques du tourisme et la planification du développement du secteur ;
- la réglementation et le contrôle des activités touristiques et hôtelières ;
- la coordination de la formation et de la gestion des ressources humaines.

Il apparaît nécessaire, comme une priorité préalable incontournable, de renforcer la Direction du Tourisme en la dotant de capacités suffisantes et du savoir-faire indispensable pour qu'elle soit en mesure d'exercer ses prérogatives les plus essentielles. Dans ce but, il est proposé de définir et de mettre en œuvre un projet sur financement international, le projet "Appui à la Direction du Tourisme", dont les principales caractéristiques sont décrites dans la

¹⁸⁷ - Voir le paragraphe 1.5.1. ci-avant.

fiche de projet N°2 du paragraphe 4.3. ci-après. Ce projet devra, bien entendu, être coordonné avec la Composante 1 du Projet P.R.C.C. Tourisme qui devrait démarrer sous peu et qui porte en particulier sur le développement des outils statistiques¹⁸⁸.

4.1.3. - Le renforcement de l'O.N.T.

La création d'un Office de Promotion touristique permettant d'associer, pour la mise en œuvre des tâches relatives à la promotion à l'extérieur de la Mauritanie en tant que destination touristique d'une part et au développement des produits touristiques d'autre part, le secteur public en charge du développement touristique avec les opérateurs privés, a été envisagée depuis plusieurs années¹⁸⁹.

Elle s'est concrétisée en 2002 avec la création de l'Office national du Tourisme (O.N.T.)¹⁹⁰. Il a le statut d'un établissement public à caractère administratif et est doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière.

Trois questions fondamentales se posaient quant à son mode de fonctionnement, lors de sa création. Elles portaient sur :

- les **moyens financiers** mis à sa disposition, liés au montant de la subvention accordée par l'Etat et au montant de la taxe de promotion touristique effectivement recouvré ;
- la **participation du secteur privé** à son fonctionnement, ses représentants au Conseil d'Administration étant fortement minoritaires ;
- la **répartition des tâches** entre l'O.N.T. et la Direction du Tourisme.

Plus de 5 ans après la création de l'O.N.T., les réponses à ces trois questions fondamentales sont loin d'être satisfaisantes :

- les moyens financiers dont dispose l'O.N.T. (de l'ordre de 200 millions d'U.M. par an) sont insuffisantes pour lui permettre de mettre en œuvre un programme performant d'actions de promotion ;
- le secteur privé refuse de participer au fonctionnement de l'O.N.T., qui est une entité publique ;
- la création du nouveau Ministère de l'Artisanat et du Tourisme en juin 2007 n'a pas véritablement permis de clarifier la répartition des attributions entre l'O.N.T. et la Direction du Tourisme.

L'O.N.T. a pour fonction essentielle d'assumer les tâches relatives à la promotion de la destination "Mauritanie" et de favoriser la commercialisation des produits touristiques mauritaniens. Ce rôle fondamental devrait, dès que la stratégie de développement aura été adoptée, conduire à établir un Programme marketing triennal. L'élaboration d'un tel

¹⁸⁸ - Voir le paragraphe 1.6.8.b ci-avant.

¹⁸⁹ - Voir notamment :
 - Rapport final de la Commission technique interministérielle sur le Tourisme (mars/avril 2000),
 - Contribution de la F.B.T.S au Rapport de la Commission technique interministérielle sur le Tourisme (avril 2000),
 - Etude du potentiel de Développement touristique par Joseph TOMATIS (juin 2001).

¹⁹⁰ - Voir le paragraphe 1.5.1.b ci-avant.

document, précisée par ailleurs, fera l'objet d'un projet spécifique¹⁹¹. Ce Plan Marketing, qui définira également la politique de communication touristique, pourra être révisé lorsque le Plan directeur de Développement touristique aura été élaboré¹⁹².

L'O.N.T. pourrait également être responsable du développement des nouveaux produits¹⁹³ et donc être chargé de la maîtrise d'ouvrage du projet N°3 relatif à ce thème¹⁹⁴. Ce projet devra être mis en œuvre dans les délais les plus brefs possibles, avec le soutien financier et technique de la coopération internationale.

4.1.4. - La coordination et la concertation

L'activité touristique présente les deux caractéristiques majeures suivantes :

- elle dépend d'un grand nombre d'équipements et de services publics décidés par des départements ministériels différents ;
- elle est conditionnée par des interventions aussi bien des opérateurs privés que des acteurs publics.

Il en résulte qu'il est indispensable de prévoir un mode de fonctionnement permettant de favoriser à la fois la **coordination** entre les décideurs publics et la **concertation** entre les représentants du secteur public et ceux du secteur privé.

C'est dans ce but qu'il apparaît nécessaire de créer un **Conseil national du Tourisme**. Une telle entité rassemblera l'ensemble des ministères et des sociétés d'Etat concernés à un titre ou à un autre par le développement de l'activité touristique¹⁹⁵, ainsi que des représentants des organisations professionnelles des opérateurs privés.

Pour lui assurer une autorité maximale, il convient qu'il soit placé sous l'autorité directe du Premier Ministre et que ses travaux soient suivis d'aussi près que possible par la plus haute autorité de l'Etat, la Présidence de la République.

Ce positionnement permettra de mettre en évidence la priorité politique accordée au développement du tourisme dans les actes et pas seulement dans les discours ou les écrits.

Le Conseil national du Tourisme pourra être constitué de deux instances distinctes :

- la première, de caractère politique, qui se réunira au moins une fois tous les 6 mois en présence des ministres concernés, des directeurs généraux des sociétés d'Etat et des présidents des organisations professionnelles, sera chargée de définir les options fondamentales ;

¹⁹¹ - Voir le paragraphe 4.2.2. ci-après.

¹⁹² - Voir le paragraphe 4.2.5. ci-après.

¹⁹³ - Sous réserve des résultats découlant de la mise en œuvre du projet N°1.

¹⁹⁴ - Voir le paragraphe 4.2.1. ci-après.

¹⁹⁵ - Outre le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme, il pourrait s'agir du Ministère de la Culture et de la Communication, du Ministère Délégué auprès du Premier Ministre chargé de l'Environnement, du Ministère de l'Intérieur, du Ministère de la Décentralisation et de l'Aménagement du Territoire, du Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle, du Ministère des Transports, du Ministère des Finances, du Ministère des Affaires économiques et du Développement, etc., mais également de la SAM, de la SNIM, etc.

- la deuxième, de caractère technique, qui se réunira en principe une fois tous les 2 mois (ou plus si nécessaire), sera chargée de débattre des problèmes techniques et d'arrêter des décisions communes, son secrétariat étant assuré par la Direction du Tourisme.

Ce Conseil national du Tourisme, dont l'existence devra être réelle et pas seulement théorique, aura en particulier à rendre des arbitrages sur des aspects fondamentaux pour l'avenir du tourisme en Mauritanie, tels que :

- le suivi de l'évolution de l'activité touristique ;
- le choix des orientations stratégiques "produits-marchés" ;
- la formulation de recommandations motivées, en vue des arbitrages à prendre pour la réalisation des investissements publics lourds (notamment en matière d'infrastructures de transport) qui conditionnent la répartition spatiale de l'activité touristique ;
- les axes prioritaires proposés par le Plan Marketing ;
- les différents types d'actions de formation ;
- des arbitrages de différentes natures, principalement pour la prise de décision concernant des investissements publics ayant des conséquences directes ou indirectes sur le développement touristique, mais relevant de la responsabilité d'autres départements ministériels que le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme¹⁹⁶.

La création d'une entité de ce genre constitue une des conditionnalités du Projet P.R.C.C. Tourisme¹⁹⁷ et devrait donc intervenir rapidement après l'adoption de la stratégie de développement touristique. L'élaboration des textes législatifs et réglementaires correspondants ne justifie pas de définir un projet international supplémentaire, mais elle pourrait bénéficier des conseils et des recommandations de l'assistant technique qui interviendra dans le cadre du projet N°1 ("Organisation de l'Administration nationale du Tourisme").

¹⁹⁶ - Voir notamment les paragraphes 4.2.6. et 4.2.7. ci-après.

¹⁹⁷ - Voir le paragraphe 1.6.8.b ci-avant.

4.2. - LES ACTIONS PRIORITAIRES PAR DOMAINE

Le cadre institutionnel étant esquissé, il importe de se préoccuper du **contenu des actions** à mettre en œuvre pour assurer le démarrage du développement touristique. Ce développement ne pouvant être que global, tous les aspects sont à prendre en compte dès le démarrage du processus de mise en route, du fait des retards accumulés par la Mauritanie dans tous les domaines.

Trois groupes d'aspects apparaissent néanmoins comme essentiels et devront avoir une priorité absolue. Il s'agit :

- du **montage de nouveaux produits touristiques**, condition indispensable pour assurer une diversification de l'offre et de la **promotion de la destination "Mauritanie"** ;
- de la **définition du cadre légal et réglementaire** des professions du tourisme et du **contrôle de son application**, ce qui conduira à l'assainissement des professions de l'hôtellerie et du tourisme ;
- du **développement des ressources humaines** par une politique cohérente de la formation à tous les niveaux.

Ces différents aspects font l'objet de développements spécifiques présentés dans les paragraphes suivants.

4.2.1. - Le développement des produits touristiques

L'activité touristique actuelle de la Mauritanie est presque uniquement basée sur la vente des produits "découverte du désert". Outre leur attractivité qui a permis de trouver un marché, les ventes à l'étranger de ce type de produits ont pu croître rapidement parce que les composantes du produit (nuitées dans des auberges ou dans des bivouacs dans le désert, transport à pied ou à dos de chameau, etc.) n'exigeaient pas d'amélioration particulière et pouvaient être vendues telles quelles.

L'analyse des atouts et des contraintes de la Mauritanie à l'égard du développement touristique¹⁹⁸ a permis de mettre en évidence deux éléments majeurs :

- d'une part, l'impossibilité de massifier le développement actuel pour des raisons liées à la préservation du milieu naturel et du patrimoine culturel et social ;
- d'autre part, la variété des potentialités existantes.

Il en résulte que le développement futur du tourisme mauritanien passe nécessairement par la **diversification des produits** proposés et l'élargissement de leur implantation géographique.

¹⁹⁸ - Voir les paragraphes 2.1. et 2.2. ci-avant.

Toutefois, la création de nouveaux produits commercialisables sur les marchés internationaux rend nécessaire d'améliorer considérablement la situation actuelle en conciliant à la fois :

- l'attractivité des sites qui devront être aménagés de manière à être visités facilement par des touristes, désireux en outre d'être informés sur les sites qu'ils visitent ;
- l'adéquation de la qualité des prestations proposées (à la fois par les unités d'hébergement et par les agences réceptives) avec les catégories de clientèles de touristes ;
- les facilités d'accès des sites et de transport ;
- les autres commodités requises par les touristes (manifestations culturelles, centres de santé, téléphone, etc.).

Sans le montage de nouveaux produits attractifs, conformément aux priorités de la stratégie "produits-marchés" définies dans le tableau N°9 ci-avant, il ne pourra y avoir de développement durable du tourisme en Mauritanie. Cet aspect doit être considéré comme une **priorité absolue**.

C'est la raison pour laquelle il apparaît nécessaire de définir et de mettre en œuvre un projet sur financement international, le Projet "Développement des nouveaux produits"¹⁹⁹, dont la maîtrise d'ouvrage pourrait être confiée à l'Office national du Tourisme.

Les nouveaux produits seront en grande partie de type classique, en vue de l'accueil de groupes de touristes internationaux. Certains d'entre eux seront en particulier des produits visant à l'utilisation des potentialités culturelles du pays. Pour le renforcement de ce type de produits, un projet spécifique est proposé²⁰⁰. Il portera sur les aspects suivants :

- conservation et mise en valeur des principaux sites culturels à vocation touristique ;
- formation d'agents spécialisés dans la conservation des sites historiques et/ou culturels et dans le guidage spécialisé ;
- renforcement des capacités existant dans le domaine de la culture vivante (musique, folklore, peinture, théâtre, etc.) en vue de représentations organisées pour des groupes de touristes ;
- développement de l'artisanat d'art et construction d'équipements en vue de la vente aux touristes des produits artisanaux.

En outre, dans le but de satisfaire certains types de demandes (randonneurs en petits groupes et touristes résidents), de favoriser l'extension géographique la plus large possible de l'activité touristique et de lutter contre la pauvreté en milieu rural, la mise en œuvre de projets d'aménagement touristique de type communautaire est également préconisée²⁰¹. Des actions de cette nature devraient être mis en œuvre à titre expérimental à très court terme dans deux ou trois communautés villageoises, sous l'égide de l'Office national du Tourisme, en complément du Projet "Développement des nouveaux produits" et en synergie avec lui. Elles devront en constituer une illustration particulière. Afin de mieux apprécier les difficultés de mise en œuvre de ces projets en fonction de la réceptivité des populations concernées et de

¹⁹⁹ - Voir la fiche de projet N°3 du paragraphe 4.3. ci-après.

²⁰⁰ - Voir la fiche de projet N°4 du paragraphe 4.3. ci-après.

²⁰¹ - Voir la fiche de projet N°10 du paragraphe 4.3. ci-après.

dégager les différents types de solutions à leur apporter, ces projets-pilote pourront être mis en œuvre dans une région ayant une vocation écotouristique (le Parc national du Diawling et le Parc national du Banc d'Arguin) et dans une région où l'activité touristique à développer sera de type "découverte culturelle" (l'Adrar, le Tagant et/ou le Hodh Ech Chargui²⁰²).

4.2.2. - La promotion

La promotion, à la fois de la destination et des produits touristiques proposés, est un élément fondamental de la politique de développement touristique d'un pays donné. C'est évidemment le cas de la Mauritanie, dont le développement touristique est récent et qui n'est pas une destination affirmée et reconnue. Il apparaît très important de poursuivre et même d'intensifier les efforts entrepris depuis quelques années.

Mais il est indispensable d'unir les efforts réalisés par le secteur public d'une part et par le secteur privé d'autre part. En ce sens, l'existence de l'Office national du Tourisme (O.N.T.) est une bonne chose, puisqu'il s'agit d'une entité autonome et pour laquelle l'objectif d'associer les opérateurs privés à la gestion devra absolument être atteint.

Dans un premier temps, il s'agira de promouvoir la Mauritanie en tant que destination touristique ainsi que les produits actuellement commercialisés, c'est-à-dire le tourisme d'aventure dans le désert et les produits connexes (Parcs nationaux du Banc d'Arguin et du Diawling). Il s'agira de créer des outils adéquats pour renforcer la présence de la Mauritanie sur le marché français et pour lancer la destination sur les principaux marchés européens (Allemagne et les pays germanophones, Italie, Espagne, Grande-Bretagne, voire la Belgique et les Pays-Bas). Les supports à retenir pour ce type de campagne seront, soit de type classique grâce à l'édition de brochures générales ou spécialisées, soit de type électronique grâce à l'utilisation judicieuse d'Internet.

Dans un deuxième temps, lorsque des orientations stratégiques à moyen et long termes auront été précisées en termes de couples "produits-marchés" prioritaires, il conviendra d'élaborer un véritable **Plan Marketing triennal** fixant les actions à mettre en œuvre année par année durant la période de validité du Plan :

- d'une part, en matière de **communication** sur la destination touristique "Mauritanie" ;
- d'autre part, en matière de **promotion** des différents produits commercialisés.

L'O.N.T., qui pourrait avoir en charge le renforcement et la diversification de l'offre touristique²⁰³, assurera la maîtrise d'ouvrage du projet "Elaboration du Plan Marketing"²⁰⁴. La mise en œuvre de ce projet sera étroitement liée au développement des nouveaux produits et il apparaît judicieux de les réunir sous la tutelle d'une même entité, surtout dans la mesure où la Direction du Tourisme n'est pas en mesure d'assurer ce type de tâche.

²⁰² - Notamment dans le but d'accroître les retombées économiques de l'ouverture de l'aéroport international de Néma.

²⁰³ - Voir le paragraphe 4.2.1. précédent.

²⁰⁴ - Voir la fiche de projet N°5 du paragraphe 4.3. ci-après.

4.2.3. - La réglementation

Afin de remédier à la situation actuelle caractérisée par l'absence d'une réglementation rigoureuse permettant d'accorder l'agrément aux nouvelles entreprises sur des critères précis et de classer l'ensemble des entreprises existantes, aussi bien dans le domaine hôtelier que dans le domaine touristique, il est essentiel et urgent d'établir une réglementation précise des activités et surtout de l'appliquer. La poursuite du laisser-faire dans le domaine de la création et du fonctionnement des entreprises touristiques et hôtelières, caractérisé par l'octroi d'agréments de manière incontrôlée, ne peut être que préjudiciable au renom international de la destination et avoir des conséquences très graves et irrémédiables pour toutes les entreprises du secteur, y compris pour celles qui respectent les règles élémentaires en matière de sécurité, d'hygiène ou de qualité des prestations.

L'adoption de textes réglementaires adéquats ne sera pas suffisante si elle n'est pas accompagnée, non seulement des moyens pour en contrôler la mise en œuvre effective, mais encore de la volonté politique à tous les niveaux pour en faire respecter l'esprit et la lettre.

Les modalités de type institutionnel visant à faciliter le démarrage d'un processus de définition, d'adoption et de mise en œuvre d'une réglementation touristique et hôtelière adaptée aux besoins de la Mauritanie seront définies dans le cadre du projet "Appui à la Direction du Tourisme"²⁰⁵.

4.2.4. - La formation

La formation, à tous les niveaux et dans tous les domaines, des personnes travaillant dans les différents métiers du tourisme et de l'hôtellerie constitue également une priorité forte. Les actions à mettre en œuvre devront avoir les objectifs suivants :

- combler les insuffisances en personnel qualifié pour satisfaire les besoins actuels ;
- faire face aux objectifs quantitatifs liés à la croissance du nombre de touristes ;
- satisfaire les exigences de qualité en adéquation avec les types de tourisme envisagés à l'avenir.

Les actions de formation à mettre en œuvre devront découler des principes suivants :

- veiller à la satisfaction des besoins réels et donner aux futurs diplômés une formation leur permettant de trouver un emploi rapidement ;
- agir en concertation étroite et avec l'accord des opérateurs privés qui seront les futurs utilisateurs ;
- mettre en place des systèmes de formation correspondant à des formules souples adaptables aux circonstances et notamment aux évolutions futures des besoins quantitatifs et qualitatifs ;
- travailler en liaison avec tous ceux dont la formation est la vocation et la spécialité, de manière à bénéficier de leur expérience pédagogique.

²⁰⁵ - Voir la fiche de projet N°2 du paragraphe 4.3. ci-après.

Compte tenu de l'ampleur et de la diversité des problèmes à résoudre dans le domaine de la formation touristique et hôtelière, il est proposé de définir et de mettre en œuvre, sur financement international, trois projets distincts mais étroitement imbriqués, à savoir :

- l'élaboration d'un Plan de Formation des Ressources humaines²⁰⁶, à court, moyen et long termes ;
- la mise en œuvre d'un Programme de Formation des formateurs²⁰⁷ ;
- l'étude de faisabilité de la création d'une Ecole de Formation touristique et hôtelière²⁰⁸.

Ces projets seront complétés par la Composante "Formation continue" du Projet "Appui au secteur privé"²⁰⁹. Leur mise en œuvre sera également coordonnée avec la Composante 2 du Projet P.R.C.C. Tourisme relative à la formation des guides à l'écotourisme.

4.2.5. - La planification sectorielle et spatiale

Il convient que la Mauritanie soit dotée d'un véritable **Plan directeur de Développement et d'Aménagement touristiques** (P.D.D.A.T.) à moyen terme (de l'ordre de 5 ans) fixant notamment, en fonction des résultats de l'analyse de la situation actuelle et des tendances d'évolution, des principaux éléments de diagnostic et des orientations de la stratégie de développement à long terme :

- les orientations stratégiques "produits-marchés" à moyen terme ;
- les objectifs correspondants et leurs conséquences quantitatives (nombre de chambres, besoins en personnel qualifié, etc.) ;
- les programmes d'aménagement spatial (y compris les infrastructures) à prévoir pour permettre la diversification de l'offre touristique ;
- les programmes sectoriels (formation, valorisation des sites, réglementation, promotion, financement, encadrement administratif, etc.) à mettre en œuvre ;
- les actions prioritaires correspondantes.

Ce plan national tiendra compte des propositions émanant des instances locales (régions et municipalités), l'élaboration des différents types de documents se faisant en parallèle et, bien entendu, en cohérence les uns par rapport aux autres.

La mise en œuvre de ce type de démarche constituera un excellent moyen pour sensibiliser les responsables régionaux et municipaux sur l'intérêt, mais aussi sur les contraintes, que le développement touristique peut avoir pour la collectivité dont ils ont la charge. Elle permettra de les placer devant leurs responsabilités, de manière qu'ils ne se comportent plus seulement en demandeurs de subventions de l'Etat.

²⁰⁶ - Voir la fiche de projet N°6 du paragraphe 4.3. ci-après.

²⁰⁷ - Voir la fiche de projet N°7 du paragraphe 4.3. ci-après.

²⁰⁸ - Voir la fiche de projet N°8 du paragraphe 4.3. ci-après.

²⁰⁹ - Voir la fiche de projet N°10 du paragraphe 4.3. ci-après.

Comme un certain nombre d'orientations ont déjà été proposées, soit dans le passé²¹⁰, soit dans le cadre du présent rapport, il n'est pas nécessaire d'attendre la réalisation de ce Plan directeur pour entreprendre les actions prioritaires définies ci-avant dont la mise en œuvre apparaît, de toutes façons, indispensable pour assurer un démarrage cohérent du développement touristique de la Mauritanie.

La mise en route de l'élaboration du Plan directeur pourra avoir lieu lorsque le dispositif institutionnel aura été mis en place et les projets prioritaires proposés mis en œuvre. Elle associera, sous l'égide de la Direction du Tourisme, l'ensemble des forces vives disponibles : cadres de l'Administration, dirigeants du secteur privé, experts internationaux intervenant sur les projets prioritaires, universitaires, etc. L'élaboration du Plan directeur, qui pourrait commencer au début de 2009, devrait être étalée sur une durée d'un peu moins d'un an environ. Dans ces conditions, le document final devrait être disponible au début de 2010.

4.2.6. - Les domaines non liés directement aux compétences de l'A.N.T.

Le développement de l'activité touristique est en grande partie liée à l'amélioration de secteurs pour lesquels l'Administration nationale du Tourisme n'a pas de responsabilité directe. Il est important que les ministères concernés prennent des décisions et mettent en œuvre des actions allant dans la même direction que celle définie par la stratégie de développement touristique. C'est le Conseil national du Tourisme, dont la création a été proposée ci-dessus²¹¹, qui arbitrera sur les cas de désaccord entre les différents départements concernés. Quelques cas, non exclusifs, de ce type sont évoqués ci-dessous et les actions correspondantes sont proposées.

a) Les facilitations

L'amélioration des formalités de type administratif que les touristes doivent accomplir avant leur venue dans le pays, à leur arrivée ou pendant leur séjour constitue une nécessité pour que les visiteurs du pays conservent (et ultérieurement propagent) une image positive de leur séjour en Mauritanie. Avec l'accord des différents ministères et entités concernés (Affaires Etrangères, Intérieur, Défense nationale, Santé, Société des Aéroports de Mauritanie, etc.), des efforts devront être faits en direction des agents en contact avec des touristes. Ces efforts porteront notamment sur la sensibilisation de ces agents, principalement sur l'intérêt du tourisme pour la pays, sur des notions de base relatives à l'accueil d'étrangers, sur la manière d'accomplir les tâches qui leur sont dévolues tout en maintenant des relations cordiales ou au moins correctes avec les touristes. Ces actions de sensibilisation feront l'objet d'une action spécifique mis en œuvre sous la tutelle de la Direction du Tourisme, en accord et en collaboration avec les différentes entités concernées²¹².

Ces actions de sensibilisation pourront être étendues à l'ensemble de la population, au moins celles résidant dans les régions les plus touristiques, sous la forme d'émissions de radio, d'articles dans la presse, de conférences, etc.

²¹⁰ - Voir le paragraphe 1.6. ci-avant.

²¹¹ - Voir le paragraphe 4.1.4. ci-avant.

²¹² - Voir la fiche de projet N°9 du paragraphe 4.3. ci-après.

D'autres interventions pourront être également réalisées à destination des élèves du premier et du deuxième degré, ainsi que de certains étudiants, en vue de leur prise de conscience de l'importance du tourisme pour le pays et des principales caractéristiques de l'activité touristique. Ces interventions, consistant en des conférences dans les classes, mais aussi en des visites de sites touristiques ou d'unités hôtelières ou touristiques, pourraient avoir des retombées importantes pour attirer des jeunes diplômés vers les professions touristiques et hôtelières.

b) Le financement des entreprises du secteur

La création de nouvelles entreprises hôtelières et touristiques, nécessaires pour accompagner la politique de diversification de l'offre touristique, conduira les promoteurs désireux d'investir dans ces domaines d'activité à chercher à contracter des emprunts à des conditions avantageuses. Les conditions de crédit bancaire prévalant actuellement en Mauritanie, aussi bien pour la durée du prêt que pour les taux d'intérêt consentis (de l'ordre de 30% par an) ne permettent pas de rentabiliser de nouveaux établissements, surtout les plus petits d'entre eux, s'ils sont financés avec des prêts de cette nature. Il apparaît hautement souhaitable, pour que la stratégie de développement touristique soit mise en œuvre avec succès, que les entreprises investissant dans le tourisme et l'hôtellerie pour créer et/ou réhabiliter des équipements en adéquation avec les besoins liés au développement de nouveaux produits, puissent bénéficier de conditions de financement favorables²¹³.

Pour favoriser la mise en œuvre de la stratégie "produits-marchés" adoptée pour le développement touristique mauritanien, ces conditions privilégiées seront réservées aux projets en adéquation avec les orientations stratégiques retenues²¹⁴, aussi bien du point de vue de l'adéquation du projet présenté avec le produit touristique correspondant que du point de vue de sa localisation. Pour cela, une **ligne de crédit spécifique** pourrait être décidée en faveur des entreprises du secteur tourisme dans le cadre des financements bancaires accordés à la Mauritanie par les principaux bailleurs de fonds internationaux pour le développement des petites et moyennes entreprises (Banque mondiale, Banque africaine de Développement, Agence française de Développement, etc.).

L'octroi d'un crédit de cette nature à un promoteur hôtelier ou touristique devra être assorti des trois conditions suivantes :

- élaboration d'un Plan d'entreprise à 5 ans assorti d'une étude de marché et précisant les objectifs à atteindre ;
- assistance technique aux dirigeants et/ou aux gestionnaires de l'entreprise portant sur la manière de gérer la future entreprise en fonction des objectifs du plan d'entreprise ;
- formation du personnel recruté (ou déjà en place) pour les besoins de la future entreprise.

Cet appui aux entreprises du secteur de l'hôtellerie et du tourisme fera l'objet d'un projet doté d'un financement international²¹⁵, dont la maîtrise d'ouvrage sera confiée à la Fédération du Tourisme de la Confédération générale des Employeurs mauritaniens.

²¹³ - Comme cela a déjà été le cas pour les activités liées à la pêche maritime et à la construction.

²¹⁴ - Voir le paragraphe 3.1. et le tableau N°9 ci-avant.

²¹⁵ - Voir la fiche de projet N°10 du paragraphe 4.3. ci-après.

En outre, les facilités de micro-crédit existantes²¹⁶ devraient être prioritairement orientées vers les petites entreprises du secteur touristique et hôtelier, particulièrement celles qui acceptent de faire des efforts pour la formation continue de leur personnel.

Dans le même ordre d'idées, les conditions privilégiées prévues au Code des Investissements pour les entreprises exportatrices devraient être systématiquement accordées aux entreprises touristiques et hôtelières, dans la mesure où leurs caractéristiques et leur implantation correspondent aux orientations stratégiques de développement touristique. Des détaxes de la T.V.A. devraient leur être accordées, dans les cas où leur activité relève effectivement de l'exportation.

c) Les infrastructures et les équipements

L'accès aux sites touristiques est évidemment un aspect fondamental pour la diversification des produits touristiques. Il est conditionné par la construction (ou l'amélioration) de routes principales ou secondaires, ainsi que de pistes d'accès. Le prochain programme d'infrastructures routières devra prendre en compte les priorités découlant de la stratégie de développement touristique.

Il en va de même pour les programmes d'investissement relatifs aux équipements urbains : adduction d'eau, réseau électrique, etc. Les villes secondaires destinées à accueillir des touristes d'après les objectifs de la stratégie de développement touristique, devront être considérées comme prioritaires par les décideurs nationaux et/ou internationaux correspondants.

d) Le transport aérien

Les conditions du transport aérien en Mauritanie constitue l'un des principaux goulots d'étranglement du développement touristique. L'évolution future est bien entendu très dépendante de l'accroissement de la demande qui pourrait permettre d'augmenter les fréquences entre des aéroports étrangers et la Mauritanie et/ou de réduire les coûts du transport.

L'Etat mauritanien doit maintenir, voire renforcer, sa politique d'ouverture vis-à-vis des compagnies étrangères, tout en protégeant la (ou les compagnies(s) nationale(s). Son rôle consistera en particulier à coordonner les activités des différentes compagnies aériennes assurant des liaisons internationales vers la Mauritanie, à débattre des principaux problèmes rencontrés et à rechercher de manière concertée les solutions les plus favorables pour développer les capacités de transport.

L'Etat doit également encourager les compagnies aériennes nationales (ou régionales) en matière de charters, afin d'éviter les monopoles dans ce domaine, qui entraînent nécessairement des abus préjudiciables au développement de l'activité touristique en Mauritanie.

²¹⁶ - Voir le paragraphe 1.5.11.c ci-avant.

4.3. - DESCRIPTION DES ACTIONS LES PLUS URGENTES

Les paragraphes précédents caractérisent de manière qualitative les actions à mettre en œuvre par domaine. Les plus urgentes de ces actions, car leur exécution constitue la condition nécessaire au démarrage d'un développement à la fois soutenu et durable de l'activité touristique du pays, sont décrites ci-après sous la forme de fiches de projets. Ces fiches devraient pouvoir bénéficier d'un financement international, à la condition qu'un certain nombre de conditionnalités soient levées.

Le diagnostic effectué²¹⁷ a permis de mettre en évidence les problèmes découlant de la faiblesse de l'encadrement institutionnel, de la faible diversification de l'offre existante et du très bas niveau de qualification de la main d'œuvre. Les 11 actions en découlant sont celles qui doivent être considérées comme les plus urgentes à mettre en œuvre. Elles ont chacune fait l'objet d'une fiche de projet, présentée dans les pages suivantes :

PROJET N°1 : ORGANISATION DE L'ADMINISTRATION NATIONALE DU TOURISME

PROJET N°2 : APPUI A LA DIRECTION DU TOURISME

PROJET N°3 : DEVELOPPEMENT DES NOUVEAUX PRODUITS

PROJET N°4 : MISE EN VALEUR DES POTENTIALITES TOURISTIQUES DE TYPE CULTUREL

PROJET N°5 : ELABORATION DU PLAN MARKETING

PROJET N°6 : ELABORATION DU PLAN DE FORMATION DES RESSOURCES HUMAINES

PROJET N°7 : MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME DE FORMATION DES FORMATEURS

PROJET N°8 : ETUDE DE FAISABILITE D'UNE ECOLE DE FORMATION TOURISTIQUE ET HOTELIERE

PROJET N°9 : ACTIONS DE SENSIBILISATION SUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

PROJET N°10 : APPUI AUX ENTREPRISES DU SECTEUR TOURISTIQUE ET HOTELIER

PROJET N°11 : MISE EN ŒUVRE DE PROJETS DE DEVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE INTEGRE

Ces actions sont étroitement liées et elles ne peuvent être couronnées de succès que si elles sont toutes réalisées et si le déroulement de leur mise en œuvre se fait en étroite coordination.

²¹⁷ - Voir les paragraphes 2.1. et 2.2. ci-avant.

FICHE DE PROJET N°1 : ORGANISATION DE L'ADMINISTRATION NATIONALE DU TOURISME

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

L'administration nationale se caractérise par l'existence de trois entités distinctes ayant une responsabilité directe sur la gestion du secteur touristique et hôtelier :

- *la Direction du Tourisme, rattachée au Ministère de l'Artisanat et du Tourisme,*
- *la Direction des Etudes et de la Coopération rattachée au même ministère,*
- *l'Office national du Tourisme, entité autonome placée sous la tutelle du même ministère.*

Les attributions dévolues par les textes à ces différentes entités sont ambiguës et même contradictoires et doivent être précisées d'urgence.

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet sera défini et mis en œuvre aussi rapidement que possible. Il devrait pouvoir être opérationnel avant la fin du 1^{er} trimestre 2008. Sa durée sera de 12 mois. Il consistera en la mise à disposition du Secrétariat général, pendant cette période, d'un expert international spécialiste en organisation de l'administration du tourisme.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous l'autorité directe du Ministre de l'Artisanat et du Tourisme et fonctionnera dans ses locaux. Le Gouvernement mauritanien mettra à la disposition de l'expert international un bureau, doté de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.), de manière que le projet puisse se dérouler dans des conditions normales. Un véhicule sera mis à la disposition de l'expert international pendant la durée de son intervention.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet se déroulera en concertation étroite avec les trois entités principalement concernées par le sujet traité (Direction du Tourisme, Office national du Tourisme et Direction des Etudes et de la Coopération). L'assistant technique responsable de la mise en œuvre de ce projet consultera le plus souvent possible les représentants des opérateurs privés à travers leurs groupements et/ou leurs associations.

5 - Actions prioritaires liées :

L'objectif principal à respecter pour arriver à un développement durable du tourisme mauritanien réside dans la cohérence des actions prioritaires à mettre en œuvre qui doivent être conçues et réalisées de la manière la plus intégrée possible. Le projet devra préparer la mise en œuvre des autres projets prioritaires proposés, principalement ceux dont la maîtrise d'ouvrage sera assurée au sein du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme (voir les fiches de projet N°2, N°3, N°4, N°5, N°6 et N°9).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du Projet "Organisation de l'Administration nationale du Tourisme" peut être estimé à 150 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération de l'expert international pour 12 mois d'intervention, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;*
- le coût de 2 voyages en avion entre l'Europe et la Mauritanie pour l'expert et sa famille ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, voiture, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de coopération multilatérale (Programme des Nations Unies pour le Développement, Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du projet, le Ministère de l'Artisanat et du Tourisme disposera d'un document clair précisant les attributions dévolues aux trois entités ayant une responsabilité directe en matière d'administration du secteur du tourisme. Ce document précisera également l'organisation de ces entités, la description des différents postes de responsabilité et des profils correspondants. Il définira les relations à établir entre l'Administration nationale du Tourisme et les organisations représentatives des opérateurs privés.

En outre, l'assistant technique détaché auprès du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme préparera les actions à mettre en œuvre dès que la stratégie de développement touristique aura été officiellement adoptée :

- organisation du Séminaire national du Tourisme ;*
- préparation des textes fondateurs du futur Conseil national du Tourisme, qui en préciseront le mode de fonctionnement ;*
- rédaction des termes de référence pour l'élaboration du Plan directeur de Développement et d'Aménagement du Tourisme ;*
- etc.*

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- à court terme, aux cadres de la Direction du Tourisme, de la Direction des Etudes et de la Coopération et de l'O.N.T qui travailleront avec l'expert intervenant sur le projet et bénéficieront de son expérience.*
- à plus long terme, aux opérateurs privés dont l'activité bénéficiera de la clarification du mode de fonctionnement de l'Administration nationale du Tourisme ;*

FICHE DE PROJET N°2 : APPUI A LA DIRECTION DU TOURISME

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

La faiblesse des moyens, aussi bien humains que financiers, dont dispose la Direction du Tourisme pour exécuter les tâches relevant de sa compétence est telle qu'elle n'est pas en mesure d'assurer le minimum compatible avec le suivi de l'activité touristique ni surtout la mise en œuvre d'une véritable politique intégrée de développement. L'objectif poursuivi sera de doter la Direction du Tourisme du savoir-faire nécessaire pour qu'elle soit à même de remplir les tâches suivantes :

- mise au point d'une réglementation opérationnelle des établissements d'hébergement et des sociétés de tourisme ;

- application de cette réglementation auprès des entreprises existantes pour opérer leur classement ou auprès des entreprises en cour de création pour procéder à leur agrément ;

- lancement de la Stratégie de Développement touristique à long terme et préparation de l'élaboration du Plan directeur de Développement et d'Aménagement touristiques.

En outre, les responsables du projet interviendront, sous la forme de conseils à la Direction du Tourisme et à l'Office national du Tourisme, pour la mise en place des projets "Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines", "Développement des nouveaux produits", "Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel" et "Elaboration du Plan Marketing" (voir les fiches de projets N°6, N°3, N°4 et N°5 ci-après).

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet sera défini et mis en œuvre aussi rapidement que possible. Il devrait être opérationnel avant la fin du 1^{er} semestre 2008. Sa durée sera de 2 ans. Il consistera en la mise à disposition de la Direction du Tourisme d'un expert international à plein temps, ayant l'expérience des problèmes généraux du développement du tourisme et de la réglementation touristique et hôtelière. Cet expert sera secondé, en tant que de besoin, par des experts qui effectueront des missions de courte durée sur des sujets spécifiques (aspects juridiques et réglementaires, valorisation des sites, planification, etc.). La durée totale de ces missions courtes ne devrait pas excéder 6 hommes-mois.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous l'autorité directe du Directeur du Tourisme. Il fonctionnera dans les locaux de cette direction. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales. Il recrutera les cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet se déroulera en association avec les principaux ministères et services concernés par les sujets traités. Les intervenants sur ce projet consulteront le plus souvent possible les représentants des opérateurs privés à travers leurs groupements et/ou leurs associations.

5 - Actions prioritaires liées :

L'objectif principal à respecter pour arriver à un développement durable du tourisme mauritanien réside dans la cohérence des actions mises en œuvre qui doivent être conçues et réalisées de la manière la plus intégrée possible. Le projet devra donc fonctionner en étroite coordination avec les autres projets prioritaires proposés (voir notamment les fiches de projet N°3, N°4, N°5, N°6, N°9, N°10 et N°11), ainsi qu'avec l'assistant technique chargé de la composante N°1 du Projet P.R.C.C. Tourisme, notamment dans le domaine de l'amélioration des statistiques du tourisme.

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du Projet "Appui à la Direction du Tourisme" peut être estimé à 500 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération d'un expert à plein temps pendant 2 ans et des experts en mission de courte durée, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;*
- l'achat d'un véhicule tout terrain ;*
- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photocopieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de coopération bilatérale ou multilatérale (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du projet, la Direction du Tourisme sera en mesure d'exercer efficacement ses compétences en matière de réglementation et de contrôle des entreprises touristiques et hôtelières, ainsi qu'en matière de planification du développement et de l'aménagement touristiques. Les cadres supérieurs et moyens de la Direction du Tourisme auront reçu une formation et/ou une assistance technique pour assumer leurs responsabilités.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres de la Direction du Tourisme, ainsi qu'à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;*
- aux opérateurs privés dont l'activité bénéficiera d'une réglementation adéquate et du contrôle des activités des entreprises qui ne la respectent pas ;*
- à plus long terme, à l'ensemble de la population mauritanienne dont les revenus s'accroîtront grâce au développement des activités touristiques.*

FICHE DE PROJET N°3 :

DEVELOPPEMENT DES NOUVEAUX PRODUITS

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

Le développement futur de l'activité touristique en Mauritanie rend nécessaire la création de nouveaux produits (découverte culturelle, découverte de la nature, produits combinés, etc.) commercialisables sur les marchés internationaux et l'extension spatiale de cette activité au-delà de la Wilaya de l'Adrar. L'objectif principal du projet sera de contribuer à la diversification de l'offre touristique mauritanienne, notamment en :

- coordonnant les efforts déjà accomplis par certaines entités (Fondation nationale des Villes anciennes, Parcs nationaux du Banc d'Arguin, et du Diawling, etc.), de manière à les centrer en priorité sur des sites ou des attractions susceptibles d'être inclus dans des circuits touristiques intégrés dans des produits commercialisables ;*
- défendant auprès des instances autorisées les dossiers d'amélioration des infrastructures et des équipements de transport permettant aux touristes d'accéder dans les régions concernées par les nouveaux produits et d'effectuer les circuits touristiques correspondants ;*
- sensibilisant les responsables des collectivités locales et les populations concernées par les nouveaux produits à l'intérêt que peut représenter pour eux le développement de l'activité touristique dans leur localité et en mettant l'accent sur les contraintes qu'il peut entraîner.*

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet devra être défini et mis en œuvre rapidement, peu après le démarrage du Projet "Appui à la Direction du Tourisme", c'est-à-dire au début du troisième trimestre 2008. Sa durée sera de 2 ans, éventuellement renouvelables. Il consistera en la mise à disposition de l'Office national du Tourisme d'un expert international à plein temps ayant l'expérience du développement des produits touristiques, ainsi que d'experts effectuant des missions de courte durée sur des sujets spécifiques. La durée totale de ces missions courtes ne devrait pas excéder 10 hommes-mois.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous l'autorité de l'Office national du Tourisme qui en assurera la maîtrise d'ouvrage. Il fonctionnera sous l'autorité de son Directeur général et sera installé dans les locaux de l'office. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux suffisants, dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales. Il recrutera des cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Les entités chargées de sauvegarder et de valoriser le patrimoine culturel et naturel de la Mauritanie seront les interlocuteurs privilégiés des responsables du projet. Dans quelques régions-test, les responsables du projet auront à travailler en relation avec le wali et les maires des communes concernées par le développement touristique. Ils devront notamment sensibiliser les populations concernées, si possible par l'intermédiaire d'associations ad hoc, sur l'importance de l'activité touristique, sur les efforts à faire, notamment en matière de propreté des sites, ainsi que sur l'intérêt de mise en œuvre d'un projet de développement touristique communautaire.

Ils pourront, avec l'accord et la participation du maire et avec l'appui des associations d'habitants, créer dans une ville-test un centre d'information pour les touristes, chargé également de la propreté des sites visités et de l'organisation des visites (gestion des guides locaux, etc.).

5 - Actions prioritaires liées :

Le projet devra fonctionner en étroite coordination et en synergie avec les autres projets prioritaires proposés (voir la fiche de projet N°2 ci-avant et les fiches N°4, N°5, N°6, N°10 et N°11 ci-après). Il devra également travailler en concertation étroite avec le responsable de la composante 3 du Projet P.R.C.C. Tourisme ("Développement de l'écotourisme dans les parcs nationaux").

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du projet peut être estimé à 600 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération de l'expert à plein temps pendant 2 ans et des experts en mission de courte durée, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;*
- l'achat d'un véhicule tout terrain ;*
- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photocopieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;*
- la construction et l'équipement d'un centre d'information touristique dans une ville-test ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de financement bilatéral ou multilatéral (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance économique et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

La mise en œuvre du projet permettra à la Mauritanie de disposer d'une très vaste gamme de produits qui lui permettront d'acquérir une position appréciable en tant que destination touristique.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres de l'Office national du Tourisme et à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;*
- aux opérateurs privés dont l'activité pourra se développer et/ou s'étendre à de nouvelles régions touristiques ;*
- à l'ensemble de la population mauritanienne, principalement celle résidant dans les nouvelles régions touristiques.*

FICHE DE PROJET N°4 : MISE EN VALEUR DES POTENTIALITES TOURISTIQUES DE TYPE CULTUREL

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

Le développement futur de l'activité touristique en Mauritanie rend nécessaire la création de nouveaux produits, en particulier de produits totalement (ou en grande partie) de type culturel. L'objectif principal du projet sera de mettre en valeur l'ensemble des potentialités susceptibles d'être intégrées dans des produits de ce type et de contribuer ainsi à la diversification de l'offre touristique mauritanienne, notamment en :

- mettant en valeur les sites historiques et culturel dans un but d'exploitation touristique (aménagement des accès et du parcours de visite, signalisation, construction de centres d'information et de musées, réhabilitation et présentation des manuscrits, etc.) ;

- formant des agents spécialisés dans la conservation et la maintenance de ces sites ("conservateurs de sites") ou de leur présentation aux touristes ("guides spécialisés") ;

- recensant les manifestations de toute nature relatives à des expressions de la culture vivante et en identifiant celles qui, dans les principales zones à vocation touristique, sont susceptibles, après renforcement de leurs acteurs, de donner lieu à des manifestations publiques pour touristes ;

- améliorant la production artisanale sans la dénaturer et en construisant à Nouakchott et à Atar dans un premier temps des centres artisanaux dans lesquels les produits artisanat pourront être exposés et vendus aux touristes.

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet devra être défini et mis en œuvre quelques mois après le démarrage du Projet "Appui à la Direction du Tourisme", c'est-à-dire au début du quatrième trimestre 2008. Sa durée sera de 2 ans, éventuellement renouvelables. Il consistera en la mise à disposition de la Direction du Tourisme (pour les volets correspondant aux trois premiers objectifs) et de la Direction de l'Artisanat (pour le volet correspondant au quatrième objectif) de plusieurs experts internationaux ayant l'expérience du développement des produits touristiques de type culturel, et qui effectueront des missions de durée variable sur des sujets spécifiques. La durée totale de ces missions ne devrait pas excéder 30 hommes-mois.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous l'autorité de la Direction du Tourisme (Volets 1 à 3) et de la Direction de l'Artisanat (Volet 4) qui en assureront la maîtrise d'ouvrage. Il sera installé dans les locaux de ces entités. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux suffisants, dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales. Il recrutera des cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Les entités chargées de sauvegarder et de valoriser le patrimoine culturel (principalement la Direction des Arts et de la Culture, la Fondation nationale de Sauvegarde des Villes anciennes et l'Institut mauritanien de la Recherche scientifique et technique, ainsi que les walis et les maires des localités concernées) seront les interlocuteurs privilégiés des responsables du projet.

Dans quelques régions-test, les responsables du projet devront également sensibiliser les populations concernées, si possible par l'intermédiaire d'associations ad hoc, sur l'importance de l'activité touristique, sur les efforts à faire, notamment en matière de propreté des sites, ainsi que sur l'intérêt de mise en œuvre d'un projet de développement touristique communautaire.

5 - Actions prioritaires liées :

Le projet devra fonctionner en étroite coordination et en synergie avec les autres projets prioritaires proposés (voir les fiches de projet N°2 et N°3 ci-avant et les fiches de projet N°5, N°6 N°7, N°10 et N°11 ci-après).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du projet peut être estimé à 500 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération des experts pour une durée d'intervention de l'ordre de 30 mois, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;*
- l'achat d'un véhicule tout terrain ;*
- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photocopieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de financement bilatéral ou multilatéral (Union européenne, Banque mondiale, Coopération espagnole avec l'appui technique de l'UNESCO, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance économique et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

La mise en œuvre du projet permettra à la Mauritanie de disposer de produits touristiques de type culturel susceptibles de permettre la diversification de l'offre et l'acquisition d'une position appréciable en tant que destination touristique.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres des Directions du Tourisme et de l'Artisanat et à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;*
- aux opérateurs privés dont l'activité pourra se développer et/ou s'étendre à de nouvelles régions touristiques ;*
- à l'ensemble de la population mauritanienne, principalement celle résidant dans les régions touristiques dotées de sites culturels.*

FICHE DE PROJET N°5 : **ELABORATION DU PLAN MARKETING**

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

Depuis sa création, l'Office national du Tourisme a réalisé des opérations ponctuelles en matière de promotion du tourisme mauritanien, essentiellement sous la forme de participations à des salons spécialisés et sous la forme de publications de brochures et de documents promotionnels. Il est temps, avec l'adoption de la stratégie de développement à long terme et la diversification des produits en découlant, que ces actions ne soient plus décidées au coup par coup, mais qu'elles s'inscrivent dans un cadre global et pluriannuel, en cohérence avec les orientations stratégiques à long terme. Pour cela, il apparaît indispensable que la Mauritanie soit dotée d'un Plan Marketing triennal qui définira les actions à mettre en œuvre en matière de communication sur la Destination touristique "Mauritanie" et en matière de promotion des produits touristiques commercialisés.

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet sera défini et mis en œuvre à peu près en même temps que le projet "Développement des nouveaux Produits". Sa durée sera de 4 mois. Il sera réalisé par 2 experts étrangers, (aspects juridiques et réglementaires, aménagement et valorisation des sites, organisation d'enquêtes, etc.). La durée totale de l'intervention de ces experts devrait être de l'ordre de 6 hommes-mois.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous la responsabilité de l'Office national du Tourisme qui en assurera la maîtrise d'ouvrage. Il fonctionnera dans les locaux de l'O.N.T. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux suffisants, dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales. Il recrutera deux cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet se déroulera en coordination étroite avec la Direction du Tourisme, ainsi qu'avec les représentants des opérateurs privés à travers leurs groupements et/ou leurs associations. Un des deux experts étrangers sera particulièrement chargé de rencontrer, afin de recueillir leur avis sur les produits touristiques mauritaniens, des opérateurs étrangers ayant déjà inscrit des produits mauritaniens dans leur catalogue ou susceptibles de le faire à brève échéance, en fonction des perspectives offertes par la politique de diversification touristique.

5 - Actions prioritaires liées :

Le projet "Elaboration du Plan Marketing" devra donc être mis en œuvre en étroite coordination avec les autres projets prioritaires proposés : principalement les projets "Développement des nouveaux Produits" et "Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel" (voir les fiches de projet N°3 et N°4 précédentes).

Il devra également être conduit en concertation et en coordination avec les projets "Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines", "Appui aux entreprises du Secteur touristique et hôtelier" et "Mise en œuvre de Projets de Développement communautaire intégré" (voir les fiches de projet N°6, N°10 et N°11 ci-après).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût de ce projet peut être estimé à 200 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération des deux experts pour une intervention de 6 hommes-mois, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;

- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photocopieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;

- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, déplacements intérieurs, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de coopération bilatérale ou multilatérale (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, Agence française de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du déroulement du projet, l'O.N.T. disposera d'un document définissant :

- d'une part, les produits prioritaires dont la commercialisation sur les marchés étrangers sera privilégiée, ainsi que les cibles de clientèle correspondantes ;

- d'autre part, les actions de promotion à mettre en œuvre année par année durant la période de validité du Plan Marketing.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres de l'Office national du Tourisme, ainsi qu'à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;

- aux opérateurs privés dont l'activité bénéficiera d'une réglementation adéquate et du contrôle des activités des entreprises qui ne la respectent pas ;

- à plus long terme, à l'ensemble de la population mauritanienne dont les revenus s'accroîtront grâce au développement des activités touristiques.

FICHE DE PROJET N°6 : ELABORATION DU PLAN DE FORMATION DES RESSOURCES HUMAINES

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

La Mauritanie ne dispose d'aucun centre de formation touristique et hôtelière et, malgré les efforts effectués dans le passé et encore actuellement avec l'envoi de quelques stagiaires en formation à l'étranger, la qualification professionnelle des salariés exerçant dans les métiers du tourisme et de l'hôtellerie est très insuffisante à tous les niveaux.. L'accroissement futur du nombre de touristes et la diversification des activités touristiques exigeront un nombre très sensiblement accru de personnels qualifiés dans un grand nombre de domaines. Si ces personnels ne sont pas disponibles en quantités et en temps voulus, la réalisation des objectifs fixés sera particulièrement problématique.

Le projet proposé aura pour objectif principal d'établir un Plan de Formation des Ressources humaines à court, moyen et long termes, en fonction des besoins découlant des orientations stratégiques à long terme de développement touristique.

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet sera défini et mis en œuvre le plus rapidement possible. Il devrait pouvoir commencer au début du 2^{ème} semestre 2008. Sa durée sera de 6 mois. Il consistera en la mise à disposition de la Direction du Tourisme d'un expert international spécialiste des problèmes de formation touristique et hôtelière. La durée de son intervention sera de 6 hommes-mois. Il sera assisté de 2 experts spécialisés dans les aspects pédagogiques et les aspects relatifs au contenu des programmes. Ils interviendront sous forme de missions courtes pour une durée de 2 hommes-mois.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous la responsabilité de la Direction du Tourisme qui en assurera la maîtrise d'ouvrage, en liaison avec la Direction des Etudes et de la Coopération. Il fonctionnera dans les locaux de la direction. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux suffisants, dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales.

Il recrutera les cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet et, en particulier, un cadre qui sera l'homologue de l'expert international principal et qui devrait, à l'issue du déroulement du projet, devenir le responsable des problèmes liés à la formation au sein de la Direction du Tourisme.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet se déroulera en association avec les principaux ministères et services concernés par les sujets traités, notamment le Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle, ainsi que l'INAP-F.T.P.. En outre, il se déroulera en concertation étroite avec les représentants des opérateurs privés à travers leurs groupements et/ou leurs associations.

5 - Actions prioritaires liées :

Le projet devra donc fonctionner en étroite coordination avec les autres projets prioritaires proposés, principalement les projets “Développement des nouveaux produits”, “Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel”, “Mise en œuvre du Programme de Formation des Formateurs” et “Appui aux entreprises du secteur touristique et hôtelier”(voir les fiches de projet N°3,N°4, N°7 et N°10 ci-après).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du projet “Elaboration du Plan de Formation des ressources humaines” peut être estimé à 350 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération de l'expert à plein temps pendant 6 mois et des experts en mission de courte durée, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;

- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photocopieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;

- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de coopération bilatérale ou multilatérale (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du projet, la Direction du Tourisme disposera d'un document définissant :

- l'état de la situation actuelle en matière de ressources humains, à la fois quantitativement et qualitativement ;

- la projection des besoins en personnels formés par type de métier et par niveau de formation aux horizons de 5 et 10 ans ;

- les propositions pour la mise en place d'un système de formation (diplômante et continue) susceptible de satisfaire les besoins futurs.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres de la Direction du Tourisme, ainsi qu'à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;

- aux opérateurs privés dont l'activité bénéficiera ultérieurement de la mise en place d'un système de formation en adéquation avec les besoins futurs ;

- à plus long terme, à l'ensemble de la population mauritanienne dont les revenus s'accroîtront grâce au développement des activités touristiques.

FICHE DE PROJET N°7 : MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME DE FORMATION DES FORMATEURS

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

La Mauritanie ne dispose d'aucun centre de formation touristique et hôtelière et, malgré les efforts effectués dans le passé et encore actuellement avec l'envoi de quelques stagiaires en formation à l'étranger, la qualification professionnelle des salariés exerçant dans les métiers du tourisme et de l'hôtellerie est très insuffisante à tous les niveaux. Elle souffre en particulier d'un manque cruel de formateurs susceptibles d'allier une bonne formation de base avec une solide expérience professionnelle dans l'un ou l'autre des métiers du tourisme et de l'hôtellerie. L'accroissement futur du nombre de touristes et la diversification des activités touristiques exigeront un nombre très sensiblement accru de personnels qualifiés dans un grand nombre de domaines pour former ces personnels, il est nécessaire d'avoir un nombre suffisants de formateurs qualifiés.

Le projet aura pour objectif de définir et mettre en œuvre un programme d'urgence de formation des formateurs, en fonction des besoins futurs, tels qu'ils découleront du projet "Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines" (voir la fiche de projet N°6 précédente).

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet devra être défini et mis en œuvre avant la fin du projet "Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines", soit au début du 4^{ème} trimestre 2008. Sa durée sera de 6 mois. Il consistera, à partir d'un programme élaboré par l'expert international responsable du projet "Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines" en liaison avec la Direction du Tourisme à sélectionner une douzaine de cadres du secteur touristique et hôtelier ayant une expérience suffisante et à les envoyer suivre des stages d'une durée de 6 mois (en Europe ou en Afrique du Nord) dans un centre de formation spécialisé.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous la responsabilité de la Direction du Tourisme qui en assurera la maîtrise d'ouvrage. Il fonctionnera dans les locaux de la Direction du Tourisme. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux suffisants, dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales.

Il recrutera les cadres ayant le profil et les compétences requises pour être envoyés en stage à l'étranger.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet devra travailler en liaison étroite avec 2 autres projets prioritaires : "Développement des nouveaux Produits" et "Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines" (voir les fiches de projet N°3 et N°6 ci-avant). Des liens seront également établis avec le Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle et avec l'INAP-F.T.P.

Des liens privilégiés devront être établis avec les coopérations internationales susceptibles de contribuer aux efforts en matière de formation par l'octroi de bourses à l'étranger. C'est particulièrement le cas pour les coopérations tunisienne et marocaine, notamment pour la formation de formateurs au centre de Mohamedia.

5 - Actions prioritaires liées :

Comme déjà signalé, ce projet est étroitement lié au fonctionnement et aux résultats du projet N°6 ("Elaboration du Plan de Formation des Ressources humaines"), dont il sera l'une des conséquences immédiates.

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du Projet "Mise en œuvre du Programme de Formation des Formateurs" peut être estimé à 250 000 Euros.

Ce montant inclut principalement :

- les frais de voyage, les frais de séjour en Europe ou en Afrique du Nord de la douzaine de cadres mauritaniens qui partiront en stage, ainsi que leur rémunération ;*
- les frais de scolarité.*

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de financement bilatéral ou multilatéral (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, coopérations française, marocaine, tunisienne, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance économique et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du projet, la Mauritanie disposera d'une douzaine de formateurs dans les spécialités correspondant aux différents métiers du tourisme et de l'hôtellerie, en adéquation avec les besoins futurs en formation.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres qui auront bénéficié des stages à l'étranger ;*
- aux futurs élèves que ces formateurs auront l'occasion de former au cours de leur carrière ;*
- aux opérateurs privés qui utiliseront les services de ces élèves ;*
- à l'ensemble de la population mauritanienne, dont les revenus seront accrus grâce au développement de l'activité touristique.*

FICHE DE PROJET N°8 : ETUDE DE FAISABILITE D'UNE ECOLE DE FORMATION TOURISTIQUE ET HOTELIERE

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

La Mauritanie ne dispose d'aucun centre de formation touristique et hôtelière et, malgré les efforts effectués dans le passé et encore actuellement avec l'envoi de quelques stagiaires en formation à l'étranger, la qualification professionnelle des salariés exerçant dans les métiers du tourisme et de l'hôtellerie est très insuffisante à tous les niveaux. L'accroissement futur du nombre de touristes et la diversification des activités touristiques exigeront un nombre très sensiblement accru de personnels qualifiés dans un grand nombre de domaines. Si ces personnels ne sont pas disponibles en quantités et en temps voulus, la réalisation des objectifs fixés sera particulièrement problématique.

Le projet aura pour objectif de réaliser une étude de faisabilité en vue de la création d'une Ecole hôtelière et touristique destinée à satisfaire les besoins futurs, tels qu'ils résulteront de du projet "Elaboration du Plan de Formation des ressources humaines" (voir la fiche de projet N°6).

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet devra être défini et mis en œuvre dès que le projet "Elaboration du Plan de Formation des ressources humaines" sera terminé. Sa durée sera de 6 mois. Il consistera en la mise à disposition d'une équipe de 2 ou 3 consultants ayant l'expérience des problèmes de formation touristique et hôtelière, en particulier dans les pays dont l'activité touristique est en voie d'émergence. Ces experts effectueront des missions de courte durée, dont la durée totale peut être estimée à 8 hommes-mois.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous la responsabilité de l'Institut national de Promotion de la Formation technique et professionnelle (INAP-F.T.P.) qui en assurera la maîtrise d'ouvrage, en liaison avec la Direction du Tourisme. Il fonctionnera dans les locaux de l'INAP-F.T.P.. Le Gouvernement mauritanien mettra des locaux suffisants, dotés de conditions de confort acceptables (électricité, téléphone, climatisation, etc.) à la disposition du projet, de manière qu'il puisse se dérouler dans des conditions normales. Il recrutera des cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Outre la Direction du Tourisme, le projet devra établir une solide collaboration avec toutes les entités concernées et, notamment le Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle, l'Office national du Tourisme, la Fondation nationale de Sauvegarde des Villes anciennes, ainsi que les Parcs nationaux du Banc d'Arguin et du Diawling.

Il devra également travailler en concertation très étroite avec les opérateurs privés par l'intermédiaire de leurs associations représentatives, ainsi qu'avec le responsable de la composante 2 du Projet P.R.C.C. Tourisme ("Formation des guides à l'écotourisme").

5 - Actions prioritaires liées :

Les intervenants sur ce projet devront travailler en liaison étroite avec les projets prioritaires "Développement de nouveaux Produits", "Mise en valeur des Potentialités touristiques de type culturel", "Mise en œuvre du Programme de Formation des Formateurs" et "Appui aux Entreprises du secteur touristique et hôtelier" (voir les fiches de projet N°3, N°4 et N°6 ci-avant et N°10 ci-après).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du Projet "Etude de faisabilité d'une Ecole de Formation touristique et hôtelière" peut être estimé à 300 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération des experts à raison de 8 hommes-mois, les frais afférents à leur séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;*
- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photocopieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

Il ne comprend pas le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.).

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de financement bilatéral ou multilatéral (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, coopérations française, marocaine, tunisienne, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance économique et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du déroulement du projet, l'INAP-F.T.P. et la Direction du Tourisme disposeront d'un document définissant :

- d'une part, les caractéristiques de la future Ecole de Formation touristique et hôtelière (caractéristiques des bâtiments et des équipements, contenu des programmes de formation initiale et continue, évolution du nombre d'élèves formés, profils des enseignants, coûts d'investissement et de fonctionnement, etc.) ;*
- d'autre part, les modalités de fonctionnement de cette école (profil des enseignants, composition du Conseil d'Administration, relations avec les opérateurs privés, etc.).*

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres de l'INAP-F.T.P. et à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;*
- aux opérateurs privés dont l'activité ne pourra que bénéficier de la création de l'Ecole de Formation touristique et hôtelière ;*
- à l'ensemble de la population mauritanienne, dont les revenus seront accrus grâce au développement de l'activité touristique.*

FICHE DE PROJET N°9 : ACTIONS DE SENSIBILISATION SUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

La Mauritanie n'a pas de tradition dans le domaine touristique, ce qui se traduit par une absence de notions sur la manière d'accueillir les touristes étrangers et d'établir des relations avec eux. Ceci est particulièrement vrai pour :

- les agents des différents services administratifs ayant des rapports avec les touristes étrangers, avant leur départ de leur pays d'origine, à leur arrivée en Mauritanie et à leur départ, pendant leur séjour (personnel des ambassades, police aux frontières, douanes, santé, sécurité, etc.) ;*
- la population mauritanienne en général, surtout les habitants des villes d'arrivée des touristes et des régions les plus touristiques ;*
- les élèves des écoles et des établissements du second degré.*

Le projet prévoit des actions de sensibilisation en direction de ces différentes cibles, dans le but de leur faire prendre conscience de leur donner quelques notions de base sur les caractéristiques et les contraintes du tourisme international, sur la manière d'accueillir les touristes étrangers ou d'établir des relations avec eux, ainsi que sur l'intérêt pour la Mauritanie de développer son activité touristique.

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet devra être défini et mis en œuvre dès le début de l'année 2009. Sa durée sera de 12 mois. Il consistera en des actions définies par la Direction du Tourisme et l'O.N.T., en liaison avec les opérateurs privés, avec l'appui de l'assistant technique mis à la disposition du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme (voir le projet N°1 "Organisation de l'Administration nationale du Tourisme").

Les cadres de la Direction du Tourisme et de l'O.N.T., associés à des personnes-ressources, assureront les sessions de formation et de sensibilisation, soit dans les locaux des administrations concernées, soit dans les écoles et/ou les établissements du second degré, ainsi que le contenu des émissions de radio et de télévision.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous la responsabilité du Secrétariat général du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme. Il s'appuiera sur la Direction du Tourisme et sur l'O.N.T. pour sa mise en œuvre.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Pour la mise en œuvre du projet, des relations très étroites devront être établies avec l'ensemble des services bénéficiaires du projet, avec la radio et la télévision mauritanienne, ainsi qu'avec le Ministère de l'Education nationale. Les actions seront programmées trimestre par trimestre, en accord avec ces différentes entités, de manière à ne pas perturber leurs activités habituelles.

5 - Actions prioritaires liées :

Le contenu de ce projet devra être défini en fonction des orientations de la stratégie de développement touristique, ainsi aussi du contenu des projets "Développement des nouveaux Produits" et "Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel" (voir les fiches de projet N°3 et N°4 ci-avant).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du Projet "Actions de sensibilisation sur le développement touristique" peut être estimé à 200 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- les frais de mission des agents du Ministère de l'Artisanat et du Tourisme qui assureront les sessions de sensibilisation et les défraiements des fonctionnaires qui assisteront à ces sessions ;*
- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photo-copieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de financement bilatéral ou multilatéral (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance économique et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du déroulement du projet, la Mauritanie disposera de plusieurs catégories de la population sensibilisées aux problèmes liés à l'activité touristique internationale, notamment à l'accueil des touristes et aux contraintes que le développement touristique impose.

Ce résultat permettra d'améliorer sensiblement la qualité de l'accueil réservé aux touristes étrangers à leur arrivée dans le pays, ainsi que pendant leur séjour.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux bénéficiaires de toutes les catégories concernées qui auront suivi les séances de sensibilisation ;*
- aux opérateurs privés dont l'activité ne pourra que bénéficier de ce type d'actions ;*
- à l'ensemble de la population mauritanienne, dont les revenus seront accrus grâce au développement de l'activité touristique.*

FICHE DE PROJET N°10 : APPUI AUX ENTREPRISES DU SECTEUR TOURISTIQUE ET HOTELIER

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

De nombreuses unités d'hébergement (petits hôtels, auberges, etc.) ou de restauration ont vu le jour au cours des dernières années à Nouakchott et dans plusieurs régions du pays, sans que leur promoteur ait la moindre idée de l'activité correspondante, de la manière d'accueillir et de traiter les touristes ou du mode de gestion adapté à ce type d'établissements. Il en est de même pour les agences de voyages de petite taille et sans expérience pratique qui sont en train de se multiplier. L'amplification de cette tendance est susceptible d'avoir un double effet négatif :

- d'une part, sur l'image de la destination "Mauritanie", qui a déjà souffert et qui risque de souffrir encore plus gravement à l'avenir, de l'existence d'établissements de ce genre ;*
- d'autre part, pour les promoteurs eux-mêmes, dont la probabilité d'échec de leur tentative est élevé dans ces conditions.*

La mise à niveau de ces entreprises suppose qu'elles soient en mesure d'obtenir un crédit bancaire dans des conditions permettant d'espérer une rentabilité suffisante, ce qui n'est pas le cas actuellement. Le problème se pose dans les mêmes conditions pour les nouveaux projets.

Le projet "Appui aux Entreprises du Secteur touristique et hôtelier" aura pour objectif principal de donner aux unités bénéficiaires un niveau de prestations correspondant aux normes internationales du tourisme international leur permettant d'accueillir dans des conditions satisfaisantes des touristes individuels et/ou des touristes en groupe. Il aura quatre composantes :

- aider les entreprises actuelles souhaitant faire une rénovation ou une extension et les entreprises en voie de création à établir un Plan d'entreprise à 5 ans, fixant des objectifs quantitatifs et qualitatifs, ainsi que les moyens à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs (bâtiments, équipement en matériel, niveau de qualification du personnel) ;*
- apporter à ces entreprises un appui à la gestion grâce à une remise à niveau de leur propriétaire et/ou de leurs gestionnaires ;*
- former les employés de ces entreprises en vue d'améliorer leur efficacité et leur productivité ;*
- accorder à ces entreprises, grâce à une ligne de crédit spécifique à taux privilégié, un prêt pour réaliser leur investissement.*

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Ce projet devra être défini et mis en œuvre quelques mois après le démarrage du projet "Appui à la Direction du Tourisme", c'est-à-dire au début du 4^{ème} trimestre 2008. Sa durée sera de 2 ans, éventuellement renouvelables.

Il consistera en la mise à disposition des responsables de la mise en œuvre du projet, des experts en développement des entreprises touristiques et hôtelières, en appui à la gestion de ces entreprises et en formation des personnels. Ces experts étrangers seront au nombre de 4 la première année, leur nombre passant à 2 au cours de la deuxième année, grâce à la substitution de 2 d'entre eux par leurs homologues mauritaniens. Les experts étrangers interviendront au total à raison de 80 hommes-mois (dont 8 ou 10 correspondant à des missions de courte durée effectuées par des experts intervenant sur des tâches spécifiques).

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous la responsabilité de la Fédération du Tourisme de la C.G.E.M. qui en assurera la maîtrise d'ouvrage, en liaison étroite avec la Direction du Tourisme. Il fonctionnera dans des locaux spécifiquement loués à cet effet. Le Gouvernement mauritanien recrutera des cadres ayant le profil et les compétences requises pour servir de contrepartie nationale aux experts intervenant sur le projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet devra travailler en liaison étroite avec les projets "Appui à la Direction du Tourisme", "Développement des nouveaux Produits" et "Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel" (voir les fiches de projet N°2, N°3 et N°4 ci-avant). Il devra également établir une solide collaboration avec toutes les entités concernées et, notamment :

- le Ministère de l'Emploi, de l'Insertion et de la Formation professionnelle et plus particulièrement la Direction de l'Insertion ;*
- l'Institut national de Promotion de la Formation technique et professionnelle (INAP-F.T.P.) et le Fonds autonome de Promotion de la Formation technique et professionnelle (FAP-F.T.P.) ;*
- l'Association des Professionnels du Tourisme (A.P.T.) ;*
- le Ministère des Finances ;*
- le système bancaire.*

5 - Actions prioritaires liées :

Comme déjà signalé, le projet est étroitement lié au fonctionnement et aux résultats de deux autres projets prioritaires "Appui à la Direction du Tourisme", "Développement des nouveaux Produits" et "Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel" (voir les fiches de projet N°2, N°3 et N°4 ci-avant).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du projet "Appui aux Entreprises du Secteur touristique et hôtelier" peut être estimé à 1 300 000 Euros. Ce montant inclut notamment :

- la rémunération des experts à plein temps pendant 1 ou 2 ans et des experts en mission de courte durée, les frais de séjour en Mauritanie, ainsi que le coût du transport aérien entre le pays d'origine des experts et la Mauritanie ;*
- l'achat de 2 véhicules tout terrain ;*
- la location des bureaux pendant deux ans ;*
- l'achat des équipements de bureaux (ordinateurs, imprimantes, photo-copieuses, etc.) nécessaires au fonctionnement du projet ;*
- la gestion d'actions de formation continue dans les principaux centres touristiques et notamment dans l'Adrar ;*
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet.*

Il ne comprend pas le montant des prêts qui seront accordés à un taux privilégié aux entreprises qui, après avoir établi un Plan d'entreprise, reçu une assistance technique aux gestionnaires et une formation du personnel, obtiendront un prêt pour la rénovation ou la construction de leurs bâtiments et de leurs équipements.

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de financement bilatéral ou multilatéral (Union européenne, Banque mondiale, Banque africaine de Développement, etc.) ayant pris conscience que le développement touristique est un élément essentiel pour la croissance économique et le développement de la Mauritanie.

8 - Principaux résultats du projet :

Au terme de ce projet, il existera, dans la plupart des régions de la Mauritanie, des établissements d'hébergement et des agences de voyages économiquement viables et rationnellement gérés, ce qui favorisera la diversification de l'offre touristique mauritanienne. Ces entreprises seront modernisées ou créées dans des lieux situés à proximité des sites correspondant aux produits touristiques permettant la diversification de l'activité touristique mauritanienne.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment :

- aux cadres mauritaniens détachés sur le projet et à tous les professionnels qui travailleront avec les experts intervenant sur le projet et bénéficieront de leur expérience ;*
- aux opérateurs privés dont l'activité ne pourra que bénéficier de l'assistance technique et de la formation continue qui leur sera dispensée ;*
- à l'ensemble de la population mauritanienne, dont les revenus seront accrus grâce au développement de l'activité touristique.*

FICHE DE PROJET N°11 : MISE EN ŒUVRE DE PROJETS DE DEVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE INTEGRE

1 - Justification et objectifs visés par le projet :

La Mauritanie a besoin de diversifier l'offre touristique qu'elle est en mesure de proposer sur les marchés internationaux et pour la satisfaction de la demande intérieure. Les produits touristiques nouveaux devront avoir la triple caractéristique suivante :

- être suffisamment novateurs pour intéresser et satisfaire des clientèles très ciblées ;
- engendrer des effets économiques (valeur ajoutée, emplois, etc.) permettant de lutter efficacement contre la pauvreté et bénéficiant en majeure partie aux populations locales ;
- ne pas provoquer des effets négatifs pour la conservation du patrimoine culturel et de l'environnement naturel, ainsi que sur les sociétés réceptrices.

Les objectifs principaux de ce projet seront de :

- choisir deux ou trois communautés de base caractérisées par leurs potentialités touristiques et par le dynamisme de leurs populations, ces communautés étant choisies dans une région déjà développée sur le plan touristique (l'Adrar ou le Parc national du Banc d'Arguin) et dans une région moins développée (le Parc national du Diawling, le Tagant ou le Hodh Ech Chargui) ;
- définir un programme cohérent d'actions à mettre en œuvre dans la perspective d'un développement touristique durable et d'objectifs quantitatifs raisonnables ;
- débattre avec les populations des actions qui vont être conduites, recueillir leur avis et les sensibiliser sur leurs conséquences pour leur mode vie futur ;
- assister les foyers acceptant d'héberger des touristes et les aider à aménager les installations ;
- définir les aménagements de sites et la signalisation correspondante, une partie des travaux étant financée par le projet, le reste étant réalisé sous la forme de travaux d'intérêt communautaire ;
- réaliser les superstructures (tentes, petit restaurant, etc.) et acheter les équipements nécessaires (nattes et matelas, four à bois, etc.) ;
- sensibiliser l'ensemble des professions susceptibles de contribuer à l'animation touristique (danseurs et musiciens, artisans, transporteurs, etc.) et les regrouper en associations ;
- former les guides-accompagnateurs ;
- rechercher des modes de distribution des produits correspondant au projet communautaire ;
- constituer une association de gestion et de promotion des sites touristiques et des équipements publics, regroupant les autorités municipales et les opérateurs privés.

2 - Calendrier de mise en œuvre et description du déroulement :

Le démarrage effectif du projet est conditionné par le choix des communautés de base qui aura été fait par les soins des services compétents de l'Office national du Tourisme, en liaison avec les ministères chargés de la culture et de l'environnement. Les critères de choix des communautés retenues devront être précisément définis au préalable, notamment sur la base des orientations des projets "Développement des nouveaux produits" et "Mise en valeur des potentialités de type culturel" (voir les fiches de projet N°3 et N°4). Il devrait pouvoir commencer au quatrième trimestre de l'année 2008. Sa durée sera de 12 mois. Il sera piloté par un responsable qui en sera l'animateur auprès des populations concernées. Cet animateur sera choisi par l'Office national du Tourisme parmi les membres de la communauté concernée.

3 - Localisation et responsabilité du projet :

Le projet sera placé sous l'autorité de l'Office national du Tourisme dont un cadre sera spécialement chargé de superviser le déroulement du projet.

4 - Principaux intervenants dans la réalisation :

Le projet se déroulera en association avec les principales entités concernées par sa mise en œuvre et notamment le ministère chargé de la culture et celui chargé de l'environnement. Son animateur consultera le plus souvent possible les représentants des opérateurs privés à travers leurs groupements et/ou leurs associations.

5 - Actions prioritaires liées :

Le projet devra fonctionner en étroite coordination avec les projets "Développement des nouveaux Produits" et "Mise en valeur des Potentialités touristiques de type culturel" (voir les fiches de projet N°3 et N°4 ci-avant).

6 - Evaluation sommaire du coût :

En première approximation, le coût du projet peut être estimé à 150 000 Euros (pour 3 communautés-pilote). Ce montant inclut notamment :

- la rémunération de l'animateur local à temps partiel pendant la durée de vie du projet, ainsi que les frais de mission des cadres de l'Office national du Tourisme intervenant sur le projet ;*
- la participation aux travaux d'aménagement des sites touristiques, de signalisation et/ou d'aménagement des espaces ;*

7 - Financement envisagé :

Le projet devrait pouvoir être financé par un organisme de coopération multilatérale, tels que le PNUD, ayant pris conscience que le développement touristique durable est un élément essentiel pour la croissance et le développement économiques de la Mauritanie et soucieux d'intégrer ses interventions dans le Cadre national de Lutte contre la Pauvreté.

8 - Principaux résultats du projet :

A l'issue du projet, 3 communautés villageoises seront organisées et équipées pour recevoir dans des conditions satisfaisantes des touristes étrangers et nationaux pour de courts séjours de type écotouristique dans des zones à vocation de découverte de la nature ou de la culture. Ce résultat contribuera à la diversification de l'activité touristique mauritanienne.

9 - Principaux effets et bénéficiaires du projet :

La mise en œuvre du projet bénéficiera notamment aux populations des communautés choisies, aux cadres de l'Office national du Tourisme et à tous ceux qui interviendront sur le projet et seront en mesure de le reproduire dans des conditions similaires, en l'adaptant aux contextes locaux spécifiques, dans d'autres zones du pays.

4.4. - RECAPITULATION ET SCHEMA INSTITUTIONNEL DE MISE EN ŒUVRE

Le tableau N°10 ci-dessous présente la récapitulation des 11 projets prioritaires décrits dans les fiches de projets ci-avant.

Tableau N°10 : RECAPITULATION DES PROJETS PRIORITAIRES

Nom du projet	Montant (en Euros)	Durée (en mois)	Maître d'ouvrage
N°1 – Organisation de l'Administration nationale du Tourisme	40 000	12	Secrétariat général du MAT
N°2 – Appui à la Direction du Tourisme	500 000	24	Direction du Tourisme
N°3 – Développement des nouveaux Produits	600 000	24	Office national du Tourisme
N°4 – Mise en valeur des potentialités touristiques de type culturel	500 000	24	Direction du Tourisme et Direction de l'Artisanat
N°5 – Elaboration du Plan Marketing	200 000	4	Office national du Tourisme
N°6 – Plan de Formation des Ressources humaines	350 000	6	Direction du Tourisme
N°7 – Programme de Formation des Formateurs	250 000	6	Direction du Tourisme
N°8 – Etude de Faisabilité d'une Ecole touristique et hôtelière	300 000	6	INAP-F.T.P.
N°9 – Actions de sensibilisation	200 000	12	Secrétariat général du MAT
N°10 – Appui aux Entreprises du Secteur touristique et hôtelier	1 300 000	24	Fédération du Tourisme
N°11 – Mise en œuvre de projets de Développement communautaire	150 000	12	Office national du Tourisme
Ensemble du programme	4 500 000		

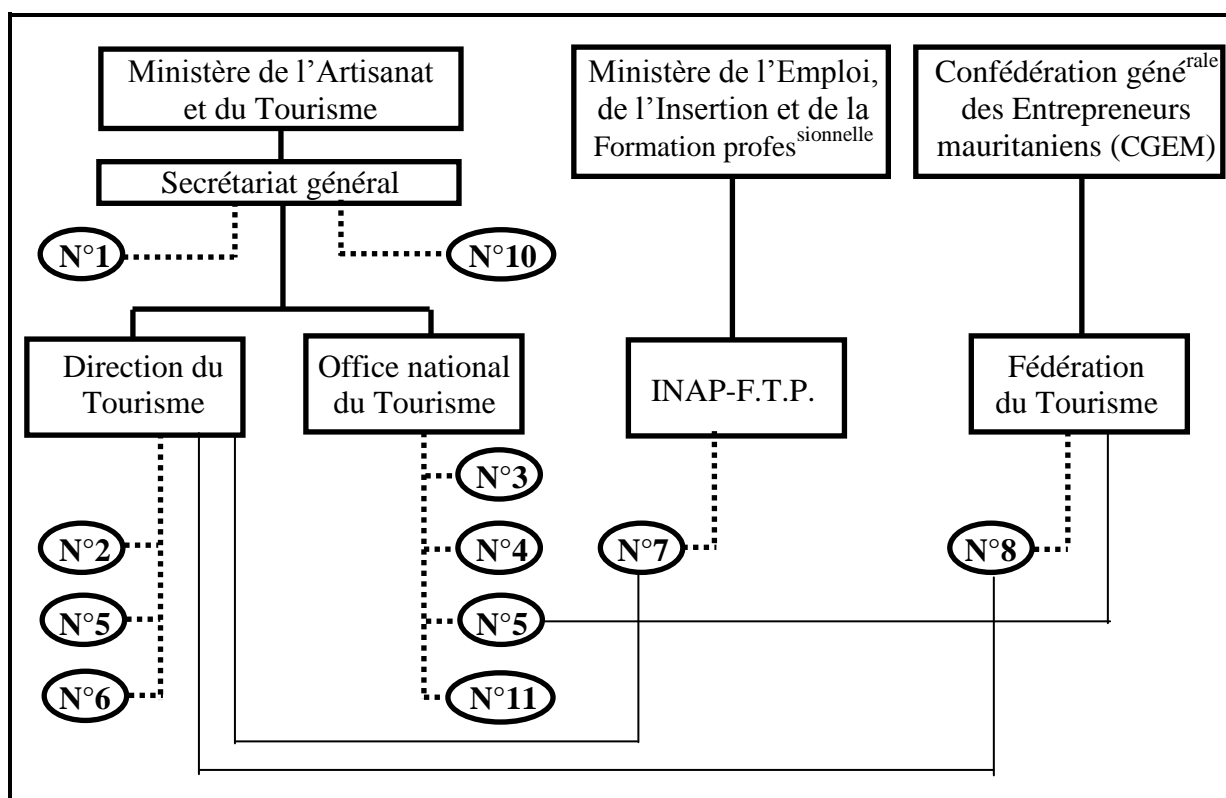
Le coût total des projets proposés s'élève à 4,5 millions d'Euros, non compris, d'une part le montant des prêts à taux privilégié qui seront accordés aux entreprises dans le cadre du projet "Appui aux Entreprises du Secteur touristique et hôtelier" et, d'autre part le montant de la participation mauritanienne (bureaux, électricité, personnel de contrepartie et d'exécution, fournitures diverses, etc.). La présentation des projets pour lesquels un financement international sera nécessaire commencera à se faire lors de la réunion à Paris du Groupe consultatif qui aura lieu au début du mois de décembre 2007. Une nouvelle présentation pourra se faire de manière globale, par exemple à l'occasion de la tenue d'un **Séminaire national du Tourisme** réunissant pendant 2 jours tous les acteurs concernés, aussi bien ceux du secteur privé que ceux du secteur public, lorsque la stratégie à long terme aura été adoptée.

L'objectif essentiel d'un tel séminaire sera de montrer que les actions prioritaires proposées au financement international s'inscrivent dans une démarche d'ensemble engageant tous les partenaires concernés. Après la présentation, au cours de la première journée, des orientations stratégiques et des différentes actions prioritaires retenues par l'Etat, deux séances d'une demie-journée pourraient clôturer les travaux de ce séminaire :

- une première demie-journée serait consacrée, sous la forme d'une **Table ronde des bailleurs de fonds**, à la présentation des fiches de projet pour lesquels un financement international est recherché ;
- une autre demie-journée serait consacrée, en présence de **promoteurs privés potentiels** à l'examen des conséquences des options stratégiques pour les investissements publics et privés à prévoir.

L'efficacité du système institutionnel de mise en œuvre des projets prioritaires décrits dans les fiches ci-avant sera particulièrement important pour en assurer l'efficacité maximale. Le schéma N°11 ci-dessous propose un dispositif sur lequel apparaissent les relations susceptibles d'exister entre les acteurs chargés de la mise en œuvre des projets prioritaires.

Schéma N°11 : DISPOSITIF INSTITUTIONNEL POUR LA MISE EN ŒUVRE DES PROJETS PRIORITAIRES



Légende : Responsabilité directe du projet
 ——— Responsabilité complémentaire du projet

Ce schéma permet de mettre en évidence que la mise en œuvre de nombreux projets dépend de plusieurs entités en même temps. La réussite de la mise en œuvre de ces projets sera fortement conditionnée par l'esprit de coopération qui animera ces différents acteurs. La création du Conseil national du Tourisme devrait permettre de rendre les arbitrages nécessaires en cas de litiges.

Un deuxième séminaire associant les collectivités locales, outre les représentants du secteur public et ceux de opérateurs privés, pourrait avoir lieu environ un an et demi après la tenue du premier, de manière à évaluer les résultats des différents projets les plus urgents mis en œuvre. Ce deuxième Séminaire national permettrait également de discuter les orientations générales définies par le Plan directeur de Développement et d'Aménagement touristiques²¹⁸.

²¹⁸ - Voir le paragraphe 4.2.5. ci-avant.

4.5. - CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Le Schéma N°12 ci-après présente le chronogramme envisageable pour la mise en œuvre des projets prioritaires proposés dans le cadre de la stratégie de développement touristique. La durée totale pour la mise en œuvre de ces projets a été fixée à 3 ans. Il est toutefois probable que certains projets ne seront pas achevés à la fin de cette période, mais qu'ils devront être prolongés.

Il fait également apparaître les périodes souhaitables pour la réalisation d'actions non décrites comme des projets prioritaires, mais pourtant essentielles car elles s'inscrivent complètement dans le processus de mise en œuvre de la stratégie à long terme. Il s'agit, outre l'adoption officielle de la stratégie de développement touristique :

- du 1^{er} Séminaire national du Tourisme (deuxième semestre de 2008),
- de la création du Conseil national du Tourisme (troisième trimestre de 2008),
- du lancement du Plan directeur de Développement et d'Aménagement (début 2009),
- du 2^{ème} Séminaire national du Tourisme (troisième trimestre de 2009),
- de l'achèvement du Plan directeur de Développement et d'Aménagement (début 2010),
- de l'évaluation finale du Programme d'urgence constitué par les 11 projets prioritaires (4^{ème} trimestre de 2010), étape nécessaire préalable à la définition du programme d'actions à mettre en œuvre à partir de 2011, dont le contenu sera essentiellement déterminé par les résultats obtenus par les projets mis en œuvre entre 2008 et 2010.

Schéma N°12 : CHRONOGRAMME DE MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE PROPOSEE

Année et trimestre Projet	2008				2009				2010				
	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim	3 ^{ème} trim	4 ^{ème} trim	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim	3 ^{ème} trim	4 ^{ème} trim	1 ^{er} trim.	2 ^{ème} trim	3 ^{ème} trim	4 ^{ème} trim	
N°1	—————												
N°2		—————											
N°3			—————										
N°4				—————									
N°5			—————										
N°6			—————										
N°7				—————									
N°8					—————								
N°9					—————								
N°10				—————									
N°11				—————									
Autres actions ne faisant pas l'objet d'un projet	Adoption de la stratégie	Séminaire national du Tourisme	Création du Conseil national du Tourisme	Lancement du Plan directeur de Développement et d'Aménagement		Séminaire national du Tourisme	Achèvement du Plan directeur de Développement et d'Aménagement					Evaluation du Programme d'urgence	

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

L'importance du développement touristique pour la Mauritanie est incontestable. Il en est de même pour la diversité de ses potentialités. Mais il est non moins évident que le retard pris par la Mauritanie dans beaucoup de domaines rend très difficiles tous les efforts entrepris pour faire évoluer la situation, aussi bien sur le plan quantitatif que sur le plan qualitatif.

La volonté des pouvoirs publics d'intervenir activement en faveur du développement touristique du pays a souvent été affirmée et réaffirmée. Très peu d'actions cohérentes sont venues confirmer ces affirmations. La croissance, relativement importante pour un pays comme la Mauritanie, observée depuis une dizaine d'années, avec la mise en service de vols charters entre Paris et Marseille d'une part et Atar d'autre part, ne doit pas faire illusion. Il s'agit de l'exploitation de sites ne demandant que peu d'aménagements (le désert) et d'un type de tourisme (l'aventure) compatible avec l'absence d'infrastructures (notamment de transport) et d'équipements adéquats (notamment d'unités d'hébergement).

Une telle politique a ses propres limites, ne serait-ce qu'à cause de la limitation du marché et de la fragilité de l'environnement naturel et humain avec lequel ce type d'activité met le touriste en contact.

Toute politique de développement touristique durable passe nécessairement par la **diversification de l'offre**. Cette diversification ne pourra se produire dans des conditions économiques, écologiques et sociales satisfaisantes que si des actions sont rapidement mises en œuvre en vue de lever les contraintes les plus importantes, celles qui constituent de véritables blocages.

Trois axes sont à privilégier en priorité :

- une meilleure **réglementation et un contrôle des activités touristiques** et hôtelières exercées par les entreprises privées, ce qui suppose un renforcement institutionnel ;
- la **mise à niveau de l'offre potentielle** : aménagement et valorisation des sites, construction d'unités d'hébergement adaptées, amélioration des conditions d'accès aux sites et des conditions de transport, etc. ;
- l'**amélioration de la qualité des prestations et des services** qui rend nécessaire la mise en œuvre d'actions de formation à tous les niveaux et pour tous les métiers du tourisme et de l'hôtellerie.

Le lancement d'un tel programme est urgent. Il ne pourra se faire sans la coopération financière et technique internationale. Pour cela, il conviendra que le Gouvernement mauritanien mobilise activement les bailleurs de fonds bilatéraux et/ou multilatéraux pour la mise en œuvre de nouveaux projets de coopération dans le domaine du tourisme.

Le démarrage de la politique définie par la stratégie de développement touristique à long terme passera par la mise en œuvre des projets prioritaires proposés. Ces projets, lancés avec l'appui de la coopération internationale devront fonctionner de manière étroitement coordonnée et en synergie.

La **mobilisation de nouveaux financements internationaux** en vue de la mise en œuvre de projets touristiques ne sera possible que si le gouvernement mauritanien démontre clairement et sans perdre de temps sa **volonté réelle** d'aller de l'avant, de manière à la fois raisonnable et coordonnée.

La manifestation de cette volonté devra se concrétiser par des **actes forts et significatifs**, tels que :

- l'adoption par le Conseil des Ministres de la stratégie de développement touristique à long terme ;
- l'accroissement du budget de fonctionnement de la Direction du Tourisme dans des proportions très significatives ;
- la prise de décision de principe sur la création du Comité consultatif du Tourisme ;
- la décision de recouvrer la taxe de promotion touristique et d'en verser l'intégralité du montant à l'Office national du Tourisme ;
- l'acceptation sans arrière-pensée et la mise en pratique immédiate d'une réelle participation du secteur privé aux prises de décision relatives à l'avenir du tourisme et de l'hôtellerie.

Le développement touristique durable de la Mauritanie, s'il apparaît a priori comme à la fois souhaitable et possible, ne pourra devenir effectif que si sa mise en œuvre devient très rapidement une **véritable cause nationale**.