

TOURISME EN MAURITANIE

Une activité en plein essor

D'activité marginale classée dans l'informel, le tourisme est devenu en dix ans un secteur d'une importance capitale dans l'économie nationale. Avec la promulgation en 1994 de la politique générale sur le tourisme (qui en a fait un secteur prioritaire) et l'augmentation substantielle du nombre de touristes, l'activité touristique a connu en une décennie un essor considérable.

Mais plusieurs obstacles gênent encore son développement.

Lorsqu'en novembre 1995, le premier charter débarque 395 touristes à l'aéroport d'Atar grâce à un partenariat entre une société nationale et des tours operators français, on était loin de penser que neuf ans après, ce chiffre atteindrait les 12.000.

Le tourisme n'intéressait pas grand monde à l'époque et les infrastructures manquaient cruellement. Mais le succès de cette première opération et l'émerveillement des touristes par

Suite en page 5

La Mauritanie se vend mal

Jusqu'à une date récente, l'apport du tourisme à l'économie nationale était quantité négligeable. Les pouvoirs publics n'ont jamais donné à cette activité toute l'importance qu'elle mérite. Comparée à ce que la Tunisie, le Maroc, le Kenya ou le Sénégal font pour la promotion de leurs potentialités touristiques, la Mauritanie n'a jamais essayé de "se vendre à l'extérieur".

Absente des foires, des salons et des expositions, elle a rarement été présente là où il faut pour se faire connaître. Sur le plan intérieur, rien n'est fait pour encourager les investisseurs nationaux ou étrangers à s'intéresser au secteur.

La pratique du tourisme, bien que sous des formes variées, est ancienne

en Mauritanie. Des missions scientifiques, archéologiques et des recherches sur les vestiges préhistoriques et les écritures rupestres avaient l'habitude de séjourner dans le pays, témoignant ainsi de l'intérêt pour notre patrimoine culturel et naturel. Néanmoins, l'activité touristique organisée, a été l'œuvre d'amateurs qui n'avaient comme unique arme que leur volonté. Ils avaient compris l'importance que pouvait avoir le secteur pour un pays comme la Mauritanie.

En plus de cela, l'activité touristique n'est pas réglementée. La seule tentative de la réglementation a été la déclaration de politique générale du tourisme adoptée en 1994 et qui définit les grandes lignes de ce qui sera la politique touristique de la Mauritanie. Jusqu'à cette date, il n'y avait pas de cadre institutionnel pour le tourisme

Le vide est désormais comblé. Mais il y a loin de la coupe aux lèvres.

La déclaration de politique générale prévoit un ensemble de mesures qu'il serait difficile pour ne pas dire impossible de mettre en pratique dans les circonstances actuelles faute de moyens.

Parmi ces mesures figure en bonne place la promotion d'un certain nombre de produits touristiques et de circuits sahariens, balnéaires, écologiques et culturels mauritaniens. En un mot vanter les mérites du "label Mauritanie". La déclaration prévoit également des mesures d'accompagnement vers la formation d'un personnel qualifié dans un Centre de formation hôtelière, des mesures incitatives d'ordre fiscal et bancaire pour attirer les investissements, la mise en place d'une taxe tou-

Suite en page 5

La Mauritanie se vend mal

Suite de Une

ristique. la création d'un office national du tourisme qui sera chargé de la promotion des produits touristiques à l'étranger et l'ouverture d'un certain nombre de bureaux d'accueil pour les touristes au niveau des aéroports et des villes frontalières. La déclaration est entrée dans sa phase d'application.

Mais la grande question qui se pose est: est-ce que l'office du tourisme dans sa structure actuelle peut entreprendre et mener à bien une politique de cette envergure? On peut en douter quand on sait que l'ONT ne dispose que d'un personnel réduit et de moyens dérisoires. Avec un budget promotionnel de 127 millions d'ouguiya par an, il serait aléatoire d'éditer à plein temps des brochures ou des prospectus sans parler de la participation aux salons internationaux.

Potentiel immense

Avec seulement cent vingt sept millions d'ouguiyas au départ consacrés à la promotion du tourisme, la Mauritanie s'était retrouvée très loin derrière des pays comme le Sénégal qui lui consacre annuellement plus de 900 millions de F CFA pour une recette touristique de 90 milliards de F CFA.

Charnière entre le Maghreb et l'Afrique noire, la Mauritanie est une production culturelle enrichie par un métissage et un brassage sans équivalent, présente par le biais de son histoire et de son paysage géographique, un patrimoine archéologique architectural, iconographique, écrit et artisanal. Celui-ci répond convenablement aux critères d'exploitation en matière d'industrie culturelle qui est le sous-produit de "l'industrie touristique".

Ce patrimoine mérite donc, de l'avis de Mohamed El Moctar Ould Naha, chef du département Etudes et Développement à l'ONT, la connaissance de tous, la sauvegarde, la conservation et la valorisation de ses aspects touristiques. Ce patrimoine doit recevoir, dans ce cadre, le soutien et l'entretien des opérateurs privés nationaux et étrangers en vue, dit-il, de concevoir une exploitation rationnelle durable du patrimoine au profit du tourisme dans notre pays.

Pourtant le potentiel aussi riche que varié (le site d'Akrejjit, un des plus importants villages néolithiques, Azougui, la capitale des Almoravides, le Banc d'Arguin, symbiose de l'homme et de la nature, le site de Ben Amira, Kumbi Salah, capitale de l'Empire du Ghana, Oualata, ville-mère de Tombouctou, le Ksar el Barka, la ville de Néma, capitale du Hodh El Chargui qui a été fondée au début du 19ème siècle par les descendants du chef Moulay Saleh et les tribus de Bdourel et Ideilbe). Il ne faut pas perdre de vue dans ce tableau idyllique, la ville de Chinguitti, le septième lieu saint de l'Islam et capitale culturelle de la Mauritanie. Chinguitti fut aussi et

demeure à jamais le centre de rayonnement culturel de la Mauritanie. Oualata et Ouadane. Le désert, la mer, les plages et les oasis complètent le décor. Dès lors, la Mauritanie offre beaucoup de choses aux touristes. Mais en l'absence d'une politique promotionnelle digne de ce nom, la destination Mauritanie est presque inconnue au niveau des agences de voyage et des Tours operators étrangers.

Les formalités à n'en plus finir qu'on fait faire aux flots de touristes, les brigades de toutes sortes de la part des douaniers et des policiers, les arnaques en tout genre dont ils sont l'objet, ces touristes ne reviennent plus. Car en Mauritanie, le touriste est perçu d'abord comme une manne dont on doit en profiter. Inconscients de leur apport à l'économie nationale, de la publicité qu'ils peuvent faire du pays s'ils sont bien accueillis, des individus sans scrupule rôdent autour des touristes et leur soutirent de l'argent par n'importe quels moyens.

Certes, la nouvelle loi prévoit un allègement des formalités à l'entrée, mais toute la panoplie de mesures restera insuffisante tant que des tours operators nationaux ne voient pas le jour et mettent en place des structures capables d'accueillir les touristes, les prendre en charge et rendre leur séjour plus agréable. C'est la clé du succès de toute politique touristique.

L'impact social et culturel du tourisme, reconnaît-on, est lourd de conséquences. Cette donnée fondamentale implique que son développement soit guidé et que l'observance d'un certain nombre de règles soit posée comme principes de base.

Le premier jalon aura été la création en juillet 2002 par décret n° 372004 du 09 mai 2004 d'un office national du Tourisme (ONT). Cet office a pour mission de prendre en charge la promotion et le développement du tourisme.

Lacunes criantes

Les objectifs de l'ONT tournent entre autres autour de la mise en place et le renforcement des capacités institutionnelles, de l'Etat et des promoteurs privés, la conception, la promotion et la commercialisation des produits touristiques; l'aménagement des zones touristiques prioritaires, la protection et la valorisation des sites touristiques; la gestion du patrimoine touristique de l'Etat.

Deux ans après sa création, l'ONT n'est toujours pas arrivé à combler certaines lacunes constatées en matière de législation. Tout comme, il lui reste à compléter le recensement des infrastructures et à améliorer les textes institutionnels au profit des professionnels du secteur. Les données existant actuellement sur les établissements sont l'œuvre des opérateurs du secteur. Depuis quelques années, on assiste à

une prolifération de résidences et d'auberges sans que l'Etat ne pointe le moindre doigt sur l'existence et le fonctionnement de ces établissements où les règles d'hygiène sont battues en brèche.

L'ouverture de ce genre d'établissement n'obéit à aucun critère. L'anarchie est de taille, aussi bien à Nouakchott qu'à l'intérieur du pays. Selon les dernières statistiques disponibles, on estime à 179 le nombre d'auberges, hôtels, appartements, agences de voyages spécialisées et résidences. Nouakchott se taille la part du lion avec 93 établissements.

Atar arrive en deuxième position avec 40 établissements suivis de Nouadhibou 20. Le Trarza est en quatrième position avec 8. Après le Hodh Charghi 4, on dénombre trois établissements au Tiris Zemmour, au Tagant et en Assaba. Alors qu'on en compte deux au Hodh Gharbi, au Gorgol et au Brakna. Seul l'hôtel du port fonctionne au Guidimakha.

Il ne faut pas perdre de vue que l'assassinat en septembre 2003 de Brahim Ould Sidi (agent de change au marché noir) dans un appartement à Nouakchott avait fait reposer des questions sur le fonctionnement et les usages multiples des appartements meublés à Nouakchott. Les gérants des résidences et appartements, obnubilés et animés par l'esprit mercantile, ne se soucient nullement de l'identité de leurs clients. Aucune fiche de police n'est remise aux clients à leur arrivée, contrairement aux hôtels.

Par ailleurs, il est nécessaire, selon Mohamed El Moctar O. Naha qui est aussi Géogéomètre à l'université de Nouakchott, "de mettre en place une stratégie de développement touristique à long terme dans le cadre d'une planification et d'un aménagement touristique. Mais aussi un plan directeur qui tient compte des besoins d'une planification régionale locale et sectorielle afin de maximiser les bénéfices socio-économiques d'un développement touristique".

Conflit de compétence

Un flou juridique plane sur la délimitation des compétences entre l'office national du tourisme (ONT) et la direction du tourisme et d'autre part, les rapports entre l'office et les opérateurs privés. Ce cas atypique n'existe malheureusement que chez nous. L'Etat aurait pu s'accommoder d'un conseiller en tourisme auprès du département de tutelle que d'une direction du tourisme qui empiète à n'en pas finir sur le terrain de prédilection de l'ONT. "Une refonte totale des textes s'impose donc afin que l'on puisse doter le secteur d'un arsenal juridique clair et même de lui permettre de fonctionner normalement sans que les différents partenaires ne se confrontent", souligne Ould

Suite en page 11

Une activité en plein essor

Suite de Une

ce désert encore inexploré encourage les sociétés nationales et leurs partenaires étrangers à aller de l'avant. D'autres tours operators se joignent à la caravane et proposent à leurs clientèles la destination Mauritanie. Depuis lors, le nombre de touristes ne cesse d'augmenter atteignant 10.000 en 2002 et 12.000 au cours de la saison écoulée (2003-2004).

Impact positif

Comment s'est opérée cette évolution pour un pays jadis inconnu et souvent cité comme "esclavagiste" par certaines organisations des Droits de l'Homme? La Mauritanie a d'abord bénéficié de la désaffection de certains pays (Niger, Algérie, Sénégal, Mali) du fait de l'insécurité qui y régnait au milieu des années 90. Ensuite l'amélioration de la qualité des infrastructures (aéroport d'Atar, routes, téléphone etc.) et la beauté des paysages ont été pour beaucoup dans ce nouvel attrait. Sans oublier l'effet bouli de neige: les touristes qui évoquent ce qu'ils ont vu à leurs familles, leurs amis et leurs connaissances qui, à leur tour, décident de partir à la découverte du pays. Enfin la dimension culturelle du pays, la chaleur et l'hospitalité de l'accueil ont contribué à installer la Mauritanie comme destination touristique dans les prospectus.

L'ensemble de ces facteurs a été structurant pour les opérateurs dont beaucoup ont investi dans le secteur. Ce qui a entraîné une amélioration des services du fait de la demande. Ainsi en 1995, il y avait seulement 2 stations d'essence et 4 auberges à Atar. Aujourd'hui il y a 15 stations, 28 auberges et 4 hôtels répertoriés. L'impact positif se ressent aussi au niveau des agences de locations de voitures, des guides touristiques et des bergers qui louent les chameaux.

Grâce au tourisme, certaines catégories sociales ont réussi à s'extirper de la pauvreté et des familles entières sont revenues chez elles pour y investir.

Cette expérience réussie dans l'Atar est en train d'être exportée vers d'autres régions. Dans les deux Hodhs et en Assaba, des opérateurs ont construit des hôtels et des auberges et sont prêts à recevoir des touristes. L'aménagement de l'aéroport de Néma, qui pourra recevoir des gros porteurs et la route Aioun-Nioro contribueront grandement à désenclaver des régions qui recèlent, elles aussi, d'immenses potentialités touristiques.

Beaucoup reste à faire

Mais tout n'est pas rose pour autant. D'énormes difficultés freinent encore considérablement le développement du secteur. Selon le président de la Fédération des Banques, Tourisme et Services (FBTS), Sidi Mohamed Ould Mohamed Lemine, "le principal problème concerne la législation qui doit être suffisamment souple et applicable sur le terrain". A titre d'exemple, le mécanisme d'application de la taxe sur les nuitées même en plein désert peut donner lieu à toutes sortes de malversations. En principe, cette taxe n'est applicable que pour les hôtels et les auberges, un paramètre que la loi semble avoir ignoré. Autre problème: l'absence d'une fiscalité incitative avec des taxes communales très fortes et l'absence de délimitation de zones destinées au tourisme comme les plages. L'inexistence d'un crédit destiné à financer le secteur (comme pour l'agriculture et la pêche) limite aussi son développement. Les opérateurs sont obligés de s'autofinancer et de se concentrer sur un seul produit n'ayant pas les moyens de diversifier l'offre en proposant un tourisme écologique ou balnéaire. Il faut dire que l'absence de promotion (aspect dévolu normalement à l'office national du tourisme qui, faute de moyens et de compétences, se contente de faire de la figuration) n'a pas permis de vendre de nouveaux produits. Au Mali voisin, c'est l'Etat qui a pris en charge la promotion du pays Dogon qui reçoit annuellement 300.000 touristes. "Certes la Mauritanie a privilégié un tourisme sélectif au détriment d'un tourisme de masse pour ne pas déranger le substrat culturel du pays mais elle n'a pas fait la promotion. Ce sont les tours operators qui ont fait notre promotion et les touristes sont venus à cause surtout de la fermeture d'autres destinations", note le président de la FBTS. Pour lui, "la première conséquence heureuse de ce flux est le renversement de l'image négative du pays qu'on ne cite désormais plus comme destination touristique que pour autre chose". Un miracle qui ne s'explique pas. L'inexistence de la Direction du Tourisme et l'inefficacité de l'ONT empêchent la Mauritanie de mieux se vendre à l'extérieur. Et d'améliorer encore plus son image.

AHMED OULD CHEIKH