

RÉPUBLIQUE TOGOLAISE
Travail – Liberté - Patrie
- 0 -
Ministère du Tourisme

**Programme des Nations-Unies
pour le Développement (PNUD)**
- 0 -
**Organisation mondiale
du Tourisme (OMT)**

PLAN DIRECTEUR DE DÉVELOPPEMENT ET D'AMÉNAGEMENT TOURISTIQUES

– 0 – 0 –

Volume 2 : ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET PROGRAMMES D' ACTIONS

Avril 2014

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
INTRODUCTION	1
 <u>Première Partie</u> : ORIENTATIONS STRATÉGIQUES A LONG TERME	3
1.1. - SYNTHÈSE DE L'OFFRE POTENTIELLE	3
1.1.1. – Le patrimoine naturel	3
1.1.2. – Le tourisme patrimonial	7
1.1.3. – Les activités liées à la nature	9
1.2. – LES CLIENTÈLES ET LES MARCHÉS	11
1.2.1. – Les touristes de loisirs	11
1.2.1.1. – Le marché intérieur	11
1.2.1.2. – Le marché international	12
1.2.2. – Le tourisme d'affaires	13
1.2.2.1. – Le marché international	13
1.2.2.2. – Le marché sous-régional	13
1.2.2.3. – Le marché national	13
1.2.2.4. – Le marché des experts en mission	13
1.2.3. – Les touristes de congrès et de séminaires	14
1.2.3.1. – Les congrès et les séminaires internationaux et sous-régionaux	14
1.2.3.2. – Les congrès et les séminaires nationaux	14
1.2.4. – Les touristes de croisière	14
1.2.5. – Les touristes de type solidaire	14
1.2.6. – Récapitulation et essai de quantification des clientèles	15
1.3. – HIÉRARCHISATION DES COUPLES PRODUITS / MARCHÉS	17
1.3.1. – Les composantes du concept de produit touristique	17
1.3.2. – Les priorités “produits/marchés”	18
1.3.2.1. – Les priorités à court terme	18
1.3.2.2. – Les priorités à long terme	18
1.4. – ESQUISSE DE MISE EN PRODUITS TOURISTIQUES	21
1.4.1. – Programme de mise en exploitation des sites	21
1.4.1.1. – Les facteurs exogènes	21
1.4.1.2. – Les facteurs endogènes	21
1.4.2. – Propositions de produits commercialisables	22
1.5. – VISION À LONG TERME DU TOURISME TOGOLAIS ET CONSÉQUEN- CES SPATIALES	27
 <u>Deuxième Partie</u> : LES PROGRAMMES D'ACTION PAR DOMAINE D'INTERVENTION	31
2.1. – LA MISE EN VALEUR DES POTENTIALITÉS	31

SOMMAIRE (suite 1)

	Pages
2.1.1. – Objectifs à atteindre à moyen et long termes	31
2.1.1.1. – Considérations d’ordre général	31
2.1.1.2. – Objectifs pour les potentialités liées au patrimoine et à la culture	32
2.1.1.3. – Objectifs pour les potentialités naturelles et liées au tourisme de loisirs	33
2.1.2. – Programmation des actions	35
2.1.3. – Conditions à réunir.....	35
2.2. – LES STATISTIQUES DU TOURISME	37
2.2.1. – Objectifs à atteindre à moyen terme	37
2.2.2. – Programmation des actions	38
2.2.2.1. – Les actions préalables	39
2.2.2.2. – Les actions à court terme	39
2.2.2.3. – Les actions à moyen terme	42
2.2.3. – Les conditions à réunir	43
2.3. – L’ENCADREMENT INSTITUTIONNEL ET RÉGLEMENTAIRE	45
2.3.1. – Généralités sur l’encadrement administratif et réglementaire	45
2.3.1.1. – Les aspects institutionnels	45
2.3.1.2. – Les aspects législatifs et réglementaires	48
2.3.2. – Objectifs à atteindre à court et moyen termes	48
2.3.2.1. – Les objectifs à court terme	48
2.3.2.2. – Les objectifs à moyen terme	49
2.3.3. – Programmation des actions	50
2.3.4. – Les conditions à réunir et les préalables à satisfaire	54
2.3.4.1. – Les préalables au plan institutionnel	54
2.3.4.2. – Les préalables aux plans législatif et réglementaire	58
2.4. – LE FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS	59
2.4.1. – Les raisons d’investir au Togo	59
2.4.2. – Autres conditions à réunir pour stimuler les investissements	60
2.4.3. – Les orientations et les objectifs spécifiques pour le tourisme	62
2.4.3. – Programmation des actions	62
2.5. – LA FORMATION TOURISTIQUE ET HÔTELIÈRE	65
2.5.1. – Les objectifs à atteindre à moyen et long termes	65
2.5.2. – Mise en œuvre des sous-programmes	66
2.5.2.1. – L’amélioration de l’expertise de l’ANT en matière de formation	66
2.5.2.2. – La refonte des programmes	67
2.5.2.3. – Une formation de qualité pour tous	69
2.5.3. – Les conditions à réunir	70

SOMMAIRE (suite 2)

	<u>Pages</u>
2.6. – LES ÉQUIPEMENTS ET LE TRANSPORT AÉRIENS	73
2.6.1. – Les objectifs à atteindre à moyen et long termes	73
2.6.1.1. – Objectifs pour les infrastructures et les équipements aéroportuaires	73
2.6.1.2. – Objectifs relatifs aux mesures d'ordre institutionnel	74
2.6.2. – Programmation des actions	75
2.6.3. – Les conditions à réunir	75
2.7. – LES INFRASTRUCTURES ET LES TRANSPORTS TERRESTRES	77
2.7.1. – Les objectifs à atteindre à court, moyen et long termes	77
2.7.2. – Programmation des actions	77
2.7.3. – Les conditions à réunir	82
2.8. – LES AUTRES DOMAINES	83
2.8.1. – Les objectifs à atteindre à moyen et long termes	83
2.8.2. – Les conditions à réunir et les modalités d'intervention	85
2.9. – LA PROMOTION ET LE MARKETING	87
2.9.1. – Les objectifs à atteindre à moyen et long termes	87
2.9.1.1. – L'information	87
2.9.1.2. – La communication	89
2.9.1.3. – Le marketing	92
2.9.2. – Programmation des actions	93
2.9.3. – Les conditions à réunir	93
2.9.1.1. – La mise à niveau du produit touristique	93
2.9.1.2. – La création d'un outil de e-marketing	95
 <u>Troisième Partie</u> : PRÉSENTATION DES PROJETS À METTRE EN ŒUVRE À COURT TERME	 97
3.1. – LES ACTIONS PRÉALABLES	97
3.1.1. – Présentation générale	97
3.1.2. – Fiches de projet	99
<u>Action préalable N°1</u> : Affectation des taxes spécifiques au secteur du tourisme	101
<u>Action préalable N°2</u> : Relance de la Commission nationale d'Agrément et de Classement des établissements de tourisme	103
<u>Action préalable N°3</u> : Mise à niveau des statistiques touristiques de base	107
<u>Action préalable N°4</u> : Tenue des Assises nationale de la Formation hôtelière et touristique	119
<u>Action préalable N°5</u> : Création du Conseil supérieur du Tourisme	123
<u>Action préalable N°6</u> : Mise en place de modalités de concertation entre l'ANT et les opérateurs privés	127
3.1.3. – Récapitulation préliminaire	131

SOMMAIRE (suite 3)

	<u>Pages</u>
3.2. – LES ACTIONS PRIORITAIRES PAR DOMAINE D’ACTIVITÉ	133
3.2.1. – La mise en valeur des potentialités	133
3.2.1.1. – Présentation générale	133
3.2.1.2. – Fiches de projet	134
<u>Action N°a.1 : Amélioration de l'accès des touristes aux principaux sites</u>	135
<u>Action N°a.2 : Développement d'une offre nouvelle sur des thèmes identitaires</u>	145
<u>Action N°a.3 : Mise en place d'outils modernes d'accompagnement des touristes</u>	155
<u>Action N°a.4 : Interventions préparatoires pour la mise en place d'un projet "grande vision" de la faune : exemple du Parc national de Fazao-Malfakassa</u>	163
<u>Action N°a.5 : Exemple de projet de "petite vision" de la faune : le cas d'Avévé</u>	169
<u>Action N°a.6 : Montage d'un produit touristique de vision paysagère : randonnée sur les plateaux de Danyi et d'Akposso</u>	173
<u>Action N°a.7 : Mise en place d'une offre diversifiée sur la bande littorale</u>	177
3.2.1.3. – Récapitulation	181
3.2.2. – Les statistiques du tourisme	183
3.2.2.1. – Présentation générale	183
3.2.2.2. – Fiches de projet	184
<u>Action N°b.1 : Mise en place d'un expert en statistiques du tourisme et en comptes satellites du tourisme</u>	185
<u>Action N°b.2 : Organisation du service chargé des statistiques du tourisme</u>	189
<u>Action N°b.3 : Création et mise en place d'une plateforme institutionnelle sur les statistiques du tourisme</u>	191
<u>Action N°b.4 : Mise en place d'un système des statistiques du tourisme conformes aux recommandations internationales 2008</u>	195
3.2.2.3. – Récapitulation	201
3.2.3. – L'encadrement administratif et réglementaire	205
3.2.3.1. – Présentation générale	205
3.2.3.2. – Fiches de projet	206
<u>Action N°c.1 : Restructuration de l'Administration nationale du Tourisme</u>	207
<u>Action N°c.2 : Mise à jour des textes régissant les activités touristiques</u>	211
3.2.3.3. – Récapitulation	221
3.2.4. – Le financement des investissements	223
3.2.4.1. – Présentation générale	223
3.2.4.2. – Fiches de projet	223
<u>Action N°d.1 : Mise en place d'un système innovant de financement des petits projets touristiques</u>	225
<u>Action N°d.2 : Création d'un fonds d'investissement de la diaspora togolaise orienté vers le secteur du tourisme</u>	227
<u>Action N°d.3 : Diversification des sources de financement pour la mise en œuvre des projets de développement touristique</u>	229
<u>Action N°d.4 : Insertion des projets touristiques dans la mise en œuvre du Projet de Développement communautaire</u>	231
<u>Action N°d.5 : Appui au secteur touristique privé</u>	233
<u>Action N°d.6 : Définition et mise en place d'une politique pour les hôtels d'Etat</u>	235
3.2.4.3. – Récapitulation	237

SOMMAIRE (suite 4)

	<u>Pages</u>
3.2.5. – La formation touristique et hôtelière	239
3.2.5.1. – Présentation générale	239
3.2.5.2. – Fiches de projet	240
<u>Action N°e.1 : Nomination d'un référent formation au sein du Ministère du Tourisme ...</u>	<u>241</u>
<u>Action N°e.2 : Définition et mise en œuvre d'un programme de requalification du personnel du Ministère du Tourisme</u>	<u>245</u>
<u>Action N°e.3 : Définition et mise en œuvre d'un programme de formation des formateurs</u>	<u>249</u>
<u>Action N°e.4 : Définition et mise en œuvre d'un programme de formation continue du personnel des établissements touristiques et hôteliers</u>	<u>253</u>
<u>Action N°e.5 : Organisation de sessions de formation au métier de guide touristique</u>	<u>257</u>
<u>Action N°e.6 : Définition de nouveaux programmes dans le domaine de la formation touristique et hôtelière et professionnalisation des écoles et des centres de formation</u>	<u>261</u>
<u>Action N°e.7 : Renforcement du contrôle sur les établissements de formation touristique hôtelière existants</u>	<u>265</u>
3.2.4.3. – Récapitulation	267
3.2.6. – Les équipements te le transport aériens	271
3.2.6.1. – Présentation générale	271
3.2.6.2. – Fiches de projet	271
<u>Action N°f.1 : Révision et mise en application effective de la Décision de Yamoussoukro</u>	<u>273</u>
<u>Action N°f.2 : Renforcement institutionnel et technique de l'ANAC</u>	<u>277</u>
<u>Action N°f.3 : Achèvement de la modernisation de l'Aéroport international de Lomé</u>	<u>279</u>
<u>Action N°f.4 : Mise aux normes de l'aéroport de Niamtougou en vue son ouverture au trafic commercial</u>	<u>281</u>
<u>Action N°f.5 : Programmation de la mise en état des aérodrômes secondaires en fonction des besoins liés au développement touristique</u>	<u>283</u>
3.2.6.3. – Récapitulation	285
3.2.7. – Les infrastructures et les transports terrestres	287
3.2.7.1. – Présentation générale	287
3.2.7.2. – Fiches de projet	287
<u>Action N°g.1 : Reprofilage de pistes</u>	<u>291</u>
<u>Action N°g.2 : Aménagement de parkings</u>	<u>293</u>
<u>Action N°g.3 : Construction d'abris de repos couverts</u>	<u>297</u>
<u>Action N°g.4 : Aménagement de dispositifs signalétiques</u>	<u>301</u>
<u>Action N°g.5 : Mesures d'ordre environnemental</u>	<u>303</u>
3.2.7.3. – Récapitulation	305
3.2.8. – Les autres domaines	313
3.2.8.1. – Présentation générale	313
3.2.8.2. – Fiche de projet et récapitulation	314
<u>Action N°h.1 : Définition d'un projet de mise en place d'un système de rapatriement sanitaire</u>	<u>315</u>

SOMMAIRE (suite 5)

Pages

3.2.9. – La promotion et le marketing	317
3.2.9.1. – Présentation générale	317
3.2.9.2. – Fiches de projet	317
<u>Action N°i.1 : Mise en œuvre d'une stratégie de e-tourisme</u>	<u>319</u>
<u>Action N°i.2 : Actions médias et réseaux sociaux</u>	<u>327</u>
3.2.8.3. – Récapitulation	333

Quatrième Partie : APPRÉCIATION DES CONSÉQUENCES DE LA MISE EN ŒUVRE DES PROPOSITIONS **335**

4.1. – INTERDÉPENDANCE DES ACTIONS PROPOSÉES ET PROGRAMMA- TION DANS LE TEMPS	335
4.1.1. – Schéma des interrelations entre les différentes actions	335
4.1.2. – Evaluation des besoins en financement	337
4.1.3. – Chronogramme de mise en œuvre des actions	341
4.2. – LES OBJECTIFS QUANTITATIFS	345
4.2.1. – Point sur la situation de démarrage	345
4.2.2. – La fréquentation touristique	347
4.2.2.1. – Remarques sur l'échantillon utilisé	347
4.2.2.1. – Projections par type de visiteurs	347
4.2.3. – La capacité d'hébergement	348
4.2.4. – Les emplois dans le secteur du tourisme	351
4.2.5. – Les agrégats économiques	351
4.3. – LES MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE DES PROPOSITIONS	353
4.3.1. – Le rôle des instances supérieures de l'État	353
4.3.2. – L'implication des autres intervenants du secteur public	354
4.3.3. – La participation active des opérateurs privés	355
4.3.4. – La sensibilisation des communautés de base	355
4.3.5. – Chronogramme de mise en œuvre à court terme	356
CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	359

LISTE DES TABLEAUX

Pages

INTRODUCTION et 1^{ère} PARTIE

Tableau N°I.1 : Nombre d'arrivées touristiques en 2008 au Togo et dans les pays voisins	1
Tableau N°I.2 : Récapitulation des sites susceptibles d'être intégrés dans des circuits touristiques	10
Tableau N°I.3 : Ventilation par nationalité d'origine et par région des résidents étrangers	11
Tableau N°I.4 : Récapitulatif des clientèles par produit touristique	15
Tableau N°I.5 : Evaluation prospective des clientèles par type de produit touristique ...	16
Tableau N°I.6 : Les priorités "produits / marchés" à court terme	19
Tableau N°I.7 : Les priorités "produits / marchés" à long terme	20
Tableau N°I.8 : Période de commercialisation pour les couples "produits / marchés" prioritaires	28

2^{ème} PARTIE

Tableau N°II.1 : Comparaison des Administrations nationales du Tourisme dans 14 pays africains	47
Tableau N°II.2 : Programmes d'actions correspondant à l'objectif global N°1	51 et 52
Tableau N°II.3 : Programmes d'actions correspondant à l'objectif global N°2	53
Tableau N°II.4 : Propositions de nouvelles missions pour le Ministère du Tourisme	56
Tableau N°II.5 : Programmation dans le temps des actions à mettre en œuvre en matière de financement des investissements	63
Tableau N°II.6 : Nature des actions à mettre en œuvre par site touristique dans le domaine des infrastructures et des transports terrestres	78 à 81
Tableau N°II.7 : Vecteurs de communication et moyens correspondants par cible de clientèles	94

3^{ème} PARTIE

Tableau N°III.1 : Estimation du coût des actions préalables	131
Tableau N°III.2 : Récapitulation des coûts des actions prioritaires dans le domaine "Mise en valeur des potentialités touristiques"	181
Tableau N°III.3 : Récapitulation des partenaires financiers concernés par chaque action	237
Tableau N°III.4 : Estimation du coût des actions prioritaires dans le domaine "Formation touristique et hôtelière"	267
Tableau N°III.5 : Récapitulation des voies d'accès et des aménagements proposés par site touristique	306 à 310
Tableau N°III.6 : Récapitulation des coûts des travaux de voirie et des aménagements proposés par site touristique	311

LISTE DES TABLEAUX (suite)

Pages

4^{ème} PARTIE

Tableau N°IV.1 : Récapitulation par domaine d'intervention des investissements liés actions préalables et aux actions prioritaires proposées	338 et 339
Tableau N°IV.2 : Répartition par ministère des montants des investissements prévus par le PDDAT	340
Tableau N°IV.3 : Statistiques hôtelières pendant la période 2001-2012	346
Tableau N°IV.4 : Prévision des arrivées dans les hôtels de 2010 à 2030	348
Tableau N°IV.5 : Projections pour 2020 et 2030 de la demande d'hébergement par type de visiteurs	349
Tableau N°IV.6 : Estimation du nombre de chambres occupées en 2020 et en 2030 et des taux moyens d'occupation correspondants	350
Tableau N°IV.7 : Données économiques relatives aux sous-branches du secteur tourisme en 2009	351

– 0 – 0 –

LISTE DES CARTES

Pages

INTRODUCTION et 1^{ère} PARTIE

Carte N°I.1 : Principales zones de fréquentation touristiques dans l'ouest africain	1
Carte N°I.2 : Rattachement du PN de l'Oti-Kéran et de la Réserve de faune de l'Oti-Mandouri à l'ensemble WAPO	4
Carte N°I.3 : Localisation des zones naturelles protégées	5
Carte N°I.4 : Relief de la chaîne de l'Atakora	6
Carte N°I.5 : Le littoral togolais et les projets d'aménagement	7
Carte N°I.6 : Les sites patrimoniaux	8
Carte N°I.7 : Possibilités de circuits en court séjour	24
Carte N°I.8 : Possibilités de circuits en long séjour	25

LISTE DES SCHÉMAS

Pages

2^{ème} PARTIE

Schéma N°II.1 : Objectifs et actions à mettre en œuvre	90
---	-----------

3^{ème} PARTIE

Schéma N°III.1 : Chronogramme de la mise en œuvre des actions préalables et des actions prioritaires à court terme	202
Schéma N°III.2 : Chronogramme de la mise en œuvre des actions prioritaires à moyen terme	203
Schéma N°III.3 : Chronogramme de la mise en œuvre des actions dans le domaine “Formation hôtelière et touristique”	270

4^{ème} PARTIE

Schéma N°IV.1 : Interrelations entre les différentes actions proposées	336
Schéma N°IV.2 : Chronogramme de mise en œuvre des actions préalables et des actions prioritaires proposées	343 et 344
Schéma N°IV.3 : Chronogramme de mise en œuvre du PDDAT à court terme	357

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

ADETOP :	Association Découverte du Togo profond
ADT :	Les Amis de la Terre Togo
AE2D :	Action environnementale pour le Développement durable
AFRAA :	Association des Compagnies aériennes africaines
AIGE :	Aéroport international Gnassingbé Eyadema
ANAC :	Agence nationale de l'Aviation civile
ANPE :	Agence nationale pour l'Emploi
ANT :	Administration nationale du Tourisme
ASECNA :	Agence pour la Sécurité de la Navigation aérienne en Afrique
AVH :	Association Vert Horizon
A3D :	Association Dépaysement, Découverte, Divertissement
BAD :	Banque africaine de Développement
BCEAO :	Banque centrale des Etats de l'Afrique de l'ouest
BDU :	Base de données unifiée
BTS :	Brevet de technicien supérieur
CAFAC :	Commission africaine de l'Aviation civile
CAMES :	Conseil africain et malgache pour l'Enseignement supérieur
CCIT :	Chambre de Commerce et d'Industrie du Togo
CEA :	Communauté économique africaine
CED :	Carte d'embarquement/débarquement
CEDEAO :	Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'ouest
CEMAC :	Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale
CER :	Communautés économiques régionales
CHU :	Centre hospitalier universitaire
CIRDI :	Centre international pour le Règlement des Différends relatifs aux Investissements
CNACET :	Commission nationale d'Agrément et de Classement des Etablissements de Tourisme
CNCAT :	Comité national de Concertation des Acteurs publics et privés du Tourisme
CNUCET :	
CRC/PRD TOUR :	Comité régional de Coordination du PDR TOUR
CSP :	Catégories socioprofessionnelles
CST :	Compte satellite du tourisme
DAAF :	Direction des Affaires administratives et financières
DGSCN :	Direction générale de la Statistique et de la Comptabilité nationale
DMS :	Durée moyenne de séjour
DRICEHB :	Direction de la Réglementation, de l'Inspection et du Contrôle des Etablissements hôteliers et des Bars
EAMAU :	
EIES :	Etude d'impact environnemental et social
FAA :	Federal American Aviation
F.CFA :	Franc CFA

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS (suite 1)

FFW :	Fondation Franz Weber
FME :	Fonds mondial pour l'Environnement
GEF :	Global Environment Facility (Fonds mondial pour l'Environnement)
HBR :	Hôtels, bars et restaurants
HT :	Hors taxes
IATA :	International Air Transport Association (Association internationale du Transport aérien)
IDE :	Investissements directs étrangers
IGN :	Institut géographique national (France)
INH :	Indicateurs nationaux du tourisme
IRES-RDEC :	Institut régional d'Enseignement supérieur et de la Recherche en Développement culturel
JVE :	Jeunes Volontaires pour l'Environnement
MAEP :	Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche
MER :	Ministère de l'Équipement rural
MERF :	Ministère de l'Environnement et des Ressources forestières
MESR :	Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
METFP :	Ministère de l'Enseignement technique et de la Formation professionnelle
MTPT :	Ministère des Travaux publics et des Transports
OHADA :	Organisme d'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique
ONG :	Organisation non gouvernementale
ONT :	Office national du Tourisme
PDDAT :	Plan directeur de Développement et d'Aménagement touristiques
PDRTOUR :	Programme régional de Développement du Tourisme de l'UEMOA
PDST :	Plan stratégique de Développement des Transports du Togo
PGES :	Plan de Gestion environnementale et sociale
PIB :	Produit intérieur brut
PIBT :	Produit intérieur brut touristique
PIIST :	Plate-forme interinstitutionnelle des Statistiques du Tourisme
PN :	Parc national
PNFM :	Parc national de Fazao-Malfakassa
PNUD :	Programme des Nations-Unies pour le Développement
PPP :	Partenariat public/privé
QDS :	Qualité de Service
RH :	Ressources humaines
RN :	Route nationale
SALT :	Société aéroportuaire de Lomé-Tokoin
SAZOF :	Société anonyme de la Zone franche
SCAPE :	Stratégie de Croissance accélérée et de Promotion de l'Emploi
SIT :	Système d'information du tourisme
SNDS :	Stratégie nationale de Développement de la Statistique
SST :	Système statistique du Tourisme

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS (suite 2)

TIC :	Technologies de l'information et de la communication
TO :	Taux d'occupation
TO :	Tour-opérateur
TSF :	Téléphonie sans fil
UA :	Union africaine
UEMOA :	Union économique et monétaire ouest-africaine
UNESCO :	Organisation des Nations-Unies pour l'Education, la Science et la Culture
USA :	Etats-Unis d'Amérique
UTH :	Union togolaise de l'Hôtellerie
VAT :	Valeur ajoutée touristique
VRD :	Voirie et réseaux divers
VTE :	Visa touristique Entente
VTT :	Vélo tout terrain
WAIPA :	Association mondiale des Agences de Promotion de l'Investissement
WAPO :	Ensemble constitué par les Parcs nationaux du W, de l'Arly et de la Pendjari
WE :	Week-end

Note liminaire

La monnaie utilisée au Togo est le franc CFA.

1 euro vaut 655,957 franc CFA

INTRODUCTION

Les orientations stratégiques à long terme, les programmes d'actions et les projets prioritaires par domaine d'intervention qui en résultent, découlent directement des analyses et des éléments du diagnostic détaillés dans le volume 1 du présent rapport.

Préalablement à la présentation de ces différents types de propositions et à l'évaluation de leurs conséquences quantitatives et spatiales, il importe de caractériser de manière globale le produit touristique togolais par rapport à ceux des pays voisins. Celui-ci est aujourd'hui banalisé et ne présente pas de singularités lui permettant d'émerger auprès des tour-opérateurs internationaux. En effet, la totalité des circuits commercialisés proposent des circuits inter-États dont le Togo est le parent pauvre, entre le Ghana et le Bénin, assimilé à un partenaire mineur de transition entre ses deux voisins.

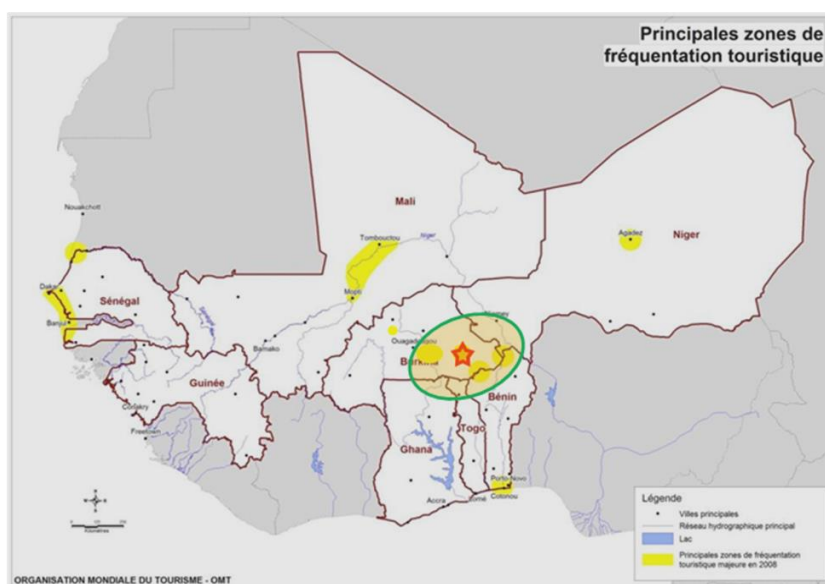
Le tableau N°I.1 et la carte N°I.1 suivants montrent respectivement les arrivées touristiques en 2008 au Togo et dans chacun des pays voisins ainsi que la localisation des principales zones de fréquentation touristique de l'ouest africain.

**Tableau N°I.1 : Nombre d'arrivées touristiques en 2008
au Togo et dans les pays voisins**

Source : Organisation mondiale du Tourisme

Pays	Nombre d'arrivées
Burkina Faso	226 000
Ghana	698 000
Togo	74 000
Bénin	188 000

Carte N°I.1 : Principales zones de fréquentation touristique dans l'ouest africain



Seules deux agences de voyages réceptives et une association de tourisme solidaire locale proposent actuellement une découverte des sites togolais, mais sans programmer les sites majeurs du pays, faute de sites réellement aménagés pour l'accueil des visiteurs. Il convient donc de valoriser dans une vision à moyen et long terme :

- d'une part, **l'identité et l'originalité** du produit touristique togolais ;
- d'autre part, **sa complémentarité** avec d'autres partenaires sous-régionaux.

Ce programme ambitieux de repositionnement du tourisme togolais nécessite une identification des sites majeurs, l'audit de leurs principales caractéristiques et leur hiérarchisation, notamment en termes d'aménagement, en vue d'atteindre une reconnaissance internationale et un nouvel équilibre des programmations.

Première Partie : ORIENTATIONS STRATÉGIQUES A LONG TERME

1.1. – SYNTHÈSE DE L’OFFRE POTENTIELLE

Le produit touristique togolais peut s’articuler autour d’un concept simple de découvertes multiples des trois axes identifiés : le patrimoine naturel, le patrimoine culturel et des activités de loisirs.

1.1.1. – Le patrimoine naturel :

La découverte environnementale se décompose en plusieurs approches qui prennent en compte la situation actuelle du patrimoine naturel.

a) La vision “grande faune” : Les troubles sociopolitiques des années 90 se sont traduits par l’envahissement d’une partie des aires protégées et le gouvernement togolais a pris des mesures pour sécuriser et restaurer 580 000 ha soit 10,2% du territoire. Cet envahissement a entraîné la dégradation des habitats de la faune sauvage et la réduction considérable des effectifs de grande faune.

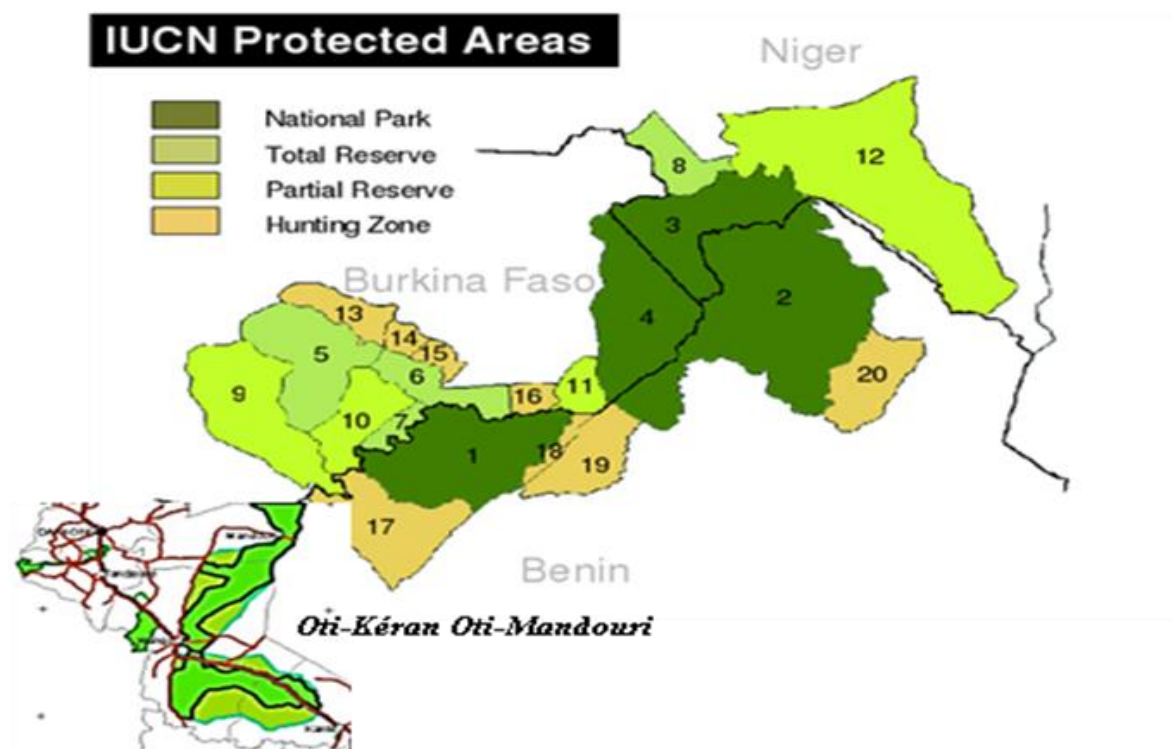
A court terme, il ne semble pas envisageable de développer de produit touristique sur la vision “grande faune” dans les parcs nationaux. Il est donc nécessaire de pallier la restructuration des deux aires principales pour une mise en tourisme à moyen et long terme :

1 - Le Parc national de Fazao-Malfakassa : Un seul inventaire de la faune y a été réalisé tardivement, en 2013. Les données, non encore intégralement disponibles, indiquent que le PN de Fazao-Malfakassa héberge les espèces suivantes : éléphant, buffle, bubale major, hippotrague, cobe defassa, cobe de Buffon, plusieurs espèces de céphalophes, Toutefois l’état général actuel du parc (état des pistes, délabrement de l’hébergement) ne permet pas d’exploitation touristique. De plus, la gestion future du parc reste incertaine, suite à la cessation du contrat avec la fondation Franz Weber en 2015.

2 - Le Parc national de l’Oti-Kéran et La Réserve de faune de l’Oti-Mandouri : Il s’agit d’un parc de savane soudano-guinéenne caractérisé par des savanes dégradées très pâturées. A l’heure actuelle, l’intérêt majeur du parc et de la réserve réside dans l’opportunité de le connecter avec le complexe du WAPO (parcs du W, de l’Arly et de la Pendjari) au Niger, au Burkina Faso et au Bénin voisins et par le fait qu’il jalonne un couloir de migration des éléphants.

La carte N°I.2 de la page suivante montre la proximité des aires protégées togolaises avec le complexe du WAPO.

Carte N°I.2 : Rattachement du PN de l'Oti-Kéran et de la Réserve de faune de l'Oti-Mandouri à l'ensemble WAPO

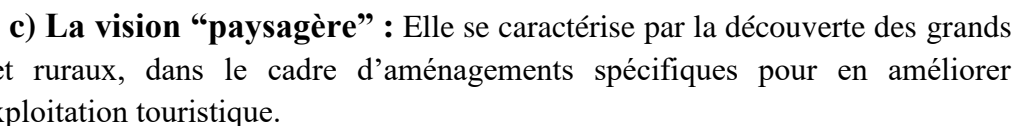


b) La vision “nature” : Elle est constituée par la capacité à développer, en concertation avec les populations locales, la possibilité de découvrir des espèces emblématiques (hippopotames, crocodiles, avifaune, papillons, tortues marines, lamantins, etc.) et des biotopes remarquables (forêts classées ou communautaires, mangroves, sites RAMSAR, lacs et mares d'intérêt biologique, etc.).

Ces sites peuvent constituer un bon complément à un circuit touristique qui couvrirait différents thèmes de la géographie, de l'histoire et de la culture togolaises, en particulier dans la zone sud du pays. Quelques constructions de miradors et d'apatsams, l'organisation de sessions de formation / éducation des associations locales, des équipements et la formation de quelques guides, seraient nécessaires. A plus long terme, le PN de Togodo-Sud et la zone de gestion de Togodo-Nord pourraient également accueillir du tourisme de vision si des aménagements appropriés y étaient réalisés.

De plus, des aménagements particuliers, tels que la Réserve de faune de Djamdè et le Parc de Sarakawa abritent de nombreuses espèces de mammifères : buffle, cobe defassa, cobe de Buffon, waterbuck, guib harnaché, céphalophes, ainsi que des espèces introduites comme le zèbre, le gnou, le nyala, et peuvent constituer une étape sur un circuit touristique.

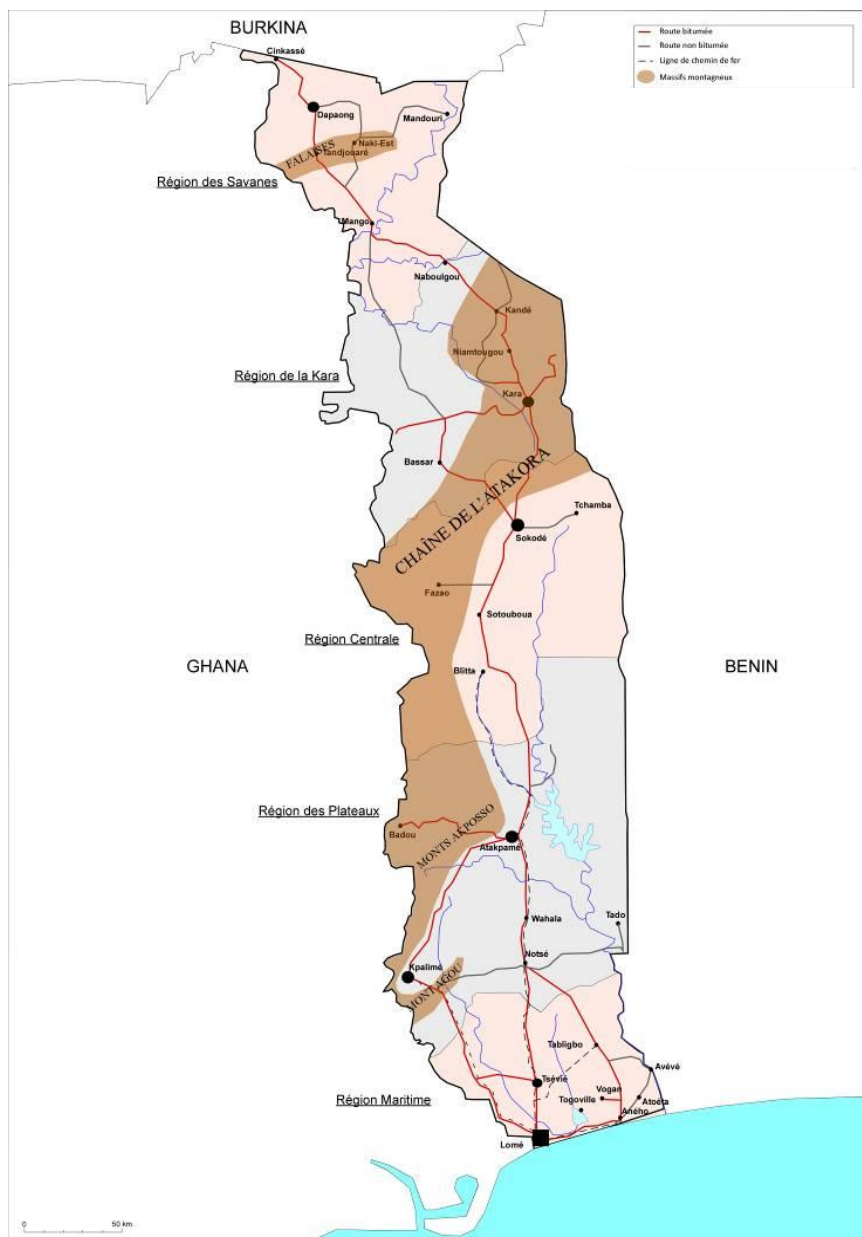
La carte N°I.3 de la page suivante présente la localisation des zones naturelles protégées du pays.



Oltre un paysage propice à la randonnée et à la pratique du VTT, ce territoire permet la découverte de nombreuses forêts, de cascades, grottes et failles ainsi que la possibilité de rencontres avec les populations locales à travers un tissu associatif riche et actif dans la mise en œuvre d'un tourisme solidaire.

La carte N°I.4 ci-dessous présente la localisation de la chaîne de l'Atakora.

Carte N°I.4 : Relief de la chaîne de l'Atakora

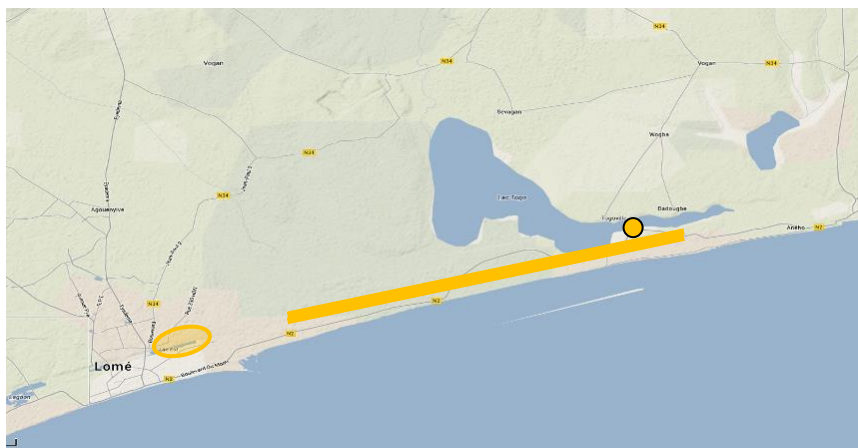


2 - Le cordon littoral : Il est manifeste que la bordure maritime ne permet pas le développement d'un tourisme balnéaire. Mais l'espace maritime, fluvial et lagunaire est propice à des activités récréatives : promenades pédestres et équestres, pêche, découverte de l'avifaune en saison sur le lac Togo et le fleuve Mono, sous réserve d'aménagements :

- mise en œuvre d'un cheminement en bordure littorale, entre le port de Lomé et Aného, type "piste des pêches" pour des loisirs de week-end ;
- aménagement des embarcadères sur le lac Togo ;
- aménagement urbain de la lagune de Lomé.

La carte N°I.5 de la page suivante présente le cordon littoral togolais et les projets d'aménagement correspondants.

Carte N°I.5 : Le littoral togolais et les projets d'aménagement



1.1.2. – Le tourisme patrimonial :

Loin d'être en situation de pénurie, le Togo dispose d'un très riche patrimoine, comportant quelques éléments exceptionnels qui, à eux seuls, pourraient justifier un voyage. Les patrimoines immatériels et culturels sont d'une richesse et d'une densité qui renforcent encore les capacités d'attractivité du pays auprès des clientèles touristiques

a) Les “mémoires partagées” : L'offre touristique patrimoniale et culturelle s'articule avec de nombreuses thématiques mémorielles dominantes : histoire du peuplement, de l'esclavage, des colonisations allemande et française, de la décolonisation, de la construction d'une identité nationale, En revanche, ce tourisme, très mobilisateur, se confronte à deux difficultés spécifiques : l'immatérialité et le besoin de médiation auprès des visiteurs.

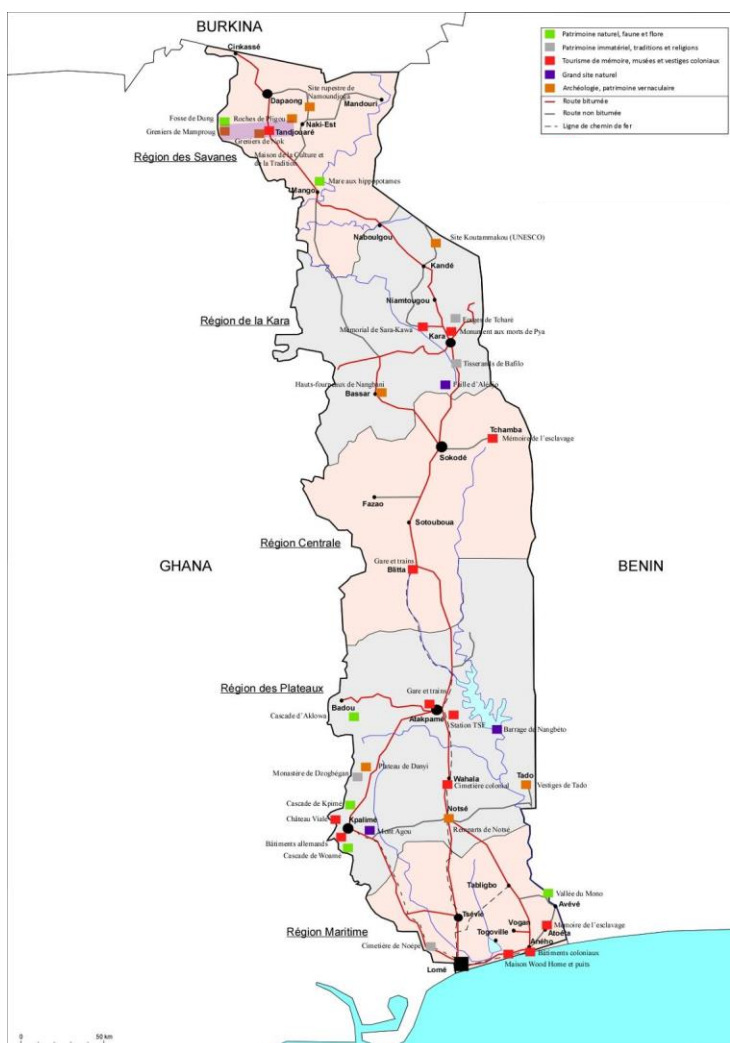
La thématique de la mémoire industrielle est aussi très présente : le réseau ferroviaire et ses infrastructures et matériel roulant, la station TSF de Kamina, le wharf français,

b) L'archéologie : L'archéologie et les architectures vernaculaires ou monumentales, avec la falaise des greniers de Nok et Mamproug, le site du Koutammakou, les peintures rupestres de la Région des Savanes, les hauts-fourneaux de Bassar, les sites Ewé de Notsé, etc., représentent des sites majeurs, souvent très fragiles, qui ont besoin de mesures conservatoires particulières. Les sites archéologiques restent peu connus et peu fréquentés alors qu'ils sont particulièrement spectaculaires. Il sera nécessaire d'accompagner les visiteurs pour une interprétation valable des sites. Des fouilles programmées et systématiques devraient continuer à faire surgir ce patrimoine exceptionnel.

c) Les musées : La trame des musées régionaux participe fortement à l'identité des régions et à la capacité des centres urbains à attirer une clientèle touristique. Actuellement, le principe de “collection” n'est pas encore intégré à la plupart des établissements, dont l'objectif est surtout d'être des “centres d'interprétation” de leur territoire à partir d'objets

e) Les attractions évenementielles : La particularité de ces manifestations, notamment face aux modes de consommation touristique, réside dans le fait qu'elles sont saisonnières, voire annuelles, et ne peuvent être intégrées à un “produit touristique” régulier, sauf à les identifier à travers un calendrier sous réserve de leur activité calendaire. En outre, leur présentation aux publics touristiques entraîne un réel risque de folklorisation.

Carte N°I.6 : Les sites patrimoniaux



1.1.3. – Les activités liées à la nature :

Certains sites ponctuels offrent des opportunités réelles pour des pratiques touristiques de loisirs/détente ou sportives spécifiques. Leurs qualités sont indéniables et pourraient mobiliser des clientèles fortement impliquées ou affinitaires. Ces sites pourraient également s'intégrer à des produits touristiques incorporant des pratiques sportives de haut niveau ou des modes de consommation inédits. Ils ne sont que des compléments à un séjour ou la justification pour des clientèles de niches très spécialisées. La plupart de ces sites ne demande ni investissements ni aménagements importants, si ce n'est de l'entretien et l'organisation d'une offre complète intégrant l'ensemble des services touristiques. Parmi les activités concernées, on peut citer les suivantes.

a) L'escalade : Sa pratique est favorisée par l'existence de nombreuses falaises et des accumulations de rochers, notamment le long de la chaîne de l'Atakora et de ses contreforts.

b) Le trekking, le VTT sportif, les motos vertes : De nombreux territoires, paysages et sites permettent des déplacements au sein d'un environnement particulièrement spectaculaire. C'est en particulier le cas du Plateau de Danyi (paysage, végétation, cascades, ...) et des falaises des grottes de Nok, La région de Kpalimé offre de nombreuses possibilités de randonnées à la journée ou en itinérance, encadrées par des guides et des associations locales.

c) Le parapente : Les nombreux escarpements et sommets le long de la chaîne de l'Atakora et de ses contreforts (mont Agou), les vents dominants réguliers, particulièrement dans la Région Maritime et la Région des Plateaux, sont favorables à ce type d'activités.

d) La pêche et la chasse : Ces deux activités peuvent notamment être organisées avec des prestataires locaux sur le lac Togo et dans le cadre de la Réserve de faune de Djamdè.

Le tableau N°I.2 de la page suivante récapitule, pour chacun des types de tourisme considérés, quelques sites qui devront être aménagés et mis en valeur pour qu'ils puissent être intégrés dans les circuits de visite correspondant aux différents types de tourisme. Ces sites ont été classés en trois périodes :

- court terme (moins de 5 ans),
- moyen terme (de 5 à 10 ans),
- long terme (plus de 10 ans).

Cette catégorisation des sites a été faite en fonction de l'appréciation préliminaire des problèmes à résoudre et des investissements à réaliser pour que le site puisse effectivement être intégré dans un produit touristique commercialisable. Ce classement est de type qualitatif et est éminemment subjectif.

Tableau N°I.2 : Récapitulation des sites susceptibles d’être intégrés dans des circuits touristiques

Echéance Type de tourisme	Court terme (< 5 ans)	Moyen terme (5 à 10 ans)	Long terme (10 à 15 ans)
Patrimoine culturel			
Mémoires partagées <ul style="list-style-type: none"> • Route de l’Esclave • Epoque coloniale 	Village d’esclaves d’Atéota Palais des gouverneurs de Lomé Cimetière colonial de Wahala	Maison Wood d’Agbodrafo Bâtiments de la forêt de Missahoé Station TSF de Kamina	Wharf de Lomé
Tourisme socio-ethnique <ul style="list-style-type: none"> • Archéologie • Ethnologie • Technologie 	Remparts de Notsé Grottes de Nok Pays Tamberma Pays Kabyé Carrières de schiste d’Akata	Hauts-fourneaux de Nongbani Grottes de Maproung Fosse de Dong Aménagement réseau des musées Gare et quartier d’Atakpamé	Peintures rupestres de Namoudpaga Réseau ferré de Blitta à Atakpamé
Événementiels et produits locaux	Calendrier des fêtes traditionnelles, festivals et marchés	Villages artisanaux : Lomé, Kpalimé, Bafilo	Réorientation de la production artisanale
Patrimoine naturel			
Vision grande faune		Sentier d’interprétation à Fazao	Parc national de Fazao Réserves Oti Kéran / Oti Mandouri
Vision nature	Lac Togo / Avévé sur le Mono / mont Agou / cascades du pays de Kpalimé	Forêt de Missahoé / plateau de Danyi Aménagements de vision des mares	
Vision paysagère et rurale	Aménagements de loisirs sur le littoral	Parc naturel de la Fosse aux lions	Togodo Nord et Togodo sud
Activités liées à la nature			
Randonnées et écotourisme	Zone de Kpalimé : cheminements / signalétique / aménagements sécuritaires	Fazao : sentier de découverte et d’interprétation	
Sports et loisirs	Parapente sur le mont Agou Pêche en pirogue sur le lac Togo Chasse dans la réserve de faune de Djamdé	Atakora : sites de parapente et escalade VTT sportif / trekking / moto verte	Pêche au gros en mer

1.2. – LES CLIENTELES ET LES MARCHES

Les différentes strates de clientèles (tourisme et affaires) présentes au Togo connaissent depuis quelques années une lente progression en fonction, d'une part du climat général des affaires et de l'économie et, d'autre part des conditions de sécurité à l'intérieur du pays. Mais l'économie touristique du Togo repart de loin et sa notoriété s'est quelque peu ternie au fil du temps jusqu'à disparaître des catalogues des tour-opérateurs internationaux. A chaque profil de clientèle correspondent une demande, une attente et un produit et il convient de les cerner, tant sur le plan qualitatif que quantitatif.

1.2.1. – Les touristes de loisirs :

Lié à la notion de vacances et de loisirs, le tourisme de loisirs est le fait de visiteurs résidents et internationaux, dont certains proviennent de la sous-région, et est tributaire de facteurs endogènes (situation sociopolitique, sécurité, offre existante, etc.) et exogènes (conditions de transport, tarifs, promotion et commercialisation).

1.2.1.1. – *Le marché intérieur :*

Il est constitué de résidents nationaux et étrangers au Togo :

a) Les résidents étrangers : Ils représentent environ 6 000 personnes dont 66% habitent à Lomé. Ils disposent en général d'un pouvoir d'achat permettant plusieurs excursions ou circuits par an en court séjour à l'intérieur du pays. Le tableau N°I.3 ci-dessous présente leur ventilation par nationalité et par lieu de résidence.

Tableau N°I.3 : Ventilation par nationalité d'origine et par région des résidents étrangers

Région Pays d'origine	Lomé	Intérieur	Total
France*	656	289	945
Allemagne	52	120	172
Benelux	37	19	56
USA	46	136	182
Inde	222	69	291
Japon / Corée	50	6	56
Australie	25	175	200
Liban	544	52	596
Chine	334	158	492
TOTAL	1 966	994	2 990

*Français inscrits à l'Ambassade : en fait, le nombre de 3 000 semble pouvoir être avancé

b) Les résidents togolais : Le pouvoir d'achat de la classe moyenne togolaise ne permet pas encore à cette tranche de population de découvrir les richesses de son pays. Les catégories socioprofessionnelles (CSP) à revenu plus élevé ont tendance à partir en vacances à l'étranger et voyagent peu au Togo. Localement, le système associatif permet aux scolaires de découvrir les sites culturels et naturels du pays. Sur la base d'une population d'environ 7 millions d'habitants, on peut retenir un ratio de 2,4% dans les CSP allant de moyen à supérieur, soit une population de **168 000 personnes**.

1.2.1.2. – *Le marché international :*

Il est constitué de trois sous-marchés.

a) Les résidents étrangers dans la sous-région : Deux pays limitrophes sont essentiellement concernés : le Bénin pour l'ensemble de l'est du Pays et le Burkina Faso pour la zone Nord du Togo :

- estimation de 6 000 résidents étrangers au Burkina Faso (dont 3 400 Français) ;
- estimation de 5 000 résidents étrangers au Bénin (dont 3 700 Français).

Malgré la différence linguistique, le Ghana et le Nigéria ne doivent pas être sous-estimés. En effet, de nombreux résidents étrangers de ces pays peuvent être tentés par la visite d'un pays comme le Togo qui leur apporte d'une part, une impression de calme et d'autre part, une ambiance culturelle différente de celle du pays dans lequel ils résident. C'est particulièrement le cas des Français, dont le nombre est de près de 2 000 au Nigéria et de près de 1 000 au Ghana.

b) Le marché sous-régional : Même si les ressortissants des pays voisins du Togo n'ont, dans leur grande majorité, ni les moyens financiers, ni l'habitude culturelle de faire du tourisme dans la sous-région de l'Afrique de l'ouest, la masse de la population des pays de la CEDEAO est telle¹ que les CSP de niveau de revenus élevé et susceptibles de voyager à l'intérieur de la sous-région constituent un réservoir de clientèle non négligeable.

c) Le marché international proprement dit : Il se répartit en deux sous-catégories en fonction des habitudes d'achats.

- Les groupes constitués des tour-opérateurs internationaux représentent, en 2012, 70% des arrivées de tourisme de loisirs et transitent par les agences de voyage réceptives du Bénin, du Togo et du Ghana dans le cadre de circuits inter-États. En 2012, 154 pax ont été programmés et vendus par 5 TO français, 3 TO belges, 2 TO espagnols et 3 TO allemands. Ce marché est extensible à plus de 30 tour-opérateurs programmant des produits touristiques africains, dont la plupart a déprogrammé le Togo à la suite des troubles sociopolitiques. Pour leur part, les deux agences réceptives togolaises ont traité 534 clients dans le cadre de groupes en 2012.

- Les touristes isolés ou en groupes voyageant individuellement représentent 30% des arrivées touristiques dans les hôtels. Cette clientèle est majoritairement constituée

¹ - Environ 80 millions d'habitants pour les huit pays de l'UEMOA, 175 millions pour le Nigéria et 25 millions pour le Ghana.

d'Européens et notamment de Français (18%). Elle est extensible, moyennant une communication intense sur les sites prioritaires du Togo et des facilités d'identification des produits.

1.2.2. – Les touristes d'affaires :

Quatre typologies peuvent être retenues dans cette classification :

1.2.2.1. – *Le marché international* :

Il est constitué de séjours d'hommes d'affaires, de techniciens et d'agents commerciaux liés au monde des affaires et des entreprises publiques et privées et, en particulier, à l'activité portuaire de Lomé. Leur séjour peut s'étaler de quelques jours à plusieurs semaines. Ils sont hébergés presque exclusivement dans les hôtels (58% du total des arrivées).

Ce type de clientèle est susceptible de consommer des produits de week-end pendant le séjour ou en prolongement du séjour, sous réserve qu'elle soit informée et suscitée chez les prescripteurs et en particulier dans les établissements d'hébergement sur les produits commercialisés par les agences.

1.2.2.2. – *Le marché sous-régional* :

Il correspond à la circulation des commerçants et des industriels des pays limitrophes et en particulier : le Bénin, le Ghana et particulièrement le Burkina Faso. L'accroissement de ce flux est dû, d'une part à la stabilisation sociopolitique du pays et à la reprise des transits commerciaux et, d'autre part à l'accroissement de l'activité du port de Lomé et à sa capacité à recevoir de gros porte-conteneurs à destination des pays enclavés. 41% des clients hôteliers sont originaires de la sous-région Afrique de l'ouest. Cette clientèle est peu encline à des extensions de séjours touristiques, hors restauration.

1.2.2.3. – *Le marché national* :

Cette clientèle présente sensiblement les mêmes comportements que la clientèle d'affaires sous-régionale.

1.2.2.4. – *Le marché des experts en mission* :

La reprise des activités liées aux coopérations internationales multilatérales et bilatérales a été génératrice de nombreuses missions vers le Togo. Le nombre de personnes en mission atteint 20% du total des arrivées. Cette typologie de clientèle peut être consommatrice de produits découverte de courts séjours lors de leur présence au Togo ou en fin de mission, à l'instar des clientèles d'affaires internationales.

1.2.3. – Les touristes de congrès et de séminaires :

On distinguera entre les congrès et les séminaires internationaux et sous-régionaux d'une part et les congrès et séminaires nationaux d'autre part.

1.2.3.1. – *Les congrès et les séminaires internationaux et sous-régionaux :*

Cette clientèle, très nombreuse dans les années 80, n'est plus présente actuellement, faute d'équipements spécialisés et d'établissements aptes à la recevoir à Lomé : La plupart des réunions nationales et sous-régionales se tiennent actuellement plutôt à l'hôtel Sancta Maria (4 salles), à l'hôtel Eda Oba (19 salles) et secondairement dans les hôtels Sarakawa (8 salles) et Ibis Lomé Centre (4 salles).

1.2.3.2. – *Les congrès et séminaires nationaux :*

De très nombreux séminaires de travail d'une durée de plusieurs jours sont très fréquemment organisés par l'Administration togolaise, le plus souvent sous l'égide d'une entité internationale. Les entreprises privées les plus importantes en organisent également de façon régulière. Ils ont lieu la plupart du temps à Lomé et, dans certains cas, à Kpalimé (hôtel du 30 août ou hôtel Cristal) ou à Agbodrafo (hôtel Le Lac). Ces manifestations ne se traduisent, sur le plan de l'activité touristique, que par des prestations d'hôtellerie et de restauration. Ce n'est qu'exceptionnellement qu'elles s'accompagnent d'activités touristiques proprement dites.

1.2.4. – Les touristes de croisière :

L'arrivée des croisiéristes est favorisée par les caractéristiques du port de Lomé avec un tirant d'eau de 16 mètres permettant d'accueillir de grosses unités navales. Cette prestation est dans la plupart des cas excursionniste, quelquefois étalée sur deux jours avec hébergement sur le bateau. Deux agences traitent exclusivement ces demandes à Lomé : Alba Travel Service (1 871 passagers et 8 navires en 2013) et Transafrica.

- Zones visitées : Région Maritime (jour 1) et Région des Plateaux (jour 2) : la plupart des sites est à valoriser ;
- Origine de visiteurs : USA / Grande Bretagne / Allemagne : un accompagnement multilingue est nécessaire.

1.2.5. – Les touristes de type solidaire :

Cette clientèle est difficile à évaluer compte tenu de sa dilution dans les regroupements statistiques. Sans doute marginale, elle peut être le fait :

- de groupes de jeunes en moyen séjour ;
- d'échanges associatifs et culturels ;
- de stages ;
- de comités d'entreprise locaux ;
- de touristes individuels parcourant le Togo en liberté.

L'ADETOP a traité 250 touristes en randonnée et environ 50 séjours associatifs en 2012, pour un chiffre d'affaires de 8 millions de F.CFA. Cette clientèle, assimilée au tourisme durable et solidaire, correspond à une attente spécifique des touristes pour une meilleure connaissance du milieu togolais, mais sous réserve d'une réglementation spécifique pour les prestataires locaux.

1.2.6. – Récapitulation et essai de quantification des clientèles :

Le tableau N°I.4 ci-dessous récapitule, à partir des considérations précédentes, les différentes clientèles potentielles par type de produits touristiques.

Tableau N°I.4 : Récapitulatif des clientèles par produit touristique

Type de produits touristiques		Clientèle
Tourisme de loisirs	Marché international	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Groupes agences et tours opérateurs</i> • <i>Individuels</i>
	Marché national	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Résidents togolais</i> • <i>Résidents étrangers du Togo et sous-régionaux</i> • <i>Diaspora</i>
Tourisme d'affaires	Séjours d'affaires internationaux et sous-régionaux	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Extension touristique WE</i> • <i>Excursion à la journée</i>
	Missions	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Extension touristique WE</i> • <i>Excursion à la journée</i>
Tourisme de congrès	Congrès et séminaires internationaux	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Extension touristique</i>
	Séminaires nationaux et incentives	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Extension touristique</i>
Tourisme de croisière	International	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sortie de 1 à 2 jours sans hébergement</i>
Tourisme solidaire	National et international	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Associations</i> • <i>Groupes scolaires</i> • <i>Comités d'entreprise / incentives</i> • <i>Coopération décentralisée</i>

Le tableau N°I.5 de la page suivante présente l'évaluation des clientèles potentielles par catégorie, dans l'état actuel et en tendance, par grand type de produits touristiques. Faute de données disponibles, ces estimations ont été établies sur des bases très subjectives.

Tableau N°I.5 : Evaluation prospective des clientèles par type de produits touristiques

Type de produits	Nature des clientèles	Volume (nombre d'individus)	Evolution constatée	Pertinence pour le projet	Potentiel de pénétration
Touristes de loisirs	International groupes	1 500	En baisse	Forte	Elevé
	International individuels	3 000	En hausse	Forte	Elevé
	Résidents nationaux	150 000	Basse	Faible	Faible
	Résidents sous-régionaux	500 000	Très basse	Faible	Très faible
	Résidents étrangers au Togo et dans la sous-région	15 000	Basse	Moyenne	Moyen
	Diaspora togolaise	1 500	Stable	Moyenne	Moyen
Touristes d'affaires	Clientèle internationale	6 000	En hausse	Faible	Faible
	Clientèle sous-régionale	50 000	En hausse	Très faible	Nul
	Clientèle nationale	20 000	En hausse	Très faible	Nul
	Missions	3 000	En hausse	Faible	Elevé
Touristes de congrès	Nationale et sous-régionale	ND	Basse	Très faible	Très faible
Croisiéristes	Internationaux	3 000	En hausse	Forte	Elevé
Touristes de type solidaire	Internationaux	500	En hausse	Forte	Elevé

1.3. – HIERARCHISATION DES COUPLES PRODUITS / MARCHES

La définition d'une stratégie de développement touristique fondée sur le choix des **couples "produits-marchés"** hiérarchisés par niveau de priorité permet de préciser les principales orientations stratégiques à prendre en compte selon les typologies de clientèles.

Cette démarche constitue une **condition nécessaire** et un **préalable indispensable** à la définition d'un programme d'actions prioritaires par domaine d'intervention.

1.3.1. – Les composantes du concept de produit touristique :

Le concept de produit touristique est composé de différents éléments indissociables :

- l'accueil à l'aéroport² : facilitation des formalités de police et de douanes (voire obtention du visa à l'arrivée), connaissances linguistiques, gestion des files, amabilité, confort général, ... ;
- la qualité des sites à travers leur environnement, les conditions d'accueil, la qualité de la scénographie et de la muséographie ou la capacité de vision sur les sites naturels, la médiation et l'accompagnement des visiteurs, les compétences et la formation du personnel, la politique culturelle ou environnementale des sites, leur promotion et communication ;
- les conditions de transport, d'une part des véhicules des agences de voyages (sécurité et qualité des véhicules, qualification des chauffeurs accompagnateurs) et d'autre part des transports en commun (sécurité) ;
- les agréments des agences de voyages (IATA) et la formation des guides, ainsi que l'agrément touristique des associations impliquées dans le secteur ;
- les conditions d'accueil, la fiabilité du matériel et du personnel des activités sportives et de loisirs ;
- les prestations des établissements de restauration : gastronomie et produits locaux frais, propreté des établissements, état sanitaire des locaux et conditions de préparation ;
- les hébergements : le classement des établissements selon les normes **CDEAO (CNUCET)** et une certification "qualité" par un organisme indépendant complétant utilement les normes.

La complémentarité du produit touristique signifie qu'il n'est pas composé d'un seul service, mais d'un ensemble de sous-produits et services complémentaires. Cette caractéristique conditionne le montage du produit touristique et sa qualité. L'insuffisance d'un seul des services composant

² - Ou à un poste-frontière terrestre.

l'ensemble du produit peut remettre en cause la qualité du produit final. Autrement dit, la qualité du produit final peut être altérée par la médiocrité d'un des sous-produits qui le constituent.

1.3.2. – Les priorités “produits/marchés” :

Les couples “produits/marchés” sont caractérisés ci-après par leur niveau de priorité. Les niveaux retenus, définis pour chaque type de produits par l'estimation de l'adéquation des produits proposés avec les attentes des différentes clientèles potentielles, se répartissent en quatre catégories (intérêt fort, moyen et faible), auxquelles il convient d'ajouter une catégorie supplémentaire, à savoir celle d'intérêt nul.

1.3.2.1. – *Les priorités à court terme :*

Le tableau N°I.6 de la page suivante présente les niveaux de priorité des couples “produits/marchés” commercialisables à court terme, c'est-à-dire d'ici à 5 ans. Dans ce tableau, ont été indiqués :

- d'une part, pour chaque type de marchés, les principaux pays de provenance des touristes ;
- d'autre part, pour chaque type de produits, les sites préférentiels constituant le produit considéré, étant entendu que ces sites ne sont pas exclusifs d'autres sites susceptibles d'être intégrés dans un produit touristique.




1.3.2.2. – *Les priorités à long terme :*

De la même manière que pour le court terme, les niveaux de priorité des couples “produits/marchés” commercialisables à long terme, c'est-à-dire à l'horizon de 15 ans, sont représentés dans le tableau N°I.7 qui figure dans la page d'après.

Comme pour le tableau précédent, les principaux pays de provenance des touristes ont été indiqués, ainsi que les sites préférentiels constituant les produits touristiques considérés, ceux-ci n'étant pas exclusifs d'autres sites éventuels.

Tableau N°I.6 : Les priorités “produits/marchés” à court terme

Légende

intérêt faible		intérêt moyen		intérêt fort	
----------------	---	---------------	---	--------------	---





























































































<div>Produits</div> <div>Marchés</div>	Patrimoine culturel			Patrimoine naturel		Activités liées à la nature		Origine des clientèles
	Mémoires partagées	Archéologie Ethnologie	Musées	Faune	Découverte	Randonnée écotourisme	Sports et loisirs	
Sites préférentiels sous réserve d'aménagements à court terme	Village d'Atéota Palais des gouverneurs Cimetière de Wahala Château Viale Carrières de shiste d'Apata	Grottes de Nok Hts fourneaux Bassar Remparts de Notsé Marchés artisanaux Pays Tamberma Pays Kabyé	Musées nationaux et régionaux	Petite faune : mares et forêts	Forêt de Missahoé / plateau de Danyi Lac Togo / Avévé et Afitosur le Mono / mont Agou / cascades de Kpalimé	Région de Kpalimé	Moto verte VTT sportif Pêche lac Togo Chasse à Djamdé	
Loisirs (international groupes / T.O)								<i>France / Allemagne / Autriche / USA / Italie</i>
Loisirs (international individuel)								<i>France / Allemagne / Bénin / Ghana</i>
Loisirs (résidents togolais)								<i>Résidents togolais / diaspora</i>
Loisirs (résidents étrangers)								<i>Résidents étrangers (France, Allemagne, USA Australie, Liban, Chine)</i>
Croisières								<i>Allemagne / USA / Grande Bretagne</i>
Affaires et missions								<i>France / Italie</i>
Congrès et séminaires								<i>Togo</i>
Tourisme solidaire								<i>France / Togo</i>

Tableau N°I.7 : Les priorités “produits/marchés” à long terme

Légende :

intérêt faible		intérêt moyen		intérêt fort	
----------------	---	---------------	---	--------------	---

<div> <div>Produits</div> <div>Marchés</div> </div>	Patrimoine culturel			Patrimoine naturel		Activités liées à la nature		Origine des clientèles
	Mémoires partagées	Archéologie Ethnologie	Musées	Faune	Découverte	Randonnée écotourisme	Sports et loisirs	
Sites préférentiels sous réserve d'aménagements à moyen / long terme	Maison Wood d'Agbodrafo Bâtiments de la forêt de Missahoé Station TSF de Kamina	Hts-fourneaux de Nongbani Grottes de Maproung Fosse de Dong Peintures rupestres de Namoudpaga	Musées régionaux Gares de Lomé et Atakpamé	PN de Fazao PN Fosse aux lions Réserves de Oti Kéran / OtiMandouri / Togodo sud	Fazao : sentier de découverte et d'interprétation	Aménagements de loisirs sur le littoral Aménagements lagunaires de Lomé	Atakora : sites de parapente et escalade Trekking Pêche au gros	
Loisirs (international groupes / T.O)								<i>France / Allemagne / Autriche / USA / Italie</i>
Loisirs (international individuel)								<i>France / Allemagne / Bénin / Ghana</i>
Loisirs (résidents togolais)								<i>Résidents togolais / diaspora</i>
Loisirs (résidents étrangers)								<i>Résidents étrangers (France, Allemagne, USA Australie, Liban, Chine)</i>
Croisières								<i>Allemagne / USA / Grande Bretagne</i>
Affaires et missions								<i>France / Italie</i>
Congrès et séminaires								<i>Togo</i>
Tourisme solidaire								<i>France / Togo</i>

1.4. – ESQUISSE DE MISE EN PRODUITS TOURISTIQUES

1.4.1. – Programme de mise en exploitation des sites :

La mise en valeur des sites prioritaires identifiés est une nécessité absolue pour qu'ils puissent être intégrés dans des circuits de visite correspondant aux différents types de tourisme.

Cette catégorisation des sites a été faite en fonction de l'appréciation préliminaire des problèmes à résoudre et des investissements à réaliser pour que le site puisse effectivement être intégré dans un produit touristique commercialisable. Cette stratégie d'aménagement est tributaire des facteurs suivants.

1.4.1.1. – *Les facteurs exogènes :*

La transversalité du secteur touristique exige la coopération interministérielle dans les secteurs concernés et la concertation avec le secteur privé et associatif. Il s'agit en particulier, selon la thématique des sites, de :

- vérifier le statut juridique du site (privé/public) et de s'assurer de la maîtrise foncière, en particulier dans les cas de contestation communautaire ;
- valider les conditions de conservation avec les services administratifs concernés et les tutelles scientifiques ;
- élaborer un plan d'aménagement, de conservation et de valorisation intégrant les conditions d'exploitation touristique ;
- chiffrer les coûts d'investissement inhérents au projet ;
- élaborer un plan de financement : recherche de financement, contacts avec les bailleurs de fonds, etc. ;
- s'assurer du suivi des travaux et de leur bonne finition ;
- mettre en place un plan de gestion et de mix-marketing partagé par les différents intervenants publics et/ou privés.

1.4.1.2. – *Les facteurs endogènes :*

La qualité de visite d'un site est fonction des aménagements directement liés à l'activité touristique :

- signalétique développée sur le réseau **viaire** du territoire ;
- routes et pistes de desserte quand elles servent de manière prépondérante à l'accès à un site de visite ;
- aménagement du site : abords, stationnements, équipements dans le périmètre direct du site : cheminement piétonnier entre le stationnement et le site avec une signalétique adaptée ;

- qualité paysagère : végétation, propreté, verrues urbaines et architecturales, traitement du sol, ... ;
- mobilier d'accompagnement : bancs de repos, poubelles, ... ;
- services extérieurs : aire de pique-nique, panoramas, sanitaires, boutiques, ... ;
- panneaux d'information à l'extérieur : horaires, tarifs d'entrée, coordonnées (adresses postale et internet, téléphone, services disponibles sur le site, ...) ;
- panneaux d'information touristique : cartographie locale, autres sites en réseau, autres sites proches, services de proximité, ... ;
- panneaux d'interprétation : que savoir du site si l'on ne peut entrer ?
- accueil, billetterie (avec tarifs affichés) et point d'information touristique ;
- services aux visiteurs : sanitaires, connexion internet gratuite, aire d'attente et de jeux pour enfants, ... ;
- boutique : gamme de produits originaux adaptés au site, aux visiteurs, aux besoins ;
- circuit de visite (libre et/ou accompagné) : signalétique directionnelle cartels et panneaux d'information
- outils de médiation : site internet consultable en amont, visite digitale avec contenus embarqués, éditions et guides de visite, accompagnement par un guide-conférencier formé : visites en plusieurs langues, visites pour enfants et scolaires, etc.

1.4.2. – Propositions de produits commercialisables :

A partir des hiérarchisations et des classifications précédentes, il est possible de définir les premières propositions de produits prioritaires en constituant des circuits de découverte, en fonction de la durée de séjour des clientèles potentielles, de la saisonnalité et en privilégiant des circuits nationaux ou inter-États en complémentarité. Les produits indicatifs proposables dans l'état actuel des choses sont les suivants.

- **Produit excursion (1 jour) – Région Maritime :**
 - *Lomé* : visite de la ville : architecture, marché, musée, aménagement lagunaire, visite de la gare, bordure maritime, etc.
 - *Togoville* : passage en pirogue et visite de la ville, promenade en pirogue sur le lac Togo ;
 - *Agbodrafo* : Maison Wood, bâtiments coloniaux et bordure maritime ;
 - *Atoéta* : village d'esclaves ;
 - *Avévé* : découverte des mangroves et des hippopotames en pirogue sur le Mono.
- **Produit week-end (2 jours) :**
 - *Cimetière de Noépé / Mont Agou* ;
 - *Kpalimé* ;
 - *Château Viale* et bâtiments de l'époque allemande à *Kouma Konda* ;
 - *Forêt de Missahoé* ;
 - Cascades de *Woamé* et de *Kpimé* avec balade pédestre.

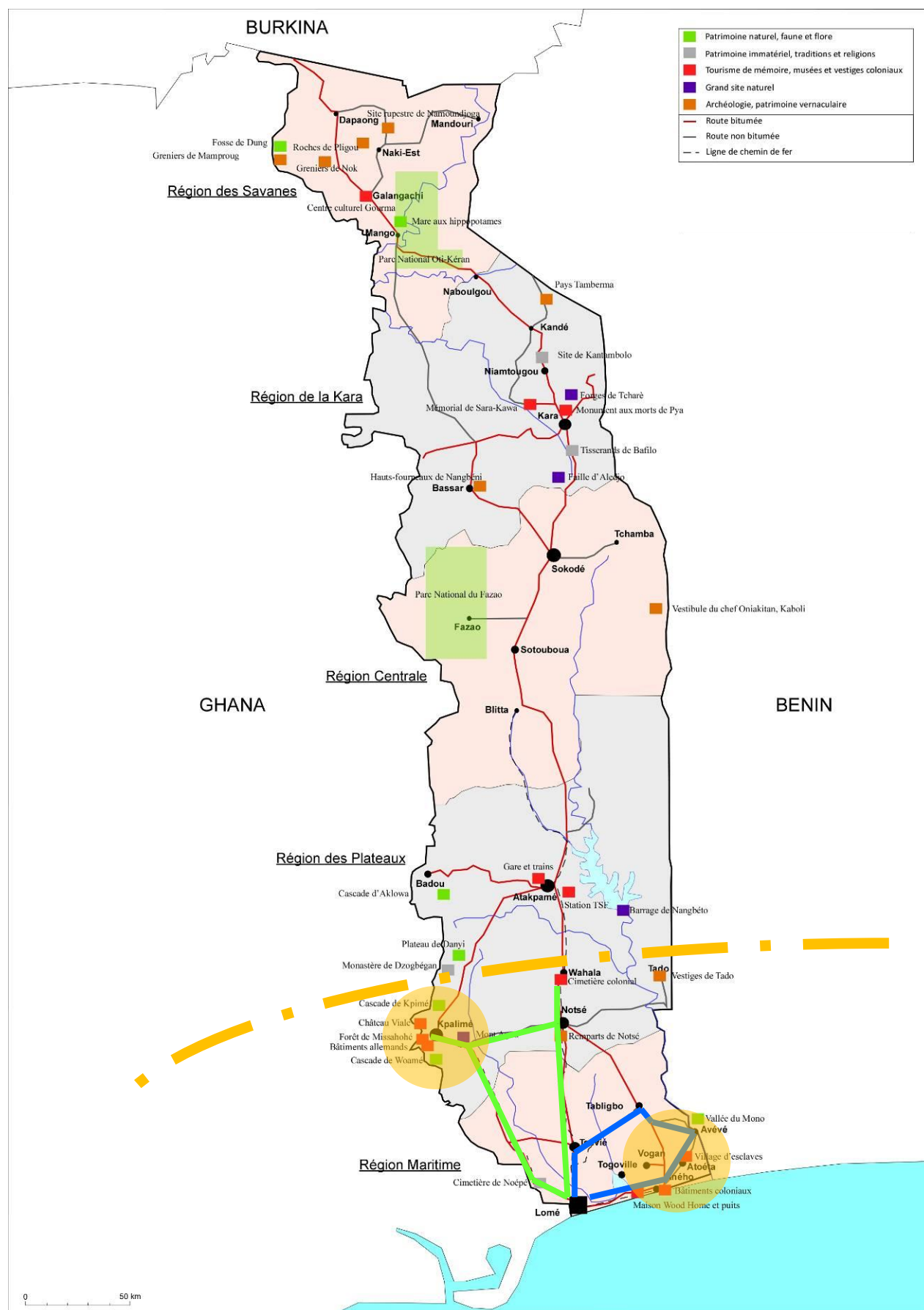
- **Produit 5 jours (semaine) :**
 - *Kpalimé et ses environs / plateau de Danyi ;*
 - *Monastère de Dzogbegan ;*
 - *Atakpamé et ses environs : gare et trains, station TSF ;*
 - *Notsé : remparts ;*
 - *Aného / Togoville.*

- **Produit 9 jours et plus :**
 - *Kpalimé et environs ;*
 - *Monastère de Dzogbegan / plateau de Danyi ;*
 - *Atakpamé et ses environs ;*
 - *Blitta / Fazao : réserve ;*
 - *Sokodé / Bassar : hauts fourneaux / Kara / forges de Tcharé ;*
 - *Kandé et pays Tamberma ;*
 - *Niamtougou / Dapaong ;*
 - *Greniers de Nok et Mamproug / sites rupestres ;*
 - *Départ sur Ouagadougou par la station touristique de Bagré / ou retour Lomé.*

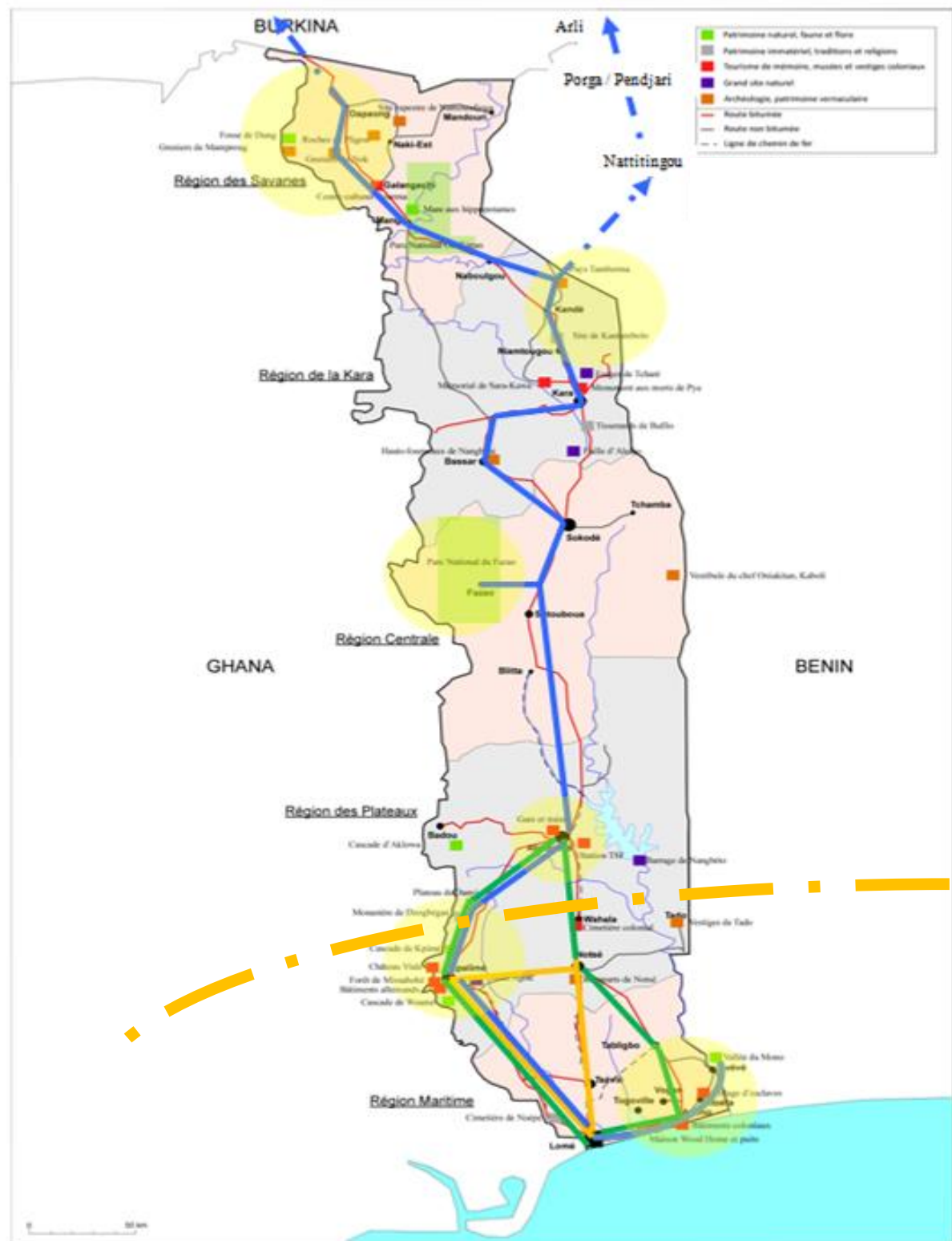
- **Produit inter-Etats : le long de la chaîne de l'Atakora**
 - *Kpalimé et environs ;*
 - *Monastère de Dzogbegan ;*
 - *Atakpamé et ses environs ;*
 - *Blitta / Fazao Parc d'Oti-Kéran (WAPO)*
 - *Sokodé / Bassar / Kara / forges de Tcharé ;*
 - *Kandé et pays Tamberma ;*
 - *Nattitingou au Bénin ;*
 - *Porga / Pendjari : réserves animalières intégrées au Parc du W (WAPO) ;*
 - *Arly : parc national / Ouagadougou par Fada N'Gourma.*

Ces produits indicatifs sont représentés spatialement dans les cartes des deux pages suivantes. La carte N°I.7 présente les circuits en court séjour (jusqu'à 5 jours) qui se limitent à la Région Maritime et à la Région des Plateaux, tandis que la carte N°I.8 présente les circuits en long séjour (de 9 jours et plus) et les circuits inter-Etats.

Carte N°I.7 : Possibilités de circuits en court séjour



Carte N°I.8 : Possibilités de circuits en long séjour



Produit excursion
Produit week-end
Produit 5 jours
Produit 9 jours et plus
Produit inter-état

Zones à fort potentiel touristique

1.5. – VISION A LONG TERME DU TOURISME TOGOLAIS ET CONSEQUENCES SPATIALES

Les priorités définies dans les paragraphes précédents, notamment quant aux couples “produits/marchés” et aux produits touristiques commercialisables, conduisent à prévoir qu’à l’horizon 2030 le Togo est redevenu une destination touristique qui existe, au même titre que les autres pays de la sous-région, sur les principaux marchés internationaux. Il est en mesure d’attirer des touristes venus d’Europe, mais également d’Amérique (du Nord et du Sud), d’Asie (Chine, Inde, etc.), du Moyen-Orient et de l’ensemble de l’Afrique (notamment l’Afrique du Sud et les pays de la CEDEAO).

La destination Togo propose une gamme à peu près complète de produits touristiques, qui va des produits liés à la nature (vision “grande faune”, vision “nature” ou vision “paysagère”) aux produits liés au patrimoine (“mémoires partagées”, archéologie, musées, savoir-faire artisanaux, attractions événementielles), en passant par la pratique d’activités liées à la nature (randonnées, escalade, parapente, VTT sportif, motos vertes, trekking, pêche et chasse). Ces différents types de produits simples peuvent être combinés entre eux pour constituer des produits complexes et être déclinés en des circuits plus ou moins longs allant de 1 ou 2 jours à 10 ou 15. Ces circuits peuvent être intégrés dans des circuits plurinationaux : Togo/Bénin, Togo/Ghana, Togo/Bénin/Burkina Faso, Togo/Bénin/Ghana, etc.

Les différents types de produits identifiés pourront, en fonction de leur nature, être commercialisés à un terme plus ou moins rapproché : à court terme à l’horizon de 5 ans, à moyen terme à l’horizon de 10 ans et à long terme à l’horizon de 15 ans. Le tableau N°I.18 de la page suivante récapitule les différents types de produits en fonction des marchés correspondants et présente le terme auquel on peut envisager qu’ils seront commercialisables.

A l’horizon 2030, le niveau des prestations fournies aux touristes est acceptable au regard des normes internationales en fonction du niveau de standing qu’ils ont choisi, qu’il s’agisse des prestations vendues par les agences de voyages réceptives, de la qualité du service dans les hôtels et les restaurants ou de la compétence des guides.

Les populations vivant dans les alentours des sites naturels et patrimoniaux les plus fréquentés se sont familiarisées avec la venue de touristes étrangers et ont acquis les réflexes qui conviennent pour satisfaire les demandes de ces touristes sans les importuner. S’agissant de clientèles ciblées en fonction de la nature des sites visités, celles-ci savent se montrer respectueuses de l’environnement naturel et culturel ainsi que des populations qu’ils sont amenés à côtoyer. Ce résultat n’a pu être atteint que par des actions de sensibilisation importantes. Il est également dû au fait que l’activité touristique du Togo reste quantitativement modérée et qualitativement sélective.

Les activités touristiques sont réparties sur l’ensemble du territoire national, mais elles sont surtout concentrées dans quelques zones à fort potentiel touristique.

Tableau N°I.8 : Période de commercialisation pour les couples “produits / marchés” prioritaires

<div> <div>Produits</div> <div>Marchés</div> </div>	Patrimoine culturel			Patrimoine naturel			Patrimoine culturel		Type de séjour	Clientèle
	Mémoires partagées	Archéologie Ethnologie	Muséologie Technologie	Vision grande faune	Vision nature	Vision paysage	Randonnée écotourisme	Sports et loisirs		
Loisirs (international groupes / T.O et agences réceptives)	Court et long terme	Court et long terme	Long terme	Long terme	Court et long terme	Court terme			Long séjour	Internationale
Loisirs (international individuel)	Court et long terme	Court et long terme	Long terme	Long terme	Court et long terme	Court terme	Court terme	Court et long terme	Long séjour	Internationale
Loisirs (résidents togolais)	Court et long terme	Court et long terme	Long terme		Court et long terme		Court terme	Court et long terme	Court séjour	Nationale
Loisirs (résidents étrangers)	Court et long terme	Court et long terme	Long terme	Long terme	Court et long terme	Court terme	Court terme	Court et long terme	Court et moyen séjours	Nationale et sous-régionale
Croisières	Court et long terme		Long terme						Excursion	Internationale
Affaires et missions	Court et long terme		Long terme						Excursion Court séjour	Internationale
Congrès et séminaires	Court et long terme		Long terme						Excursion Court séjour	Nationale et sous-régionale
Tourisme de type solidaire	Court et long terme	Court et long terme	Long terme		Court et long terme	Court terme	Court terme	Court et long terme	Long séjour	Nationale et internationale

Comme le montrent les cartes N°I.7 et N°I.8 des pages précédentes, ces zones sont, d'une part la région littorale située à l'est de Lomé et la région autour de Kpalimé pour les circuits de courte durée et, d'autre part ces deux mêmes régions complétées par la région autour d'Atakpamé, le Parc national de Fazao-Malfakassa, la région de Kandé et du Koutammakou et la région autour de Dapaong.

Dans ces zones, les populations sont fortement impliquées dans la gestion des sites et leur entretien. Des unités d'hébergement en adéquation avec la nature des sites et le type de produit touristique se sont créées à proximité des principaux sites au fur et à mesure de l'accroissement du nombre de visiteurs.

Il en résulte que l'activité touristique est devenue une des activités économiques les plus importantes dans les principales zones à fort potentiel touristique pour les populations desquelles elle constitue la principale source d'emplois et de revenus monétaires.

