

PROGRAMME DE MISE EN ŒUVRE DE **LA POLITIQUE NATIONALE DU TOURISME**

SOUS-PROGRAMME 1 : RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET MANAGERIALES DU SECTEUR

Le tourisme est un secteur porteur de croissance dont l'essor stimule beaucoup d'autres activités économiques et socioculturelles. La relance du tourisme au Togo doit être une option de l'Etat qui s'engage à placer le secteur dans les priorités de développement du pays et à le doter d'un cadre institutionnel et juridique approprié.

La gestion et l'exploitation des activités touristiques exigent aussi le renforcement des capacités professionnelles des acteurs publics et privés et la disponibilité de données statistiques fiables sur l'évolution du secteur pour orienter les décisions.

Au regard de ces considérations, le sous-programme 1 est composé de trois (3) axes stratégiques suivants :

- **Axe stratégique 1.1 : Inscription du tourisme parmi les priorités de l'Etat et renforcement des capacités institutionnelles et juridiques du secteur**
- **Axe stratégique 1.2 : Renforcement des capacités professionnelles des ressources humaines**
- **Axe stratégique 1.3 : Amélioration de l'élaboration des statistiques touristiques**

Axe stratégique 1.1 : INSCRIPTION DU TOURISME PARMIS LES PRIORITES DE L'ETAT ET RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES ET JURIDIQUES

1- Problématique

La création en 2008 d'un ministère exclusivement consacré au tourisme, un des secteurs porteurs de croissance et sa prise en compte dans le pilier II du DSRP intitulé : « consolidation des bases d'une croissance forte et durable » et dans l'axe stratégique n°1 du document de stratégie de réduction de la pauvreté deuxième génération (DSRP II) intitulé : « développement des secteurs à fort potentiel de croissance » , sont l'expression d'une volonté politique.. Cependant,

les dotations budgétaires sont insuffisantes et accentuent les contraintes du département au plan institutionnel et juridique. Les directions régionales prévues dans les textes ne sont pas mises en place créant un manque d'encadrement des activités au plan local.

Il n'existe pas de véritables organes de concertation secteur public/privé et de représentations extérieures pour la promotion du tourisme togolais sur les marchés émetteurs.

Les textes réglementant les activités touristiques et hôtelières ne sont plus adaptés à l'évolution du secteur dans lequel émergent de nouvelles professions liées aux prestations d'hôtesse d'accueil, aux centres de formation professionnelle et aux loisirs et de nombreuses associations de tourisme dont les activités à la base doivent être maîtrisées. Les insuffisances de l'encadrement administratif sont à l'origine de certains conflits de compétences entre les acteurs d'où la nécessité de renforcer les capacités institutionnelles et juridiques pour assurer une bonne gestion du secteur.

2- Objectif

Inscrire le tourisme au rang des priorités de l'Etat et mettre en place un cadre institutionnel et juridique approprié pour sa bonne gouvernance.

3- Stratégie

- Mettre en évidence la capacité du tourisme à réduire la pauvreté par la création de nombreuses activités économiques connexes ;
- Inciter les autorités à inscrire le tourisme parmi les priorités de l'Etat ;
- Maintenir la stabilité du cadre institutionnel et administratif ;
- Actualiser les textes réglementant les activités du secteur.

4- Actions

- Sensibilisation des autorités et des populations sur l'importance économique et socioculturelle du tourisme ;
- Inscription du tourisme parmi les secteurs prioritaires de l'Etat ;
- Stabilisation du cadre institutionnel du Ministère du tourisme ;
- Mise en place des directions régionales, de l'agence nationale et des agences régionales de promotion touristique et des structures adaptées de concertation entre les acteurs ;
- Actualisation des textes réglementant les activités du secteur ;
- Réglementation des activités des associations de tourisme ;
- Création d'une fédération des associations professionnelles

- Création d'un site internet institutionnel pour le Ministère du Tourisme;
- Création de poste d'informations touristiques dans les ambassades du Togo à l'étranger et à termes ouverture de bureaux de représentation du tourisme togolais à l'extérieur, dans les pays émetteurs de touristes.

Axe stratégique 1-2 : RENFORCEMENT DES CAPACITES PROFESSIONNELLES DES RESSOURCES HUMAINES.

1- Problématique

Les capacités professionnelles des ressources humaines sont insuffisantes et méritent d'être renforcées pour une meilleure gouvernance du secteur.

L'Administration Nationale du Tourisme (ANT) dispose aujourd'hui de peu de cadres supérieurs spécialisés en aménagement touristique, en gestion hôtelière, en statistique et en marketing. De même, il est à noter l'insuffisance de formation professionnelle des opérateurs touristiques tant au plan technique qu'à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour l'exploitation du secteur.

L'offre de formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie n'est pas diversifiée et ne couvre pas l'étendue du territoire. Les programmes de formation sont inadéquats par rapport aux curricula des diverses filières. En outre les compétences pédagogiques des formateurs sont insuffisantes.

2- Objectif

Développer le capital humain par la mise à niveau des acteurs publics et privés en vue d'assurer la qualité et l'excellence dans les prestations touristiques.

3- Stratégie

- Identifier sur le plan national les besoins réels en termes de renforcement des capacités des acteurs publics et privés en vue de dynamiser efficacement les actions dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie ;
- Doter l'ANT de personnel qualifié dans les différentes spécialités du secteur ;
- Assurer une formation professionnelle continue de qualité du personnel du secteur public et privé ;

- Renforcer et adapter l'offre et les programmes de formation aux besoins réels du secteur.

4- Actions

- Recrutement de personnel qualifié indispensable pour le développement et la promotion du tourisme (managers, planificateurs, aménagistes, statisticiens, inspecteurs, animateurs, spécialistes en marketing touristique, guides de tourisme etc...)
- Exigence de recrutement de personnel qualifié dans les établissements de tourisme ;
- Octroi de stages de perfectionnement pour une mise à niveau du personnel d'encadrement ;
- Intégration des options ou spécialisation en tourisme dans les programmes d'enseignement universitaire ;
- Appui aux centres de formation pour l'élaboration des programmes de formation adaptés ;
- Développement de partenariats entre les centres de formation professionnelle et des centres de référence à l'extérieur ;
- Création d'un institut national supérieur de formation et de perfectionnement en tourisme et hôtellerie ;

Axe stratégique 1.3 : AMELIORATION DE L'ELABORATION DES STATISTIQUES TOURISTIQUES

1- Problématique

Les statistiques sur la nature, l'évolution et les conséquences du tourisme sont, dans l'ensemble, rares et incomplètes surtout dans les pays en développement. Le système d'informations statistiques constitue une base fiable pour des prises de décisions pertinentes par les gouvernements, les partenaires au développement, les opérateurs touristiques, les touristes et les entreprises. Le manque d'information fiable sur le rôle que joue le tourisme dans l'économie togolaise pose d'énormes difficultés. Les données statistiques disponibles ne reflètent ni la réalité ni l'importance du tourisme au plan national.

La collecte d'informations devant servir à alimenter la base de données rencontre d'énormes problèmes tels que l'insuffisance de sensibilisation des opérateurs ; la rétention des données primaires par ceux-ci; le manque de

formation des hôteliers au remplissage des fiches statistiques ; l'inapplication des dispositions des textes réglementaires relatifs à l'obligation de la fourniture des données statistiques.

2- Objectif

Disposer des statistiques touristiques fiables, à temps réels et facilement accessibles

3- Stratégie

- Sensibiliser les opérateurs touristiques à la tenue et à la fourniture des données statistiques ;
- Mettre en place un système de collecte et de traitement des données harmonisé suivant les normes de l'UEMOA ;
- Equiper le service statistique de matériel de traitement adéquat ;
- Publier régulièrement les statistiques du tourisme.

4- Actions

- sensibilisation et formation des opérateurs touristiques sur l'importance des statistiques ;
- -mise en place sur le plan national d'un système performant de collecte des informations sur le tourisme ;
- renforcement du service statistique en matériel performant pour le traitement des données ;
- exploitation des données centralisées pour produire les agrégats nécessaires à l'analyse de l'évolution du secteur.
- diffusion des statistiques à travers des canaux ou supports adéquats ;
- élaboration d'un compte satellite national du tourisme.

SOUS PROGRAMME 2 : MISE A NIVEAU DU PRODUIT TOURISTIQUE

La compétitivité du tourisme togolais passe par le conditionnement optimal des différentes composantes du produit touristique, la qualité des équipements et des prestations des établissements de tourisme. Il s'agit de rendre accessibles les sites touristiques, de les doter d'infrastructures d'accueil et de mettre aux normes les établissements touristiques.

On devra également veiller au développement durable du tourisme qui préserve les ressources naturelles, le patrimoine culturel et les valeurs sociales des populations d'accueil.

Pour répondre à ces exigences, le sous-programme 2 est structuré en trois(3) axes stratégiques :

- Axe stratégique 2.1 : Aménagement des sites touristiques
- Axe stratégique 2.2 : Mise à niveau des établissements de tourisme
- Axe stratégique 2.3 : Exploitation durable du tourisme

Axe stratégique 2.1 : AMENAGEMENT DES SITES TOURISTIQUES

1 – Problématique

Le Togo dispose d'un potentiel touristique important de richesses naturelles, culturelles, historiques et architecturales. Malgré la diversité de ces ressources, peu de sites touristiques ont été aménagés de même que les parcs nationaux.

Aujourd'hui, la majorité des sites sont dans un état de dégradation avancé, d'accès difficiles et peu visibles. La plage qui est une mine d'or pour le développement du tourisme balnéaire est confrontée à de sérieux problèmes d'insalubrité et d'occupation anarchique. Les pôles d'excellence touristique ne sont ni définis ni délimités. Le patrimoine historique et architectural n'est pas entretenu et mis en valeur.

A tous ces goulots d'étranglement s'ajoute le problème foncier. Les terres n'appartiennent pas à l'Etat et le pays ne dispose pas d'une véritable politique foncière. Cette situation limite considérablement les opportunités de valorisation des sites touristiques.

2- Objectif

Sauvegarder et mettre en valeur les sites d'intérêt touristique

3- Stratégie

- Faire l'inventaire des sites d'intérêt touristique ;
- Définir et délimiter les pôles touristiques à aménager ;
- Prendre des mesures conservatoires pour garantir les zones à vocation touristique ;
- Encourager la préservation du patrimoine historique et architectural ;

- Elaborer les schémas d'aménagement des sites ;
- Mobiliser les ressources financières pour l'aménagement des sites ;
- Aménager les sites et leurs voies d'accès.

4- Actions

- Actualisation du répertoire des sites touristiques du Togo ;
- Elaboration du plan directeur de développement et d'aménagement touristique
- Aménagement des sites touristiques prioritaires menacés et en voie de disparition ;
- Elaboration des schémas d'aménagement et viabilisation des pôles touristiques ;
- Promotion des pôles auprès des sociétés d'aménagement ;
- Exécution des schémas d'aménagement existants ;
- Développement de partenariats avec les collectivités locales et autres institutions pour l'entretien des sites ;
- Affectation d'une partie du fonds de promotion et de développement touristique à l'aménagement et à l'entretien des sites ;
- Mise en place des panneaux signalétiques pour rendre visibles les sites touristiques.

Axe stratégique 2.2 : MISE A NIVEAU DES ETABLISSEMENTS DE TOURISME

1- Problématique

Le parc hôtelier du Togo est composé d'établissements dont la plupart ne répondent pas aux normes internationales requises pour une bonne commercialisation. L'architecture de bon nombre de ces établissements est mal conçue et leurs équipements sont vétustes. On assiste aujourd'hui à une prolifération anarchique de petites unités hôtelières qui opèrent dans l'informel.

Les établissements d'hébergement ne sont pas diversifiés et sont mal répartis sur l'étendue du territoire national. De plus, on constate que les prestations dans les hôtels sont limitées par les insuffisances dans la qualification du personnel, la valorisation de l'art culinaire national et la démarche qualité.

L'expérience peu concluante des contrats de gestion des hôtels d'Etat par les chaînes internationales dans les années 80 a entraîné la fermeture de certaines unités et amené les autorités à initier un programme de privatisation à travers la mise en bail commercial des établissements hôteliers. Les hôtels d'Etat de

l'intérieur du pays sont encore pour le moment gérés par le ministère du tourisme.

La majorité des agences de voyages sont concentrées à Lomé et très peu disposent de matériel performant et de personnel qualifié pour exploiter les circuits touristiques.

2- Objectif

Améliorer la qualité des équipements et des prestations des établissements de tourisme

3- Stratégie

- Respecter scrupuleusement des textes réglementant les activités touristiques et hôtelières ;
- Accélérer le processus de classification des établissements de tourisme ;
- Encourager les opérateurs touristiques à mettre à niveau leurs établissements dans le respect des normes conventionnelles;
- Sensibiliser les promoteurs touristiques à diversifier leurs offres et à améliorer leurs prestations ;
- Promouvoir l'art culinaire national ;
- Exiger des opérateurs touristiques le recrutement de personnel qualifié ;
- Professionnaliser le métier de guide.

4- Actions

- Sensibilisation des opérateurs au respect des textes réglementant les activités des établissements de tourisme ;
- Classification des établissements de tourisme ;
- Création d'un corps d'inspecteurs pour le contrôle des établissements de tourisme ;
- Mise en place d'une police touristique ;
- Lutte contre la prolifération de l'hôtellerie informelle ;
- Encouragement à la diversification des infrastructures touristiques et incitation à leur meilleure répartition sur l'étendue du territoire national ;
- Encouragement à la diversification des moyens de transport (routier, ferroviaire, fluvial, aérien.....)
- Elaboration du répertoire des établissements de tourisme

- Elaboration du répertoire de l'art culinaire national ;
- Institution de concours annuels dotés de prix sur les différents métiers de l'hôtellerie et du tourisme ;
- Réhabilitation régulière des hôtels d'Etat non encore privatisés.

Axe stratégique 2.3 : EXPLOITATION DURABLE DU TOURISME

1- Problématique

Le tourisme par nature exerce des pressions sur l'environnement. Il peut aussi être facteur de destruction de l'environnement naturel par la pratique du tourisme de chasse non réglementé, la pollution par le rejet des eaux usées, les ordures ménagères et l'émission de gaz à effet de serre.

Si le niveau actuel de développement du tourisme au Togo n'est pas encore la cause de ces effets néfastes sur l'environnement, il faut tout de même les prévenir.

Par contre, les effets de l'activité touristique sur les valeurs culturelles et sociales sont perceptibles, il s'agit de la dépravation des mœurs entraînant des phénomènes comme la mendicité, la prostitution, l'homosexualité, la pédophilie, la drogue etc. Il est aussi source de folklorisation des cérémonies culturelles et de trafic illicite des biens culturels, en l'occurrence les objets d'art authentiques.

2- Objectif

Assurer une base de développement durable au tourisme togolais.

3- Stratégie

- S'appuyer sur les collectivités territoriales, les communautés à la base et les associations pour assurer le développement durable du tourisme à l'échelle locale ;
- Exiger des études d'impacts environnementaux pour tous les projets de développement touristique ;
- Faire de la Charte du Tourisme Durable et du Code Mondial d'Ethique du Tourisme des instruments de mise en œuvre de la politique nationale du tourisme.

4- Actions

- Organisation des acteurs de terrains en Syndicats d'Initiative pour la gestion et l'entretien des sites ;
- Application des textes réglementaires et législatifs sur la pédophilie, le proxénétisme, l'homosexualité, le trafic illicite des biens culturels,
- Elaboration et mise en œuvre d'un code de bonne conduite sur les sites touristiques ;
- Appui à tout projet de sauvegarde de l'environnement favorable au développement du tourisme;
- Réglementation des activités des associations qui œuvrent pour la promotion de l'écotourisme et du tourisme solidaire dans le pays ;
- Sensibilisation des populations locales et des guides sur les questions d'accueil et de harcèlement des visiteurs ;
- Formation des comités locaux de gestion des sites ;
- Initiation des projets s'inscrivant dans la logique du programme STEP (Sustainable Tourism and Eliminating Poverty) de l'OMT.
- Encouragement à l'utilisation des énergies renouvelables dans les établissements touristiques.

SOUS-PROGRAMME 3 : PROMOTION ET COMMERCIALISATION

La promotion et la commercialisation du tourisme sont basées sur des stratégies appropriées de communication, d'études de marchés et d'actions de marketing et de relations publiques. L'objectif est d'accroître la visibilité de la destination sur les marchés émetteurs en vue de motiver la clientèle et les opérateurs touristiques à programmer des voyages de découverte et d'agrément.

Le choix de la destination dépend fortement du niveau d'attractivité des potentialités touristiques, de la qualité des équipements et des prestations. Il est à cet effet indispensable de stimuler les investissements à travers un cadre incitatif des affaires. Les investissements et la maîtrise de l'exploitation des activités touristiques à la base doivent garantir des retombées au profit des populations.

En ce sens, le développement du sous-programme 3 s'articule autour des trois(3) axes stratégiques suivants :

- **Axe stratégique 3.1 Politique de communication et de commercialisation**

- **Axe stratégique 3.2 Mise en place d'un cadre incitatif des investissements**
- **Axe stratégique 3.3 Amélioration des retombées du tourisme à la base**

Axe stratégique 3.1 : POLITIQUE DE COMMUNICATION ET DE COMMERCIALISATION

1- Problématique

La destination Togo souffre d'un manque de visibilité et de notoriété sur les principaux pôles émetteurs de touristes. La promotion et la commercialisation de la destination Togo ne se font pas de façon soutenue. La prospection de nouveaux marchés est presque inexistante. Cette situation donne l'impression qu'il n'y a véritablement pas de plan marketing pour faire connaître la destination. L'exécution des programmes de promotion, notamment la participation aux salons de tourisme et la réalisation de matériels d'information et de publicité ne suit pas l'agenda annuel préalablement défini, mais se réalise au gré des disponibilités de crédits.

De plus, le Togo ne dispose pas de bureaux de représentation touristique à l'étranger pour renforcer sa présence sur les principaux marchés émetteurs.

L'insuffisance de crédits budgétaires alloués à la promotion touristique et l'inaccessibilité au FPDT (Fonds de Promotion et de Développement Touristique) impriment un caractère de saupoudrage aux actions. Sur le plan national, les actions de promotion sont presque inexistantes. Les opérateurs privés s'investissent peu dans la promotion du tourisme.

2- Objectif

Renforcer la visibilité de la destination pour accroître la fréquentation du pays.

3- Stratégie

- Recréer l'image de la destination, un label de qualité pour le produit touristique togolais ;
- Utiliser tous les moyens de communication (dépliants, magazine, internet, tv, radio, presse etc...) pour accroître la visibilité de la destination ;

- Participer aux salons et manifestations touristiques à l'étranger
- Prospecter de nouveaux marchés (Brésil, Russie, Inde, Chine etc...)
- Inciter les Tours Opérateurs à programmer la destination Togo ;
- Ouvrir des bureaux de représentations touristiques à l'étranger ;
- Disposer d'une structure de promotion touristique financièrement autonome ; (Agence Nationale de Promotion Touristique).

4- Actions :

-Etude pour la recréation de l'image de la destination

- Réalisation d'études de marchés pour le positionnement du tourisme togolais sur les marchés émetteurs traditionnels et nouveaux marchés ;
- Production régulière et diffusion de matériels d'information et de publicité touristiques ;
- Renforcement de la présence du Togo aux salons, foires et manifestations touristiques sur les grands marchés émetteurs ;
- Organisation de campagnes de marketing sur les marchés émetteurs ;
- Organisation régulière d'eductours et de voyages de presse.
- Promotion du tourisme intérieur par l'organisation de journées portes ouvertes et des émissions sur les potentialités touristiques en vue d'inciter la population à découvrir le pays ;
- Création d'un bulletin d'informations;
- Encouragement de l'organisation du tourisme intrarégional (colonies de vacances, affaires, cultures etc...) ;
- Encouragement de l'organisation d'excursions et de circuits touristiques à des prix promotionnels ;
- Réhabilitation de la commission de facilitation de voyages;
- Animation et actualisation du site internet : www.togo-tourisme.com;
- Création d'un site institutionnel ;
- Sensibilisation des acteurs de terrain à la qualité de l'accueil (services d'immigration, douanes, santé à l'aéroport; aux postes-frontières, au port, dans les établissements de tourisme, associations et guide de tourisme...)
- Création d'une agence de promotion touristique dotée d'autonomie administrative et financière ;
- Création de structures de promotion régionales et locales de tourisme.
- Encouragement des opérateurs touristiques à disposer de site web.

- Encouragement des entreprises à gratifier leur personnel par des voyages de découverte.

Axe stratégique 3.2 : MISE EN PLACE D'UN CADRE INCITATIF DES INVESTISSEMENTS

1- Problématique

La relance des activités touristiques nécessite des investissements publics et privés dans l'aménagement des sites, l'hôtellerie, l'exploitation des circuits touristiques et les loisirs d'agrément. En matière d'investissement, peu de ressources sont allouées au secteur sur le budget de l'Etat. Les entreprises touristiques nécessitent généralement des investissements à long terme ce qui crée une réticence des banques et institutions financières à accorder des crédits aux opérateurs touristiques.

Les structures de financement appropriées devant garantir les emprunts n'existent pas. En outre, l'environnement des affaires peu attractif ne facilite pas les initiatives dans le secteur.

2- Objectif

Créer un cadre incitatif des investissements et stimuler le financement des entreprises touristiques

3- Stratégie

- Mobiliser les ressources internes et susciter la mobilisation des ressources externes pour le financement des projets d'aménagement touristique ;
- Susciter la mise en place des mécanismes de garantie de crédits pour appuyer les opérateurs privés ;
- Susciter l'allégement des fiscalités et des tarifications de certaines prestations de services de base (eau, électricité et télécommunications) pour les établissements de tourisme dans la période d'installation.

4- Actions

- Plaidoyer pour la création d'un fonds de garantie des crédits bancaires aux pour appuyer les opérateurs touristiques opérateurs touristiques ;

- Révision du mode de fixation, de collecte et de gestion de la Taxe Spéciale pour la Promotion Touristique(TSPT) et des autres ressources du Fonds de Promotion et de Développement Touristique(FPDT) ;
- Création de redevances pour la délivrance et le renouvellement des licences d'exploitation des établissements de tourisme ;
- Création d'une société de patrimoine pour le suivi et le contrôle de la gestion des hôtels d'Etat ;
- Plaidoyer pour l'allègement des fiscalités et des tarifications de certaines prestations de services de base (eau, électricité et télécommunications) pour les établissements de tourisme dans la période d'installation ;
- Création d'écotaxes au niveau des sites touristiques.
- Prélèvements d'un taux sur les opérations de changes effectuées par les touristes auprès des banques et bureaux de changes.

Axe stratégique 3.3 : AMELIORATION DES RETOMBEES DU TOURISME A LA BASE

1- Problématique

La chaîne d'exploitation des activités touristiques est fortement dominée par des Tours Opérateurs et des agences internationales de voyages. Cette situation entraîne une faible implication des agences locales de voyages et des populations d'accueil qui ne profitent pas pleinement des retombées de ces activités.

En effet, le développement du tourisme crée de nombreuses opportunités d'activités économiques directes et indirectes à la base dont la maîtrise par les populations locales est loin d'être optimale. La méconnaissance de ces opportunités, l'insuffisance de formation professionnelle des acteurs à la base et le manque de soutien financier sont à l'origine du peu d'intérêt qu'accordent les populations au développement de ces activités.

Le concept de « tourisme durable » plaide pour la préservation des ressources, la réduction de la pauvreté et l'amélioration des conditions de vie des populations locales.

2- Objectif

Contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations locales par l'exploitation des activités touristiques.

3- Stratégie

- Faire profiter aux populations locales les infrastructures de base (routes, électricité, eau, télécommunications) ;
- Assurer un minimum de formation professionnelle aux populations dans les métiers de l'hébergement, de la restauration, du guidage, du design d'artisanat d'art et en entrepreneuriat ;
- Inciter les organismes de microcrédits à soutenir les projets de création d'activités génératrices de revenus (ouverture d'auberges, de gîtes, de campements ruraux et les projets d'activités connexes : maraîchage, élevage, artisanat, pisciculture...) sur les sites touristiques ;
- Associer les populations à la gestion des sites et les inciter à affecter une partie des revenus au développement local ;
- Valoriser l'utilisation des matériaux et des produits locaux dans l'exploitation touristique.

4- Actions

- sensibilisation des communautés à la base sur les avantages des activités touristiques ;
- Mise en place d'infrastructures socio-collectives (sanitaire, bar-restaurant);
- Formation pratique de la jeunesse locale en entretien de chambres, en cuisine, en guidage, en design dans le domaine de l'artisanat d'art et en entrepreneuriat ;
- Construction d'unités d'hébergement et de centres artisanaux ;
- Organisation de l'hébergement chez l'habitant ;
- Stimulation de la production maraîchère et de l'élevage ;
- Exploitation et promotion de la cuisine locale ;
- Encouragement du financement des projets de développement local par les entreprises touristiques.