

STRATEGIE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME

Burundi, Coeur d'Afrique



Burundi



Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme
Programme des Nations Unies pour le Développement au Burundi
Conception Visuelle par Sebastian Villar

Design et production par Phoenix Design Aid A/S, Denmark
ISO 14001/ISO 9000 certifié.

Imprimé sur papier recyclable officiellement approuvé pour l'environnement
avec des encres à base végétale.

© July 2011

CONTENU

Introduction	17		
1 Présentation du Burundi	19		
2 Environnement légal et Cadre Institutionnel du Tourisme	37		
3 Émergence du tourisme	49		
4 Environnement des affaires	61		
5 Impacts du tourisme	69		
6 Répertoire touristique et hôtelier	83		
7 Apports de quelques secteurs en faveur du tourisme	87		
		8 Formation touristique	97
		9 Analyse SWOT	103
		10 Filières potentielles et l'écotourisme	107
		11 Prévisions d'arrivée des visiteurs	115
		12 Orientations stratégiques	125
		13 Recommandations	133
		14 Projets pilotes et de démonstration	155
		15 Programme d'actions prioritaires	173
		Annexes	183



Résumé exécutif	7
Introduction	17
Présentation du Burundi.....	19
1.1 Situation géographique et population	20
1.2 Structures économiques	21
1.3 Le contexte touristique burundais.....	25
1.4 Les atouts touristiques.....	25
Environnement légal et Cadre Institutionnel du Tourisme.....	37
2.1 Environnement légal.....	38
2.2 Les institutions nationales du tourisme.....	41
2.3 Le Ministère du Commerce, de l'Industrie; des postes et du Tourisme.....	41
2.4 L'Office National du Tourisme.....	42
2.5 Le partenariat.....	45
2.6 Le cadre de la formation formelle	46
2.7 Le cadre institutionnel	46
Émergence du tourisme	49
3.1 Le Flux des touristes	50
3.2 Les données statistiques.....	51
3.3 Mouvement des voyageurs à l'aéroport de Bujumbura : Mai 2010	54
3.4 Contexte régional	58
Environnement des affaires.....	61
4.1 Climat de l'investissement	62
4.2 L'Agence de Promotion des Investissements (API).....	63
4.3 Contexte foncier	64
4.4 Le financement des projets touristiques au Burundi	66
les impacts du tourisme.....	69
5.1 L'impact économique.....	70
5.2 Les aspects positifs du tourisme.....	70
5.3 Impacts socio-économiques	71
5.4 Impact du tourisme dans l'économie nationale.....	78
Répertoire touristique et hôtelier.....	83
6.1 L'Offre d'hébergement touristique.....	84
6.2 Les hôtels à Bujumbura.....	84
6.3 Autres interventions	85
Apports de quelques secteurs en faveur du tourisme	87
7.1 Les transports	88
7.2 Les infrastructures.....	91
7.3 L'Environnement.....	93
7.4 L'artisanat.....	94
La formation touristique.....	97
8.1 Contexte	98
8.2 Caractéristiques des employés du secteur hôtelier à Bujumbura.....	98
8.3 Situation actuelle	100
8.4 Les besoins futurs.....	100
Analyse SWOT	103
9.1 Introduction.....	104
9.2 Forces.....	104
9.3 Faiblesses.....	104
9.4 Opportunités	105
9.5 Menaces.....	105
9.6 Bilan d'ensemble	106

Les filières potentielles et l'écotourisme.....	107
10.1 Général	108
10.2 Le lac Tanganyika.....	109
10.3 Écotourisme.....	110
10.4 D'autres segments potentiels.....	113
Prévisions d'arrivées des visteurs	115
11.1 Principes généraux.....	116
11.2 Prévisions des chambres d'hôtel	118
11.3 Principaux marchés émetteurs	119
Orientations stratégique.....	125
12.1 Introduction.....	126
12.2 Positionnement.....	126
12.3 Éléments de marketing stratégique	128
12.4 Circuits touristiques	130
Recommandations.....	133
13.1 L'environnement légal et le schéma organisationnel.....	134
13.2 Cadre institutionnel du tourisme	135
13.3 L'impact économique du tourisme.....	142
13.4 L'environnement des affaires.....	145
13.5 La stimulation de la demande	147
13.6 Les statistiques et le contrôle	150
Projets pilotes et de démonstration	155
14.1 Introduction.....	156
14.2 Projets Pilotes.....	156
14.3 Projets de démonstration	161
Le programme d'actions prioritaires.....	173
15.1 Contexte général	174
15.2. Le renforcement du dispositif organisationnel	176
15.3 La gestion des connaissances	177
15.4 La consolidation et la diversification de l'offre touristique	178
15.5 L'amélioration de la qualité	179
15.6 L'amélioration du climat des affaires	179
15.7 Plan d'actions.....	180
Annexes	183
Annexe 1 : Fiches des projets immédiats.....	184
A1.2 Plan de communication et de marketing	186
A1.3 Diagnostic qualité et plan de formation.....	187
A1.4 Système de statistiques du tourisme / Compte Satellite du tourisme	189
A1.5 Étude technique préparatoire au classement des établissements touristiques d'hébergement	192
A1.6 Organisation de nouveaux circuits touristiques et Mise en œuvre d'un programme de desserte routière et de signalisation des sites touristiques	195
Annexe 2 : Fiches des projets à court terme.....	196
A2.1 Création d'une Agence d'Aménagement et de gestion des zones touristiques du Burundi.....	196
A2.2 Etude de faisabilité relative à la création d'un centre de conférences internationales à Bujumbura.....	197
A2.3 Amélioration du climat des affaires.....	198
A2.4 Mise en œuvre du plan de formation	199
A2.5 Système de Statistiques du Tourisme / Compte Satellite du Tourisme	199
A2.6 Adaptation des produits aux attentes touristiques	202
Annexe 3 : Fiches des projets à moyen terme.....	204
A3.1 Mise en œuvre d'une opération de captation d'investisseurs, menée conjointement avec L'API	204
A3.2 Réalisation d'une enquête à l'aéroport de Bujumbura.....	205

LISTE DE TABLEAUX

Tableau 1 :	Nature des aménagements à réaliser.....	13
Tableau 2 :	Plan d'actions.....	16
Tableau 3 :	Taux de croissance du PIB de 1993 à 2009.....	20
Tableau 4 :	Budget de l'ONT	43
Tableau 5 :	SWOT du cadre institutionnel du tourisme	47
Tableau 6 :	Arrivées des voyageurs internationaux par nationalité de 1996 à 2007.....	50
Tableau 7 :	Taux de croissance annuelle.....	51
Tableau 8 :	Mouvements (x 1000) des non résidents au Burundi à l'Aéroport de Bujumbura, Mai 2010.....	54
Tableau 9 :	Mai 2010, touristes par origine.....	55
Tableau 10 :	Mai 2010, motif de visite.....	56
Tableau 11 :	Durée de séjour.....	57
Tableau 12 :	Classe de durée de séjour des touristes non résidents, Mai 2010	57
Tableau 13 :	Durée moyenne en jours de séjour par motif, Mai 2010.....	58
Tableau 14 :	Estimation au 17 avril 2010 exprimée en \$US.....	72
Tableau 15 :	Chiffre d'affaires de la branche hébergement	73
Tableau 16 :	Emplois hôteliers.....	74
Tableau 17 :	Décomposition de revenus d'un voyage d'origine européenne à multiples destinations.....	75
Tableau 18 :	Estimation des retombées fiscales globales du secteur.....	78
Tableau 19 :	Chiffre d'affaires global du tourisme, 2009.....	79
Tableau 20 :	Éléments d'Analogie.....	80
Tableau 21 :	Les hôtels à Bujumbura.....	84
Tableau 22 :	Distribution des chambres par catégorie	85
Tableau 23 :	Vols internationaux à Bujumbura.....	89
Tableau 24 :	Hôtel employés, Bujumbura, mai 2010.....	99
Tableau 25 :	Ratio employés chambres.....	99
Tableau 26 :	Éducation et formation des personnels de l'hôtel	100
Tableau 27 :	Tourisme de loisirs international 2010 à 2020.....	118
Tableau 28 :	Prévisions d'arrivées de 2010 à 2020.....	118
Tableau 29 :	Prévisions de la demande d'hébergement 2010 à 2020.....	119
Tableau 30 :	Arrivées de touristes de 1995 à 2005.....	120
Tableau 31 :	Récapitulatif des avantages et inconvénients de chaque scénario.....	138
Tableau 32 :	Sommaire des marchés et des actions	149
Tableau 33 :	Résumé des programmes.....	175
Tableau 34 :	Plans d'actions.....	181

ABRÉVIATIONS ET SIGLES

API	Agence pour la Promotions des Investissements
BAD	Banque Africaine de Développement
BIF	Franc Burundais
BINUB	Bureau Intégrée des Nations Unis au Burundi
BNDE	Banque Nationale pour le Développement Économique
CA	Chiffre d'Affaires
CEPGL	Communauté Economique des Pays des Grands Lacs
CESTE	Centre d'Enseignement Secondaire Technique
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
COMESA	Marché Commun de l'Afrique Orientale et Australe
COSYBU	Confédération des Syndicats Libres du Burundi
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
CSB	Confédération des Syndicats du Burundi
CSLP	Cadre Stratégique de la Croissance et de Lutte contre la Pauvreté
CTAC	Commission Technique d'Agrément et du Classement
EAC	East African Community (Communauté des Pays de l'Afrique de l'Est)
FDT	Fonds de Développement Touristique
FOSIP	Fonds de Soutien à l'Investissement Privé
HTB	Chambre Sectorielle de l'Hôtellerie et du Tourisme du Burundi
ha	Hectare
IED	Investissement Etranger Direct
INECN	Institut National de l'Environnement et la Conservation de la Nature
ISTEEBU	l'Institut des Statistiques et des Etudes Economiques du Burundi
LPO	Ligue pour la Protection des Oiseaux
ONG	Organisation Non Gouvernemental
ONT	Office National du Tourisme
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONU	Organisation des Nations Unies
PII	Plateforme Inter Institutionnel
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
PAFE	Police de l'Air, des Frontières et des Étrangers
PIB	Produit Intérieur Brut
QUIBB	Questionnaire Unifié du Bien être de Base
RDC	République Démocratique du Congo
\$	Dollar américain
SETEMU	Services Techniques Municipaux
SNDDT	Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

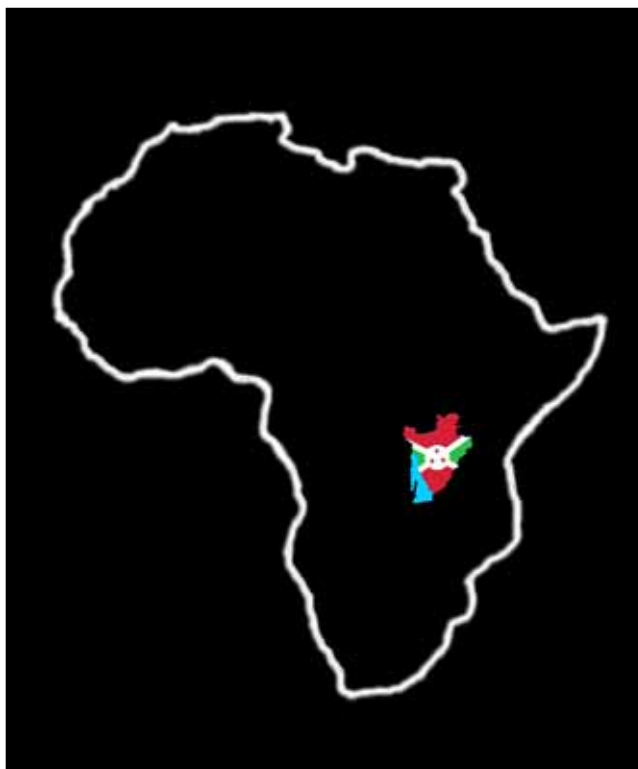
1. Introduction

Le secteur du tourisme est reconnu comme un levier essentiel pour la croissance socio-économique du pays et un secteur clé pour la consolidation de la paix au Burundi. Actuellement que la paix et la stabilité sont revenues peu à peu, le tourisme doit se remettre de la dévastation causée par plus d'une décennie de destruction qui l'a laissée moins performant par rapport aux pays voisins. Le gouvernement du Burundi a affirmé sa volonté d'ouvrir le Pays et assurer un développement durable du tourisme en tant qu'instrument efficace de la planification régionale et un moyen de renforcer le secteur privé. Le tourisme pourra contribuer à la réduction de la pauvreté et la consolidation de la paix à travers le développement et les possibilités d'emploi qui pourront être créés dans tout le pays.

L'objectif général est d'élaborer une stratégie nationale de développement durable du tourisme au Burundi pour une période de 10 ans et un programme d'actions prioritaires en vue de contribuer de manière significative à l'économie du pays et à la consolidation de la paix. L'élaboration de cette stratégie, financée par le PNUD, est le résultat d'un travail synergique entre le Ministère ayant le tourisme dans ses attributions, le PNUD et l'OMT qui ont impliqué une équipe d'experts nationaux et internationaux, selon les différentes composantes du Tourisme. Dès le début, le projet a privilégié la consultation des partenaires, leur participation et implication active à travers les consultations restreintes, les réunions des groupes thématiques, les ateliers de restitution des rapports thématiques, les réunions du comité technique de suivi et ainsi que celle du comité de pilotage conjoint.

Le plan directeur du tourisme pour le Burundi offre un cadre de développement pour la planification, l'aménagement, la promotion et la gestion du secteur du tourisme. Le document propose une stratégie solide et diversifiée, basée sur les potentialités, les ressources et opportunités existantes pour développer un tourisme nuancé avec celui des destinations concurrentes de la sous-région et du monde.

Le présent résumé comporte les principales conclusions et recommandations de l'étude, en plus de la prise en compte du développement économique, de la cohésion sociale et de la consolidation de la paix.



Les résultats attendus du projet sont :

- (i) une stratégie nationale de développement durable du tourisme pour une période de 10 ans avec un plan d'actions défini pour la mise en œuvre de la stratégie ;
- (ii) un avant-projet de loi cadre sur le tourisme et un cadre réglementaire pour un développement harmonieux du secteur;
- (iii) une identification de projets pilotes ;
- (iv) un matériel de communication promotionnelle sur le tourisme au Burundi.

2. Situation actuelle

2.1 Tourisme à la veille de l'élaboration de la SNDDT

L'industrie touristique est peu développée au Burundi alors qu'elle est florissante dans les pays voisins de la région, notamment le Kenya, la Tanzanie, l'Ouganda, et même le Rwanda dont l'entrée sur le marché touristique est récente. Le nombre de visiteurs est très faible et semble être composé essentiellement par des arrivées des voyageurs d'affaires régionaux, des travailleurs humanitaires internationaux et des ONG locales.

Les statistiques des arrivées de touristes sont incomplètes et nous avons dû les compter sur base des résultats d'échantillonnage et les estimations partielles existantes. On estime que près de 9% des arrivées de l'aéroport sont des touristes de loisirs, soit environ 5.000 personnes de 2009 à 2010, alors que le total des arrivées enregistrées en 2007 s'élève à 192 000 personnes. Le taux de croissance se situe autour de 3,5%.

2.2 Diagnostic du tourisme burundais

Après des années de troubles internes, le Burundi a une image touristique négative sur le marché. Aucune promotion efficace ne semble avoir été entreprise pour remédier à cette situation alors que la sécurité s'améliore et se stabilise sur l'étendue nationale. Les attractions touristiques sont nombreuses mais non aménagées pour la plupart. Très peu d'hébergements touristiques ont du caractère.

Des signes positifs montrent que l'industrie touristique du Burundi émerge d'une longue période de stagnation. Le Gouvernement est pleinement engagé dans le développement du secteur, en témoigne la présente étude et l'allocation budgétaire 2010 pour la réhabilitation des sites touristiques. On observe aussi un intérêt croissant du secteur privé à travers les nombreux investissements dans le secteur, comme la prolifération des hôtels à Bujumbura et des zones de loisirs le long de la rive du lac Tanganyika.

La SNDDT identifie le potentiel de développement considérable pour le tourisme au Burundi. Ce développement s'appuiera sur le développement social et économique, et jouera un rôle clé dans le renforcement du processus de consolidation de la paix.

2.2.1 Environnement légal et schéma organisationnel

L'environnement légal se caractérise par un cadre obsolète et partiellement appliqué avec un champ d'application incomplet et des dispositions dépassées. En l'absence d'une structure administrative publique appropriée pour veiller au respect des textes, ce sont surtout, les dispositions pécuniaires qui ont été appliquées.

Le code des investissements, récemment créé, prévoit des avantages de diverses sortes pour les investisseurs. Il instaure deux régimes ayant chacun des avantages propres : un régime général et un régime de zone franche. Le code fiscal est en cours de révision, pour mieux prendre en compte les desiderata de la corporation du tourisme et de l'hôtellerie.

2.2.2 Le Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme

Le Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme qui assure la tutelle du secteur touristique, comporte quatre secteurs dont trois sont dotés de structures stables comportant des directions générales, directions et services. Seul le secteur touristique attend la mise en place d'une structure administrative spécifique.

2.2.3 Office National du Tourisme

L'Office National du Tourisme a été créé en 1972 avec le statut d'établissement public à caractère administratif doté d'une personnalité juridique, d'une autonomie financière et d'un patrimoine. Il cumule les fonctions administratives et promotionnelles, parfois en concurrence avec le secteur privé. Ne disposant pas de moyens matériel, financier et humain suffisants, ni de services décentralisés, l'ONT ne répond pas aux besoins de développement du secteur. Un nouveau cadre de fonctionnement doit être défini et mis en place. Trois scénarios ont été proposés dans le document de stratégie :

- Le cadre institutionnel tel qu'il existe actuellement, est maintenu avec en apport la création de l'organe paritaire.
- la sortie de l'administration touristique hors des structures classiques du gouvernement avec un regroupement de toutes les structures dans une macrostructure.
- la mise en place d'une direction technique administrative chargée exclusivement des missions régaliennes de l'État dans le domaine du tourisme.

L'option à retenir est laissée à la prérogative du Gouvernement.

2.2.4 Statistiques et contrôle

Les statistiques existantes des arrivées, essentiellement non monétaires, sont incomplètes car elles traitent exclusivement de la nationalité des voyageurs, sans leurs motifs de visite, durée de séjour, et pays de résidence. Le même constat se retrouve au niveau des statistiques relatives aux fréquentations hôtelières. La description de l'offre se limite à une liste des hôtels du Burundi, sans l'utilisation d'une classification reconnue des standards internationaux.

Deux outils ont été introduits pour les statistiques et contrôle de la demande: la carte d'entrée/sortie aux frontières et le formulaire des arrivées/départs dans les établissements d'hébergement. Aussi un formulaire de recensement des établissements d'hébergement au Burundi a été initié et un répertoire hôtelier concernant essentiellement la ville de Bujumbura a été créé.

Un organe de suivi et d'évaluation des statistiques du tourisme a été proposé. Il serait composé d'un Conseil et d'un Comité Technique. Cette plateforme identifiera les besoins de ressources pour le lancement et la mise en place du Compte Satellite du Tourisme. La pérennisation et la crédibilisation des statistiques du tourisme ont nécessité la création d'un point focal pour les statistiques du tourisme au sein de l'Institut National des Statistiques du Burundi.

2.2.5 Ressources humaines

Le développement des ressources humaines dans le secteur du tourisme est très faible. Il y a peu ou pas de formation formelle, soit au niveau professionnel ou au niveau de gestion. La gamme d'ensembles de compétences est étroite avec des pénuries notamment dans des domaines clés. Le pays ne dispose pas

actuellement d'une école hôtelière ou d'une école de tourisme, bien qu'une formation de bas niveau soit assurée par une ONG dans les zones rurales. Pour faciliter et soutenir la croissance du tourisme au Burundi, il est essentiel qu'un système de formation professionnelle soit développé et mis en œuvre. Pour soutenir le développement du tourisme, il est clair qu'un hôtel moderne et une école de tourisme devraient être construits au Burundi et que le programme et les effectifs de cette école doivent être des plus hauts standards internationaux.

2.2.6 Artisanat

La culture du Burundi est particulièrement riche et comprend de nombreuses caractéristiques uniques. Des artisans du pays produisent une large gamme d'articles, y compris la menuiserie, poterie et vannerie. Ces produits, souvent consommés localement, manquent d'une finition de haut niveau. Afin de produire des biens attrayants pour les touristes, il sera nécessaire de renforcer les compétences, améliorer la conception, la présentation et la gamme de produits disponibles.

3. SWOT

Une analyse SWOT du secteur du tourisme Burundi a été entreprise. Les principales conclusions de cette évaluation sont définies comme suit:

3.1 Forces

Les principaux points forts identifiés pour le Burundi en tant que destination touristique sont les suivants :

- **Inconnu et exotique** : Le Burundi constitue une destination exotique et inconnue pour attirer les touristes dans les segments « aventure et écologie ».
- **Aéroport International** : Le Burundi dispose d'un aéroport international à Bujumbura qui offre des liaisons aériennes directes aux marchés potentiels. Un réseau routier relativement fort et un excellent réseau d'internet et de téléphonie mobile.
- **Une population** : Conviviale, hospitalière et vivant dans un environnement sain.
- **Un grand nombre d'attractions** à travers le pays et une nature variée, favorable au développement d'un tourisme de découverte ou thématique.
- **D'un point de vue écologique**, certaines espèces rares (oiseaux, primates, antilopes) sont faciles à exploiter et pourraient former une bonne carte de visite pour le Burundi afin d'attirer des touristes spécialistes.
- La réintégration du Burundi dans le EAC dont notamment le Kenya et la Tanzanie constituent un «Must See » au niveau interrégional.

3.2 Faiblesses

Il existe cependant un certain nombre de faiblesses dans l'offre touristique actuelle, ce qui devra être pris en compte dans le développement touristique. Les principales faiblesses sont les suivantes:

- **La mauvaise image internationale** est une préoccupation particulière et devra être surmontée et corrigée si le pays veut attirer un nombre important de visiteurs.
- **Faible capacité des ressources humaines.**
- **Procédures complexes** d'obtention de visa de visite
- **Mauvaises conditions d'enregistrement à l'entrée et sortie** dans le pays à l'aéroport de Bujumbura (la procédure de contrôle des passeports et des visas donne une très mauvaise 1^{ère} image à l'entrée puis dernière image à la sortie du pays).
- **Coût élevé du transport** aérien en particulier au départ de l'Europe.
- **Faible signalisation et interprétation** aussi bien à Bujumbura que dans les sites et les attractions touristiques.

- **Environnement dégradé**, suite à une déforestation massive et continue et forte pression agricole.
- **Mauvaise qualité des services** bancaires internationaux pour les touristes.
- **Faibles visibilité des sites touristiques en ligne** et manque général d'informations à jour sur la destination.
- **Manque de cadre légal** garantissant la survie future de 9 des 13 aires protégées et même les aires protégées disposant d'un statut légal sont aujourd'hui en cours de destruction et d'appropriation illégale (cfr Plaine de l'Imbo – secteur Palmeraie de la Réserve naturelle de la Rusizi).
- **Développement anarchique des infrastructures touristiques** à l'heure actuelle, risque de pollution du paysage et de détérioration du cadre général.
- **De manière générale** incompréhension du concept « tourisme »

3.3 Opportunités

Les opportunités identifiées sont les suivantes :

- Le développement du tourisme de niche est une opportunité importante pour le Burundi.
- Le lac Tanganyika est un atout touristique de valeur et représente l'une des plus grandes opportunités de développement touristique au Burundi.
- Les Parcs Nationaux de Ruvubu et Kibira ainsi que la réserve naturelle de la Rusizi.
- A Bujumbura, le Front de Lac représente une opportunité majeure de réaménagement et Bujumbura Plage une opportunité pour le tourisme « affaires-loisirs ».
- Le Burundi à une identité propre et riche et la diversité culturelle devrait être pleinement mise en valeur.
- Avec la création récente de la Communauté Est-Africaine (EAC), il existe maintenant d'importantes possibilités de coopérer au niveau régional sur la fourniture d'infrastructures, la législation, les ressources humaines et le marketing.

3.4 Menaces

Les menaces suivantes pour le développement du tourisme durable au Burundi ont été identifiées :

- **Risque de conflit renouvelé au niveau régional** qui aura une incidence sur l'image et la sécurité au Burundi, en particulier.
- **Manque de Planification** et mise en œuvre médiocre des schémas locaux d'aménagement en ce qui concerne le tourisme.
- **La Dégradation** : la dégradation continue de l'environnement fait peser une menace majeure pour le développement du Tourisme au Burundi.
- **Incompréhension (1)** – incompréhension de la relation entre aire protégée et attraction touristique : manque de cadre légal pour la défense des aires protégées susceptibles d'attirer des touristes (Ruvubu en particulier) et faiblesse du cadre légal pour empêcher les appropriations illégales de terres au sein des aires protégées légales (Kibira et Rusizi notamment).
- **Faiblesse (2)** – faiblesse des autorités compétentes pour mettre en œuvre les cadres de lois et faire respecter les aires protégées.
- **Absence** – Absence d'une agence indépendante, compétente, et progressive dans la réalisation et le suivi des études d'impact sur l'environnement. Cette carence risque de laisser place à un développement anarchique d'infrastructures de tourisme qui pourraient être à la fois néfastes à l'environnement, au cadre paysager et au tourisme (risque de pollutions physiques, sonores et visuelles sur l'environnement, risques de mauvaise intégration esthétique, sociale et visuelle).

4. Orientations et objectifs stratégiques

4.1 Enoncé de vision

Notre vision pour le Burundi est pragmatique, réaliste et progressive, il s'agit de :

- Renforcer et développer le tourisme intérieur à court terme
- Identifier et exploiter des niches du marché à moyen terme et la position du Burundi en tant que destination.
- Développer la coopération régionale dans le long terme et le marché Burundi comme une terre de lacs et de montagnes

Le tourisme international au Burundi répond aux segments de marché de niche. À l'exception des plages urbaines de Bujumbura, il est peu probable que les zones génèrent la demande touristique de masse. Dans de nombreuses régions du Burundi, l'environnement est très fragile et il sera nécessaire d'imposer des conditions strictes sur l'évolution du tourisme. Ceci peut inclure l'identification et l'application des capacités de charge.

4.2 En ce qui concerne le potentiel

Les zones particulièrement importantes ont été définies comme suit :

- L'Aire Protégée de la Kibira : paysages exceptionnels, richesse de la flore située à proximité de Bujumbura, on remarque une absence de signalétique de structures d'accueil et d'hébergement.
- Les lacs transfrontaliers : superbes paysages mais l'observation de l'avifaune est en régression et avec une pollution des berges.
- L'Aire Protégée de la Ruvubu : superbes paysages, variété de la flore mais il y a une pression agricole, un manque de signalétique et d'hébergement. Suite au manque de cadre légal, cette aire protégée peut disparaître n'importe quand, surtout du fait de la présence de Nickel intrusif dans ce secteur.
- La réserve naturelle de la Rusizi : un intérêt touristique indéniable. Les abords mériteraient davantage de soins paysagés, l'organisation d'un accueil des touristes serait à aménager dans l'un des bâtiments existant avec un plan de la réserve protégée, des dépliants touristiques, etc. L'aménagement de deux observatoires mobiles est en cours de réalisation par la Région Pays de la Loire et Partenaires.
- Le massif du Nyakazu – Nkoma : paysages très riches mais accès médiocre et manque d'hébergement.
- Le pôle historique de Gitega : très fort potentiel architectural mais exploitation non rationnelle.
- Le Littoral du lac Tanganyika : beauté des paysages mais linéaire réduit et manque de schéma d'aménagement.
- La croisière sur le lac : un potentiel énorme avec le MV Liemba mais absence de structure d'accueil.

4.3 Produits du tourisme

Après avoir évalué les ressources touristiques existantes et potentielles du Burundi, un certain nombre de segments clés du tourisme ont été identifiés. Ce sont :

- écotourisme de nature et découverte – des aires protégées ;
- tourisme balnéaire – lac Tanganyika et Bujumbura Plage ;
- tourisme de croisière – lac Tanganyika ;
- tourisme de niche incluant, randonnées, la pêche sportive, la plongée, et les sports aquatiques - des aires protégées, massif du Nyakazu – Nkoma et lac Tanganyika, vision d'espèces animales rares ;
- tourisme de congrès ou le tourisme d'affaire à développer à Bujumbura.

Des projets pilotes pour le développement du tourisme ont été identifiés et conçus pour Ruvubu, Muramvya et Gitega. Ce sont des projets viables qui illustrent de bonnes pratiques et peuvent servir de phares pour le développement futur.

4.4 Quels marchés ?

Pour chacun des segments, des marchés cibles ont été identifiés. Ce sont:

- tourisme de nature et découverte – les marchés de la Belgique, RFA, France, Afrique du Sud et le marché interne ;
- tourisme balnéaire – marché local et marché sous régional ;
- tourisme de croisière – local, sous régional et européen ;
- tourisme de niche incluant les randonnées, la pêche sportive, la plongée, et sports aquatiques - des aires protégées, massif du Nyakazu – groupes d'intérêts spéciaux de niche sans distinction d'origine ;
- tourisme de congrès - local et sous régional.

4.5 Objectifs quantitatifs et qualitatifs

En ce qui concerne le nombre de touristes de loisir internationaux à l'horizon 2020, l'objectif a été estimé à 20.000, ce qui se traduirait par une offre complémentaire de 260 chambres environ, soit : un hôtel affaires / loisirs de 80 chambres à Bujumbura situé dans la zone balnéaire, 2 établissements de 40 chambres chacun situés sur le littoral du lac Tanganyika et 7 établissements de 15 chambres chacun, dans les collines.

Le tableau ci-après précise la nature des aménagements à réaliser, des propositions d'hébergement et leur localisation :

Tableau 1 : Nature des aménagements à réaliser

Pôles touristiques	Vocation	Aménagement	Hébergement
Bujumbura Front de Lac	Secteur ludique de Bujumbura	Création d'un Front de lac, Musée vivant : zoo, jardin botanique et aquarium. Création d'un embarcadère	-
Aire protégée de la Kibira	Randonnées, Nature et découverte	Signalétique et structures d'accueil 5 à 6 chemins de randonnées	1 lodge 24 couchages 3 à 4 refuges de montagne
Lacs transfrontaliers	Nature et découverte	Embarcadère, cases sanitaires	1 ou 2 lodges type lacustre
Aire protégée de la Ruvubu	Nature et découverte, randonnées	Signalétique, structures d'accueil	1 lodge
Monuments naturels du Nyakazu-Nkoma	Nature et découverte, randonnées	Aménagements de la Faille des Allemands, Chutes de la Karera, création de chemins de randonnées	1 lodge 20 couchages
Pôle historique de Gitega	Tourisme culturel et de découverte	Aménagement de la Boma, de la place et de la Maison de la jeunesse	-
Littoral du Lac :	Balnéaire, sports nautiques, croisière	Aménagements de plages, centres sportifs marins	80 chambres à Bujumbura plage et 80 chambres à Resha ou Nyanza Lac

5. Programme d'actions prioritaires

5.1 Produit

Dans un premier temps, on développera l'offre de Bujumbura. Dans un deuxième temps, on s'attachera à développer le tourisme balnéaire sur le lac, on initiera un tourisme de congrès à l'attention de la sous-région et mettra en marché un produit spécifique Burundi à l'attention des marchés européens considérés comme prioritaires.

Il est également d'une importance particulière que le site web du tourisme soit conçu et mis en œuvre dès que possible afin de mettre le Burundi à l'attention de groupes d'intérêts spéciaux de niche.

5.2 Projets pilotes

Il est recommandé que des projets pilotes pour une mise en valeur du Parc National de la Ruvubu et du site historique de Gishora soient développés dans un premier temps.

5.3 Aménagement des zones côtières du lac Tanganyika

Les zones côtières du lac Tanganyika ainsi que le lac lui-même sont une ressource clé pour le tourisme. Cette zone est sous la pression d'un développement considérable et fait face à un certain nombre de défis. Il est recommandé qu'une étude de développement touristique des régions côtières du lac Tanganyika soit lancée dès que possible. Cette étude, qui devrait inclure tous les groupes d'intérêt, devrait également examiner la coopération touristique régionale axée sur le lac. Elle devra aussi recommander les études d'impact environnementales à conduire pour ce type de développement. Cette étude devra en outre proposer des solutions visant à mettre fin à l'exploitation anarchique du littoral du lac observée ces derniers temps.

5.4 Ressources humaines

La formulation de propositions de développement des ressources humaines ne constitue pas l'élément de la présente étude. Il est clair cependant que la fourniture de main-d'œuvre qualifiée suffisante est un élément clé dans le développement du tourisme. Il est recommandé qu'une étude sur l'identification des besoins de main-d'œuvre et de formation pour le secteur du tourisme au Burundi soit initiée dès que possible. Cette étude devrait également examiner la possibilité de la coopération régionale pour la formation en tourisme.

Un élément clé, faisant partie intégrante de l'étude proposée, devrait être la préparation des propositions détaillées pour la création d'une école hôtelière au Burundi, à Bujumbura le plus probable. Cette étude devra identifier les besoins en personnel, la formation des structures de cours et des nombres des étudiants.

5.5 Environnement légal et schéma organisationnel

Afin d'asseoir l'activité touristique sur un cadre légal exhaustif, une loi cadre a été proposée¹. Cet avant-projet de loi est structuré comme suit : dispositions générales, types d'établissements de tourisme, aménagements et classements des établissements d'hébergement et de restauration et finalement les modalités d'exploitation des activités touristiques. Par ailleurs 3 projets de décrets sont proposés. Ils concernent: la construction des établissements de tourisme ; les activités d'agents de voyages, tour opérateurs, loueurs de véhicules et le métier des guides touristiques. Enfin, 2 organes transversaux suggérés; une Commission Nationale du Tourisme et un Comité Technique d'Agrément et de Classement.

1 SNDDT Tome 2

5.6 Environnement des affaires

Deux impératifs généraux ont été mis en exergue : garantir la sécurité de l'investissement et minimiser les procédures administratives. Afin de renforcer la compétitivité du Burundi, pour le secteur tourisme et hôtelier notamment, les mesures suivantes pourraient être proposées : Exonération totale des impôts sur les bénéfices durant les 5 premières années et exonération dégressive les 4 années suivantes :

Afin de protéger la vocation touristique des différentes zones, il convient de définir les zones à vocation touristique dans le cadre général de l'aménagement du territoire ; d'assurer la protection juridique des zones touristiques délimitées par les schémas d'aménagement. Il serait opportun de créer une Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques au Burundi, tel que proposé par l'OMT dans le document de projet pour l'aménagement du Littoral du lac Tanganyika. Cette agence aurait pour mission de viabiliser les zones, procéder à leur cession, faire respecter les normes architecturales et environnementales.

5.7 Marketing, stimulation de demande

Les actions sur les marchés cibles doivent suivre les principes suivants : la commercialisation devrait utiliser pleinement l'internet pour cibler des segments clés et les opérateurs. Dans la mesure du possible, des actions devraient être engagées en partenariat.

Elles doivent être différenciées selon :

- marché local et sous régional : développer les produits et mener des actions spécifiques d'information.
- marchés cibles européens : actions de partenariat avec les Tours Opérateurs confortées par des actions de lobbying diplomatique et des actions d'accompagnement centrées sur l'image.

Il est indispensable que le secteur touristique soit doté de moyens financiers nécessaires pour son développement. Il est recommandé qu'un Fonds de Développement du Tourisme soit établi. Un mécanisme de financement de ce fonds fera objet d'échange entre le Gouvernement et les acteurs du secteur privé.

5.8 Statistiques et contrôle

Il est essentiel de recueillir systématiquement des renseignements sur l'arrivée des visiteurs. Il est également nécessaire de compiler et d'actualiser les informations des hôtels.

Aussi, il est essentiel de mettre en place un système de classification hôtelière afin de s'assurer que le service et le logement répondent aux normes internationales acceptables. Un tel système de classification peut également être élargi pour inclure les restaurants et bars, et fournir des orientations claires pour les opérateurs et les touristes.

5.9 Plan d'actions

Ce plan d'actions constitue la suite logique de l'identification des lacunes et les moyens de palier les insuffisances. Ces actions ont été classées en fonction de leur urgence (immédiate, court terme, moyen terme) et en fonction de leur champs d'application (structuration de l'offre, stimulation de la demande, statistiques et contrôle). Ces actions sont synthétisées dans le tableau suivant :

Tableau 2 : Plan d'actions

	ACTIONS IMMEDIATES 2010-2011	ACTIONS A Court Terme 2012-2013	ACTIONS A Moyen Terme 2014-2015
STRUCTURATION DE L'OFFRE	1 : Foncier	1 : Foncier	1 : Foncier
	La détermination des zones à vocation touristique et réappropriation éventuelle	Création d'une Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques	
	2 : Aménagement	2 : Aménagement	2 : Aménagement
	Réalisation des projets pilotes		
	Réalisation du schéma d'aménagement du littoral		
	Initier un dialogue avec les Autorités en charge de l'aménagement		
	3 : Infrastructures	3 : Infrastructures	3 : Infrastructures
	Réalisation des aménagements relatifs au circuit de base + AP Kibira	Réalisation des aménagements Lacs transfrontaliers	Autres infrastructures
	4 : Amélioration du climat des affaires	4 : Amélioration du climat des affaires	4 : Captation des investisseurs
	Premières négociations avec API	Mise en œuvre des incentives complémentaires	Organiser avec API une action concrète de recherche d'investisseurs
	Premières négociations avec le secteur bancaire et les bailleurs de fonds	Mise en place des fonds de garantie et de bonification	
	5 : Structuration qualitative de l'offre	5 : Structuration qualitative de l'offre	5 : Structuration qualitative de l'offre
	Réalisation d'un diagnostic qualité et proposition d'un plan de formation	Mise en œuvre du Plan de formation	Mise en œuvre du Plan de formation
6 : L'Artisanat	6 : L'Artisanat	6 : L'Artisanat	
STRUCTURATION DE LA DEMANDE	Regroupement de l'offre	Adaptation des produits touristiques	
	1 : Action sur un marché ciblé	1 : Action sur un marché ciblé	
	Identification du marché-cible	Suivi de l'action	
	Création du site web		
	Mise en œuvre de l'action		
2 : Financement des actions	2 : Financement des actions		
STRUCTURATION DE LA DEMANDE	Négociations préalables à la création du Fonds de Développement Touristique	Mise en place du FDT et collecte des fonds	
	1 : Statistiques	1 : Statistiques	1 : Statistiques
	Pérennisation de l'action avec ISTEEDU	Réalisation des travaux préparatoires au CST	Réalisation d'une enquête à l'aéroport de Bujumbura
	Activation de la PII	2 : Contrôle	2 : Contrôle
	2 : Contrôle	Activation du CTAC	Activation du CTAC
	Création du CTAC		

Malheureusement, la crise socio-politique de 1993, la plus grave de son histoire, a conduit le pays dans une guerre civile qui a eu des effets désastreux sur la société burundaise et sur son économie et a ébranlé tous les efforts de développement socio-économique. Avec la consolidation progressive du processus de Paix depuis les Accords d'Arusha d'août 2000 et surtout après la mise en place d'institutions démocratiquement élues et d'un gouvernement légitime en 2005, le pays a commencé de sortir de la crise socio-politique qui a engendré des pertes en vies humaines, des déplacements de populations et d'importantes destructions des infrastructures économiques et sociales. L'année 2010 marque l'achèvement, avec succès, d'un premier mandat présidentiel et un processus complet en 5 parties qui a été supervisé par un crédible burundais dirigée par la Commission Electorale Nationale Indépendante.

En Septembre 2006, le Gouvernement a mis en place le premier Cadre Stratégique de croissance et de Lutte contre la Pauvreté (CSLP) qui doit s'achever en 2010. CSLP II, qui sera finalisé en 2011, mettra l'accent sur la croissance économique et la création d'emplois.

Ce CSLP courant était consacré :

- à l'amélioration de la bonne gouvernance.
- la promotion d'une croissance économique durable et équitable.
- le développement du capital humain.
- la lutte contre le VIH.

Le secteur du tourisme est reconnu par le Gouvernement du Burundi comme étant un élément clé dans le développement économique et social du pays. La SNDDT corrobore l'importance du tourisme comme moteur économique et social du pays et instrument de consolidation de la paix. L'objectif de la SNDDT est d'élaborer une vision de développement durable du tourisme pour le Burundi avec un programme d'actions prioritaires en vue de contribuer de manière significative à l'économie du pays.



1

PRÉSENTATION DU BURUNDI

1.1 Situation géographique et population

Le Burundi est un petit pays d'une superficie de 27 834 km² situé en Afrique centrale, qui, en 2007, a adhéré à la Communauté Est Africaine. Avec une population estimée dans le recensement général de la population et de l'habitat de 2008 à 8,053,574 habitants sur 25 949 km² de terre émergée, il fait partie des pays africains les plus densément peuplés avec une moyenne de 310 habitants par km².

Selon les résultats dudit recensement, la population du Burundi est essentiellement rurale (89,9%) puisque seulement une personne sur dix vit en milieu urbain (10,1%). Elle est également très jeune avec un âge moyen de 21,3 ans et la moitié de la population est âgée de moins de 17 ans. La population active ou en âge de travailler représente 67,2% et son niveau d'instruction reste peu élevé avec 63% n'ayant aucun niveau, 28,6% ont un niveau primaire, 4% pour le secondaire (1er et 2è cycle), le cycle supérieur ne compte que 0,7% des actifs.



Source : IGN

La République du Burundi a obtenu son indépendance de la Belgique en 1962. Le pays a un système juridique fondé sur les codes allemands et belges ainsi que le droit traditionnel. Le chef de l'Etat et chef du Gouvernement est le président qui nomme le Conseil des ministres. Le pouvoir législatif du Burundi est bicaméral et se compose d'une Assemblée Nationale et d'un Sénat. Les deux organismes servent pour un mandat de cinq ans. Le Burundi est divisé en 17 provinces, chacune nommée d'après leur capital respectif. Les provinces du Burundi sont subdivisées en 129 communes et les communes sont subdivisées en collines.

Burundi, l'un des pays les plus pauvres du monde, vient de traverser une longue crise qui a duré de 1993 jusqu'à l'accord de 2005, qui a produit un impact désastreux sur tous les secteurs socio-économiques du pays, se traduisant par: la paupérisation accrue de la population, la déperdition des fondements sociaux et culturels, la destruction des infrastructures sociales et économiques, l'affaiblissement de l'administration et de l'ensemble du système de gouvernance du pays. Entre 1990 et 2006, cette crise a fait passer l'incidence de la pauvreté de 36.4%² à 66.9%³, occasionné une baisse cumulée de la production d'environ 30% sur la même période, et fait régresser le revenu par tête de \$214 en 1990 à \$83 en 2004⁴.

Tableau 3: Taux de croissance du PIB de 1993 à 2009

MOYENNE ANNUELLE 1993-2000	MOYENNE ANNUELLE 2000-2005	2005	2006	2007	2008	2009
-3,3	2,2	0,9	5,1	3,6	4,5	3,4

Source: Ministère du Plan et du Développement Communal

2 Banque Mondiale

3 Burundi Poverty Reduction Strategy Paper, Report 1, Mars 2009

4 ISTEERU database, 2005.

L'insécurité alimentaire touche 80% de la population. Le taux de pauvreté dans les zones rurales serait deux fois plus élevé que dans les zones urbaines d'après l'enquête QUIBB⁵ de 2006. Les différences régionales sont particulièrement marquées, avec des taux allant de 28,7% à Bujumbura, à 82,3% dans la province de Kirundo.

Selon la Banque Africaine de Développement, 81% de la population vivaient en dessous du seuil de pauvreté international de \$1 par jour en 2006, contre 55% en 1998, ce qui veut dire que le nombre de personnes vivant dans la pauvreté est passé de 3,5 millions en 1998 à 6,1 millions en 2006. Les indicateurs ci-après, permettent de se faire une idée de la qualité de vie au Burundi et des immenses défis à relever :

- Espérance de vie : 49,6 ans (moyenne des pays en développement : 65,4 ans)
- Mortalité infantile : 168^e pour 1000 (81 pour 100 dans les pays en développement)
- Analphabétisme des adultes : 44% (27% dans les pays en développement)
- Calories par jour par habitant : 1 682 (contre 2 675 pour les pays en développement).

Le Burundi présente aujourd'hui les caractéristiques d'une nation pauvre, à en juger par la faiblesse du revenu national et le niveau de développement humain du pays. L'indice du développement humain du PNUD pour 2007/2008 classe en effet le Burundi au 167^e rang sur 177 pays.

1.2 Structures économiques

1.2.1 Contexte macro économique

Dans les années 70 et 80, la croissance économique progressait au taux d'environ 3,5 % par an en valeur réelle, mais le début de la guerre civile en 1992, et la période de faible conjoncture qui a suivi et qui s'est prolongée jusqu'en 2005 ont profondément bouleversé la structure de l'offre et de la demande au sein de l'économie burundaise.

Observée depuis 2006, la tendance à la baisse du taux de croissance du PIB se confirme en 2008. Le taux de croissance du PIB est de 4.5%. Il devrait baisser encore en 2009 avec un taux de 3.4% et se stabiliser en 2010 autour de 3.9%⁷. Largement exposée aux chocs externes, l'économie burundaise est très vulnérable. La performance économique du pays est très dépendante du secteur du café.

L'inflation s'est accélérée pour atteindre 24,5 % à la fin de 2008, en raison de la hausse des prix des produits alimentaires et du pétrole sur les marchés internationaux. Le taux de chômage représente un phénomène essentiellement urbain, avec un taux de chômage de 4.5 %, tandis qu'il est estimé à 2.1 % en milieu rural. Alors que l'enquête QUIBB 2006 évalue le chômage dans la ville de Bujumbura à 5.5 %, le rapport 2007 de la Confédération des Syndicats libres du Burundi (CSB) et de la Confédération des Syndicats du Burundi (COSYBU) l'estime à 19.5 %. Le marché du travail se caractérise par une prédominance du secteur informel, découlant naturellement du poids de ce secteur dans l'économie nationale.

L'accession au point d'achèvement de l'Initiative en faveur des Pays Pauvres Très Endettés (PPTE) marque une étape décisive. Les ressources dégagées grâce à l'allègement de la dette devraient faciliter la mise en œuvre de la stratégie de développement « pro-pauvre ». Le gouvernement devrait ainsi intensifier les réformes structurales nécessaires au développement du pays : la relance des investissements dans les infrastructures de développement car cela constitue aujourd'hui un obstacle majeur aux activités de production et commerce, la poursuite des efforts de réformes juridiques et institutionnelles de l'environnement des affaires et la relance du processus de privatisation.

5 QUIBB : Questionnaire Unifié du Bien être de Base, Banque Mondiale 2006

6 OMD : Rapport Burundi 2010

7 IMF World Outlook Avril 2010

1.2.2 L'économie burundaise

L'économie burundaise est dominée par le secteur primaire composé essentiellement par l'agriculture qui contribue pour environ la moitié du Produit Intérieur Brut (44.9% en 2006⁸), apporte près de 80% des exportations et occupe près de 90% de la population active. La production du secteur primaire est dominée par l'agriculture vivrière. Le secteur secondaire qui ne représentait que près de 15,5% du PIB en 2008 est caractérisé par un tissu industriel très faible qui a été durement frappé par la crise. Les produits industriels sont très peu compétitifs en raison, d'une part, des coûts élevés des matières premières, des coûts de transports et à l'enclavement du pays et, d'autre part, d'une politique fiscale peu favorable. Le secteur tertiaire, bien qu'en progression, n'occupe qu'environ un tiers du PIB (34% en 2008), et est dominé par les services publics.

Le dernier rapport sur les Comptes de la Nation produit en Juillet 2010 par l'Institut des Statistiques et d'Etudes Economiques (ISTEEBU), et qui porte sur l'année 2006, souligne que le secteur informel représente à lui seul 72,8% de l'économie globale, et 98% de l'emploi total au Burundi. Le primaire concentre 92% de la population active occupée, dont 99% informel; le secondaire 2% dont 83,4% informel, et le tertiaire 6% dont 70,6% informel. Le chômage est quasi inexistant dans le milieu rural à cause de l'absence du marché du travail ou d'opportunités, ce qui fait que les gens se réfugient dans l'agriculture. Malheureusement, le poids démographique et la pression exercée sur la terre constituent une des principales sources de conflits sociaux et de criminalité et plus de 90% des litiges dans les tribunaux au Burundi sont relatifs aux conflits fonciers.

L'économie burundaise est caractérisée non seulement par des faiblesses conjoncturelles, mais également structurelles au premier rang parmi lesquelles figurent: l'insuffisance des infrastructures d'appui à la production, l'enclavement du pays, la faible diversification de l'économie et sa non compétitivité, ainsi qu'une forte croissance démographique. Le Burundi est particulièrement conscient de sa situation démographique explosive qui, si rien n'est fait dans le moyen et le long terme portera un coup de frein sérieux au processus de développement socioéconomique et à l'atteinte des objectifs de la Vision Burundi 2025. La maîtrise de la démographie devient incontournable et constitue un défi majeur pour un pays où 90% de la population vivent de la terre.

D'autre part, le pays fait face à des déséquilibres macroéconomiques importants au niveau de la balance des paiements, des finances publiques. La Balance commerciale est structurellement déficitaire et à titre indicatif, en 2008 et 2009, les exportations n'ont représenté que respectivement 17.3% et 15,9% des importations. Le Budget National est financé à plus de 50% par l'aide extérieure. D'autre part, l'environnement des affaires est particulièrement défavorable au Burundi, comme le témoigne son classement dans l'indice de la Banque Mondiale 'Doing Business 2010' qui le situe 176^{ème} sur 183 pays. L'Indice de Perception de la Corruption (CIP) de Transparency International montre également que la situation du Burundi s'est dégradée au cours des dernières années, passant, en 2005, du rang 130/158 pays au rang 158/180, avec un score de 1,9 sur 10 en 2008⁹.

Après plus d'une décennie de guerre civile, des institutions démocratiques ont été instaurées en 2005 et le pays vient d'achever avec succès, entre Juin et Septembre 2010 un nouveau processus électoral pour renouveler lesdites institutions. Le principal résultat des efforts de stabilisation, de sécurisation du pays et de relance de l'économie a été la mise en place du premier Cadre Stratégique de Croissance et de Lutte contre la Pauvreté (CSLP) et son Plan d'Action pour la période 2007-2010.

Le nouveau défi et la vision d'avenir, comme stipulé dans les conclusions de la réunion du Groupe Consultatif tenue à Paris en Octobre 2009 et la vision Burundi 2025 adoptée en Avril 2010 par le Gouvernement est de

8 BINUB

9 Transparency International, Baromètre (IPC, classe les pays sur une échelle de 0 (haut degré de corruption perçue) à 10 (faible degré de corruption perçue). Voir pour les détails www.transparency.org

promouvoir une croissance économique accélérée en assurant la transition d'une économie post-conflit vers une économie de développement. Le Cadre Stratégique de Croissance et de Lutte contre la Pauvreté (CSLP) de deuxième génération dont les travaux préparatoires commencent avant la fin de l'année 2010 et qui sera mis en œuvre à partir de l'année 2011 devrait être orienté dans ce sens.

Parmi les principales sources de croissances et de diversification de l'Économie burundaise identifiées au niveau de la Vision Burundi 2025, le tourisme occupe une place de choix. Cette dernière stipule qu'une politique de développement du tourisme sera élaborée et aura pour objectif de mettre à jours les infrastructures touristiques et les modalités pratiques de son organisation matérielle.

La promotion du tourisme visera les complémentarités avec les pays voisins, en mettant en avant les spécificités propres du Burundi par rapport à l'offre que proposent les pays voisins. La Vision Burundi 2025 ambitionne de porter à l'horizon 2025 le secteur des services jusqu'à 55% du PIB contre environ 34% aujourd'hui, avec un revenu par tête d'habitant s'élevant à \$720 contre mois de \$140 aujourd'hui. Pour atteindre cet objectif, la vision 2025 ambitionne de porter le taux de la croissance à 10% à l'horizon 2025, un niveau de croissance qui ne saurait se faire sans l'éclosion d'un secteur privé dynamique œuvrant comme moteur de l'économie et de diversification des opportunités d'emplois et de revenus, et à la base sans que les problèmes de l'environnement des affaires ne soient réglés.

En outre, d'autres difficultés d'ordres structurel et fonctionnel subsistent : des écarts de taux d'intérêt importants, des taux d'épargne peu incitatifs, un volume largement insuffisant de capitaux à long terme, des régimes de retraite presque non réglementés.

Le rapport de la CNUCED sur la politique d'investissement du Burundi constate que le pays a un potentiel touristique inexploité que le Gouvernement souhaite mettre en valeur au centre de la stratégie de développement du pays. L'expérience d'autres pays post-conflit montre que le développement du tourisme, notamment au travers de l'IED, peut contribuer à redresser la situation économique du pays et donc l'appuyer dans l'instauration d'une paix durable. 'Mettant de l'avant ses avantages comparatifs, le Burundi devrait essayer de s'intégrer dans les circuits touristiques d'Afrique de l'Est. Dans ce domaine, il sera néanmoins important de bien dissocier les rôles de l'API et de l'Office National de Tourisme.'¹⁰

1.2.3 Cadre des investissements

Après de nombreuses années marquées par un faible niveau d'investissement, une reprise sensible a été constatée depuis quelques temps. Le principal moteur a été la forte hausse de l'investissement public depuis que les donateurs ont commencé à mettre en œuvre le projet de financement de la réhabilitation des infrastructures du Burundi et des services connexes (environ \$50 millions par an dans la première moitié de la décennie). L'investissement public est passé à près de 16% du PIB

Le rapport de la CNUCED sur la politique d'investissement du Burundi constate que le défi du Burundi pour attirer des flux conséquents d'IED est considérable. Le pays est toutefois engagé sur une voie prometteuse pour développer des conditions propices à l'attraction d'IED et à leur apport dans le processus de reconstruction et de croissance économique. Le travail de promotion et de facilitation des investissements demandera des efforts continus et cohérents de la part du Gouvernement, coordonnés au niveau national et appuyés par un soutien actif et durable de la communauté internationale.

Le code des investissements 1987 du Burundi a été révisé en Aout 2008, le but final étant de l'aligner sur le code des investissements type de l'EAC. Afin de renforcer la compétitivité du pays et dans le droit fil

10 Examen de la politique d'investissement Burundi, CNUCED, Genève 2010

du nouveau code des investissements, il a été créé un Bureau de promotion des investissements et des exportations, ce qui est un pas dans la bonne direction. Quant au secteur financier en général, il reste encore étroit et est caractérisé par un secteur bancaire quelque peu oligopolistique.

L'Agence de Promotion des Investissements (API) trouve son origine par Décret Présidentiel n°100 / 177 du 19 Octobre 2009 portant Création et Organisation de l'Agence de Promotion des Investissements. Son objet principal est d'assister le Gouvernement du Burundi dans la conception et la mise en œuvre de la politique définie dans les domaines de la promotion de l'investissement et des exportations. Dans sa définition, l'Agence est dotée d'une personnalité juridique et d'un patrimoine propre. Elle jouit d'une autonomie organique et financière. L'API est l'organe national chargé du développement et de la promotion des investissements au Burundi.

L'Agence a pour mission générale de promouvoir l'investissement et l'exportation, et notamment de :

- Informer les investisseurs sur tout ce qui touche à la promotion de l'investissement et de l'exportation ;
- Assister et appuyer les investisseurs en général et les exportateurs en particulier notamment dans l'obtention des documents et/ou l'accomplissement des formalités exigées par la loi ;
- Concevoir les réformes nécessaires à l'amélioration du climat des affaires ;
- Interpeller les administrations sur les cas de non application ou de mauvaise application de toute loi ou réglementation en rapport avec la promotion des investissements et des exportations.

En plus d'améliorer la qualité et la diffusion d'informations nécessaires aux investisseurs, l'Agence est invitée à exploiter le fort potentiel de développement de secteurs tels que celui des services, du tourisme, des mines et de l'agriculture. L'API exerce les missions spécifiques suivantes :

- S'assurer de la bonne application effective des dispositions du Code des Investissements, ainsi que des dispositions fiscales et douanières en faveur des investisseurs remplissant les conditions légales ;
- Sans préjudice des articles 14 et 15 de la loi n°1/24 du 10 septembre 2008 portant sur le Code des Investissements du Burundi, se prononcer sur l'éligibilité des projets de création ou d'extension d'entreprises aux régimes prévus ;
- Analyser les besoins des entreprises dans le cadre de leurs relations avec les autorités concernées, les modifications appropriées dans la réglementation de l'appareil administratif afin d'instaurer un climat favorable au développement de l'entreprise ;
- Sensibiliser et suggérer au Gouvernement les réformes légales et institutionnelles à entreprendre en vue de favoriser l'implantation ou le développement de nouvelles entreprises, et d'améliorer l'environnement des affaires au Burundi ;
- Contribuer à faciliter l'établissement des entreprises industrielles, commerciales et de services, dans le cadre du plan de développement économique et social du Gouvernement ;
- Faciliter la production orientée vers les exportations ;
- Veiller à ce que toutes les entreprises fassent une étude d'impact environnemental avant leur implantation ;
- Veiller à ce que les entreprises respectent les schémas d'aménagement du territoire avant leur implantation ;
- Contribuer à l'organisation des foires et autres manifestations susceptibles de promouvoir les investissements au Burundi.

En conclusion: le problème majeur de la vie des affaires au Burundi est l'application cohérente de la primauté du droit. Avec la création de l'API, le cadre juridique des entreprises doit être modifié pour assurer une telle cohérence.

1.3 Le contexte touristique burundais

En comparaison à ses voisins, le Kenya et la Tanzanie, et même le Rwanda, le secteur du tourisme au Burundi reste très peu développé. Le nombre de visiteurs est très faible et les données statistiques sont également faibles et incomplètes. Il est estimé que le pays a reçu 192.000 visiteurs en 2007 et que le taux de croissance actuel dans la région est de 3,5%.

Des échantillons partiels ont été réalisés au cours de cette étude et utilisés pour construire une compréhension plus complète des arrivées de visiteurs et leurs profils. Il est estimé que seulement 9% des arrivées internationales à l'Aéroport International de Bujumbura concernent les touristes de loisirs, c'est-à-dire environ 5.000 personnes pour la période de 2009 à 2010.

1.4 Les atouts touristiques

Les réponses exprimées dans ce chapitre ne revêtent aucun caractère de priorité ou de hiérarchisation. Il s'agit tout simplement de couvrir le territoire dans ses principaux aspects.

1.4.1 Bujumbura



a. Bujumbura Front de Lac

Le secteur riverain de Bujumbura était autrefois le centre ludique de la ville. Cette zone très vivante hébergeait de nombreux restaurants et le Cercle Nautique. La zone est maintenant quelque peu délabrée et a malheureusement acquis la réputation d'être peu sécurisée. De nombreuses installations sont encore existantes sur le front de lac, y compris des restaurants très fréquentés. Il est également signalé que les familles d'hippopotames peuvent être vues dans cette zone. La baisse globale de cette zone côtière exige un programme d'intervention pour rétablir son rôle initial.

Le site, illustré ci-dessous, s'étend sur 1200 mètres le long de la rive du Lac Tanganyika à partir de la Zone Portuaire vers le site du Cercle nautique, actuellement en cours de rénovation.

Le cœur du site est l'Avenue de la Plage, qui s'étend le long de la côte. La plupart des parcelles ont été développées sauf une parcelle d'environ 4 hectares. Cette zone est actuellement utilisée comme un endroit de stationnement.

Il existe cependant un certain nombre de problèmes. La gestion des déchets est un problème majeur. Les services sur la plage sont très pauvres et la route principale est largement utilisée par des vendeurs non-contrôlés et informels.

**Figure:
Bujumbura Plage**

Potentiel : s'il ne concerne pas le tourisme international, cette zone constitue un attrait certain pour la population de Bujumbura. Il convient de lui redonner son aspect ludique, procéder à sa réhabilitation et sécurisation.

b. Le Musée Vivant de Bujumbura

Le Musée Vivant de Bujumbura est un espace de verdure au centre de la ville.

Il comprend un jardin zoologique présentant quelques espèces animales (crocodiles, chimpanzés, macaques, serpents, un léopard et beaucoup de chauves souris). Il comprend aussi 3 paillotes à usage artisanal, une boutique de vente de produits artisanaux et un lieu d'expositions temporaires (la maison de la nature), un théâtre de verdure de 500 places et un exemple d'habitat traditionnel burundais. Le week-end, c'est un lieu de détente pour les familles de Bujumbura qui trouvent là un cadre agréable de détente où elles peuvent déguster des menus traditionnels et parfois assister à des spectacles.

Situé dans la zone Rohero à côté du lac Tanganyika, le Musée Vivant est très accessible et permet à la jeunesse de Bujumbura et aux visiteurs de découvrir la faune burundaise et les modes de vie traditionnelles.

Un projet de création d'un espace de vente des produits artisanaux avec une construction de 50 paillotes artisanales permettra de contribuer à l'autonomie financière du musée. Un regroupement important d'artisans, d'artistes ou de revendeurs pour une meilleure visibilité des savoir-faire Burundais. Le Musée Vivant présente une offre de détente intéressante pour les citoyens de Bujumbura n'ayant pas de contact avec le milieu rural, une offre pédagogique et un cadre idéal pour les manifestations culturelles.

L'état du jardin zoologique est lamentable et doit être complètement revu afin d'éviter, d'une part, le décès régulier des animaux hébergés et les commentaires très négatifs de "touristes" venant d'Europe ou d'Amérique. Ce site ne peut être considéré comme une attraction touristique sans une complète refonte et une gestion différente.

1.4.2 Aire protégée de la Kibira

Le Parc National de la Kibira est l'aire naturelle protégée la plus vaste du Burundi après celle de la Ruvubu.. Ce parc, situé à 49 km au nord de Bujumbura, d'une superficie de 47 600 ha, d'une longueur d'environ 80 km et dont l'altitude se situe entre 1 600 m et 2 666 m, protège un immense massif forestier ombrophile de



montagne qui couvre les versants ouest. Les crêtes séparent les bassins Congo-Nil, par des versants abrupts dominant la plaine de l'Imbo d'un côté et par des contreforts boisés du côté oriental.

Le Parc National de la Kibira est aussi une réserve de biodiversité de premier plan. La caractéristique principale de l'espace protégé de la Kibira est la forêt ombrophile d'altitude qui bénéficie sur les sommets les plus hauts des conditions pluviométriques idéales pour se développer (entre 1 800 mm et 2 000 mm d'eau par an). On se trouve là devant les derniers vestiges de la forêt dense du Burundi.

En ce qui concerne la flore, 644 espèces végétales ont été recensées dans les différents secteurs de ses forêts montagnardes : ombrophile d'altitude entre 1900 m et 2300 m, forêt mésophile de transition entre 1600 m et 1900 m. Quant à la faune, on peut dire que c'est aussi dans la partie dense de la Kibira qu'elle est la plus riche (une centaine d'espèces recensées). On distingue par exemple les primates, les prédateurs et autres grands animaux, ainsi que de multiples sortes d'oiseaux (près de 200 espèces y ont été repérées, représentant plus d'une quarantaine de familles aviaires différentes).

La proximité de Bujumbura, l'accès facile et la présence de plusieurs dizaines de kms de chemins (petites et grandes randonnées) font du Parc de la Kibira une opportunité pour la pratique de la randonnée et d'écotourisme, que ce soit du trek sélectif que de la randonnée familiale. La présence d'espèces rares et endémiques faciles à voir, donne la possibilité de relancer l'habitué des groupes de chimpanzés (étude effectuée par le Jane Goodall Institute dans les années 1990 – 1995), la possibilité de faire un sentier d'interprétation avec panneaux indicatifs sur l'écologie, la faune et la flore de la Kibira.

1.4.3 Des lacs frontaliers du nord

Cette région distante d'environ 200 km de Bujumbura regroupe les principaux lacs de Kanzigiri, Rweru, Cohoha et Rwihinda. Le lac Rweru (10 200 ha) se partage entre le Burundi et le Rwanda et constitue le plus grand des lacs du Nord (80 km², dont 70% du côté du Burundi). Entouré de marais et de papyrus, il comporte des îlots flottants, malheureusement envahis de plus en plus par des jacinthes d'eau.

Le Lac Cohoha avec une superficie de 7850 ha est l'un des plus attrayants de la région des lacs transfrontaliers, avec la plage de Yaranda, ses berges agricoles et ses papyrus. Le lac Rwihinda, un des plus petits (425 ha), mais c'est le plus célèbre : il s'agit du « Lac aux oiseaux », un espace protégé situé à moins d'un kilomètre du chef lieu de la province de Kirundo. Il présente des paysages collinaires et marécageux. Le Lac Kanzigiri (750 ha) qui a une belle plage et un panorama magnifique, même si le « Kanzigiri Lodge » est actuellement totalement délabré. Le Lac de Rwegura est entouré de champs de thé.

Malheureusement, l'environnement de ces espaces lacustres est soumis à une pression agricole et démographique énorme, de l'ordre de 500 habitants / km² et le lac aux oiseaux est victime des activités humaines liées aux besoins de la survie alimentaire de la population. Les deux premiers lacs sont accessibles par des pistes cahotantes et sont réservés aux activités rurales. Les îlots flottants accueillent encore une faune ornithologique et une végétation semi aquatique originale.

La faune ornithologique est visuellement absente depuis les rives et en régression d'après les gardes. Les mesures prises par l'INECN, en particulier la création d'une zone de 50 m de protection, est en cours d'application et ce avant de nombreuses réticences. L'île d'Akagwa reçoit une pression identique. Malheureusement, les phénomènes de pollution sont directement visibles sur les rives (présence de mousse), les marais sont aussi menacés, les jacinthes d'eau envahissent les rives. Tous ces phénomènes sont probablement le résultat de l'écoulement des eaux polluées des bassins versants. Enfin, mentionnons une structure d'accueil sur les berges du lac Cohoha.

Malgré une observation de l'avifaune en régression, le pôle touristique des lacs transfrontaliers, en raison de la richesse des paysages constitue une opportunité pour le tourisme de nature et découverte.

1.4.5 Aire protégée de la Ruvubu

Ce parc national distant d'environ 235 km de Bujumbura est le plus important et le plus grand écosystème protégé du pays, son étendue est de 50 900 ha. Il est remarquable d'abord pour sa rivière, à laquelle il doit son nom et dont il préserve les bordures sur environ 65 km du Sud-Ouest au Nord-Est, et autour de 10 km dans sa largeur moyenne aux berges.



La Ruvubu, qui appartient au bassin du Nil, est la plus longue rivière circulant au Burundi (280 km de parcours) et elle draine la plus grande partie des eaux du pays qui alimentent en aval le Nil. L'altitude moyenne de la rivière est d'environ 1 350 m et les plateaux vallonnés qui la bordent culminent à 1 800 m. Elle traverse les plateaux centraux d'Ouest en Est, puis s'oriente au Nord-Est dans la partie où elle est protégée, en prenant des allures de grand fleuve dont les eaux boueuses en saison des pluies sont d'un beau rouge-brun.

Les paysages y sont très contrastés et alternent avec galeries forestières, les savanes arborées aux végétations variées et les papyrus des zones marécageuses. On dénombre plus de 300 espèces végétales dans le parc, parmi lesquelles de nombreuses orchidées.

La présence de la faune, pourtant riche et variée, se fait plus rare et farouche face au braconnage vivrier constaté. Les résultats de l'évaluation menée en 2009 par le groupe d'expert de la LPO 85 indique que les populations actuelles sont plus importantes que celles observées dans les années 1980 – 1990 après la création du parc.

Bien que la pression humaine soit moins importante, les gardes dénombrent plus d'une douzaine de passages traversant du Nord au Sud et Vice versa. Les sorties des buffles, occasionnelles dans les cultures avoisinantes, sont traumatisantes pour les agriculteurs.

Malgré le manque de structure, l'absence de chemins d'observation et, la pression humaine sous toutes ses formes, le Parc de la Ruvubu constitue une opportunité pour l'écotourisme en raison de la qualité de ses paysages et la richesse de la flore. Toutefois, la distance de Bujumbura et son accès difficile en saison des pluies peuvent constituer des points d'hésitation pour un tourisme de weekend end.

Il faut aussi considérer le fait que le parc n'a pas de statut juridique légal et peut d'un jour à l'autre être retrocédé en zone agricole ou zone pour l'extraction minière. L'essentiel de la crête de Muremera qui forme la limite du Parc du Nord-Est au Sud-Est est apparemment une intrusion nickelifère et représente une opportunité considérable pour le développement de cette industrie au Burundi. Cette menace directe pourrait voir arriver la fin du Parc de la Ruvubu très rapidement. Cela serait d'autant plus regrettable qu'une évaluation par la Région des Pays de la Loire en 2008 / 2009 a indiqué qu'il serait possible de concilier les deux activités si l'extraction du Nickel est réalisée par l'intermédiaire de galeries plutôt qu'une mine à ciel ouvert. Les intrusions nickelifères de par leur nature se prêtent favorablement aux exploitations en galeries souterraines plutôt qu'en excavation à ciel ouvert.

1.4.6 Monuments Naturels du Nyakazu-Nkoma

Ce massif situé dans le sud du Burundi, et distant d'environ 150 à 180 km de Bujumbura, se distingue par de nombreuses curiosités géologiques et forestières. Les monuments naturels de Nyakazu et Mwishanga correspondent à des accidents du relief qui ont créé des paysages de toute beauté où la végétation et la faune ont pu se développer considérablement. L'un comme l'autre de ces sites sont situés dans le massif du Nkoma (environ 2 000 m d'altitude), à l'Est et au Nord-Est de Rutana.



Des chutes de Karera (1 600 m d'altitude) à la faille des Allemands (1 950 m d'altitude) et aux grottes, alternent, les galeries forestières et la forêt dense, une forêt mésophile de transition et ombrophile de montagne pour aboutir à des crêtes dénudées, qui dominent de 700 m la plaine du Kumoso.

Les chutes de la rivière Karera sont situées au cœur d'une vaste galerie forestière qui accueille de grands arbres aux cimes étalées à plusieurs dizaines de mètres de hauteur. Tout autour s'étend une savane arborée, avec plusieurs espèces dominantes. Des oiseaux en nombre important et moins souvent des singes peuplent cet habitat forestier, dont l'on parcourt pendant quelques centaines de mètres avant de rejoindre les chutes à proprement parler.

La faille de Nyakazu, (ou failles des Allemands) située au Sud-Est des chutes de Karera, est une spectaculaire fente du relief creusée dans l'escarpement qui marque la séparation des plateaux centraux et de la dépression du Kumoso. Depuis le plateau de Nyakazu à environ 1 950 m d'altitude, elle ouvre une superbe vue sur cette dépression située à plus de 700 m en contrebas et conserve sur ses rebords et dans ses ravins une riche végétation composée de précieux arbres de montagnes et d'espèces caractéristiques des forêts claires.

Du point de vue potentialités, la Faille des Allemands, les chutes de la Karera, la grotte et la source du Nil, confère au massif du Nyakazu-Nkoma une vocation évidente pour le tourisme de découverte et d'aventure. Par ailleurs, la réhabilitation des chemins de randonnées existants et la création de nouvelles boucles pourraient faire de ce pôle touristique une zone privilégiée pour le tourisme de randonnées soft à l'attention d'une clientèle familiale favorisée par un accès satisfaisant.

1.4.7 Thermes et résurgences

a. Source du Nil

Distante de 115 km de Bujumbura, située au pied du massif de Kibimbi, cette source se distingue par sa situation reconnue comme la plus Méridionale des sources de ce fleuve et est considérée aujourd'hui comme l'origine du Nil. Le site de la source est annoncé par un panneau, puis indiqué par la pyramide située sur un versant du mont Gikizi (2 145 m). La source est située en contrebas, à une cinquantaine de mètres du parking.



Figure : Source du Nil

A partir de la pyramide commémorative, située à quelques centaines de mètres plus haut que la source, des randonnées peuvent être organisées dans les montagnes environnantes (mont Gikizi, Kibimbi).

b. Résurgence thermique de Muhweza

Situé près de la source du Nil, mais difficilement accessible, ce site fait un complément utile à l'attraction de la localité. L'accès à ce site devrait être améliorée et l'infrastructure de base fourni, qui devrait inclure: des chemins, des bacs, des sièges et des pancartes.

c. Résurgence thermique de Munini

Cette source thermique distante d'environ 145 km de Bujumbura est difficilement accessible via la RN7, l'accès par la RN3 est à privilégier. Les 17 km d'approche ne sont accessibles que par un 4x4. Le site est remarquable de par son environnement montagneux de forêts d'altitude. Malheureusement le site a été dévasté par une coupe sauvage de l'ensemble de sa forêt périphérique. La déforestation se poursuit à flanc de montagne et ce site ne peut malheureusement plus être considéré comme aménageable pour le tourisme qu'après un programme de replantation.

d. Résurgence thermique de Mugara

Elle est aussi appelée la Source chaude d'Akarava. L'endroit, situé à 20 kms de Bujumbura qui a connu autrefois une certaine notoriété, est aujourd'hui moins fréquenté en raison de la guerre qui a particulièrement affecté cette partie de la province Bujumbura rural. L'accès est difficile, mais l'endroit peut présenter un intérêt thermal en considérant le débit important des sources, mais l'investissement à prévoir est très lourd.

e. Résurgence thermique de Cibitoke

Ces sources chaudes sont situées au nord de Bujumbura vers la frontière avec le Rwanda. Cette zone a été soumise à de fortes inondations au début de 2010. L'accès à ce site devrait être améliorée et l'infrastructure de base fournie, ce qui devrait inclure: des sentiers, des poubelles et de la signalisation.



1.4.8 Pôle historique du centre du pays

a. Site de Rubumba en province de Muramyva : intronisation des Rois

Ce site constitue le principal point de l'itinéraire de l'intronisation des rois du Burundi. Il présente une reconstitution d'un enclos royal aménagé, avec à l'intérieur un exemple de mobiliers et utensiles traditionnels réalisés en vannerie. La case est clôturée par une double barrière en branchages tressés. La protection de ce site devrait être officialisée et la possibilité de mettre en scène des cérémonies traditionnelles devraient être étudiées.

Une tribune constituée de bois et tuiles est en cours de construction face au site. A proximité une cabane en terre sert d'abris aux gardes. Ces deux constructions dénaturent le caractère historique du rugo royal. A 200 mètres de là, un important apatam (observatoire) de 200 M², encore en cours de construction constitue un espace d'observation de 2 autres sites de l'itinéraire de l'intronisation des rois.

Un potentiel touristique national, au regard de l'intérêt des burundais pour leur histoire. Par contre, ce site ne présente qu'un intérêt faible pour un tourisme international : La présence des 4 arbres sacrés et le rugo (identique à celui visible au Musée Vivant de Bujumbura) ne permettent pas à un public international de se projeter dans le contexte historique.

b. Site de Kiganda à Muramyva : Traité Historique de 1908

Un ensemble de rochers symbolisant l'endroit où a été signé le Traité de Kiganda entre le roi Mwezi Gisabo et les Allemands. Il est entouré par des arbres sacrés symbolisant la royauté. Une statue de la Vierge Marie a été intégrée par l'église catholique entre les rochers, dénaturant ainsi, l'aspect historique du site. Aucun guide n'est présent pour renseigner les visiteurs. Le site est situé sur la commune de Kiganda, à 9 kilomètres de la route goudronnée, reliant Muramyva à Gitega.

Derrière l'ensemble de rochers se situe le couvent des Sœurs Bene Thereza, environ 600 m, d'une magnifique architecture en brique cuite des années 50 avec de nombreuses arcades et en son centre, un patio. Le chemin d'accès au couvent a été tracé au pied du « monument » et enlève à ce dernier, son caractère prestigieux. Ce site mérite un aménagement notamment pour lui apporter une visibilité.

c. Le Musée Ethnographique National de Gitega

Situé à l'entrée de la ville de Gitega, le bâtiment du musée fait partie intégrante d'un ensemble de bâtiment d'un style architectural relativement moderne du début du 20 siècle, le Parquet, la Cour d'Appel, la Cour Administrative. Le musée est sous tutelle du Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Culture. Le personnel comprenant une équipe de 6 personnes est rémunéré par la Fonction Publique.

Un jardin de plaisance à l'entrée du musée a été aménagé. En 2009, le bâtiment du musée national et son espace de conservation ont fait l'objet d'une très belle réhabilitation, avec l'appui de la coopération américaine et allemande. Le musée dispose en outre de deux grandes salles, l'une pour l'exposition et l'autre pour la conservation des produits. La présentation des collections est claire et remarquable.

Le Musée se démarque des autres sites culturels du Burundi par une fréquentation importante pour le Burundi. Avant la crise qu'a traversée le Burundi, il affichait une fréquentation de 2000 visiteurs annuels. En 2009, le musée a accueilli 1000 visiteurs. Sont exposés des objets relatifs à la royauté et aux religions traditionnelles du pays (fin XIXème-début XXème siècle), des restes de poteries ou d'outils forgés découverts lors de fouilles archéologiques, de vieux instruments de musique, des lances et des costumes traditionnels.

d. Le Fort Bomani à Gitega

Première résidence du Gouverneur Allemand au Burundi, construit en 1912, il est un des premiers bâtiments construits à Gitega. Carré, d'une superficie de 1225 M², il abrite en son centre une cour de 72 M² autour de laquelle sont disposés une douzaine d'espaces d'une surface moyenne de 17 M². Actuellement utilisé par le Ministère de la Sécurité Publique comme centre de détention provisoire, il a plutôt l'allure d'un bâtiment à l'abandon.

Situé au centre de la ville Gitega, ce bâtiment historique bénéficie d'un emplacement exceptionnel au cœur d'une ville riche culturellement. Cependant des ajouts ont été réalisés au fil du temps et nuisent au caractère historique du site.

Le caractère historique du bâtiment, sa qualité architecturale et son emplacement idéal font de lui, un des sites burundais présentant un fort potentiel. Il est un lieu idéal pour accueillir des espaces de vente de produits artisanaux et les manifestations culturelles. Il existe également 2 maisons qui datent de la période coloniale allemande et qui sont encore en état correct.

e. Sanctuaire des tambours sacrés de Gishora

Au sommet d'une colline, un grand enclos au sein duquel sont situées 4 reconstitutions de cases dont une royale. Cette dernière présente à l'intérieur un exemple de mobiliers et ustensiles traditionnels réalisés en vannerie. Néanmoins la clôture de l'irebe, petite avant cour, est délabrée. En outre le site offre un panorama extraordinaire sur les vallées alentours.

Le clan des tambourinaires, 50 membres, est fortement impliqué dans l'animation, la réhabilitation et l'entretien du site. En effet les tambourinaires assurent une moyenne de 2 animations par semaine. Cela constitue pour eux une source de revenus parallèle à leur activité agricole. Ils investissent le bénéfice de leur activité dans le matériel nécessaire à la fabrication de leurs propres tambours, des costumes et dans la plantation de plans d'arbres (essence d'Imivugangoma). Des animations sont fortement attractives et garantent de la pérennité du site. Les animations des tambourinaires présentent un fort intérêt pour tous les publics touristiques. De plus la forte implication des tambourinaires, dans la vie et l'entretien du site, est un gage de sa pérennité. Les cases ont été construites par le clan des tambourinaires (garant du savoir-faire de la construction d'un rugo) avec l'aide d'une subvention du Ministère de Tutelle en 2004.



Figure : Les Tambourinaires

Le site est situé à 6 km de Gitega, dont 2 km de piste. Entre le rugo traditionnel et l'aire de danse, une tribune en métal et tôle ondulée destinée à abriter les visiteurs, dénature le caractère historique du site. De plus, à l'entrée de ce dernier, un panneau disproportionné n'apportant aucune information sur le site mais seulement sur les autorités de tutelle - dénature aussi le site.

1.4.9 Réserves forestières

a. Réserve forestière de Kigwena

La forêt de Kigwena est l'une des plus anciennes réserves protégées du Burundi. A l'époque, elle couvrait une superficie quadruple de 2 000 ha qui n'a cessé de se réduire à la suite des coupes sauvages et des aménagements humains pour des cultures vivrières et industrielles, notamment le palmier à huile, qui ont affecté ses abords. Aujourd'hui, seuls 500 ha de ses formations végétales rares subsistent encore et restent protégées.

La réserve de Kigwena représente au Burundi l'unique échantillon de forêt mésophile péri guinéenne. Il s'agit d'une forêt dense, voire impénétrable en certains endroits.

b. Réserve naturelle forestière de Rumonge

Située à environ 5 km de la ville de Rumonge, à une altitude moyenne de 850 m, cette réserve nationale abrite une forêt claire d'une superficie de 600 ha. On trouve dans cette réserve de nombreuses termitières de taille parfois impressionnante : jusqu'à 4 m de diamètre et de hauteur. La faune intéressante est hélas, menacée par la dégradation progressive de la forêt sous l'effet du déboisement et des feux de brousse qui la transforment peu à peu en savane. Elle est composée en majorité de primates, et antilopes. Dans le monde reptilien, plusieurs espèces sont répertoriées incluant : pythons et mambas verts. Enfin, on y rencontre une multitude d'oiseaux.

c. Réserve naturelle forestière de Bururi

Située dans le massif montagneux de Bururi qui domine la ville à l'Ouest, cette réserve abrite une forêt ombrophile de montagne située entre 1 700 m et 2 307 m. La forêt montagnarde, qui occupait autrefois les deux tiers de la superficie totale du parc (3 000 ha), n'en couvre plus aujourd'hui qu'un tiers.

Pour ce qui est de sa flore et de sa faune, la réserve présente de fortes similitudes avec celle de la Kibira puisqu'elle se rattache au système de la Crête Congo-Nil, dans sa partie la plus méridionale. Toutefois son climat moins humide a conduit à sa particularisation, moins de variété faunistique, mais d'autres espèces végétales endémiques. Pour l'instant, quelques 250 espèces végétales ont été identifiées dans la réserve, certaines typiques des forêts denses, d'autres des forêts plus claires.

La faune répertoriée comprend un certain nombre de singes (beaucoup de cercopithèques) et plusieurs espèces de carnivores. La plus intéressante à observer parmi ces dernières et la plus rare est la panthère malheureusement aujourd'hui en voie de disparition. Les oiseaux sont très nombreux et représentent une des principales attractions du parc : on en compte plus de 117 espèces, certaines endémiques. Depuis novembre 2009, un groupe de 40 chimpanzés a été recensé, c'est une bonne opportunité pour les habituer aux visites de groupes de touristes et de valoriser ainsi la réserve.

1.4.10 Lac Tanganyika

Le Lac Tanganyika accueille l'un des plus riches écosystèmes d'eau douce de la planète qui a évolué il y a plus de 12 millions d'années, il peut également être qualifié de mer intérieure.

A ce jour, plus de 1500 espèces de faune et de flore dont plus de 600 endémiques au bassin du Tanganyika ont été répertoriés : on dénombre par exemple, 260 espèces de poissons cichlides (très prisés pour les aquariums d'eau douce à travers le monde), des crabes, des éponges et des escargots. La valeur écologique est énorme, non seulement pour le nombre élevé d'espèces endémiques, mais aussi par la manière particulière dont ce microcosme a évolué pour offrir cette diversité unique.

Les problèmes soulevés par les constructions parfois anarchiques méritent beaucoup d'attention, les principes élémentaires du traitement des déchets liquides et solides étant rarement respectés. Un autre problème est l'intégration esthétique des infrastructures qui n'est pas toujours harmonieuse ni réussie.

Le Lac Tanganyika constitue une opportunité pour le développement d'un tourisme balnéaire et thématique. Certains développements plus avancés ont déjà été mis en place en Tanzanie et en Zambie. Les caps, plongeant dans les eaux turquoise du Lac, constituent un paysage d'une indéniable beauté et le littoral dispose d'authentiques plages de sable. Le développement du tourisme sur le lac est à ses débuts, et est encore peu connu sur le marché mondial. Le développement touristique actuel du lac est principalement centré sur des activités liées aux écosystèmes aquatiques et des activités connexes aux zones protégées des environs.

Trois zones de développement potentiel ont été identifiées sur les rives du Lac Tanganyika, ce sont: Bujumbura Plage, Resha / Rumonge et Nyanza Lac. Ces zones offrent un potentiel considérable pour le développement touristique reliant l'attraction du lac aux attractions terrestres et écotourisme. Beaucoup d'aires protégées situées le long de la rive du lac tandis que le lac lui-même offre de grandes possibilités pour la pêche sportive, la plongée et la navigation de plaisance. En outre, il y a beaucoup de belles plages qui sont près de la Méditerranée. La popularité croissante du Lac Tanganyika est prouvée par les hôtels de loisirs actuellement en construction à Rumonge et Resha.

1.4.11 Monument de Livingstone-Stanley

Situé à 13 km au Sud de Bujumbura sur le RN3, ce monolithe de plus de 10 tonnes est visible sur un promontoire dominant du lac, où il a été installé par les colonisateurs belges en novembre 1956. Il commémore la rencontre sur les abords du Lac Tanganyika, en 1871, du reporter Henry Morton Stanley et du Docteur David Livingstone.

Mis à part son aspect massif, ce monument de pierre n'a pas grand intérêt en tant que tel, mais il permet au moins d'imaginer la caravane de ces explorateurs mythiques du XIXe siècle. Les abords du site, laissé à l'abandon durant la guerre, ont récemment été remis en ordre et débroussaillés. L'accès est à reconsidérer pour éviter le passage des véhicules entre les maisons d'habitation, et des travaux relevant de l'aménagement local (organisation foncière) seraient d'une grande importance. La rivière et la palmeraie qui la bordent entre le monument et le lac est d'intérêt, une grande baie et des plages de sable fin forment une zone encore naturelle où se rencontrent le milieu rural et les zones humides littorales de grande beauté.

1.4.12 Réserve Naturelle de la Rusizi

Etendue sur plus de 5 456 la réserve naturelle de la Rusizi est située à l'Ouest et au Nord-Ouest de Bujumbura, à quelques encablures seulement de la capitale. A une altitude moyenne de 775 m au niveau du delta, il protège les écosystèmes humides de la plaine de la rivière Rusizi qui fait frontière entre le Burundi et la République Démocratique du Congo (marécages, lagunes et étangs temporaires), et se compose aussi d'une palmeraie et de savanes semi-arides mais inondables dans sa partie septentrionale.



La végétation prépondérante est celle des plantes d'eau, des palmiers (sous espèce endémique de la plaine de l'Imbo) et des fleurs insolites (plus de 1 000 espèces végétales dans le secteur palmeraie du parc). La faune principale est composée d'oiseaux, de reptiles, d'amphibiens et de certains petits et grands mammifères, mais, parmi ces derniers, les espèces sont de moins en moins variées. Ainsi, à la fin des années 1950, on comptait une vingtaine de grands mammifères dans la zone, dont environ 200 éléphants.

Aujourd'hui, un quart de ces espèces a complètement disparu et plusieurs sont en voie d'épuisement, comme les antilopes des marais, la civette d'Afrique ou le chacal rayé. Mais on y trouve beaucoup

d'hippopotames et de crocodiles. Les menaces proviennent des conditions écologiques dans le site, mais surtout des hommes : alimentation, braconnage, coupe du bois et appropriation illégale des terres pour l'agriculture représentent une menace plus importante, surtout actuellement où les autorités compétentes ne s'impliquent pas pour bloquer ces pratiques.

Enfin, on peut dire qu'à la porte de Bujumbura, cette réserve naturelle présente un intérêt touristique indéniable. Les abords mériteraient davantage de soins paysagés, l'organisation d'un accueil des touristes serait à aménager dans l'un des bâtiments existant avec un plan de la réserve protégée, dépliants touristiques, etc. L'aménagement de deux observatoires mobiles est en cours de réalisation par la Région Pays de la Loire et Partenaires.



Burundi

**ENVIRONNEMENT LEGAL
ET CADRE INSTITUTIONNEL
DU TOURISME**

2.1 Environnement légal

2.1.1 Un cadre obsolète et partiellement appliqué

Le cadre se résume en une ordonnance de 1955 modifiée plusieurs fois entre 1955 et 1963 pour préciser ou remplacer certaines dispositions afin de l'adapter au contexte du moment.

Il s'agit de l'Ordonnance 41/291 du 2 septembre 1955 relative à l'exploitation des hôtels, restaurants, pensions de famille, débits de boissons: Cette Ordonnance :

- est le texte fondamental du cadre réglementaire de l'activité touristique au Burundi. Son champ d'application couvre les hôtels, les restaurants, les pensions de famille et les débits de boissons.
- a été modifiée au fil des années par plusieurs textes mais n'a jamais été abrogée. Les principales modifications apportées à cette ordonnance sont contenues dans les textes suivants :
 - » ordonnance N41/227 du 1er août 1956 ;
 - » ordonnance N 41/78 du 14 février 1959 ;
 - » ordonnance N 41/613 du 10 décembre 1959 ;
 - » ordonnance 441/77 du 15 mars 1960 ;
 - » arrêté ministériel N 040/215 du 1er avril 1963 ;
 - » décret N°100/80 du 29 mai 1979.

Les dispositions réellement appliquées sont celles liées à la licence d'exploitation que les services du commerce délivrent annuellement et qui permettent une ouverture légale de l'activité. Les acteurs des secteurs, tout en reconnaissant le bien fondé de la licence d'exploitation, ont cependant remis en cause sa délivrance annuelle.

2.1.2 Un champ d'application incomplet et des dispositions dépassées

L'Ordonnance de 1955 et ses textes modificatifs régissent l'hôtellerie, la restauration, les débits de boissons et les pensions familiales. Ils :

- définissent le débit de boissons, l'hôtel ainsi que l'exploitant ;
- instaurent l'obligation de la détention d'une licence avant exploitation ;
- fixent les prescriptions normatives pour les chambres, les lits, les salles de toilettes, les salles de restaurants et l'hygiène.

Bien qu'étant incomplets au regard des exigences normatives de l'hôtellerie actuelle, l'application effective de ces textes aurait pu garantir un minimum de fonctionnalité aux établissements couverts par leurs champs d'application. En l'absence d'une administration du tourisme à même de veiller à ce respect des textes, ce sont surtout les dispositions péuniaires qui ont le plus été appliquées.

2.1.3 Des textes récents mais orientés vers la fiscalité

Deux ordonnances ministérielles, datées respectivement du 10 mai 1982 et de février 2006 et un décret du 29 mai 1979, constituent les plus récents textes touchant l'activité touristique :

- l'ordonnance Ministérielle 550/101 du 10 mai 1982 porte création de nouvelles taxes administratives perçues lors de la délivrance documents d'exercice d'activité commerciale et, de ce fait, s'applique aux activités touristiques ;
- le décret 100/80 du 29 mai 1979, porte réglementation des établissements d'hébergement ;
- l'ordonnance ministérielle N 750/090 du février 2006 revisite les conditions à remplir pour l'exploitation des débits de boissons ;
- la Loi n° 1/10 du 11 Juillet 2008 réinstaurant la taxe hôtelière et touristique

Ils s'intéressent aux aspects pécuniers en fixant une redevance à payer pour l'obtention de la Licence et rendent le classement des établissements d'hébergement obligatoire afin de mettre en application la taxe de promotion touristique créée par un décret précédent.

2.1.4 Les réformes juridiques affectant le tourisme

Depuis quelques années, le Burundi a entrepris de profondes réformes juridiques et institutionnelles en faveur de la consolidation de la paix et de la mise en œuvre de son Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté. La transversalité du tourisme le rendant sensible aux dispositions prises par d'autres secteurs, la revue des principales réformes met en lumière les aspects touchant les activités touristiques.

2.1.5 Le code foncier : Loi N1/008 du 1er/09/1986

Le code foncier instaure deux régimes fonciers bien distincts dont un régime privé et un régime public. Le régime privé dispose pour les terres appartenant aux personnes privées. Le régime public concerne les domaines de l'État. Ce code reconnaît:

- l'accès à la propriété foncière ;
- la propriété privée ;
- le droit sur le foncier du domaine privé ;
- la cession sur le domaine privé de l'État ;
- l'usufruit par contrat emphytéotique et par contrat de bail.

2.1.6 Le code du commerce : Loi N°1/07 du 26 avril 2010

Ce nouveau code vient d'être promulgué et tient davantage compte des engagements internationaux du Burundi et des exigences de la mise en œuvre du Cadre Stratégique de Croissance et de Lutte contre la Pauvreté. Il contient toutes les dispositions garantissant :

- la libre entreprise;
- la fixation des prix par le marché;
- le bail commercial

Il fixe les conditions d'exercice de toute activité commerciale, et définit les droits et les obligations du commerçant.

2.1.7 Le code de l'environnement

Il exige une étude d'impact environnemental pour tout projet d'infrastructure touristique et règle les questions d'assainissement et d'évacuation des eaux usées, des eaux vannes, le traitement des déchets et ordures ménagères.

Il faut toutefois souligner l'inexistence de bureaux d'études spécialisés dans l'élaboration des études d'impacts environnementaux. Conscients de cette carence et pour y palier, les services de l'environnement se contentent d'études réalisées par des personnes dont les compétences sont suffisantes pour de telles études. Le code est obsolète et doit être révisé intégralement afin d'intégrer les développements touristiques. Non seulement les bureaux d'études spécialisés n'existent pas, mais aucune agence gouvernementale ou privée ne peut, à l'heure actuelle, évaluer de manière critique et objective les résultats des études fournies, ce qui est inefficace.

2.1.8 Le code des investissements

De création récente, le tout nouveau code des investissements prévoit des avantages de diverses sortes pour les investisseurs. Ce code instaure deux régimes ayant chacun des avantages propres : un régime général et un régime de zone franche.

Les conditions d'accès aux avantages prévus par ces deux régimes semblent peu adaptées aux réalités du secteur touristique. En effet, ces conditions sont plus prévues pour des entreprises de grande taille avec des moyens financiers importants loin de la plupart des petites et moyennes entreprises du tourisme.

2.1.9 Le régime fiscal

La fiscalité applicable au secteur est jugée trop lourde par les opérateurs du tourisme. Elle :

- est en cours de révision pour mieux prendre en compte les desiderata de la corporation du tourisme et de l'hôtellerie ;
- a vu la perception de certaines taxes suspendues en attendant de nouvelles dispositions ;
- a enregistré la création et l'application d'une TVA harmonisée avec celle en vigueur au sein de l'EAC en remplacement de l'ancienne taxe ;

2.1.10 Les implications juridiques de l'adhésion du Burundi à l'EAC

En Juillet 2007, le Burundi a officiellement adhéré au Traité de l'East African Community (EAC) alors que cette communauté existait depuis 1993. Le caractère supranational de ce Traité et des règles adoptées dans ce cadre implique de facto pour les États (donc pour le Burundi) une adaptation des lois nationales en vue d'une application stricto sensu desdites règles.

Le retard accusé par le Burundi du fait de son adhésion récente le contraint à adopter un rythme accéléré dans la mise en œuvre de réformes juridico institutionnelles.

2.1.11 Les dispositions du Traité en matière de tourisme

Ces dispositions sont édictées par l'Article 5 du Traité de l'Est African Community. Toutes les règles et directives relatives au tourisme tirent leur fondement des dispositions de cet article. Ainsi, sur cette base,

- une Agence du tourisme et des ressources naturelles de l'EAC a été adoptée et mise en place par un Protocole signé par les trois pays fondateurs et récemment signé par des nouveaux adhérents ;
- des normes de classification des établissements de tourisme ont été élaborées, adoptées et sont en cours d'application dans l'ensemble des pays membres ;
- l'adoption d'une politique touristique harmonisée et d'une stratégie marketing pour promouvoir une destination commune est stipulée comme but à atteindre.

Cette perspective de destination et de politique harmonisée implique, la mise en place d'un cadre juridique et institutionnel du tourisme, une référence au Traité et une démarche analogique pour tenir compte des expériences des autres pays.

2.1.12 Conclusion partielle

Le cadre légal du tourisme au Burundi se résume en une ordonnance de 1955 modifiée maintes fois mais encore obsolète et très incomplète.

Dans des ordonnances plus récentes, le législateur semble avoir privilégié les aspects pécuniers au détriment de la mise en place de textes régissant un secteur selon les normes internationales, et posant les bases pour la construction d'un tourisme moderne capable de s'insérer dans l'environnement concurrentiel qui est le sien.

2.2 Les institutions nationales du tourisme

Le cadre institutionnel du secteur touristique est constitué de quatre organes. Ces organes sont: le Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme, l'Office National du Tourisme (ONT), le secteur privé et le cadre de la formation formelle. Le nombre réduit des institutions, leur faible structure et les changements fréquents de rattachement tutélaire sont les principales caractéristiques de cadre institutionnel.

2.3 Le Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme

2.3.1 Historique

Sa création date de 2009 par le Décret N°100/13 du 9 janvier portant structure, fonctionnement et missions du Gouvernement de la République du Burundi. Les sous- secteurs du commerce et de l'industrie étaient déjà regroupés dans la configuration précédente du ministère, décret N°100/72 du 18 octobre 2005 et N°100/149 du 10 septembre 2008 portant respectivement réorganisation du ministère du commerce et de l'industrie d'une part et structure, fonctionnement et missions du Gouvernement d'autre part. Des trois secteurs d'activités sous l'égide du Ministère, le tourisme est celui qui a rejoint ce cadre en dernier en 2007.

Les volets « commerce » et « industrie » sont dotés d'une organisation stable et structurée en direction générale, directions et services. Le volet « tourisme » ne dispose pas de structure similaire et attend d'être érigé dans une organisation à définir. Le Ministre a, pour le moment et par Décision N°750/0004 du 1er septembre 2009, nommé, au sein de son cabinet, deux conseillers chargés de :

- l'encadrement des activités du secteur touristique,
- la promotion de nouveaux projets,
- le suivi et l'élaboration des textes réglementant le secteur touristique ;

2.3.2 Une administration centrale inexistante et non structurée

L'organisation du ministère à partir des nouvelles missions en matière de tourisme fixées par le décret N°100/13 du 29 janvier 2009 est inachevée ;

- Il n'existe pas de structure dévolue au tourisme ;
- La nomination de conseillers en charge du tourisme et les missions qui leur ont été fixées ne sont ni encore accomplies, ni susceptibles de l'être au regard de la nature juridique du texte (décision du ministre) et de la faible dotation en ressources ;

2.3.3 Une administration sans ressources humaines

- Les effectifs à même d'animer une administration centrale, ne sont pas disponibles pour le moment (ni en quantité ni en qualité) et sont à identifier et à mobiliser dans l'éventualité de la création de cette administration;
- Les compétences en matière de gestion d'une administration du tourisme n'existent qu'à l'Office National du Tourisme(ONT) mais en nombre limité et en qualification peu variée;

- Il n'existe pas de corps spécialisé en tourisme au sein des agents de la fonction publique du Burundi susceptibles d'être affectés au Ministère en charge du tourisme afin de rendre immédiatement opérationnelle une administration du tourisme;

2.3.4 Une administration à ancrage instable

- Depuis 1972, le rattachement institutionnel du tourisme a été caractérisé par une valse incessante entre trois ministères :
- Le ministère en charge de l'environnement,
- Le ministère en charge de la culture,
- Le ministère en charge du commerce;
- Le rattachement actuel au Département du Commerce et de l'industrie date de 2008 (Décret N 100/109 du 10 septembre 2008 et du Décret N 100/13 du 29 janvier 2009 portant tous les deux Structure, Fonctionnement et Missions du Gouvernement de la République du Burundi)

Conclusion partielle: Le Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme ne s'est pas encore doté (ni juridiquement ni dans les faits) d'une structure administrative pour l'encadrement de sa composante tourisme.

2.4 L'Office National du Tourisme

Le Burundi dispose par contre d'un établissement public dénommé Office National du Tourisme et dont la création remonte à 1972. C'est cette organisation qui semble avoir occupé, depuis sa création, le vide créé par l'inexistence d'administration centrale du tourisme. Les missions et les structures de l'ONT ont été examinées et évaluées dans le deuxième trimestre de 2010.

2.4.1 Mission de l'ONT

Un organisme aux nombreuses missions, son statut est celui d'un Établissement Public à caractère Administratif doté de la personnalité juridique, de l'autonomie financière et d'un patrimoine. Son organisation est fixée par un décret. Créé le 26 janvier 1972 par le Décret N 1/32, l'ONT avait alors reçu pour missions de: (article 3)

- Promouvoir le tourisme au Burundi sous toutes ses formes;
- Promouvoir la coordination des divers organismes et entreprises intéressés au développement du tourisme;
- Examiner et orienter les initiatives diverses en matière d'équipement collectif en collaboration avec les services publics et parapublics;
- Organiser les fonctions d'accueil et d'information avec possibilité de délégation de ce rôle aux organismes assumant cette fonction sur place;
- Prendre contact avec les organismes internationaux ou étrangers;

Le décret précise que l'ONT peut être chargé de l'exploitation d'installations touristiques et sportives, d'organisations de fêtes et, manifestations artistiques et culturelles.

2.4.2 Structure de l'ONT

L'organe d'orientation et de décision de l'ONT est un conseil d'administration de sept (7) membres dont le directeur. Son statut du personnel, ses orientations, son programme d'activités et son budget annuels sont approuvés par son Conseil d'Administration. La comptabilité de l'ONT obéit aux principes du plan comptable

national et ses comptes sont vérifiés et certifiés par deux commissaires aux comptes. Dirigé par un directeur secondé par un directeur-adjoint et deux conseillers, l'ONT est structurée en 5 services. Cette structure est centralisée et est présente uniquement à Bujumbura. L'ONT n'est pas représenté dans les pays émetteurs.

Les entretiens réalisés auprès de différents acteurs font ressortir, à propos de l'ONT, les perceptions suivantes :

- peu visible (pas de signalétique, pas d'enseigne) ;
- rôle mal ou peu perçu sur le terrain et auprès des opérateurs du secteur ;
- absence d'un cadre de concertation formel, légal et fonctionnel avec les intervenants du secteur d'activité

Un monopole institutionnel et un cumul de fonctions

- a. Situation de monopole administratif (missions régaliennes de l'administration centrale cumulées avec celles généralement dévolues à une structure de promotion) ;
- b. En situation de concurrence avec le privé (possède et exploite des sites valorisés et une enseigne de vente d'objets d'art) ;

2.4.3 Information touristique

Le manque d'information à l'attention des visiteurs est criar que ce soit en termes de documentation qu'en termes de locaux. A titre d'exemple, il n'y a pas de bureau d'accueil à l'Aéroport de Bujumbura. L'Office National du Tourisme dispose bien de deux locaux dont l'un situé au centre ville, mais la vocation de ce dernier est davantage de vendre des produits artisanaux que de renseigner et orienter les visiteurs.

2.4.4 Les ressources financières

Des ressources financières pour l'ONT sont insuffisantes et inadaptées. L'ONT ne dispose pas des ressources financières adaptées aux missions légales et officieuses. Les budgets annuels alloués sont faibles en 2009. 97,20% du budget ont été consacrés au fonctionnement dont 53,23%% pour le paiement des salaires qui sont passés du simple au double entre 2006 et 2009. La même année, la promotion recevait 2,80%, en très nette baisse par rapport a 2008 où elle a reçu 3 fois le montant de 2010. L'ONT ne prend plus part aux salons de promotion sur les marchés émetteurs faute de ressources financières. Elle n'assure que sporadiquement les sorties de terrains pour les mêmes raisons.

Pour 2010 l'office du tourisme n'aurait pas encore reçu son budget de fonctionnement .Le tableau ci-dessous récapitule par grands postes la répartition du budget de l'office pour les exercices de 2007 à 2009.

Tableau 4 : Budget de l'ONT

	EMPLOIS	RESSOURCES	ACTIONS PROMO.	TOTAL
	MASSE SALARIALE	FONCTIONNEMENT		
2009	120 710 159	106 047 625	6 547 124	233 304 908
2008	110 625 670	73 614 360	18 053 342	202 593 372
2007	78 127 541	83 421 499	5 313 600	166 862 640

En francs burundais

Source : ONT

2.4.5 Des ressources humaines

Un effectif quantitativement suffisant : l'ONT compte 44 employés répartis en 12 cadres supérieurs, 5 cadres moyens, 11 agents d'exécution et 16 agents d'appui. Ce sont donc en réalité, 28 agents y compris le directeur, qui sont chargés de l'accomplissement des missions assignées à l'office.

Un effectif relativement jeune : en dehors de quelques agents, la plupart du personnel d'encadrement est relativement jeune: la moyenne d'âge se situant dans la tranche 30-40 ans.

Personnel aux qualifications diversifiées mais sous employé : malheureusement, ce personnel aux qualifications diverses est sous employé et affecté à des tâches aux contours peu précis. On constate :

- une distorsion entre ces attributions;
- une autodéfinition d'attributions afin d'animer le service,
- une inadéquation entre les attributions et les effectifs commis pour leur mise en œuvre,
- une insuffisance de ressources financières pour mettre en œuvre les attributions,
- une absence de programme d'activités dans les services,

Un manque de motivation : l'insuffisance voire l'inexistence de budgets d'investissements sur plusieurs années a eu pour conséquence un sous emploi qui a engendré une démotivation du personnel.

Pour éviter cette inertie, nombre d'entre les cadres ont déserté l'ONT pour d'autres emplois plus attractifs; parmi ceux qui sont encore présents bon nombre occupe leur temps à des travaux externes pour combler l'inactivité vécue.

La direction, consciente mais impuissante face à ce phénomène, a procédé récemment à un relèvement des rémunérations pour retenir les cadres. Les salaires sont ainsi passés du simple au double en trois ans.

Une structure de type pyramidal : l'organisation prévue par le décret organique s'est traduite par un organigramme pyramidal avec, à son sommet, un centre de décision. Le plus souvent, il a pour conséquences :

- une rigidité dans la chaîne des décisions ;
- une déresponsabilisation des différentes strates de la structure;
- une lenteur, voire une lourdeur administrative;

Double emploi, chevauchement des attributions et tâches des services : cas du directeur et du directeur adjoint, dont les rôles sont similaires mais avec préséance du premier. Cas du service de la promotion et du Bureau de l'Information et des Ventes dont les missions sont similaires. Cas de la gestion du personnel dont une partie est confiée à un conseiller et une autre au service financier. Rôle des conseillers non clarifié : cumul du poste avec d'autres fonctions (le Chef du service des études est Conseiller, le 2^e Conseiller gère aussi le personnel);

Des services dénués de moyens de travail : conséquences de la faiblesse des ressources financières, les services manquent du minimum pour accomplir convenablement leurs missions. C'est particulièrement le cas pour :

- la logistique qui ne compte que deux (2) véhicules et une moto
- le matériel de bureau insuffisant et souvent en mauvais état;
- les supports de promotion et d'information inexistant. Le site web de création récente est inachevé faute de ressources, et le service de Promotion n'a ni flyers, ni dépliants. Le projet procédera à l'achèvement du site web et à la création de documents de type « achat-accueil » qui pourraient être matérialisés par une carte touristique.

2.4.6 Commentaires

En 2009, les actions promotionnelles ne représentent que 3% environ du budget et on constate que le volume consacré aux activités promotionnelles a été divisé par 3 par rapport à l'année 2008. Les ressources sont constituées de la dotation de l'État et de ressources propres constituées de la perception de loyers et de la vente de produits artisanaux. Il n'a pas été possible de ventiler les ressources.

2.5 Le cadre institutionnel

Le cadre institutionnel du tourisme burundais se caractérise par:

1. ses nombreuses faiblesses internes dues, d'une part, à la faiblesse des ressources financières et humaines et, d'autre part, au non application des textes régissant le tourisme;
2. une inexpérience dans la gestion administrative du tourisme au sein du ministère qui suscite quelques réticences à aller vers une prise en main du secteur ;
3. l'inexistence d'un effectif formé en gestion administrative du tourisme pouvant garantir la mise en place d'une structure administrative rapidement opérationnelle ;
4. l'existence d'opportunités relativement nombreuses dont les plus pertinentes sont l'existence d'une volonté politique du Gouvernement et d'une implication des partenaires au développement ;
5. quelques forces à consolider pour faire face à des menaces suffisamment réelles provenant de la libéralisation intégrale du tourisme et de la concurrence régionale;
6. un encadrement quasi inexistant qui a permis l'implantation incontrôlée de certaines activités avec cependant une prise de conscience des opérateurs du secteur sur la nécessité de sortir d'une telle situation.

L'état des lieux du cadre institutionnel et l'analyse qui en a été faite, débouchent sur :

- la nécessité de la mise en place d'un cadre opérationnel ;
- la restructuration et la redéfinition des missions de l'ONT ;
- la création d'un organe paritaire de concertation et d'orientation à caractère consultatif.

2.6 Le partenariat

2.6.1 Un cadre en cours de réforme

Les grandes réformes économiques entreprises par le pays touchent tous les compartiments de la vie socioéconomique. En vue de mieux prendre en compte les attentes des opérateurs du secteur privé, le Gouvernement a profondément restructuré son approche en matière de concertation en optant pour un forum unique.

La mise en œuvre de cette option a nécessité :

- La création d'un « cadre de dialogue et de concertation pour un partenariat secteur public/secteur privé » objet du Décret N°100/106 du 17 juin 2008 qui en fixe la composition, l'organisation et le mode de fonctionnement ;
- La recherche, au sein de ce cadre national unique, des solutions aux problèmes et aux préoccupations du secteur privé ;
- La restructuration du secteur privé en une organisation faitière au sein de laquelle sont représentées, de façon sectorielle, les associations professionnelles formelles qui en sont membres (Article 6) ;

Le texte de la réforme crée un cadre unique de concertation nationale où le privé est représenté par "le représentant de l'organisation faïtière du secteur privé et les représentants des associations professionnelles formelles qui en sont membres" (article 6 dernier tiret).

Cette disposition ne donne la possibilité de participation qu'aux associations membres de l'organisation faïtière. Sa mise en œuvre a nécessité la création préalable de l'Organisation Faïtière qui a consisté en la dissolution de l'ex Chambre de Commerce et d'Industrie du Burundi (CCIB) et en son remplacement par la Chambre Fédérale du Commerce et de l'industrie.

2.6.2 Chambre Fédérale du Commerce et d'Industrie du Burundi

La Chambre Fédérale compte douze chambres, plusieurs chambres sont opérationnelles incluant la Chambre Sectorielle de l'Hôtellerie et du Tourisme du Burundi. Cette Chambre Sectorielle de l'Hôtellerie et du Tourisme peut être analysée comme suit:

- A fin novembre 2010, 75 opérateurs du secteur en sont membres (Hôtels, Restaurants, Tour-opérateurs et Agences de Voyage) ;
- Représentation proportionnelle mais faible des agences de voyages et de tourisme ;
- Existence cependant d'opérateurs touristiques qui n'ont pas encore adhéré à cette chambre corporatives.

La principale caractéristique de la Chambre, c'est qu'il est un cadre unique d'un consensus national. La chambre a également fourni une opportunité pour chaque ministre, cependant, pour équiper son domaine de compétence des organes de coopération sectorielle en vertu du décret 100/106 du 17 Juin 2006 .

2.7 Le cadre de la formation formelle

Il y a une seule structure, le Centre d'Enseignement Secondaire Technique (CESTE) de formation, ayant en son sein une section tourisme et hôtellerie, recensée au Burundi. Le CESTE a le statut d'association du type loi 1901 (ASBL) et ne dispose pas de ressources pour envisager des investissements à court et moyen terme. Elle assure de la formation initiale de base théorique en trois ans. Le CESTE ne dispose que de deux enseignants spécialisés en tourisme et provenant l'un d'un hôtel de Bujumbura et l'autre du Ministère ayant le Tourisme dans ses attributions. Il n'existe aucune installation pour la formation pratique au sein de l'établissement (pas de salle de restaurant, pas de cuisine d'application, pas de chambre, pas de desk d'agence de voyage, de programme de type AMADEUS ou SABRE pour la billetterie).

Le CESTE applique le programme officiel élaboré par le ministère de l'enseignement primaire et secondaire du Burundi. Les seuls cas de formation pratique se font lors des stages en entreprise où l'élève se trouve confronté, pour la première fois, aux réalités de sa profession.

Tableau 5 : SWOT du cadre institutionnel du tourisme

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ● cadre institutionnel quasi vierge ● détermination des 1ers responsables du ministère ● longue expérience avec un cadre en mono structure ● disponibilité de cadres formés ● demande très forte de restructuration ● fortes attentes des acteurs du secteur ● existence d'une association privée dynamique 	<ul style="list-style-type: none"> ● existence d'une structure unique ● inexpérience dans la gestion d'une structure centrale ● inexpérience dans la gestion administrative du tourisme ● appréhension de conflits éventuels suite à restructuration ● très fortes insuffisances des effectifs ● faiblesse des dotations budgétaires ● méconnaissances du secteur par les 1ers responsables du ministère ● inexistence d'une structure de formation ● pas de dispositif de financement ● cadre juridique inexistant ● pas de coordination avec les autres administrations
OPPORTUNITIES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> ● volonté politique des Autorités en faveur du tourisme ● Inscription du tourisme parmi les priorités de développement du pays ● engagement des partenaires au développement ● contexte de reformes dans tous les secteurs ● ouverture du pays ● libéralisation de tous les secteurs de l'économie ● politique touristique en cours d'harmonisation dans l'EAC ● expériences des pays voisins 	<ul style="list-style-type: none"> ● concurrence des pays de la région ● entrée en vigueur des accords EAC et OMC ● avance très forte des pays de la région ● opposition des autres administrations ● conflits compétences ● ressources externes non mobilisées ● troubles sociaux

Burundi



EMERGENCE DU TOURISME

Le secteur du tourisme et des voyages est l'un des plus grands secteurs d'activité économique, à croissance rapide. En 2010, le secteur a une valeur globale estimée à \$5750 milliards¹¹. Il représente 9,2% du PIB mondial et 8% de tous les emplois. L'Afrique a profité de cette croissance avec la valeur économique du tourisme pour atteindre \$ 44.2 million en 2007 et il est prévu 50 millions de visiteurs en 2010. Le tourisme a fourni un stimulus économique fort à un certain nombre de pays de la région, en particulier le Kenya et la Tanzanie. Le Burundi n'a toutefois pas encore développé le tourisme en ligne avec cette forte croissance régionale.

Le gouvernement du Burundi a reconnu l'importance potentielle du tourisme comme moteur économique qui peut lui permettre de remplir une série d'objectifs, y compris:

- la création d'emplois ;
- la lutte contre l'exode rural ;
- le développement des marchés pour les produits agricoles et de l'artisanat
- la consolidation de la stabilité sociale ;
- la préservation de l'environnement naturel et culturel ;
- l'amélioration de la balance commerciale de la nation.

3.1 Le Flux des touristes

Tableau 6 : Arrivées des voyageurs internationaux par nationalité de 1996 à 2007

	AFRICAINS	AMÉRICAINS	EUROPÉENS	ASIE DE L'EST & PACIFIQUE	ASIE DU SUD	TOTAL
1996	13 000	2 000	10 000	2 000		27 000
1997	5 000	1 000	1 000	4 000		11 000
1998	7 000	1 000	6 000	1 000		15 000
1999	12 000	2 000	10 000	2 000		26 000
2000	14 000	2 000	12 000	1 000		29 000
2001	17 000	2 000	14 000	3 000		36 000
2002	74 406	2 090	6 156	1 054		83 706
2003	74 116	2 308	7 620	1 162		85 206
2004	133 228	5 908	29 409	4 528		173 073
2005	148 418	9 956	29 486	4 023		191 883
2006	180 659	7 250	19 596	3 199	2 998	213 702
2007	118 457	854	1 782		71 093	192 186
	74%	4%	14%	2%	7%	100%

Source : Annuaire statistique 2007

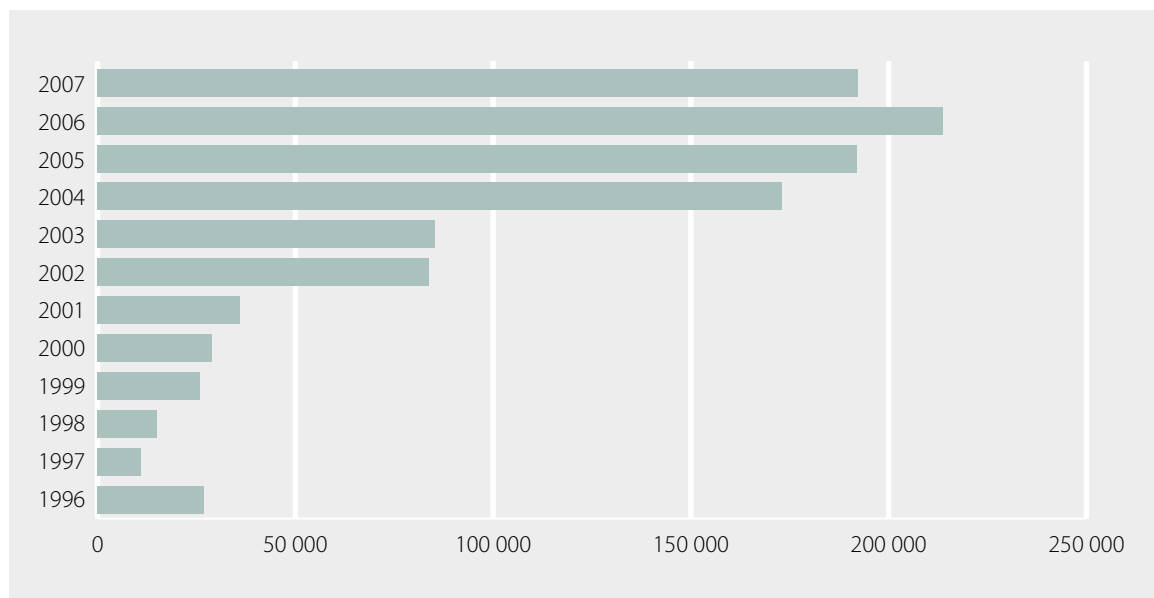
Ces statistiques ont été tirées de l'annuaire statistique 2007, édité par l'ISTEEBU. Lors du dépouillement des arrivées à l'aéroport en mai et juin 2010, nous avons observé des arrivées de visiteurs venant de la Chine pour des projets de construction de routes et de génie civil au Burundi. Également, des visiteurs venant de l'Inde viennent au Burundi pour l'assistance technique dans le domaine de la communication (U-COM). Ces deux catégories de visiteurs ont été regroupées dans le pays de résidence : Asie et Moyen Orient.

Cette situation peut résulter du regain de confiance des visiteurs venant d'Asie et du Moyen Orient suite à l'élection de 2005 et probablement d'accords bilatéraux entre le Burundi et avec des pays de l'Asie.

La fluctuation des visiteurs américains peut être expliquée par le mouvement de rotation des contingents américains du BINUB, avant et après l'année charnière de 2005. Un accroissement brutal de 133% s'est produit en fin 2002 avec des arrivées allant de 36 000 en fin 2001 à près de 84 000 de voyageurs en fin 2002, puis en fin 2004 un accroissement de 103% des arrivées par rapport à fin 2003.

Tableau
7

Taux de croissance annuelle



Source : Annuaire statistique 2007

La croissance annuelle semble se stabiliser à 3,5% fin 2007, avec un mode atteignant 213 702 arrivées en 2006. Sur 12 ans, 74% des arrivées sont en fait des africains, tandis que les américains et européens totalisent 18% des arrivées.

3.2 Les données statistiques

La demande a été appréciée à partir des statistiques 2007 complétées par une analyse exhaustive du mois de Mai 2010 des arrivées à l'aéroport de Bujumbura. Ce document présente une synthèse des analyses statistiques relatives aux flux des touristes internationaux venus et sortis du Burundi au cours du mois de mai 2010.

3.2.1 Etat des lieux des statistiques existantes avant l'exécution du projet

- **Statistiques des arrivées aux frontières** : Ces statistiques sont compilées à partir du tableau des arrivées mensuelles aux postes frontières élaborés par la Police de l'Air, des Frontières et des Etrangers (PAFE). Les données disponibles couvrent la période de 1996 à 2007. Il s'agit plutôt des statistiques annuelles des passagers à l'arrivée aux frontières et ne permettent pas d'identifier les touristes des non touristes, tel que recommandés par l'OMT.

- **Tourisme récepteur** : Les statistiques socio démographique de base telles les arrivées par pays de résidence, les arrivées par motif de visite et les statistiques sur la durée de séjour des visiteurs au Burundi ne sont pas traitées. A ces statistiques on peut ajouter celles concernant le choix d'hébergement des touristes.
- **Statistique monétaire** : Concernant la demande, il n'existe aucune statistique monétaire. Ces données monétaires concernent les dépenses de consommation du tourisme récepteur ventilées aux postes suivants: voyages, vacances et circuits à forfait, hébergement, repas et boissons, transport, loisir, culture et activités sportives, achats divers et autres dépenses.
- **Tourisme émetteur** : Les statistiques sur les départs des résidents par pays de destination, les statistiques par motifs de voyage et la durée de séjour en dehors du Burundi ne sont pas traitées. Les mêmes remarques se retrouvent sur les dépenses de consommation du tourisme émetteur.
- **Tourisme interne** : Il n'existe pas d'information concernant le tourisme interne, particulièrement sur les dépenses de consommation dans les industries du tourisme.

3.2.2 La fréquentation hôtelière

Trois opérations statistiques ont été menées par l'ONT en ce qui concerne la fréquentation et l'occupation des établissements hôteliers :

1. L'élaboration des statistiques de fréquentation hôtelière au 1^{er} semestre 2006,
2. Le dépouillement des données hôtelières par région en 2006,
3. L'élaboration du taux d'occupation dans les hôtels de classe internationale de 2005 à 2008.

L'Office National du Tourisme collecte des informations sur les arrivées et les nuitées dans les établissements hôteliers à travers deux formulaires des arrivées et nuitées, formulaires conformes aux recommandations de l'OMT. Cependant, tous les hôtels ne font pas l'objet de cette opération. Les informations sur les taux de fréquentation hôtelière, les taux d'occupation et les nuitées concernent seulement deux hôtels de Bujumbura. Les informations concernant l'utilisation des établissements d'hébergement sont donc très incomplètes, dans la mesure où la taille de l'échantillon n'est absolument pas représentative du secteur hôtelier de Bujumbura.

Ici encore, il n'existe aucune donnée monétaire en termes de demande qui consiste aux différentes formes de frais d'hébergement et tout autre service et biens offerts par le secteur hébergement. Ces consommations concernent aussi la consommation du tourisme interne dans le chapitre hébergement.

Concernant l'offre, il n'existe que quelques informations sommaires sur les hôtels. Les autres activités telles le transport, les voyagistes, les autres activités qui fournissent des produits consommés par les touristes sont simplement ignorées.

En ce qui concerne les hôtels et restaurants, deux documents sont disponibles à savoir :

1. Le guide des hôtels et restaurants du Burundi, mis à jour en 2002,
2. Hôtels du Burundi, mis à jour en 2006,

Ces documents fournissent les informations de base à savoir : le nom des établissements, les contacts téléphoniques, le nombre des chambres, le tarif des chambres et les prix moyens des repas. Ces listes sont reproduites en annexe. Cependant ces informations sont incomplètes dans la mesure où la typologie des chambres n'est pas spécifiée : double, single, suite, bungalow. Les autres informations manquantes sont :

- les données concernant l'exploitation : ouverture, statut juridique, la catégorie, les principaux responsables,
- la description des biens: typologie des chambres, équipement des chambres,

- la description des services généraux offerts par les établissements d'hébergement et de leurs caractéristiques,
- les équipements annexes et spécifiques des activités caractéristiques du tourisme,
- les informations sur les dispositifs d'hygiène, et de sécurité,
- les informations sur les emplois.

D'une manière générale, les autres établissements du tourisme tels que les agences de voyage, transporteurs, bars, restaurants, etc. ne sont pas traités.

3.2.3 Situation au 1er Juillet 2010, statistiques aux frontières

La nouvelle carte d'entrée /sortie aux frontières a été finalisée, en collaboration, avec la Police aux Frontières (PAFE).

Son expérimentation a eu lieu en octobre - décembre 2010 et la version révisée, conformément aux recommandations de la CAE, est d'usage depuis janvier 2011.

Avec la collaboration de la PAFE, le projet a pu collecter les statistiques du tourisme à l'aéroport et au poste frontière de Gatumba. Ces statistiques ont été élaborées à partir des fiches police sur les rubriques équivalentes à celles du tourisme à savoir: «la résidence légale comme pays de résidence», le motif de visite et la durée de séjour. La compréhension de la notion de «résidence légale» peut être différente d'un voyageur à l'autre, surtout pour les burundais non résidents qui peuvent mentionner le Burundi comme résidence légale, et les étrangers non burundais qui résident au Burundi mais mentionnent leur pays de nationalité comme résidence légale.

L'accès direct à ces fiches de la police a permis de constater les incohérences des données fournies par les voyageurs qu'il convient de corriger. Le traitement manuel des informations par la PAFE aux frontières, l'insuffisance des logistiques d'archivage au niveau des postes frontières, l'éloignement des postes frontières, font redouter des risques de déperdition des informations.

3.2.4 Statistiques des arrivées et nuitées hôtelières

Les fiches de collecte des arrivées et nuitées ont été reconçues conformément aux spécificités du secteur hébergement du Burundi. Ce support a un double objectif, d'être à la fois un outil de gestion pour l'hôtelier et un support de collecte des arrivées-nuitées dans les hôtels pour le service des statistiques du tourisme. Des formations sur le remplissage ont été prodiguées aux réceptionnistes et la collecte a débuté au mois d'avril 2010.

Sur les 87 établissements recensés, seulement une dizaine ont rendu leur formulaire, plusieurs allers-retours, parfois infructueux, des statisticiens, ont été effectués.

L'analyse des données collectées a montré le besoin de la continuité de la formation des réceptionnistes, et d'étendre cette formation aux premiers responsables des hôtels, afin d'espérer une continuité et de bon retours des fiches au service statistique du tourisme.

Le recensement des établissements d'hébergement de la ville de Bujumbura a permis d'instruire un répertoire hôtelier consistant bien que non exhaustif.

3.3 Mouvement des voyageurs à l'aéroport de Bujumbura : Mai 2010

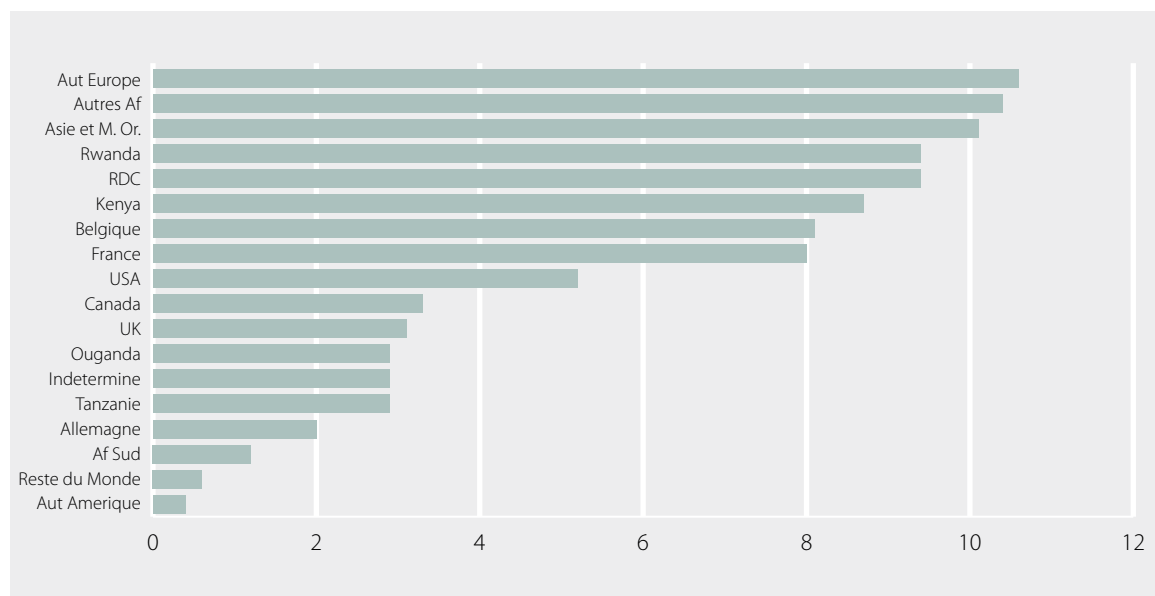
Un important travail de négociation avec la Police de l'Air des Frontières et des Etrangers a été effectué afin de mettre en service une carte Embarquement / Débarquement dotée d'un coupon réponse réservé au tourisme. Une formation impliquant la PAFE et l'ISTEEBU a été initiée dans le cadre du projet.

Dans l'attente de la mise en circulation de la nouvelle carte d'entrée/sortie, intégrant les données relatives au tourisme, l'actuelle carte a servi de support pour collecter les données caractéristiques du tourisme, à savoir: le domicile légal, la durée probable du séjour et le motif de visite. De l'information enregistrée dans la rubrique «domicile légal», est tiré le pays de résidence du voyageur.

L'objectif se limite volontairement à une présentation statistique des résultats du dépouillement des 4 467 cartes d'entrée/sortie à l'aéroport de Bujumbura. Les données étudiées concernent les pays de résidence, les motifs de visite et la durée de séjour. Sur la plupart des graphiques, la base de calcul indiquée correspond au nombre de fiches traitées pour chaque cas.

Tableau
8

Mouvements (x 1000) des non résidents au Burundi à l'aéroport de Bujumbura, Mai 2010



Ce graphique présente pour le mois de mai 2010 l'ensemble des mouvements de visiteurs à l'aéroport de Bujumbura, classées par pays de résidence (domicile légal). Les données sont en pourcentage. Les 2 256 non résidents à l'arrivée représentent 50,5% des touristes. Les résidents du Rwanda, Kenya et de la RDC constituent les 3 pays émetteurs les plus significatifs pour les pays africains, la Belgique et la France pour l'Europe.

On remarque 10,6% de touristes venant des autres pays européens surtout de l'Italie, 10,1% de l'Asie en grande partie de résident de la Chine et de l'Inde, enfin 10,4% d'autres pays d'Afrique, surtout de l'Afrique de l'Ouest.

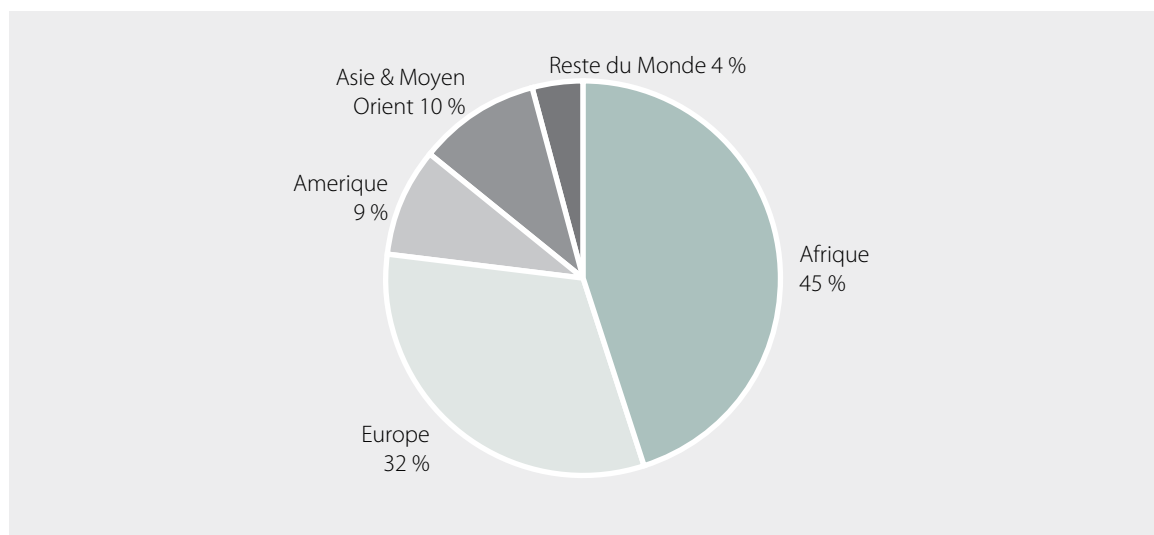
3.3.1 Mouvement par groupe de résidence: entrée des non résidents en mai 2010

Ce graphique, ci-dessous, montre pour le mois de mai 2010, le pourcentage de chaque groupe de résidence. Les touristes résidant en Afrique se démarquent du lot avec 45% des arrivées. Ces touristes se répartissent ainsi: 75% résident en Afrique de l'Est, 23% sont originaires des autres pays africains et 2% de l'Afrique du Sud. Ainsi, la destination Burundi est fortement marquée par l'arrivée de touristes de la sous région.

Les touristes européens viennent en seconde place avec 34% des arrivées, et se répartissent ainsi: les touristes venant de la Belgique et de la France représentent chacun 25%, 10% du Royaume Uni, 6% d'Allemagne et 34% d'autres pays d'Europe.

Tableau
9

Mai 2010, touristes par origine



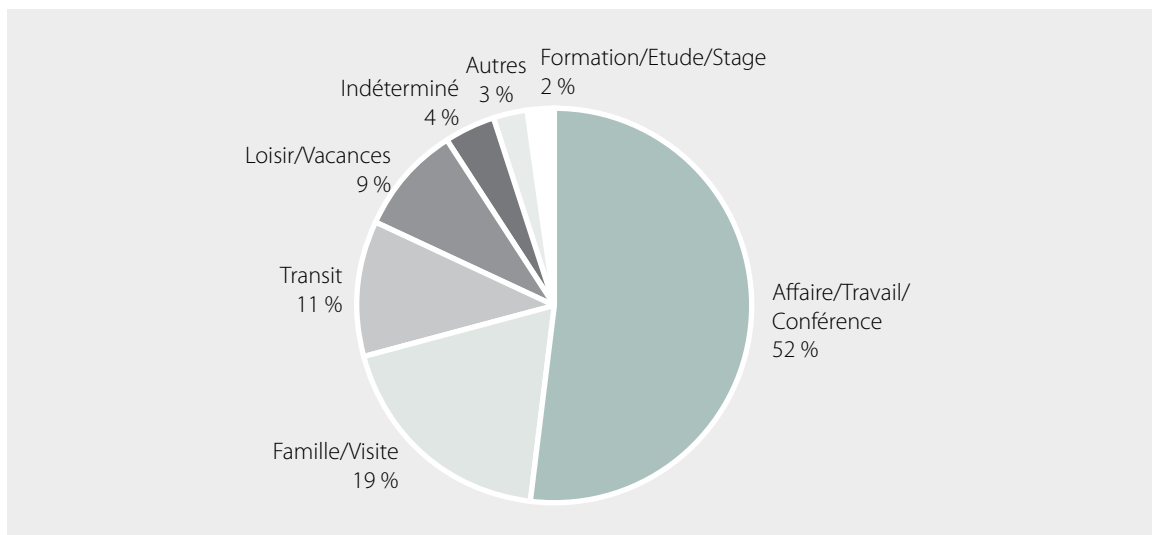
3.3.2 Arrivée des touristes non résidents par motif de voyage

Plus de 5 touristes sur 10 viennent pour motif professionnel au Burundi. Lors du dépouillement, l'observation des informations contenues dans les fiches permet de détailler ce motif en trois grands groupes:

- travail ou mission officielle pour de long séjours de 90 à 180 jours de séjour, plus parfois,
- hommes/femmes d'affaire pour de courts séjours inférieurs à 6 jours,
- conférence pour des séjours de 3 jours à une semaine,

Bujumbura constitue un point de transit pour des voyageurs allant ou venant de la RDC et probablement d'autres pays. Le taux est important et nécessite une analyse plus fine afin de déterminer les excursionnistes et les voyageurs qui passent au moins une nuit au Burundi.

Les taux des motifs «Autres» et «indéterminé» doivent être affinés pour les analyses dans le futur. Ils peuvent représenter la superposition de plusieurs motifs et tendent à sous estimer les résultats.



3.3.3 Motif de visite des non résidents par continent

Pour tous les continents, la motivation des touristes pour la destination Burundi est le motif professionnel – business, en deuxième position, les touristes viennent pour des motifs familiaux. Les non résidents européens et africains totalisent plus d'arrivées pour loisirs et vacances que les autres continents, tandis que les américains et asiatiques viennent plus pour les visites familiales. On note une forte proportion d'africains en transit à l'aéroport de Bujumbura. Spécifiquement pour les résidents en Belgique, le motif 'AFFAIRE' est surtout dominé par les missions officielles.

Le dépouillement a montré que les visiteurs venant de la France viennent pour des missions officielles de 90 à 180 jours, parfois plus. Cette catégorie peut inclure aussi la diaspora burundaise résidente en France qui vient pour les vacances et visiter leur famille pour des durées de 30 à 60 jours, spécialement des élèves et étudiants.

Les visiteurs venant du Canada, viennent particulièrement pour des visites familiales. Il peut s'agir de la diaspora du Burundi au Canada. Ils restent généralement entre 30 et 60 jours.

3.3.4 Durée moyenne de séjour par pays de résidence des touristes non résidents

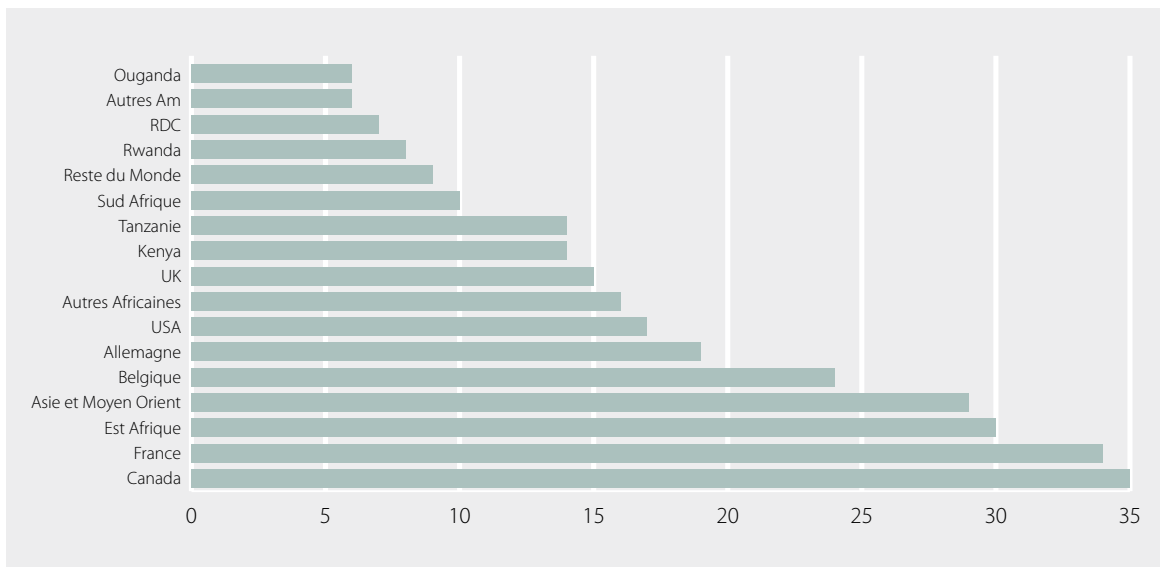
Ce graphique, ci-après, précise la durée moyenne de séjour déclarée par les touristes non résidents à leur arrivée au Burundi.

Les visiteurs qui empruntent les vols «longs courriers» restent en moyenne, pour la plupart plus de 15 jours au Burundi, et moins de 15 jours pour les vols «courts courriers», à l'exception des résidents «Autres Amériques», essentiellement des Sud Américains.

Les vols longs courriers génèrent plus de nuitées pour le Burundi et vont tendre à amplifier le volume du tourisme.

Tableau 11

Durée de séjour



3.3.5 Classe de durée de séjour des touristes non résidents

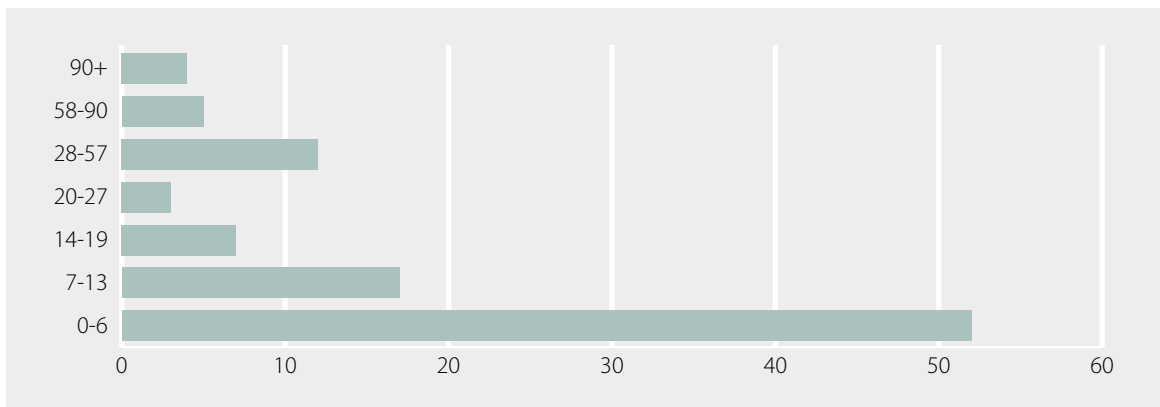
Ce graphique, ci-dessus, montre la classe de durée moyenne de séjour déclarée par les touristes non résidents à leur arrivée au Burundi. Il se dégage trois modes:

- les très courts séjours de 0 à 6 jours qui représentent 52% des arrivées des non résidents, il s'agit probablement des séjours d'affaire
- les séjours de 7 à 13 jours qui représentent 17% des arrivées,
- les séjours de 28 à 57 jours qui représentent 12% des arrivées.

Il existe donc au moins trois populations de visiteurs pour le Burundi qu'il faudrait préciser dans le futur.

Tableau 12

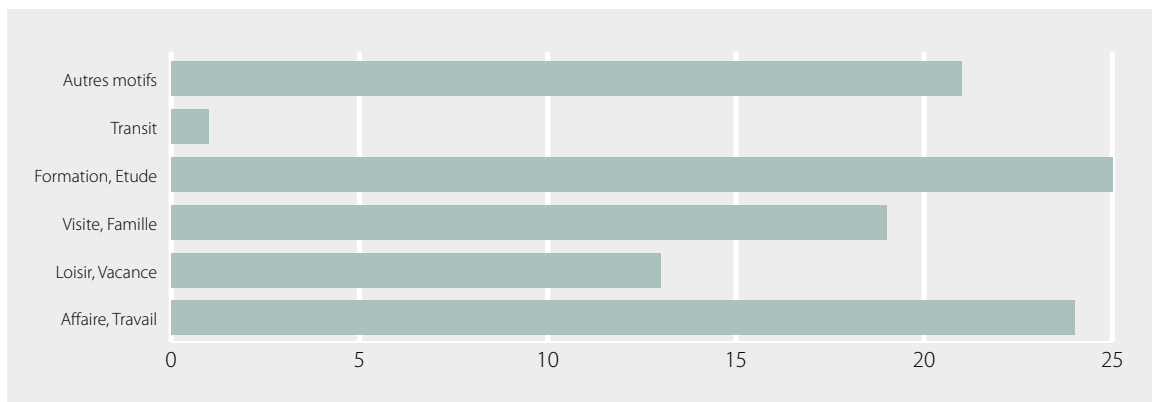
Classe de durée de séjour des touristes non résidents, Mai 2010



3.3.6 Durée de séjour par motif de visite des touristes non résidents

Tableau
13

Durée moyenne en jours de séjour par motif, Mai 2010



Ce graphique précise la classe de durée moyenne de séjour déclarée par les touristes non résidents par motif de visite à leur arrivée au Burundi. Les visiteurs de vacances et de loisir séjournent 13 jours au Burundi, pendant le mois de mai.

Le tourisme d'affaire regroupe les hommes d'affaires qui restent moins de 6 jours et des missionnaires et officiels qui restent pour de longs séjours de plus de 90 jours. En moyenne, leur durée de séjour est de 24 jours. Les touristes qui se rendent au Burundi pour visite familiale et des amis restent en général pour 19 jours.

3.4 Contexte régional

Le pays étant enclavé et très éloigné du port maritime le plus proche, l'intégration régionale est essentielle pour renforcer sa compétitivité. C'est pour cette raison que le Burundi accorde une priorité aux projets régionaux et participe à une initiative visant à faire valoir la région d'Afrique de l'Est. Le Burundi a adhéré au Marché commun des États d'Afrique Orientale et Australe (COMESA), à la Communauté économique des Pays des Grands lacs (CEPGL) et, plus récemment, à la Communauté d'Afrique de l'Est (EAC).

L'intégration régionale permettra non seulement de réduire les coûts de transport et d'améliorer l'accès aux biens et services, mais ce sera également un tremplin pour l'accès des exportations burundaises au vaste marché de la région. Mieux encore, elle permettra d'attirer les investissements étrangers en vue de stimuler la prospection minérale et les activités minières.

En juillet 2007, le Burundi est devenu membre de la Communauté de l'Afrique de l'Est (EAC), dont le traité fondateur en 1999 établissait la vision d'une unification future du Kenya, de la Tanzanie et de l'Ouganda. Les étapes prévues pour y parvenir prévoyaient la construction d'une union douanière, d'une union monétaire et à terme, d'une fédération politique. Le marché commun a été lancé le 1er Juillet 2010.

Les réformes proposées de douane, dont beaucoup sont mis en œuvre, sont les suivants :

- adoption de tarifs extérieurs communs ;
- élimination des tarifs inférieurs des autres membres de l'EAC ;
- harmonisation des procédures douanières et des normes d'évaluation.

Il y a des signes de plus en plus de l'intégration régionale de l'offre touristique. L'Ouganda et le Rwanda sont maintenant officiellement coopérants dans le développement des gorilles des hautes terres comme une attraction. Il existe également des preuves pour soutenir l'émergence du tourisme multi centre dans la région, en particulier des combinaisons de plage, safari et les itinéraires de montagne. Avec une intégration plus étroite au sein de l'EAC pris en charge par le visa touristique commun proposé cette tendance continuera sans aucun doute.

Burundi



**ENVIRONNEMENT
DES AFFAIRES**

4.1 Climat de l'investissement

4.1.1 Le cadre fiscal et douanier

Au Burundi, on distingue parmi les impôts nationaux :

- les impôts directs gérés par l'administration centrale: Impôts sur les bénéfices des sociétés : 35% des bénéfices ;
- les impôts indirects : TVA au taux unique de 18 % ;
- Taxes gérées par les collectivités locales : taxes foncières et taxes professionnelles.

En ce qui concerne un projet touristique, les impôts et taxes applicables peuvent être décrits comme suit :

a) *En phase d'exploitation*

- » La taxe hôtelière et touristique de 5% qui n'a jamais été appliquée et devait disparaître avec la TVA (décisions du Conseil des Ministres du 29 Octobre 2009) ;
- » La TVA, introduite le 1er Juillet 2009 au taux unique de 18% a remplacé la taxe sur les transactions (TT) qui prévoyait 3 taux (7, 17 et 20 %) avec de nombreuses exonérations ;
- » La licence d'exploitation payable une seule fois à l'ouverture de l'activité: 20.000 BIF (pour les débits de boissons), 30.000 BIF (pour les restaurants) et 50.000 BIF pour les hôtels. (voir l'ordonnance ministérielle n° 750/753 du 06 mai 2010 portant révision des conditions d'obtention de licences d'exploitation des hôtels, restaurants et débits de boissons) ;
- » Les taxes locales : Taxe Professionnelle et impôt foncier annuels ;

b) *Impôt sur les bénéfices*

- » 35% des bénéfices sous réserve d'un crédit d'impôt. (cf Code des Inv.).

c) *Taxes douanières : Les importations liées à la construction et à l'exploitation d'une affaire sont exonérées de droits de douane, y compris pour le remplacement du matériel après amortissement complet.*

4.1.2 Le Code des Investissements

Le Code des Investissements est régi par la loi du 10 Septembre 2008 précisant le cadre général et les garanties accordées aux investisseurs au Burundi, complétée par la loi du 24 Septembre déterminant les avantages fiscaux :

- exonération des droits de mutation relatifs à l'acquisition des immeubles et terrains indispensables à la réalisation de l'investissement et son exploitation ;
- octroi d'un crédit d'impôt de 37% du montant total des biens amortissables investi pour tout investissement équivalent ou supérieur à 100 millions de FBu la première année et créant au moins 10 emplois permanents à Bujumbura ou 5 emplois permanents en dehors de la capitale ;
- exonération des droits de douanes sur toutes les importations des biens d'investissements ;
- l'exonération totale et sans acquittement au titre d'acompte de la TVA à l'importation pour tout investissement d'une valeur supérieur à 500 millions de FBu ;
- une réduction des droits compensatoires à l'importation qui passent d'un taux de 5% à 1,5% pour tout investissement d'une valeur supérieure à 10 milliards de FBu ;
- pour les projets d'investissements stratégiques pour le pays, la possibilité pour l'API de proposer au Ministre des Finances l'octroi d'avantages fiscaux et douaniers supplémentaires à titre dérogatoire ;
- réduction du taux d'imposition sur les bénéfices: de 2%, s'il emploie entre 50 et 200 travailleurs burundais et de 5% s'il emploie plus de 200 travailleurs burundais.

4.1.3 Les zones franches

Le régime en « entreprise franche » bénéficie d'une exonération totale de l'impôt sur les bénéfices pendant 10 ans. A partir de la onzième année, le taux de l'impôt sur les bénéfices est de 15%. Il est réduit à 10% si l'entreprise emploie plus de 100 ressortissants burundais permanents. Le régime en « entreprise franche » est applicable :

- aux entreprises agricoles et d'élevage ;
- aux entreprises industrielles et artisanales ;
- aux entreprises commerciales ;
- aux entreprises de services ;

L'entreprise commerciale paie une taxe annuelle sur le Chiffre d'Affaire égale à 1 %, ramenée à 0,8% si l'entreprise emploie 20 employés permanents burundais.

4.1.4 Diagnostic en ce qui concerne le code des investissements

La Loi du 10 septembre 2008, constitue une amélioration sensible dans la protection des Investissements directs étrangers, notamment en ce qui concerne l'expropriation, le transfert de capitaux et l'accès à l'arbitrage international. Par ailleurs, un certain nombre d'Accord de Promotion et de Protection des Investissements (APPI) ont été conclus avec des pays européens. Précisons par ailleurs, que le Burundi a pris un engagement sectoriel en faveur du Tourisme et des voyages. Enfin, l'adhésion du Burundi à l'Agence Multilatérale de Garantie des Investissements, permet aux investisseurs de se prémunir contre les restrictions en matière de transfert de devises, l'expropriation, les troubles de l'ordre public et les ruptures de contrat.

La Loi du 24 Septembre prévoit une exonération égale à 37% du montant de l'investissement sur 5 ans. Cette mesure est relativement peu lisible, car il peut y avoir des risques de contestation sur le montant de l'investissement effectué. Enfin, le régime de zone franche, très favorable au demeurant, n'est pas applicable au tourisme car il est lié à l'exportation de toute la production, la création d'une Valeur ajoutée de 35 % au moins et concerne essentiellement l'industrie.

4.2 L'Agence de Promotion des Investissements (API)

4.2.1 L'Agence de Promotion des Investissements

L'API est un Etablissement Public à caractère administratif relevant du Ministère ayant le Plan dans son portefeuille. Créée en Octobre 2009, elle jouit d'une autonomie financière. Son budget alloué est de 800 000 000 de BIF + un appui technique et des facilités accordées par la CNUCED. L'API a pour missions et services : appui et assistances aux investisseurs, appui et assistance aux exportateurs ; l'amélioration du climat des affaires et la promotion des investissements et des exportations.

L'API est administrée par un Conseil d'Administration et une Direction. Elle est composée des services : de Promotion des Investissements et de la Communication ; de Promotion des Exportations ; d'Appui et Assistance aux investisseurs et d'un service Administratif et Financier.

A partir d'une lettre d'intention remise à l'API, l'investisseur doit fournir un business plan précis, une étude de faisabilité et un plan de financement.

En ce qui concerne le foncier, l'API peut transmettre une demande à l'Urbanisme qui peut proposer un terrain relevant du secteur privé de l'Etat. Dès réception du dossier complet, l'API transmet le dossier au Ministère des Finances.

4.2.2 Diagnostic

L'API, institution très récente, constitue un acteur indispensable dans la captation d'investisseurs. Son efficacité sera de toute façon liée :

- à la disposition d'un budget d'investissement suffisant pour opérer des actions concrètes de captation d'investissements directs étrangers ;
- à la mise en œuvre d'opérations ciblées dans le domaine du tourisme, notamment auprès des investisseurs sous-régionaux rompus à l'écotourisme ;
- à sa capacité à accompagner l'investisseur dans les procédures. L'API constitue alors un Guichet Unique se chargeant de transférer les dossiers vers les administrations concernées et d'en opérer le suivi.

4.3 Contexte foncier

4.3.1 Le Code foncier

Le Code foncier de 1986, encore en vigueur précise :

- les personnes physiques ou morales étrangères jouissent des mêmes droits et protections que les nationaux. Elles peuvent notamment bénéficier des cessions ou de concessions de terres domaniales telles que définies par le Code ;
- le Domaine Public de l'Etat est inaliénable, imprescriptible et insaisissable. Les terres du Domaine Privé de l'Etat peuvent faire l'objet d'une concession à titre onéreux ou à titre gratuit ;
- le domaine foncier des Communes, des établissements publics et des sociétés de droit public comprend un domaine public et un domaine privé relevant du présent code. Le domaine public est constitué des terres affectées à la mission intrinsèque des établissements publics et sociétés de droit public. Les autres terres en constituent le domaine privé.

Les terres du domaine privé de l'Etat sont classifiées comme suit :

- première catégorie : terre rurale de moins de 4 hectares. Le Gouverneur de province est compétent ;
- deuxième catégorie : terre rural comprise entre 4 et 50 hectares. Le Ministre ayant l'Agriculture dans ses attributions est compétent ;
- troisième catégorie : terre urbaine de moins de 10 hectares : le Ministre ayant l'urbanisme dans ses attributions est compétent
- quatrième catégorie : terre rurale de plus de 50 hectares : par décret uniquement ;
- cinquième catégorie : terre urbaine supérieure à 10 hectares : par décret uniquement.

4.3.2 Acquisition des terrains

Acquisition des terrains du domaine privé de l'Etat : ces terrains ne peuvent pas être vendus : seule une concession de 99 ans est possible. La réserve foncière privée de l'Etat concerne toutes les zones du Burundi.

Procédures d'acquisition foncière d'un terrain privé : Le Service des Titres Fonciers, logé au Ministère de la Justice a pour objet de garantir le droit foncier et de se prémunir contre les fraudes et les violations. Il est chargé de l'enregistrement des titres fonciers. Pour effectuer cet enregistrement, un bornage très précis doit être délivré ce qui suppose la transmission du dossier au cadastre.

Le vendeur doit joindre un contrat de vente établi par un notaire et une attestation de possession délivrée par l'autorité communale et approuvée par le Gouverneur de la Province. Pour demander une attestation de possession, le vendeur doit présenter un document certifié par le chef de colline. En cas d'héritage, il doit y avoir accord écrit de tous les prétendants à l'héritage qui peut arbitrer les conflits avant de saisir le tribunal compétent. L'acte de vente est officiel à partir du moment où l'acquéreur dispose du nouveau titre foncier.

Précisons qu'un nouveau code foncier est en préparation. La certification aura lieu au niveau communal et des commissions de reconnaissance auxquelles participera le voisinage sont prévues. Le bornage ne sera plus possible sans la présence des voisins.

4.3.3 Contexte foncier et aménagement du territoire

La Banque Mondiale a financé quatre schémas pour les provinces de Kirundo, Muyinga, Bubanza et Ngozi et 4 autres schémas sont en cours de réalisation à Muramvya, Mwaro, Makamba et Bururi. L'Union européenne financera 4 autres schémas des provinces : Gitega, Cankuzo, Ruygi et Rutana. La Loi prévoit qu'après approbation, les schémas s'imposent à tous les intervenants.

Le secteur tourisme est mentionné dans les schémas : prise en compte des sites, des Parcs Nationaux, des sites historiques, les routes d'intérêt touristique... Dans les provinces du Nord dont les plans sont établis, une seule zone touristique a été identifiée à Buye, en Province NGOZI. En ce qui concerne le littoral du lac Tanganyika : une bande de 150 mètres considérés à partir des hautes eaux est inconstructible et 100m pour les autres lacs du pays.

L'Aménagement du Territoire ne gère que les terrains situés en milieu rural. L'urbanisme se charge des Schémas d'Aménagement urbains. En ce qui concerne l'aménagement du territoire :

- il n'y a toujours pas de schéma d'aménagement pour le littoral.
- Seule une petite zone touristique a été identifiée à Buye où un grand hôtel est en cours de construction Elle a un beau panorama sur la ville de Ngozi, au delà d'une grande vallée.
- Les services du tourisme n'ont pas été associés à l'élaboration de ces schémas d'aménagement et il n'existe pas jusqu'à présent de Schémas Directeur du Tourisme
- De nombreux périmètres à vocation touristique n'ont pas été identifiés comme tels et risquent de connaître des orientations autres que touristiques compromettant ainsi la gestion durable de la destination Burundi.
- Les zones touristiques identifiées ne sont pas obligatoirement du domaine privé de l'Etat et les investisseurs pourront négocier avec les propriétaires privés.
- Pour tout aménagement touristique, une étude d'impact est obligatoire, mais le maître d'œuvre de cette étude n'est pas clairement défini.

En ce qui concerne l'acquisition foncière, la cession de gré à gré d'un terrain relevant du domaine privé est sujet à contestation et doit être évité si possible et la concession d'un terrain relevant du domaine privé de l'Etat lui est préférable sous la forme d'un bail emphytéotique d'une durée minimale, en fonction de la nature du projet et d'une durée maximale de 99 ans. Précisons qu'un nouveau code foncier qui doit préciser la durée de l'emphytéose est en préparation.

4.4 Le financement des projets touristiques au Burundi

4.4.1 Généralités

Tout secteur économique profite d'avantages et subit des contraintes qui lui sont propres. Le tourisme, du moins dans sa composante hébergement, souffre de deux handicaps directement liés à la nature même des investissements nécessaires :

- c'est une activité à forte intensité capitalistique, c'est-à-dire que l'investissement nécessaire à l'exploitation est très important par rapport au chiffre d'affaires attendu (de l'ordre de 2 à 3 fois le C.A. annuel : A titre d'exemple, pour générer un C.A. annuel de 500.000 €, il faudrait prévoir un investissement minimum de 1,5 million d'€.
- c'est une activité à faible rentabilité économique, c'est-à-dire que l'investissement à réaliser dégage un résultat d'exploitation faible (de l'ordre de 10 à 12 % de l'investissement total).

Ces deux caractéristiques majeures de l'investissement dans le domaine du tourisme se traduisent par des consignes très strictes en ce qui concerne le financement des projets.

Puisque le chiffre d'affaires par rapport à l'investissement global est faible, il faudra à l'investisseur une durée suffisante pour assurer le remboursement des emprunts, c'est-à-dire qu'il devra négocier un prêt sur une durée suffisamment longue (de l'ordre de 15 ans).

Afin d'augmenter la rentabilité de ses capitaux propres investis, l'investisseur devra obtenir des prêts à un taux très favorable. Ce taux devra de toute façon être inférieur à la rentabilité économique du projet pour pouvoir bénéficier d'un « effet de levier financier ». Aussi, l'investisseur devra obtenir un prêt au taux de l'ordre de 10 % pour pouvoir valoriser son retour sur investissement.

4.4.2 Les banques commerciales

Il y a un certain nombre de banques commerciales opérant au Burundi, qui peut fournir un financement pour des projets touristiques. Cependant, ces institutions n'engagent leur financement à court terme qu'à concurrence d'un plafond de BIF3.6 milliards. Le taux d'intérêt sur les prêts est élevé, environ 17% chacun, mais peut être réduite par 3 ou 4 points si l'emprunteur bénéficie d'une garantie. L'apport personnel est traité au cas par cas.

4.4.3 La banque du COMESA

Le COMESA (Marché Commun de l'Afrique orientale et australe) est une institution sous régionale recouvrant des pays du Sud et de l'Est de l'Afrique, dont le siège est basé à Lusaka. Il dispose en son sein d'un établissement bancaire dont le siège est au Burundi et dont la mission consiste à financer des projets privés, à des sociétés uniquement.

- interventions à Court Terme : Il s'agit du financement d'importations, essentiellement dans le domaine du carburant, d'engrais chimiques pour la culture du thé. La durée du prêt ne peut excéder 24 mois. Pour les problèmes de trésorerie, la banque à l'intention de lancer un système de factoring ;
- interventions à Moyen et Long Terme : La banque peut financer 50% du projet sur une durée de 10 ans maximum. Le taux est compris entre 8 et 10 %, remboursements en devises uniquement. L'accord de la Banque Centrale est nécessaire. Elle peut intervenir sous la forme d'Equity mais ne pratique pas le portage. Elle peut travailler en pool avec d'autres institutions comme la Société financière Internationale, mais l'apport personnel minimum doit être de 25 à 30%. Outre le financement, la banque du Comesa intervient en garantie et s'appuie notamment sur le Fonds de Solidarité Africain à Niamey et l'African Trade Insurance Agency, groupe Banque Mondiale.

- interventions dans le domaine du Tourisme : La banque a financé 4 établissements hôteliers au Rwanda, pour un total de 400 chambres à 4 étoiles.

4.4.4 Fonds de soutien à l'investissement privé (FOSIP)

Le FOSIP est un Fonds qui a pour mission la prise en charge sous forme de prêts d'une partie de l'apport en fonds propres de promoteurs ne disposant pas de la quantité minimale pour obtenir une intervention bancaire et la participation temporaire au capital risque des entreprises existantes ou à créer. Le FOSIP est placé sous la tutelle du Ministre ayant la Planification dans ses attributions.

Le montant maximal de l'intervention est limité à BIF20 000 000 soit 12 000€ environ. Le prêt est accordé sans intérêt, mais un montant forfaitaire de 2% du prêt doit être honoré par l'emprunteur avant le déblocage des fonds. Non concerné par des projets structurants.

4.4.5 La Banque Nationale pour le Développement Economique (BNDE)

La BNDE est une banque de développement dont les actionnaires sont l'Etat, la BEI, la Coopération belge. La BNDE intervient dans le financement des projets publics et privés. La banque finance des prêts libellés en BIF sur une période de 7 ans. Le taux varie de 12 à 18 % selon le refinancement (lignes de crédit spécifiques financées par des Coopérations bilatérales ; prêts au PME ou Micro – crédit par exemple). L'emprunt minimum est fixé à 5 000 000 de FBU et est déplafonné, sous réserve que les engagements auprès d'un même investisseur ne dépassent pas 20% des Fonds propres de la BNDE. Dans un futur proche, la BNDE souhaite s'orienter vers l'equity et le portage avec relais à 3 ou 5 ans.

4.4.6 Les banques diagnostic

Les banques commerciales n'offrent pas de réelles possibilités pour les développeurs d'un produit structurant, dans la mesure où, surliquides elles ne peuvent intervenir qu'à moyen terme et à des conditions trop proches de la rentabilité économique d'un projet touristique pour pouvoir faire jouer l'effet de levier.

Bien que ces durées d'intervention soient limitées à 10 ans, la banque du COMESA peut très bien intervenir au niveau des murs tandis que la BNDE pourrait sur 7 ans financer le fonds de commerce, à savoir l'aménagement de l'établissement hôtelier, le gros matériel d'exploitation. En outre, le FSA, la SFI (groupe Banque Mondiale) peuvent, à défaut d'intervenir en capital risque, se porter garant et donc limiter les taux d'intérêt. De toute façon, un apport de 25 à 30% du montant total de l'investissement (terrain + murs + aménagement + fonds de roulement) constitue un minimum.

Ce montage financier est toutefois perfectible et il conviendrait toutefois de négocier une ligne de crédit avec un bailleur de fonds exclusivement consacrée au financement de projets privés structurants.

Burundi



IMPACTS DU TOURISME

5.1 L'impact économique

5.1.1 Au niveau macro économique

Le dernier recensement réalisé au Burundi en 2008 établit la population de ce pays à 8 053 574 habitants. La majorité de la population rurale vit d'une agriculture et d'un élevage de subsistance et ne participe que marginalement à l'économie monétisée. Au cours des quarante dernières années, le Burundi a connu une croissance économique mitigée, une grande partie de cette période étant marquée par une croissance à la fois faible et volatile. Dans les années 70 et 80, la croissance économique progressait au taux d'environ 3,5 % par an en valeur réelle, mais le début de la guerre civile en 1992 et la période de faible conjoncture qui a suivi et qui s'est prolongée jusqu'en 2005, ont profondément bouleversé la structure de l'offre et de la demande au sein de l'économie burundaise. Cette évolution fournit des informations importantes pour l'élaboration de la stratégie de développement au cours de la prochaine décennie et au-delà en vue d'atteindre une croissance économique solide et durable.

Le tourisme participera davantage à la production de richesse nationale ce qui se traduira par une augmentation de sa participation dans le PIB sans pour cela atteindre des niveaux rencontrés dans certains pays où le tourisme constitue la seule richesse. Par ailleurs, son poids dans le budget de l'état devra croître sensiblement de par la fiscalisation indirecte, les impôts directs étant faiblement mobilisateurs en raison des avantages consignés dans le code des investissements.

5.1.2 En ce qui concerne les devises

Le tourisme est devenu la première source de devises pour un tiers des pays en développement. Il faut toutefois apprécier avec prudence l'apport de devises généré par le tourisme. En fonction des habitudes de consommation, une partie des devises reçues peut quitter le pays et il convient de raisonner en termes de recettes nettes plutôt qu'en recettes brutes.

5.1.3 En ce qui concerne les investissements

La volonté de participer au grand marché du tourisme devra nécessairement se traduire par une volonté de garantir aux investisseurs des conditions de financement et un climat des affaires valorisant. Cette volonté se traduira par une amélioration du climat de l'investissement et la prise en compte des spécificités du tourisme et par une négociation avec des établissements financiers de lignes de crédit adaptées tant en terme de durée du prêt que du taux d'intérêt.

5.2 Les aspects positifs du tourisme

5.2.1 La paix et inclusion sociale

Le tourisme pourra contribuer à la réduction de la pauvreté et la consolidation de la paix en faisant en sorte que le développement et les possibilités d'emploi soient créés dans tout le pays.

5.2.2 Au niveau de l'intégration régionale

Dans un angle purement touristique, on peut s'attendre à un développement des normes sous régionales applicables dans ce secteur, notamment en matière d'hébergement. Ceci aurait un impact positif : en effet, l'Ouganda a imposé dans certaines catégories d'hôtels le standard appliqué au Kenya. Ceci a eu pour effet une meilleure visibilité sur la qualité des prestations proposées et dans les retombées du tourisme.

5.2.3 Au niveau de l'environnement

La nature est le plus grand potentiel touristique burundais. Cependant des mesures pour assurer sa protection doivent être mises en oeuvre. En raison de la pression démographique et de la faible protection de l'environnement du Burundi, la nature est gravement menacée. Le processus de déforestation a été étendu au reste des forêts indigènes. Dans le même temps le processus d'expansion urbaine s'est accéléré, et il y a eu un déplacement de populations des zones rurales vers les zones urbaines.

5.3 Impacts socio-économiques

La mesure des impacts socio-économiques du tourisme dans l'économie nationale suppose une mise en perspective de certaines données comparables sur le plan national. Ce sont entre autres :

5.3.1 Le produit intérieur brut (PIB)

Le PIB moyen par habitant s'établissait en 2008 à \$144 par an. Selon l'ISTEEBU, les nouvelles estimations du PIB indiquent que les chiffres du PIB nominal sont supérieurs de 35% à ceux calculés jusqu'à présent. La part des différents secteurs était pour le :

- secteur primaire : 46% ;
- secteur secondaire : 16% ;
- secteur tertiaire : 38%.

Les données publiées en 2008 révèlent que 17% de la valeur du PIB a été consacrée à l'investissement au sein de la formation brut du capital fixe.

5.3.2 Les recettes de l'État

La part de l'aide publique au développement (qui n'inclut, ni les opérations d'allègement de la dette, ni les opérations humanitaires et d'aide d'urgence) a atteint \$301 millions dans le budget d'investissement en 2007.

Les ressources extérieures qui proviennent des bailleurs de fonds sous forme d'aides budgétaires, de prêts et de dons financent plus de la moitié du budget de l'État. Elles ont été en augmentation sans aucune certitude sur le niveau prévisible de la contribution des bailleurs. Ceci implique pour le Ministère des Finances la difficulté à faire une préparation de budget qui subisse peu de variation. Les recettes propres qui sont alimentées par les taxes représentent moins de 50% du budget de l'État.

5.3.3 La situation de l'emploi

La principale caractéristique en matière d'emploi au Burundi est que la grande majorité des actifs employés en milieu urbain travaille dans le secteur informel. Le secteur public emploierait 18,5% des actifs employés contre 6,5% dans le secteur privé. Le revenu mensuel moyen s'établit à \$67. Il peut atteindre \$265 dans les entreprises privées et se situe autour de \$47 dans le secteur informel. Ce faible niveau de revenu salarial dans l'informel encourage l'esprit d'entreprise dans les milieux urbains. C'est dans ce contexte que seront dégagées les données d'appréciation du secteur touristique dans l'économie du Burundi.

Le tourisme est bien évidemment générateur d'emploi mais cela suppose que l'on ait résolu les problèmes liés à la qualification. Une formation "sur le tas" s'avère généralement insuffisante et dans un marché mondialisé peut s'avérer très contre productive.

Néanmoins, entre les emplois directs (de l'ordre de 0,8 employé par chambre hors services de gardiennage), les emplois indirects (c'est-à-dire les emplois générés par les dépenses des visiteurs dans d'autres domaines que les services d'hébergement tels que le transport intérieur) et les emplois induits, c'est-à-dire générés par les dépenses du secteur tourisme dans les autres secteurs (agriculture notamment), le tourisme s'avère être un formidable pourvoyeur d'emplois, véritable manne pour les pays en développement.

5.3.4 L'investissement dans le tourisme au Burundi

L'investissement dans le tourisme en général et les hébergements touristiques au Burundi est caractérisé par :

- une grande hétérogénéité des situations ;
- un niveau d'investissement cumulé modeste à l'échelle du potentiel touristique du pays ;
- un faible niveau des investissements directs étrangers.

Sur les 20 dernières années, l'investissement dans le secteur peut être estimé à moins de \$40 millions, ce qui traduit une défaillance des acteurs publics et une situation d'attentisme des promoteurs privés.

La période 2001 à 2007 a fait l'objet d'une forte incitation avec, notamment, l'exonération des droits de douanes sur les outils de production. Ceci a permis aux burundais d'investir dans les hébergements touristiques et participer à la reconstruction de leur pays. Il n'y a pas eu d'évaluation des retombées de ces mesures incitatives. Avec la volonté du Gouvernement d'encourager le développement du tourisme le long du lac Tanganyika, un glissement des zones favorites pour l'investissement semble se faire sur le littoral.

Sur Bujumbura et le long du littoral, le coût d'investissement par chambre est d'environ \$34,000. Il s'agit d'un niveau tiré vers le haut en peu d'années seulement avec les structures nouvelles et dont les promoteurs essaient d'offrir un produit acceptable sur le plan international.

Les IDE s'établissent à environ 18% des établissements visités, contre 12% pour les programmes en co-investissement et/ou joint venture. 70% des nouvelles opérations sont réalisés par les burundais.

Tableau 14 : Estimation au 17 avril 2010 exprimée en \$US

LOCALISATION	INVESTISSEMENT		
	2010	AVANT 2000	APRÈS 2000
Bujumbura	26 291 000	10 91 000	16 000 000
Province	7 114 000	1 020 000	6 094 000
Littoral	3 700 000	300 000	3 400 000
Province	37 105 000	11 611 000	25 494 000

5.3.5 Le chiffre d'affaires de la branche hébergement

La recette moyenne par Chambre louée à Bujumbura est de l'ordre de \$107 dans les 6 principaux établissements hôteliers qui ont une visibilité ou un standard international. Ces établissements sont significatifs à plusieurs points de vue : taille, performance des résultats d'exploitations, qualité de management.

L'indicateur de la recette moyenne par Chambre louée a été retenu en conduisant les entretiens avec les opérateurs dans le but d'avoir une grille homogène sur le chiffre d'affaires dans le segment hébergement

touristique. Son application n'a été possible que dans le secteur de Bujumbura où les données sont disponibles dans les établissements visités. La gestion approximative, familiale et presque sans les règles comptables de la quasi-totalité des établissements de province peu convaincants sur l'estimation du Chiffre d'affaires avancé par les exploitants.

L'estimation faite par les exploitations a été recoupée avec les taux d'occupation, les prix affichés chaque fois que cela a été nécessaire, notamment en province. Sur la base de l'ensemble des entretiens et du traitement croisé des données affichées comme le tarif pratiqué, les cartes des restaurants et de bar, le Chiffre d'affaires estimé en 2009 pour la branche hébergement touristique s'établirait à un peu plus de \$10 millions inégalement répartis entre les provinces et Bujumbura. Aucun établissement ne semble atteindre la barre du \$1 million de Chiffre d'affaires par an.

Tableau 15 : Chiffre d'affaires de la branche hébergement

LOCALISATION	CHIFFRE D'AFFAIR
Bujumbura	9 243 000
Province	780 018
TOTAL	10 023 018

5.3.6 L'emploi dans la branche de l'hébergement

Selon l'Institut des statistiques, les secteurs pourvoyeurs d'emploi sont : l'agriculture : 84% des effectifs employés, puis suivent l'élevage 6%, la pêche 2%, l'industrie agroalimentaire 1%, la construction 1% et l'éducation 1%. L'ensemble du secteur des services n'employait en 2008 que 2,5% des personnes ayant un emploi.

La situation de l'emploi dans les établissements hôteliers permet d'établir les caractéristiques suivantes : Il s'agit d'un emploi très largement urbain avec une forte concentration dans la zone de Bujumbura mairie. Ce sont des emplois privés et dont l'effectif est très peu déclaré auprès de l'Institut National de Sécurité Sociale (INSS).

Nombre d'emploi moyen par établissement :

Bujumbura : 2,4 par chambre

Province : 1 pour 3 chambres

Part d'emploi masculin : 67% des emplois totaux

Part d'emploi féminin : 33% des emplois totaux. C'est en province que l'emploi féminin est plus représentatif.

Revenu mensuel moyen :

Bujumbura : \$99 dans les meilleurs établissements,

Province : \$52 soit moins que le revenu mensuel moyen qui s'établit selon l'ISTEEBU à \$67.

On peut estimer que pour \$22 000 investis en hôtellerie, il y a création d'un emploi permanent affilié à l'Institut National de la Sécurité Sociale.

Tableau 16 : Emplois hôteliers

LOCALISATION	EMPLOIS HÔTELIERS
Bujumbura	1 595
Province	481
TOTAL	2 076

5.3.7 Les activités des Agences de voyages et des Tours Opérateurs

Pendant de nombreuses années, la société publique Burundi Tours a exercé sous la forme d'un monopole l'activité d'organisation, montage et commercialisation des voyages organisés au Burundi. Cette activité a cessé, laissant un champ libre aux opérateurs privés dans la deuxième moitié des années 90. A cette époque, le chiffre d'affaires était généré par la vente des titres de transport aérien.

Après la crise, seuls les opérateurs privés ont pu rebondir avec le montage des forfaits touristiques constitués autour des circuits de quelques jours dans les pays de la sous région pour une clientèle locale (en particulier des expatriés en mission auprès des organismes internationaux). Aujourd'hui des Tour Opérateurs de nouvelle génération se mettent en place et travaillent plus en réseau avec des partenaires étrangers. Une demi-douzaine est répertoriée. Leurs activités permettent de relever ce qui suit :

- investissement : \$1 860 000 ;
- chiffre d'affaires : \$480 000, dont \$210 000 d'activité import (c'est-à-dire le CA réalisé dans la vente des forfaits à l'étranger).

Le secteur Agence de voyages et Tours Opérateurs emploie 36 personnes au Burundi dont 19 femmes. C'est une activité essentiellement urbaine qui emploie un personnel jeune et expérimenté. De nombreux opérateurs ont vécu en Europe. Le secteur contribuerait pour \$86 400 au budget de l'Etat.

Le Burundi bénéficie de l'image touristique déjà connue des pays voisins. Il a été possible de déterminer sur la base d'un forfait touristique commercialisé en Europe et qui prévoit une extension au Burundi, la part du CA¹² qui est reversée dans l'économie burundaise.

Selon ce schéma, un voyage touristique dans la région (qui intègre par exemple un séjour au Kenya et/ ou au Rwanda) qui est vendu 1885€ va injecter dans l'économie burundaise 333€, dont les frais collectés directement par les services de l'État comme le visa d'une part et les autres prestations achetées auprès des opérateurs privés, Agences réceptrices et hôtels d'autre part. C'est ce qui est repris en détail dans le tableau ci-dessous.

12 Chiffre d'affaires

Table 17 : Décomposition de revenus d'un voyage d'origine européenne à multiples destinations

DÉCOMPOSITION	RECETTE GLOBALE	RECETTE INTERNATIONALE	%	RECETTE REGIONALE	%	RECETTE NATIONALE	%	OBSERVATIONS
Marge T.O.	202.06	202.06						15% sur l'ensemble des prestations
Transport aérien hors taxes	302.00	302.00						Vol A/R hors taxes tarif négocié
Assurances	45.00	45.00						Paramètre variable
Frais de visa	60.00					60.00		Base visa burundais Europe
Taxe d'aéroport et surcharge	238.00	198.00		20.00		20.00		Paramètre variable
Hébergement jour arrivée et jour départ	75.00			75.00				Hébergement local région
Hébergement et campement	310.00			230.00		80.00		Hébergement Burundi
Restauration	125.00			210.00		40.00		Restauration pension complète
Frais de transfert	20.00					1.00		Tarifcation facturée par les TO
Transport 4x4 accès au site et retour	180.00			130.00		50.00		Par pax, groupe de 4 pax minimum
Musée et city tours	37.00			32.00		5.00		Souvent hors forfait
Frais de guidage	25.00			20.00		5.00		Souvent hors forfait
Taxe touristique	10.00			10.00				Additionnel à l'hébergement
Marge agence réceptive	256.86			186.66		72.00		12% des prestations hors marges TO
TOTAL	1 885.92	747.06	40	913.66	48	333.00€	18	

5.3.8 Les activités de la restauration autonome

Est considéré comme « restaurant autonome », l'entreprise commerciale de restauration, exploitée toute l'année, en permanence dont la clientèle est principalement constituée par des locaux et des touristes.

Au Burundi, l'on distingue des restaurants de type traditionnel et dont le niveau de prix moyen par couvert est d'environ \$4 et des restaurants d'un haut niveau local avec un prix moyen par couvert proche de \$24. Sous l'angle de taille, cette dernière catégorie bien que peu nombreux (environ 7 identifiés dans Bujumbura) servent plus de 50 couverts par jour en moyenne. On retrouve assez logiquement des inégalités au niveau géographique.

En tant qu'établissement recevant du public, ces restaurants devraient obéir à différentes réglementations de sécurité, sanitaires et d'accessibilité. Ils n'ont pas engagé des démarches de qualités et par conséquent ne

s'inscrivent pas dans une logique de labellisation et de certification, cette démarche n'existant pas sur le plan national.

Les entretiens avec les exploitants ont permis de se rendre compte que la plupart n'est pas propriétaire des murs et que leur investissement s'était limité à l'achat des équipements d'exploitation. Les activités permettent de relever ce qui suit :

- investissement cumulé : \$1 260 000
- Chiffre d'affaires cumulé : \$5 913 000
- Nombre d'emploi permanent : 112 dans les restaurants de haut niveau identifiés
- Contribution dans le budget de l'État : \$1 065 964

5.3.9 La prise en compte des patrimoines naturels et culturels

La prise en compte des droits payés pour la visite des sites culturels (Musée, jardin, etc) et les entrées dans les parcs nationaux, est essentielle pour mesurer la valeur ajoutée du secteur touristique. Les sommes perçues sont modestes : Moins de \$1 par exemple pour les nationaux qui veulent visiter le Musée de Gitega et \$1.50 pour les visiteurs étrangers.

Le nombre de visites annuelles de ces patrimoines physiques culturels et naturels n'est pas excessif, 520 visiteurs par an par exemple sur le site de la Faille des Allemands. Pour relever l'impact de ce patrimoine, le coût des prestations réalisées par les tambourinaires dont l'importance pour l'image touristique n'est pas moindre, a été inclus. Cela représente au total un Chiffre d'affaires de \$8 660 en un an, dont \$7 084 pour les animations et les différentes prestations réalisées par les tambourinaires, quelques groupes identifiés dont celui du site de Gishora.

5.3.10 L'artisanat

L'artisanat a fait l'objet d'une composante particulière dans le projet tourisme. Les experts ont spécifié pour le Burundi huit savoir-faire principaux, dont les métiers de la terre cuite, la menuiserie, le métal, la vannerie, le textile, la poterie, la sculpture de bois et la fabrication de tambours. Ils ont identifié et analysé les modes de production en spécifiant, chaque fois que cela a été nécessaire, les types de produits, la qualité de production, l'organisation des acteurs, leurs capacités commerciales et les principaux facteurs de blocages. Ils ont pris en compte ce qu'ils qualifient de savoir-faire rares, correspondant à des activités menées par des individus ou quelques groupes de personnes (tressage sisal, peinture, forge, bijoux, cuir, sculptures en argile).

La valeur ajoutée de ce secteur dans le tourisme a été estimée en se basant sur 2 paramètres essentiels :

1. Le chiffre d'affaires réalisé dans les principaux points de vente
 - » Hôtels de classe internationale à Bujumbura
 - » Point de vente de l'ONT
 - » Boutiques à l'aéroport international de Bujumbura
2. Une estimation sur la base du nombre d'entrées des visiteurs internationaux à l'aéroport international de Bujumbura en prenant en compte une moyenne de 2,5% du montant total des dépenses réalisées au Burundi.

Le Chiffre d'affaires du secteur de l'artisanat devrait représenter environ \$534 000. L'indicateur quantifiable quant au nombre d'emploi de ceux dont les produits artistiques susceptibles d'intéresser le marché touristique semblent être les 160 femmes qui sont réparties dans les différentes associations identifiées. Quant à l'estimation des taxes perçues par l'État, il a été nécessaire de se fonder uniquement sur la patente d'exploitation.

5.3.11 Estimation des retombées fiscales globales du secteur

On y distingue trois catégories d'impôts directs et deux catégories d'impôts indirects. A ces deux types d'impôts (directs et indirects) s'ajoutent les droits d'enregistrement et la fiscalité de porte.

- Impôts directs : Les impôts directs comprennent les impôts sur revenu, les patentes ou licences et les impôts assimilés aux impôts directs. En général, les montants payés sont déterminés par application d'un taux d'imposition sur l'assiette fiscale.
- Impôts indirects : La principale innovation de la réforme fiscale est la suppression de la taxe de transaction et la création de la taxe sur la valeur ajoutée.

Sur la base des données recueillies pour l'année 2009 et qui prennent en compte le Chiffre d'affaires par l'activité touristique, le niveau des retombées fiscales globales du tourisme au Burundi en 2009 devrait être d'environ \$3 063 300/an (voir tableau ci-dessous). Cela représenterait environ 17% de la part des recettes propres et contribuerait pour 0,7% du budget de l'État. Le budget de l'État, rappelons-le, est financé pour moins de 50% par des ressources propres.

Il résulte une forte imputation de la TVA bien que nouvellement introduite en lieu et place de la taxe de transaction (TT). Les autres tendances se résument par ce qui suit :

Aucune activité touristique en province n'est en mesure d'être assujettie à certaines formes d'impôt tel l'impôt sur les sociétés. Dans ce cas les minima imposables ont été considérés. Un niveau escompté de la TVA dans la rubrique des impôts indirects et ne prenant pas en compte la tranche de l'impôt spécial sur certains produits importés qui pour certains sont frappés des droits d'accises.

Ces données restent des ordres de grandeur et devraient éclairer les administrations nationales et locales sur les orientations stratégiques en faveur du tourisme, exprimé en \$US.

Table 18 : Estimation des retombées fiscales globales du secteur

FISCALITE	ASSIETTE	HEBERGEMENT	TO ET AV	RESTAURATION	AUTRES	TOTAL GENERAL
CA global hors taxe (a)	16 974 382	10 023 018	480 000	5 913 000	558 364	
Impôts directs						
Impôt foncier						0
Taxe communale						
Impôt s/ sociétés						3 261
IPR (b)						
Impôts indirects						
TVA (c)		1 804 143	86 400	1 064 340	100 505	3 055 389
Autres						
Patentes et licences		2 700	357	1 624		4 681
Droit de timbres (d)						
TOTAL		1 806 843	86 400	1 065 964	100 506	3 063 331

Note :

(a). Chiffre d'affaires (CA) global sur les établissements sur l'ensemble des établissements assujettis à une taxe directe et indirecte.

(b). IPR (Impôt professionnel sur revenu). Les informations recueillies ont permis de faire une estimation partielle.

(c). TVA 18% sur CA HT

(d). Droit de timbres : applicables dans le cadre des différentes procédures. Il n'est pas possible d'estimer son montant.

5.4 Impact du tourisme dans l'économie nationale

5.4.1 Chiffre d'affaires

Selon les indicateurs disponibles, le Chiffre d'affaires réalisé dans ce secteur en 2009 est de \$19 560 382. La part assujettie aux impôts et taxes et permettant de dégager la valeur ajoutée de la production des entreprises est de \$16 974 382. Ceci représente les recettes hôtelières et des restaurants, l'ensemble des activités des agences de voyages et de tours opérateurs, les autres activités touristiques telles que les visites des parcs nationaux et des sites répertoriés et intégrés dans les circuits. Ont également été pris en compte les droits de visa, les taxes aéronautiques, les différentes animations qui concourent à l'agrément des séjours touristiques dans l'estimation du Chiffre d'affaires global.

Table 19 : Chiffre d'affaires global du tourisme, 2009

SEGMENTS D'ACTIVITES	INVESTISSEMENT CUMULES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2009 (\$)	NOMBRE D'EMPLOIS	TAXES REVERSEES A L'ETAT
Hébergement	33 985 000	10 023 018	1 123	1 809 843
Restauration autonome	1 260 000	5 913 000	96	1 065 964
Location des salles autonome	Indéterminé	15 704	37	2 700
T.O. et Agences de Voyages	1 860 000	210 000	36	86 400
Sites Naturels et Culturels-Artisanats	Indéterminé	534 000	182	Inexistant
Musée et animations	Indéterminé	8 660	49	Inexistant
Visas et redevances aéronautiques	Indéterminé	5 280 000	Indéterminé	Taxes directement perçues

5.4.2 PIB et contribution au budget national

Le tourisme a représenté environ 0,86% du PIB. Le secteur contribuerait pour 17% des recettes propres de l'Etat et 0,7% du budget annuel burundais. Il est établi que l'impact du tourisme n'est pas encore significatif dans le budget de l'Etat.

5.4.3 Crédit et investissement

L'encours de crédit au secteur touristique se situe entre 0,2% et 0,3% du montant total de crédits accordés par les Banques, soit entre \$545 000 et \$660 000 par an depuis 2007, contre 61,8% pour le financement du commerce et 23,5% pour le financement de petits équipements en 2009. Le secteur privé souffre de la rigidité manifestée par les banques sans doute à cause d'une méconnaissance du secteur touristique, des perspectives de développement qu'elles jugent insatisfaisantes et de leurs volontés à privilégier les investissements à court terme.

5.4.4 Situation de l'emploi

L'emploi dans le secteur du tourisme est essentiellement urbain. Le personnel dans les hôtels et restaurants se forme sur le tas pour les emplois non cadres. C'est à Bujumbura qu'il a été possible d'identifier les quelques emplois déclarés dans les registres de la sécurité sociale. Les efforts de la Chambre Sectorielle de l'Hotellerie et du Tourisme tendent à évoluer vers une pratique normale en matière du personnel même s'il n'est pas encore question de l'élaboration d'une convention collective qui pourrait par exemple définir le niveau de salaire minimum. Le niveau de revenu mensuel moyen bien que proche de \$100 est en deçà du niveau de revenu moyen du secteur privé mais supérieur à celui pratiqué dans le secteur public. La branche hôtellerie constitue 87% du volume total des emplois structurés et quantifiables dans le secteur.

5.4.5 Balance des transactions internationales

Dans la balance des transactions internationales établie par la Banque Centrale du Burundi, les recettes provenant du tourisme, considérées comme rentrées directes de devises aux guichets des banques commerciales s'établissaient en 2009 à \$1 522 844, soit à peine 8% du chiffre d'affaires estimé dans le secteur touristique. La libéralisation des services de changes sans grand contrôle a favorisé la création de nombreux bureaux visibles çà et là et dont le mode de fonctionnement ne garantit aucune transparence du volume des opérations réalisées.

Le répertoire économique élaboré par les services de la Banque Centrale du Burundi classe les recettes liées au tourisme dans la rubrique dite « services no facteurs ». Y sont saisies, les autres activités : Transport, Voyages, Assurances, Diplomates étrangers.

Cette prise en compte de la balance des transactions ne permet pas de constituer les dépenses des touristes récepteur et émetteur, bien qu'il indique clairement l'importance de l'activité touristique à faire rentrer des devises.

5.4.6 Retombées secondaires

L'industrie brassicole profite de la consommation touristique. Bien qu'il n'ait pas été possible d'estimer le niveau d'impact dans cette branche et que la consommation des liqueurs et autres boissons spiritueuses importées ne soit pas interdite, les professionnels s'approvisionnent sur le marché local ; ils ont un taux de rotation rapide du stock de boissons fabriquées localement. Le secteur agricole bénéficie autant du levier de consommation dans les hôtels, bars et restaurants.

5.4.7 Indicateurs de performance régionale

L'examen des données à partir d'un certain nombre de sources disponibles, il a été possible d'évaluer l'importance relative du secteur du tourisme en comparaison avec d'autres destinations régionales. Le tableau ci-dessous illustre la performance du Burundi, le Kenya et la Tanzanie.

Tableau 20 : Éléments d'Analogie

	KENYA	TANZANIE	BURUNDI
Arrivées des visiteurs internationaux	1 840 000	644 000	192 186
Nombre de chambres	22 140	31 500	1 027
Recettes touristiques	\$688 million	\$914 millions	\$19,560 millions
Contribution du tourisme dans le PIB	13%	7%	0,86%
Nombre d'emploi dans le secteur	483 000	200 000	1523
Niveau de salaire moyen	-	\$145	\$98

Les sources qui ont permis d'établir les éléments de comparaisons ci-dessus sont principalement les suivantes :

- United Nations Conférence on Trade and Development;
- FDI and Tourism: The développement dimension East and Southern Africa – 2008
- OMT: Tendances des marchés touristiques, édition 2007-Afrique
- World Travel and Tourism Council.

Les données sont celles des années 2006 à 2009 selon leur disponibilité. Certaines n'ont pas été déterminées dans des conditions identiques. Exemple : pour le Burundi, les taxes passagères intégrées dans les recettes touristiques payées par les compagnies aériennes alors que dans les autres pays, seuls les chiffres d'affaires générés par les entreprises immatriculées du tourisme, ont été pris en compte.

Burundi



**REPertoire TOURISTIQUE
ET HÔTELIER**

6.1 L'Offre d'hébergement touristique

La situation de l'hébergement touristique au Burundi est d'emblée caractérisée par une offre mal répertoriée qui semble s'être développée en 2 temps. Une première période avant l'an 2000 où le pays affichait une présence de certaines grandes enseignes de l'époque (Novotel et Méridien). Seule la Capitale du pays était dotée des structures fiables. Après l'an 2000 et au lendemain des troubles socio politiques, de nombreux promoteurs privés locaux ont reconfiguré leurs résidences d'habitation en de petites structures hôtelières de 2 à 10 chambres. Ils ont été encouragés par des mesures incitatives mises en place dans le but de faciliter la reconstruction du pays. Du point de vue qualitatif, si ces anciennes villas offrent un cadre de séjour qui s'apparenterait à une habitation privative, leur exploitation en tant que établissement public accueillant du public traduit la méconnaissance des exploitants aux exigences de la profession hôtelière.

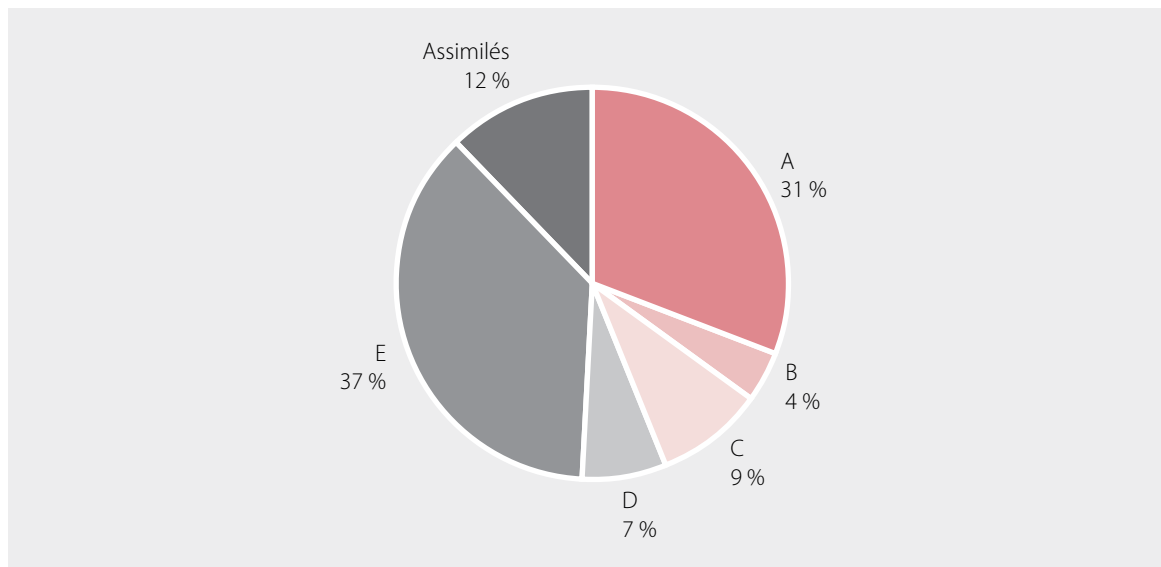
6.2 Les hôtels à Bujumbura

L'offre hôtelière à Bujumbura identifiée s'exprime comme suit : 68 hôtels totalisant 1 387 chambres. Il ya 19 établissements assimilés (guest house et appartement ou maison équipées à louer offrant un service hôtelier minimum : service de chambre par exemple) totalisant 181 chambres. Finalement les hôtels ont été classés en 5 catégories de confort exprimés à partir d'une gamme de prix variant de \$US30 à \$US121. Les hôtels sont résumés dans le tableau ci-dessous

Tableau 21 : Les hôtels à Bujumbura

CATÉGORIES	SINGLE	DOUBLE	TRIPLE	SUITE	BUNGALOW	TOTAL	%
A \$121+	66	302	0	103	9	480	31%
B \$91 - 120	0	38	0	18	0	56	4%
C \$61 - 90	18	98	0	25	0	141	9%
D \$31 - 60	12	76	0	8	8	104	7%
E \$0 - 30	53	544	5	4	0	606	39%
Sous Total Hôtel	149	1058	5	158	17	1387	88%
Assimilés	39	132	0	10	0	181	12%
Total général	188	1190	5	168	17	1568	100%
Place-lit	188	2 380	15	336	34	2 953	

En ce qui concerne la répartition des chambres par catégorie d'hôtel, il peut être clairement vu dans l'illustration ci-dessous que plus de 50% de toutes les chambres sont de 30 \$ par nuit ou moins. En termes de places-lits, le nombre de personnes pouvant occuper la chambre, la distribution est la suivante. Le ratio lit/ chambre = 1,88. Le ratio suite et bungalows ayant 2 places-lits par chambre.



Comme il a été noté que la plupart des hôtels sont à l'extrémité inférieure du spectre. Les visiteurs internationaux ont tendance à fréquenter des hôtels supérieurs à \$30 par nuit. La capacité hôtelière est généralement assez faible avec un faible niveau de services et des installations. Il n'y a pas de chaînes d'hôtels internationales dans la capitale et le design des hôtels est généralement assez pauvre et utilitaire.

6.3 Autres interventions

6.3.1 Le secteur bancaire

La devise du Burundi est le Franc du Burundi (BIF), qui est librement convertible. Il y a environ douze banques commerciales opérant dans le pays :

- Banque Commerciale du Burundi
- Banque de Crédit de Bujumbura
- Banque Nationale de Développement Économique
- Banque de l'Afrique
- Diamond Trust Bank
- Ecobank
- BGF
- BBCI
- FINBANK
- Burundi Interbank
- Kenya Commercial Bank
- United Bank for Africa

Les services bancaires à l'attention des visiteurs sont insuffisants. En 2010, il n'y a que très peu de distributeurs automatiques de billets, même si certaines banques envisagent de nouvelles créations. Le retrait d'argent à l'aide d'une carte de crédit étrangère est un processus lent et coûteux. Enfin, les hôtels, restaurants et autres

commerçants n'acceptent pas les cartes de crédit étrangères, obligeant les voyageurs à se munir de chèques de voyages ou transporter des quantités volumineuses de liquidités pour régler les factures.

6.3.2 Les facilitations et la sécurité

Il faut reconnaître qu'à l'heure actuelle l'image du Burundi est très détériorée en ce qui concerne la santé et la sécurité. En ce qui concerne la sécurité, des notes d'informations alarmistes de sources diplomatiques contribuent à ternir l'image du Burundi alors que le peuple burundais est en général chaleureux et accueillant. En matière de santé, les services offerts sont insuffisants et la souscription d'une assurance complète avant le départ est vivement souhaitable.

Un autre domaine de préoccupation pour de nombreux voyageurs est le risque sanitaire et la qualité des soins médicaux disponibles. Là encore, la qualité et le contenu des informations à disposition offrent un tableau loin d'être idyllique de l'image du Burundi en tant que destination. Les voyageurs sont avisés que généralement une assurance médicale complète, y compris le rapatriement, est essentielle. L'approvisionnement en fournitures médicales est limité. Dans le cas d'un accident grave, l'évacuation par ambulance aérienne peut être nécessaire. Les touristes sont généralement conseillés que toute l'eau devrait être considérée comme étant potentiellement contaminée.

Il est essentiel que le Burundi lance une série de mesures pour contrer la mauvaise image du pays. Des visites de familiarisation par des journalistes aideront à reconstruire l'image pauvre, mais seulement si les niveaux de base de l'infrastructure sont mis en place. Ces visites peuvent être thématiques, par exemple la nature, liées à des activités sur le lac Tanganyika ou à l'histoire et la culture du Burundi.

Des actions peuvent également être prises pour améliorer la perception de la sécurité pour les visiteurs. Il est suggéré qu'une ligne touristique en matière d'assistance téléphonique soit établie. Ce service serait utilisé grâce à un simple numéro de téléphone à 3 chiffres, offrant 24 heures d'aide, doté d'un service multilingue.

6.3.3 Information touristique

Le manque d'information pour les visiteurs actuels, est noté en termes de services d'information, guides, cartes et renseignements en ligne. Il y a un manque d'informations disponibles aux visiteurs qui doivent être palliés d'urgence.

Le manque d'informations est vérifiable dès l'arrivée à l'Aéroport International de Bujumbura où il n'y a pas de bureaux d'informations touristiques, ni d'enseignes de bienvenue pour accueillir et informer les arrivants. Le Département du Tourisme a un bureau d'information situé sur le Boulevard L'Uprona dans le centre de Bujumbura. Assez curieusement, ce bureau offre très peu d'information aux visiteurs, mais semble fonctionner essentiellement comme une boutique de souvenirs vendant des objets d'arts et d'artisanat.

Il y a seulement un seul guide en Français consacré au voyage au Burundi, Le Petit Futé Burundi, des Éditions Broché, publié en Décembre 2006. Deux autres guides pour le pays ont été publiés en Français au début des années 1960 mais, sont tous deux maintenant épuisés et non-disponibles. Il n'y a pas un seul volume en Anglais sur le pays.

L'Internet offre la possibilité au Burundi de faire un bond significatif en avant, dans le domaine des technologies de l'information. Les informations imprimées, telles que des brochures sont extrêmement coûteuses à produire et leur distribution est généralement limitée. En utilisant l'Internet ou la technologie 3G de téléphonie mobile, l'information touristique peut être distribuée à faible coût et à un public plus large. Il existe actuellement un nombre très limité de sites fournissant des informations touristiques, y compris l'emplacement proposé de l'ONT, qui est encore en construction.

Burundi



**APPORTS DE QUELQUES
SECTEURS EN FAVEUR
DU TOURISME**

7.1 Les transports

7.1.1 Routes

Le Burundi a un total de 12 322 km de routes dont 1 286 km asphaltées soit environ 10 %. Parmi lesquelles mentionnons :

- la Route Nationale 1: de Bujumbura à Gitega ;
- La Route Nationale 3: de Mabanda et le long de la rive du lac Tanganyika vers la capitale ;
- La Route Nationale 4: à partir de la frontière RD du Congo ;
- La Route Nationale 5: de Bujumbura à la frontière rwandaise.

L'état des routes, en saison sèche, est en général très bon et les routes goudronnées sont régulièrement entretenues. Toutefois, des nids de poule et des surfaces endommagées peuvent être rencontrées, ce qui ralentit considérablement les temps de parcours. En ce qui concerne les routes non goudronnées, dont beaucoup ont un statut de Route Nationale, elles sont praticables en saison sèche par tout type de véhicule mais nécessitent un 4x4 en saison des pluies. Tout le carburant du pays est importé par la route en provenance du Kenya et de Tanzanie et est relativement cher en raison des coûts de transport élevés.

Carte du Burundi, Infrastructures routière

Des panneaux directionnels, d'information et d'avertissement sur le réseau routier sont très pauvres et dans la plupart des cas inexistants. En villes, y compris la capitale, la signalisation des rues est absente. Mis à part les panneaux publicitaires érigés par les hôtels, les panneaux d'information touristique sont généralement inexistants. En raison de cette absence de signalisation, il est difficile pour le visiteur non seulement de se diriger mais aussi de localiser les attractions. Par exemple, le Musée Vivant, l'une des attractions principales de Bujumbura n'est pas balisée. Les autres attractions, telles que le monument Stanley-Livingstone sont également difficiles à localiser en raison d'un manque de signalisation.



Afin de remédier à l'insuffisance des infrastructures présentes au Burundi, la Banque Africaine de Développement a publié le «Plan d'action pour les infrastructures au Burundi». Le plan, qui a été préparé conjointement par la BAD et le Ministère des Travaux Publics du Burundi, est destiné à rénover et agrandir l'infrastructure de la nation et exploiter son potentiel économique. Selon la BAD, les coûts de transport représentent près de la moitié du prix à l'exportation, ce qui bloque la compétitivité du Burundi au niveau du commerce international. Environ 90% de la population du Burundi vit dans les zones rurales et malgré l'importance de l'agriculture, les ruraux et les agriculteurs ont un accès limité aux routes en toutes saisons. Le plan d'action vise à ouvrir à tous les 2000 km de routes existantes, tout en ajoutant 1,000 km vers les centres urbains d'ici à 2020.



Aéroport international de Bujumbura

7.1.2 Liaisons aériennes

Burundi est desservi par un seul aéroport international, l'aéroport international de Bujumbura qui est situé à environ 11 kilomètres à l'Ouest de la ville à une altitude de 780 mètres. L'aéroport possède une piste asphaltée de 3800 mètres de longueur, qui est capable d'accueillir des avions de type Airbus A330 ou Boeing 747. La piste est éclairée et dispose d'un système d'atterrissage (ILS). En 2008 l'aéroport a enregistré 120.000 passagers. L'aéroport semble daté des années 1970 et la taille du terminal et les services semblent être suffisants avec les niveaux actuels de la demande. Un certain nombre de compagnies aériennes desservant l'aéroport international de Bujumbura. Elles sont énoncées dans le tableau ci-dessous:

Tableau 23 : Vols internationaux à Bujumbura

COMPAGNIE AÉRIENNE	DESTINATIONS	AVION	FRÉQUENCE
Brussels Airlines	Brussels	A330	Dimanche, mercredi
Ethiopian Airlines	Addis Ababa via Kigali	Boeing 737	Quotidien
Kenya Airways	Nairobi	Boeing/Embraer 170	Quotidien 2-3 fois
Fly540	Mwanza, Nairobi	CRJ 100	Mercredi, vendredi, samedi, du lundi
TMK Air Commuter	Goma	Twin Otter	Charter
RwandAir	Kigali	CRJ 200	10 vols hebdomadaires

La compagnie nationale Air Burundi, dispose d'un seul appareil Beech bi-turbopropulseur avec une capacité de 19 places. Cette compagnie a suspendu ses opérations vers Kigali et Entebbe au début de Septembre 2009. La situation actuelle de ce transporteur est très floue. Interlink Airlines, basée à Johannesburg, exploitait une ligne vers Bujumbura et Jeddah en Boeing 737. La compagnie aérienne a fait faillite en Janvier 2010 et tous les services ont été suspendus. TMK Air Commuter est un transporteur basé à Goma en RD Congo qui opère en Twin Otter sur les vols intérieurs ainsi que vers Entebbe. Fly540 est un transporteur à faible coût basé au Kenya à Nairobi, qui offre 4 vols par semaine vers Bujumbura via Mwanza, en Tanzanie sur les jets CRJ 100 d'une capacité de 50 places. Brussels Airlines propose un service deux fois par semaine à partir de Bujumbura à Bruxelles en passant par Nairobi utilisant un A330 d'une capacité de 284 sièges. Trois autres transporteurs offrent des services de fret à Bujumbura :

- Ethiopian Airlines Cargo vols à destination d'Addis-Abeba, Entebbe et Lagos,
- Kenya Airways Cargo desservant Nairobi
- Silverback Cargo Freighters à destination d'Addis-Abeba, Dubaï, Djeddah et Johannesburg.

Il semblerait que la capacité totale des sièges disponibles desservant l'aéroport international de Bujumbura soit de l'ordre de 4500 par semaine ou 234.000 par an. Étant donné que l'actuel nombre de passagers de l'aéroport est de l'ordre de 120.000, ce qui représente globalement un facteur de charge de quelque 51%, il existe donc une capacité de plus de 100 000 sièges au niveau des lignes régulières.

7.1.3 Navigation sur le lac Tanganyika

Le lac Tanganyika est le deuxième plus grand lac d'eau profonde au monde après le lac Baïkal en Sibérie. Avec une longueur totale de près de 700 kilomètres, il est aussi le plus long lac du monde. Le lac est réparti sur quatre pays: le Burundi, la République démocratique du Congo, la Tanzanie et la Zambie. Le Burundi a un littoral de 160 kilomètres et le lac lui-même constitue une ressource touristique potentielle majeure pour le pays.

Historiquement, le lac était une voie de transport majeure pour la région, malheureusement, l'utilisation du lac en qualité de liaison maritime a chuté, au cours des 50 dernières années. Il existe actuellement deux ferries qui transportent des passagers et du fret le long de la rive orientale du lac :

- le Liemba MV qui sillonne entre Kigoma et Mpulungu
- le MV Mwongozo, qui relie Kigoma à Bujumbura.

Le MV Mwongozo est un navire à passagers et fret mixtes construit sur le lac en 1979 par une société finlandaise et qui peut transporter jusqu'à 800 passagers et 80 tonnes de fret. Le navire relie Bujumbura à Kigoma en 14 heures. Le navire est équipé de salles de repos collectives, de cabines individuelles et d'une salle de restaurant.

Le MV Liemba, anciennement le Graf von Götzen, transporte des voyageurs et des marchandises le long de la rive orientale du lac Tanganyika. Le navire a été construit en 1913 en Allemagne, et a été l'un des trois navires exploités par les Allemands pour le contrôle du lac Tanganyika au cours de la première partie de la Première Guerre mondiale II.

Il a été sabordé par son capitaine, le 26 Juillet 1916. En 1924, le navire a été renfloué par une équipe de sauvetage de la Marine royale britannique et remis en service en 1927 sous le nom de Liemba. Le navire est maintenant la propriété de la Tanzania Railways Corporation et navigue entre les ports de Bujumbura, au Burundi, Kigoma, en Tanzanie et Mpulungu en Zambie avec de nombreux arrêts pour embarquer et de débarquer fret et passagers. Depuis les troubles civils dans la région, le Liemba a suspendu ses escales à Bujumbura.

Le Liemba est un bateau historique : il a été l'inspiration de la canonnière allemande Luisa dans un roman de CS Forester en 1935, qui a ensuite été transformé en une version cinématographique, *The African Queen*.

MV Liemba

Le Liemba MV constitue avec certitude une exceptionnelle attraction touristique potentielle. Il convient de négocier au plus vite avec les Chemins de fer de Tanzanie afin d'établir une liaison régulière desservant Bujumbura.



Source: Tanzanian Railways

7.1.4 Les liaisons ferroviaires

À l'heure actuelle la ligne de chemin de fer la plus proche du Burundi est située à Kigoma en Tanzanie, sur les rives du lac Tanganyika. Le Master Plan Ferroviaire d'Afrique de l'Est qui a été commandé par la Communauté de l'Afrique Orientale, propose que le réseau de chemin de fer de Tanzanie, du Kenya et l'Ouganda soit modernisé et que le réseau soit d'abord étendu au Rwanda et au Burundi et, à un stade ultérieur soit élargi au Soudan et à l'Éthiopie. Le plan directeur ferroviaire propose une liaison ferroviaire vers Bujumbura à partir d'Uvinza en Tanzanie située sur la ligne Dar Es Salaam - Kigoma.

Le développement de cette nouvelle liaison ferroviaire améliorera grandement l'accès au pays et peut rendre l'exploitation de ses ressources minérales plus viable. En outre, il peut être possible de développer les itinéraires touristiques de la région. Le programme pour la mise en œuvre du plan directeur ferroviaire n'est cependant pas en phase avec cette Stratégie de Développement Durable du Tourisme. Il devrait être programmé à partir de 2030.

7.2 Les infrastructures

7.2.1 L'approvisionnement en eau

L'approvisionnement en eau dans tout le Burundi est généralement abondant, mais la qualité de l'eau potable et la sécurité d'approvisionnement est souvent variable. La guerre civile au Burundi a eu un impact sérieux sur l'approvisionnement en eau et à la fin de la période de troubles, un grand pourcentage de la population urbaine et rurale se trouvait sans un accès adéquat à l'approvisionnement en eau potable. Pour remédier à cette situation, le gouvernement a entrepris une restructuration du secteur avec l'appui d'un certain nombre de grandes institutions internationales, y compris la Banque mondiale. Aujourd'hui, la situation s'est beaucoup améliorée et tous les centres importants ont un approvisionnement relativement sûr et sécurisé.

L'approvisionnement en eau au Burundi relève de la responsabilité du Ministère de l'Énergie et des Mines. Dans les zones rurales l'approvisionnement en eau est géré et entretenu par des conseillers de l'eau en milieu rural dans le cadre d'un coordonnateur provincial, des conseillers communaux de l'eau, le personnel de l'DHER (Direction Générale de l'Hydraulique et de l'Énergie Rurales) et dans les villes par l'officier en charge de la REGIDESO (Régie de Production et de Distribution de l'Eau et de l'Électricité). L'exploitation et l'entretien des installations d'approvisionnement en eau sont assurés par les comités d'usagers des points d'eau au niveau local. Les problèmes rencontrés comprennent la sécheresse et la désertification dans les

régions périphériques, la diminution progressive de la qualité de l'eau due à la pression démographique, la déforestation et l'érosion des sols, en particulier le long de la rivière.

Une attention particulière devrait être accordée à la fourniture de l'approvisionnement en eau dans la zone du Parc de la Ruvubu.

7.2.2 L'approvisionnement en électricité

La production d'électricité et l'approvisionnement au Burundi est gérée et administrée par deux organes: la Régie de Production et Distribution d'Eau et d'Electricité (REGIDESO) et la Société Internationale des Pays des Grands Lacs (SINELAC). La première organisation, la Régie de Production et Distribution d'Eau et d'Electricité (REGIDESO), exploite et contrôle l'ensemble des stations du Burundi de l'énergie thermique, et est également responsable de la distribution d'électricité dans les zones urbaines, dont la majorité sont situés dans la capitale Bujumbura et ses environs. De plus il a une petite capacité de production hydroélectrique, sous la forme de petites unités dans les zones rurales. La deuxième organisation, SINELAC, est chargée d'élaborer des projets internationaux d'électricité, telle que la production des 28 MW de la centrale hydroélectrique de la Rusizi.

Il y a en outre une capacité installée de l'énergie thermique de 5,5 MW qui a été mise en place en 1996 pour les services d'alimentation auxiliaire de Bujumbura. Il y a actuellement 27 petites centrales hydroélectriques pouvant produire jusqu'à 1 MW qui sont opérationnelles avec une capacité totale de 2,93 MW.

Un très faible pourcentage de la population, de l'ordre de 1%, a un accès direct à l'énergie électrique. Beaucoup de zones rurales du pays sont privées d'électricité et de nombreuses entreprises et les résidents dans ces domaines ont recours à de petits générateurs. Bujumbura et Gitega sont les deux seules zones urbaines au Burundi qui disposent de services municipaux d'électricité. Même la capitale, Bujumbura, est souvent confrontée à un programme de délestage pour équilibrer l'offre et la demande, et les surtensions peuvent endommager les équipements électriques.

Le pays se concentre actuellement sur la réhabilitation des centrales électriques existantes et nourrit l'espoir de construire deux nouvelles centrales hydroélectriques, afin de maximiser l'approvisionnement énergétique du pays pour le proche avenir.

7.2.3 Télécommunications et internet

Le Burundi a un total de seulement un peu plus de 30.000 lignes principales pour l'utilisation du téléphone, l'un des plus faibles taux de pénétration des lignes téléphoniques fixes dans le monde, à moins d'une ligne pour 100 habitants et, est actuellement classé 178e au monde en ce qui concerne le taux de pénétration. Le manque général d'infrastructures de téléphonie fixe a cependant été surmonté dans une certaine mesure par l'arrivée de la téléphonie mobile dans le pays. Il y a maintenant un demi-million de mobiles opérant au Burundi et plaçant le pays 156ème au monde en termes d'utilisation de téléphone mobile. Actuellement, le système téléphonique interne se compose d'open-wire, de communications et de radio téléphoniques. En 2008, il y avait une station satellite terrestre, exploité par Intelsat dans l'océan Indien.

Des services en ligne de téléphonie fixe dans le pays sont fournis par une entité gouvernementale, l'Office national des télécommunications (Onatel). Onatel offre des services de télécommunication. Il fournit les lignes fixes, l'internet et les services GSM. La société a son siège à Bujumbura. En Décembre 2009, le gouvernement a annoncé son intention de privatiser l'Onatel. Il est supposé que, suite à la privatisation, l'installation de lignes de téléphonie fixe et les liens internet seront grandement améliorés.

La téléphonie mobile dans le pays est en grande partie dans les mains du secteur privé et il y a maintenant cinq opérateurs concurrents sur le marché. La couverture mobile dans tout le pays a été généralement jugée très bonne, même pour des régions relativement éloignées. Les opérateurs ont rapidement apporté de nouvelles technologies sur le marché, y compris l'Internet mobile, GPRS et les services 3G.

7.3 L'Environnement

7.3.1 Gestion des déchets

La gestion des déchets, y compris les déchets solides et le traitement des eaux usées au Burundi est très variable dans la couverture, les normes et la qualité. Bujumbura a un plan de traitement des eaux usées, mais sa portée est limitée. Le SETEMU (Services Techniques Municipaux) est responsable de l'assainissement et des services de traitement des eaux usées, mais ne couvre que 38% des besoins de Bujumbura. D'autres villes n'ont pas de système d'égouts ou d'installations de traitement des eaux usées. Les services d'assainissement dans les zones rurales sont limités: seulement 23% de la population utilise des installations fonctionnelles.

En général, la situation en matière de déchets solides n'est pas alarmante. Toutefois, dans certaines zones à faible revenu des plus grandes villes, telles que Bujumbura, l'élimination des déchets est déjà problématique. A Bujumbura, selon les rapports du PNUD, seulement 33% des déchets solides sont déposés dans des décharges à ciel ouvert, 27% sont brûlés publiquement, et seulement 15% bénéficie d'enfouissement sanitaire. Dans la capitale, la pollution causée par les déchets domestiques et industriels est en augmentation.

Les abattoirs, les brasseries, les industries du secteur de la peinture, et les fabricants de piles électriques dans la capitale du Burundi et dans les nombreuses petites villes entourant le lac Tanganyika libèrent leur eau non traitée directement dans le lac, ce qui cause un risque potentiel majeur sur l'environnement.

Tenant compte du faible niveau actuel du potentiel de traitement des déchets, il conviendrait que les aménagements touristiques nouveaux, les hôtels en particulier, soient tenus d'incorporer un traitement des eaux usées sous la forme de fosses septiques dans leur projet de conception et la planification du site devrait intégrer des installations pour la collecte et le traitement des déchets solides dans un site prévu à cet effet.

7.4 L'artisanat

L'analyse des potentiels d'achat de produits artisanaux par les touristes, et des potentiels d'intégration de ces productions dans les hébergements touristiques a été réalisée. Des propositions de développement de l'artisanat sont à envisager en uniformité avec les attentes touristiques et des propositions de valorisation de sites culturels et historiques.

Huit savoir-faire principaux ont été identifiés, par ordre d'importance: la terre cuite, la menuiserie, le métal, la vannerie, le textile, la poterie, la sculpture du bois et la fabrication de tambours. Parallèlement, 7 savoir-faire rares, correspondant à des activités menées par des individus ou quelques groupes de personnes ont été pris en compte (tressage sisal, peinture, forge, bijoux, cuir, sculptures en argile).

Les modes de production observés ont fait apparaître pour la vannerie, la poterie et la fabrication des tambours, une prédominance de travaux réalisés à domicile dans des zones souvent excentrées. La menuiserie, la sculpture du bois, le travail du métal et le textile concernent des petits ateliers peu équipés,

utilisant des outillages rudimentaires et bénéficiant de savoir-faire limités. Le travail de la terre cuite, selon des méthodes très traditionnelles, est réalisé dans des chantiers de plus grande importance.

Le diagnostic a permis d'identifier pour chaque savoir-faire, les principaux marchés. Pour la terre cuite, le travail du métal et la menuiserie, les productions sont destinées à 100% à la construction locale. Les savoir-faire de la vannerie, du textile et de la poterie sont dédiés respectivement pour 90%, 95% et 80% à un usage domestique local, mais on note quelques expériences intéressantes dédiées aux secteurs de la décoration et du tourisme. La sculpture du bois et la fabrication de tambours, produit symbolique de la culture burundaise, se démarquent par le fait qu'ils sont destinés à 90% pour le marché de la décoration et du tourisme. Aucune action d'exportation n'a pu être notée.

Le diagnostic a permis d'identifier le potentiel des produits artisanaux pour les achats par les touristes. Ainsi, les contenants «à l'aiguille», type de vannerie le plus présent au Burundi, les contenants en bambou tressé et les autres produits en bambou, tels les luminaires (la vannerie) - les accessoires, jouets et habillement touristique (le textile) - les jeux traditionnels «kibuguzo», les produits anciens (la sculpture bois) et les Tambours de type rwandais, présentent un potentiel élevé ou très élevé. Néanmoins, il faut noter une faible capacité des vannières et des fabricants de Tambours à évoluer vers les exigences des touristes. Le diagnostic a aussi permis d'identifier le potentiel d'intégration de mobiliers, équipements et produits de décoration dans les hébergements touristiques. Ainsi, les Assises en branchages et rondins (la menuiserie bois) - les assises en rotin et liane (la vannerie) - les produits d'ameublement (le textile) - les produits de la poterie moderne (la poterie) – les tambours burundais sculptés, présentent un potentiel élevé ou très élevé. Néanmoins, il faut noter une faible capacité des producteurs d'assises en branchages et rondins à évoluer vers les exigences des hôteliers.

La majorité des lieux de vente est située à Bujumbura. Ils entretiennent des relations commerciales avec un réseau de producteurs à l'intérieur du pays. En province, on observe quelques rares boutiques dans des zones urbaines et des ventes le long des routes fréquentées. Il est essentiel de noter le projet du Gouvernement du Burundi pour le Musée Vivant de Bujumbura permettra de construire une cinquantaine de paillotes destinées aux producteurs et revendeurs d'artisanat.

Les sites culturels identifiés dans la stratégie et présentant le plus fort potentiel ne disposent pas d'éléments de signalisation pour leur localisation ou l'information des visiteurs sur le caractère culturel du site. Ils sont très souvent dénaturés par des signalisations impertinentes, disproportionnées et des constructions anarchiques.

L'artisanat au Burundi est peu structuré, en effet on ne note qu'un nombre réduit d'associations ou regroupements d'artisans. Au plan national, le secteur privé du Burundi vient de se doter en 2009, d'une Chambre Fédérale du Commerce et de l'Industrie qui intègre 10 chambres sectorielles dont la Chambre des femmes, qui présente un fort dynamisme tant financier qu'organisationnel, et la Chambre Sectorielle Art et Artisanat. Au plan institutionnel, la Direction Générale de l'Artisanat, basée à Gitega, sous tutelle du ministère ayant l'artisanat et le tourisme dans ses attributions, gère trois centres de formation ou d'appui. Les autres centres publics dédiés aux artisans sont eux, sous tutelle du Ministère de l'Enseignement des Métiers et de la Formation Professionnelle.

Les ateliers au sein de centres de formation, sous tutelle de ministères, fonctionnent grâce à une subvention du gouvernement, grâce aux revenus de commandes qui leur sont confiées et grâce à la vente de travail d'usinage a des artisans qui souvent travaillent aussi dans les locaux du projet. Ces outils de production et de formation sont hélas extrêmement sous employés en ce qui concerne leur capacité à générer des revenus pour assurer leur autonomie financière ou leur capacité à former les jeunes bases essentielles du métier.

Trois principaux facteurs de blocage ont été identifiés: **un faible nombre d'associations de producteurs réellement autonomes et organisées**. Ainsi, l'inexistence de structuration du secteur explique l'absence d'organisations professionnelles. De plus, **la non-structuration du secteur artisanal** restreint les actions d'appui aux quelques centres à vocation artisanale et les petits ateliers isolés sur le territoire qui n'ont que difficilement accès à des soutiens. **La dispersion des producteurs, la très faible visibilité de l'offre et un difficile accès aux marchés**. En effet, les artisans burundais sont majoritairement situés dans les zones rurales et cette dispersion les enferme dans une relation de sous-traitance avec certains revendeurs et rend difficile leur accès clientèles. Finalement le manque d'information sur la demande touristique : Ainsi, la crise qu'a traversée le Burundi et la dispersion des producteurs ont contribué à une difficulté des échanges avec l'extérieur. Ces éléments ont conduit à un appauvrissement des productions artisanales et à sa faible adaptation actuelle aux attentes du marché touristique.

Ainsi, sur base du diagnostic réalisé et en tenant compte des trois principaux facteurs de blocage identifiés, trois objectifs ont été définis :

- **permettre aux artisans d'être visibles par la clientèle** Le regroupement de l'offre : Il s'agit d'amener les artisans d'une vingtaine de « poches artisanales », à se fédérer en groupements ou associations. Ensuite, il s'agit de permettre à 10 de ces 20 groupements de sortir de l'isolement induit par leur zone de travail souvent excentrée et de leur permettre de bénéficier d'un espace de travail collectif se rapprochant des zones fréquentées ;
- **permettre aux artisans, revendeurs et hôteliers d'intégrer dans leur offre, des produits répondants aux attentes du tourisme** Il s'agit d'une part, d'amener les artisans à proposer des produits artisanaux plus adaptés aux attentes des touristes, et d'autre part d'amener les hôteliers à prendre connaissance des possibilités d'intégration de l'artisanat burundais dans les structures d'hébergements touristiques ;
- **adapter les sites culturels et historiques aux attentes du tourisme** Il s'agit, d'une part de permettre aux touristes tant nationaux qu'étrangers de bénéficier d'une identification, d'une lecture facile et d'une compréhension du contexte historique et culturel des sites. D'autre part, il s'agit d'offrir à la clientèle touristique un accès aisé à un choix de produits artisanaux, à des animations culturelles et de permettre aux artisans et aux artistes de répondre à cette demande. Pour ce faire, on procédera à la réhabilitation du fort Bomani pour la création d'un village artisanal et à la mise en place d'une boutique de vente au sein du Musée Ethnographique National.

Burundi



FORMATION TOURISTIQUE

8.1 Contexte

Les ressources humaines sont un des atouts les plus importants de l'industrie touristique. L'élément humain dans le tourisme est essentiel pour la qualité du service, la satisfaction du client et de fidélisation, un avantage concurrentiel et la performance des organisations.

Burundi se prépare maintenant à être un acteur dans le marché du tourisme international. Le secteur de l'hôtel a augmenté, en particulier depuis l'adhésion du Burundi à l'EAC. Le secteur est toujours confronté à la pénurie de ressources humaines qualifiées. Bien que l'offre de travail dans les hôtels et les agences de Voyage est disponible, il y a une grave pénurie d'employés formés et qualifiés, et de gestionnaires. Il y a une demande croissante de personnes qualifiées, et le gouvernement, soutenu par le secteur privé, doit jouer un rôle dans l'enseignement du tourisme.

Bien qu'il existe des indications que l'investissement dans ce secteur est en augmentation, avec la construction d'hôtels, le Burundi doit faire face à ses problèmes de ressources humaines et il n'existe actuellement que très peu l'accent sur la question. Le Burundi manque de personnel qualifié dans tous les secteurs liés au tourisme comme les hôtels et les agences de Voyage, y compris les guides touristiques pour les attraits touristiques comme les musées, les aires protégées, les sites culturels et historiques et d'autres sous secteurs liés au tourisme.

En revanche, les hôtels de trois étoiles et en dessous ne peuvent pas se permettre d'investir beaucoup dans la formation et le développement de leurs employés. La qualité du service dans ces hôtels est généralement perçue comme inférieure à celle dans les hôtels quatre et cinq étoiles. Le Burundi a besoin d'identifier un plan de formation systématique pour le développement des ressources humaines pour le secteur du tourisme. Il est essentiel qu'un tel plan mette l'accent sur la formation pratique, principal moyen par lequel la main-d'œuvre qualifiée est fournie à l'industrie.

- Formation des formateurs; ce serait l'un des principaux moyens d'améliorer les capacités de formation existantes de l'industrie. De cette façon, ces formateurs peuvent retourner dans leurs localités pour diriger le programme de formation continue en fonction des besoins locaux.
- Certifier les éducateurs et l'amélioration des compétences de recherche. Les installations d'enseignement doivent être construites de manière à exposer les étudiants aux normes internationales de l'enseignement. Sous réserve de l'étude plus détaillée et une évaluation complète des besoins, il est recommandé une mise en place d'une école de l'hôtellerie et du Tourisme.
- Les problèmes des ressources humaines et les exigences seront traitées sur la base des investissements affectés à ce secteur. Les problèmes seront liés à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée qui va s'aggraver. Si ces problèmes ne sont pas résolus d'une manière opportune et stratégique, ils peuvent freiner le potentiel du tourisme à se développer au Burundi.

8.2 Caractéristiques des employés du secteur hôtelier à Bujumbura

En mai 2010, une enquête a été menée pour évaluer les caractéristiques des hôtels à Bujumbura. Les résultats de ce travail sont énoncés dans la présente section. Il a été constaté qu'il y a un total de 1.595 emplois directs dans les hôtels de Bujumbura. Le secteur est très largement dominé par les hommes, avec 81% de tous les emplois. Comme il est indiqué dans le tableau ci-dessous, ce modèle se reflète à travers toutes les catégories d'hôtel. L'enquête a également établi que 93% des personnes avaient un emploi permanent et 7% ont été embauchés sur des contrats saisonniers.

Tableau 24 : Hôtel/employés, Bujumbura, mai 2010

CATÉGORIE	HOMMES		FEMMES		TOTAL
		%		%	
A \$(121, +)	546	80%	135	20%	681
B \$(91 – 120)	71	72%	27	28%	98
C \$(61 – 90)	181	79%	47	21%	228
D \$(31 – 60)	99	80%	25	20%	124
E \$(0 -30)	285	83%	60	17%	345
Sous Total Hôtel	1182	80%	294	20%	1476
Assimilés	103	87%	16	13%	119
Total général	1285	81%	310	19%	1595

Seulement 19% du personnel est du genre féminin. Il conviendrait de féminiser davantage le personnel. Le Tourisme doit être une excellente source de revenus pour les femmes et un moyen de réduction de la pauvreté. Un vaste programme d'ouverture aux femmes des métiers de l'hôtellerie devra être initié en partenariat avec les Services de la Promotion de la Femme et la Chambre Sectorielle. Le ratio des employés de chambres a été jugé conforme aux normes internationales. Cette enquête, qui est illustré dans le tableau ci-dessous, a trouvé que les ratios de personnel varient de 0,6 à 1,75. Les hôtels de catégorie supérieure emploient plus du double des basses catégories.

Tableau 25 : Ratio employés chambres

CATÉGORIE	EMPLOIS	CHAMBRES	RATIO EMPLOIS/CHAMBRES
A \$(121, +)	681	480	1,42
B \$(91 – 120)	98	56	1,75
C \$(61 – 90)	228	141	1,62
D \$(31 – 60)	124	104	1,20
E \$(0 -30)	345	606	0,57
Sous Total Hôtel	1 476	1 387	1,06
Assimilés	119	181	0,66
Total général	1 595	1 568	1,02

L'enquête a identifié le profil d'âge des employés de l'hôtel. Le travail a constaté que certaines 69,3% des employés sont âgés de 16 à 35. Seuls 5,1% des employés ont 55 ans ou plus.

L'enquête a établi le niveau de formation des personnels de l'hôtel. Les résultats de cette évaluation sont définis dans le tableau ci-dessous. 36% du personnel n'a reçu que l'éducation primaire et 10% n'a suivi aucune scolarité. Les catégories A, B et C absorbent plus de 75% des employés de niveau fin d'étude secondaire et plus. Seulement 1,7% des employés ont reçu une formation formelle du tourisme. La structure du niveau d'instruction et le très faible nombre d'employés ayant suivi une formation spécifique explique la faiblesse du service offert au présent. Le secteur hôtelier et, le Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme doivent se concerter pour mettre en place un programme de formation afin de relever la qualité des prestations.

Tableau 26 : Éducation et formation des personnels de l'hôtel

CATÉGORIE	NOMBRE D'EMPLOYÉS	AUCUNE	PRIMAIRE	TRONC COMMUN	HUMANITÉ	ÉCOLE TOURISME	ÉTUDE TECHNIQUE	UNIVERSITÉ	TOTAL
A \$(121, +)	681	4,3%	14,0%	7,0%	6,5%	0,9%	4,7%	5,3%	42,7%
B \$(91 – 120)	98	0,5%	2,0%	0,5%	0,8%	0,4%	0,5%	1,5%	6,1%
C \$(61 – 90)	228	0,8%	4,1%	2,6%	2,6%	0,1%	2,1%	2,1%	14,3%
D \$(31 – 60)	124	0,8%	3,2%	0,9%	0,7%	0,1%	0,8%	1,3%	7,8%
E \$(0 -30)	345	2,4%	9,5%	3,3%	2,4%	0,2%	1,2%	2,6%	21,6%
Sous Total Hôtel	1 476	8,8%	32,9%	4,4%	12,9%	1,7%	9,2%	12,7%	92,5%
Assimilés	119	1,8%	3,4%	0,6%	0,2%	0,0%	0,9%	0,6%	7,5%
Total général	1 595	10,6%	36,2%	15,0%	13,1%	1,7%	10,1%	13,3%	100

8.3 Situation actuelle

Le Centre d'Enseignement Secondaire Technique (CESTE) de formation est l'unique recensé au Burundi pour l'enseignement du tourisme. Il dispose de deux enseignants spécialisés en tourisme provenant, l'un d'un hôtel de Bujumbura et, l'autre du Ministère du tourisme. Ce Centre a néanmoins besoin des installations nécessaires à la formation pratique.

Au niveau du Ministère en charge du tourisme rien n'est entrepris ou envisagé en matière de formation. Le dernier envoi d'étudiants pour une formation hors du pays est ancien. Par contre le ministère en charge de l'artisanat envisage la mise en place d'une formation aux métiers de base de l'hôtellerie. La Chambre Sectorielle de l'Hôtellerie et du Tourisme du Burundi organise des formations de renforcement des capacités du personnel de ses membres avec l'appui des experts internationaux (cas de PUM et de l'Ex-change).

8.4 Les besoins futurs

Il est clair que la croissance du tourisme doit être complétée par une meilleure formation pour l'industrie. Quelques conclusions préliminaires peuvent être facilement identifiées. De toute urgence, une étude des besoins de formation du tourisme et des ressources doit être effectuée. Certains éléments de la formation peuvent être offerts au sein de la région de l'EAC mais, l'étudiant peut, cependant, faire face à une barrière de la langue.

En tout état de cause, il sera nécessaire de mettre en place la formation professionnelle pour le tourisme au Burundi. Il sera également nécessaire d'établir un centre spécialisé pour les sports nautiques de formation pour soutenir le développement du lac Tanganyika.

A l'issue probable de l'évaluation des besoins de développement des ressources humaines, une École de Formation pour les Hôtels et le Tourisme sera nécessaire, et devra logiquement être située dans la Capitale et éventuellement associée à l'une des universités. En tant que Plaque Tournante du Tourisme proposée et avec suffisamment de terres, le site du Musée Vivant bénéficie d'un emplacement potentiel pour l'École. Le

chiffre indiqué ci-dessus suggère une première phase de conception. Sur une superficie d'environ 600 m², cette installation offrira une formation à un niveau professionnel et contenant des outils pédagogiques tels qu'une école-cuisine, une petite démonstration-restaurant et l'enseignement de blanchisserie ainsi que des chambres- démonstratives. Une conception de croquis initial est illustrée ci-dessous.

Le lac Tanganyika a été identifié comme ayant des possibilités considérables de développement touristique pour le Burundi. En particulier, pour le développement de l'éco-tourisme et le Tourisme de niche. En outre, certains des systèmes fluviaux, comme le Ruvubu ont été identifiés comme ayant le potentiel de navigation en liaison avec l'aventure et développement de l'éco-tourisme du Parc National. Tout ce potentiel ne sera réalisé, au profit des collectivités locales que si le soutien et l'infrastructure de formation sont mis en place en prévision du Développement. Les Activités Nautiques au Burundi sont relativement sous-développées. Le développement d'un Centre National de Sports Nautiques propose. Former le personnel professionnel pour l'emploi dans l'industrie du tourisme, d'entretenir un intérêt dans les sports nautiques dans la communauté locale et de fournir une première de l'infrastructure pour soutenir le développement du tourisme dans ce secteur.



Figure: Projet Ecole nationale de l'hôtellerie et du tourisme

Pour l'élaboration du projet de Centre Nautique national, une zone de site minimum de 7500 m² est nécessaire. Le site doit avoir une façade sur le lac, d'un minimum de 50 m de longueur avec un accès aux eaux navigables qui sont appropriées pour toutes les activités du Centre. Aucun site spécifique n'a été sélectionné pour le projet de Centre, même si un certain nombre de solutions peuvent être envisagées. Les options telles que Bujumbura Plage, Rumonge et à long terme, le développement de la Zone de Villégiature au Sud de Nyanza-Lac à envisager.

Burundi



ANALYSE SWOT

9.1 Introduction

L'analyse effectuée permet de classer les principaux éléments du diagnostic en éléments positifs (forces et opportunités) et en éléments négatifs (faiblesses et menaces). Les premiers constituent les **atouts** que possède le Burundi pour développer l'activité touristique, alors que les seconds peuvent être considérés comme des **freins** qu'il convient de lever pour faciliter la mise en œuvre de la Stratégie de Développement Durable du Tourisme. Cette classification est purement subjective, certains éléments pouvant être à la fois positifs et négatifs, en fonction du point de vue suivant lequel on les considère.

9.2 Forces

Les principaux points forts identifiés pour le Burundi en tant que destination touristique sont les suivants :

- **volonté affirmée** par le gouvernement de développer le tourisme innovateur, responsable et solidaire ;
- **inconnu et exotique** : Le Burundi constitue une destination potentielle pour attirer les touristes dans les segments « aventure et écologique ». Encore vierge, peu de touristes ;
- **aéroport** : Le Burundi dispose d'un aéroport international à Bujumbura qui offre des liaisons aériennes directes à destination de Nairobi et Bruxelles, ce qui est favorable à une ouverture sur l'Europe ;
- **réseau routier** : Un réseau routier relativement fort ;
- **télécommunications** : Excellent réseau de téléphonie mobile et couverture Internet de bonne qualité ;
- **alimentation électrique** : L'alimentation électrique est relativement satisfaisante par rapport à d'autres destinations concurrentes ;
- **La population** : Conviviale, vivant dans un environnement sain ;
- **Des distances relativement courtes** entre les différentes attractions susceptibles de développer le tourisme ce qui peut s'accommoder d'un nombre relativement limité de services et centres d'hébergement ;
- **Un grand nombre d'attractions** à travers le pays et une nature variée, favorable au développement d'un tourisme de découverte ou thématique.

9.3 Faiblesses

Il y a cependant un certain nombre de faiblesses dans l'offre touristique actuelle, ce qui devra être pris en compte dans le développement touristique. Les principales faiblesses sont les suivantes:

- **absence de cadre d'orientation** de développement du secteur du tourisme
- **Insuffisance de ressources humaines, matérielles et financières** de l'ONT;
- **Absence de vision claire** et navigation à vue, due aux manques de données statistiques fiables du tourisme ;
- **faiblesse des infrastructures d'accueil** ;
- **la mauvaise image internationale** est une préoccupation particulière et devra être surmontée et corrigée si le pays veut attirer un nombre important de visiteurs ;
- **faible capacité des ressources humaines** : il n'existe aucune formation officielle au niveau du tourisme au Burundi, une situation qui doit être résolue si le pays doit fournir des services d'une norme internationale et concurrencer des pays déjà bien développés en matière de tourisme long courrier, tel que le Kenya ;
- **coût élevé** de l'acheminement aérien en particulier au départ de l'Europe ;
- **procédures complexes** d'obtention de visa de visite ;
- **mauvaise condition de la structure d'entrée / sortie** dans le pays à l'aéroport de Bujumbura (procédure de contrôle des passeports et des visas donne une très mauvaise 1ère image et dernière image à la sortie du pays) ;

- **mauvais état des routes d'accès secondaire** aux attractions touristiques ;
- **faible signalisation et interprétation** à Bujumbura, dans les attractions touristiques, des sites ;
- **environnement dégradé**, déforestation massive et continue et forte pression agricole.
- **mauvaise qualité** des services bancaires internationaux pour les touristes ;
- **faibles sites touristiques** en ligne et manque général d'informations à jour sur la destination ;
- **manque de cadre légal** garantissant la survie future de 9 des 13 aires protégées, même les aires protégées disposant d'un statut légal sont aujourd'hui en cours de destruction et d'appropriation illégale (cf Plaine de l'Imbo – secteur Palmeraie de la Réserve naturelle de la Rusizi) ;
- **développement anarchique des infrastructures touristiques** surtout sur le littoral du lac tanganyika ;
- Incompréhension du concept « tourisme » de manière générale.

9.4 Opportunités

Les opportunités identifiées sont les suivantes :

- **potentiel d'exploitation de la diversité de l'offre** et des richesses des ressources naturelles et culturelles ;
- **prise de conscience de l'intérêt du tourisme** : implantation d'agences de voyages et de professionnels hôteliers, développement de différentes formes de tourisme (congrès, affaires, développement de sites pilotes de tourisme solidaire et écotourisme, produits régionaux grâce aux bonnes relations avec les voisins et au développement de l'intégration touristique régionale ;
- **programmes de développement durable du tourisme** : mise en œuvre de la stratégie de développement durable du tourisme ; études d'impacts environnementaux, réglementation protégeant le patrimoine culturel ;
- **développement du tourisme de niche** est une opportunité importante pour le Burundi ;
- **le lac Tanganyika** est un atout touristique de valeur et représente l'une des plus grandes opportunités de développement touristique au Burundi ;
- **les Parcs Nationaux** du Ruvubu, Rusizi et Kibira ;
- **Le Front de Lac à Bujumbura**, représente une opportunité majeure de réaménagement et Bujumbura Plage une opportunité pour le tourisme « affaires-loisirs » ;
- l'identité propre et riche ainsi que la diversité culturelle du Burundi devrait être pleinement mise en valeur.
- avec la création récente de la **Communauté Est-Africaine (EAC)**, dont le Burundi est membre, il existe maintenant d'importantes possibilités de coopérer au niveau régional sur la fourniture d'infrastructures, la législation, le développement des ressources humaines et le marketing dans le tourisme, de manière à positionner la Région des Grands Lacs, et plus spécialement le Burundi au sein de cette Région, comme une Nouvelle Destination Touristique Majeure pour les marchés internationaux avec introduction d'un Visa commun pour les pays de l'EAC.

9.5 Menaces

Les menaces suivantes pour le développement du tourisme durable au Burundi ont été identifiées :

- **risque de conflit renouvelé au niveau régional** qui aura une incidence sur l'image et la sécurité de la Région des Grands Lacs en général et au Burundi, en particulier ;
- **réduction de l'ONU et la présence des ONG** : Risque du retrait final de l'aide internationale et des activités des ONG dans le pays et la réduction conséquente du tourisme local et de la demande de loisirs. A l'heure actuelle, ce secteur constitue le plus important segment de clientèle, et une réduction du nombre de coopérants liés à l'Aide aura un impact significatif sur l'hôtellerie et la demande de loisirs, notamment à Bujumbura même ;

- **concurrence du tourisme sous régional** : la sous région, avec le Kenya et la Tanzanie notamment, constitue un «Must See » au niveau interrégional, européen notamment. Afin de se démarquer d'une concurrence aiguë que représentent ces destinations, il est à noter que le Rwanda négocie activement en vue d'une coopération touristique sous régionale avec l'Ouganda pour développer le tourisme lié à l'observation des Gorilles de montagne ;
- **manque de Planification** et mise en œuvre médiocre des schémas locaux d'aménagement en ce qui concerne le tourisme ;
- **environnement** : la dégradation continue de l'environnement fait peser une menace majeure pour le développement du Tourisme au Burundi. Pression démographique pour cause d'une urbanisation rapide ;
- **forte concurrence régionale** : le Kenya et la Tanzanie constituent aussi de nouvelles destinations écotouristiques ;
- **politique (1)** – incompréhension de la relation entre aire protégée et attraction touristique : manque de cadre légal pour la défense des aires protégées susceptibles d'attirer des touristes (Ruvubu en particulier) et faiblesse du cadre légal pour empêcher les appropriations illégales de terres au sein des aires protégées légales (Kibira et Rusizi notamment) ;
- **politique (2)** – faiblesse des autorités compétentes pour mettre en œuvre les cadres de lois et faire respecter les aires protégées ;
- **technique** – Absence d'une agence indépendante, compétente, raisonnable et progressive dans la réalisation et le suivi des études d'impact sur l'environnement et l'évaluation des résultats de ces études. Cette carence risque de laisser place à un développement anarchique d'infrastructures de tourisme qui pourraient être à la fois néfastes à l'environnement, au cadre paysager et au tourisme (risque de pollutions physiques, sonores et visuelles sur l'environnement, risques de mauvaise intégration esthétique, sociale et visuelle

9.6 Bilan d'ensemble

La conclusion qu'il est possible de tirer à la lecture de la liste des éléments positifs et négatifs du diagnostic peut se résumer de la façon suivante :

- **les atouts**, ou éléments positifs du diagnostic, en vue du développement de l'activité touristique au Burundi, sont à majorité d'ordre général et surtout liés aux potentialités et au contexte politique existant ;
- **les freins**, ou éléments négatifs du diagnostic, au développement touristique sont fortement liés au mode de fonctionnement et surtout à la gouvernance et l'inefficacité des structures de l'ONT. Cette dernière manque plus de moyens que de compétences et de savoir faire.

Il en résulte que le renforcement de l'ONT dans ses principaux domaines d'intervention constitue une condition nécessaire à réunir absolument si l'on veut mettre en œuvre, avec des chances raisonnables de succès, une véritable stratégie globale à moyen et à long terme de développement durable du tourisme burundais. La mise en œuvre de ce renforcement, dans la mesure où il constitue un préalable au succès d'un certain nombre d'aspects fondamentaux de la future stratégie, apparaît comme particulièrement fondamentale et urgente.

De même, il n'existe pas, malgré les multiples réunions et rencontres, de réelle concertation entre l'ONT et les opérateurs privés ou leurs représentants. Cette situation, qui s'est prolongée pendant longtemps, a entraîné un manque de confiance réciproque entre les acteurs privés qui attendent des actions concrètes et les acteurs publics qui manquent de moyens de développement touristique.

Or, ce développement ne peut être effectif que si les deux secteurs se mettent d'accord sur des objectifs communs et interviennent, chacun pour ce qui le concerne, en complémentarité et en synergie.



Burundi



**FILIERES POTENTIELLES ET
ECOTOURISME**



Plage de Bujumbura



Culture : Tambours sacrés du Burundi



Paysage inoubliable



Histoire : Rencontre de Stanley et de Livingstone

10.1 Général

Deux filières majeures ont été identifiées à savoir :

- le tourisme de plage lié au développement littoral du lac Tanganyika
- la nature ou l'écotourisme.

Le créneau de l'écotourisme est le créneau le plus croissant et le plus rapide dans l'industrie du tourisme. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) a estimé 698 millions de voyageurs internationaux en 2000, dépensant plus de \$476 milliard, soit une croissance de 4.5% par rapport à l'année précédente, et les arrivées de touristes prévues augmenteront par une moyenne de 4.3% par an au cours des 20 années à venir avec des arrivées atteignant 6.7% par année. Un autre rapport de l'OMT estime que le tourisme de nature produit 7% de toute la dépense internationale de voyage, et selon les ressources Institute (1990) du monde, le tourisme global se développe à un taux annuel de 4% tandis que le voyage de nature (vert) augmente 10% à 30% par an.

A cause d'un certain nombre de facteurs, le Burundi a un profil particulièrement bas sur les marchés touristiques internationaux, composés par les rapports de certaines presses internationales qui ont uniformément peint une image négative du pays. Cependant le Burundi détient un potentiel touristique important grâce à un certain nombre de capitaux qui, bien que non uniques, peuvent à plus long terme attirer un marché international. À court terme cependant le pays a un certain nombre de produits

différenciés qui pourraient attirer considérablement un certain nombre de marchés de niche qui, augmenteraient de manière significative les arrivées de touristes de loisirs. Il s'agit notamment de:

- Observation d'oiseaux: En particulier sur le lac Rwihinda (« lac aux oiseaux ») dans le nord, autour du lac Tanganyika et dans les secteurs des systèmes protégés de tout le pays.
- Plongée en apnée et sous-marine : Le lac Tanganyika est le plus long et plus profond lac de l'Afrique où l'on dénombre plus de 220 variétés des poissons, dont bon nombre d'entre eux sont uniques au lac.
- Pêche sportive: Ce sport sera concentré sur le lac Tanganyika dans les zones où l'on peut priser le plus grand nombre d'espèces de poissons.
- Observation de primates: À court terme, cette activité devrait être concentrée, préparée et développée dans la réserve forestière du Bururi.
- Randonnée : dans les aires protégées

Tous ces produits peuvent être trouvés au Burundi, qui incluent également le secteur agricole avec la récolte du thé et du café puis leur dégustation. Il existe également un produit culturel diversifié avec les danseurs et les tambourinaires, etc. Bien que la stratégie met l'accent sur le produit environnement et biodiversité, les liens avec les produits cités antérieurement représentent une valeur ajoutée pour le secteur du tourisme. Le tourisme peut également contribuer à la conservation et à la réhabilitation du patrimoine culturel et naturel.

Outre des produits de niche identifiés, le Burundi peut envisager de développer d'autres produits comme : les croisières sur le lac Tanganyika, le tourisme de congrès et le volontourisme.

10.2 Le lac Tanganyika

N'ayant pas de façade maritime, on ne peut à priori pas parler de tourisme balnéaire pour le Burundi. Toutefois, le littoral du lac Tanganyika, de par ses paysages et ses plages de sable, peut donner matière à la pratique de cette forme de tourisme.

On retiendra, dans cette section, le tourisme de station, c'est-à-dire un séjour résidentiel dans un endroit précis et non le tourisme itinérant dans une région balnéaire. Ce tourisme résidentiel représente de loin, le segment de marché le plus important. A titre d'exemple, le bassin méditerranéen accueille plus de 100 millions de touristes par an. Précisons, à ce titre, que quelques zones touristiques approchent de la saturation : Les Caraïbes et Hawaï pour le marché Nord Américain, le bassin méditerranéen pour le marché européen, Guam et Hawaï pour le marché Japonais. Par ailleurs, on observe un phénomène de lassitude vis-à-vis de ces zones grandement visitées, surtout de la part des jeunes générations qui recherchent des destinations nouvelles.

La demande européenne concernant des centres de villégiatures éloignés s'établit entre 10 et 12 millions de séjours par an et connaît un taux de croissance annuel de l'ordre de 7 %.

10.2.1 Tourisme balnéaire

L'aménagement du littoral Tanganyika, s'inscrit dans une logique de développement du tourisme interne et sous-régional mais également d'enrichissement de l'offre touristique globale, ainsi l'offre balnéaire constituera un complément de séjour à une clientèle internationale.

Au préalable, l'aménagement du littoral doit se faire dans le respect de l'environnement, avec une prise en compte des spécificités architecturales et urbanistiques traditionnelles locales. Un schéma d'aménagement du littoral doit être initié afin d'éviter tous développements 'sauvages'.

La valorisation de l'offre balnéaire passe par : L'aménagement de nouvelles plages dans un esprit local avec l'utilisation de matériaux locaux, procédés et architecture locale et des hébergements type lodges adaptés

à cet environnement. Le développement d'activités de loisirs: restauration, lieux de sorties et la création de centres sportifs : club de voiles, de plongée. Le développement de l'offre balnéaire facilitera l'émergence d'autres filières comme plaisance et croisière.

La grande force de ce produit est son caractère unique combinée à la qualité du paysage. Il offre une série de possibilités ainsi que près de 150 km de littoral. Les inconvénients sont la présence d'animaux dangereux dans des endroits spécifiques et la mauvaise planification urbaine à l'heure actuelle.

Le potentiel du marché est important. Les marchés cibles sont le marché local et le marché sous-régional: Rwanda, RDC, Tanzanie (régions frontalières). L'intérêt stratégique de l'industrie de la villégiature est essentiel pour le tourisme local et sous-régional.

10.2.2 Des sports nautiques

Là encore, il conviendra de faire la différence entre le windsurfer occasionnel et le fanatique de la planche à voile. C'est au fanatique de la planche à voile que nous prêterons attention. Le « Fan de Fun » constitue un marché de 250.000 adhérents en Europe, soit sensiblement moins que le fan de plongée.

C'est une clientèle jeune qui recherche avant tout la qualité de l'endroit. Ces exigences en matière d'hébergement sont sensiblement moins marquées que pour le plongeur et a fortiori le pêcheur. Il recherche un établissement de catégorie 1 à 2 étoiles, aux normes européennes, de dimension réduite (25 à 40 chambres). C'est une clientèle très mobile, qui recherche avant tout la qualité de l'endroit. L'encadrement ne revêt pas un caractère prioritaire, mais la qualité du matériel constitue une exigence.

Là encore, la communication et la commercialisation est effectuée à travers un réseau de clubs, associations et voyagistes spécialisés. Au même titre que le tourisme balnéaire, La grande force de ce produit est son caractère unique combiné à la qualité du lac. Il offre une grande gamme de possibilités sportives. Les inconvénients sont la présence d'animaux dangereux dans des endroits spécifiques et la mauvaise planification urbaine à l'heure actuelle.

10.2.3 Plongée sous-marine

Dans les 5 à 10 ans à venir, on s'attend à une très forte croissance sur ce marché. Les plongeurs recherchent des endroits nouveaux peu fréquentés. Ils deviennent de plus en plus aventureux et se rendent de plus en plus loin. A l'horizon 2005, on estime à 2,5 millions le nombre de licenciés et à 450.000 le nombre de forfaits de plongée commercialisés, dont 20 % sur les longs courriers.

Remarquez que la communication est effectuée par l'intermédiaire de journaux spécialisés ou par l'intermédiaire de clubs et associations. Précisons que le plongeur doit apporter généralement son matériel de plongée (hors bouteille et plombs). Un vol direct lui apparaîtra donc plus sécurisant.

Ce sport nécessite un centre de plongée moderne et bien équipé, doté de personnel qualifié. Cette facilité peut être indépendante ou intégrée à un plus grand développement. Des précautions doivent être prises pour le site dans une zone qui est à la fois sûre et intéressante pour les plongeurs.

10.2.4 Pêche sportive

La pêche à la ligne, ou la pêche de loisir, est l'un des passe-temps les plus populaires du monde et un générateur substantiel de tourisme. Il est estimé par le département de l'intérieur des USA qu'il y a plus de 44 millions de pêcheurs à la ligne aux États-Unis et que l'impact global de la pêche à la ligne est \$116 milliards

créant plus d'un million d'emplois. En Europe, il est estimé par l'Alliance européenne de pêcheurs à la ligne qu'il y a environ 25 millions de pêcheurs à la ligne en Europe.

Internationalement un certain nombre de destinations se sont positionnées grâce à leur offre de pêche à la ligne, dont l'Irlande, l'Écosse, l'Alaska et la Norvège. La pêche a son importance en Afrique, avec la Gambie, pour la pêche d'os puis le Kenya et la Tanzanie pour la truite de montagne. La principale destination de pêche sur le continent est cependant l'Afrique du Sud. La pêche est un passe-temps particulièrement populaire en Afrique du Sud, où, avec un littoral étendu d'océan, le pays a les ressources d'eau douce pour la pêche sportive, y compris la truite de montagne. Les pêcheurs à la ligne sud-africains se déplacent dans l'ensemble de l'Afrique, les destinations principales étant : le Zambesi supérieur, le Zambesi inférieur, Caborra Bassa, lac Kariba, fleuve de Chobe, fleuve d'Okavango et le delta et les marais d'Okavango.

Le Lac Tanganyika contient deux espèces qui lui sont endémiques : les poissons tigres et la grande perche du Nil. Ces deux espèces sont très prisées par les pêcheurs sportifs. Le marché de la pêche sportive présente une configuration similaire à celui de la plongée, bien que les pêcheurs disposent de revenus plus élevés et se situent dans une tranche d'âge plus élevée (40 ans et plus).



Figure : Perche du Nil

On retiendra donc deux sous-segments (notamment en ce qui concerne la pêche au gros) : le pêcheur fanatique et le pêcheur occasionnel. Le pêcheur fanatique souhaite en priorité :

- un endroit de grande richesse
- un hébergement de niveau équivalent au sous segment de plongée
- une flotte et un encadrement de qualité.

La communication et la commercialisation sont identiques à la plongée : journaux spécialisés, voyageurs spécialisés, clubs et associations. Enfin, précisons que le pêcheur sportif est très fidélisable, la recherche d'un endroit de classe internationale constituant le premier objectif. L'élasticité est faible sur ce segment, une variation de prix n'ayant que peu d'effet sur les réservations.

10.3 Ecotourisme

10.3.1 La randonnée, nature et découverte

L'écotourisme n'est pas un type de tourisme spécifique. C'est avant tout une « vision » du tourisme qui peut regrouper toutes les formes de tourisme, pourvu qu'elles soient compatibles avec la condition fondamentale de l'écotourisme : la préservation de l'environnement. En fait, l'écotourisme ou tourisme de nature, repose sur 4 points fondamentaux :

- protection de la faune, flore et écosystèmes
- charge touristique limitée
- programmation restrictive des hébergements
- participation des collectivités locales.

Certaines des activités d'écotourisme sont spécialisées et spécifiques, comme l'observation des oiseaux. D'autres activités sont de nature plus générale, la plus importante étant la randonnée, pour laquelle le Burundi offre un grand potentiel. Il y a un certain nombre de types de randonnée :

- la randonnée soft pratiquée en couple ou en famille
- la randonnée sportive ou trekking plutôt pratiquée en couple

La randonnée est très pratiquée en Europe. On estime à 3 millions de randonneurs en Italie et 10 millions de randonneurs occasionnels au Royaume Uni. 30% des Suédois s'adonnent à la randonnée, et 50 % des Anglo-saxons pratiquent la randonnée de façon occasionnelle. En ce qui concerne le marché de la France, on estime à 16 millions le nombre de randonneurs occasionnels. En France, on estime que 32 % des 15 - 29 ans s'adonnent à la pratique de la randonnée pédestre tandis que 38 % des plus de 50 ans pratiquent cette activité.

Profils des consommateurs : ce sont en majorité des catégories moyennes mais dont les habitudes de consommations peuvent être différentes. En ce qui concerne la randonnée sportive (hard), le confort exigé est très moyen voire faible. Un hébergement type refuge convient tout à fait. Ce produit est généralement consommé par une clientèle de couples à deux revenus sans enfants, et de très jeunes retraités. En ce qui concerne la randonnée soft ou de loisirs, les exigences en matière d'hébergement sont nettement plus marquées, un confort type 2** étant généralement souhaité.

Les forces de cette filière sont des sites grandioses et des distances raisonnables «à la journée». La diversité des intérêts : sites naturels, patrimoniaux et culturels. Une nature préservée (forêts primaires). Des sites d'accès faciles qui permettent une pratique douce. Des sites répartis entre les 4 coins du pays ; la taille du pays permet de pratiquer le tourisme dans les différents sites sur des courts séjours. Une activité praticable sur une grande partie de l'année et ouverte à de nombreux publics.

Les faiblesses sont : Manque de structures d'hébergement et d'accueil. Des capacités d'accueil insuffisantes sur des sites phares (Kibira et Ruvubu) : les gardes forestiers ne disposent pas de moyens leur permettant d'assurer leurs missions : lutte contre le braconnage, entretien des pistes, informations. La gestion des déchets est problématique. Un manque de structures d'accueil et d'information sur les sites. Un problème d'accessibilité : malgré le fait que l'état général des routes du pays soit correct, certains sites avec un intérêt touristique se trouvent enclavés. Dans certains sites naturels, la présence animalière est de plus en plus rare pour diverses causes : braconnage, pression agricole, pression démographique.

Les marchés cibles sont: la Belgique, l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, la Suisse, l'Italie et le marché sous-régional.

10.3.2 Observation d'oiseaux

Avec un potentiel énorme mais peu exploité, l'observation des oiseaux peut s'opérer dans cinq points chauds principaux au Burundi qui se composent de quatre assemblages biomes restreints :

- Il y a un secteur très petit qui est l'élément du biome des forêts de Guinée-Congo situé à l'Ouest, et qui détient 8 sur les 278 espèces limitées ;
- Le biome du bassin du lac Victoria à l'Est du pays avec un total de 11 sur les 12 espèces ;
- Le biome de l'Afrique Tropicale situé dans les forêts montagneuses de la ligne de partage du Congo-Nil qui abrite 66 espèces ;
- Le biome de Zambezian avec 9 des 67 espèces caractéristiques.

Chacune des cinq régions d'observation des oiseaux, considérées cependant comme des points névralgiques, couvre un secteur de plus de 1000 km². Ceci représente 3,7% du territoire national. Toutes sont déclarées parcs nationaux, forêts ou réserves naturelles.

L'observateur d'oiseaux, l'ornithologue, est généralement plus âgé, instruit, et provient principalement du Royaume-Uni, d'autres pays européens et des États-Unis. En Grande-Bretagne, il y en a plus d'un million, tandis que «les ornithologues amateurs» aux États-Unis, une étude gouvernementale¹⁴ a évalué la valeur de ce segment à \$36 milliards. Les ornithologues amateurs voyagent largement dans le monde entier à poursuivre leurs intérêts. Ce segment peut encore être décomposé et classifié en quatre catégories, les trois dernières devraient être celles visées pour le Burundi :

- **ornithologues généraux:** Ce sont les ornithologues occasionnels ou peu motivés, susceptibles d'être également intéressés par d'autres formes de tourisme de nature et de récréation extérieure durant leurs vacances ;
- **ornithologues spécialistes avec des budgets restreints:** Ce sont des ornithologues fortement motivés, contraints cependant dans leurs activités par les ressources financières. Ce sont souvent des jeunes ou des couples indépendants ;
- **ornithologues spécialistes souhaitant payer pour voir plus d'oiseaux:** Ils n'ont pas les contraintes financières de la catégorie précédente. Les ornithologues de cette catégorie cherchent à réduire au minimum les heures qui ne sont pas consacrées à l'observation des oiseaux ;
- **ornithologues spécialistes exigeant le 'paquet birding':** Ces personnes recherchent une expérience en ornithologie très efficace avec les conseils de guides très spécialisés.

10.3.3 Observation de primates

Les primates ont été une attraction clé dans le développement de l'industrie touristique du Rwanda. Cela a été en grande partie en raison de la notoriété de la Fondation Jane Goodal et ses travaux largement diffusés avec les gorilles de montagne. L'Ouganda et le Rwanda maintenant ont accepté officiellement de coopérer dans le développement de ce segment.

La réserve de Kibira sur la frontière entre le Rwanda Burundi offre la possibilité d'établir, avec le Rwanda, une attraction majeure de primates. Ce potentiel devrait être étudié en détail.

10.4 D'autres segments potentiels

10.4.1 Croisières sur le Lac Tanganyika

Le tourisme de croisière désigne les séjours effectués sur un bateau pour le plaisir. Dans l'industrie du tourisme, on entend généralement par là les croisières en mer. Plus de 7,5 millions de personnes ont fait une croisière dans le monde en 1998. C'est une filière qui connaît un taux de croissance de 10% par an.

Le secteur des croisières s'est considérablement diversifié au cours des cinq dernières années. Les croisières spécialisées vers des lieux généralement inaccessibles par d'autres moyens, ou des lieux difficiles d'accès par voie terrestre, ne constituent qu'un créneau restreint mais qui a connu une forte croissance ces dernières années. La demande de croisière se diversifie, beaucoup de voyageurs s'implantant sur le marché à tous les niveaux et offrant un large éventail de produits. C'est ainsi que l'on distingue les marchés suivants : croisières familiales, voyages tout compris, paquebots de luxe, voyages de noces, et croisières à thème.

On attend un doublement des croisiéristes dans les 5 prochaines années. Les croisières se développeront dans des segments très différents : du tourisme de masse, des jeunes et des gens du troisième âge. L'âge moyen des croisiéristes va baisser, pour s'établir à 25 - 39 ans, et leurs revenus se situeront dans la fourchette des \$30.000 à \$100.000. Par ailleurs, les couples accompagnés d'enfants seront de plus en plus nombreux. Enfin, les croisières en rivières font l'objet d'une demande grandissante, le nombre de passagers ayant triplé au cours des cinq dernières années.

Le lac offre des paysages propices à ces pratiques : la forme toute en longueur et peu de largeur fait que le rivage et les montagnes restent toujours visibles. Le lac relie quatre pays et cultures différentes dont la liaison par route est pratiquement impossible. Possibilité de pratiques sportives : pêche sportive (le lac compte environ 133 espèces de poisson), sports de glisse, et plongée.

Si le Liemba est utilisé comme un bateau de croisière, ce produit est potentiellement de la plus haute norme internationale. À l'heure actuelle l'infrastructure n'est pas en place pour permettre cette activité. Un terminal de croisières et une jetée ont besoin d'être construits à Bujumbura et un service de croisière régulier doit être lancé. Cela peut impliquer la construction d'un second bateau.

10.4.2 Tourisme de congrès

Les congrès font partie du segment désormais connu sous le nom de MICE (réunions, voyages de stimulation, congrès et expositions). Le tourisme de congrès correspond aux activités des personnes qui se rendent dans un pays, essentiellement pour participer à une réunion ou un congrès, ou pour accompagner quelqu'un dans ce cas. Le segment des congrès est caractérisé par des visiteurs de haut niveau, qui dépensent beaucoup et qui offrent un rendement élevé. Quant aux délégués, ils y ont dépensé environ 2,5 fois plus que les visiteurs en vacances.

Le tourisme de congrès complète le tourisme d'agrément. Il peut apporter un surcroît de clientèle à des destinations de vacances en allongeant les saisons. Plusieurs études montrent également que le tourisme d'affaires provoque une augmentation du tourisme d'agrément, puisqu'environ 40% des personnes en visite pour un congrès reviennent avec leur famille, des collègues ou des amis. Enfin, le tourisme de congrès résiste mieux aux crises économiques que d'autres secteurs, maintenant de hauts niveaux d'emploi et d'investissement.

C'est un marché appelé à connaître un taux de croissance d'au moins 10 pour cent par an au cours des dix prochaines années. Malgré la menace continue que font peser la vidéoconférence et les conférences par internet, avec ou sans transmission d'image, l'essor du marché des congrès semble assuré.

Les forces de cette proposition s'appuient sur un emplacement géographique optimal dans le centre de la région de l'Afrique de l'Est, et les marchés potentiels locaux et régionaux. Les faiblesses sont dues au manque d'infrastructure quant à un centre de conférences ainsi qu'aux ressources humaines. De plus, les accès par voie aérienne et les hébergements sont limités.

Burundi



**PREVISIONS D'ARRIVEE
DES VISTEURS**

11.1 Principes généraux

Dans cette section, nous cherchons à estimer le nombre de visiteurs jusqu'à l'an 2020 et d'établir des besoins d'hébergement. Ces prévisions sont basées sur des ensembles de données faibles et incomplètes et devraient être considérées comme des estimations initiales. Les améliorations recommandées à la collecte des données de ces projections doivent être surveillées et examinées sur une base continue.

Une attention particulière est attirée sur les projections pour les touristes internationaux. Les données de ce segment est particulièrement faible et le nombre des visiteurs pour l'année 2010 exceptionnellement bas. Bien que le taux de croissance moyen pour le tourisme en Afrique soit d'environ 6,5% à l'heure actuelle, son adoption pour le Burundi est discutable. Appliquer ce faible taux de croissance se traduira par une croissance minimale au cours de la période du plan. Au lieu de cela, nous avons identifié un certain nombre cible de visiteurs pour 2020. Ce nombre correspond à une augmentation de quatre fois dans les arrivées de touristes internationaux, de 2.500 actuellement à 10.000 par an en 2020.

Il est particulièrement important que le rendement réel soit évalué en fonction de ces objectifs sur une base continue et qu'il soit ajusté selon les besoins.

Il convient, compte tenu des variations de types d'hébergement et de fréquences de visites, de procéder à une ventilation des arrivées par type de visiteurs. On distinguera :

- le tourisme d'affaire international se rendant au Burundi via l'aéroport de Bujumbura.
- le tourisme d'affaire sous régional se rendant au Burundi via l'aéroport de Bujumbura.
- le tourisme d'affaire transfrontalier (données Mai 2009, poste frontière Gatumba).
- le tourisme affinitaire international données Mai-Juin 2009, poste frontière Aéroport International de Bujumbura).
- le tourisme affinitaire transfrontalier (données Mai 2009, poste frontière Gatumba).
- le tourisme de loisirs international (données Mai-Juin 2009, poste frontière Aéroport International de Bujumbura).

11.1.1 Tourisme d'affaires international (la sous-région non incluse)

Il sera estimé à partir des statistiques recueillies et analysées à l'aéroport pour les mois de Mai et Juin 2010 d'où seront soustraites les arrivées en provenance de la sous région (EAC + RDC). L'analyse est faite à partir de l'enquête effectuée à l'aéroport pour le mois de Mai 2010. Une extrapolation a été effectuée pour l'année 2010. On a par ailleurs considéré le motif de visite « affaire internationale » à 51% des passages enregistrés. Les résultats obtenus seront affinés en fonction des résultats obtenus lors de la continuation de l'enquête. Basé sur le sondage, nous estimons qu'il y a 11.261 arrivées dans cette catégorie pour l'année 2010. Compte tenu de la reprise de l'activité, le taux de croissance retenu a été estimé à 5%. Ces différentes extrapolations se traduisent par 14.400 visiteurs d'affaires en 2015 et 18.300 visiteurs d'affaire transfrontaliers à l'horizon 2020.

11.1.2 Tourisme d'affaires sous-régional

Il sera estimé à partir des statistiques recueillies et analysées à l'aéroport pour les mois de Mai et Juin d'où seront soustraites les arrivées en provenance de la sous région (EAC + RDC). Une extrapolation a été effectuée pour l'année 2010. On a par ailleurs considéré le motif de visite « affaire internationale » à 51% des passages enregistrés. Les résultats obtenus sont affinés en fonction des résultats obtenus lors de la continuation de l'enquête. Basé sur le sondage il est estimé qu'il y a 2,815 arrivées dans cette catégorie pour l'année 2010. Compte tenu de la reprise de l'activité, le taux de croissance retenu a été estimé à 8%. Ces différentes extrapolations se traduisent par 4.100 visiteurs d'affaire en 2015 et 6.100 visiteurs d'affaire transfrontaliers à l'horizon 2020.

11.1.3 Tourisme d'affaires transfrontalier

Le tourisme d'affaires transfrontalier a été analysé à la suite d'une enquête menée sur le principal point de passage avec la RDC à Gatumba en mai 2010. Une extrapolation a été effectuée pour l'année 2010 et les experts nationaux ont recommandé que l'extrapolation soit étendue à 4 postes frontières. On a par ailleurs considéré le motif de visite « affaire » à 60% des passages enregistrés. Les résultats obtenus seront affinés en fonction des résultats obtenus lors de la continuation de l'enquête. Basé sur le sondage auprès des visiteurs à un poste frontière de Gatumba mai 2010, nous estimons qu'il y a 195.840 arrivées dans cette catégorie pour l'année 2010. Compte tenu de la reprise de l'activité, le taux de croissance retenu a été estimé à 8%. Ces différentes extrapolations se traduisent par 287.800 visiteurs d'affaire en 2015 et 422.800 visiteurs d'affaire transfrontaliers à l'horizon 2020.

11.1.4 Tourisme affinitaire transfrontalier

Il est analysé à partir de l'enquête effectuée au poste frontière de Gatumba pour le mois de Mai 2010. Une extrapolation a été effectuée pour l'année 2010 et les experts nationaux ont recommandé que l'extrapolation soit étendue à 4 postes frontières. On a par ailleurs considéré le motif de visite « affinitaire transfrontalier » à 40% des passages enregistrés. Les résultats obtenus seront affinés en fonction des résultats obtenus lors de la continuation de l'enquête. Basé sur le sondage auprès des visiteurs à un poste frontière de Gatumba en mai 2010, nous estimons qu'il y a 130.560 arrivées dans cette catégorie pour l'année 2010. Compte tenu de la reprise de l'activité, le taux de croissance retenu a été estimé à 8%. Ces différentes extrapolations se traduisent par 183.100 visiteurs d'affaire en 2015 et 256.800 visiteurs d'affaire transfrontaliers à l'horizon 2020.

11.1.5 Tourisme affinitaire international

Il est analysé à partir de l'enquête effectuée à l'aéroport pour le mois de Mai 2010. Une extrapolation a été effectuée pour l'année 2010. On a par ailleurs considéré le motif de visite « affinitaire international » à 20% des passages enregistrés. Les résultats obtenus seront affinés en fonction des résultats obtenus lors de la continuation de l'enquête. Basé sur le sondage auprès des visiteurs à un poste frontière de Gatumba en mai 2010, nous estimons qu'il y a 5.520 arrivées dans cette catégorie pour l'année 2010. Compte tenu de la reprise de l'activité, le taux de croissance retenu a été estimé à 3%. Ces différentes extrapolations se traduisent par 183.100 visiteurs d'affaires en 2015 et 256.800 visiteurs d'affaires transfrontaliers à l'horizon 2020.

11.1.6 Tourisme international de loisir

Il est analysé à partir de l'enquête effectuée à l'aéroport pour le mois de Mai 2010. Une extrapolation a été effectuée pour l'année 2010. On a par ailleurs considéré le motif de visite « tourisme loisirs international » à 9% des passages enregistrés. Les résultats obtenus seront affinés en fonction des résultats obtenus lors de la continuation de l'enquête. On estime qu'il y a actuellement environ 2.500 arrivées de touristes internationaux au Burundi pour l'année 2010.

Trois scénarios pour la croissance des touristes de loisirs internationaux ont été examinés. La base ou, scénario de faible croissance, considérée comme moyen de croissance d'environ 5%. Cela reflète la tendance actuelle régionale. Ce modèle prévoit 4.100 arrivées en 2020. Ce modèle représente le cas de base et illustre la croissance continue au rythme actuel.

Une projection de croissance très élevée prévoit 25.000 visiteurs internationaux de loisirs d'ici à 2020. Ce modèle implique le taux de croissance annuel de 26%. Ce taux paraît insoutenable. En outre, cette projection implique la fourniture de liaisons aériennes supplémentaires à long courriers et un taux très élevé de la

construction de nouveaux hôtels. Il s'agit d'un taux de croissance bien au-delà de ce qui a été réalisé au niveau régional.

Un objectif de croissance moyen élevé est certes ambitieux mais réalisable. Il est supposé que la croissance du tourisme actuel est de 8% et que ce chiffre passera à 18% que la stratégie de développement est mise en œuvre. Ces différentes extrapolations, illustrées ci-dessous, se traduisent par 5.300 visiteurs de 2015 et 10.000 visiteurs à l'horizon 2020.

Tableau 27 : Tourisme de loisirs international 2010 à 2020

ANNÉE	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Croissance	8	15	15	15	18	18	18	18	18	12	8
Touristes	2,500	2,900	3,300	3,800	4,500	5,300	6,200	7,200	8,300	9,300	10,000

Tableau 28 : Prévisions d'arrivées de 2010 à 2020

TYPE	CROISSANCE	2010	2015	2020
le tourisme d'affaire international	5	11,300	14,400	18,300
le tourisme d'affaire sous régional	8	2,815	4,100	6,100
le tourisme d'affaire transfrontalier	8	195,840	287,800	422,800
le tourisme affinitaire international	3	5,520	6,400	7,400
le tourisme affinitaire transfrontalier	7	130,560	183,100	256,800
le tourisme de loisirs international		2,500	5,300	10,000
Total	(moyen) 7.5	348,535	501,100	721,400

11.2 Prévisions des chambres d'hôtel

11.2.1 Hébergement d'approvisionnement actuel

L'enquête sur le nombre de chambres existantes à Bujumbura, a révélé que la ville compte environ 1387 chambres d'hôtel en 2010. Il a été observé qu'il y a aussi un nombre important de nouveaux hôtels en construction, mais le nombre de nouvelles chambres à venir sur le marché n'est pas connu.

Une évaluation faite à Gitega montre qu'il y a environ 35 chambres. Les nouveaux équipements prévus à Rumonge incluront de nouveaux hébergements. Il s'agit notamment de l'Hôtel du Saga Nyanza, avec près de 15 chambres, l'Imperial Resort avec 120 chambres et Blue Bay Resort avec 20 chambres, donc un total de 155 chambres.

La capacité totale hôtel au Burundi est largement estimée à 1700 chambres.

11.2.2 Prévisions de la demande d'hébergement

- **Durée du séjour de vacances** : Elle est considérée comme étant de 13 nuits et restera à ce niveau grâce à la période du plan.
- **Taux d'occupation** : Dans le calcul de la demande des chambres d'hôtel, un taux moyen d'occupation d'hôtels de 70% a été considéré

Tableau 29 : Prévisions de la demande d'hébergement 2010 à 2020

	2010	2015	2020
le tourisme de loisirs international	2500	5300	10000
Durée du séjour	14	14	14
Nuits	35,000	74200	140,000
Chambres d'hôtel	137	290	548
Tourisme d'affaires ¹⁵	14,100	18,500	24,400
Durée du séjour	24	24	20
Nuits	338,400	444,000	488,000
Chambres d'hôtel	1324	1738	1910
Transit	4000	5400	6500
Durée du séjour	1	1	1
Nuits	4000	5400	6500
Chambres d'hôtel	16	21	25
TOTAL	1477	2049	2483

Des estimations approximatives, illustrées ci-dessus, indiquent que près de 570 nouvelles chambres seront nécessaires d'ici à 2015. D'ici à 2020 un total de 1000 nouvelles chambres seront nécessaires.

11.2.3 Type et emplacement des hôtels

Le type et l'emplacement du futur hôtel mis à disposition, devrait faire l'objet d'une étude plus détaillée. Cela comprend une évaluation de faisabilité. Quelques observations initiales peuvent cependant être apportées en ce qui concerne les prévisions à venir.

- La conception des nouveaux hôtels doit avoir un caractère qui reflète la culture du Burundi
- Un hôtel d'affaires phare avec un centre de conférence internationale est requis d'urgence
- Le Lac Tanganyika devrait être au centre du développement des hôtels de loisirs
- Les hôtels de la région de montagne doit suivre un modèle d'écotourisme et intégrer les communautés locales

11.3 Principaux marchés émetteurs

Outre le développement des marchés spécialisés et, sur des créneaux indiqués dans le chapitre 11, le Burundi continuera d'être tributaire d'un certain nombre de marchés nationaux. Les principaux marchés sont identifiés dans la présente section ainsi que leurs principales caractéristiques. Leur importance est évaluée et de larges possibilités sont identifiées.

11.3.1 Le marché local

Bien que le marché touristique local n'est pas énorme, il a un rôle important à jouer. Le Burundi a une population d'environ 8 millions de personnes. Il a été estimé que ce chiffre passera à 11 millions d'ici à 2015.

¹⁵ Incluant le tourisme d'affaire international et le tourisme d'affaire sous-régional

En particulier, il y aura une augmentation du nombre de ménages et de la taille de la classe moyenne. Avec le retour de la stabilité politique et sociale dans le pays, il y a eu un retour à la croissance économique. Cette croissance a alimenté le tourisme d'affaires et la demande d'activités de loisirs.

Une forte diaspora revient en visites et apportent ainsi la demande de loisirs et les habitudes de dépenses. En même temps, la présence d'une importante communauté s'étend dans le pays qui alimente la demande pour les activités de loisirs et de vacances de courte durée.

Ces nouvelles exigences se manifestent désormais dans la croissance de restaurants et de bars dans et autour de Bujumbura, ainsi que dans les stations de loisirs nouvelles sur le lac Tanganyika et des excursions dans les aires protégées et des centres historiques.

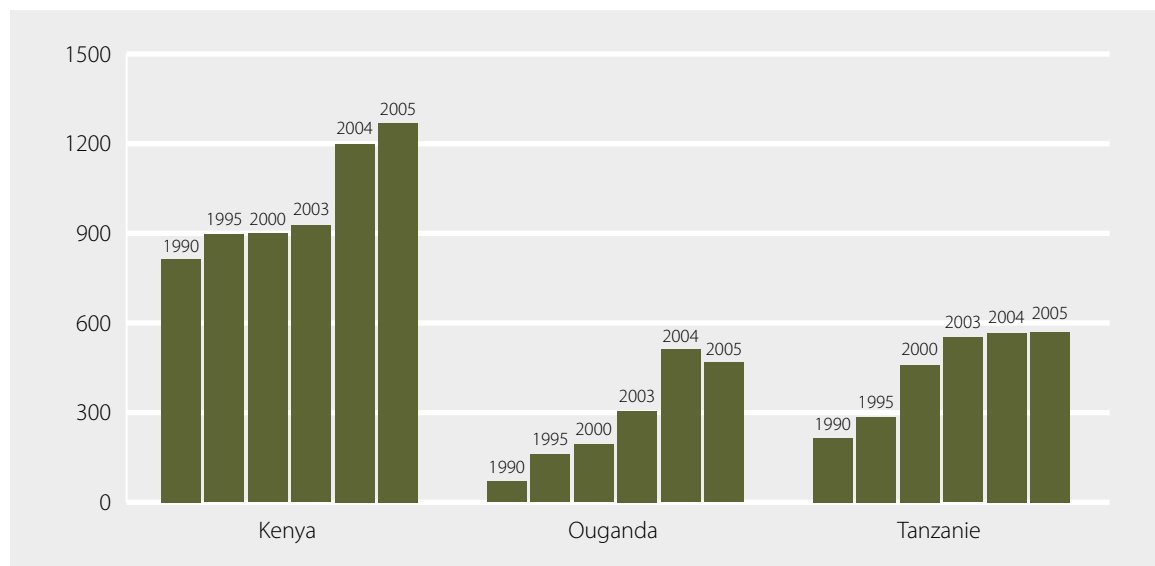
Aucune statistique n'est disponible pour permettre l'évaluation de la demande touristique locale. Néanmoins l'expérience internationale nous montre que la sensibilisation locale qui stimule la demande est importante pour la durabilité du secteur à long terme. Cela peut être fait en concevant des produits pour la consommation locale, notamment à vocation pédagogique. Les voyages scolaires vers les zones protégées et des sites historiques devraient être développés et encouragés.

11.3.2 Le marché sous-régional

Le marché sous-régional est constitué des pays de la Communauté Est Africaine, la République du Kenya, l'Ouganda, la République-Unie de Tanzanie, et la République du Rwanda, et la République démocratique du Congo. Ce marché couvre une superficie de 4.200.000 kilomètres carrés, avec une population de quelque 180 millions de personnes et un PIB actuel de \$95 milliards.

Tableau 30

Arrivées de touristes de 1995 à 2005



Source : OMT

Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessus, la région a une forte présence sur le marché du tourisme international. La première destination est le Kenya qui a reçu plus de 1,3 millions de visiteurs en 2006. Les

arrivées internationales dans ces trois pays dépassent 2,5 millions de touristes. Dans ses prévisions pour l'Afrique, l'OMT prévoit que les arrivées augmenteront en moyenne de 5,5% par an jusqu'en 2020.

Ensemble, les Etats de l'EAC voisins attirent plus de 2 millions de visiteurs par an. Bon nombre de ces touristes sont originaires d'Europe et ont des intérêts qui correspondent à l'offre touristique du Burundi. Le Burundi a besoin d'attirer seule une petite proportion de ces visiteurs de transformer son industrie touristique. Il est donc de la plus haute importance que la coopération touristique régionale soit renforcée et que le Burundi soit incorporé dans l'itinéraire touristique régional.

Les relations économiques et politiques entre les divers État de l'EAC se développent rapidement. Cela comprend un projet pour un visa touristique commun et une promotion touristique conjointe. Il y a une progression du niveau de vie et le développement des loisirs de plein air, et une forte présence des résidents étrangers avec un pouvoir d'achat élevé et des pratiques touristiques établies.

Les Forces de la région sont : la proximité et le positionnement géographique au centre et une offres diversifiée de nature/culture. Les faiblesses sont : la langue car le Burundi est le seul pays francophone de la région puis le rapport qualité/prix. La sous-région avec le marché local est toutefois une grande importance stratégique pour le Burundi.

11.3.3 Les marchés internationaux

a. Le marché Belge

Le marché belge est d'une importance particulière pour le Burundi et en 2010, c'est la source la plus importante de visiteurs internationaux. La Belgique est l'ancienne puissance coloniale et a des liens très forts avec le Burundi. Les liens linguistiques, culturels et économiques sont très forts. La Belgique abrite également une importante communauté d'expatriés. Le Burundi est axé sur Bruxelles. La Belgique est l'unique voie aérienne en Europe grâce à Brussels Airlines, deux fois par semaine.

Les destinations africaines sont de plus en plus importantes pour le marché belge, alimentées par un regain d'intérêt de l'héritage colonial du pays ainsi que la recherche de l'exotisme. Un attrait particulier pour le marché belge sera la culture et l'histoire ainsi que les possibilités de loisirs du lac Tanganyika. Cependant, la mauvaise image de la destination devra être améliorée et la connaissance des possibilités touristiques du Burundi accrue.

b. Le marché Français

Le marché français est la deuxième plus grande source de marché pour le Burundi et est d'une importance cruciale. Bien que la France n'ait pas de liaison aérienne directe, il y a de fortes affinités culturelles et linguistiques entre les deux pays. Comme un des plus grands marchés du monde sortant, la France présente une occasion unique pour le Burundi.

D'autres faiblesses à surmonter sont le manque de tours opérateurs internationaux opérant au Burundi ainsi que l'ampleur et la qualité de l'offre hôtelière. Conjointement avec de nombreux autres pays de la région, les procédures pour l'obtention d'un visa de visiteur doivent être simplifiées. L'offre en termes de nature et d'écotourisme sera d'intérêt pour le marché français avec des activités comme la randonnée.

Les marchés Français et Belges sont des marchés prioritaires pour le Burundi. Un autre marché francophone qui pourrait être abordé, sur une base similaire au marché français, est la Suisse.

c. Le marché Allemand

Le marché allemand est le plus important en Europe et a une valeur totale estimée de \$70 milliards par an. En dépit de sa taille, le marché allemand actuel ne représente qu'environ 6% de toutes les arrivées européennes à l'aéroport de Bujumbura et il occupe la 15ème position quant aux arrivées de visiteurs au Burundi.

L'Allemagne a de forts liens historiques et culturels avec le Burundi et de nombreux vestiges de sa présence coloniale se trouvent encore dans le pays. D'ailleurs, une grande partie de la diaspora Burundi a choisi de résider en Allemagne, renforçant encore davantage les liens. Le Burundi y est cependant peu connu en tant que destination touristique potentielle et est, malheureusement, plus généralement associé à des troubles civils.

Le marché allemand a connu une forte croissance dans le marché long-courrier et il y a un intérêt croissant pour les activités d'écotourisme et de nature puis une forte demande pour les produits de plage. Pour pénétrer ce marché, le Burundi devra surmonter un certain nombre de faiblesses dont le manque de liaisons aériennes directes, d'hébergement, de services de mauvaise qualité, d'absence de tour-opérateurs allemands puis les barrières linguistiques.

Les touristes allemands ont déjà une forte présence au Kenya et en Tanzanie. Un itinéraire multicentre, dont le Burundi, peut être d'intérêt pour ce marché. Des forfaits « spécialistes de nature » pourraient certainement être proposés.

d. Le marché Britannique

Le marché britannique est le deuxième plus important en Europe, et a une valeur totale estimée de \$48 milliards par an. En dépit de sa taille sur le marché britannique actuel, il ne représente qu'environ 10% de toutes les arrivées à l'aéroport de Bujumbura, et représente le 3ème plus grand segment de visiteurs internationaux après la France. Le Burundi est cependant peu connu en tant que destination touristique potentielle et est, malheureusement, plus généralement associé à des troubles civils.

Le marché britannique a montré une forte croissance en particulier dans le marché long-courrier et il y a un intérêt croissant pour les activités d'écotourisme et de nature ainsi qu'une forte demande pour les produits de plage. Afin de pénétrer ce marché, le Burundi devra surmonter un certain nombre de faiblesses, y compris, le manque de liaisons aériennes directes et d'hébergements, des services de mauvaise qualité, une absence de tour-opérateurs britanniques puis la barrière linguistique. Il est cependant à noter que l'anglais est largement parlé à Bujumbura.

Les touristes britanniques sont déjà très présents au Kenya et en Tanzanie. Un itinéraire multi centre, dont le Burundi, peut être d'intérêt pour ce marché. Ainsi les spécialistes de la nature pourraient suivre des itinéraires à thème pour l'exploration de l'Afrique orientale, par exemple le «Livingstone Trail» et la «Source du Nil», deux thèmes bien connus sur les marchés britanniques et anglophones. L'intérêt pour le 'volontourisme' est particulièrement élevé en Grande-Bretagne et ce marché devrait être exploré.

C'est un marché potentiellement significatif en liaison avec les destinations de la sous-région sur des Produits d'écotourisme, de randonnée, de nature, de pêche sportive et l'ornithologie.

e. Le marché Italien

Le marché italien, au même titre que le marché britannique, est l'un des plus gros marchés européens sortants et a une valeur totale estimée à \$28 milliards. En 2010 le Burundi semble attirer très peu l'intérêt de ce marché et un nombre minime d'Italiens a été enregistré à l'aéroport international.

Le marché de niche italien a toutefois montré une forte croissance, en particulier dans le marché long-courrier, et il y a un intérêt croissant pour les activités d'écotourisme et de nature.

Les touristes italiens sont déjà très présents au Kenya et en Tanzanie. Un itinéraire multi centre, dont le Burundi, peut être d'intérêt pour ce marché. Les spécialistes de la plongée et de la pêche sportive représentent une opportunité de marché pour le Burundi.

f. Autres marchés européens

Parmi les autres marchés nationaux européens, les marchés néerlandais et scandinaves doit être mentionnés comme un tout et présentent un intérêt particulier. Les touristes de ces marchés sont généralement ouverts à de nouvelles destinations et ont une forte conscience sociale et environnementale qui doit correspondre à l'offre Burundaise. Des recherches sur Internet a déjà indiqué que l'intérêt des marchés scandinaves pour le Burundi semble être particulièrement élevé.

Au même titre qu'avec d'autres pays européens, l'ensemble de ces marchés a connu une forte croissance, notamment au Kenya. Pour pénétrer ces marchés, le Burundi devra faire connaître sa destination, améliorer son image et surmonter un certain nombre de faiblesses, y compris, le manque de liaisons aériennes directes et d'hébergements, des services de mauvaise qualité, une absence de tour-opérateurs internationaux et de niches puis les barrières linguistiques. L'intérêt pour le 'volontourisme' et le cyclisme est particulièrement élevé dans les marchés néerlandais et scandinaves, et ces segments devraient être explorés.

g. Le marché Sud-Africain

L'Afrique du Sud a un certain nombre d'atouts, notamment sa proximité géographique et la croissance des échanges économiques entre elle et le Burundi. Les faiblesses ne comprennent aucun opérateur d'Afrique du Sud ainsi que les problèmes linguistiques possibles. Le Burundi sera également confronté à une forte concurrence des destinations africaines établies offrant un niveau beaucoup plus élevé de services et d'hébergements. Un problème particulier est le manque d'une liaison aérienne directe, bien que le lac Tanganyika puisse être développé comme une artère de transport reliant le Burundi et la Zambie, une destination établie pour les Sud-Africains.

Les Sud-Africains sont très attirés par les sites naturels et de plein air. De nombreux Sud-Africains se passionnent également pour la culture africaine. Les Sud-Africains voyagent largement dans l'ensemble du continent et constituent le plus grand segment de visiteurs au Zimbabwe, au Mozambique, en Namibie et au Botswana. Ils sont particulièrement intéressés pour le sport et la nature. Le Burundi offre un certain nombre de sites de niche, d'intérêt pour ce marché, à savoir la pêche sportive sur le lac Tanganyika, la randonnée et l'observation des oiseaux. Il existe déjà de nombreuses preuves de cet intérêt de l'Afrique du Sud pour la région. Notamment, les Investisseurs sud-africains sont intéressés par le développement d'une marina à Bujumbura. Les Sud-Africains ont aussi joué un rôle clé dans le développement de la pêche sportive en Zambie.

Burundi



**ORIENTATIONS
STRATEGIQUES**

12.1 Introduction

Les analyses effectuées ont permis de préciser les futurs contours du développement touristique au Burundi. Ce sera tout d'abord un tourisme de niches excluant toute massification. Aucune zone ne saurait accueillir un tourisme générant un flux important de visiteurs en raison d'un environnement particulièrement fragile.

Après avoir évalué les ressources touristiques existantes et potentielles du Burundi un certain nombre de segments clés du tourisme ont été identifiés. Ce sont:

- écotourisme de nature et découverte – des aires protégées ;
- tourisme balnéaire – lac Tanganyika et Bujumbura Plage ;
- tourisme de croisière – lac Tanganyika ;
- tourisme de niche incluant, randonnées, la pêche sportive, la plongée, et sports nautiques- des aires protégées, massif– de Nkoma et lac Tanganyika ;
- Tourisme de congrès ou le tourisme d'affaires à développer à Bujumbura.

12.2 Positionnement

12.2.1 Développement de produits sous-régionaux complémentaires

Sur le très court terme, la destination Burundi ne dispose pas d'une visibilité sur la scène internationale, les destinations de la sous région bénéficient d'une notoriété beaucoup plus importante. Le développement du secteur passe impérativement par une complémentarité de séjour par le biais de circuits combinés avec les destinations de la sous région. Cette complémentarité doit être initiée en premier lieu avec les destinations de même taille, principalement le Rwanda.

Le Rwanda et la Tanzanie bénéficie d'un réseau de distribution en Europe intéressant (Plusieurs tour opérateurs travaillent déjà sur la destination : Club Aventures, Explorator, Nomade Aventures, Terres d'Aventure, STI...). Il convient de s'appuyer sur ces réseaux afin de proposer une offre de séjour qui puisse associer les deux destinations.

12.2.2 Positionnement stratégique image

Aujourd'hui, alors que le Burundi souhaite faire son entrée dans le tourisme international, il faut s'interroger sur le sens, l'essentiel, le message, la USP (Unique Selling Proposition). Que retenir ? Que mettre en avant ? Il faut tout à la fois : Refléter les réalités du Burundi (en faisant rêver). Rencontrer des aspirations ou des attentes sur les marchés et avoir un souci de rassurance : donner confiance, lever les désagréments d'image.

Le Burundi doit jouer sur une dualité de sensations et d'aspirations : des paysages ouverts, lumineux, variés, une biodiversité et en même temps ramener à une dimension humaine rassurante : pays des collines aux traditions d'accueil et d'hospitalité bien ancrées; on y fait des rencontres humaines riches, on découvre des modes de vie, des traditions très intéressantes.

12.2.3 Positionnement stratégique produit

Le principal atout différenciateur à faire valoir est un positionnement Nature, Culture et Lac.

- Des produits nature et découverte : découverte faune et flore, parcs et réserves naturelles, randonnées, trekking.

- Des séjours dans les sites culturels avec une vraie offre touristique.
- Des séjours au bord du lac : offre balnéaire.

Pour cela, il y a nécessité de développer l'offre et les produits. La création de nouveaux produits rend nécessaire l'amélioration de la situation actuelle en conciliant à la fois :

- L'attractivité des sites qui devront être aménagés de manière à être visités facilement par des touristes, désireux en outre d'être informés sur les sites qu'ils visitent ;
- L'adéquation de la qualité des hébergements avec les catégories de clientèles de touristes ;
- Les facilités de transport et d'accès aux sites ;
- Les autres commodités requises par les touristes.

L'identité touristique du Burundi s'articulera autour de 3 grands pôles touristiques majeurs:

- l'aventure et la découverte de la nature ;
- les sites historiques et le patrimoine culturel ;
- la détente et la découverte du lac.

La diversification de l'offre passe par la création de produits en rapport avec les offres de culture, l'historique, la nature et balnéaire. Le Burundi doit:

Valoriser l'offre dans les parcs naturels :

- développer une offre d'hébergement de qualité qui s'intègre dans l'environnement et qui met en avant l'architecture et l'artisanat local ;
- aménager et entretenir des pistes et chemins de randonnées pédestres dans des parcs et réserves naturelles de Kibira et Kigwena. Dans d'autres, Ruvubu et La Rusizi, aménager des pistes permettant le passage de véhicules 'Vision' pour l'observation d'animaux ;
- aménager des points d'observation et des pancartes informatives,
- aménager des lieux d'accueil et d'information ;
- donner davantage de moyens aux gardes pour lutter contre le braconnage et la déforestation ;
- procéder à la formation des guides au standard de formation équivalent à ceux disponibles dans l'EAC et en Afrique Australe.

Valoriser l'offre culturelle :

- mettre en valeur l'artisanat local par la création des lieux de rassemblement et d'exposition pour les artisans : cité de l'artisanat ;
- mise en valeur du patrimoine architectural datant de l'époque coloniale : Création 'Monuments Nationaux' : organisme qui veille à la préservation/réhabilitation de ces bâtiments ;
- préserver le patrimoine immatériel, en mettant en place une politique de soutien et d'aides artistes et artisans ;
- Développer Gitega / Muramvya / Mwaro comme pôle culturel : organiser des festives et spectacles culturels dans le cadre d'une politique événementielle; programmations culturelles : festivals et spectacles à organiser.

Projets Pilotes

Un certain nombre de projets pilotes et de démonstration de projets ont été identifiés et sont énoncés au chapitre 14 de la présente stratégie. Ces projets sont considérés comme étant essentiels à l'amélioration rapide et au positionnement de l'offre touristique Burundi. Comme tels, ils devraient être mis en œuvre dès que possible.

Développer l'offre balnéaire sur le lac Tanganyika

L'aménagement du littoral Tanganyika s'inscrit dans une logique de développement du tourisme interne et sous-régional mais également d'enrichissement de l'offre touristique globale. Ainsi l'offre balnéaire constituera un complément de séjour à une clientèle internationale.

Au préalable, l'aménagement du littoral doit se faire dans le respect de l'environnement, avec une prise en compte des spécificités architecturales et urbanistiques traditionnelles locales. Un schéma d'aménagement du littoral doit être initié afin d'éviter tout développement anarchique ainsi que le suivi-évaluation du respect de l'environnement pour les aménagements déjà faits.

La valorisation de l'offre balnéaire passe par : l'aménagement de nouvelles plages dans un esprit local avec l'utilisation de matériaux locaux, procédés et architecture locale et des hébergements type lodges adaptés à cet environnement.

Le développement d'activités de loisirs : restauration, lieux de sorties et la création de centres sportifs : club de voiles, de plongée. Le développement de l'offre balnéaire facilitera l'émergence d'autres filières comme plaisance et croisière.

Développer le marché du tourisme local

Le tourisme local va augmenter les possibilités de loisirs disponibles pour la population locale et expatriée. En outre le tourisme local servira à sensibiliser davantage le secteur et de sensibiliser la population et de son importance économique. Enfin la demande locale offrira des possibilités de l'équilibre hors saison et les flux de visiteurs.

Bien que la demande locale puisse être faible pour le tourisme de loisirs, l'importance éducative de certains des sites historiques et naturels constituent des ressources précieuses. En outre, l'exposition de l'histoire culturelle de la nation et de sa diversité peut constituer un outil puissant pour favoriser une meilleure compréhension culturelle et la tolérance.

12.3 Éléments de marketing stratégique

12.3.1 Les défis

*On retiendra la proposition : «
Burundi, Cœur d'Afrique »*

Le développement du tourisme au Burundi passe par une triple exigence :

- A. **A très court terme,**
développer le marché sur base des produits et des opérateurs existants et ceux opérants dans les pays de la



sous-région avec un positionnement complémentaire principalement avec le Rwanda et la Tanzanie. Cela signifie :

- » accompagner la distribution et le grand public dans une confiance vis-à-vis du potentiel de la destination et une envie pour les produits.
- » développer des partenariats avec la distribution (tour opérateurs) présents dans la sous-région pour programmer la destination Burundi en tant que complément de séjour : il convient principalement d'étudier la possibilité d'avoir un produit Burundi – Rwanda très complémentaire.

B. Diversifier les marchés émetteurs de touriste. Outre le marché local et sous-régional (les pays frontaliers), le développement du tourisme au Burundi passe par l'ouverture sur des nouveaux marchés :

- » A très court terme : marchés francophones (Marché prioritaire stratégique) : Belgique, France ;
- » A court terme se positionner sur le marché allemand ;
- » A moyen terme d'autres marchés européens (marchés d'opportunités).

C. Diversifier les produits en faisant évoluer l'offre. La diversité de l'offre est indispensable afin de répondre aux différentes attentes des marchés cibles (cf. analyse des filières touristiques). La diversification des produits doit être accompagnée d'une amélioration globale du niveau de l'offre :

- » Accessibilité / transport.
- » Hébergement / Restauration (qualité et quantité).
- » Accueil et information dans les sites touristiques.

Sur le moyen terme, le développement du secteur passe par l'amélioration de l'offre : Le marketing ne peut précéder la création d'offre et d'hébergements. Il faut d'abord travailler sur les produits.

12.3.2 En termes de marchés prioritaires :

- L'accent sera donné **dans un premier temps** :
 - » au marché local et sous régional : notamment le bassin d'emploi de Bujumbura ;
 - » à un marché **stratégique prioritaire** à choisir entre la Belgique et la France ;
 - » **site Web de l'ONT** : cet outil est indispensable pour promouvoir efficacement le Burundi dans les marchés internationaux. Il est également d'une importance cruciale dans le marketing pour les marchés de niche spécialisés tels que l'observation des oiseaux, la plongée et l'écotourisme.
- **Dans un deuxième temps**, on approchera l'un des deux marchés prioritaires restants.

12.3.3 Activités de promotion

Le Burundi est confronté à la tâche considérable de promouvoir le développement du tourisme dans un marché toujours plus concurrentiel international. Des concurrents régionaux comme le Kenya et la Tanzanie sont bien établis et continuent d'attirer des segments de marché de masse. Burundi, dans un avenir prévisible, est une destination de spécialistes et attirera des touristes en provenance des pays voisins.

Avec des ressources limitées à sa disposition, il est particulièrement important que les actions marketing soient clairement ciblées. L'Internet, qui représente désormais plus de 30% des ventes de vacances en Europe est crucial. Cet outil peut être ciblé sur des groupes d'intérêt de niche par la manipulation des moteurs de recherche et fournit également des données d'études de marché. Il devrait être un pilier central de l'effort marketing.

La prise de conscience internationale du Burundi en tant que destination doivent être soulevées par l'organisation de voyages de familiarisation des médias, en particulier dans des magazines spécialisés Voyage

et publications spécialisées. Le Burundi devrait assister à tout au moins à certaines expositions Voyage clés, tels que WTM et ITB, où l'accent devrait surtout être l'attraction des opérateurs et des investisseurs.

12.4 Circuits touristiques

12.4.1 Les différentes phases

Il est évident qu'en raison de la disponibilité des ressources et l'accumulation progressive d'arrivées de touristes une approche progressive devrait être adoptée pour la mise en œuvre du plan physique. Il est également évident que les phases doivent former des ensembles distincts et indépendants afin de faciliter le développement progressif du tourisme. Le programme identifie trois phases de développement correspondant à court, moyen et long terme.

Chacune des trois phases est exprimée comme un circuit touristique contenant un ensemble d'attractions et exigeant des mesures distinctes pour la fourniture en installation ou l'amélioration ainsi que les besoins en infrastructures.

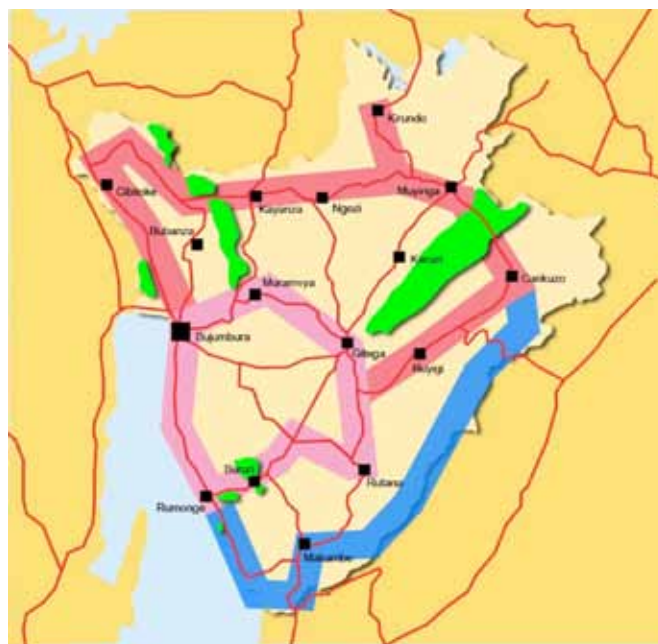
Figure : Circuits touristiques proposés pour le Burundi

12.4.2 Circuit de base

Le circuit de base, comme son nom l'indique, couvre les régions centrales du pays. Cela inclut Bujumbura, la partie Nord du lac Tanganyika et Gitega (le centre culturel du Burundi).

Le circuit est desservi par quatre centres, à savoir:

- **Bujumbura** : capitale et porte d'entrée du pays par l'Aéroport International, Bujumbura est le centre commercial et administratif du Burundi. La ville détient la plupart des chambres d'hôtel et une gamme d'attractions y compris, le centre-ville, le Musée Vivant, une zone de loisirs au bord du lac au Nord de la ville et le front du lac au Sud du port.
- **Rumonge** : un centre de villégiature sur la rive du lac Tanganyika avec un sable fin et de l'eau claire. Rumonge accueille deux hôtels de villégiature à moins de deux heures de route de la capitale. Rumonge a une véritable vocation de tourisme balnéaire avec un hébergement de qualité et un potentiel pour développer les sports nautiques, la pêche et les activités de plongée dans le lac. Les aires protégées de Kigwena Bururi et Rumonge constituent un complément de premier ordre au tourisme balnéaire. A laquelle s'ajoute la résurgence de Mugara.
- **Rutana** : emplacement de base pour la source du Nil, Karera Cascade, Faille des Allemandes et les eaux thermales de Muhweza. Cet endroit offre aussi la perspective de développer la marche excursion dans



les zones montagneuses, en particulier autour de la Faille des Allemandes et la chute de Karera. Les sources chaudes de Muhweza sont particulièrement attractives paramètre pour la source du Nil. Il peut être regroupé avec ce site comme une attraction de bien-être.

- **Gitega et Gishora** : le centre culturel du Burundi et de l'emplacement d'un certain nombre d'attractions clés, y compris, le Musée National, le fort Bomani, les vieux bâtiments coloniaux allemands, le sanctuaire des Tambours et la proximité du parc national Ruvubu. Sur la dernière section du circuit, les touristes peuvent également visiter les plantations de thé à Teza et la partie Sud du Parc national de la Kibira.

Figure : Circuit de base

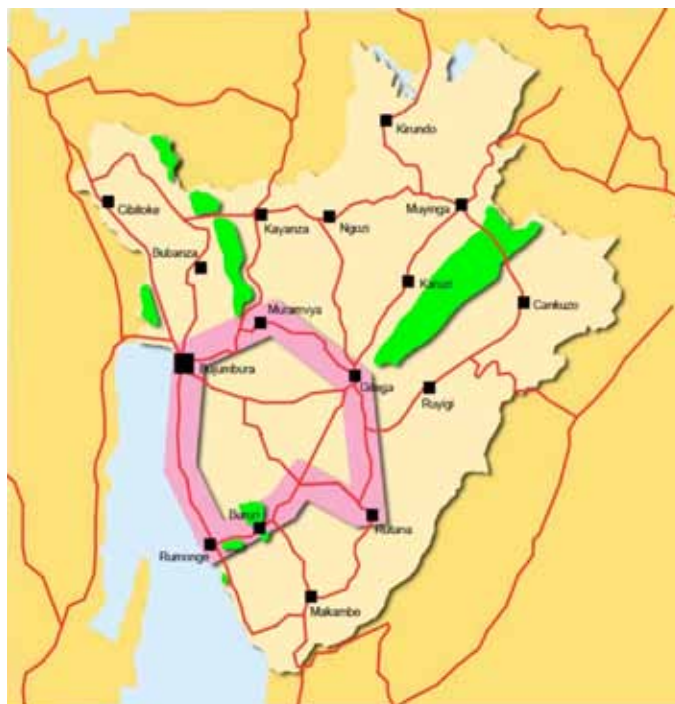
Le circuit de base, qui est illustré ci-dessus, est développé sur quatre des principales routes: RN3 de Bujumbura à Rumonge, RN16 et la RN7 de Rumonge à Rutana, RN8 de Rutana et Gitega à RN1 de Gitega à Bujumbura.

12.4.3 Circuit du nord

Le Circuit du Nord touristique est développé à partir des hôtels identifiés et les centres de service de Bujumbura et Gitega. Le circuit s'étend le long de la vallée de la Rusizi et dans les hautes terres le long de la frontière rwandaise. Le circuit, qui est illustré ci-dessus, a un certain nombre de sites des principales attractions naturelles, à savoir:

- **les lacs transfrontaliers** : Kanzigiri, Rwéru, Cohoha et Rwhinda: une ressource importante ornithologique à développer pour d'ordre général et des marchés de niche. À proximité du site des danseurs Intore, ou danses des guerriers, les sites de danse de Gisenyi et Kinyangurube ;
- **parc national de la Kibira** : le circuit sera ouvert à la partie haute du parc de la Kibira et ouvre la ligne de crête à la randonnée vers le parc inférieur à Teza. Cela nécessitera la construction de refuges pour les visiteurs. Le parcours prend également dans les plantations de café des hauts plateaux et la ville de Ngozi, ainsi que la zone de réserve Rusizi ;
- **parc national de la Ruvubu** : écolodges supplémentaires devraient être construits et le cours inférieur de la rivière Ruvubu devrait être développées pour permettre la navigation de plaisance et le rafting.

Le Circuit du Nord qui est envisagé, devrait être mis en œuvre dans la deuxième phase de développement. Il sera un lien avec le Circuit de base pour offrir une gamme d'emplacements de choix pour les visiteurs. Le circuit est basé sur le réseau routier mis en place; RN13 de Gitega à Cankuzo, RN19 de Cankuzo à Muyinga dans le segment nord-ouest du parc Ruvubu, RN12 à Kirundo et d'oiseaux du lac, la RN6 en direction de Cibitoke et enfin RN5 le retour à Bujumbura. Toutes les routes sont goudronnées et en assez bon état à l'heure actuelle. En outre, le circuit facilitera des excursions au Rwanda ainsi que par RN5 Cibitoke.



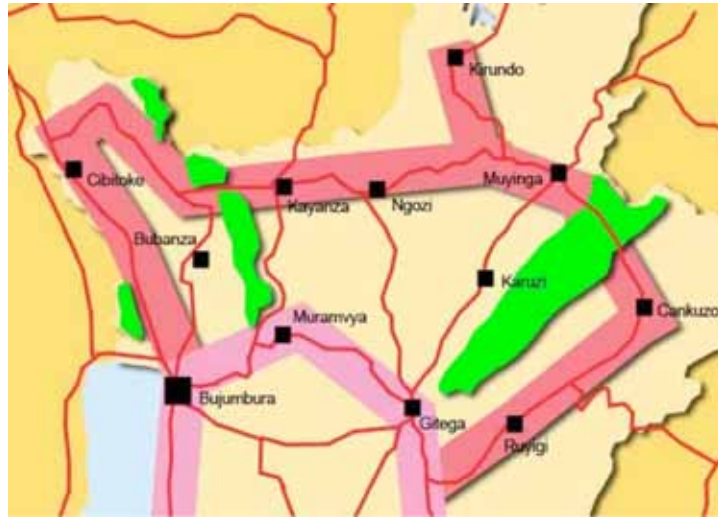


Figure : Circuit touristique du Nord



Burundi

13

RECOMMANDATIONS

13.1 L'environnement légal et le schéma organisationnel

13.1.1 Proposition d'une loi-cadre du tourisme

Elle a pour objet de doter le secteur d'une loi qui régit le tourisme, définit les principes généraux de l'activité touristique; organise ces activités et donne les grandes orientations et les cadres de concertation et de gestion du tourisme. Elle circonscrit les sphères de compétences de tous les intervenants et en fixe les droits et obligations.

Elle renvoie enfin à des textes réglementaires pour fixer les modalités techniques et pratiques nécessaires à sa mise en application. Le projet de Loi-cadre et les textes subséquents constituent le tome 2 de la présente stratégie.

13.1.2 Présentation des grandes lignes du projet de loi-cadre du tourisme

Le projet s'articule autour de 5 titres et en autant de chapitres que de besoin.

Le premier titre porte sur les dispositions générales à savoir :

- le champ d'application de ladite loi ;
- les principes généraux ;
- ainsi que les définitions des termes et concepts.

Le deuxième titre porte sur les établissements de tourisme. Ici, ils sont organisés en quatre chapitres :

- les établissements d'hébergement ;
- les établissements de restauration ;
- les agences de voyages et de tourisme ;
- ainsi que les entreprises de location.

Le titre troisième met en exergue les aspects afférents à la construction, l'aménagement, l'extension et le classement des établissements d'hébergement et de restauration.

Le quatrième titre précise les modalités d'exploitation des activités touristiques.

Sont prévues à cet effet, les mesures afférentes aux points suivants :

- l'agrément de réalisation d'une construction, d'un aménagement, d'une extension d'un établissement d'hébergement et de restauration ;
- la délivrance de licence d'exploitation ;
- la non cessibilité de licence d'exploitation ;
- les garanties d'exploitation d'une activité touristique ;
- la qualification professionnelle du personnel touristique ;
- la profession de guide de tourisme ;
- la publicité touristique ;
- les mesures d'éthique, d'hygiène et de sécurité ;
- l'inspection et le contrôle des activités touristiques ;
- le financement du tourisme ;
- ainsi que les infractions et sanctions.

Le cinquième titre précise les dispositions transitoires et finales.

- Fixe les dispositions applicables pour la période se situant entre la signature de la loi et les prises effectives de ses textes d'application ;

- Identifie les textes antérieurs ayant le même champ d'application que la présente loi et arrête leur sort ;
- Fixe la date d'entrée en vigueur de la loi.

13.1.3 Textes réglementaires subséquents

Trois projets de décrets d'application ont été proposés : Il s'agit de :

- un décret portant réglementation de la construction, de l'aménagement et de l'extension des établissements de tourisme;
- un décret portant réglementation des activités d'agence de voyages, de tour-opérateurs et de location de véhicules de transport de tourisme;
- un décret portant organisation du métier de guide de tourisme.

Textes et organes transversaux

Les cadres législatifs et réglementaires ainsi définis sont complétés par des textes qui créent des mécanismes et/ou des organes à caractère transversal pour accompagner la mise en œuvre efficace de la SNDDT. Il s'agit essentiellement de :

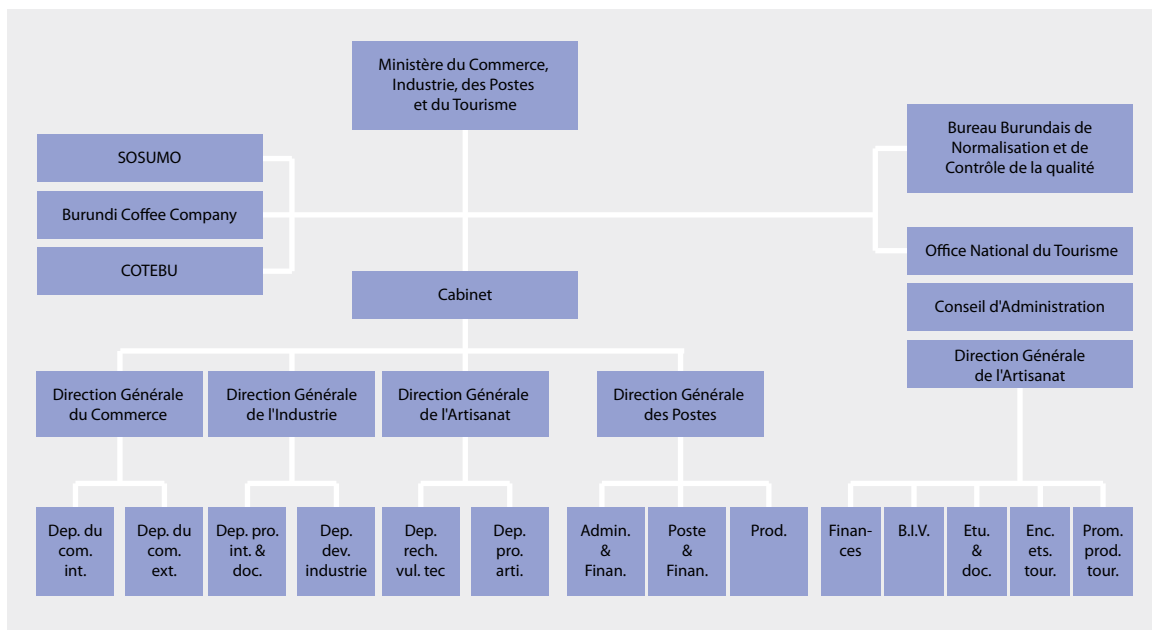
- un décret portant création, missions, composition et fonctionnement d'une Commission Nationale du Tourisme. Cette structure est un organe paritaire de concertation sectorielle dont la mission principale est de proposer au ministre, des avis et recommandations sur toute question importante sur le tourisme. Elle regroupe les représentants des principaux secteurs d'activité et institutions ayant une influence directe et /ou indirecte sur le tourisme. Elle a pour principales innovations la parité de la composition de ses membres et le caractère consultatif de ses décisions ;
- une ordonnance ministérielle créant un Comité Technique d'Agrément et de Classement des établissements de tourisme pour régulariser la situation des établissements existants, agréer les futures réalisations et mettre en œuvre les normes de classement.

13.2 Cadre institutionnel du tourisme

L'état des lieux du cadre institutionnel et l'analyse qui en a été faite ont mis en avant :

- la nécessité de la mise en place d'un cadre opérationnel affectant les missions dévolues à l'État à des structures appropriées ;
- la restructuration et la redéfinition des missions de l'ONT afin de lui donner un domaine d'activités stratégique (DAS) et un dynamisme nouveaux ;
- l'implication et la responsabilisation du privé dans la mise en œuvre des stratégies touristiques et, singulièrement, celle de la promotion des produits et de la destination Burundi
- la création d'un organe paritaire de concertation et d'orientation à caractère consultatif.

A partir de ces éléments de base, il se dégage trois scénarios de cadre organisationnel ayant chacun ses avantages et ses inconvénients.



13.2.1 Proposition N°1

Le cadre institutionnel tel qu'il existe actuellement est maintenu avec en apport la création de l'organe paritaire. Ce scénario a comme inconvénients :

- le peu de résultats qu'il a obtenus,
- et de surcroît son inadaptation aux défis de développement attendus du tourisme tant par les autorités du pays que par les acteurs y opérant,
- Son caractère obsolète par rapport aux cadres existant ailleurs.

13.2.2 Proposition N°2

Ce scénario se caractérise par :

- la sortie de l'administration touristique hors des structures classiques du gouvernement ;
- un regroupement de toutes les structures dans une macrostructure qui n'a pas rang d'un ministère mais qui en possède tous les attributs, besoins et contraintes ;

Ces avantages se résument en :

- rapprochement apparent du centre de décisions ;
- l'espoir pour le tourisme d'avoir plus d'écoute et de considérations par l'Autorité de rattachement ;

Les inconvénients tiennent de :

- sa lourdeur source de léthargie dans les prises de décisions,
- risque de désillusions qui plongeront l'administration dans les travers actuels avec plus d'acuités,
- rallongement inutile des procédures d'examen des dossiers par le conseil des ministres,

- son caractère nouveau demandera un temps d'adaptation plus ou moins long préjudiciable à la mise en œuvre diligente des programmes et projets issues de la Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme (SNDDT),
- insuffisance d'effectif et de compétences pour rendre opérationnelle une telle structure,
- des coûts élevés de fonctionnement.

13.2.3 Proposition N°3

Ce scénario consacrera enfin, l'érection du ministère actuel en un véritable ministère en charge du tourisme par la mise en place d'une direction technique administrative chargée exclusivement des missions régaliennes de l'État dans le domaine du tourisme. Ce scénario vise de ce fait à :

- doter le Burundi d'un cadre organisationnel capable d'accompagner le privé dans la construction d'un tourisme de développement ;
- bâtir une offre touristique moderne dans un environnement structuré et adapté aux exigences du secteur ;
- la mise en place d'institutions lui permettant de procéder à l'harmonisation requise pour une intégration efficace au sein des organisations sous régionales.

Quel que soit le scénario retenu, il devra être soutenu et accompagné par des organes transversaux tels que la Commission Nationale du tourisme, le Comité technique d'agrément et de classement des établissements de tourisme.

Au regard des résultats des analyses menées sur le cadre institutionnel du tourisme au Burundi, la proposition N°3 se présente, non seulement comme la plus adaptée au contexte et à l'environnement actuels de ce pays, mais aussi comme celle qui répond au mieux aux objectifs de mise en place d'un cadre institutionnel stable, répondant aux réalités burundaises, contribuant à la mise en œuvre efficace de la SNDDT tout en s'inspirant des exemples de la région afin de faciliter la création d'une destination commune tel que préconisée par la EAC. Pour faciliter son implémentation, des outils d'aide sont proposés ci-dessous. Il s'agit de :

- une présentation récapitulative sous forme de tableau des avantages et inconvénients de chacune des trois propositions,
- un tableau synoptique du nouveau cadre institutionnel proposé qui décrit à la fois chaque organisation, ses missions, les structures qui la composent, les attributions de ces structures,
- des représentations sous formes d'organigrammes du nouveau cadre institutionnel et de chacune des deux administrations retenues.

Tableau 31 : Récapitulatif des avantages et inconvénients de chaque scénario

SCÉNARIO NO 1	
AVANTAGES	INCONVENIENTS
<ul style="list-style-type: none"> ● Donne une touche de particularité ● Déjà connu et encours depuis 28 ans ● Permet d'éviter les travers ● A déjà fait ses preuves 	<ul style="list-style-type: none"> ● rarement ou très peu vécu au plan mondial et en Afrique ● Ne présente pas de possibilité d'échange d'expériences similaires dans la sous région ● A donné très peu de résultats depuis 28 ans ● fausses assurances de structure unique ● inadapté aux défis ● Cumul de missions trop nombreuses pour une seule structure ● missions confuses et difficiles à évaluer ● structure en situation de juge et partie ● inadapté aux attentes des acteurs du secteur ● scénario isolé par rapport à la sous région
SCÉNARIO NO 2	
<ul style="list-style-type: none"> ● rapprochement apparent du centre de décisions ● espoir d'écoute et de considération ● satisfaction pour une entité spécifique au tourisme ● possibilité d'expérimentation pilote 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cas de figure unique dans la sous-région ● Pas d'expérience dont on peut s'inspirer ● Rallongement des procédures de prise de décision ● Nécessite des budgets spécifiques lourds à mettre en place ● structure devant faire face à la peur de l'inconnu ● dépendance d'aléas peu maîtrisables (décision politique, restructuration du gouvernement etc.) ● Beaucoup de temps d'adaptation ● Insuffisance d'effectifs et de compétences
SCÉNARIO NO 3	
<ul style="list-style-type: none"> ● Similitude avec structures de la sous-région ● Facilité d'application de l'intégration des politiques touristiques de l'EAC ● Facilités de mises en œuvre d'expériences similaires en matière d'organisation ● Existence de structures déconcentrées pouvant assurer la couverture du territoire par l'administration du tourisme ● Cadre institutionnel existant au plan juridique et juste à compléter ● Processus et procédure de décision maîtrisés ● Restructuration améliorant et renforçant l'existant ● Séparation des missions en vue de meilleures performances ● Crée conditions optimales de succès pour 2 organes (ANT et ONT) ● Meilleure contrôle et maîtrise des activités touristiques ● Permet une coordination et une intégration du tourisme dans les autres politiques sectorielles ● Bénéficie de structures transversales existant 	<ul style="list-style-type: none"> ● Intègre un ministère ayant déjà en charge d'autres secteurs ● Peut alourdir la structure existante ● Nécessite des effectifs et des compétences ● Budgets à réajuster

Il appartiendra au Gouvernement, compte tenu de l'analyse effectuée ci-dessus de choisir l'un de ces 3 scénarios. Au cas où le scénario N° 3 était retenu, les missions assignées aux différents organismes pourraient être les suivantes :

13.2.4 Missions et attributions

DGT (DIRECTION GÉNÉRALE DU TOURISME)		
MISSIONS	STRUCTURES	ATTRIBUTIONS
<p>Élaborer et proposer la politique et les stratégies</p> <p>Coordonner la mise en œuvre de la politique</p> <p>Élaborer et proposer la réglementation du secteur</p> <p>Veiller à l'application de la réglementation</p> <p>Définir et appliquer les mesures de sauvegarde, de protection et de mise en valeur du patrimoine touristique</p> <p>Coordonner la délivrance des actes administratifs du tourisme</p> <p>Assurer/Réaliser des études prospectives et d'évaluation du tourisme</p> <p>Produire et diffuser les données statistiques sur le tourisme et assurer le contrôle des activités</p>	<p>DESD (Direction des études, des Statistiques et du Développement)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Élaborer et proposer les politiques et stratégies de développement ● Réaliser toutes études socioéconomiques relatives au tourisme ● Assurer la mise en œuvre de la politique du tourisme en relation avec le département de la réglementation et du contrôle et en partenariat avec les acteurs du secteur ● Proposer les mesures en vue de l'amélioration de l'environnement des affaires en matière de tourisme ● Proposer et mettre en œuvre le schéma directeur d'aménagement du tourisme ● Collecter, traiter et diffuser les données statistiques sur le tourisme ● Rendre disponibles et accessibles toutes données et informations sur le tourisme
	<p>DRC (Direction de la Réglementation et du Contrôle)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Élaborer et faire adopter toute réglementation sur l'activité touristique ● Assurer le contrôle des activités et des professions touristiques ● Veiller à l'application effective de la législation et de la réglementation en matière de tourisme sur l'ensemble du pays ● Élaborer et proposer des mesures de facilitation de l'accès et du séjour des visiteurs en collaboration avec les organisations intervenants dans cette activité ● Appuyer le directeur général dans le suivi et la gestion des dossiers de demande d'autorisation de construction, d'aménagement et d'extension des établissements de tourisme ● Appuyer le directeur général dans le suivi et la gestion des demandes de licences et de classement des établissements de tourisme ● Conserver et archiver tout dossier de demande d'agrément, de licence et/ou d'autorisation ● Gérer les panonceaux de catégorie hôtelière

ONT (OFFICE NATIONAL DU TOURISME)

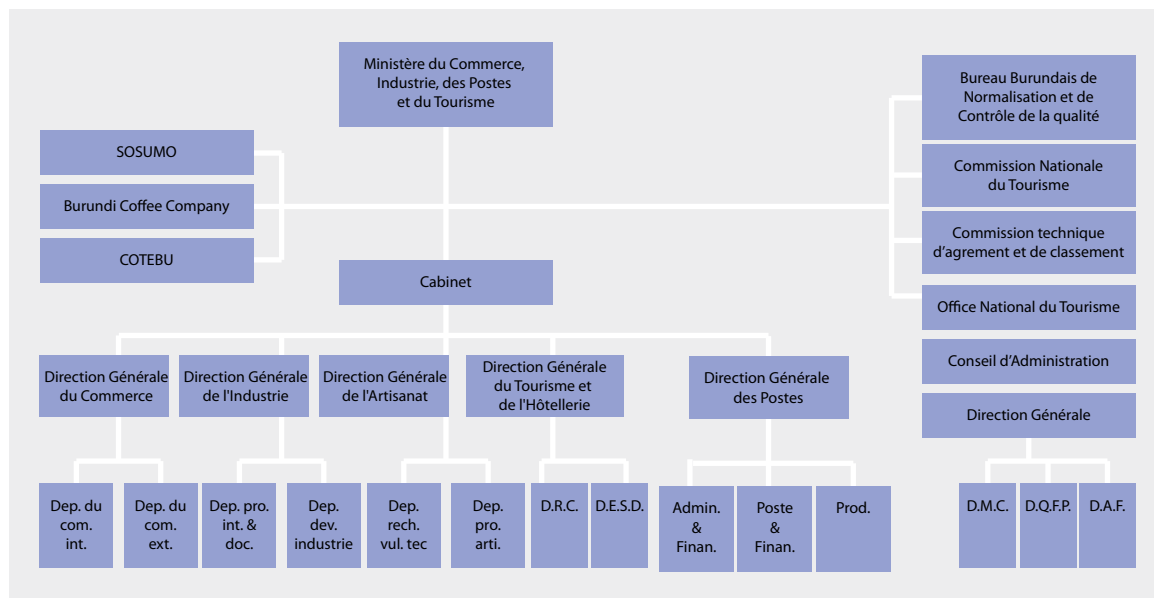
MISSIONS	STRUCTURES	ATTRIBUTIONS
Assurer tant à l'intérieur qu'à l'extérieur la promotion et la diffusion de l'image du Burundi	DMC (Direction du Marketing et Communication)	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer et mettre en œuvre le plan marketing et la stratégie de communication de l'Office Élaborer et exécuter le programme de participation du Burundi aux salons et manifestations touristiques sur les marchés émetteurs de visiteurs Concevoir et organiser tant à l'intérieur que hors du Burundi les événements touristiques à caractère promotionnel Concevoir et proposer les plans médias, les campagnes publicitaires et leurs supports Travailler en étroite collaboration et de façon concertée avec les futurs Bureaux Extérieurs de l'Office Rendre disponibles et accessibles toute informations et supports sur le Burundi Accueillir et informer les visiteurs Promouvoir et développer le tourisme interne et sous-régional
Élaborer et mettre en œuvre le plan marketing du tourisme		
Assurer le suivi de la gestion et de l'exploitation des équipements et infrastructures touristiques de l'État	DQFP (Direction de la Qualité et formation Professionnelle)	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir la qualité de l'offre touristique du Burundi Élaborer et mettre en œuvre stratégie qualité du produit Encadrer les acteurs privés du tourisme et des autres secteurs dans l'optique qualité Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de formation professionnelle Identifier et proposer les curricula de formations innovantes et adaptées Organiser des formations spécifiques au profit des professionnels du tourisme et des autres secteurs Contribuer à la création et au fonctionnement de structures de formation
Développer et promouvoir la qualité de l'offre de prestations et la formation professionnelle dans le secteur du tourisme		
Promouvoir un partenariat soutenu avec tous les intervenants du secteur tourisme	DAF (Direction Administrative et Financière)	<ul style="list-style-type: none"> assurer la gestion des ressources humaines de l'Office tenir la comptabilité de l'Office conformément à la comptabilité publique Élaborer les projets de budgets de l'Office en collaboration avec les autres directions Élaborer et tenir les états financiers et comptables de fin d'exercice mettre en place un système de gestion financière opérationnelle et efficace Assurer la gestion et le suivi de l'exploitation des équipements et infrastructures touristiques confiés par l'État Tenir un inventaire et gérer le patrimoine de l'Office National du Tourisme Monter les dossiers financiers de l'Office
Coordonner les activités de marketing et de promotion		

CNT (COMMISSION NATIONALE DU TOURISME)

MISSIONS	STRUCTURES	ATTRIBUTIONS
<p>servir de cadre de conseil, concertation, réflexion et d'échanges entre les différents acteurs impliqués dans le développement du tourisme</p> <p>apporter son appui à la définition et à la mise en œuvre de la politique du Gouvernement dans le domaine du tourisme. A cet effet, elle donne son avis sur toute question concernant le tourisme</p> <p>émettre des avis et recommandations sur tout domaine intéressant le secteur tourisme</p> <p>être consultée sur toutes questions relatives aux facilitations des investissements et aux textes législatifs et réglementaires en rapport avec le tourisme</p>	<p>comité technique des investissements et promotion du tourisme</p> <p>comité technique questions législatives et réglementaires.</p>	<ul style="list-style-type: none">● étudier et proposer des avis et recommandations pour favoriser les investissements dans le domaine du tourisme● assurer une promotion adéquate de la destination touristique Burundi● étudier questions liées à l'environnement juridique des activités touristiques● créer des synergies d'actions des institutions, administrations et acteurs dont l'activité intéresse directement et/ou indirectement le tourisme

CTAC (COMMISSION TECHNIQUE D'AGRÈMENT ET DE CLASSEMENT)

MISSIONS	STRUCTURES	ATTRIBUTIONS
<p>Donner un avis motivé sur tout dossier de demande d'agrément de réalisation de tous travaux de construction, d'extension et d'aménagement des établissements de tourisme</p> <p>Donner son avis motivé sur tout dossier de demande de classement des établissements de tourisme</p> <p>Assister le Ministre en charge du tourisme dans sa mission de délivrance des agréments et de classements des établissements</p> <p>Conseiller le Ministre du tourisme en matière de construction extension et classement des établissements de tourisme</p>	<p>Président</p> <p>Vice-président</p> <p>Secrétaire</p>	<p>Cfr Projet de décret portant création de la commission Nationale du tourisme</p>



13.3 L'impact économique du tourisme

13.3.1 Contexte général

Il convient tout d'abord de garantir la sécurité de l'investissement et à ce titre de :

- poursuivre des accords internationaux sur la protection des investissements ;
- renforcer ou créer les tribunaux d'arbitrage commercial ;
- renforcer le système d'assurances sur les transactions nationales et internationales et la protection des actifs.

Ensuite, il serait vivement souhaitable de privilégier une approche qui vise à **minimiser les procédures administratives** qui pourraient constituer une entrave à l'investissement ce qui pourrait se traduire par :

- créer un Guichet Unique ;
- à défaut établir un bureau de liaison de l'Agence de Promotion des Investissements dans certains ministères clés pour autant que le Guichet Unique ne soit pas mis en place.

13.3.2 Code des Investissements et contexte fiscal et douanier

Le diagnostic avait mis en avant le caractère peu lisible de l'exonération, un crédit d'impôt basé sur une fraction du montant de l'investissement pouvant se traduire par une contestation du niveau de l'investissement.

Compte tenu, conformément au Code des Investissements, de la possibilité de proposer des mesures dérogatoires et ciblées, il serait possible de faire la proposition suivante :

- Exonération totale des impôts sur les bénéfices durant les 5 premières années ;
- et exonération dégressive les 4 années suivantes : 80% la sixième année ; 60% la septième année ; 40% la huitième année ; 20% la neuvième année ; imposition à taux plein à partir de la 10ème année.

Compte tenu des impératifs de retour sur l'investissement, cette mesure serait plus favorable que le crédit d'impôt de 37 % du montant de l'investissement. Cette mesure pourrait être réservée aux zones considérées comme prioritaires pour le développement touristique.

Rappel : D'après l'étude de la CNUCED (examen de la politique de l'investissement au Burundi), le régime de base n'est pas compétitif avec les autres pays de la CEA et il conviendrait d'abaisser l'impôt sur les revenus professionnels de 35 à 30 %.

En ce qui concerne la TVA : il conviendrait d'exonérer les développeurs de la TVA en période de construction afin d'éviter un crédit de TVA au remboursement aléatoire.

Par ailleurs, une TVA de 18% sur l'hôtellerie est trop lourde et il conviendrait de se rapprocher des pays de la CEA pour analyse comparative. Il serait toutefois possible d'envisager une réduction de la TVA limitée aux forfaits vendus par tour opérateurs. Enfin, la licence d'exploitation doit être forfaitaire lors de l'ouverture de l'établissement et non annuelle.

13.3.3 Code foncier et aménagement du territoire

Le diagnostic a étudié la problématique spécifique au Burundi mettant en avant :

- un pays ayant une petite superficie avec une forte densité de population au km² et un taux de croissance élevé ce qui se traduit par une gestion des terres extrêmement sensible, notamment au niveau de la conciliation entre la recherche de nouvelles parcelles pour le développement de l'agriculture vivrière et la protection d'une partie de ces mêmes terres à des fins de valorisation touristique.
- une forte tendance à la concentration des populations dans les villes et son corollaire de pression sur l'occupation des espaces urbains ce qui se traduit par une demande croissante de terrains d'habitation et d'activités socioéconomiques diverses et donc exige la protection des sites à forte vocation touristique
- La problématique spécifique du littoral du Lac Tanganyika : ce magnifique plan d'eau attire, depuis quelques années, des occupations à des fins diverses et très souvent incompatibles avec des objectifs de gestion durable. Il est donc vital de soustraire le rivage et les abords du lac de l'invasion des constructions actuellement en cours et protéger ce rivage qui constitue le potentiel attractif le plus important pour le tourisme burundais.

Des recommandations sont exprimées au plan technique, juridique et institutionnel:

Sur plan technique, il est fondamental de définir, identifier ou déterminer les zones à vocation touristique dans le cadre général de l'aménagement du territoire. L'élaboration du schéma d'aménagement du territoire est largement entamée mais les quatre schémas provinciaux déjà réalisés n'ont pas intégré la dimension touristique dans l'affectation des sols. Cette lacune doit être levée non seulement pour ces quatre schémas provinciaux mais également et surtout pour les douze schémas provinciaux à venir. Cela suppose une collaboration étroite entre les services en charge de l'aménagement et l'Administration du Tourisme.

La prise en compte de la vocation touristique des zones, leur délimitation et l'affectation des parcelles constituerait un travail de fond qui viendrait compléter et conforter le Document de Programme Indicatif qui ne donne qu'une suggestion du développement spatial du tourisme au Burundi.

Enfin, compte tenu de la complexité de la zone du lac Tanganyika, une étude spécifique devrait être mise en oeuvre. Ce schéma d'aménagement du lac devrait prendre en compte les différents aspects de façon exhaustive et notamment la nécessaire cohabitation des différents secteurs d'activité (pêche, agriculture, tourisme, artisanat...) ce qui suppose la mise en place d'une équipe pluridisciplinaire associant urbanistes, sociologues, spécialistes de l'aménagement touristique, juriste spécialisé en droit local et code foncier...

Sur plan juridique, il est indispensable d'assurer la protection juridique des zones touristiques délimitées par les schémas d'aménagement provinciaux et national en s'assurant de l'affectation effective des parcelles et du respect de normes architecturales et environnementales. En ce qui concerne la zone littorale du Lac Tanganyika, il convient de se montrer encore plus rigoureux et d'adopter une protection juridique quasi intégrale ce qui se traduirait par :

- un gel immédiat des attributions de terrains sur le littoral,
- un retrait de toutes les parcelles de terrain attribuées et non encore mises en valeur par les attributaires,
- adopter un cahier des charges spécifique pour les constructions déjà réalisées le long du rivage en prescrivant des règles strictes pour les travaux d'extension de réaménagement, de rénovation etc,
- dédommager les attributaires dont les parcelles ont été retirées en leur attribuant de nouvelles parcelles sur un autre site et en leur octroyant une indemnité forfaitaire.

L'ensemble de ces mesures devra se traduire par la promulgation d'un texte juridique adapté.

Au plan institutionnel, il conviendrait de créer une **Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques** au Burundi, tel que proposé dans le document de projet pour le schéma d'aménagement du Lac Tanganyika préparé par l'OMT. Un certain nombre de pays africains ont déjà adopté le modèle d'une planification intégrée du tourisme et agence de gestion, notamment le Sénégal, l'Algérie et la Tunisie. L'exemple algérien est encadré dans le décret exécutif n° 88-232 du 05 Novembre 1988, qui identifie la nécessité de Zones d'Expansion Touristique (ZEP). La loi identifie un certain nombre de ZEP et fixe des objectifs pour leur développement et gestion. Il s'agit notamment de: les principes et les règles d'identification, la protection, la gestion, promotion et gestion de zones d'expansion et sites touristiques; l'intégration de zones d'expansion et sites touristiques et le développement des infrastructures des activités touristiques dans le régime de la planification nationale et la préservation des ressources culturelles.

L'exemple du Sénégal crée spécifiquement une agence pour la planification et la gestion des zones touristiques. La Société d'Aménagement et de Promotion des Côtes et Zones Touristiques du Sénégal (SAPCO-SENEGAL) a été créée en 1975 sous la forme d'une Société d'Economie Mixte avec un capital de 1,2 milliard de francs CFA détenu à 98,75% par l'Etat du Sénégal et à 1,25 % par la SOFISEDIT qui s'est vue subroger par la Société Nationale de Recouvrement (SNR). Suite à une augmentation de son capital, la SAPCO-SENEGAL a été transformée en Société Anonyme. Le Gouvernement de la République a assigné à la SAPCO-SENEGAL l'objectif fondamental de créer, de développer et de promouvoir le tourisme ». Ces missions sont :

- Identifier des sites touristiques susceptibles de recevoir des projets hôteliers et para hôteliers ;
- Rechercher des investisseurs nationaux et étrangers pour le financement des projets hôteliers et para hôteliers sur les différents sites identifiés ;
- Aménager des stations touristiques (voiries et réseaux divers, équipements collectifs, structures d'accueil, environnement planté,...) ;
- Céder ou louer des terrains viabilisés à des promoteurs ou des gérants qualifiés
- Gérer les stations touristiques (entretien des équipements, préservation de l'environnement, sécurité, promotion des investissements, animation)

A l'instar du Sénégal, l'agence proposée serait responsable pour les agglomérations, accomplissement de leur mission, faire respecter les normes architecturales et environnementales. Cette agence aura les pouvoirs

les plus larges possible (personnalité juridique et l'autonomie financière, etc.) et aura les compétences et les ressources appropriées.

Ce serait là l'assurance d'un développement touristique maîtrisé :

- garantissant une intégration réussie dans un environnement sensible ;
- et protégé de toute forme de spéculation.

13.3.4 Recommandations concernant la fiscalité

La licence d'exploitation doit être forfaitaire lors de l'ouverture de l'établissement et non annuelle. La taxe hôtelière et touristique de 5% sur le chiffre d'affaire, après abrogation et restauration successives doit être définitivement abandonnée car, outre son côté discriminatoire, elle pénalise l'exploitant qui ne peut la répercuter sur le client. Une taxe de séjour lui est bien préférable, sous réserve que son affectation soit réservée au développement touristique.

Face au problème de surtaxation du secteur, une commission de concertation sur régime de taxation du secteur touristique a été mise sur pied. Après le rapport de la commission, une note de synthèse fût présentée au Conseil des Ministres du 29 octobre 2009 par la Ministre en charge du tourisme. Le Conseil a reconnu que même avec les nouvelles propositions de la commission, le secteur reste surtaxé alors que le Gouvernement a inscrit dans ses priorités la promotion du tourisme.

13.4 L'environnement des affaires

13.4.1 Le financement des projets touristiques (initiatives privées)

Le diagnostic avait mis en avant l'inadéquation entre les montages financiers proposés et la spécificité de l'investissement privé dans le domaine touristique et hôtelier plus particulièrement : forte intensité capitalistique et faible rentabilité économique ce qui exige un financement adapté :

- durée du prêt suffisamment longue,
- taux d'intérêt inférieur à la rentabilité économique du projet de façon à faire jouer l'effet de levier.

13.4.2 Sources de financement existantes

Il convient de faire systématiquement appel aux sources de financement existantes et trop peu mobilisées. Ainsi :

La SFI (Société Financière Internationale) : elle peut participer sous la forme de prêts à long terme à concurrence de 50 % du montant du projet (jusqu'à 2,5 millions de USD). L'apport personnel doit s'élever au minimum à 40 %, les 10 % restants pouvant être financés par un deuxième établissement de crédit.

La Banque Africaine de Développement qui dispose d'un service de financement de projets privés. Les conditions d'octroi sont sensiblement équivalentes aux conditions SFI.

Proparco, société financière de l'Agence Française de Développement. Sa vocation est de promouvoir et de participer à la création et au développement des entreprises par du quasi fonds propres (5 à 30 % du capital social) et des prêts à moyen et long terme pouvant atteindre 15 ans.

La KfW, filiale de la DEG (Agence Allemande de Développement) est une institution financière dont la vocation consiste à financer des projets dans des pays en développement. Les interventions de la KfW

peuvent se matérialiser par une participation en fonds propres (jusqu'à 20 % du capital) et des prêts d'une durée pouvant atteindre 15 ans. Ils sont assortis de différés d'amortissements couvrant la période des travaux.

Le **Fond de Solidarité Africain** qui peut intervenir sous la forme de garantie auprès des banques.

13.4.3 Institutions à créer et montages financiers à développer

Le problème du taux d'intérêt est crucial. Il conviendrait de créer un fonds de bonification qui pourrait rembourser une partie des intérêts versés, à hauteur de 2 points par exemple. Ce fonds pourrait être alimenté par une coopération bilatérale ou par une institution financière internationale.

Un **fond de garantie spécifique au tourisme** pourrait également être envisagé. Il pourrait être financé de façon similaire au fonds de bonification et serait réalimenté par les cotisations des emprunteurs au titre de cette garantie. Cette mesure permet de répartir les risques et donc se traduit par une tendance à l'allongement de la durée du prêt et une tendance à la baisse du taux d'intérêt.

Enfin, il conviendrait de développer la mise à disposition de **fond quasi propre**. Cette mesure permettrait à l'investisseur de ne pas mobiliser trop d'apport personnel. Elle pourrait se matérialiser par un **portage correspondant à 10 % maximum** du montant de l'investissement relayé à l'issue de la cinquième année dans des conditions prenant en compte le risque encouru et la rémunération des fonds mis à disposition.

13.4.4 Développement du contrat de partenariat public privé

Le contrat de partenariat permet à une entité publique de confier à une entreprise la mission globale de financer, concevoir tout ou partie, construire, maintenir et gérer des ouvrages ou des équipements publics et services concourant aux missions de service publics de l'administration, dans un cadre de longue durée et contre un paiement effectué par la personne publique et étalé dans le temps. Il a pour but d'optimiser les performances respectives des secteurs public et privé pour réaliser dans les meilleurs délais et conditions les projets qui présentent un caractère d'urgence ou de complexité pour la collectivité : hôpitaux, écoles, systèmes informatiques, infrastructures.

Les avantages de cette forme nouvelle de contrats sont multiples : l'accélération, par le préfinancement, de la réalisation des projets ; une innovation qui bénéficie à la collectivité par le dynamisme et la créativité du privé ; une approche en coût global ; une garantie de performance dans le temps ; une répartition du risque optimale entre secteur public et privé, chacun supportant les risques qu'il maîtrise le mieux. La puissance publique peut se concentrer sur la définition du service à fournir plus qu'aux spécifications techniques de l'ouvrage censé fournir ce service.

13.5 La stimulation de la demande

13.5.1 Stratégie

Schématiquement, on distingue deux grandes stratégies marketing :

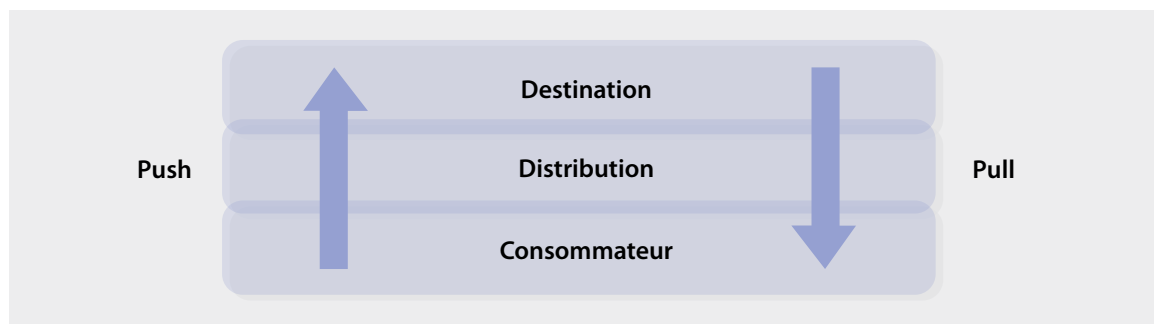
- **La stratégie pull ou stratégie d'attraction :**

Il s'agit de stimuler la demande par des actions directes auprès des clientèles. C'est donc une stratégie de **communication** qui peut prendre des formes diverses : achat d'espaces dans la presse, campagnes d'affichage dans les lieux publics, spots télévisés... Précisons que cette stratégie nécessite des moyens financiers très importants que seules des destinations à haute fréquentation touristique peuvent se permettre.

- **La stratégie push ou stratégie de pression :**

Il s'agit de stimuler la demande à travers un réseau de prescripteurs, en l'occurrence les voyagistes. C'est donc une stratégie de **commercialisation**. Il convient de transférer aux prescripteurs le soin de capter les clientèles potentielles. Cette stratégie nécessite des moyens financiers nettement moins importants mais il importe de se montrer très convaincant vis-à-vis des prescripteurs et donc de se doter de moyens humains et techniques très pointus.

Toutefois, il est inconcevable de choisir une stratégie 100 % push et un certain nombre d'actions de soutien, qui relèvent de la stratégie pull, devront être prévues pour assister les voyagistes dans la commercialisation du produit Burundi. Ces deux stratégies peuvent être schématisées comme suit :



Dans le cas du Burundi, la stratégie Push est à privilégier : la destination est très peu connue, nécessité d'une communication auprès des distributeurs, et il y a un manque de moyens financiers.

13.5.2 Quelques principes devant guider l'action marketing

La finalité de l'action marketing est de générer des flux, donc des retombées sur l'économie touristique des régions et les populations concernées. Cette fréquentation peut être générée :

- en fidélisant les clientèles qui sont déjà venues. Mais on est dans un contexte de marché où les taux de retour sont traditionnellement très faibles ;
- en développant l'attractivité touristique auprès de nouveaux segments de clientèle, notamment des clientèles plus mûres à la recherche de produits moins durs, plus confortables... mais on doit se doter d'une offre d'hébergement adaptée ce qui n'est envisageable qu'au moyen terme ;
- en diversifiant les flux touristiques, ce qui suppose d'être capable d'aller chercher des clientèles sur d'autres marchés européens ;
- en allongeant la durée de séjour.

Quelque soit les stratégies retenues, le marketing opérationnel privilégiera les actions susceptibles d'avoir un retour mesurable en termes de fréquentation et de retombées économiques.

Cette recherche d'efficacité doit être la règle dans les actions entreprises. Trop souvent, la participation à un salon relève de la relation publique et non d'une véritable démarche commerciale. Ceci implique des choix d'actions de promotion et commerciales : il est hors de question de lancer des opérations tous azimuts mais bel et bien de sélectionner un ou deux marchés et d'y mener une action cohérente et structurée.

13.5.3 Des actions en partenariat

La stratégie de pression sera effectuée en partenariat avec les professionnels nationaux et étrangers. Il convient donc de rechercher des partenariats de moyen / long terme avec les opérateurs qui sont engagés (nationaux et internationaux). Centrer les actions sur :

- les cibles professionnelles (TO) : il faut à tout prix obtenir des engagements de programmation ;
- des approches commerciales : se concentrer sur les relations avec les TO et ne pas faire d'action grand public sauf en accompagnement.

Rechercher, sur les thèmes et marchés une mutualisation des efforts avec les partenaires (TO, réceptifs, compagnies aériennes...) mais aussi avec les destinations de la sous région (Rwanda en priorité) en leur proposant des actions conjointes.

13.5.4 Les outils

Trois types d'outils sont indispensables :

1. Des supports pour les salons et rencontres commerciales :
 - a. supports audiovisuels : sur DVD, traduction en minimum 3 langues ;
 - b. une plaquette institutionnelle de présentation du Burundi : destinée à des professionnels, elle vise à les informer sur le cadre institutionnel du tourisme, les organismes en charge du secteur, l'organisation juridique ;
 - c. des affiches.
2. Un manuel des ventes : il est destiné aux professionnels qui seraient prêts ou pourraient programmer la destination. A ce titre, il comporte exclusivement des informations pratiques
 - a. connaissance pratique du pays : géographie, particularités et atouts ;
 - b. desserte aérienne ;
 - c. les agences réceptives avec leurs particularités ;
 - d. les hébergements ;
 - e. les sites et lieux culturels ou naturels attractifs...
3. Site internet : il est aussi destiné avant tout aux professionnels et, complémentirement, aux particuliers qui voyageraient seuls ou souhaitent s'informer sur le pays avant un voyage. Il a pour vocation :
 - a. être conçu comme un portail informatif renvoyant vers les sites des différents prestataires qui commercialisent le Burundi ;
 - b. évoluer et s'enrichir progressivement dans le temps ;
 - c. disposer d'une rubrique « Professionnels » où l'on trouve des informations et documentations destinés principalement aux professionnels : Statistiques, cadre réglementaire du tourisme, code des investissements.

13.5.5 Les types d'actions à mettre en œuvre

Elles doivent être, en partie au moins, différenciées selon les marchés et leur niveau de maturité avec l'objectif de se faire connaître et programmer par des TO spécialisés, les marchés local et sous-régional : Développer l'offre produits et mener des actions spécifiques d'information vers les expatriés, la population nationale et de la sous région. Marchés prioritaires : Belge, Français, Allemand et les marchés Européens d'opportunité : Royaume Uni, Suisse, Italie. Sur ces marchés, il convient de mettre en œuvre :

- Des actions de partenariat avec les TO (principalement ceux présents dans la sous région) : rencontres individuelles, présence sur les salons pertinents ;
- Des actions de lobbying pour faire évoluer les appréciations sur la destination au niveau des ministères des affaires étrangères ;
- Des actions d'accompagnement en image pour susciter le désir de se rendre au Burundi relation presse et rédactionnels par exemple.

Tableau 32 : Sommaire des marchés et des actions

TYPE DE MARCHÉS	PAYS	TYPE D' ACTIONS
Marché interne et sous-régional	Burundi Rwanda RDC Tanzanie Kenya	Développer l'offre produits et mener des actions spécifiques d'information vers les expatriés et population nationale et de la sous-région
Marchés internationaux prioritaires	Belgique France	Action de partenariat avec des TOs spécialisés (écotourisme, tourisme solidaire, randonnées) de priorité ceux déjà présents dans la sous-région. Présence salons professionnels <ul style="list-style-type: none"> • stratégie d'image en appui • stratégie d'enrichissement produit
	Allemagne	Action de partenariat avec les TOs spécialisés <ul style="list-style-type: none"> • stratégie d'image en appui • stratégie d'enrichissement produit
Marchés internationaux d'opportunité	Royaume Uni	Des actions ciblées auprès des TO, en partenariat avec les pays de la sous-région (Kenya, Tanzanie et Rwanda).

13.5.6 Le financement des actions de marketing opérationnel

Il convient de doter le secteur touristique des moyens financiers nécessaires à l'accomplissement de ses missions de recherche de clientèle. Un engagement de l'État à procéder à une dotation sur ces ressources propres est illusoire et il convient de se pencher sur le parafiscal, seule méthode pour se procurer des fonds. Au Burundi, un Fonds de Développement Touristique pourrait être financé :

- par une taxe parafiscale perçue auprès des hôtels,
- par une taxe parafiscale perçue à l'émission des billets d'avion.

Note : Le mécanisme de financement peut être analysé par tous les concernés dans un travail prioritaire.

La taxe de séjour est une taxe à la nuitée payée par le touriste (d'affaires ou de loisir). Le montant de cette taxe doit être modulé selon la classification de l'établissement. Les établissements classés pourraient être assujettis à hauteur de 1.200 BIF par nuitée et par personne, les établissements non classés au taux de 500 BIF par nuitée et par personne.

Afin de prendre en compte les recommandations du Conseil des Ministres en date du 29 Octobre dernier, reconnaissant la pression fiscale exercée sur le secteur, l'instauration d'une taxe à la nuitée pourrait, dans un premier temps être compensée par une réduction du taux de TVA.

Les taxes aéroportuaires sont versées aux aéroports par toutes les compagnies aériennes. En général, il y a deux types de taxes : une taxe au décollage destinée à financer la maintenance et l'équipement de l'aéroport, et une taxe de sécurité destinée à financer les missions d'assistance et de contrôle aérien.

La taxe de sécurité au niveau de la sous-région est calculée sur base de \$50 par segment. Ainsi, entre :

- Bujumbura - Kigali : 1 segment : \$50 (aller) et le retour Kigali-Bujumbura : \$50; le tout revenant à \$100, c'est-à-dire deux segments.
- entre Bujumbura et Kampala : 4 segments (aller-retour), donc \$200: parce qu'il y a en principe transit Kigali.
- entre Bujumbura et Nairobi : 2 segments (aller-retour), donc \$100.
- entre Kigali et Nairobi : 2 segments (aller-retour), donc \$100.
- entre Bujumbura et Dar-Es Salam : 4 segments (aller-retour), donc \$200, c'est-à-dire, Bujumbura - Nairobi d'une part, et Nairobi - Dar-Es Salam d'autre part.

La taxe au décollage se présente comme suit dans la région :

- Au Burundi : \$30 par passager
- Au Rwanda : \$37 par passager
- Au Kenya : \$20 par passager
- En Ouganda : \$50 par passager
- En Tanzanie : \$30 par passager

Pour ce qui est de la taxe aéroportuaire au décollage, et compte tenu des montants retenus pour la sous-région, il y a une marge de manœuvre qui pourrait être mise à profit. En revanche, s'agissant de la taxe de sécurité, elle est identique au niveau de l'EAC donc non imposable par le Burundi. La taxe de sécurité demeure de \$50 partout dans la sous-région.

13.6 Les statistiques et le contrôle

13.6.1 Statistiques aux frontières

- Sous l'impulsion et la facilitation de L'ISTEEBU, la Direction Générale de la Police et la PAFE mènent une concertation pour trouver les voies et moyens quant à l'introduction de la nouvelle carte d'entrée/sortie aux frontières et de régulariser toutes les opérations sous-jacentes à sa collecte.
- Encourager la collaboration des Institutions utilisatrices des statistiques collectées pour la mise en œuvre d'une gestion commune des approvisionnements, des procédures et des contraintes liées à la collecte et traitements des cartes d'entrée/sortie et des registres.
- L'ISTEEBU et la PAFE mettent en œuvre le protocole d'accord pour la collecte des cartes et registres aux frontières.
- Centraliser la collecte des cartes d'entrée/sortie et des registres aux frontières au Commissariat Général de la PAFE à Bujumbura, telle que décrite dans le cahier des charges du service statistique de la PAFE, élaboré avec l'appui des experts statisticiens.

- Renforcer par un statisticien supplémentaire la collecte des statistiques aux frontières.
- L'ISTEEBU publie mensuellement un bulletin conjoncturel mensuel, trimestriel et annuel des statistiques aux frontières.
- L'ISTEEBU publie sur son site web les statistiques aux frontières, mensuelles, trimestrielles et annuelles.
- Finalisée en 2010, la nouvelle carte et des registres comportant les informations du tourisme sur toutes les postes frontières du Burundi.

13.6.2 Statistiques hôtelières

- Continuer la sensibilisation des hôteliers sur l'importance et les besoins des statistiques hôtelières
- Former les responsables hôteliers au remplissage du formulaire de collecte des arrivées et nuitées hôtelières.
- Inclure une note expliquant aux hôteliers pourquoi il doit remplir le formulaire de collecte des statistiques hôtelières.
- Achever le recensement de tous les établissements d'hébergement de Burundi,
- L'ISTEEBU publie un bulletin de conjoncture mensuel, trimestriel et annuel des arrivées et nuitées dans les établissements d'hébergement.
- L'ISTEEBU publie les statistiques des arrivées – nuitées hôtelières, le répertoire des hôtels et les statistiques élaborées à partir du rapport des caractéristiques des établissements d'hébergement de Bujumbura Mairie.
- L'ISTEEBU élabore un rapport des caractéristiques des établissements d'hébergement du Burundi.
- L'ISTEEBU définit avec les hôteliers les procédures et calendriers de collecte des statistiques des arrivées et nuitées.

13.6.3 Plateforme Interinstitutionnelle (PII)

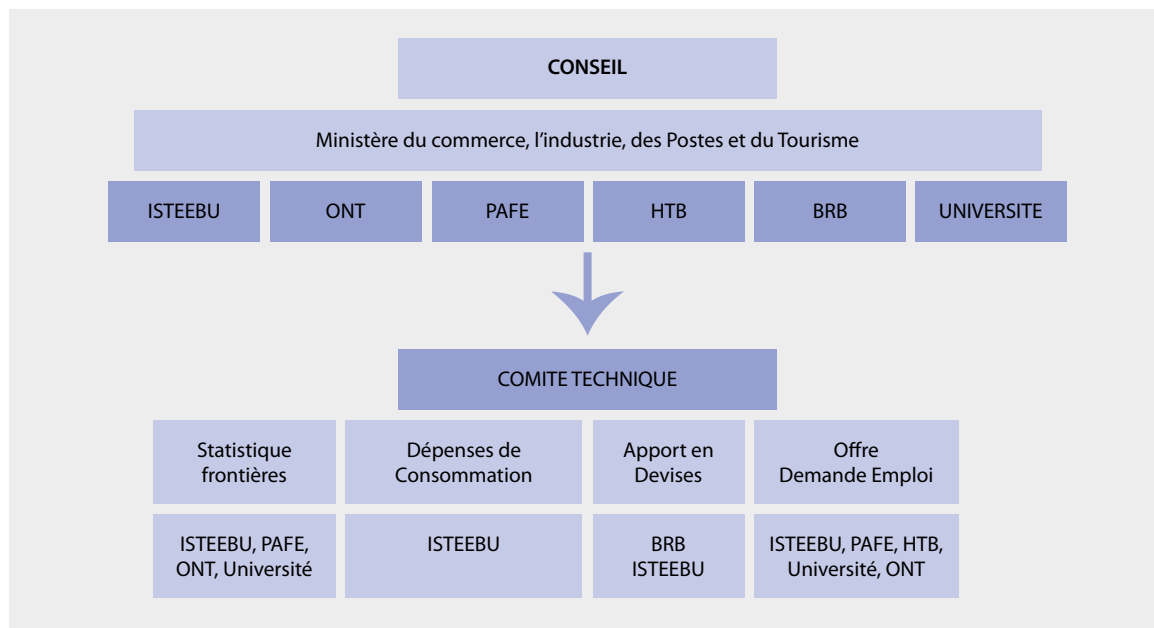
La plateforme interinstitutionnelle ne dispose pas encore de calendrier de ses réunions. De même, les comités techniques n'ont pas encore élaboré les termes de référence de leurs activités respectives. Toutefois, un chronogramme sommaire du Conseil de la Plateforme et de son Comité Technique a été proposé pour le suivi des statistiques.

La PII doit déterminer ses politiques de base et son plan de travail sur la base desquelles, les comités techniques vont mettre en oeuvre les orientations données par le Conseil de la PII.

En particulier, le problème de collecte des statistiques aux frontières et des statistiques hôtelières doit être résolu par la mise en oeuvre de procédures de collecte élaborée de concert respectivement avec la PAFE, et les hôteliers, afin que l'ISTEEBU puisse atteindre l'objectif de publication trimestrielle des indicateurs du tourisme.

La PII fait le suivi jusqu'à l'introduction effective de la nouvelle carte et registre aux frontières.

La mise en oeuvre des termes de références du point focal pour les statistiques du tourisme au sein de l'ISTEEBU doit être abordée par la PII et des solutions appropriées trouvées.



13.6.4 Transfert de compétence

Le transfert de savoir faire doit être complété pour espérer des statistiques fiables du tourisme, au sein d'un renforcement de capacité opérationnelle de l'ISTEEBU.

l'ISTEEBU ne dispose pas de capacité de collecter, traiter et publier les statistiques du tourisme et nécessite le renforcement de sa capacité opérationnelle.

Compte tenu d'une part de l'insuffisance du temps pour un transfert de savoir-faire complet, et des ressources nécessaires aux collectes, traitement et publication des statistiques du tourisme de l'autre, il est fortement recommandé de maintenir l'expert national pour le renforcement des statisticiens de l'ISTEEBU, au moins jusqu'à l'exécution du projet de renforcement de la capacité opérationnelle de l'ISTEEBU.

13.6.5 Classement Hôtelier

Une mise en application des normes EAC de classement des établissements de tourisme est plus que nécessaire. Avoir des normes est une chose et les mettre en œuvre en est une autre.

L'EAC ayant entrepris un processus de mise en œuvre par la formation de formateurs (4 personnes ont pris part à cette formation pour le compte du Burundi), il reste à rendre effectif le classement.

Pour la toute première opération de mise en œuvre des normes, le projet de SNDDT (et à travers lui, le Burundi et ses partenaires) a tout intérêt à faire appel à une équipe d'experts internationale et indépendante pour faire un premier travail d'évaluation et de sélection des établissements actuels. Cela aboutirait à :

- une première proposition de classement qui pourra être affinée par la Commission Technique d'Agrément et de Classement dont la création a été évoquée dans les recommandations relatives au cadre institutionnel.
- des recommandations techniques de mise aux normes pour les établissements difficilement ou pas du tout classables.

Une telle approche présente les avantages suivants :

- apport d'un œil externe gage d'impartialité et d'expertise ;
- meilleure acceptation du verdict issu de cette opération ;
- servir d'opération pilote et de formation grandeur nature pour les spécialistes en classement de l'EAC et pour la toute nouvelle commission technique dévolue au classement.

Ces inconvénients se résument aux éventuelles difficultés auxquelles pourraient être confrontée l'équipe de spécialistes en question et à une opposition frontale des opérateurs hôteliers. Mais leur levée pourrait se faire à travers une sensibilisation préalable pour obtenir l'adhésion des membres influents de la Chambre sectorielle et des Autorités Burundaises.

Conclusion : cette opération ne peut être envisagée que sous la forme d'un projet. Ce projet devra être spécifiquement conçu pour assurer que le système de classification et la méthodologie adoptée est en conformité totale avec les normes de l'EAC. Il faudra pour cela qu'il soit approuvé par le Secrétariat de l'EAC et son équipe d'experts en classification hôtelière.

Burundi



**PROJETS PILOTES ET
DE DEMONSTRATION**

14.1 Introduction

Il est important pour le Burundi de mettre en valeur les sites touristiques qui attirent des visiteurs. Le tourisme d'éco-tourisme et le tourisme communautaire offrent deux opportunités sous-exploitées, surtout en vue des atouts du pays. D'abord le Burundi est la terre des tambours sacrés y compris un héritage culturel significatif. Puis, le pays possède de multiples richesses naturelles comme les lacs et les forêts. En plus sa faune, surtout les oiseaux, et sa flore sont importantes pour le développement de l'écotourisme. Dans ce contexte deux sites ont été identifiés pour être aménagés pour les touristes. Il s'agit de l'élaboration d'une étude de faisabilité pour la mise en marche d'un projet pilote d'écotourisme dans le parc national de la Ruvubu et l'élaboration d'une étude de faisabilité pour la mise sur pied d'un projet pilote de tourisme communautaire avec les tambourinaires du site historique de Gishora – Gitega.

En plus, sept sites ont été identifiés pour être réhabilités afin qu'ils puissent être ouverts au public dans les meilleurs délais. Ces projets de démonstration. Ces projets de démonstration sont décrits dans cette section et peuvent être adaptés à la mise en œuvre des fonds bilatéraux.

Pour tous les développements touristiques proposés, il faut souligner que l'étude d'impact environnemental doit être effectuée. Il convient également de noter que tandis que le gouvernement peut entreprendre des projets, il est souhaitable que le secteur privé investisse dans le développement du secteur. Cet investissement peut être indépendant ou sous la forme d'un gouvernement - partenariat public-privé ou PPP. Dans tous les scénarios d'investissement, il est toutefois important que des lignes directrices et des directives claires de fonctionnement soient établies. De telles pratiques se trouvent aujourd'hui largement dans toute l'Europe et des exemples de «meilleures pratiques» sont facilement disponibles.

Dans tous les cas, il est recommandé que les sites soient prévus, développés et administrés sous la supervision de l'agence qui a été proposée pour le développement des zones touristiques. Cet organisme peut être soit d'État ou, comme dans le cas du Sénégal, un organisme de partenariat public-privé. Sous réserve de l'étude détaillée des projets individuels, il peut être soit public, privé ou PPP financé. À court terme toutefois, il est prévu que l'État ou le financement des donateurs sera nécessaire pour enclencher le processus de développement.

14.2 Projets Pilotes

14.2.1 Parc National de la Ruvubu

Situé à 235 kms de Bujumbura, ce parc est le plus étendu du Burundi avec une superficie de 50 900 ha. Il borde la rivière qui porte son nom. L'altitude moyenne de la rivière est d'environ 1350 mètres et les plateaux vallonnés qui la bordent culminent à 1800 m. Les paysages y sont très contrastés et alternent entre galeries forestières et savanes arborées aux végétations variées et aux papyrus des zones marécageuses. La présence de la faune, pourtant riche et variée, se fait plus rare et farouche face au braconnage vivrier constaté. Bien que la pression humaine soit moins importante, les gardes dénombrent plus d'une douzaine de passages traversant Nord-Sud et réciproquement.

Malgré le manque de structure, l'absence de chemins d'observation, la pression humaine sous toutes ses formes, le Parc de la Ruvubu constitue une opportunité pour l'écotourisme en raison de la qualité de ses paysages et la richesse de la flore. Toutefois, la distance de Bujumbura et son accès difficile en saison des pluies peuvent constituer des points de vigilance relativement à un tourisme de weekend.

Le parc souffre actuellement d'un certain nombre de faiblesses, à savoir: la mauvaise gestion, absence de routes convenables et circuits touristiques, un hébergement de qualité médiocre et un manque d'information pour les touristes. En outre, la superficie du parc est mal défini et il ya des questions à la fois avec les agriculteurs locaux et les braconniers.

L'accès au parc passe par RN6 et RN12, il est également accessible par le poste frontière de Kobero. Ce sont des routes bien entretenues en bon état. La RN19, donne également accès mais elle est souvent difficile et est une piste vallonnée praticables uniquement par des camions ou des véhicules tout terrain, surtout en saison des pluies. Des limites du site sont définies par les postes de garde et les barrières en bois. Ces postes de garde ne sont pas équipés et disposent d'un environnement pauvre maintenu. Dans la zone protégée, il ya environ 50 km de routes et 250 km de pistes. Il n'y a pas de panneaux indicateurs ou d'information.

Afin de développer le Parc National de la Ruvubu comme une attraction phare écotouristique, des recommandations spécifiques sont faites. Ils se répartissent en trois grands domaines, la gestion de parc, accueil et d'information et, enfin, d'hébergement écotouristique.

Le développement de passerelles d'accès du parc au Nord et au Sud, la construction de portes d'entrées, l'approvisionnement en énergie, l'insertion et dessin de l'extension des pistes, un bâtiment pour des gardiens, avec des équipements connexes, la construction de la première tranche d'un Ecolodge et de ses annexes. La remise à niveau des deux postes de garde existants incluant le traitement des eaux usées et l'installation de panneaux directionnels et de signalisation avec l'information sur les divers signes utilisés, y compris la fourniture d'électricité, de la conception de longs sentiers, la construction d'un bâtiment pour des gardes avec des équipements connexes.

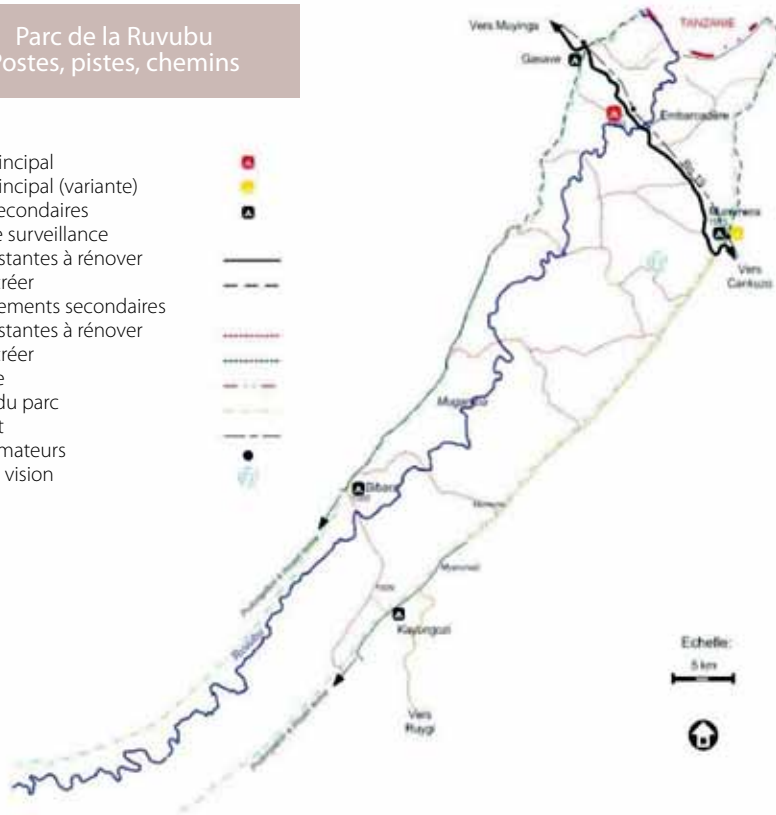
Les œuvres comprendront la construction de chemins d'accès des visiteurs dans le parc national, la protection des plantations, le marquage et l'identification des pistes et des sentiers, la gestion des aires de loisirs et des stationnements.

L'Ecolodge, doit être conçue, construite et équipée aux normes internationales à l'équivalence des camps de safari de luxe trouvés ailleurs en Afrique orientale. L'Ecolodge doit être situé à proximité de la Rivière Ruvubu. Le développement doit prévoir des équipements pour des excursions touristiques en bateau. Pour le choix d'un site, le souci de prévoir l'eau potable devrait être une préoccupation majeure, éviter des zones sujettes aux inondations. Les impacts environnementaux négatifs doivent également être réduits. Avant la sélection finale d'un site, une étude d'impact environnemental doit être préparée et soumise à l'INECN pour approbation. Le complexe devrait être composé des éléments suivants:

- **La Réception:** comprenant un bâtiment principal et un bar séparé de la structure du restaurant. La Réception : une construction dans un style architectural local. Le bâtiment doit avoir une superficie de 150 m² et comprendra une aire de réception et une boutique avec un bureau d'administration et des toilettes. Dans le même profil architectural, un autre bâtiment doit être construit, à savoir, un restaurant équipé de meubles en bois de sciage et de menuiserie et de fenêtres avec des écrans, du bambou ou du bois local. La cuisine devra être entièrement carrelée et devra respecter les normes internationales sanitaires.

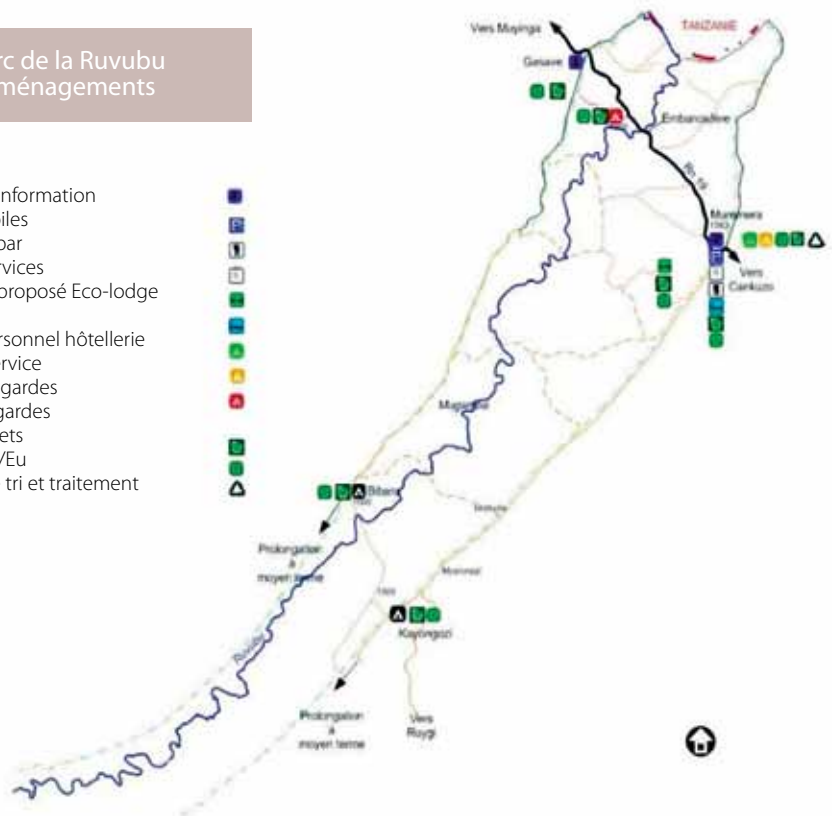
Parc de la Ruvubu Postes, pistes, chemins

- Poste principal
- Poste principal (variante)
- Postes secondaires
- Pistes de surveillance
 - Existantes à rénover
 - A créer
- Cheminements secondaires
 - Existantes à rénover
 - A créer
- Frontière
- Limites du parc
- Ligne Mt
- Transformateurs
- Zone de vision



Parc de la Ruvubu Aménagements

- Point accueil-information
- Parc automobiles
- Restauration-bar
- Multi-services
- Implantation proposé Eco-lodge
- Aire détente
- Logement personnel hôtellerie
- Logements service
- Casernement gardes
- Campement gardes
- Collecte déchets
- Traitement Ev/Eu
- Plateforme de tri et traitement



- **Ecolodge:** des tentes de luxe comprenant 6 tentes de 24 m² chacune sur des plateformes en bois avec un toit de chaume sur une ossature en bois couvrant une superficie d'environ 60 m², voir illustration ci-dessous. La structure doit avoir une terrasse à l'avant et une salle de bain fermée à l'arrière. La chambre à coucher doit être formée par une tente de toile suspendue sous le toit de chaume. Elle doit être ventilée, avec un plancher de bois. Des toilettes séparées et des salles de bains avec un plancher de terrazzo et de carreaux aux murs. Meubles de fabrication locale, en bambou et en bois. Un bain à remous ayant pour diamètre 2 m, sur une plate-forme en bois devrait être construit pour les clients. L'eau doit être chauffée par géothermie si disponible par énergie solaire autrement. Un site paisible et reposant dans le complexe avec une vue sur les montagnes ou la rivière, devrait être choisi pour le spa.
- **Services de maintenance et d'entretien:** Premier bloc: Un bâtiment pour le personnel de service et d'entretien. Deuxième bloc : Un second bâtiment réservé au personnel hôtelier. Chaque hébergement sera constitué de deux dortoirs et de 2 ensembles sanitaires.

Figure : Ecolodge en tentes Daintree Ecolode, Australie



14.2.2 Site Historique de Gishora-Gitega

Gitega, ville historique située à 100 km de Bujumbura, mérite une attention particulière pour son architecture coloniale, son musée, la Boma, sa culture artistique et artisanale. ... Vocation évidente : tourisme culturel et de découverte. Les environs avec ses sites historiques méritent toute l'attention :

- Sanctuaire de Gishora

- Site de Rubumba (intronisation des Rois)
- Site de Kiganda (traité historique de 1908)

Depuis Bujumbura, les routes sont parfaites, mais en provenance du poste frontière de Kobéro, la RN 12 à partir de Muyinga reste difficilement carrossable. Les déplacements vers les sites historiques sont aléatoires et les pistes ne sont souvent praticables que par des 4 x 4. Aucune signalisation en ce qui concerne les différents sites. Aucune structure d'accueil n'existe aux abords des sites historiques.

Les structures d'hébergement sont largement suffisantes à Gitega. Quelques chambres chez l'habitant pourraient être aménagées dans les sites historiques.

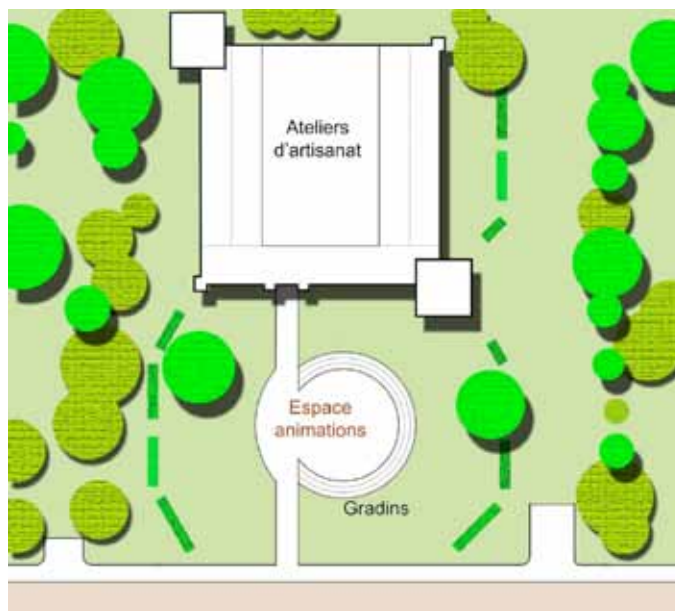
Figure : Gitega Aménagement des sites historiques

En ce qui concerne Gitega, il est proposé un développement dans l'enceinte de la ville de deux pôles marquant la richesse et la diversité artisanale et artistique de cette ville chargée d'histoire : la Boma et la Maison de la Jeunesse. Ces lieux ont été choisis car ils méritent d'être mis en valeur de par leur originalité leur situation en centre ville et les facilités de transformation qui les concernent.

- La Boma : constituée de huit cellules d'environ 30 m², disposées face à face par groupe de quatre et protégées par une galerie, la Boma pourrait accueillir une maison des Artisans, la cour centrale étant réservée à la vente ou à des expositions temporaires.
- La place de la Boma : elle pourrait être aménagée pour recevoir des manifestations artistiques à condition d'améliorer les abords.
- La maison de la jeunesse : remarquable par son architecture, elle est constituée de deux grandes salles et pourrait être consacrée à des expositions temporaires de peinture et sculpture.

En ce qui concerne les sites historiques, il est proposé d'engager les actions suivantes:

- Sanctuaire de Gishora : signalisation à installer depuis Gitega et affichage explicatif à l'entrée du site.
- Site de Rubumba : ce site souffre d'une pression agricole et certains arbres ont été abattus. Une attention particulière des autorités est souhaitable. Par ailleurs, une signalisation depuis Gitega et un affichage explicatif marquant l'entrée est indispensable et une réfection partielle de la piste d'accès est nécessaire.



14.3 Projets de démonstration

14.3.1 Les monuments naturels du Nyakazu - Nkoma

Ce massif situé au Sud Est du Burundi est distant d'environ 150 à 180 km de Bujumbura. Il se distingue par de nombreuses curiosités géologiques et forestières. Des chutes de Karera (1600 m d'altitude) à la faille des Allemands (1950 m d'altitude) et aux grottes, alternent des galeries forestières et la forêt dense, une forêt mésophile de transition et ombrophile de montagne pour aboutir sur des crêtes dénudées qui dominent de 700 m la plaine du Kumoso. La source du Nil, distante de 115 km de Bujumbura, est située au pied du massif de Kibimbi.

Le potentiel en terme de sites naturels, la Faille des Allemands, les chutes de la Karera et la source du Nil, confère au massif du Nyakazu-Nkoma une vocation première évidente : le tourisme de découverte. Par ailleurs, la réhabilitation des chemins de randonnées existants et la création de nouvelles boucles pourraient faire de ce pôle touristique une zone privilégiée pour le tourisme de randonnées soft à l'attention d'une clientèle familiale favorisée par un accès assez satisfaisant.

- En ce qui concerne les chutes de Karera et la Faille des Allemands : elles sont accessibles depuis Gitega par la RN8, route bitumée globalement en bon état. Les pistes d'accès de moyenne montagne sont praticables par tout véhicule en saison sèche.
- En ce qui concerne la source du Nil, l'accès est aisé, la signalétique est correcte, les abords de la pyramide et les aménagements sont heureux malgré l'immense parc automobile : la source mérite une mise en valeur.
- Chemins de randonnée. Il convient de réhabiliter et baliser le chemin de randonnée permettant de relier le site de la Faille aux chutes (22 km) avec une nécessité de créer de nouveaux itinéraires.

Il n'y a pas de structures d'accueil et d'hébergement suffisantes. Les chutes de Karera disposent d'un bâtiment à adapter, la faille des Allemands d'un abri sommaire. Aucune structure d'accueil n'existe à la source du Nil cependant il s'agit d'une attraction unique au monde.

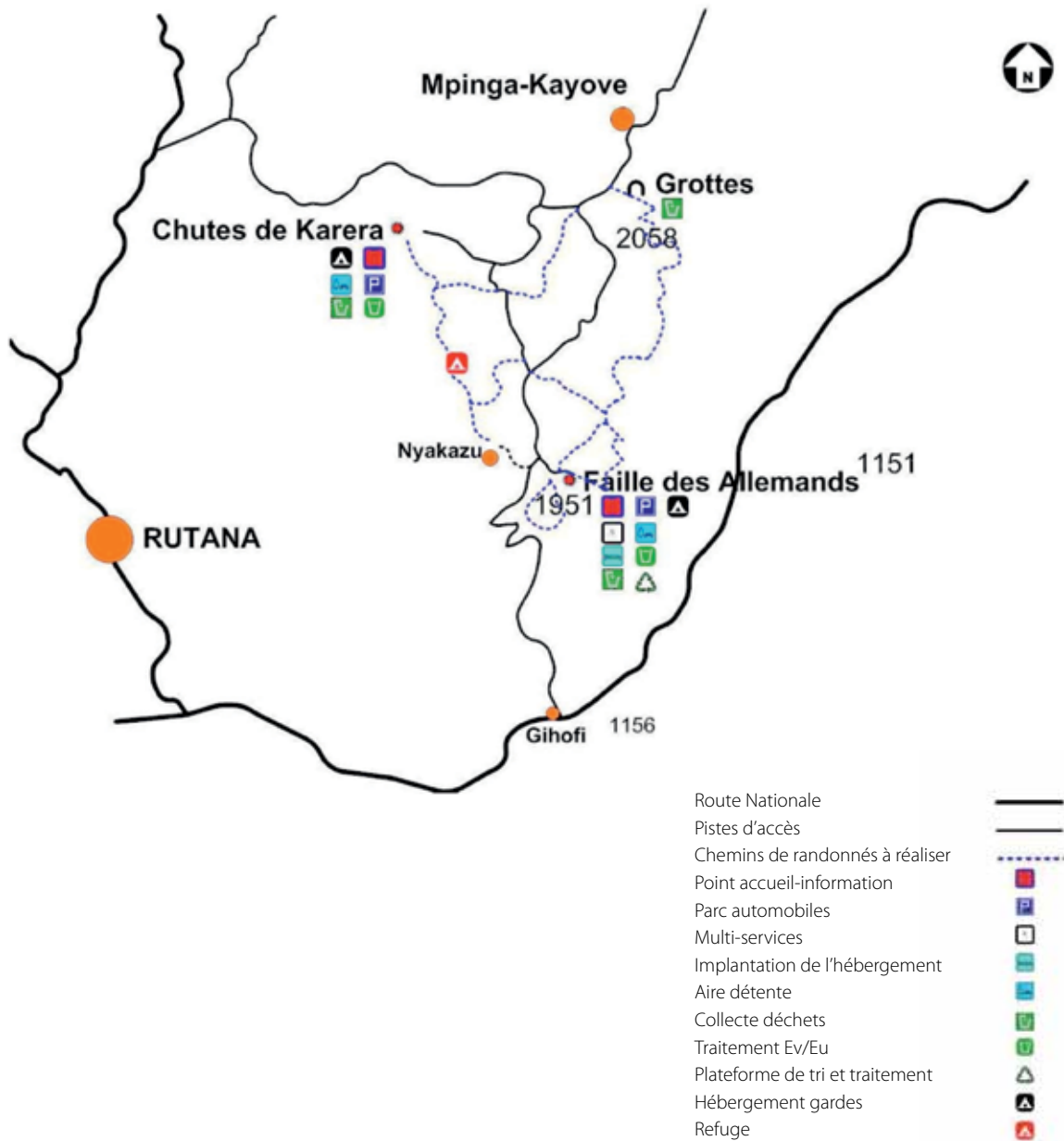
Des recommandations d'aménagement à la Faille des Allemands sont : de construire un bar avec restauration légère et une petite boutique. Mise en valeur le paysagère avec une aire de pique nique et des stationnements ombragés et sécurisés. Construire des toilettes pour les visiteurs sur le site.

Pour les Chutes de la Karera, les propositions sont : le réaménagement du bâtiment existant en point info tourisme et boutique multi service, réaménagement de l'aire de pique nique et la construction d'un abri avec sanitaires pour les gardes.

En ce qui concerne les chemins de randonnée, les propositions sont : construire un réseau de 5 à 6 chemins de 2 à 10 kms maximum sera à réaliser sur les crêtes, à partir de la Faille des Allemands. Un réseau de 3 à 4 chemins de 2 à 8 kms maximum sera à réaliser à la périphérie des chutes. Remise en état du parcours de grande randonnée (22 kms) reliant les Chutes de la Karera à la Faille des Allemands. Pour tous ces chemins, une signalétique de randonnée sera effectuée.

Les recommandations de l'hébergement à la Faille des Allemands sont : un lodge de confort équivalent à un hébergement de type 2** normes européennes, devra être construit entre l'accueil et le départ des chemins de randonnées. Il sera construit en tranches successives pour atteindre une capacité maximale de 20 couchages (6 chambres doubles + 2 chambres cadres) toutes les chambres étant équipées de douches et de sanitaires privés. Il devra inclure une salle commune de détente garantissant une vue de grande qualité sur les paysages environnants et une salle de restauration avec bar et cuisine ouverte sur le restaurant. Ce

Aménagement du plateau de Nyakazu-Nkoma



lodge sera complété par un refuge de montagne situé aux abords du chemin de grande randonnée (altitude 1700 m) pouvant accueillir une dizaine de randonneurs.

14.3.2 Bujumbura Front de Lac

Au centre de Bujumbura sur la façade littorale du lac, zone littorale de 1200 mètres à laquelle s'ajoute le périmètre du musée vivant. Cette zone à proximité de la zone portuaire et d'une zone industrielle ne permet pas d'aménagement majeur sur le littoral mais une parcelle de 4 hectares libres de construction servant de parking pour poids lourds située légèrement en retrait pourrait accueillir un certain nombre d'aménagements.

A l'extrémité Nord de la Zone est le port de Bujumbura, une enceinte fermée et contrôlée. La manutention du fret informel est visible dans la rue et à l'extérieur de la limite du port. La région est également fortement desservie, par des minibus qui de manière non-réglémentée, déposent et prennent des passagers, le long de la plage. À l'extrémité Sud est le site du Cercle Nautique. Le Cercle Nautique était en cours de rénovation en 2010 et il est à noter que cette nouvelle construction est actuellement en cours sur le Lac-même, ce qui signifie une violation directe du code national de l'Environnement.

Le site illustré ci-dessous, s'étend sur 1200 mètres le long de la rive du Lac Tanganyika à partir de la Zone Portuaire vers le site du Cercle nautique. Le cœur du site est l'Avenue de la Plage, qui s'étend le long de la côte. La plupart des parcelles ont été développées sauf une exception notée. Bordé par l'Avenue du Lac et La rue des Usines est un terrain vacant d'environ 4 hectares. Cette zone est actuellement utilisée comme un endroit de stationnement. La plage est la région la plus étendue dans la ville et ses eaux sont très populaires auprès des baigneurs. Il existe cependant un certain nombre de problèmes. La gestion des déchets est un problème majeur à la plage.

Bien que la zone du front de lac soit actuellement en mauvais état, il est encore possible de lui donner son ancien aspect et vocation en tant que plaque tournante des activités sociales et récréatives de Bujumbura. Ces améliorations exigent une approche de Planification Intégrée de la Zone et l'Amélioration de la Gestion Urbaine et de son Application. Les recommandations concernant les améliorations sont illustrées dans les photomontages ci-après :





- **Nettoyage de la plage** : un programme de nettoyage de plage devra être initié et la zone nettoyée à intervalles réguliers.
- **Restructuration du Cercle Nautique** : la nature et le contenu du développement de ce site devraient être précisés et revus pour assurer la conformité avec l'environnement et la réglementation en vigueur.
- **Création d'un "Front de Lac"** : un trottoir pavé devrait être construit le long de la route pour former une esplanade, large et attrayante. Des nouveaux chemins d'accès vers la plage doivent être aménagés, des arbres et arbustes doivent être plantés le long du front de lac.

A plus long terme, les aménagements suivant seront envisagés :

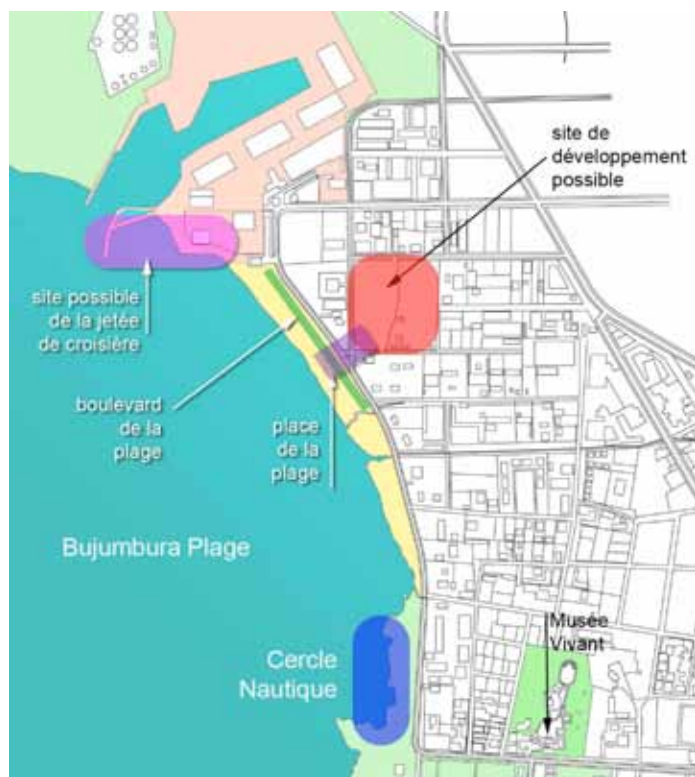
- **Le Lac Tanganyika, Embarcadère de Croisières** : Afin de recevoir des navires de croisière tels que Le Liemba MV, il est recommandé qu'un terminal dédié aux petites croisières soit construit. Ce terminal servira aussi pour la pêche sportive et de Plongée. Un site initial est proposé à l'extrémité nord du Boulevard de la Plage.
- **Place de la Plage** : En mettant l'accent sur le développement des activités, commerciales notamment, une esplanade ou Place nouvelle sur le Front de Lac est proposée, éventuellement associée à la piétonisation partielle de la zone.
- **Site du Développement Intégré** : la zone non aménagée de 4 hectares identifiée, peut être reliée à La Place / esplanade. Le site offre la possibilité de créer un espace intégré comprenant des hôtels, des commerces et des espaces paysagers. Toutefois, un plan d'aménagement de la parcelle doit être au préalable effectué.

Figure : Bujumbura Front de Lac

14.3.3 Musée Vivant

Malheureusement, le site et ses attractions sont tombés dans un triste état. Une intervention urgente est désormais impérative, non seulement pour sauver et améliorer l'existant, mais aussi pour compléter l'offre touristique ainsi que les opportunités culturelles et éducatives pour les citoyens locaux. Il convient absolument de renforcer la vocation ludique et pédagogique du musée vivant.

À la suite d'une évaluation du site et son contenu, un plan de développement conceptuel pour le site Musée Vivant a été préparé. Ce plan, qui est illustré ci-dessous, nous montre qu'une approche innovante de ce secteur clé, peut être développée en tant que plaque tournante du Tourisme principal de Bujumbura. Un certain nombre d'améliorations et de nouvelles utilisations sont décrites, suggérant le développement de l'Artisanat, de la Culture, de l'environnementale et de la Gastronomie et des Zones de touristiques dans la région, notamment:



- **Zoo** : le zoo existant devrait être complètement repensé en favorisant l'aspect éducatif et le bien être des animaux.
- **Jardins botaniques** : il est recommandé qu'une grande partie du site soit réaménagée en un Jardin Botanique reflétant la flore locale, dont la plupart des espèces est gravement menacée en raison de la déforestation.
- **Aquarium** : un nouvel aquarium est proposé pour présenter la diversité des espèces dans Le Lac Tanganyika.



Figure : Musée Vivant plan conceptuel

Cette installation pourrait comprendre un centre d'interprétation et un centre de recherche pour le Lac, éventuellement en coopération avec l'Autorité du Lac Tanganyika.

- **Amphithéâtre** : ce domaine devrait être rénové afin de pouvoir accueillir des Festivals de Musique Nationale et des spectacles de danseurs typiques de la culture Burundaise.
- **Centre National d'Artisanat** : établir un Centre d'artisanat national sur le site pour exposer et vendre les produits du secteur.
- **Ecole Nationale de l'Hôtellerie et du tourisme** : à moyen terme, un tel établissement pourrait être envisagé en fonction de l'évolution des besoins en personnel formé.

14.3.4 Le Centre national des Sports Nautiques

Le Lac Tanganyika a été identifié comme ayant des possibilités considérables de développement touristique pour le Burundi, en particulier pour la pratique d'activités thématiques liées au milieu marin. Les Activités Nautiques au Burundi sont relativement sous-développées et semblent en grande partie être l'apanage d'une poignée d'amateurs expatriés basés pour la plupart à Bujumbura.

Le développement d'un Centre National de Sports Nautiques est proposé afin de former le personnel pour les activités nautiques, d'inciter les populations locales à la pratique de cette activité et de fournir une première infrastructure pour soutenir le développement du tourisme dans ce secteur. Pour l'élaboration du projet de Centre Nautique national, une zone de minimum 7500 m² est nécessaire. Le site doit avoir une façade sur le lac d'au moins 50 mètres de longueur avec un accès aux zones appropriées pour toutes les activités du Centre. Aucun site spécifique n'a été sélectionné pour le projet de Centre, même si un certain nombre de solutions peuvent être envisagées : options telles que Bujumbura Plage ou Rumonge.

Figure : Centre National des Sports Nautiques
Une proposition de localisation a Bujumbura



14.3.5 Mémorial à Stanley et Livingstone

Ce monument est une stèle commémorative à Mugere, à 12 kilomètres au sud de Bujumbura. Le monument commémore la réunion sur le site de David Livingstone et Henry Morton Stanley en Novembre 1871.

Le site de cette rencontre, est dans un triste état. L'entrée du site est cachée par un bâtiment de ferme qui occulte la petite route d'accès. La mauvaise visibilité de l'attraction est encore aggravée par l'absence complète de signalisation, de panneau directionnel ou informatif. Le site lui-même a été presque complètement dénudé d'arbres et autres végétaux par l'agriculture. Il n'ya pas de clôtures ou marque de délimitation de l'étendue du site et de le protéger. Il n'y a pas non plus des informations touristiques pour informer les visiteurs de l'événement qui a eu lieu à cet endroit.

Le site lui-même, qui est illustré dans la figure ci-dessous, se trouve sur un promontoire offrant une vue sur le Lac Tanganyika à l'ouest. Une petite, mais profonde, vallée de la rivière longe la frontière au nord. Toutes les terres environnantes ont été déboisées pour l'usage agricole et quelques petites habitations sont parsemées dans les alentours immédiats.

Figure: Site Livingstone Stanley,
Projets de Développement

1. Le monument
2. Démolition des bâtiments
3. Nouvelle porte d'entrée et de panneau d'information
4. Clôture de périmètre
5. Bâtiments à restaurer
6. Sentier du patrimoine
7. Plantation d'arbres
8. Aire de repos



Afin de valoriser cette attraction, il est recommandé que le site soit rénové et amélioré. Une série d'actions proposées ont été identifiées et sont illustrées dans la figure ci-dessus, ces actions sont les suivantes:

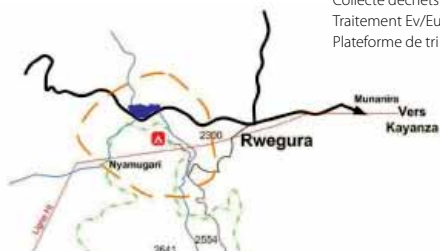
- retirer les bâtiments le long de la RN3 sur le site avec d'autres structures qui ont pénétré la zone ;
- sécuriser et clôturer le site, en érigeant une barrière grillagée de 1,5 m de haut, le long de la limite du site proposé. Planter d'une haie de manière à former une barrière dense le long de la route ;
- concevoir et installer des panneaux indicateurs sur le site à l'entrée et à 200 m au nord et au sud du site sur la route ;
- remettre en état les bâtiments sur le site. Un bâtiment doit être utilisé pour loger le personnel tandis que le second devrait être un bâtiment de service simple avec toilettes, un magasin et un centre d'information ;
- installer une fosse septique et un point de collecte des déchets pour le site ;
- fournir un espace de stationnement pour les véhicules des visiteurs ;
- planter des espèces endémiques sur le site afin de reproduire l'atmosphère de celui-ci au moment de la rencontre. L'aménagement paysager doit prendre soin de permettre un corridor visuel ou un champ de vision à partir du site au lac Tanganyika ;
- enfin, concevoir et installer une série de panneaux d'information, en Anglais, Français et Kirundi exposant le contexte de la Rencontre Stanley Livingstone, la vie et les voyages de Livingstone et l'expédition de recherche de Livingstone par Stanley.

14.3.6 Aire protégée de la Kibira

Ce parc, situé à 49 kms au Nord de Bujumbura, d'une superficie de 40900 hectares, d'une longueur d'environ 80 kms et dont l'altitude se situe entre 1600 m et 2666 m, protège un immense massif forestier ombrophile, dernier vestige de la forêt dense du Burundi. Ce milieu autorise le développement de végétaux originaux tels que les fougères arborescentes où primates et oiseaux se complaisent.

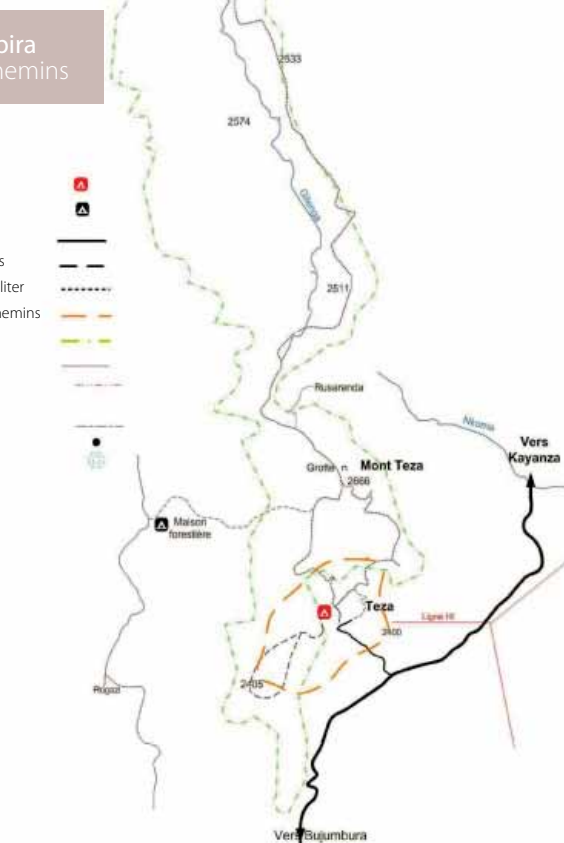
Parc de la Kibira Aménagements

- Point accueil-information
- Parc automobiles
- Multi-services
- Implantation proposé des hébergements
 - Campement de base
 - Refuges d'altitudes
 - Aire détente
 - Logements services
 - Collecte déchets
 - Traitement Ev/Eu
 - Plateforme de tri et traitement



Parc de la Kibira Postes, pistes, chemins

- Poste des gardes
- Poste des gardes à réhabiliter
- Pistes d'accès
- Chemins de randonnés existants
- Chemins de randonnés à réhabiliter
- Zone de développement des chemins
- Limites du Parc
- Ligne Mt



Les crêtes séparent les bassins Congo-Nil par des versants abrupts dominant la plaine de l'Imbo et par des contreforts boisés côté oriental.

La proximité de Bujumbura, l'accès facile et la présence de plusieurs dizaines de kms de chemins (petite et grande randonnées) font du parc de la Kibira une opportunité pour la pratique de la randonnée, que ce soit du trek sélectif ou de la randonnée familiale. Mentionnons que le Guest House de Banga est situé à 5 kms à l'est du parc (7 chambres + 10 en cours d'aménagement).

Depuis Bujumbura, la RN1 parfaitement entretenue permet d'accéder à une piste forestière carrossable en saison sèche par des véhicules de tourisme. L'accès Nord, situé à environ 100 kms de Bujumbura, s'effectue par une route enrobée. L'accès côté sud s'ouvre sur d'immenses plantations de thé et côté Nord sur le lac du barrage de Rwegura. Aucun symbole ou signalétique ne matérialise les entrées du parc. Le poste d'accueil et de garde d'une architecture originale ne demande qu'un aménagement.

Les recommandations pour l'aménagement des chemins de randonnées sont : réhabiliter. La grande traversée vers Rwegura (60 km) et rénover les 3 chemins de promenade de 2, 4, et 22 kms, avec une possibilité de parcours de 30 km à réaménager. D'autres recommandations d'aménagement sont :

- une signalétique devra être installée sur la RN1 et prolongée jusqu'au bâtiment de l'accueil ;
- une signalétique spécifique est indispensable sur tous les parcours de randonnées ;
- une porte symbolique sera aménagée aux deux entrées de Teza et Rwegura ;
- les structures d'accueil de Teza et Rwegura seront renforcées en dépliants d'accueil, cartes du parc. La formation du personnel au phénomène touristique est vivement souhaitable.

Des recommandations d'hébergement sont:

- un lodge de confort équivalent à un hébergement de type 2** normes européennes, devra être construit entre l'accueil et le départ des chemins de randonnées.
- Il sera construit en tranches successives pour atteindre une capacité maximale de 24 couchages (8 chambres doubles + 2 chambres à 4) toutes les chambres étant équipées de douches et sanitaires privés. Il devra inclure : une salle commune de détente garantissant une vue de grande qualité sur les paysages environnants et une salle de restauration avec bar et cuisine ouverte sur le restaurant.
- ou 4 refuges de montagne d'une capacité de 8 à 10 lits au confort sommaire, seront édifiés à l'attention des randonneurs sportifs et des gardes pour la surveillance du Parc et l'entretien des chemins de randonnées. Il convient de réaliser 5 à 6 chemins pour un parcours proche de 2 à 15 km au maximum. La remise en état du parcours de grande randonnée aboutissant à Rwegura permettrait la pratique d'un trekking sélectif.

14.3.7 Les lacs transfrontaliers et la réserve du Lac Rwihinda

Ce pôle touristique distant d'environ 200 km de Bujumbura regroupe les principaux lacs de Kanzigiri, Rweru, Cohora et Rwihinda (Réserve du Lac aux Oiseaux). L'environnement de ces espaces lacustres est soumis à une pression agricole et démographique énorme, de l'ordre de 500 habitants au km². Les îlots accueillent encore une faune ornithologique et une végétation semi-aquatique originale. Le Lac aux oiseaux, d'environ 425 hectares, est un site dont l'environnement naturel est perturbé par les activités humaines liées au besoin de la survie alimentaire de la population.

Malgré une observation de l'avifaune en régression, le pôle touristique des lacs transfrontaliers, en raison de la richesse des paysages, constitue une opportunité pour le tourisme de nature et découverte.

L'accès à Kirundo par les RN 1 et 6 se fait par des routes bitumées remarquablement entretenues. L'approche des lacs se fait par des pistes roulantes de qualité moyenne empruntables par des véhicules de tourisme en saison sèche. Les mesures prises par l'INECN, en particulier de créer une zone de protection de 150 mètres, sont en cours d'application et ce avec beaucoup de réticences. Les phénomènes de pollution sont directement visibles sur les rives (présence de mousses), les marais sont menacés et les jacinthes d'eau envahissent les rives. L'accès à la réserve du Lac de Rwihinda n'est matérialisé que par une barre en bois et une case-abri.

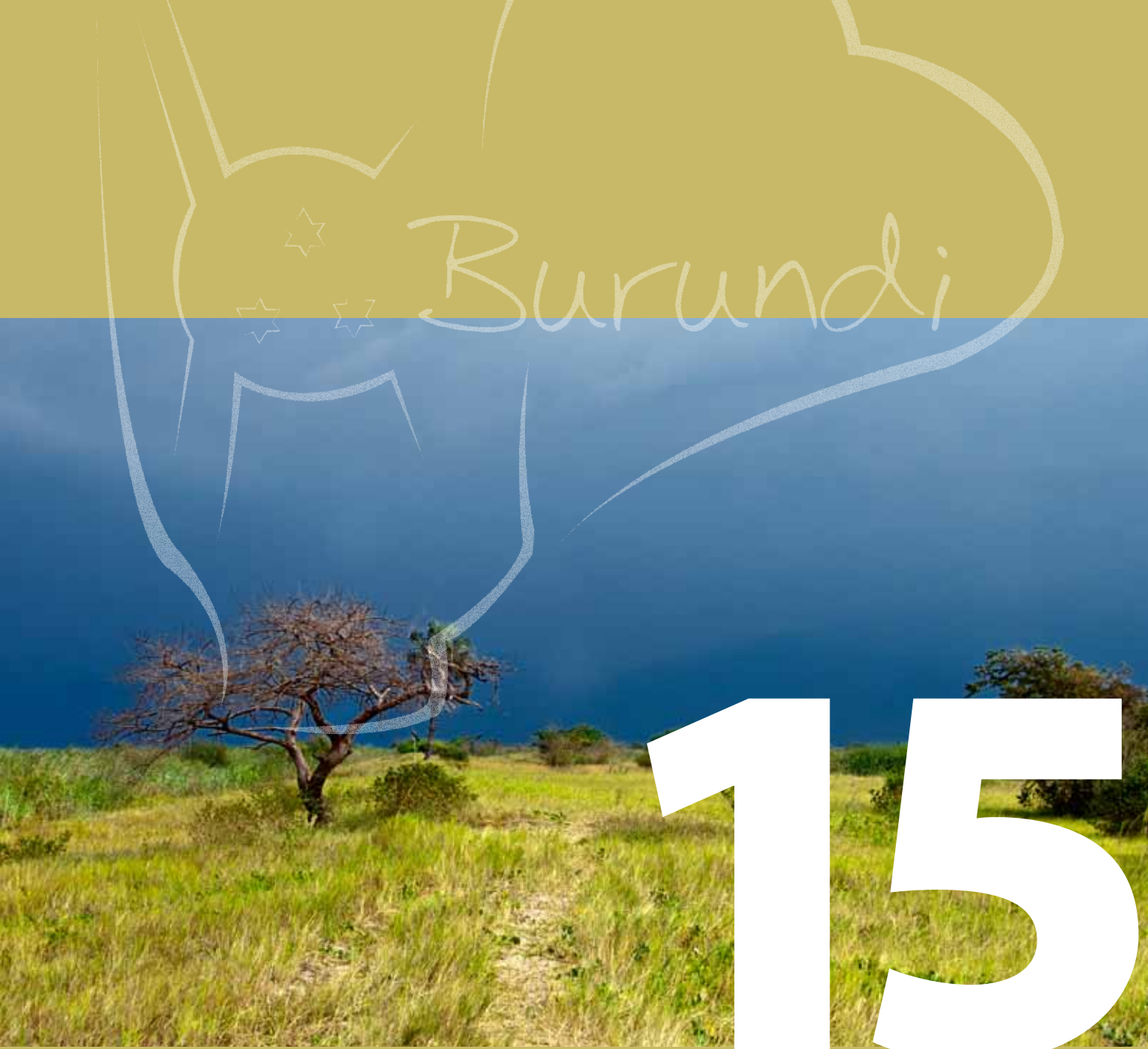
Aucune structure d'accueil n'existe dans le pôle. Mentionnons toutefois l'existence d'une unité d'hébergement située aux abords du lac Cohoha. Il n'y a aucune signalétique d'accès. Des recommandations d'aménagement du site sont: l'entrée de la réserve de Rwihinda sera à paysager, une structure d'accueil avec local de repos équipé de sanitaires pour les gardes est nécessaire, un petit embarcadère pourra être proposé pour faciliter l'accès aux barques de promenade. Enfin une signalétique serait à installer depuis Kirundo ainsi qu'un panneau d'information à l'entrée du site.

Des recommandations d'hébergement sont: Rénovation-extension de l'auberge rurale de Cohoha et création d'un ou deux lodges de type lacustre, composé de cases en bois sur pilotis de confort niveau 1* norme européenne.

Pour des services et d'entretien :

- dans la première tranche :
 - » un bâtiment pour le personnel de service et d'entretien
 - » un bâtiment pour le personnel hôtelier.

- dans la deuxième tranche :
 - » un second bâtiment réservé au personnel hôtelier.
 - » chaque hébergement sera constitué de deux dortoirs et de 2 ensembles sanitaires.



Burundi

15

**PROGRAMME
D' ACTIONS PRIORITAIRES**

15.1 Contexte général

Le diagnostic a permis d'identifier les atouts et les opportunités du tourisme burundais tout en dévoilant de nombreuses insuffisances tant sur le plan organisationnel et réglementaire que de la faiblesse des ressources humaines, matérielles et financières, de la disponibilité des données pour une meilleure connaissance du secteur du tourisme, de la promotion et la commercialisation de la destination, de la valorisation des produits et de leur niveau de qualité ainsi que du partenariat à même de mobiliser les forces vives et de dégager une synergie opérationnelle. Il a permis de cerner les attentes et les enjeux qui ont facilité la fixation des objectifs stratégiques déclinés en actions prioritaires. Ces actions devraient être mises en œuvre, dans les plus brefs délais, afin de créer les conditions d'un décollage rapide du tourisme burundais en fonction des orientations stratégiques. Leur mise en œuvre constitue la condition essentielle au démarrage d'une stratégie globale et cohérente à moyen et long terme de développement touristique.

La SNDDT couvre une période de dix ans de 2011 à 2020. Aux fins de la mise en œuvre, et qui reflète l'évolution progressive des circuits touristiques, nous avons identifié trois phases de développement. Ce sont:

- Actions Immédiates de 2011 à 2014
- Moyen terme de 2015 à 2017
- Long terme 2018 à 2020

Cette section met particulièrement l'accent sur l'identification des actions à court terme. 6 projets ont été identifiés :

- un projet d'assistance technique qui a trait à tout ce qui concerne l'amélioration du climat des affaires (financement, gestion du foncier) et au financement des opérations de recherche de clientèle ;
- un projet correspondant à la mise en œuvre d'une opération de marketing ciblée ;
- un projet lié au diagnostic qualité et aux plans de formations conséquents ;
- un projet lié à l'appui à l'ISTEEBU ;
- un projet ayant trait aux procédures de classement
- l'aménagement du littoral du Lac Tanganyika pour une protection contre son exploitation anarchique. Il n'y a pas de fiche projet relative pour le Lac Tanganyika car un document de projet doit être réalisé directement;

Tous les projets et programmes identifiés dans la SNDDT sont résumés dans le tableau ci-dessous. Les programmes sont identifiés par domaine d'action et par phase; immédiate, à court terme et à moyen terme.

Les fiches de projets sont énoncées dans les annexes du présent document. Des actions immédiates sont contenues dans l'annexe A1, les actions à court et moyen terme sont contenues respectivement dans les annexes A2 et A3.

Tableau 33 : Résumé des programmes

	ACTIONS IMMEDIATES	ACTIONS A COURT TERME	ACTIONS A MOYEN TERME
STRUCTURATION DE L'OFFRE	1 : Foncier	1 : Foncier	1 : Foncier
	Identification des zones à vocation touristique et réappropriation éventuelle	Création d'une Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques	
	2 : Aménagement	2 : Aménagement	2 : Aménagement
	Réalisation du schéma d'aménagement du littoral du lac Tanganyika		
	Initier un dialogue avec les Autorités en charge de l'aménagement et les partenaires	Disponibilité d'une zone d'aménagement touristique avec un plan d'aménagement	Amenagement de la zone touristique dans le respect des normes
	3 : Infrastructures	3 : Infrastructures	3 : Infrastructures
	Réalisation des aménagements relatifs au circuit de base + AP Kibira	Réalisation des aménagements Lacs transfrontalier	Autres infrastructures
	4 : Amélioration du climat des affaires	4 : Amélioration du climat des affaires	4 : Captation des investisseurs
	négociations avec API	Mise en œuvre des avantages complémentaires	Organiser avec API une action concrète de recherche d'investisseurs
	négociations avec le secteur bancaire et les bailleurs de fonds	Mise en place des fonds de garantie et de bonification	
	5 : Structuration qualitative de l'offre	5 : Structuration qualitative de l'offre	5 : Structuration qualitative de l'offre
	Réalisation d'un diagnostic qualité et proposition d'un plan de formation	Mise en œuvre du Plan de formation	Mise en œuvre du Plan de formation
	6 : L'Artisanat	6 : L'Artisanat	6 : L'Artisanat
Regroupement de l'offre	Adaptation des produits touristiques	Diversification des produits touristiques	
STRUCTURATION DE LA DEMANDE	1 : Action sur un marché ciblé	1 : Action sur un marché ciblé	
	Identification du marché-cible	Suivi de l'action	Diversification du marché
	Création du manuel de vente	Suivi	Diversification
	Mise en œuvre de l'action	Continuité	Continuité
	2 : Financement des actions	2 : Financement des actions	
	Négociations préalables à la création du Fonds de Développement Touristique	Mise en place du FDT et collecte des fonds	
	3 : Logo		
Réalisation des Tdr et création du Logo			
STATISTIQUES ET CONTROLE	1 : Statistiques	1 : Statistiques	1 : Statistiques
	Pérennisation de l'action avec ISTEEBU	Réalisation des travaux préparatoires au CST	Réalisation d'une enquête à l'aéroport de Bujumbura
	Activation de la PII		
	2 : Contrôle	2 : Contrôle	2 : Contrôle
	Création du CTAC	Activation du CTAC	Activation du CTAC

15.1.1 Proposition d'actions prioritaires à mettre en œuvre

En fonction de leur objectif et cible, les actions prioritaires proposées sont classées en cinq groupes correspondant aux axes fondamentaux de la stratégie à savoir :

- le renforcement du dispositif organisationnel,
- la gestion des connaissances (statistiques touristiques, promotion et introduction de l'informatique),
- la consolidation et la diversification de l'offre touristique,
- l'amélioration de la qualité à travers notamment la formation et le contrôle,
- l'amélioration du climat des affaires.

Elles sont présentées ci-après sous forme de fiches de projets donnant leurs principales caractéristiques.

15.2. Le renforcement du dispositif organisationnel

Il s'agit maintenant de mettre en œuvre les actions qui permettront le développement du tourisme burundais et donc d'atteindre les objectifs fixés dans la SNDDT.

15.2.1 Assistance technique

Ce projet regroupe l'ensemble des tâches considérées comme prioritaires et qui ne font pas l'objet d'un projet spécifique. Il peut donc concerner des actions au niveau de la structuration de l'offre que de la stimulation de la demande ou du contrôle.

L'objet du projet est d'entamer les négociations avec les différents acteurs relatives :

- à l'amélioration du climat des affaires dans le secteur tourisme et hôtellerie notamment,
- au financement des projets dans le domaine du tourisme,
- à la gestion foncière et notamment à la procédure de l'identification des zones à vocation touristique disponibles et de leur gel,
- aux travaux préparatoires à la création d'une Agence de Développement,
- à l'identification d'un marché cible et à la préparation d'un manuel de ventes,
- aux travaux préparatoires à la création d'un Fonds de Développement Touristique.

Ce projet, qui s'étendra sur une année, prendra la forme d'une assistance technique, d'une durée de 4 mois, au Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et Tourisme, à raison de 1 mois par trimestre.

La fiche de projet pour ce travail est présentée dans la section A3.1

15.2.2 L'environnement légal et le schéma organisationnel

Cette rubrique ne donnera pas matière à des projets proprement dits. Il conviendra toutefois de préciser l'urgence :

- de l'adoption de la Loi-cadre et donc de l'initiation des procédures ;
- du choix d'un schéma organisationnel parmi les 3 scénarios proposés ;
- de la création du Conseil National du Tourisme ;
- de la mise en place de la Commission de classement et de son activation.

15.2.3 Code Foncier

En ce qui concerne le Lac Tanganyika, il n'y a toujours pas de schéma d'aménagement pour le littoral. Et on ne dispose que d'un travail préparatoire réalisé en août 1992 obsolète mais dont la méthodologie reste parfaitement d'actualité. Ce travail avait identifié 4 zones prioritaires pour le tourisme : Bujumbura Nord, Bujumbura Sud, Resha et Nyanza Lac.

En ce qui concerne les schémas provinciaux, seule une petite zone touristique a été identifiée à Buye où un grand hôtel est en cours de construction, avec un beau panorama sur la ville de Ngozi, au delà d'une grande vallée. Les services du tourisme n'ont pas été associés à l'élaboration de ces schémas d'aménagement et il n'y a pas de Schémas Directeur du Tourisme

De nombreux périmètres à vocation touristique n'ont pas été identifiés comme tel et risquent de connaître des orientations autres que touristiques, compromettant ainsi la gestion durable de la destination Burundi.

Les zones touristiques identifiées ne sont pas obligatoirement du domaine privé de l'État et les investisseurs pourront négocier avec les propriétaires privés.

Le nouveau code foncier comporte entre autres modifications : la distinction des marrais privés aux marrais publics protégés, dont certains protègent les lacs, notamment le lac Rwihinda et Cohoha.

La lecture sommaire des cartes issues des 4 schémas achevés, montre la délimitation d'une zone touristique à Buye. Sur les 3 autres schémas, seuls des sites et des points de localisation d'infrastructures sont indiqués.

De toute évidence, les services du tourisme n'ont pas été associés au processus des schémas ou se sont peu impliqués. Il s'en suit que de nombreux périmètres d'intérêt hautement touristique n'ayant pas été recensés comme tels risquent de connaître des destinations autres que touristiques compromettant ainsi une gestion durable de la destination Burundi.

Face à la carence de document d'orientations en matière d'aménagement, il convient de proposer un document transitoire purement indicatif, mais qui donnera les grandes orientations en matière d'aménagement touristique

15.3 La gestion des connaissances

15.3.1 Statistiques et contrôle

En ce qui concerne les statistiques, la pérennisation des actions engagées est vitale que ce soit au niveau des statistiques aux frontières que des statistiques hôtelières. La transmission du suivi des statistiques à l'ISTEEBU implique une mission d'accompagnement au moins dans un premier temps. Une coupure trop longue entre le projet et cette mission d'accompagnement serait dommageable. Aussi, revêt-elle un caractère prioritaire.

Par ailleurs, la mise en place d'un Système de Statistiques du Tourisme et les travaux préparatoires à la mise en place d'un Compte Satellite du Tourisme doivent être engagés rapidement. Revêtant un caractère moins urgent que la mission d'accompagnement à l'ISTEEBU, cette action revêt un caractère différé.

En ce qui concerne le contrôle : il convient sans tarder de créer le Comité Technique d'Agrément et de Classement. Cette création revêt un caractère d'urgence et constitue donc une priorité. Compte tenu des délais nécessaires à sa création, son activation sera nécessairement différée.

La fiche de projet pour ce travail est présentée dans la section A1.4

15.3.2 Marketing

Le manque de support de communication à l'heure actuelle est criant. Le site web financé par le projet n'est à l'heure actuelle pas opérationnelle. La documentation d'achat /accueil pourra dans un premier temps être assurée par la carte touristique. L'ONT ne dispose d'aucune documentation à vocation professionnelle type manuel de ventes.

Cette opération à double vocation promotionnelle et informative aurait une double mission. Approcher un marché cible européen afin d'y opérer une action promotionnelle complète c'est à dire incluant une phase de préparation, de mise en œuvre et suivi et effectuer un transfert de compétences vers le personnel de l'ONT. Même si l'opération test indiquée ci-dessus peut être financée par une coopération bilatérale par exemple, il conviendra de doter l'ONT de ressources pérennes dans un délai relativement court. La mise en œuvre d'une opération promotionnelle concrète est urgente et revêt donc un caractère prioritaire.

La fiche de projet pour ce travail est présentée dans la section A1.2

15.4 La consolidation et la diversification de l'offre touristique

15.4.1 Infrastructure et circuits touristiques

L'amélioration des infrastructures touristiques et la mise en œuvre de la Phase 1 du circuit touristique sont considérés comme des priorités à court terme.

- La version finale de l'expert en infrastructures a établi un certain nombre d'actions à mettre en œuvre. Il conviendra pour les principales zones de préciser les délais de mise en œuvre et d'en préciser le coût.
- On fera référence aux circuits mentionnés dans la deuxième partie à la fin du chapitre 2 : réponses aux attentes. Les infrastructures relatives au circuit de base + Aire Protégée de la Kibira pour la clientèle de Bujumbura seront traitées en premier, puis les infrastructures relatives au lac transfrontalier afin de développer un produit Burundi-Rwanda

Aménagement :

- Procéder à un schéma d'aménagement du littoral précisant l'intégration d'une activité touristique parmi les secteurs existants (pêche, agriculture) et précisant les zones considérées comme les plus à mêmes à accueillir un projet touristique.
- Initier un dialogue avec les entités en charge des schémas locaux d'aménagement étant entendu que les entités en charge du tourisme soient régulièrement consultées afin de préserver la vocation touristique des différents sites identifiés.

La Banque Mondiale a déjà financé 4 schémas pour les provinces de Kirundo, Muyinga, Bubanza et Ngozi et 4 autres schémas sont en cours de réalisation : Muramvya, Mwaro, Makamba et Bururi. L'Union européenne financerait les schémas pour 4 autres provinces : Gitega, Cankuzo, Ruyigi et Rutana.

La loi prévoit, qu'après approbation, les schémas s'imposent à tous les intervenants. Le secteur tourisme est mentionné dans les schémas : prise en compte des sites, des Parcs Nationaux, des sites historiques, les routes d'intérêt touristique. Dans les provinces du Nord, dont les plans sont aménagés, une seule zone touristique a été identifiée à Buye, en Province NGOZI.

En ce qui concerne le littoral du Lac Tanganyika : une bande de 150 mètres calculée à partir des hautes eaux est inconstructible et 100 mètres pour les autres lacs du pays. L'Aménagement du Territoire ne gère que les terrains situés en milieu rural tandis que l'urbanisme se charge des Schémas d'Aménagement urbains.

Compte tenu du manque de planification que connaît le Burundi, ces deux actions revêtent un **caractère prioritaire**.

La fiche de projet pour ce travail est présentée dans la section A1.6

15.4.2 Schéma d'aménagement touristique du littoral du lac Tanganyika

L'objectif général de ce projet est d'élaborer un schéma d'aménagement touristique du littoral du lac Tanganyika pour 10 ans et un programme d'actions prioritaires en vue de contribuer de manière significative à l'économie du pays et à la consolidation de la paix. Les principaux résultats de cette étude seront:

- Réalisation d'un diagnostic opérationnel du secteur touristique des zones côtières
- Définition de la stratégie la plus appropriée « produits marchés » pour le développement du secteur
- Elaboration d'un plan d'actions prioritaires et un document de projet pour une période de 3 ans pour sa mise en œuvre
- Créer les conditions pour l'investissement
- Préparation des règlements préliminaires pour le développement durable du tourisme dans les zones côtières du lac Tanganyika.

15.5 L'amélioration de la qualité

Bien que l'approche et l'analyse de l'aspect qualitatif de l'offre touristique au Burundi ne constituent pas une action de l'actuel projet, la faiblesse qualitative de l'offre est apparue comme une évidence à chacun des experts.

Les moyens à mettre en œuvre pour améliorer le service (plans de formations continues..., définition des métiers cibles, contenu pédagogique des programmes) doivent être initiés dès que possible.

La mise en œuvre d'un **diagnostic de la qualité** constitue donc une action **prioritaire**.

La fiche de projet pour ce travail est présentée dans la section A3.2

15.6 L'amélioration du climat des affaires

La cinquième partie du présent document avait mis en avant un certain nombre de mesures à prendre pour favoriser la captation d'investisseurs et notamment l'adoption des avantages spécifiques pour le secteur du tourisme. La difficulté de boucler un montage financier adapté à l'hôtellerie a également été mise en avant et la nécessité de mettre en place des fonds de garantie et bonification.

Les négociations avec l'API, en ce qui concerne les avantages complémentaires, et les bailleurs de fonds et Banques de développement, en ce qui concerne le financement, doivent être engagées sans tarder (caractère prioritaire) pour une adoption dans un délai relativement court des mesures complémentaires et création des fonds de garantie et bonification (caractère différé en raison des négociations préalables).

Le problème foncier :

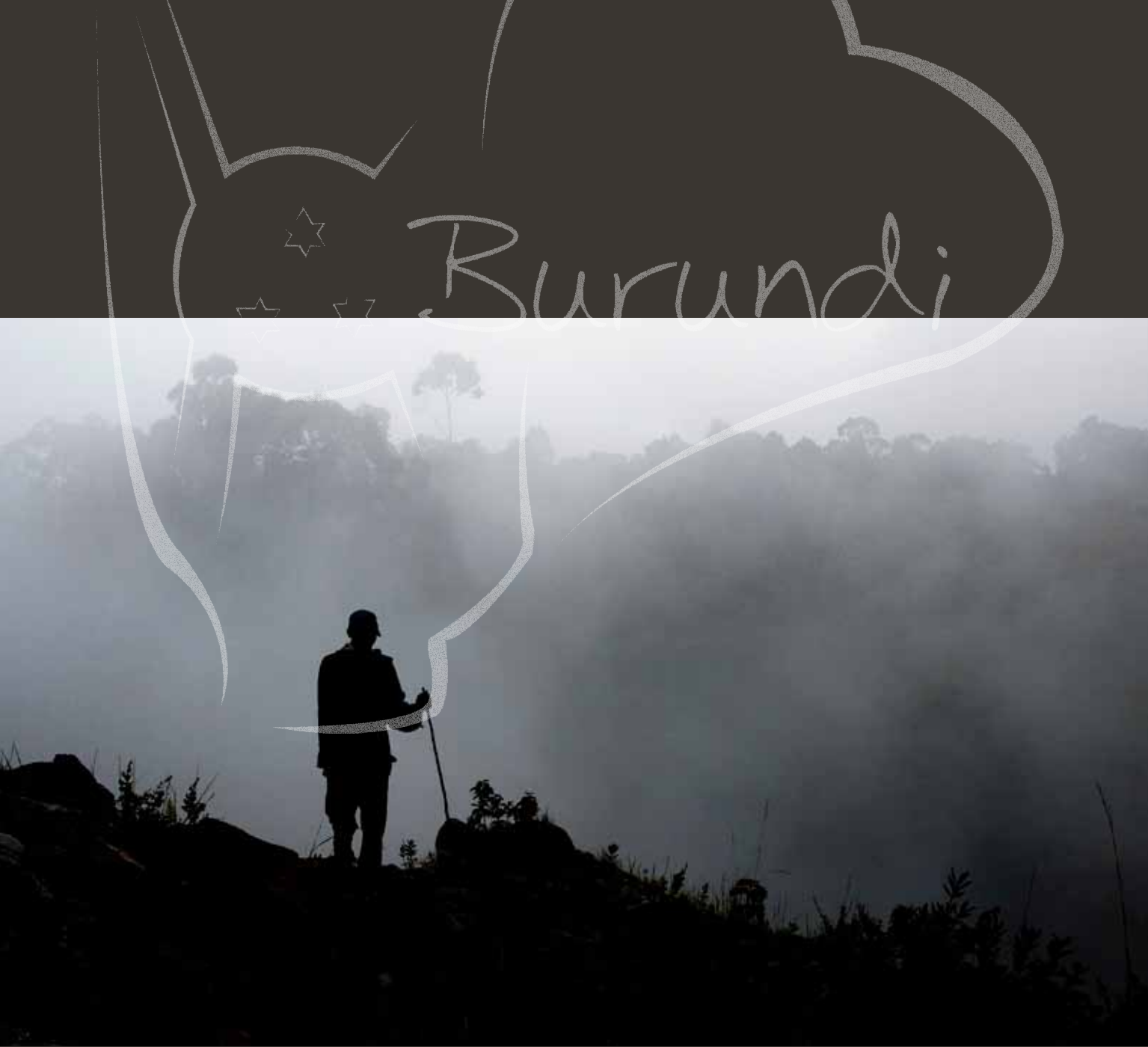
- Faciliter l'investisseur potentiel à l'accès à une réserve foncière étant entendu qu'il conviendrait de préférer un bail concernant le domaine privé de l'État plutôt que de traiter de gré à gré avec un propriétaire privé pour des raisons invoquées dans la partie 5.
- Identifier les parcelles à vocation touristique encore en portefeuille du domaine privé de l'État et procéder à leur gel et envisager un retour dans ce portefeuille des parcelles mises en location longue durée et n'ayant pas encore fait l'objet d'aménagement.

Il est logique que cette identification soit effectuée avant la signature d'un bail longue durée : l'**identification** revêt donc un caractère **prioritaire** et la **facilitation**, un caractère **différé**.

15.7 Plan d'actions

Tableau 34 : Plans d'actions

	COURT TERME 2011-2014	MOYEN TERME 2015-2017	LONG TERME 2018-2020
LE RENFORCEMENT DU DISPOSITIF ORGANISATIONNEL	Assistance technique	Suivi	Revoir la stratégie
	L'adoption de la Loi-Cadre du tourisme		
	Faire un choix d'un schéma organisationnel parmi les 3 scénarios proposés		
	Création du Conseil National du Tourisme	Suivi	Revoir la stratégie
	Foncier : Identification des zones à vocation touristique disponibles et réappropriation éventuelle	Suivi	Suivi
	Foncier : Création d'une Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques	préparation de plans régionaux	Préparation de plans régionaux
GESTION DES CONNAISSANCES	Statistiques : Pérennisation de l'action avec ISTEEBU	Statistiques : Réalisation des travaux préparatoires au CST	Statistiques : Réalisation d'une enquête à l'aéroport de Bujumbura
	Statistiques : Activation de la PII	suivi	suivi
	Statistiques : Création du CTAC	Statistiques : Activation du CTAC	Revoir la stratégie
	Plan de communication et de marketing	suivi	suivi
	Marketing et promotion : Identification des marchés cibles	Marketing et promotion :Suivi de l'action	Revoir la stratégie
	Marketing et promotion : Création du site web	Poursuite du développement du site web, mise en œuvre des études de marché en ligne	Poursuite du développement du site web, en ligne de réservation et de vente
	Marketing et promotion : Mise en œuvre de l'action	Suivi	Revoir la stratégie
L'OFFRE TOURISTIQUE	Mettre en œuvre le circuit touristique centrale	Mettre en œuvre le circuit touristique du nord	Mettre en œuvre le circuit touristique du sud
	Réalisation des projets pilotes	Réalisation des projets de démonstration	Réalisation des projets de démonstration
	Réalisation du schéma d'aménagement du Lac Tanganyika	Suivi	Revoir la stratégie ou affiner
L'AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ	Étude technique préparatoire au classement des établissements touristiques d'hébergement	Suivi	Suivi
	Realisation d'un plan de formation	Mis en œuvre du plan et des structures de formation	Revoir la stratégie
	Réalisation d'un diagnostic qualité	suivi	Suivi
	L'Artisanat: Regroupement de l'offre	L'Artisanat: Adaptation des produits touristiques	Revoir la stratégie
L'AMÉLIORATION DU CLIMAT DES AFFAIRES	Premières négociations avec API	Mise en œuvre des avantages complémentaires	Organiser avec API une action concrète de recherche d'investisseurs
	Premières négociations avec le secteur bancaire et les bailleurs de fonds	Mise en place des fonds de garantie et de bonification	Suivi
	Financement des actions Négociations préalables à la création du Fonds de Développement Touristique	Financement des actions Mise en place du FDT et collecte des fonds	Revoir la stratégie



ANNEXES

ANNEXE 1 : FICHES DES PROJETS IMMEDIATS

Préambule:

Il est important de souligner que les conditions nécessaires à la mise en œuvre des projets identifiés sont l'adoption de la loi-cadre sur le tourisme et la restructuration de l'ONT. Ces deux actions devraient se voir accorder la plus haute priorité par le gouvernement du Burundi.

A1.1 Assistance technique

A1.1.1 Contexte et justification du projet

Ce projet regroupe l'ensemble des tâches considérées comme prioritaires et qui ne font pas l'objet d'un projet spécifique. Il peut donc concerner des actions au niveau de la structuration de l'offre que de la stimulation de la demande ou du contrôle.

A1.1.2 Objet du projet

Ce projet immédiat a pour objet d'entamer les négociations avec les différents acteurs relatives :

- à l'amélioration du climat des affaires dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie notamment,
- au financement des projets dans le domaine du tourisme,
- à la gestion foncière et notamment à la procédure de l'identification des zones à vocation touristique ou zones d'extension touristique disponibles et de leur gel,
- aux travaux préparatoires à la création d'une Agence de Développement,
- à l'identification d'un marché cible et à la préparation d'un manuel de ventes,
- aux travaux préparatoires à la création d'un Fonds de Développement Touristique.

A1.1.3 Méthodologie

Ce projet sera basé sur une négociation permanente avec les différentes entités concernées : Ministère des Finances, API, ONT, INECN, le Secteur Privé, Secteur Bancaire, etc.

A1.1.4 Situation en fin de projet

A l'issue du projet, un projet des avantages complémentaires aura été négocié avec l'API. Les projets de création d'un Fonds de garantie et d'un Fonds de bonification auront été proposés au secteur bancaire. Le gel des parcelles disponibles relevant du domaine privé de l'État notamment sur le littoral du Lac aura été prononcé.

A1.1.5 Modalités d'exécution

Ce projet, qui s'étendra sur une durée de 12 mois, prendra la forme d'une assistance technique au Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme d'une durée d'un mois par trimestre.

A1.1.6 Objectifs immédiats : résultats et activités

Objectif n° 1 : amélioration du climat des affaires

- Activité 2.1.1 : Négocier avec l'API des avantages complémentaires pour le secteur tel que proposé dans la partie recommandation de la SNDDT.
- Activité 2.1.2 : Négocier avec le secteur bancaire et notamment la Banque Nationale de Développement Économique et les bailleurs de fonds, l'ouverture d'une ligne de crédit spécifique au tourisme.
- Activité 2.1.3 : Effectuer les travaux préparatoires et négociations avec les bailleurs de fond relatifs à la création d'un Fond de bonification et d'un Fonds de Garantie.

Objectif n° 2 : identification et clarification de zones concernées par le tourisme

- Activité 221 : Préparer un texte de loi, relatif au gel et à la gestion ordonnée des zones à vocation touristique et des parcelles relevant du domaine privé de l'État.
- Activité 222 : Instaurer un dialogue permanent avec les Autorités en charge de la réalisation des schémas locaux d'aménagement.

Objectif n° 3 : Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques

- Activité 231 : Réalisation d'un Document de Projet relatif à l'AAGZT précisant notamment :
- les contours d'une étude de faisabilité d'une telle agence,
 - l'élaboration des fondements juridiques et organisationnels de l'agence,
 - la définition et la mise en place des manuels de procédures et de fonctionnement
 - la détermination des financements à mobiliser ainsi que les partenaires clés à réunir dans l'accomplissement de la mission de l'agence,
 - les conditions financières d'accès aux zones aménagées,
 - précision du mandat de l'AAGZT ;
 - la détermination des interventions de l'agence et des activités éligibles.

Objectif n° 4 : Stimulation de la demande

- Activité 241 : Effectuer les travaux préparatoires à la mise en place d'un futur Fonds de Développement Touristique et notamment :
- identifier les sources d'abondement possibles : taxes à la nuitée, aéroportuaires,
 - négocier avec les Autorités compétentes (Secteur Hôtelier, Aéroport...) le principe d'une telle taxe,
 - proposer un mode de collecte efficace et opérant,
 - Proposer un budget prévisionnel et les sources de financement possibles ;
 - Mise en place d'un mécanisme de gestion de ce fonds incluant un partenariat public-privé
- Activité 242 : Identifier avec l'ONT un marché cible devant donner lieu à une opération pilote en 2011/2012 et réaliser un document de projet relatif à cette opération pilote qui aura une double vocation de recherche de clientèle et de transfert de compétences.

A1.1.7 Coût du projet

Assistance technique :	\$60 000
Expert National :	\$32 000
Frais spécifiques	\$46 000
Vols internationaux	\$6 000

TOTAL **\$154 000**

Sources de financement envisagées

- PNUD
- BANQUE MONDIALE

A1.2 Plan de communication et de marketing

A1.2.1 Contexte et justification du projet

Le Plan de communication et de marketing permettra de fixer des objectifs à court et à moyen terme (cinq ans) en matière de marketing mix (segmentation des marchés, politique de produits, de promotion et de commercialisation de la destination Burundi) tout en suggérant un pricing lui permettant d'affronter avec succès la concurrence sur les marchés émetteurs internationaux.

Avec l'importance qui sera donnée au marketing dans la stratégie burundais, il faudra définir des objectifs « marketing » associés au référencement dans les moteurs de recherche de type Google, Yahoo, Altavista, Ixquick, Ujido, Baidu, Bing, etc. Les sites de référencement sont classés par thème, par pays, par région et par langue. Savoir se placer dans les premières positions devient une obligation pour une destination ou une marque. Les dernières études publiées montrent que les internautes ne dépassent généralement pas les trois premières pages de résultats, et que la majorité d'entre eux ne se contentent que des premiers sites listés (ou au mieux ceux de la première page).

A1.2.2 Objet du projet

Les objectifs visés sont :

- **élaborer** et mettre en œuvre un Plan de communication et de marketing du tourisme burundais ;
- **réaliser** les actions prévues, en particulier tout ce qui concerne le e-marketing et le Portail du tourisme burundais ;
- **favoriser** le partenariat public- privé et la mise en réseau des professionnels du tourisme et des autorités locales voulant développer le secteur dans leurs municipalités et leurs régions ;
- **favoriser** des types de tourisme innovants dans le sens du développement durable, responsable et solidaire pour lutter contre la pauvreté et répondre aux Objectifs du Millénaire pour le développement et ceux d'un tourisme ayant un faible impact sur l'environnement et le changement climatique ;
- **reprendre** les principaux segments de marché pour élaborer des campagnes adéquates sur le Net ;
- **insister** sur la culture qui donne une certaine cohérence et unicité au tourisme burundais.

A1.2.3 Les résultats attendus

- Plan de communication du Tourisme Burundais 2010 - 2015 élaboré,
- Définition d'objectifs chiffrés pour le tourisme burundais,
- Définition d'objectifs qualitatifs, comme pour le positionnement et l'image, la recherche de la qualité, l'importance donnée au tourisme responsable et durable, écotourisme, tourisme équitable, etc.

À court terme et à moyen terme (cinq ans) :

- Portail général avec des portails et sites thématiques,
- Politique de produits et de circuits,
- Politique de partenariat,
- Politique de promotion sur les marchés essentiellement par la participation aux foires et expositions touristiques et générales,
- Politique de communication auprès des media, éducateurs d'agences de voyage, en particulier d'agences en ligne, voyages de journalistes,
- Calendrier d'évènements,

A1.2.4 Le degré de priorité

Ce plan doit recevoir la plus haute priorité de l'autorité burundaise.

A1.2.5 Le mode de mise en œuvre et financement

Élaboré avec le Plan de communication et de marketing demandera une bonne participation des professionnels du tourisme, avec une assistance d'un modérateur - expert en marketing touristique et la définition d'une équipe de travail avec laquelle il sera amené à travailler, •

A1.2.6 Le coût et les sources de financement proposées :

\$1000.000 minimum: réunions, honoraires de l'équipe de travail non fonctionnarisée, honoraires et voyage des experts, publication sur papier et électronique du Plan, évènement pour son lancement et communication auprès des média,

Ce coût ne comprend pas la mise en place des actions et initiatives qui seront prévues dans le Plan, ni la mise en place du Portail du tourisme du Burundi et de ses sites thématiques et régionaux,

Financement à demander à un bailleur de fonds de la coopération bilatérale.

A1.2.7 Indicateurs

- Nombre d'arrivées de touristes,
- Taux de croissance des recettes du tourisme,
- Taux de croissance des revenus fiscaux du tourisme,
- Nombre d'emplois créés,
- Contribution du tourisme dans le PIB.

A1.3 Diagnostic qualité et plan de formation

A1.3.1 Contexte et justification du projet

Durant les travaux effectués lors de la réalisation de la stratégie, les experts ont constaté le faible niveau de services touristiques notamment hôteliers et de restauration, consécutif à un manque de personnel qualifié. En outre, les services de guide, des tour-opérateurs, des agences de voyage et de tourisme sont encore au stade d'embryon et nécessitent un encadrement soutenu. Conscient de ces insuffisances, le secteur s'interroge sur les moyens à mettre en œuvre pour améliorer les services offerts aux clients. Ce projet doit apporter une réponse aux interrogations du secteur à travers un diagnostic sur l'état actuel des services touristiques en général, des services hôteliers et de restauration en particulier. Des solutions à court, moyen et long terme seront proposées pour améliorer le service, estimer puis former le personnel nécessaire compte tenu de l'évolution du secteur projetée à l'horizon 2020.

A1.3.2 Objet du projet

Ce projet immédiat a pour objet d'effectuer :

- un diagnostic sur le niveau de service offert dans les établissements,
- un plan de formation continu pour obtenir une amélioration effective du service,
- une analyse des moyens de formation actuels,
- une estimation des besoins à l'horizon 2020 et l'analyse des écarts entre les moyens de formation actuels et les besoins,
- les moyens à mettre en œuvre à court, moyen et long terme pour couvrir les besoins exprimés.

A1.3.3 Méthodologie

Ce projet sera basé sur un partenariat étroit entre l'Administration Nationale du Tourisme et la Chambre Sectorielle de l'Hôtellerie et du Tourisme du Burundi, institution la plus à même d'exprimer les attentes du secteur. Précisons qu'une session de formation, sur les Bonnes Pratiques d'hygiène en restauration, a été récemment organisé par la Chambre Sectorielle de l'Hôtellerie et du Tourisme du Burundi, en collaboration avec une association belge « Ex-Change ».

A1.3.4 Situation en fin de projet

A l'issue du projet, un diagnostic exhaustif sur les services touristiques et une identification des besoins en formation auront été effectués et des solutions à court terme auront été proposées. Parallèlement, les besoins en ressources humaines auront été estimés et un programme de formation à court et moyen terme aura été proposé afin de combler les écarts enregistrés. Le programme de formation précisera la formation initiale et continue pour le court terme, les stages et bourses d'études dans les écoles hôtelières de la sous région, la justification de la création d'une école hôtelière et touristique à moyen terme.

A1.3.5 Modalités d'exécution

Ce projet consistera en une assistance technique de deux mois non consécutifs. Un consultant national sera recruté pour une période de 4 mois.

A1.3.6 Objectifs immédiats : résultats et activités

Objectif n° 1 : diagnostic de la qualité du service

- Activité 1.1 : Évaluation quantitative des ressources humaines en tourisme (en hôtellerie, restauration, tour-opérateurs, guide, agences de voyage et de tourisme) avec un accent sur l'hôtellerie/ restauration et faire un rapprochement avec les standards de la région Afrique.
- Activité 1.2 : Évaluation qualitative des ressources humaines en tourisme (en hôtellerie, restauration, tour-opérateurs, guide, agences de voyage et de tourisme) : compétences, motivation, comportement, connaissances techniques.

Objectif n° 2 : Proposer un certain nombre de solutions pour pallier les insuffisances identifiées

- Activité 2.1 : Proposer un plan de formation d'urgence et préciser :
- les matières prioritaires à traiter
 - le nombre d'heures à consacrer et le contenu pédagogique,
 - la structure de la formation : séminaires groupés ou heures disséminées.
- Activité 2.2 : Rédiger un document de projet relatif à la mise en œuvre de ce plan de formation

Objectif n° 3 : Analyse des moyens de formation actuels

Activité 3.1 : Évaluation des moyens de formation professionnelle :

- le Centre d'Études Secondaires Techniques à Bujumbura,
- École de Formation Hôtelière et Arts Culinaires de Rutana,
- Formation permanente.

Objectif n° 4 : Stimulation de la demande

Activité 4.1 : préciser, en fonction de l'offre touristique et hôtelière future les besoins en ressources humaines tant au niveau de l'encadrement, des chefs de service, des techniciens

Activité 4.2 : analyser les écarts entre les conclusions de l'Activité 2.3.1 et les conclusions de l'Activité 2.4.1.

Objectif n° 5 : Établir un plan de formation à court, moyen et long terme

Activité 5.1 : préciser les besoins en formation initiale et son caractère diplômant ou qualifiant et proposer des solutions possibles notamment par l'intermédiaire de stages ou bourses d'études dans la sous région.

Activité 5.2 : proposer un plan de formation continue : séminaires intensifs de formation, formation en alternance...

A1.3.7 Coût du projet

Assistance technique :	\$45 000
Expert National :	\$16 000
Frais spécifiques :	\$23 000
Vols internationaux :	\$3 000
Total :	\$87 000

A1.3.8 Sources de financement envisagées

- PNUD
- BANQUE MONDIALE
- COOPERATIONS BILATERALES BIT

A1.4 Système de statistiques du tourisme / Compte Satellite du tourisme

A1.4.1 Contexte et justification du projet

La poursuite de la collecte et le traitement des statistiques aux frontières et hôtelières a été confiée à l'ISTEEBU. Un transfert de savoir faire doit être renforcé dans la période de transition entre l'achèvement de la SNDDT et la reprise du projet d'appui pour la mise en œuvre de la SNDDT.

A1.4.2 Objet du projet

L'objectif de ce projet est de faire le suivi et d'évaluer l'implémentation des nouveaux supports de collecte lors de la SNDDT¹⁶, leur traitement, les résultats des analyses statistiques et leur utilité au sein du compte satellite du tourisme.

16 SNDDT: Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme

Ce projet va renforcer la capacité opérationnelle de l'ISTEEBU¹⁷ en ce qui concerne la collecte et le prétraitement des statistiques du tourisme en attendant la création du service statistique du tourisme, par le parachèvement du transfert de savoir-faire entamé tardivement lors du SNDDT.

Ce projet aura aussi pour mission de fournir des formations sur les concepts et les objectifs de chaque tableau du CST et de réviser les besoins de renforcement des capacités opérationnelles du personnel associé des autres agences gouvernementales pour la collecte, traitement et analyse des statistiques du tourisme.

A1.4.3 Situation en fin de projet

L'ISTEEBU aura la compétence et la capacité nécessaire à la collecte, et le prétraitement, des statistiques du tourisme.

A1.4.4 Suivi et évaluation

La PII, formée du Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes et du Tourisme (MCIPT) de l'ISTEEBU, de la BRB, de l'ONT, de HTB, de l'Université du Burundi, de la PAFE, procédera au suivi évaluation du projet selon les tâches identifiées dans le plan de travail.

La PII¹⁸ examine les progrès selon le plan de travail et résout tous retards et problèmes qui sont survenus. Des décisions devront être prises de comment et par qui ces problèmes seront résolus, et quelles actions ou décisions sont nécessaires que ce soit au niveau gouvernemental ou même politique.

L'OMT évaluera l'implémentation des activités en accord aux meilleures pratiques et standards internationaux. Un rapport final sera soumis au Gouvernement.

A1.4.5 Objectifs immédiats : résultats et activités

Objectifs : Renforcement de la capacité opérationnelle de l'ISTEEBU

Objectif n°1 : Installation et dotation en matériels du projet transitoire

- Activité 1.1 : Installation du projet dans les locaux de l'ISTEEBU,
- Activité 1.2 : Acquisition des matériels bureautique, et fournitures pour le projet,
- Activité 1.3 : OMT fournit un fonds documentaires au service des statistiques.

Objectif n°2 : Clarification de zones concernées par le tourisme

- Activité 2.1 : Le MCIPT installe et établit le calendrier et ordre de jour des réunions de la PII¹⁹.
- Activité 2.2 : Le MCIPT préside et maintient des réunions régulières du PII.

Objectif n°3 : Transfert de savoir avec les homologues nationaux, et formation et sensibilisation aux cadres de l'Administration en rapport avec les statistiques du tourisme

- Activité 3.1 : Le MCIPT désigne les cadres qui doivent recevoir les formations.
- Activité 3.2 : L'expert statisticien de l'OMT effectue le transfert de savoir faire avec les homologues.
- Activité 3.3 : L'expert statisticien de l'OMT programme et réalise des séminaires de formation et de sensibilisation aux cadres concernés par les statistiques du tourisme.
- Activité 3.4 : Le MCIPT organise le voyage d'étude de l'homologue national dans un pays de la sous région d'où les statistiques et compte satellite du tourisme est avancé.

17 ISTEEBU: Institut (Institut National des Statistiques)

18 PII: Plateforme Inter Institutionnelle

19 PII: Plateforme Inter Institutionnelle

Activité 3.5 : L'homologue national entreprend un voyage d'étude de 3 jours dans un pays de la sous région.

Activité 3.6 : Formation des dirigeants des hôtels sur le remplissage des fiches des statistiques hôtelières

Objectif n°4: Statistiques du tourisme international, et statistiques de l'hébergement.

Activité 4.1 : L'expert de l'OMT procède à l'évaluation de l'existant en matière de statistiques du tourisme international et des statistiques hôtelières.

Activité 4.2 : Achever l'implémentation des cartes d'entrée / sortie et des registres d'entrée/sortie sur toutes les postes frontières du Burundi.

Activité 4.3 : Faire une étude d'évaluation de l'utilisation de la carte pour vérifier son efficacité et, le cas échéant, sa modification.

Objectif n°5: Indicateurs du tourisme

Activité 5.1 : ISTEERBU et l'expert de l'OMT définissent ensemble les indicateurs appropriés pour l'analyse du tourisme, et le calendrier de publication des indicateurs.

Activité 5.2 ISTEERBU publie les indicateurs conformément au calendrier établi.

A1.4.6 Ressources humaines fournies par le Gouvernement

Statisticiens :

- Statistiques aux frontières 1
- Homologue national 1
- Statistique hôtelière 1

Informatique :

- Spécialiste d'un SGBD (MS Access) 1

Administration :

- Assistance administration (secrétariat, chauffeur, commis...)

Logistiques fournies par le Gouvernement :

- Locaux adaptés.
- Téléphone, fax, connexion internet, connexion réseau.
- Plateforme Inter Institutionnelle présidée par le MCIPT.
- Véhicule durant le déroulement du projet

A1.4.7 Coût du projet

Assistance technique :	\$30 000
Formation Atelier :	\$5 000
Matériels & Équipements :	\$9 000
Transports et voyages :	\$8 500
Rapports :	\$2 500
Divers :	\$2 500

Total : \$57 500

A1.4.8 Sources de financement envisagées

- PNUD
- BANQUE MONDIALE

A1.5 Étude technique préparatoire au classement des établissements touristiques d'hébergement -

A1.5.1 Contexte et justification du projet

Le développement du secteur du tourisme constitue l'une des priorités majeures du gouvernement du Burundi et cela à bien des égards :

- Premièrement le pays bénéficie, par rapport aux autres de la sous-région, d'avantages comparatifs certains du point de vue des capacités de développement touristique. Ces avantages proviennent, entre autres, de la diversité des richesses socioculturelles et naturelles.
- Deuxièmement, la réduction de la pauvreté étant devenue l'un des défis les plus pressants de notre temps, le secteur du tourisme offre l'avantage de permettre la création d'emplois à travers des investissements peu onéreux et l'utilisation de technologies facilement maîtrisables. Il est aujourd'hui établi que le tourisme est une activité à forte intensité de main d'œuvre et qui engendre des débouchés pour les Petites et Moyennes Entreprises. Il est donc un facteur de création d'emplois pour les pauvres, les communautés locales de base, les personnes sans qualification dans les zones rurales et plus spécifiquement dans les domaines de l'écotourisme et de l'agrotourisme.
- Troisièmement, le Burundi, au sortir d'une décennie de troubles sociopolitiques qui ont considérablement ralenti son développement, accuse un important retard dans son développement touristique comparativement à l'ensemble de ses voisins qui ont réussi à faire du tourisme un des principaux leviers de leur développement social et économique.
- Quatrièmement, bien que possédant un parc en progression constante depuis la sortie de la crise, l'hôtellerie burundaise est caractérisée par son extrême disparité, sa faible qualité, son inadaptation aux normes internationales en matière de construction hôtelière, la faible qualité de ses prestations et son personnel peu qualifié.

C'est, conscients de tous ces handicaps et désireux de redresser cette situation, que les pouvoirs publics, en collaboration avec les acteurs privés du tourisme, ont, à travers l'élaboration de la Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme, affirmé leur volonté d'améliorer les performances de ce secteur pour en faire une industrie compétitive à même de soutenir la croissance économique.

L'adoption des normes de classement déjà en vigueur dans les pays de l'EAST AFRICAN COMMUNITY (EAC) est l'une des mesures fortes prises dans le cadre de l'amélioration de la gouvernance du tourisme. Cette mesure s'est déjà traduite par des projets de réformes des cadres légal et institutionnel dont la mise en place d'un encadrement juridique et institutionnel favorisant l'exercice et le développement harmonieux des activités et des professions de tourisme.

Cette œuvre de réformes nécessite cependant du temps pour sa mise en place alors que la mise aux normes de l'offre d'hébergement et de restauration ne peut souffrir d'une telle attente. C'est du reste ce que le Gouvernement a compris et a voulu anticiper en faisant former une équipe de spécialistes du classement auprès des instances compétentes de l'EAC.

Les différents textes ne sont cependant pas appliqués jusque là, en particulier les normes de classement des établissements de tourisme. Cette situation nuit considérablement à la position concurrentielle du secteur et contribue à donner une image tronquée de l'hôtellerie burundaise.

Dans un contexte régional et international d'ouverture et de concurrence, la mise aux normes des établissements d'hébergement et de restauration touristiques s'impose pour, d'une part, offrir aux visiteurs le standing de qualité que leur confère la catégorie d'établissement choisie et, d'autre part, favoriser une saine concurrence entre les différentes entreprises du secteur.

C'est pour doter le Burundi d'établissements de tourisme répondant aux normes et lui permettre ainsi de mettre son offre touristique en situation de soutenir la concurrence régionale que le classement des établissements d'hébergement et de restauration est proposé pour être menée à titre d'opération pilote à Bujumbura.

A1.5.2 Objet du projet

Ce projet immédiat a pour objet de :

- jeter les bases effectives du classement des établissements de tourisme du Burundi,
- élaborer et de fournir un dossier technique préparatoire au travail de la Commission Technique d'Agrément et de classement des établissements d'hébergement et de restauration de la ville de Bujumbura,
- servir de projet pilote pour le classement des établissements de tourisme au reste du pays,
- offrir un cadre pratique pour la mise en œuvre des connaissances de l'équipe formée par l'EAC.

A1.5.3 Méthodologie

Ce projet sera basé sur un partenariat étroit entre l'Administration Nationale du Tourisme et la Chambre sectorielle de l'hôtellerie et du tourisme du Burundi, institution la plus à même d'exprimer les attentes du secteur et d'apporter un appui à la réalisation du projet.

L'évaluation technique portera sur les normes dimensionnelles, la fonctionnalité des dispositions des espaces, les équipements, les mesures de sécurité, les normes d'hygiène dans les chambres et dans les locaux communs et ceux du personnel, l'environnement général des établissements, la qualité visuelle des prestations, la qualification du personnel et les documents administratifs.

A1.5.4 Situation en fin de projet

A l'issue du projet :

- Un diagnostic technique exhaustif des établissements hôtelier et de restauration aura été effectué.
- Une fiche d'audit technique de la situation individuelle de chaque établissement par rapport aux normes EAC sera disponible.
- Un rapport contenant des propositions de classement des établissements ayant remplis les conditions minimales requises par les normes sera remis.
- Un rapport sur les améliorations à apporter à chaque établissement se situant en deçà des normes sera fourni en annexe au rapport principal.

A1.5.5 Modalités d'exécution

Ce projet consistera en une assistance technique de deux consultants internationaux sur une période de deux mois non consécutifs. Cette équipe sera assistée par les nationaux formés par l'EAC pour une période de 3 mois

A1.5.6 Objectifs immédiats : résultats et activités

Objectif n°1 : Diagnostic technique des établissements d'hébergement

- Activité 1.1 : Élaboration de fiches d'évaluation technique par catégorie d'établissement hôtelier sur base des normes catégorielles.
- Activité 1.2 : Délimitation du champ d'intervention et de la liste des établissements hôteliers concernés.
- Activité 1.3 : Évaluation de chaque établissement d'hébergement à partir des fiches préétablies et adoptées.
- Activité 1.4 : Analyse des fiches techniques et formulation de propositions de classement catégoriel correspondant.
- Activité 1.5 : Formulation des travaux et des correctifs complémentaires aux établissements en situation de non-conformité aux normes.

Objectif n°2 : Diagnostic technique des établissements de restauration de tourisme

- Activité 2.1 : Élaboration de fiches d'évaluation technique par catégorie de restaurant sur base des normes catégorielles.
- Activité 2.2 : Délimitation du champ d'intervention et de la liste des établissements de restaurants concernés.
- Activité 2.3 : Évaluation de chaque établissement de restauration à partir des fiches préétablies et adoptées.
- Activité 2.4 : Analyse des fiches techniques et formulation de propositions de classement catégoriel correspondant.
- Activité 2.5 : Formulation des travaux et des réajustements à apporter aux établissements en situation de non-conformité aux normes.

A1.5.7 Composition de l'équipe de consultants

La mission sera menée par une équipe conduite par un consultant senior doté d'une solide expérience des questions de classement et bénéficiant d'une connaissance des normes de classement des établissements de tourisme en vigueur dans l'East African Community.

L'équipe comprendra en outre un spécialiste international en architecture hôtelière (extérieure et intérieure) disposant d'une bonne connaissance de l'environnement hôtelier.

Elle sera assistée des quatre consultants burundais formés par l'EAC.

A1.5.8 Coût du projet

Assistance technique	\$30 000
Expert National :	\$16 000
Frais spécifiques :	\$23 000
Vols internationaux :	\$3 000
Total :	\$72 000

A1.5.9 Sources de financement envisagées

- PNUD
- BANQUE MONDIALE
- Coopérations bilatérales BIT

A1.6 Organisation de nouveaux circuits touristiques et Mise en œuvre d'un programme de desserte routière et de signalisation des sites touristiques

A1.6.1 Justification

Le développement du tourisme burundais passe de toute évidence par la diversification des produits touristiques proposés à des cibles de clientèles spécifiques. De nombreux sites touristiques burundais, qu'il s'agisse de sites culturels ou de sites liés à la découverte de la nature, sont d'un accès en voiture difficile. Ils sont de plus très difficiles à trouver, soit par manque ou insuffisance de signalisation routière, soit par insuffisance d'indications in situ.

A1.6.2 Objectifs

Organiser de nouveaux circuits correspondant aux orientations de la stratégie dans le présent rapport. Améliorer rapidement l'accessibilité des produits et sites touristiques.

A1.6.3 Résultats

Des circuits sur les nouveaux produits touristiques sont disponibles et commercialisés. L'accessibilité et la visibilité des sites sont améliorées.

A1.6.4 Degré de priorité

A lancer dès 2011.

A1.6.5 Bénéficiaires

- les populations des circuits visités,
- le Ministère en charge du Tourisme,
- les opérateurs porteurs de projets dans les nouveaux circuits : tour-opérateurs, agences de voyages, transporteurs, promoteurs de moyens d'hébergement, de restauration, d'animation, artisans.
- L'économie nationale (État).
- Les populations locales.
- Les transporteurs et les voyageurs.
- Les opérateurs du tourisme et commerçants de produits d'artisanat.

A1.6.6 Mode de mise en œuvre et financement

Les nouveaux circuits à organiser puis à mettre en marché porteront notamment sur les produits de « découverte combinant la nature et découverte ». À partir des choix effectués, les travaux à réaliser pour pouvoir commercialiser ces nouveaux produits seront précisés et les entités responsables de leur exécution seront désignées.

La mise en œuvre de cette action est placée sous la responsabilité du responsable de la diversification de l'offre touristique au sein de l'ONT.

A1.6.7 Indicateurs et sources de vérification

- Nouveaux circuits commercialisés : description et caractéristiques,
- Aménagement et travaux réalisés,
- Nombre de visiteurs.
- T.O et agences de voyages commercialisant les nouveaux circuits

ANNEXE 2 : FICHES DES PROJETS A COURT TERME

A2.1 Création d'une Agence d'Aménagement et de Gestion des Zones Touristiques du Burundi

A2.1.1 Contexte et justification du projet

L'état des lieux réalisé pour l'élaboration de la Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme au Burundi a mis en relief de nombreuses faiblesses et surtout de graves menaces pour le développement à terme des potentiels touristiques de ce pays.

L'une des principales menaces identifiées est relative à la perte de l'attractivité voire la disparition des sites naturels et singulièrement ceux liés aux plans d'eau en raison, notamment de la forte pression de demande de terres.

Le code foncier mis en œuvre par le Burundi n'est pas parvenu à juguler cette menace et, malgré son existence, on assiste depuis quelques années à une expansion, non seulement des terres agricoles, mais également d'une occupation de grandes étendues à des fins d'autres spéculations.

A2.1.2 Objectifs

Face à cette situation de menaces grandissantes, il est urgent d'intervenir pour stopper la progression des occupations et, à terme, renverser la tendance par des mesures efficaces. C'est à cette fin que le projet de création d'une agence d'aménagement et de gestion des zones touristiques est proposé. Il vise :

- la réalisation d'une étude de faisabilité d'une telle agence,
- l'élaboration des fondements juridiques et organisationnels de l'agence,
- la définition et la mise en place des manuels de procédures et de fonctionnement,
- la détermination des financements à mobiliser ainsi que les partenaires clés à réunir dans l'accomplissement de la mission de l'agence,
- les conditions financières d'accès aux zones aménagées,
- la détermination des interventions de l'agence et des activités éligibles,
- la fixation des cahiers de charges opposables aux promoteurs des zones aménagées,
- l'identification et la mise en œuvre des modes et moyens de contrôle des prescriptions des cahiers des charges.

A2.1.3 Résultats attendus

- Les textes de création de l'agence sont disponibles.
- Un manuel de gestion et de procédure est rédigé et disponible.
- Les sources de financements et les partenaires potentiels sont connus.
- Les activités éligibles et les critères d'éligibilités sont déterminés.
- Les types et hauteurs des interventions de l'agence sont identifiés et établis.
- L'aménagement des zones touristiques est assuré par l'agence.

A2.1.4 Estimation des coûts

Réalisation de l'étude de faisabilité :	\$100 000
Manuel des procédures :	\$25 000
Construction des locaux de l'agence :	\$200 000
Equipements des bureaux :	\$100 000
Fonctionnement des trois premières années : (à déterminer par l'étude de faisabilité)	PM
Investissements des trois premières années : (à déterminer par l'étude de faisabilité)	PM

A2.1.5 Agence d'exécution et partenaires associés et Programmation

- Exécution : Direction Générale du Tourisme et de l'Hôtellerie / Assistance technique.
- Partenaires associés : Direction de l'Aménagement du territoire, Direction de l'Urbanisme, INECN, Direction de la Décentralisation, Direction des infrastructures.
- Projet à réaliser à court terme : 2011 / 2012.

A2.1.6 Sources de financement envisagées

- PNUD.
- Banque Mondiale.
- BAD.
- Coopération bilatérale.
- Budget de l'Etat.

A2.2 Etude de faisabilité relative à la création d'un centre de conférences internationales à Bujumbura

A2.2.1 Contexte et justification du projet

Dans le cadre du développement du tourisme en général et du tourisme d'affaires en particulier de la ville de Bujumbura et de la nécessité d'augmenter les zones d'exposition quasi inexistantes, le Burundi peut envisager la construction d'un Centre International de Conférences. Il pourrait s'agir d'un ensemble patrimonial aux dimensions de la Communauté Est Africaine dont le pays en est membre. Le projet pourra être favorisé dans le cadre d'un financement en partenariat public privé et donc le contenu juridique le plus indiqué devrait être motivé.

A2.2.2 Objectifs

Le présent projet devrait dimensionner le marché potentiel d'un Centre de Conférences International, les prestations à fournir, et faire une évaluation du chiffre d'affaires potentiel sur plusieurs années.

A2.2.3 Contenu de l'étude et résultats

Les prestations à étudier concerneraient : la location des salles, des prestations techniques et logistiques : aménagement des salles, équipement technique, et services. La Centrale de réservation hôtelière. Le Service Loisirs Environnement Congrès. Le service de Gestion Congrès, la prestation à analyser concernerait la gestion administrative et financière des inscriptions.

A2.2.4 Délai de mise en œuvre et Bénéficiaires

Ce projet devrait être mis en œuvre à l'horizon 2011 / 2012. L'ensemble de l'économie de Bujumbura profitera de ce projet : restaurations, hôtellerie, emplois indirects générés par les dépenses effectuées par les congressistes dans les autres secteurs d'activité.

A2.2.5 Budget et calendrier

La mission d'étude devra durer environ 3.5 mois / homme.

Le budget disponible de USD 90,000 comprendrait : les honoraires du Cabinet de Consultants, les déplacements nationaux au Burundi et internationaux.

A2.3 Amélioration du climat des affaires

A2.3.1 Justifications

L'identification des contraintes a mis en avant un certain nombre de lacunes concernant le climat des affaires notamment en ce qui concerne :

- Les avantages fiscaux octroyés aux investisseurs : il convient d'avoir une politique de captation d'investisseurs résolument agressive et donc se donner les moyens d'assurer cette captation.
- Le financement des projets structurants, hôteliers notamment : aucun des montages financiers envisageables à l'heure actuelle n'est réellement satisfaisants en raison des contraintes spécifiques au tourisme, tant au niveau de la durée du prêt que du coût du crédit.

A2.3.2 Objectifs

- Valoriser le climat des affaires de façon à positionner le Burundi comme une opportunité pour l'investissement direct étranger et lui donner les moyens de faire face à la concurrence aiguë qui sévit à l'heure actuelle dans la captation d'investisseurs.
- Mettre à la disposition des investisseurs des sources de financement en adéquation avec les contraintes du secteur.

A2.3.3 Résultats

A l'issue du projet, le Code des Investissements aura réservé un chapitre spécifique à l'investissement dans le domaine du tourisme notamment en ce qui concerne les avantages fiscaux. Les investisseurs disposeront d'outils financiers performants : fonds de garantie et fonds de bonification qui leur permettront d'obtenir un coût de l'engagement bancaire en conformité avec les contraintes du secteur.

A2.3.4 Délai de mise en œuvre et Bénéficiaires

Compte tenu des négociations préalables, ce projet ne peut être mis en œuvre qu'en 2012.

Tous les investisseurs burundais ou étrangers bénéficieront d'incentives spécifiques et des conditions d'emprunts améliorées. A terme, c'est l'ensemble de l'économie qui bénéficiera via l'Investissement direct étranger de ces nouvelles mesures : lutte contre l'exode rural et création d'emplois en provinces, retombées économiques et monétaires dans les Aires Protégées...

A2.3.5 Méthodologie de mise en œuvre

Négociation étroite avec le Ministère du Plan, l'API le Ministère des Finances en ce qui concerne les incentives complémentaires et négociation avec le secteur bancaire et les bailleurs de fonds en ce qui concerne les fonds de garantie et de bonification.

A2.3.6 Coût du projet

- | | |
|---------------------------------|----------|
| ● Assistance technique : 3 mois | \$45 000 |
| ● Vols internationaux : 1 | \$1 500 |
| ● Divers et imprévus : | \$3 500 |
| ● TOTAL : | \$50 000 |

A2.4 Mise en œuvre du plan de formation

A2.4.1 Justifications

Le projet immédiat « diagnostic et qualité » a défini les contours d'un plan de formation d'urgence. Ce projet consiste en sa mise en œuvre.

A2.4.2 Objectifs

Donner au personnel des hôtels, des restaurants, des tour-opérateurs et des agences de voyages les compétences de base de façon à valoriser l'offre du point de vue qualitatif. Il ne s'agit pas d'assurer une formation diplômante ou qualifiante mais d'assurer une formation d'urgence visant à pallier les insuffisances les plus criantes identifiées dans le projet immédiat

A2.4.3 Résultats

Les personnels du secteur auront acquis et/ou conforté leurs compétences en matières de savoir faire et savoir être dans le domaine les plus exposés à la clientèle : accueil/réception, hygiène, service en salle, marketing, etc...

A2.4.4 Délai de mise en œuvre et Bénéficiaires

Compte tenu des délais nécessaires à l'audit et à la définition du Plan de Formation, cette formation d'urgence devra impérativement être assurée en 2012.

Les agents du secteur hôtelier et touristique mais aussi l'ensemble des prestataires exerçant les activités connexes du tourisme bénéficieront de cette formation.

A2.4.5 Méthodologie de mise en œuvre, Coût du projet et Financement

Partenariat étroit avec la Chambre sectorielle, la Direction du Tourisme, la Direction du Travail... et le secteur seront impliqués en ce qui concerne la logistique. Il sera défini en fonction des orientations arrêtées au cours du projet immédiat. Financement : PNUD, BIT.

A2.5 Système de Statistiques du Tourisme / Compte Satellite du Tourisme

A2.5.1 Contexte et justification du projet

Ce projet se situe dans l'appui de la mise en œuvre de la SNDDT²⁰. En effet, au terme de sa mission, la SNDDT a installé une cellule temporaire de collecte et de traitement des statistiques du tourisme aux frontières et des arrivées / nuitées hôtelières, afin d'éviter une rupture dans le processus de mise en place des statistiques du tourisme.

A2.5.2 Objet du projet

Assister la Direction Générale du Tourisme (DGT) à mettre en place le système des statistiques et le lancement du Compte Satellite du Tourisme, comprenant les aspects techniques du travail sur le terrain, la création de l'infrastructure statistique, l'élaboration des résultats et l'achèvement du travail qui débouche sur l'intégration des données dans le système d'information.

A2.5.3 Situation en fin de projet

Le service des statistiques du tourisme sera doté des compétences et ressources documentaires, méthodologies, humaines et matérielles nécessaires à la production de statistiques du tourisme fiables, crédibles et à temps.

20 SNDDT: Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme.

A2.5.4 Plan d'actions et identifications des partenaires

OBJECTIFS	ACHÈVEMENT DES OBJECTIFS	ACTIVITÉS	PARTENAIRES / INTERVENANTS
Objectif Général Renforcement de la capacité opérationnelle de la DGT en ce qui concerne le Système des Statistiques et Compte satellite du Tourisme.	2011	Mise en œuvre de toutes les recommandations par tous les partenaires identifiés dans ce plan d'actions.	OMT, MCIT ²¹ , DGT, PNUD
Objectif 1. Infrastructure des statistiques du tourisme	2011	Activité 1.1 : OMT fournit les manuels des concepts, classifications, définition du tourisme, les recommandations sur les statistiques du tourisme, le cadre conceptuel du CST. Activité 1.2 : PNUD fournit les matériels bureautiques pour le projet. Activité 1.3 : PNUD fournit les véhicules de liaison et d'enquête.	OMT, PNUD, DGT ²²
Objectif 2. Transfert de savoir-faire	2011	Activité 2.1 : L'expert de l'OMT donne des formations techniques aux homologues nationaux. Activité 2.2 : L'expert de l'OMT organise des séminaires de formation sur les tableaux, les classifications et concepts utilisés par le CST. Activité 2.3 : L'expert de l'OMT révisé les besoins de renforcement du personnel du MCIT et des autres agences gouvernementales associées à la collecte, traitement des statistiques du tourisme. Activité 2.4 : Le MCIT avec l'OMT organisent un voyage d'étude de 3 jours dans un pays de la sous région d'où les statistiques et compte satellite du tourisme sont avancés. Activité 2.5 : L'homologue national entreprend un voyage d'études de 3 jours sur les statistiques et CST.	OMT, ISTEEBU, DGT, MCIT
Objectif 3. Plateforme Inter Institutionnelle (PII)	2011	Activité 3.1 MCIT fournit le calendrier de réunion de la PII. Activité 3.2 MCIT préside et maintient la tenue du calendrier des réunions de la PII.	MCIT, OMT, ISTEEBU, BRB, PAFE, Université
Objectif 4. Statistiques aux frontières	2011	Activité 4.1 L'expert de l'OMT évalue le suivi des recommandations et le progrès accompli en ce qui concerne la collecte, le traitement des statistiques aux frontières. Activité 4.2 L'expert de l'OMT révisé les procédures de collecte, la fréquence de la collecte et la fiabilité des données aux frontières.	OMT, ISTEEBU, PAFE
Objectif 5. Indicateurs touristiques trimestriels	2011	Activité 5.1 DGT élabore avec ISTEEBU, l'OMT et la BRB ²³ , des indicateurs nécessaires pour l'analyse des activités touristiques, et propose un calendrier de publication de ces indicateurs. Activité 5.2 DGT publie des indicateurs trimestriels sur le tourisme conformément au calendrier établi.	DGT, ISTEEBU, OMT, BRB

21 MCIT: Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme

22 DGT: Direction Générale du Tourisme

23 BRB: Banque de la République

OBJECTIFS	ACHÈVEMENT DES OBJECTIFS	ACTIVITÉS	PARTENAIRES / INTERVENANTS
Objectif 6. Enquêtes des hôtels	2011	<p>Activité 6.1 DGT avec ISTEEBU révisent le formulaire de recensement des établissements d'hébergement et intègrent les modifications recommandées.</p> <p>Activité 6.2 DGT, ISTEEBU et HTB réalisent annuellement le recensement des établissements d'hébergement de Burundi.</p> <p>Activité 6.3 DGT, ISTEEBU et HTB²⁴ réalisent trimestriellement les enquêtes d'un échantillon d'établissements, définis avec l'assistance un expert en échantillonnage.</p>	DGT, ISTEEBU, HTB
Objectif 7. Statistiques des arrivées et nuitées hôtelières	2011	<p>Activité 7.1 L'expert de l'OMT évalue le suivi des recommandations et le progrès accompli en ce qui concerne la collecte, le traitement des statistiques hôtelières.</p> <p>Activité 7.2 L'expert de l'OMT révisé les procédures de collecte, la fréquence de la collecte et la fiabilité des statistiques hôtelière.</p> <p>Activité 7.3 DGT intègre dans les formulaires les textes sur la loi des statistiques.</p> <p>Activité 7.4 DGT développe une procédure d'estimation des non-réponses avec l'assistance de l'expert en échantillonnage.</p> <p>Activité 7.5 DGT publie les résultats selon le calendrier de publication des indicateurs du tourisme.</p>	OMT, DGT, ISTEEBU, HTB

A2.5.5 Suivi et évaluation

La PII formée du Ministère du Commerce, de l'Industrie, des Postes, et du Tourisme, de l'ISTEEBU, de la BRB, de l'ONT, du HTB, de l'Université du Burundi, de la PAFE procédera au suivi évaluation du projet selon les tâches identifiées dans le plan de travail.

A2.5.6 Ressources humaines

Pour les recensements des établissements d'hébergement dans les 16 provinces en dehors de Bujumbura, on aura besoin de 36 enquêteurs dont 4 pour Bujumbura et 32 pour les 16 provinces.

Des enquêteurs sont nécessaires pour renforcer la réalisation des enquêtes de dépense de touristes, on aura besoin de 4 enquêteurs.

A2.5.6 Coût du projet

Enquête établissement :	\$12 000
Consultants : 4 x 1 mois :	\$40 000
Consultant national :	\$32 000
Formation / ateliers:	\$25 000
Transport et voyages :	\$10 000
Divers :	\$6 000
TOTAL :	\$125 000

A2.6 Adaptation des produits aux attentes touristiques

A2.6.1 Contexte et justification du projet

L'artisanat burundais est riche et, est un vecteur important de l'identité du pays. Cependant plusieurs facteurs ont conduit à sa non évolution et à une faible adaptation actuelle aux attentes du marché touristique.

A2.6.2 Objet du projet

L'objet de cette composante est double. Il s'agit d'une part, d'amener les artisans à proposer des produits artisanaux plus adaptés aux attentes des touristes. D'autre part, il s'agit d'amener les hôteliers à prendre connaissance des possibilités qu'offre l'artisanat burundais pour la fabrication de mobilier, d'équipement et d'éléments de décoration pour les structures d'hébergements.

A2.6.3 Situation attendu en fin de projet

- Résultat 3.1 : Les artisans et revendeurs présentent une nouvelle offre aux touristes.
- Résultat 3.2 : Les hôteliers intègrent dans les hébergements touristiques de nouveaux mobiliers, équipements et décorations, de fabrication locale.

A2.6.4 Objectifs, Activités

a) *Objectif n°1 : Permettre aux artisans et revendeurs d'accéder à une nouvelle offre de produits artisanaux, à destination des touristes*

Activité 4.1.1 : Création de collection de produits artisanaux répondant aux attentes des touristes

2 workshops seront organisés à 3 mois d'intervalle, avec pour thèmes « Design au Burundi pour des produits touristiques » et en tenant compte des aspects identité, fonctionnalité, qualité, prix.

Chaque workshop aura une durée de 15 jours et aboutira à la réalisation concrète d'une dizaine de nouvelles propositions de produits, répondant aux attentes du tourisme international et aux capacités de l'artisanat burundais.

Activité 4.1.2 : Diffusion des résultats des workshops aux artisans, revendeurs

L'expérience acquise dans les projets similaires montre que cette étape est essentielle et délicate à mener. En effet, il s'agit de retranscrire les résultats des workshops, de façon à rendre ces informations lisibles et compréhensibles par tous les artisans.

Un catalogue présentera les résultats des 2 workshops «Design au Burundi pour des produits touristiques» et des 2 workshops «Design au Burundi pour les hébergements touristiques».

Une exposition à Bujumbura sur une durée d'un mois - dans un endroit prestigieux - mettra en scène les résultats des 2 workshops.

50 journées d'information dans les provinces seront animées - par les compétences burundaises ayant participé aux workshops - avec pour thème l'impact de ces nouveaux produits, leur facilité de fabrication et les avantages pour les artisans. Ces journées permettront de diffuser le catalogue à l'ensemble du public artisanal.

b) *Objectif n°2 : Permettre aux hôteliers d'accéder à une nouvelle offre de produits artisanaux (mobilier, équipements et décorations) pour les hébergements touristiques*

Activité 4.2.1 : Création de collections de produits artisanaux de fabrication artisanale, répondant aux attentes des hôteliers et touristes

Activité 4.2.2 : Diffusion et vulgarisation des résultats des workshops aux hôteliers

Trois journées d'information seront animées. Ces journées permettront aussi d'amener les hôteliers à diversifier leurs sources de revenus avec la revente de produits artisanaux à leur clientèle.

A2.6.5 Maître d'œuvre et organismes associés

Généralement ce type d'action est mise en œuvre directement par le projet d'appui. Cependant, une autre solution consisterait à confier la mise en œuvre de cette composante du volet artisanat aux structures identifiées pour la composante 1 (Voir projet immédiat : Le regroupement de l'offre).

A2.6.6 Coût du projet et Financement

● Consultant internationaux : 4 hommes / mois :	\$90 000
● Consultants nationaux : 12 hommes / 1 mois :	\$32 000
● Investissement	\$20 000
● Equipement	\$37 000
● Ateliers	\$25 000
● Rôle internationaux :	\$9 000
● Divers et imprévus	\$12 000
● TOTAL :	\$225 000

A1.3.7 Sources de financements envisagées

PNUD, Banque Mondiale, CNUCED, etc

ANNEXE 3 : FICHES DES PROJETS A MOYEN TERME

A3.1 Mise en oeuvre d'une opération de captation d'investisseurs, menée conjointement avec L'API

A3.1.1 Contexte et justification du projet

Les autorités Burundaises ont décidé de faire du tourisme un axe de développement majeur, et à ce titre, un certain nombre d'avantages spécifiques ont été adoptés pour favoriser le développement de l'Investissement Direct Etranger dans le secteur.

A3.1.2 Objet du projet

Il s'agit de faire connaître aux investisseurs potentiels et opérateurs reconnus dans le domaine du tourisme les potentialités offertes par le Burundi.

Cette volonté de captation des investisseurs pourrait se matérialiser par une opération menée sur un marché cible pouvant mettre en avant des liens historiques et culturels avec le Burundi.

A3.1.3 Méthodologie et mise en œuvre

Cette opération menée conjointement avec l'API devra tout d'abord :

- identifier les projets à soumettre à des investisseurs privés.
- mettre en avant les incentives, le contexte burundais, et consigner l'ensemble de ces informations dans un document.
- organiser une rencontre avec les investisseurs.

A3.1.4 Résultat

A l'issue du projet, des projets concrets de développement auront été remis aux développeurs potentiels qui se seront prononcés sur les différentes opportunités proposées. La captation d'au moins un ou deux investisseurs / développeurs constituera un objectif minimum mais réalisable dans le cadre des objectifs en matière d'hébergement consignés dans la SNDDT.

A3.1.5 Objectifs

- *Projets de développement*

Activité 1 : Sélectionner les projets de développement à partir des projets privés identifiés dans la SNDDT tel que Lodge ou établissements hôteliers mais aussi des projets de cessions ou privatisation émis par le Gouvernement (hôtels de Bujumbura notamment).

Activité 2 : Établir pour chaque projet identifié une fiche « opportunité d'investissement » précisant :

- la nature du projet : privatisation, création, localisation,
- les contraintes imposées au projet : dimensionnement, contraintes architecturales et environnementales.

- *Réalisation d'un support de vente*

Ce support de vente aura pour mission de valoriser le Burundi et de fournir toutes les informations relatives aux conditions d'investissements et notamment :

- le contexte Burundais : historique, géographique, culturel et surtout économique,
- le code des investissements au niveau fiscal et douanier,
- les mesures spécifiques au tourisme
- les contraintes liées à l'acquisition foncière, et les contraintes environnementales.
- quelques éléments de gestion : coût des facteurs (énergie,...) salaires en vigueur dans la profession...

L'ensemble de ces fiches « opportunités d'investissements » et les informations générales seront consignés dans un document type jaquette réalisé en quadri.

- *Réaliser une opération concrète de captation d'investisseurs*

Cette opération promotionnelle qui devra se tenir dans un endroit conçu pour ce type d'action (hôtel de grand confort, business center prestigieux) sera effectuée conjointement par l'Administration du Tourisme et l'API, avec l'appui d'un organisme spécialisé dans l'évènementiel basé sur place. Cette opération sera structurée en quatre phases : phase de préparation, phase de sensibilisation, phase de réalisation et phase de suivi.

L'organisme spécialisé supervisera toutes les phases dans le pays d'accueil tandis qu'un expert international appuiera les autorités Burundaises à Bujumbura.

A3.1.6 Coût du projet

● Réalisation du support de communication	\$50 000
● Rémunération organisme évènementiel	\$50 000
● Location de salle + conférences de presse	\$30 000
● Honoraires expert international 1H/mois	\$15 000
● Vols internationaux.	\$9 000
● Divers et imprévus	\$6 000
● Total :	\$160 000

A3.1.7 Sources de financements envisagées

- CNUCED
- Banque Mondiale,
- Coopération Bilatérale,
- API, etc

A3.2 Réalisation d'une enquête à l'Aéroport de Bujumbura

A3.2.1 Contexte et justification du projet

3 ou 4 ans après la mise en œuvre de la SNDDT, il est nécessaire de procéder à une appréciation du tourisme burundais. Cette appréciation se doit d'être qualitative, c'est-à-dire connaître l'avis des différentes clientèles sur le produit touristique burundais mais aussi quantitative, c'est-à-dire fournir un certain nombre d'informations sur les dépenses par exemple.

A3.2.2 Objet du projet

Fournir aux autorités burundaises un certain nombre d'informations destinées à orienter les stratégies de développement, notamment au niveau de la qualité, et apprécier de façon plus fine les retombées économiques du tourisme au Burundi.

A3.2.3 Méthodologie

Le projet sera mis en œuvre sous la forme d'une enquête à l'Aéroport de Bujumbura.

Il pourrait être articulé de la façon suivante :

- élaboration des termes de références de l'enquête et préparation d'un questionnaire. Recrutement et formation des enquêteurs.
- Acquisition du logiciel et test en simulation.
- Saisie des données en réel.
- Traitement des données.
- Publication et analyse des résultats.

A3.2.4 Situation en fin de projet

Les autorités burundaises disposeront d'informations précises sur l'appréciation qualitative du produit touristique burundais, ses points forts et points faibles, que ce soit au niveau du transport, de l'hébergement, du réceptif, du rapport qualité-prix. Par ailleurs, une analyse des différents postes de dépenses (transport intérieur, commerce, artisanat) permettra de préciser les emplois indirects générés par le tourisme.

A3.2.5 Modalité d'exécution

Cette enquête, assurée à l'Aéroport de Bujumbura sur la base d'un échantillon représentatif des motifs de voyages et de l'origine géographique des touristes, durera 4 mois.

A3.2.6 Objectifs immédiats : résultats et activité

Objectif immédiat n° 1 : tâches préparatoires à l'enquête

- élaboration des termes de référence : objet de l'enquête, contenu, détermination de l'échantillon ;
- Préparation d'un questionnaire .
- Choix du logiciel approprié et acquisition le cas échéant.
- Réalisation d'un test et vérification de l'adéquation du logiciel avec les objectifs de l'enquête.

Objectif immédiat n° 2 : mise en œuvre de l'enquête

- Recrutement de l'équipe chargée de l'enquête et formation.
- Collecte des données à l'Aéroport International de Bujumbura et traitement de ces données.
- Analyse des résultats : appréciation qualitative et définition des orientations en matière d'amélioration du produit touristique burundais, appréciation en matière de dépenses, durée de séjour, ...

A3.2.7 Ressources humaines

Le projet sera mis en œuvre conjointement entre la DGDG et l'ISTEEBU qui assureront la maîtrise d'œuvre. A ce titre, la responsable des statistiques hôtelières de l'ISTEEBU et le conseiller technique à la DGDG seront chargés de superviser le projet. Une expertise internationale de 2 mois s'avère nécessaire. La collecte des données, sera confiée à une équipe d'enquêteurs dûment formés à cet effet, encadrés par un responsable national confirmé durant toute la durée de l'enquête.

A3.2.8 Coût du projet

● Acquisition du logiciel et test préalable :	\$21.000
● Formation des enquêteurs :	\$3 000
● Rémunération expert international (2 x \$15 000) :	\$30 000
● Rémunération superviseurs et enquêteurs:	\$30 000
● Frais spécifiques :	\$25.000
● Vols internationaux	\$3.000
● Divers et imprévus	\$7.000
● Total	\$100.000



Burundi, Coeur d'Afrique

