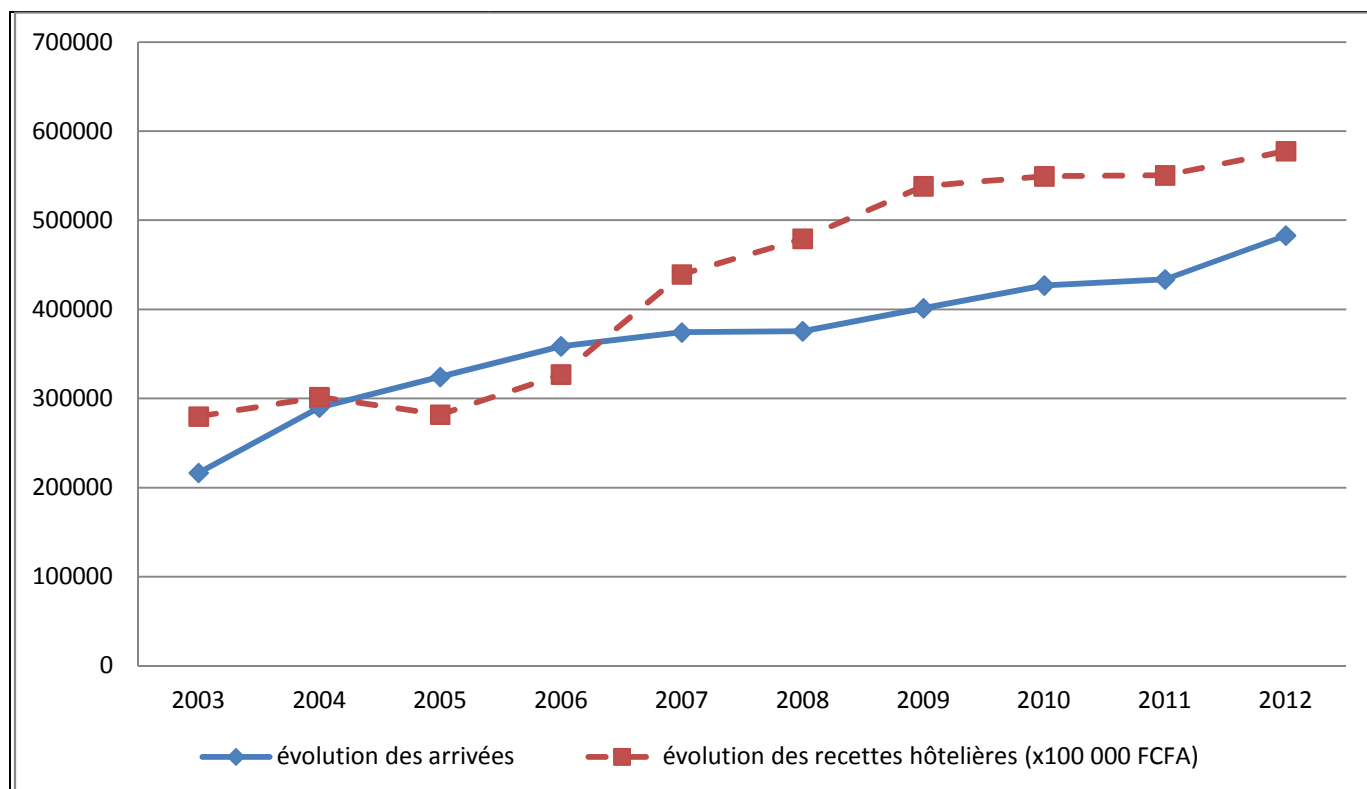


MINISTÈRE DE LA CULTURE
ET DU TOURISME

OBSERVATOIRE NATIONAL DU TOURISME
(OBSTOUR)

Tel : 50 40 79 77/76 16 61 05

E-mail : obstour@yahoo.fr



Baromètre Trimestriel du Tourisme
Au
Burkina Faso



Le mémorial aux héros nationaux (Ouaga 2000)

Le Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT) à travers l'Observatoire national du tourisme (OBSTOUR) a le plaisir de mettre à votre disposition le numéro 004 (celui du deuxième trimestre 2014) du **Baromètre trimestriel du tourisme au Burkina Faso**.

L'OBSTOUR est chargé de capitaliser les statistiques du tourisme afin d'aboutir à terme, à la mise en place du Compte Satellite du Tourisme (CST) au Burkina Faso qui respectera les normes de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). Ce dispositif viendra mettre en lumière le rôle réel du tourisme dans le développement socioéconomique de notre pays et sa contribution à la croissance économique.

Le présent numéro donne **les tendances du secteur du tourisme** au cours du premier trimestre de l'année 2014 et dégage **les perspectives** pour les deux trimestres suivants. Il fait **un zoom sur la saisonnalité des arrivées touristiques dans les Etablissements Touristiques d'Hébergement (ETH) au Burkina Faso** et annonce les dates de quelques événements à venir.

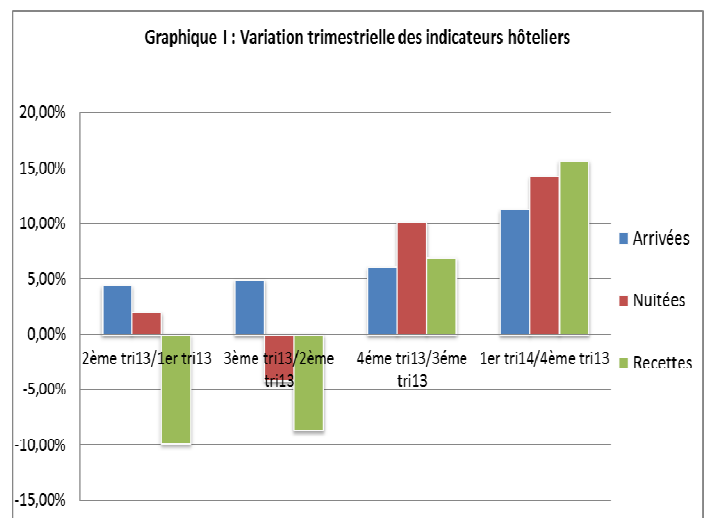
TENDANCE DU PREMIER TRIMESTRE

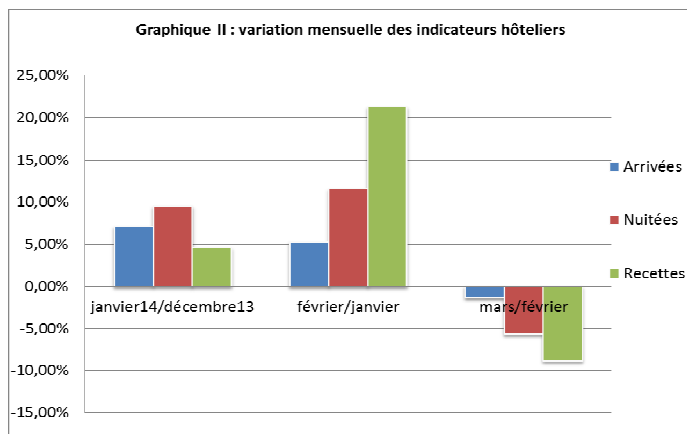
Selon l'étude réalisée par l'OBSTOUR auprès de quelques établissements touristiques d'hébergement (ETH) et à travers l'exploitation de sa base de données statistiques, l'activité

touristique a connu une croissance favorable au cours du premier trimestre de l'année 2014 par rapport au dernier trimestre de l'année 2013. En effet, les indicateurs hôteliers ont connu une hausse. Ainsi, les arrivées ont connu une augmentation de 11,3%. Quant aux nuitées et aux recettes, l'étude révèle qu'elles ont connu respectivement des hausses de 14,2% et de 15,7%. Les motifs de déplacements étaient principalement « affaires et motifs professionnels (66%) », « vacances et loisirs (14%) », « visites à des parents et amis » (9%) et « safari-chasse » (5%). Les mois de janvier et février se sont révélés meilleurs par rapport au mois de mars avec tous les indicateurs en hausse.

Cette performance enregistrée par le secteur pourrait s'expliquer d'une part, par la tenue de manifestations d'envergure internationale dans notre pays au cours de ce trimestre et d'autre part par la poursuite de la saison d'exploitation faunique. Par ailleurs, pendant cette période les ETH ont abrité de nombreux séminaires, ateliers, formations, conférences et congrès.

Une bonne proportion des professionnels interrogés (86,5%) estime que l'activité touristique du premier trimestre 2014 est en hausse ou stable comparativement au dernier trimestre de 2013. Seulement 13,5% des interviewés estiment qu'elle a enregistré une baisse.





EVENEMENTS

Les grands évènements qui ont eu lieu au cours du 1^{er} trimestre 2014:

La 3^{ème} édition de la **Semaine Nationale des Arts Culinaires (SNAC)**. Elle s'est tenue du 25 janvier au 02 février 2014 à Ouagadougou dans la Région du Centre sous le thème « **Arts culinaires et création d'emplois : enjeux, défis et perspectives** » et a connu la participation de femmes venues des 13 régions du Burkina Faso. Elle est une tribune de promotion de mets locaux et aussi un lieu de rencontre et d'échanges entre les différents intervenants dans la restauration et l'hôtellerie.

Festival International des Masques de Dédougou (FESTIMA). Il s'est tenu du 24 février au 02 mars 2014 à Dédougou, dans la Boucle du Mouhoun sous le thème « **Masques, dialogue culturel et paix en Afrique** ». Cette 12^{ème} édition a connu la participation d'une quarantaine de sociétés de masques venues du Benin, du Togo, de la Côte d'Ivoire et du Burkina Faso. Le top de départ de la manifestation a été donné par Monsieur Baba HAMA, ministre de la culture et du tourisme en présence de Son Excellence Monsieur le Président de l'Assemblée Nationale.

Festival Dilembu au Gulmu (FESDIG) du 04 au 09 mars 2014 dans le village de Tiantiaka, à 27 km de Fada N'Gourma dans la Région de l'Est. La présente édition, la 11^{ème} du genre a été placée sous le thème « **Culture & Civisme, rôles et responsabilités des acteurs** ».

Semaine Nationale de la Culture (SNC) : La 17^{ème} édition qui a eu lieu du 22 au 29 mars 2014 à Bobo-Dioulasso dans la Région des Hauts Bassins a connu un franc succès. Cette édition a été placée sous le thème : « **Promouvoir l'économie de la Culture pour une contribution au développement durable** »

AFRICALIA 2014. Cette troisième édition qui s'est tenue du 26 février au 1^{er} mars 2014 à Ouagadougou a mobilisé 608 participants venus de 23 pays d'Afrique, d'Europe et d'Asie. Elle a connu une participation de 448 entreprises et près de 600 rendez-vous B to B.



Le monument des martyrs (quartier Tampouy à Ouagadougou)

PERSPECTIVES POUR LE DEUXIEME ET LE TROISIEME TRIMESTRE

Au troisième trimestre, l'activité du tourisme récepteur pourrait connaître une légère baisse par rapport au deuxième trimestre et cela surtout au niveau des ETH. Cet état du marché s'explique surtout par la saison pluvieuse et les vacances gouvernementales.

En effet, dans cette période, l'agenda moins fourni en termes de manifestations d'envergure nationale et internationale, devrait être le principal handicap au dynamisme des activités touristiques.

Sur l'avis général de l'état du marché de l'hôtellerie au prochain trimestre, 33% des ETH ont répondu qu'il sera favorable (en hausse) dans son ensemble, 43% prévoient une stabilité,

tandis que 24% prévoient une baisse par rapport à la même période de l'année dernière.

Quant au marché du voyage et des circuits touristiques au prochain trimestre, 50% des Agences de Voyages et de Tourisme (AVT) ont répondu qu'il sera en hausse dans son ensemble. L'autre moitié prévoit une stabilité ou une baisse par rapport à la même période de 2013.

SUGGESTIONS

Les promoteurs/gérants, afin de réduire les effets de la basse saison touristique pourraient adopter certains comportements ou politiques. Cela pourrait se faire en appliquant quelques mesures innovantes au niveau du marché et des produits.

Stratégies pour faire face à la saisonnalité dans le tourisme
Diversifier et développer l'offre touristique
Segmenter et cibler la clientèle
Stimuler et susciter la demande
Intensifier et différencier les efforts de commercialisation
Différencier les prix
Ajouter de la valeur à l'offre touristique
Accroître la notoriété des basses saisons

Les produits pourraient être développés pour stimuler les segments de marché susceptibles de fréquenter les ETH en dehors de la haute saison. Ils doivent être en accord avec la demande, le tout vendu sous la forme de paquets via des stratégies de communication plus agressives.

Les acteurs du tourisme doivent considérer les offres de paquets comme une solution pour réduire les effets de la saisonnalité, en proposant des paquets « basse saison » à un prix plus attractif par rapport à la pleine saison, mais en proposant des activités aux touristes. Les ETH peuvent proposer des thématiques et/ou des activités spéciales.

Pour la réussite, il est important de mettre l'accent sur la communication et la commercialisation de ces nouveaux produits en basse saison, en diversifiant les canaux de

distributions et en privilégiant le marketing coopératif.

Aussi, les institutions financières de la place pourraient-elles mettre en place des produits du type «vacance et spécial congé », « épargne spécial vacances » afin de stimuler la demande touristique au niveau interne.

ZOOM SUR LA SAISONNALITE DES ARRIVEES TOURISTIQUES DANS LES ETH AU BURKINA FASO

La saisonnalité des arrivées touristiques est la fréquentation des ETH sur une saison ou une partie de l'année due, d'une part, à la spécificité de la période et d'autre part, aux contraintes du calendrier des vacances et des dates des congés payés.

Cette définition de la saisonnalité, nous donne in fine, trois types de saisons touristiques, fondées sur les différents niveaux de fréquentation annuelle. Ces trois types de saisons sont : la haute saison qui, en tourisme, signifie avoir un niveau d'occupation maximale. La basse saison elle, fait référence à un faible nombre de visiteurs et en conséquence des niveaux de revenus moins enlevés. La moyenne saison inclut de son côté les mois proches de la haute saison, mais avec un niveau d'occupation moyen (d'environ 60%). (OMT, 2001).

Il est reconnu en matière touristique que la saisonnalité a deux origines : la première appelée saisonnalité naturelle (la climatologie, la température, etc.) et la deuxième appelée, saisonnalité institutionnelle (vacances scolaires et gouvernementales, les congés payés, organisation des évènements touristiques et culturels, etc.).

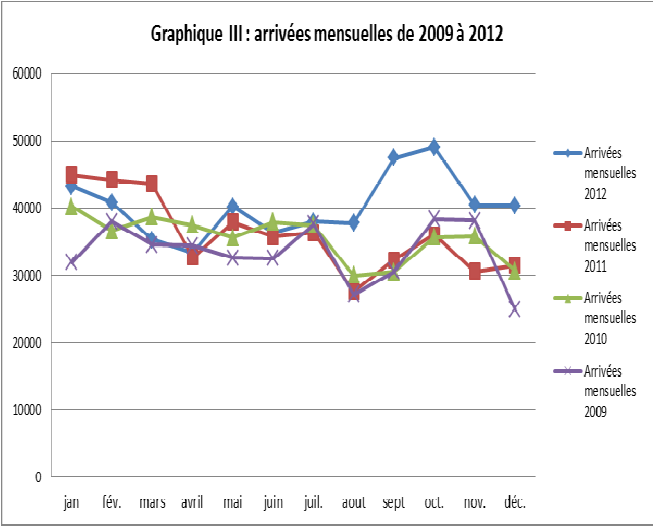
Le tourisme au Burkina Faso est tributaire de la variation des arrivées touristiques dans les ETH. Cette variation s'illustre à travers les données statistiques mensuelles. C'est ce qui donne le caractère de saisonnalité des activités touristiques marquées surtout par ce qu'on appelle les périodes de haute, de moyenne et de basse saison.

La période de haute saison au Burkina Faso se situe sur la période de septembre à janvier. Elle est marquée par une intensification des activités gouvernementales, l'organisation de grandes manifestations d'envergure internationale, la tenue de grandes conférences, colloques et surtout des conditions climatiques favorables avec des températures moins élevées (autour de 30 degrés).

La période de basse saison au Burkina Faso se situe sur la période avril-juillet-août. Cette période est marquée par une forte hausse de la température et une forte pluviométrie. Elle coïncide aussi avec les vacances gouvernementales.

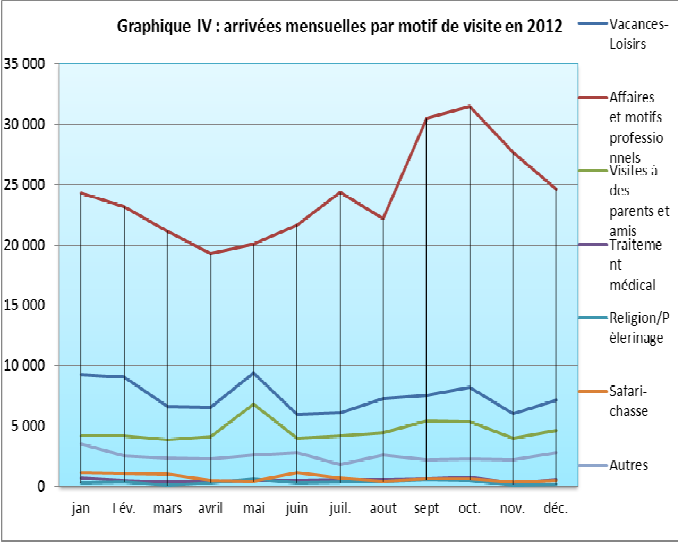
La période de moyenne saison au Burkina Faso se situe dans la période de février-mars-mai-juin.

Les arrivées touristiques mensuelles dans les ETH en 2012 se situent entre 30 000 et 50 000 touristes par mois. En moyenne, le Burkina Faso a enregistré 40 247 touristes par mois. Le mois d'octobre est celui qui a enregistré le plus grand nombre d'arrivées (49 109) et celui d'avril est celui qui a enregistré le moins d'arrivées (33 416).

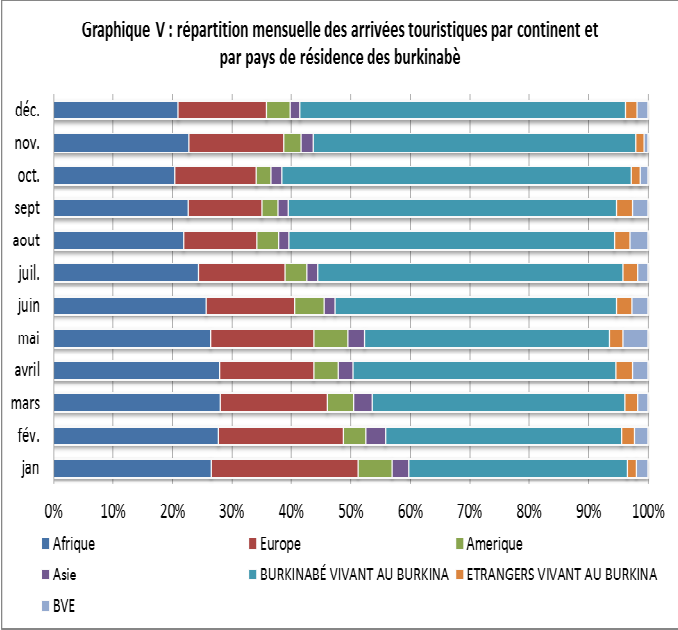


A l'analyse, le tourisme d'affaire est le type le plus représenté. Il se pratique tout au long de l'année avec un pic dans le mois d'octobre. C'est donc un produit qui, s'il est bien développé pourrait réduire à terme les effets néfastes de la saisonnalité du tourisme au Burkina Faso.

Après, suit le motif « vacances et loisir » qui connaît deux pics en janvier et en mai. Les autres types de tourisme connaissent des arrivées stables pendant toute l'année.



Les arrivées mensuelles sont marquées par une supériorité des arrivées du tourisme interne qui enregistre leur pic dans les mois de septembre et d'octobre. Quant au tourisme récepteur, il est marqué par les arrivées du continent africain et européen. Les mois de janvier et de février sont ceux qui enregistrent le plus grand nombre d'arrivées pour ces deux continents.





Le monument des martyrs de la Nation (ex monument du flambeau de la Révolution, Place de la Nation de Ouagadougou)

TOURISME INFOS VEILLE

EVENEMENTS A VENIR

La 35^{ème} Journée Mondiale du Tourisme le 27 septembre 2014. Le Mexique reçoit cet événement phare de l'agenda de l'Organisation mondiale du tourisme sous le thème « *Le Tourisme et le développement des communautés* ».

En 2015, l'événement se déroulera au Burkina Faso sous le thème « *Un milliard de touristes, un milliard d'opportunités* ».

La 11^{ème} édition du Salon International du Tourisme et de l'Hôtellerie de Ouagadougou (SITHO) se déroulera du 02 au 05 Octobre 2014 sous le thème : « *tourisme interne : enjeux et perspectives* »

INFORMATIONS

Le tourisme étant l'un des moteurs de développement de notre pays, le Gouvernement a pris des mesures, depuis le 16 janvier 2014, qui visent à promouvoir ce secteur.

1^{ère} mesure : Accompagnement des entreprises touristiques en règle: celle-ci indique que « tout prestataire de l'Etat pour les marchés relatifs à l'hôtellerie, la restauration, la billetterie et le tourisme devrait justifier systématiquement des documents administratifs (une autorisation d'exploiter

pour les établissements hôteliers et les restaurants, une licence en cours de validité pour les agences de voyage et de tourisme, une carte professionnelle en cours de validité pour les guides de tourisme) délivrés par le ministère en charge du tourisme. L'Etat ne saurait encourager la concurrence déloyale faite aux professionnels régulièrement constitués. ». (cf. circulaire N°2014-003/PM/CAB du 16 janvier 2014 de SEM le Premier ministre portant Attribution des marchés publics relatifs à l'hôtellerie, la restauration et au tourisme)

2^{ème} mesure : Promotion du tourisme interne. Cette mesure invite à « intégrer systématiquement l'organisation d'excursions touristiques dans les programmes des rencontres ou événements organisés avec les délégations nationales et étrangères. » (cf. circulaire N°2014-004/PM/CAB du 16 janvier 2014 de SEM le Premier ministre portant Organisation d'excursions touristiques lors des rencontres et des événements)

La signature du Règlement d'attribution du Label qualité hôtel Burkina. Elle a eu lieu entre Monsieur Baba HAMA, Ministre de la culture et du tourisme et le bureau de l'Association patronale des hôteliers et restaurateurs du Burkina (APHR-B) le mardi 22 avril 2014 à 09 heures dans la salle de réunion du Cabinet.



La place des cinéastes africains (Centre-ville, Ouagadougou)

Sources du Baromètre : Sondage, Base de données de l'OBSTOUR, Le Pays, LEFASO.NET.