

MINISTÈRE DE LA CULTURE,
DES ARTS ET DU TOURISME

OBSERVATOIRE NATIONAL DU TOURISME
(OBSTOUR)

Tel : 00226 25 40 79 77/71 04 03 01

E-mail : obstour@yahoo.fr
obstour@gmail.com



Pic de Sindou

*Baromètre Trimestriel du Tourisme
Deuxième trimestre 2016*



TABLE DES MATIERES

Liste des graphiques	3
Liste des tableaux	3
Mot du Ministre de la Culture, des Arts et du Tourisme.....	4
Avant-propos	5
I- Tendances du tourisme au 2^{ème} trimestre 2016.....	1
1- Indicateurs touristiques	1
2- Opinions des professionnels.....	5
II- Perspectives pour le deuxième trimestre 2016	8
III- Zoom sur les chiffres clés du tourisme burkinabè en 2015	10
IV- Tourisme infos veille	13
1. Evènements du deuxième trimestre 2016.....	13
2. Événements du quatrième trimestre 2016.....	13
V- Informations sur l'industrie touristique.....	14
1. Les entreprises touristiques	14
2. La mission de promotion de l'entrepreneuriat touristique par la DDIT	16

Liste des graphiques

Graphique I: Répartition des arrivées enregistrées dans les ETH par motif de déplacement au deuxième trimestre 2016	1
Graphique II : Variation trimestriel des indicateurs hôteliers	2
Graphique IV : Variations trimestriels des indicateurs hôteliers en glissement annuel : Trim2_2016/Trim2_2015.....	3
Graphique V : Glissement mensuel des indicateurs hôteliers	4
Graphique VI : Avis des professionnels de l'hôtellerie sur le climat des affaires au 2 ^{ème} trimestre 2016	5
Graphique VII : Avis des hôteliers sur l'évolution des indicateurs de performance hôteliers au 1 ^{er} trimestre 2016.....	6
Graphique VIII: Avis des professionnels de voyages sur le climat des affaires au 1 ^{er} trimestre 2016....	7
Graphique IX : Avis des agents de voyages sur l'évolution probable des indicateurs de performance des AVT au 2 ^{ème} trimestre 2016.	7
Graphique X : Avis des professionnels de l'hôtellerie sur le climat des affaires au 2 ^{ème} trimestre 2016	9
Graphique XI : Avis des hôteliers sur l'évolution probable des indicateurs de performance au 2 ^{ème} trimestre 2016.....	9
Graphique XII : avis des agents de voyages sur l'évolution probable du volume des activités de voyages au 2 ^{ème} trimestre 2016.....	9
Graphique XIII : avis des agents de voyages sur l'évolution probable des indicateurs de performance au 2 ^{ème} trimestre 2016.....	10

Liste des tableaux

Tableau I : Taux d'occupation et de fréquentation estimés des ETH au 2 ^{ème} trimestre 2016.....	4
Tableau II : Chiffres clés du tourisme burkinabè en 2015	12

Liste des sigles

AVT	Agence de voyages et de tourisme
DDIT	Direction du Développement de l'Industrie Touristique
ETH	Etablissement touristique d'hébergement
JMT	Journée mondiale du tourisme
OBSTOUR	Observatoire national du tourisme
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONTB	Office national du tourisme burkinabè
SITHO	Salon international du tourisme et de l'hôtellerie de Ouagadougou
TF	Taux de fréquentation
TO	Taux d'occupation
Trim	Trimestre

Mot du Ministre de la Culture, des Arts et du Tourisme

L'importance des données statistiques dans l'identification, la formulation, la mise en œuvre et le suivi des politiques publiques n'est plus à démontrer.

Dans mon département, l'une des structures en charge de la production des statistiques est l'Observatoire national du tourisme (OBSTOUR). Il est chargé entre autres de la collecte, du traitement, de l'analyse et de la diffusion des informations statistiques sur le secteur du tourisme.

Ces informations intéressent les pouvoirs publics, l'Administration, les collectivités territoriales, les entreprises, les chercheurs, les médias, les enseignants et les étudiants. Elles leur permettent d'enrichir leurs connaissances du secteur du tourisme, d'effectuer des études, de faire des prévisions et de prendre des décisions.

Face à des utilisateurs de plus en plus exigeants sur la diversité et la qualité des statistiques, l'OBSTOUR est resté fidèle à son engagement à publier périodiquement les tendances du secteur à travers le Baromètre Trimestriel du Tourisme.

Le Baromètre n°013 analyse la conjoncture des activités touristiques de notre pays au cours du deuxième trimestre de l'année 2016.

Les données statistiques compilées dans ce numéro sont mises à la disposition de tous, aussi bien en version papier que numérique et dans les limites des règles de la confidentialité.

Tout en vous souhaitant bon courage, faites bon usage de ce précieux document.

Tahirou BARRY

Avant-propos

L'Observatoire national du tourisme a le plaisir de mettre à la disposition des utilisateurs le treizième baromètre trimestriel du tourisme au Burkina Faso.

Le présent numéro évalue l'évolution de quelques indicateurs touristiques au cours du deuxième trimestre 2016.

Dans cette optique, il donne un aperçu des tendances des activités des Etablissements touristiques d'hébergement (ETH), des Agences de voyages et du tourisme (AVT) ainsi que les dates des événements culturels et touristiques d'envergure internationale des deuxième et quatrième trimestres. Il se propose par ailleurs d'esquisser les perspectives pour le troisième trimestre de l'année 2016.

L'Observatoire poursuivra ses efforts pour améliorer le contenu du document avec le concours de tous les collaborateurs et intervenants en prenant en compte notamment leurs critiques et suggestions.

Aussi, profitant de cette occasion, l'Observatoire national du tourisme réitère ces remerciements à l'ensemble des partenaires dont le concours a permis de produire le présent baromètre. Nous souhaitons que cette collaboration s'intensifie davantage pour permettre la parution régulière et en temps opportun de ce document.

Bon usage à toutes et à tous!

OBSTOUR

I- Tendances du tourisme au 2^{ème} trimestre 2016

1- Indicateurs touristiques

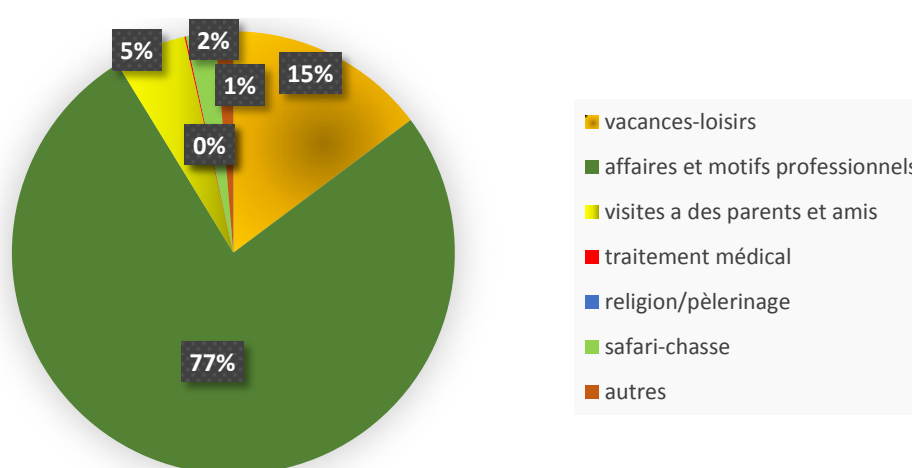
Au Burkina Faso, après une légère reprise de l'activité touristique constaté au cours des deux derniers mois du premier trimestre sous l'effet conjugué des mesures prises par le Gouvernement et les acteurs privés du secteur, celle-ci devrait poursuivre la même dynamique au cours des trimestres à venir. L'étude sur la conjoncture de l'activité touristique au deuxième trimestre 2016 va nous permettre d'établir si la dynamique constatée se poursuit et si, en outre, les impacts des différentes crises qui ont ébranlées le secteur se sont estompés.

Au deuxième trimestre 2016, le secteur du tourisme a affiché une orientation favorable comme l'indique les indicateurs hôteliers¹ en glissement trimestriel. Cette évolution découle d'une hausse des arrivées enregistrées dans les Etablissements touristiques d'hébergement (ETH) de 16,70% au deuxième trimestre 2016 par rapport à celles du premier trimestre.

Pour ce trimestre les principaux motifs de déplacement qui ont sous-tendus ces arrivées s'établissent comme suit :

- Affaires et motif professionnel : 76,46%
- Vacances et loisir : 14,77%
- Visites à des parents et amis : 5,22%

Graphique I: Répartition des arrivées enregistrées dans les ETH par motif de déplacement au deuxième trimestre 2016

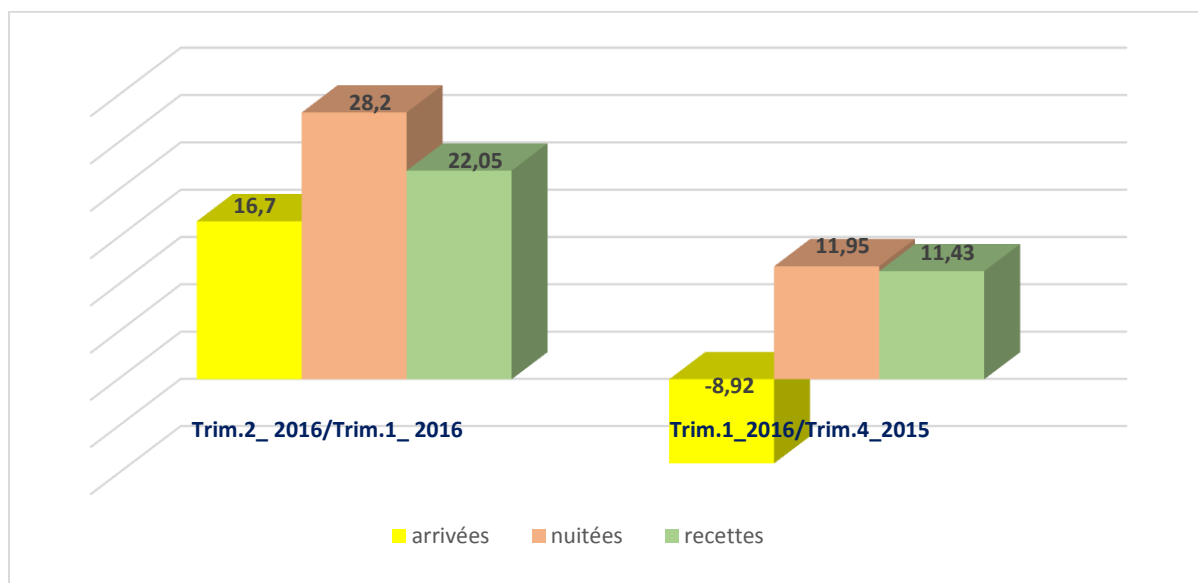


¹ Nous utilisons les indicateurs hôteliers pour mesurer le niveau général de l'activité touristique car l'activité hôtelière est fortement tributaire de cette dernière.

Pour le deuxième trimestre 2016, les recettes des ETH ont connu une hausse de 22,05% en glissement trimestriel, impulsées par la progression des nuitées de l'ordre de 28,20% comparativement au premier trimestre 2016.

Cette forte croissance des indicateurs hôteliers dénote de la poursuite de la reprise de l'activité touristique au deuxième trimestre 2016 consécutive à la hausse de la consommation en produits touristiques par l'Administration publique, para-publique et les entreprises privées pour diverses activités : conférences, séminaires, ateliers, rencontres d'affaires, etc.

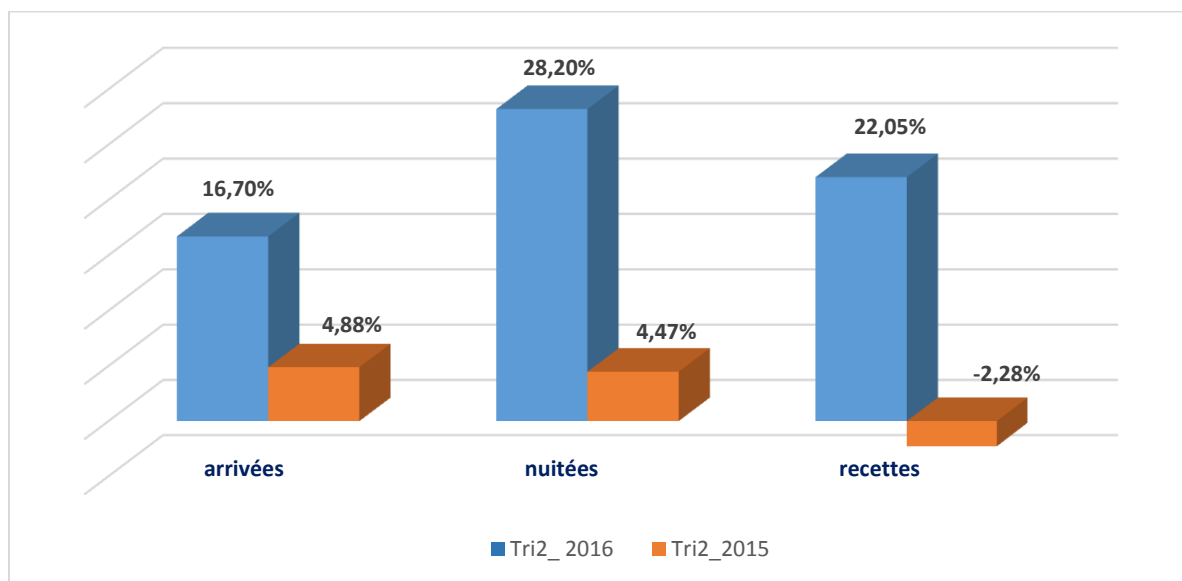
Graphique II : Variation trimestriel des indicateurs hôteliers



En ce qui concerne la variation trimestrielle des indicateurs hôteliers en glissement annuel (Trim2_2016/Trim2_2015), de façon empirique, l'on pourrait être amené à croire que ces deux périodes présentent beaucoup de dissemblances. Au deuxième trimestre 2016, l'on a enregistré une forte hausse de tous les indicateurs hôteliers contre une légère hausse des arrivées et des nuitées au deuxième trimestre 2015, les recettes étant en baisse.

Cependant, une analyse approfondie de la conjoncture touristique en ces deux périodes révèle que l'activité touristique au deuxième trimestre 2016 ne s'est pas mieux comportée qu'au deuxième trimestre 2015 ; la forte hausse des indicateurs hôteliers au deuxième trimestre 2016 étant due uniquement à l'effet de reprise de l'activité surplombée au premier trimestre 2016 à cause des attaques terroristes du 15 janvier.

Graphique III : Variations trimestriels des indicateurs hôteliers en glissement annuel : Trim2_2016/Trim2_2015



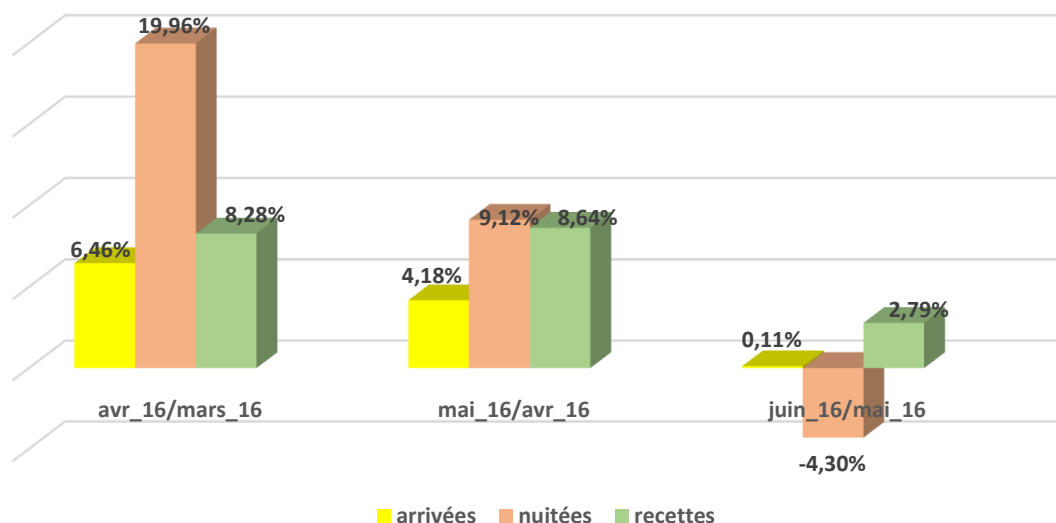
Un autre fait est de constater que sur les différents mois du deuxième trimestre 2016, les indicateurs hôteliers se sont comportés différemment.

Au mois d'avril, l'effet de reprise est beaucoup plus prononcé. Les arrivées, les nuitées et les recettes ont connu une hausse respective de 6,46%, 19,96% et 8,28%.

En mai, l'on a constaté un ralentissement de la croissance de l'activité qui s'est établie à 4,18% pour les arrivées, 9,12% pour les nuitées et 8,64% pour les recettes. Ce ralentissement de la croissance s'est poursuivi au mois de juin. L'on y a enregistré une hausse des arrivées de l'ordre 0,11%, des recettes de l'ordre de 2,79% et des nuitées carrément en baisse de 4,30%.

Beaucoup de professionnels du tourisme mettent au compte de la décélération de la croissance de l'activité touristique durant ces mois l'installation progressive de la saison pluvieuse, les élections municipales en fin mai et le carême en juin.

Graphique IV : Variation mensuel des indicateurs hôteliers



Les taux d'occupation² et de fréquentation³ des ETH ont connu une évolution similaire à celle des indicateurs hôteliers au cours du deuxième 2016.

Le tableau suivant donne un aperçu de l'évolution mensuelle de ces taux au cours du deuxième trimestre 2016.

Tableau I : Taux d'occupation et de fréquentation estimés des ETH au 2^{ème} trimestre 2016

	avril	mai	Juin	Taux moyen
TO (en %)	32,62	30,60	29,56	30,95
TF (en %)	21,91	19,37	18,13	19,80

Source : Fiches de statistiques hôtelières, OBSTOUR.

² Le taux d'occupation indique le niveau moyen de fréquentation d'une unité d'hébergement sur une période donnée. TO (%) = Nombre de chambres occupées x 100/Nombre de chambres disponibles

³ Le taux de fréquentation est aussi un indicateur de fréquentation qui est obtenu en divisant le nombre total de nuitées d'un mois donné sur le nombre total de place-lits, le tout divisé par le nombre de jours du mois en question. TF (%) = (Nombre de nuitées du mois/nombre de place-lits*30) x100.

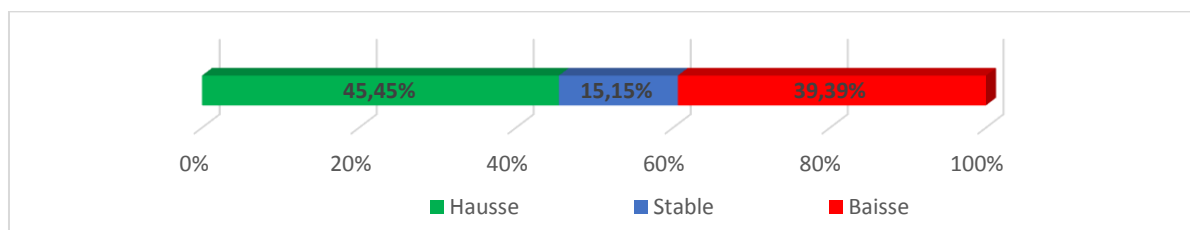


2- Opinions des professionnels

Les indicateurs conjoncturels au deuxième trimestre 2016 révèlent une poursuite de la reprise de l'activité touristique entamée au premier trimestre. Mais cette reprise de l'activité touristique n'a pas été constatée par tous les acteurs car ceux-ci apprécient différemment le climat des affaires dans le secteur au cours de la période.

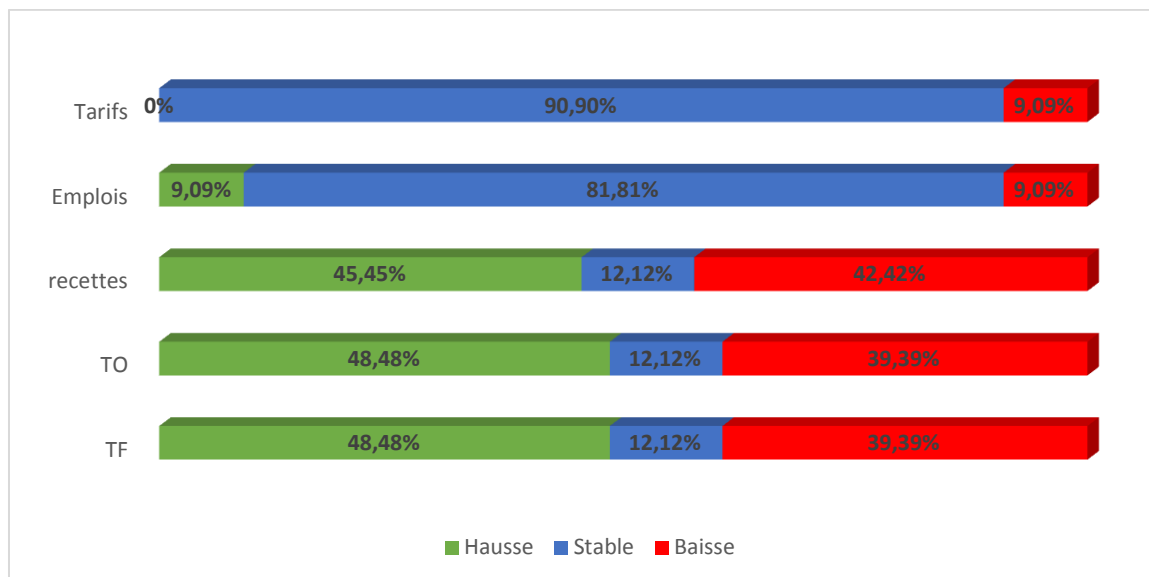
Dans le secteur de l'hôtellerie, seuls 45,45% des hôteliers enquêtés ont une opinion favorable du climat des affaires au cours de la période. Une proportion de 39,39% des hôteliers ont constaté une dégradation du climat des affaires. La proportion restante, soit 15,15% disent n'avoir constaté ni une amélioration ni une dégradation du climat des affaires.

Graphique V : Avis des professionnels de l'hôtellerie sur le climat des affaires au 2^{ème} trimestre 2016



Les avis des hôteliers par rapport aux indicateurs de performance hôteliers sont présentés dans le graphique suivant :

Graphique VI : Avis des hôteliers sur l'évolution des indicateurs de performance hôteliers au 2^{ème} trimestre 2016.



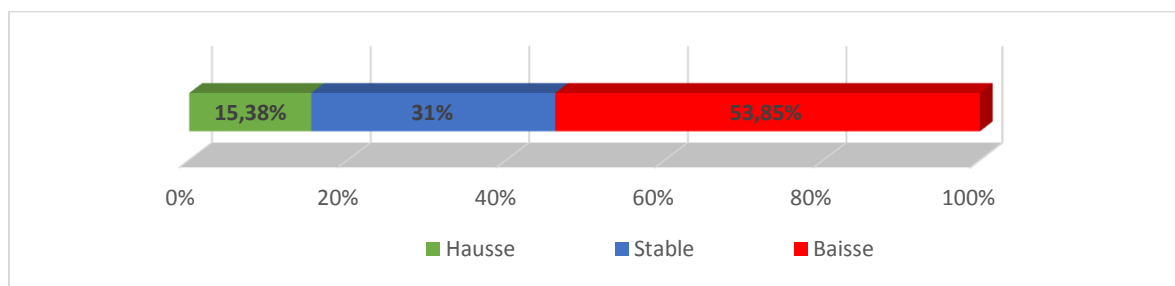
Dans le sous-secteur voyages, les professionnels ont aussi des avis divergents concernant le climat des affaires au deuxième trimestre 2016. Le solde d'opinion⁴ concernant la période est globalement négatif.

En effet, plus de la moitié des professionnels enquêtés, soit une proportion de 53,85%, ont soutenu que le climat des affaires s'est globalement dégradé. Ils estiment que cette situation fait suite à la baisse des arrivées du tourisme récepteur consécutive aux attaques terroristes qui ont entamé la confiance des touristes internationaux en notre destination. A la suite de ceux-ci, 31% des acteurs affirment que le deuxième trimestre 2016 est à l'image du premier trimestre 2016 et est assez difficile pour les promoteurs de voyages. Cependant, une proportion de 15,38 % de ces professionnels affirme avoir constaté une amélioration du climat des affaires au cours du deuxième trimestre 2016 comparativement à la situation qui prévalait au premier trimestre 2016.

⁴ Le solde d'opinion exprime la différence entre le pourcentage des professionnels ayant répondu « à la hausse » et ceux ayant répondu « à la baisse » aux questions posées.

Il donne le sens de l'évolution de la variable étudiée mais ne permet pas de déterminer son taux d'évolution. Ainsi, si le solde est positif, on dira que la variable a évolué à la hausse. Inversement, si le solde est négatif, on dira que la variable a évolué à la baisse. Dans le cas d'un solde nul, on dira que la variable est restée stable.

Graphique VII: Avis des professionnels de voyages sur le climat des affaires au 2^{ème} trimestre 2016



Les avis des agents de voyages sur les indicateurs de performance du sous-secteur voyages sont représentés par le graphique suivant :

Graphique VIII : Avis des agents de voyages sur l'évolution probable des indicateurs de performance des AVT au 2^{ème} trimestre 2016.

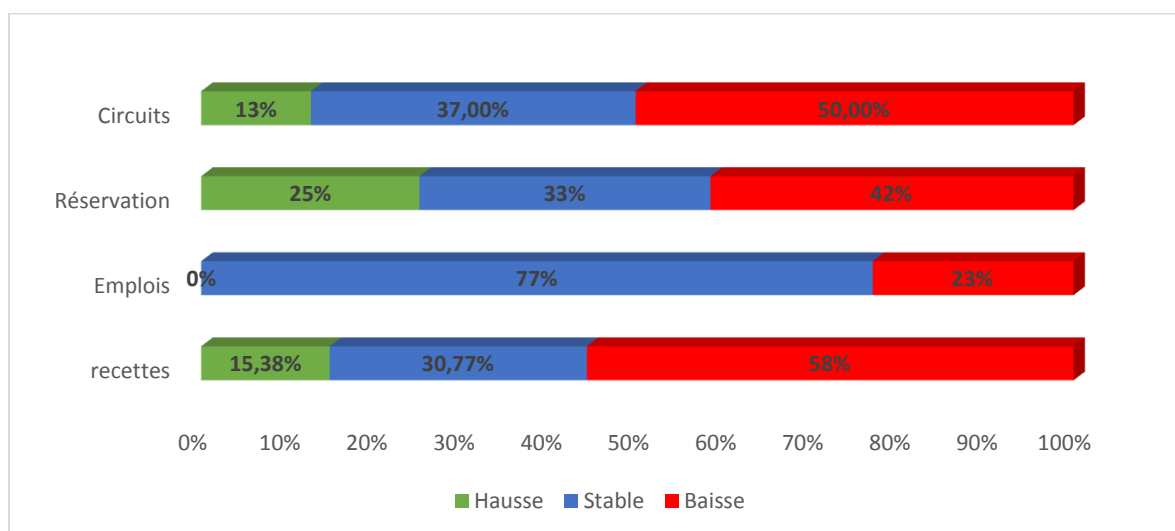




Photo : SOULAMA Gnaqouan, Cascades de Karfiguela, 1^{ère} édition Concours Photo des sites touristiques, MCT, 2015

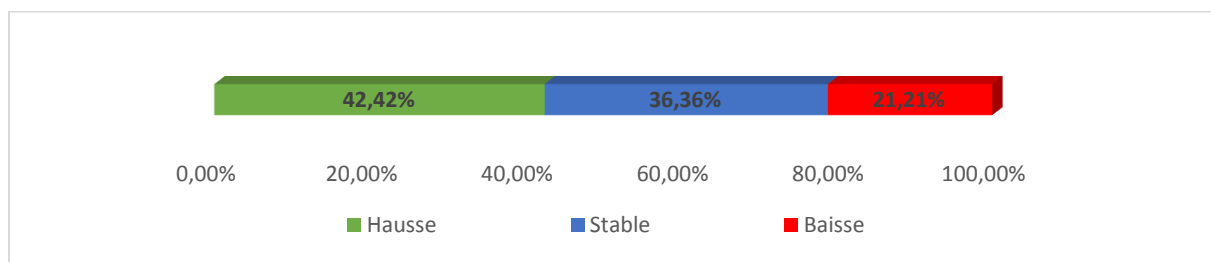
II- Perspectives pour le troisième trimestre 2016

Le troisième trimestre de l'année coïncide avec la période des grandes vacances au Burkina Faso. Cependant, celle-ci se traduit généralement par un ralentissement de l'activité touristique surtout dû à une baisse des arrivées du tourisme récepteur. La performance de ce trimestre dépend en grande partie du dynamisme du tourisme interne.

Interrogés sur la question de savoir comment se comporterait l'activité touristique en cette période, les acteurs privés du tourisme ont donné des appréciations différentes.

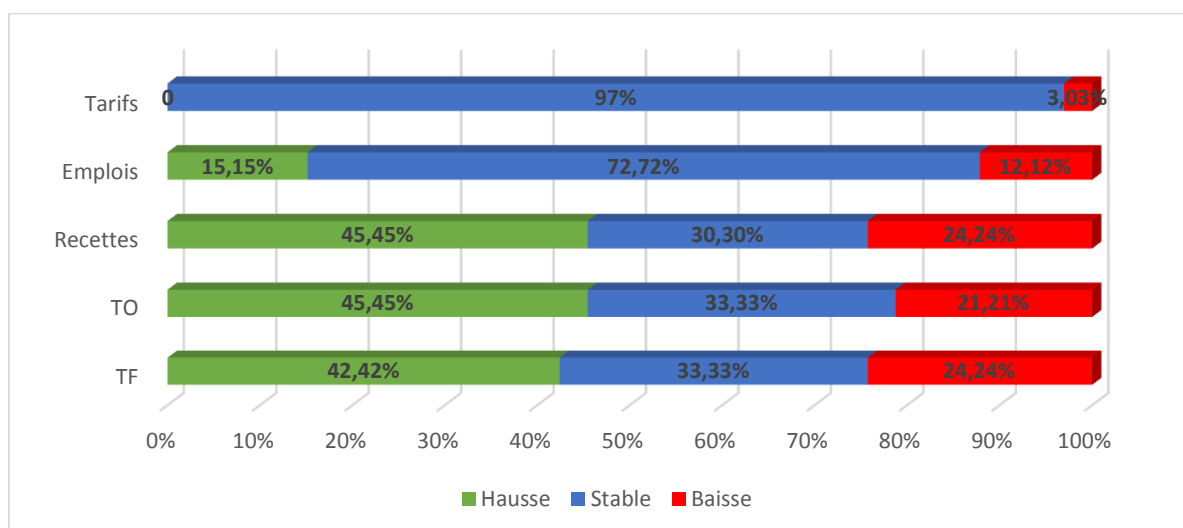
Dans le sous-secteur hébergement, 42,42% des professionnels entrevoient une poursuite de la croissance des activités touristiques mais tablent sur une croissance moins prononcée qu'au deuxième trimestre 2015. Une proportion de 36,36% des acteurs conjecturent un ralentissement voire une stagnation de l'activité d'hébergement au troisième trimestre 2016. Pour les 21,21% des professionnels restants, le climat des affaires dans le secteur de l'hôtellerie va se dégrader considérablement au cours du troisième trimestre 2016.

Graphique IX : Avis des professionnels de l'hôtellerie sur le climat des affaires au 3^{ème} trimestre 2016



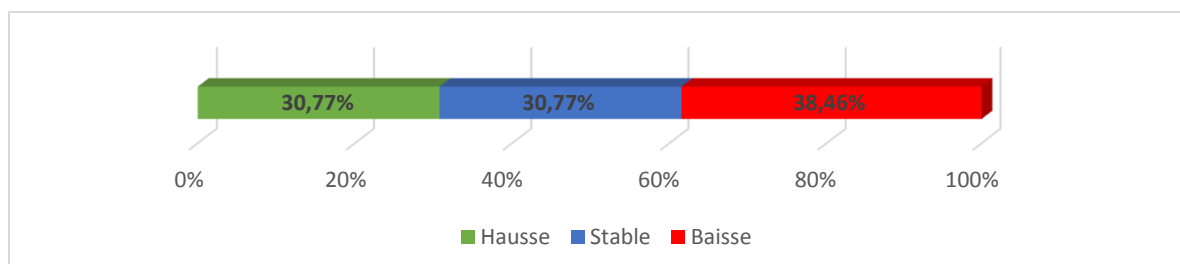
Les prévisions des hôteliers par rapport aux indicateurs de performance au deuxième trimestre 2016 sont présentées dans le graphique suivant :

Graphique X : Avis des hôteliers sur l'évolution probable des indicateurs de performance au 3^{ème} trimestre 2016



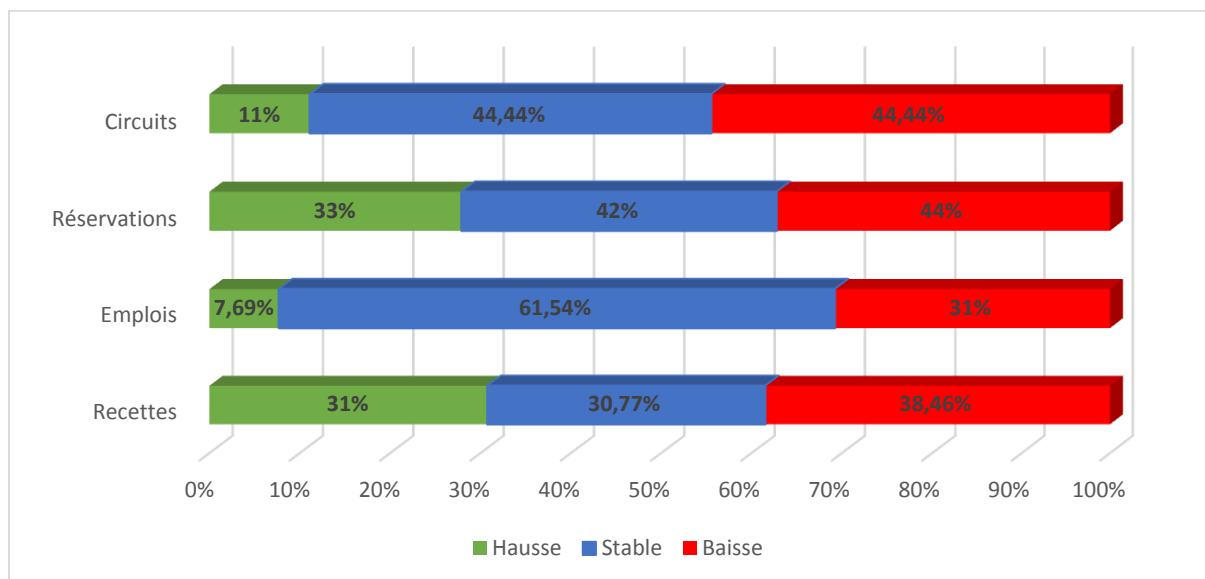
Dans le sous-secteur voyages, Une proportion de 30,77% des professionnels interrogés présage une amélioration du climat des affaires au troisième trimestre 2016. Leur avis n'est pas partagé par 38,46% des opérateurs du voyage qui augurent une baisse du volume des activités dans ce sous-secteur. Pour la proportion restante, soit 30,77%, elle estime que le climat des affaires restera inchangé.

Graphique XI : avis des agents de voyages sur l'évolution probable du volume des activités de voyages au 3^{ème} trimestre 2016



Les prévisions des professionnels du voyage par rapport aux indicateurs de performance du sous-secteur voyages au troisième trimestre 2016 sont présentées dans le graphique suivant :

Graphique XII : avis des agents de voyages sur l'évolution probable des indicateurs de performance au 3^{ème} trimestre 2016



III- Zoom sur les chiffres clés du tourisme burkinabè en 2015

Le tourisme mondial a connu une hausse consécutive depuis 2010, en termes d'arrivées et de recettes. Avec une augmentation de 4,4%, les arrivées au niveau mondial ont atteint 1 184 millions. Quant aux recettes, elles ont connu une augmentation de 3,6% et ont atteint 1232 milliards d'USD.

Au Burkina Faso, les arrivées de touristes au niveau des ETH sont évaluées à 474 585 en 2015 (en baisse de 2,43% par rapport à 2014), dont 163 492 touristes non-résidents.

Ces arrivées ont occasionné 932 626 nuitées parmi lesquelles l'on comptabilise 480 558 nuitées pour le tourisme récepteur. Cela correspond à une baisse de 11,62% des nuitées des visiteurs internationaux dans le pays par rapport à l'année 2014. Quant à la durée moyenne de séjour, elle s'établit à 1,97 nuitée.

La répartition des arrivées par région administrative est très disparate. La région du Centre accueille 32,4% des visiteurs, suivie de la région des Hauts-Bassins avec 14,8%. La région la moins fréquentée est celle du Plateau central avec 2% des touristes.

Les recettes du tourisme au niveau des ETH se sont élevées à 48 273,9 millions de FCFA en 2015, soit une baisse de 5,77% par rapport à 2014. La dépense moyenne

journalière quant à elle a subi une légère croissance, passant de 50 551 FCFA en 2014 à 51 761 FCFA en 2015.

Le taux d'occupation moyen est de 33,02% et celui de la fréquentation est de 19,09%. Ces taux sont restés pratiquement inchangés par rapport à l'année précédente.

Dans le domaine des AVT, le pays compte 144 entreprises en 2015. L'ensemble de ces entreprises ont émis 31 076 billets de transport aérien pour un chiffre d'affaires de 13 125,24 millions de FCFA en 2015, en baisse de 0,31 % par rapport à 2014. En ce qui concerne le volet organisation de circuits et excursions, l'on enregistre au total 156 circuits organisés en 2015 dont 41 circuits inter-Etats et 115 circuits au niveau interne.

Sur le plan visite des sites touristiques gérés ou cogérés par l'ONTB, l'on estime le nombre des visiteurs à 17 449 en 2015 dont 5 658 non-résidents. Les recettes générées au profit des acteurs s'élèvent à 13,33 millions de FCFA.

Au niveau de l'exploitation faunique pour la campagne 2014/2015, elle s'est soldée par 3 442 touristes accueillis. Ce qui a permis de générer un chiffre d'affaires de 464,29 millions de F CFA.

Enfin, il faut signaler que les investissements touristiques se sont élevés à 5 977,5 millions de FCFA en 2015, soit une baisse 22% par rapport à 2014.

Tableau II : Chiffres clés du tourisme burkinabè en 2015

Indicateurs	Réalisations 2015	Variation par rapport à 2014 (en %)
Demande touristique en unité		
Arrivées globales de touristes	474 585	-2,43
Arrivées du tourisme récepteur	163 492	-14,45
Arrivées du tourisme interne	311 093	5,34
Nuitées globales	932626	-7,97
Nuitées du tourisme récepteur	480 558	-11,62
Nuitées du tourisme interne	452 068	-3,76
Arrivées de touristes à l'aéroport	Nd	Nd
Circuits inter-Etats	41	-4,65
Circuits internes	115	342,31
Excursions	15	Nd
Recettes en millions de F CFA		
Recettes globales	61 485,99	-4,56
Recettes des ETH	48 273,90	-5,77
Chiffre d'affaires sur titres de transport	13125,24	-0,31
Chiffre d'affaires sur circuits et excursions	87,45	231,63
Indices de performance		
Taux d'occupation (en %)	33,02	1,13
Durée moyenne de séjour (en nuitées)	1,97	-5,52
Taux de fréquentation (en %)	19,09	1,65
Dépense moyenne/jour/touriste en FCFA	51761	2,39

IV- Tourisme infos veille

1. Evènements du deuxième trimestre 2016

- ❖ **Du 28 Avril au 1er Mai 2016** : 5ème édition du Salon International de l'Environnement et des Energies Renouvelables de Ouagadougou (SIERO) ; thème : « *financement des systèmes énergétiques durables pour l'Afrique en développement* » ;
- ❖ **Du 26 Mars au 02 Avril 2016** : 18ème édition de la Semaine Nationale de la Culture (SNC) à Bobo, thème : « culture et cohésion sociale ».
- ❖ **Du 29 avril au 07 mai 2016** : 24ème édition du festival “Jazz à Ouaga” ; thème : « *les festivals, facteurs de développement touristique* ».
- ❖ **Du 26 au 28 mai 2016** : 5ème édition du Salon International de l'Energie, Mines et des Carrières (SEMICA) ; thème : « transition énergétique et RSE dans les entreprises minières en Afrique ».

2. Événements du quatrième trimestre 2016

- ❖ **Du 29 septembre au 02 octobre** : 11^e édition du Salon International du Tourisme et de l'Hôtellerie de Ouagadougou (SITHO), sous le thème « *pratique du tourisme et éducation* » ;
- ❖ **Du 25 octobre au 03 novembre 2016** : 29ème édition du Tour Cycliste International de Ouagadougou (Tour du Faso) ;
- ❖ **Du 24 au 26 novembre 2016** : 2^{ème} édition de Africa Telecoms Business Meeting ;
Thème : « *télécommunication en Afrique : quel profit ?* ».
- ❖ **Du 26 au 30 novembre 2016** : Foire Internationale du Livre de Ouagadougou (FILO). Thème : « *marché littéraire, rencontres et conférences* » ;
- ❖ **Du 25 novembre au 1^{er} décembre 2016** : Salon International de la Mode et de la Beauté Africaine (SIMBA) à Bagré (région du Centre Est) ;
- ❖ **Du 28 octobre au 06 novembre 2016** : 14ème édition du Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO), sous le thème « *Artisanat africain, entrepreneuriat féminin et protection sociale* »
- ❖ **Du 30 novembre au 04 décembre** : 21^{ème} édition des Nuits Atypiques de Koudougou (NAK) ; thème : « *culture et révolution* » ;
- ❖ **Du 1^{er} décembre 2016** : Ouverture de la saison de chasse et sa poursuite durant le premier trimestre 2014 ;
- ❖ **Du 11 décembre 2016** : Célébration de la fête de l'indépendance à Kaya ;



Photo : OUEDRAOO Nomwindé, lac Tengrela, 1^{ère} édition du Concours Photo des sites touristiques, MCT, 2015

V- Informations sur l'industrie touristique

1. Les entreprises touristiques

Le tourisme est un phénomène défini à l'origine du point de vue de la demande. L'approche par l'offre touristique suppose une analyse des biens et services acquis par les visiteurs pendant leurs voyages. Ces biens et services sont produits par une industrie spécifique appelée "industrie touristique". Mais il ne s'agit pas d'une industrie comme on peut l'entendre de l'industrie pharmaceutique ou de l'industrie pétrochimique. Il s'agit en réalité d'un amalgame d'industries qui produisent des biens dont l'offre ne serait plus significative en l'absence de visiteurs.

L'OMT définit les entreprises touristiques comme celles qui sont destinées presque exclusivement à satisfaire les besoins des touristes ou celles dont le niveau de production est très lié au phénomène touristique.

Il existe une relation étroite entre les entreprises touristiques et les biens produits par celles-ci appelés communément produits spécifiques du tourisme. Ces derniers sont désignés comme les produits pour lesquels on considère que, dans la plupart des pays, ils seraient susceptibles de cesser d'exister en quantité significative ou dont la consommation diminuerait de façon significative en cas d'absence de visiteurs, et pour lesquels il semble possible d'obtenir des données statistiques.

Dans un souci de comparabilité internationale, l'OMT a dressé une liste d'entreprises touristiques en fonction des produits spécifiques du tourisme à un niveau d'agrégation

et tout pays souhaitant élaborer sa propre liste d'entreprises touristique devrait se reporter à cette classification.

Tableau III : Liste des entreprises touristiques en fonction des produits spécifiques du tourisme

Liste des produits spécifiques du tourisme	Liste des entreprises touristiques
1. services d'hébergement 1.1 hôtels et autres services d'hébergement 1.2 services touristiques d'hébergement pour propre compte ou pour compte d'autrui	1. hôtels et établissements assimilés 2. propriété de résidence imputée
2. services de restauration	3. restaurants et établissements assimilés
3. services de transport de voyageur 3.1 services de transport ferroviaire interurbain de voyageurs 3.2 services de transport routier de voyageurs 3.3 services de transport par voie d'eau de voyageurs 3.4 services de transport aérien de voyageur 3.5 services annexes des transports de voyageurs 3.6 location de matériels de transport de voyageur	4. transports ferroviaires de voyageurs 5. transports routiers de voyageurs 6. transport par voie d'eau de voyageur 7. transport aérien de voyageurs 8. services annexes des transports de voyageurs 9. location de matériels de transport de voyageurs
4. services d'agences de voyage, de voyagistes et de guides du tourisme	10. agences de voyages et activités assimilées
5. services culturels	11. entreprises culturels
6. services de loisirs et de divertissements	12. services sportifs et autres services récréatifs
7. services touristiques divers (assurances, finances, alimentations, etc.)	

Source : OMT

2. La mission de promotion de l'entrepreneuriat touristique par la DDIT

La DDIT, c'est la Direction du Développement de l'Industrie Touristique. Créée en 2014 elle est chargée :

- de structurer les professions et les métiers du tourisme ;
- d'assurer l'appui-conseil, l'encadrement et la formation continue des acteurs ;
- de développer l'entrepreneuriat touristique ;
- d'œuvrer à la mise en place d'un environnement fiscal incitatif ;
- de contribuer à la recherche et la mobilisation des ressources nécessaires à l'activité touristique ;
- d'évaluer et suivre la mise en œuvre de la Politique nationale du tourisme et de ses Plans d'actions ;
- d'élaborer les projets et programmes de son domaine de compétence ;
- de développer la gastronomie nationale.

Sources du Baromètre : Sondage ; Bases de données de l'OBSTOUR ; répertoire des sites touristiques du Burkina, éd. 2014 ; crédit photos : concours de la Photographie des sites touristiques, DGT.

IMPORTANT :

Selon l'article 22 du décret N°2004 349/PRES/PM/MCAT/MFB/MCPEA/MATD du 13 Août 2004, tous les exploitants des établissements touristiques d'hébergement sont tenus dans les dix (10) jours ouvrables qui suivent la fin de chaque mois de communiquer à l'administration nationale du tourisme, toutes informations notamment statistiques liées à leur établissement. Toute infraction à cet article sera passible d'une amende de 50 000 f CFA à 100 000 f CFA.

Selon l'article 8 du décret n°2004-350/PRES/PM/MCAT/MFB/MCPEA/MATD du 13 août 2004 les Agences de voyage et de tourisme, afin de valider chaque année leur licence sont obligés de transmettre avec accusé de réception à l'Administration nationale du tourisme un rapport trimestriel d'activités comportant notamment, le nombre de circuits réalisés, les destinations, le volume de ventes et d'émission de titres de transport et les difficultés rencontrées.



Photo : SARE Warren Boureima, Village troglodyte, 1^{ère} édition du Concours Photo des sites touristiques, MCT, 2015