

RÉPUBLIQUE ISLAMIQUE DE MAURITANIE

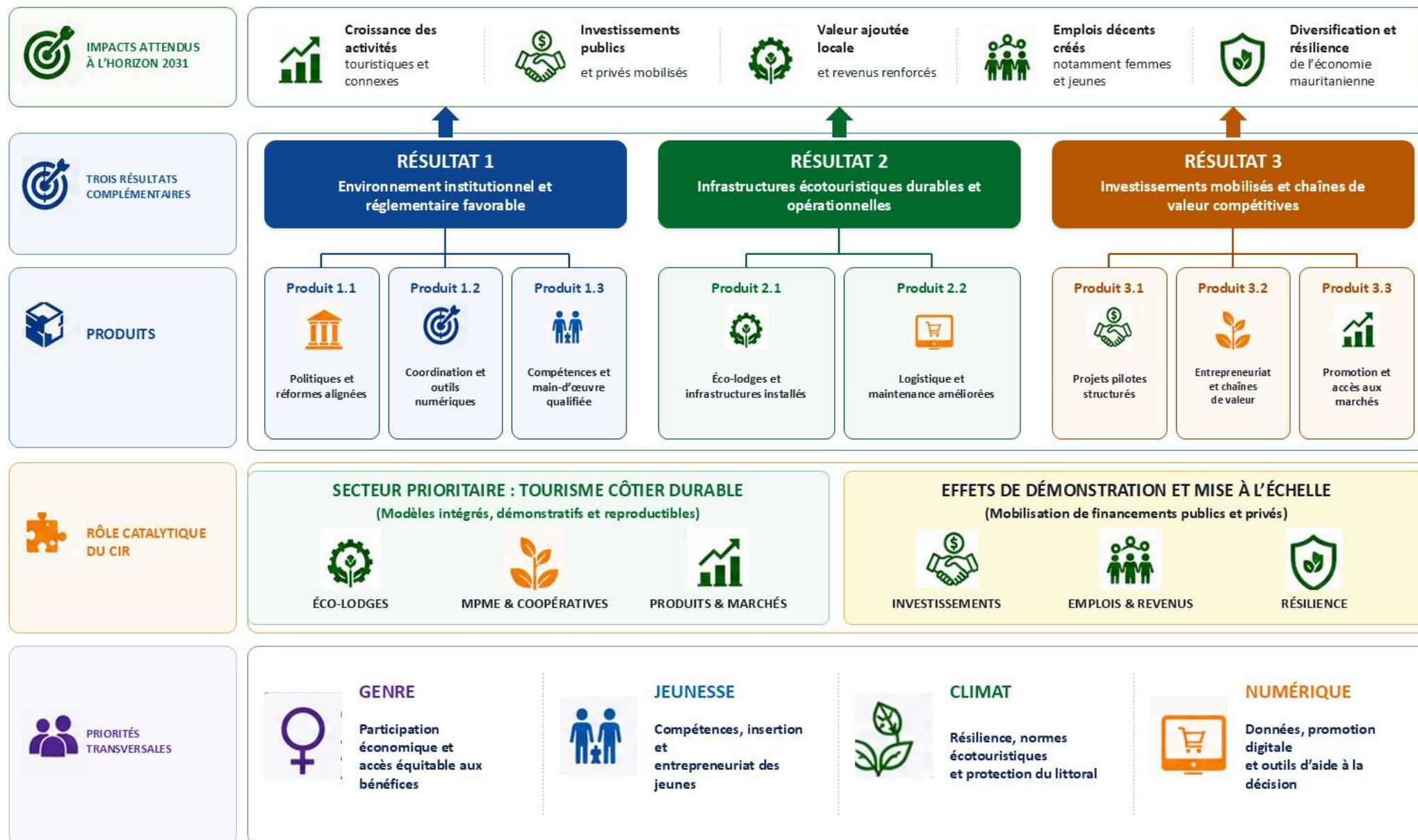


MINISTÈRE DU COMMERCE ET DU TOURISME

**DOCUMENT DE PROGRAMME PAYS POUR LA TROISIEME
PHASE DU CIR**

**APPUI À LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE
MAURITANIENNE**

ANNEXE 1 : THÉORIE DU CHANGEMENT – DPP CIR MAURITANIE (2026–2031)



Les priorités transversales sont intégrées dans l'ensemble des interventions et à tous les niveaux de mise en œuvre du programme.

Annexe 2: Cadre logique

Pays: Mauritanie

Période: Juin 2026 - Juin 2031

Chaîne de résultats	Code de l'indicateur	Indicateur	Base de référence 2025	Cible 2031	Moyens de vérification	Hypothèses
Impact : Diversification durable et inclusive de l'économie de la Mauritanie, fondée sur le développement de secteurs compétitifs, notamment le tourisme côtier durable, générant croissance, emplois et résilience.	I.I1	Taux d'accroissement des recettes annuelles générées par le tourisme côtier durable	N/A	5-10%	- Statistiques nationales	Stabilité politique, sécuritaire et macroéconomique maintenue ; demande touristique favorable ; accessibilité des destinations suffisante ; poursuite des réformes favorables au commerce et à l'investissement ; confiance des investisseurs maintenue ; risques climatiques et environnementaux maîtrisés ; bénéfices économiques accessibles aux communautés locales, aux femmes et aux jeunes.
	I.I2	Nombre total d'emplois directs et indirects créés	0	5 000	- Rapports narratif du DPP - Enquêtes emploi	
	I.I3	Montant total des nouveaux investissements privés et public mobilisés dans le secteur du tourisme (million)	N/A	10	- APIM - Banque mondiale (WDI) - Rapports narratif du DPP	
	I.I4	Taux d'accroissement du nombre de tourisme	N/A	5-10%		
Résultat 1 : Environnement institutionnel et réglementaire favorable au développement des chaînes de valeur.	R1.I1	Nombre de réformes sur le tourisme, le commerce et l'investissement mises en œuvre	0	3	- Rapports officiels du Gouvernement - SCAPP	L'engagement politique en faveur des réformes est maintenu ; les stratégies, normes et réformes adoptées sont effectivement appliquées ; les institutions concernées coopèrent et partagent les informations nécessaires ; le secteur privé participe régulièrement aux mécanismes de dialogue ; les administrations disposent de ressources suffisantes pour utiliser et maintenir les outils numériques ; les employeurs offrent des possibilités d'insertion aux personnes formées.
	R1.I2	Taux de réduction du coût/temps des procédures commerciales et d'investissement	Les procédures sont longues et complexes	au moins 25%	- Rapports administratifs - Enquêtes après des usagers	
	R1.I3	Nombre de mécanismes de coordination commerce-investissement fonctionnels	N/A	4	- Rapports narratifs du DPP - Rapports institutionnels	
	R1.I4	Taux d'utilisation des outils numériques de gestion et de facilitation mis en place	Faible	75%	- Rapports administratifs - Enquêtes après des usagers	
	R1.I5	Taux d'insertion professionnelle post-formation	0	minimum 50%	- Enquêtes de suivi des bénéficiaires	
Produit 1.1 : Cadres politiques, réglementaires et stratégiques alignés et opérationnels	P1.1.I1	Nombre de stratégies élaborées/révisées et adoptées	0	3	- Documents stratégiques validés - Arrêtés ministériels - Rapports narratifs du DPP	Engagement politique maintenu ; participation effective des institutions et du secteur privé ; disponibilité de données fiables ; consensus sur les réformes et les normes ; absence de changement politique ou institutionnel remettant en cause les cadres adoptés.
	P1.1.I2	Taux d'application des normes et standards dans le secteur du tourisme	Faible	75%	- Rapports sectoriels sur le tourisme - Rapports narratifs du DPP	
	P1.1.I3	Nombre de réformes réglementaires, normes et mécanisme de suivi mis en œuvre pour améliorer le climat des affaires	Réformes limitées	3	- Journal officiel - Textes réglementaires adoptés	
	P1.2.I1	Nombre de rencontres des mécanismes de coordination facilitées annuellement	0	4	- Comptes rendus des réunions - Rapports narratifs du DPP	Participation régulière des institutions ; disponibilité et partage des données ; connectivité et sécurité
	P1.2.I2	Nombre d'outils digitaux opérationnels (SIG, portails, data)	0	3	- Rapports techniques - Rapports narratifs du DPP	

Chaîne de résultats	Code de l'indicateur	Indicateur	Base de référence 2025	Cible 2031	Moyens de vérification	Hypothèses
Produit 1.2 : Capacités institutionnelles renforcées	P1.2.I3	Nombre d'études de faisabilité technico-institutionnel réalisés	0	4	- Rapports d'études - Rapports narratifs du DPP	numérique suffisantes ; ressources nationales disponibles pour la maintenance des outils ; accès maintenu aux réunions et à l'assistance technique internationales ; coordination fonctionnelle avec la représentation à Genève.
	P1.2.I4	Nombre de réunions internationales sur le commerce et l'investissement auxquelles la Mauritanie a participé annuellement, y compris pour la mobilisation de ressources	0	3	- Rapports narratifs du DPP - Rapports de mission	
Produit 1.3 : Compétences sectorielles et main-d'œuvre qualifiée développées	P1.3.I1	Nombre de personnes formées (désagréé femmes/jeunes)	0	350 dont 100 des femmes et 50% jeunes	- Listes de présence - Rapports de formation - Rapports narratifs du DPP	Participation effective des bénéficiaires ; disponibilité de formateurs qualifiés ; adoption des curricula par les établissements compétents ; engagement des employeurs dans les stages et l'insertion ; demande suffisante pour les compétences développées ; obstacles à la participation des femmes et des jeunes maîtrisés.
	P1.3.I3	Nombre de référentiels et curricula développés	0	5	- Les curricula disponibles - Rapports narratifs du DPP	
	P1.3.I4	Nombre de formateurs certifiés formés	0	10	- Rapports de formation - Certificats délivrés	
	P1.3.I5	Part des formations de l'ENMT bénéficiant de plateaux pédagogiques	75%	80%	- Rapports narratifs du DPP - Rapports de l'ENMT	
Résultat 2: Infrastructures écotouristiques opérationnelles et conformes aux normes durables.	R2.I1	Taux de conformité des infrastructures aux normes écotouristiques (%)	0	80%	- Rapports d'évaluation technique - Rapports du MCT	Les sites retenus restent accessibles et exempts de conflits fonciers majeurs ; les autorisations administratives et environnementales sont délivrées dans les délais ; les communautés locales adhèrent aux investissements ; les opérateurs disposent des ressources nécessaires pour exploiter et entretenir les infrastructures.
	R2.I2	Taux de fonctionnalité des éco-lodges (%)	0	80%	- Rapports de maintenance - Registres d'entretien - Rapports narratifs du DPP - Rapports des missions de contrôle	
Produit 2.1 : Éco-lodges installés	P2.1.I1	Nombre d'éco-lodges construits/réhabilités et opérationnels sur les 2 sites identifiés	0	40	- Rapports narratifs du DPP - Procès verbaux de réception - Rapports des visites de terrain	Disponibilité des prestataires, matériaux et équipements ; conditions climatiques et logistiques favorables ; adhésion des communautés et autorités locales ; absence d'impact environnemental ou social majeur non maîtrisable.
Produit 2.2 : Services logistiques améliorés	P2.2.I1	Niveau d'équipement et de fonctionnalité des éco-lodges construits sur les 2 sites	0	90%	- Rapports narratifs du DPP - Procès verbaux de réception - Rapports des visites de terrain	Disponibilité des équipements et services techniques ; accès suffisant à l'eau, à l'énergie et à l'assainissement ; engagement des opérateurs dans la maintenance ; risques de dégradation des équipements maîtrisés.
	P2.2.I2	Existence d'un dispositif de maintenance et de suivi des éco-lodges	Absence de dispositif structuré de suivi	Dispositif existant	- Rapports narratifs du DPP - Rapports techniques du dispositif	
Résultat 3: Investissements catalytiques mobilisés et chaînes de valeur compétitives	R3.I1	Nombre de nouveaux investisseurs (nationaux, régionaux ou internationaux) mobilisés	0	10	- Rapports narratifs du DPP	La demande touristique et commerciale demeure suffisante ; les investisseurs conservent leur intérêt pour les projets préparés ; les institutions financières proposent des mécanismes adaptés aux MPME ; les infrastructures écotouristiques soutenues restent
	R3.I2	Taux de maintien des entreprises formalisées dans le secteur formel	0	75%	- Rapports du MCT - Rapports narratifs du DPP	

Chaîne de résultats	Code de l'indicateur	Indicateur	Base de référence 2025	Cible 2031	Moyens de vérification	Hypothèses
développées dans les secteurs prioritaires.	R3.I3	Nombre de contrats commerciaux générés	0	10	- Rapports narratifs du DPP - Enquêtes auprès des bénéficiaires	fonctionnelles ; l'environnement réglementaire encourage la formalisation des entreprises ; les conditions d'accès aux marchés, de transport et de connectivité numérique restent favorables.
	R3.I4	Taux d'accroissement du chiffre d'affaires des entreprises soutenues (%)	0	Entre 5 et 10%	- Rapports narratifs du DPP - Enquêtes auprès des bénéficiaires	
Produit 3.1 : Investissements pilotes structurants réalisés et modèles économiques démontrés	P3.1.I1	Nombre d'études de faisabilités ou de projets d'investissements soutenus	0	2	- Rapports d'études - Dossiers techniques validés	Disponibilité de données fiables ; faisabilité des sites confirmée ; cadre PPP applicable ; intérêt des investisseurs et partenaires financiers ; stabilité raisonnable des coûts et hypothèses économiques.
	P3.1.I2	Nombre de projets d'investissement pilotes définis	0	4	- Rapports techniques des projets - Rapports narratifs du DPP	
Produit 3.2 : Entrepreneurat local et chaînes de valeur soutenus	P3.2.I1	Nombre de MPME/acteurs du secteur informel soutenues vers la formalisation et l'accès au financement	0	100	- Rapports du MCT - Rapports narratifs du DPP	Volonté des acteurs informels de se formaliser ; mobilisation et gouvernance adéquate des coopératives ; offre de financement adaptée aux MPME ; disponibilité des services d'accompagnement ; demande suffisante pour les produits et services ; participation économique des femmes et des jeunes socialement acceptée et soutenue.
	P3.2.I2	Nombre de coopératives mises en place et/ou soutenues	0	10	- Registres des coopératives - Rapports narratifs du DPP	
	P3.2.I3	Part femmes/jeunes dans les entreprises soutenues (%)	0	60%	- Rapports narratifs du DPP	
Produit 3.3 : Promotion et accès aux marchés renforcés	P.3.3.I1	Nombre de MPME accompagnées dans le développement et la promotion de produits touristiques	0	20	- Rapports du MCT - Rapports narratifs du DPP - Enquêtes auprès des opérateurs	Existence d'une offre touristique adaptée aux marchés ; qualité et disponibilité suffisantes des services ; accessibilité et sécurité des sites maintenues ; adoption des outils numériques par les opérateurs ; connectivité suffisante ; maintien des événements promotionnels ; utilisation coordonnée de l'image de la destination.
	P.3.3.I2	Nombre d'initiatives de promotion de la destination Mauritanie soutenues (portail digital, stratégie de branding, etc.)	0	4	- Rapports narratifs du DPP	

Annexe 3: Plan de travail global

 Pays: **Mauritanie**

 Période: **2026-2031**

Résultat, produit et code indicateur	Code de l'activité	Description de l'activité	Intrants	Calendrier						Budget (USD)		Source de financement		Entité principale	Taux d'exécution
				2026	2027	2028	2029	2030	2031	FF 1	FF 2	Financement par le CIR	Autres sources de financement		
Résultat 1 : Environnement institutionnel et réglementaire favorable au développement des chaînes de valeur.										493,100	616,700	1,109,800	116,500		
Produit 1.1 : Cadres politiques, réglementaires et stratégiques alignés et opérationnels										38,000	133,000	171,000	88,000		
P1.1.1.1	P1.1.1.1.A1	Élaborer la Stratégie Nationale du commerce extérieur	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)		X							-	45,000		
	P1.1.1.1.A2	Élaborer la stratégie nationale ZLECAf	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)		X							-	43,000		
	P1.1.1.1.A3	Elaborer la stratégie de promotion des investissements	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)	X						38,000		38,000	-		
P1.1.1.2	P1.1.1.2.A1	Développer et valider des normes écotouristiques (hébergement, guides, services nautiques)	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)		X						25,000	25,000	-		
P1.1.1.3	P1.1.1.3.A1	Appuyer la simplification la transparence et la numérisation des procédures d'investissement.	Honoraire du bureau d'expertise		X						30,000	30,000	-		
	P1.1.1.3.A2	Appuyer la mise en place d'un cadre PPP pour la préparation et la réalisation des investissements touristiques durables	Honoraire du bureau d'expertise		X						30,000	30,000	-		
	P1.1.1.3.A3	Mettre en place un tableau de bord de suivi des réformes relatives au commerce, à l'investissement et au tourisme	Consultants Animateurs/Atelier-Formation la mise en place d'un mécanisme de suivi		X						48,000	48,000	-		
Produit 1.2 : Capacités institutionnelles renforcées										329,600	60,000	389,600	28,500		
P1.2.1.1	P1.2.1.1.A1	Organiser annuellement 2 sessions du Comité National de Pilotage	Indemnités de transports versées aux membres du comité National de pilotages	X	X	X	X	X	X	30,000		30,000			
	P1.2.1.1.A2	Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un cadre sectoriel de dialogue public-privé sur le tourisme, le climat des affaires et la facilitation des investissements	Honoraire du bureau d'expertise	X								-	16,500		
	P1.2.1.1.A3	Apporter une assistance technique au MCT	Honoraires consultant national	X	X	X	X	X	X	69,600		69,600			
P1.2.1.2	P1.2.1.2.A1	Mettre à jour régulièrement la plateforme numérique du MCT	Frais liés au bureau d'ingénierie et formation du personnel	X	X	X	X	X	X			-	12,000		
	P1.2.1.2.A2	Mettre en place un SIG Tourisme et assurer son fonctionnement	Honoraire du bureau d'expertise			X				35,000		35,000			
	P1.2.1.2.A3	Actualiser et renforcer la plateforme de suivi et de régulation des marchés	Honoraire du bureau d'expertise		X	X	X	X	X		60,000	60,000	-		
P1.2.1.3	P1.2.1.3.A1	Réaliser une études de faisabilite technique et de soutenbilite budgetaire pour la mise en place du PVCm	Honoraire des experts		X					25,000		25,000			
	P1.2.1.3.A2	Réaliser une études de faisabilite technique et de soutenbilite budgetaire pour la mise en place du GUCE	Honoraire des experts - Acquisitions des équipements et matériels		X					30,000		30,000			
	P1.2.1.3.A3	Réaliser une étude de faisabilité pour la mise en place d'un Centre de promotion des Exportations	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)	X						25,000		25,000			
	P1.2.1.3.A4	Réaliser une étude sur la contrubition des services touristiques à l'économie mauritanienne	Consultants Animateurs ateliers de formation la mise en placed'un centre de promotion des exportations	X						25,000		25,000			

P1.2.I4	P1.2.I4.A1	Organiser et participer aux réunions de concertation avec les partenaires (Investisseurs, PPP, et les partenaires aux développements), y compris pour la mobilisation des ressources.	Frais liés à la logistique des réunions	X	X	X	X	X	X	30,000		30,000			
	P1.2.I4.A2	Organiser les missions de suivi et de partage d'expériences avec les partenaires du programme, et appuyer la participation des représentants de la Mauritanie aux réunions internationales prioritaires sur le commerce et l'investissement.	Billets d'avion, frais de transport et frais de missions	X	X	X	X	X	X	60,000		60,000			
Produit 1.3 : Compétences sectorielles et main-d'œuvre qualifiée développées										125,500	423,700	549,200	-		
P1.3.I1	P1.3.I1.A1	Organiser 2 sessions de formation de 15 cadres du MCT sur les négociations commerciales et la participation aux travaux de l'OMC	Consultants Animateurs ateliers de formation sur les négociation des cadres du MCT		X		X			31,500		31,500	-		
	P1.3.I1.A2	Organiser 2 sessions de formation de 20 cadres du MCT sur les marchés publics	Consultants Animateurs ateliers de formation sur les négociation des cadres du MCT		X	X				36,000		36,000	-		
	P1.3.I1.A3	Soutenir la formation qualifiant de 200 jeunes et femmes à L'École Nationale des Métiers du Tourisme (ENMT)	Consultants d'appui de la formation de('ENMT) outiels de formation		X	X					70,000	70,000	-		
	P1.3.I1.A4	Soutenir la formation continue de 100 opérateurs touristiques à l'ENMT	Consultants d'appui de la formation de('ENMT) outiels de formation		X						32,300	32,300	-		
	P1.3.I1.A5	Organiser 2 session de formation au profit de 20 cadres du MCT sur la classification hôtelière	Consultants Animateurs ateliers de formation sur la classification hôtelière		X		X				38,000	38,000	-		
	P1.3.I1.A6	Former 20 cadres du MCT au développement, à la gestion et au suivi-évaluation des projets	Consultants Animateurs ateliers de formation sur le développement et la gestion de projet (cadre logique finances suivi évaluation)		X		X			22,000		22,000	-		
	P1.3.I1.A7	Organiser des concertations sur les mécanismes nationaux de coordination commerciale, la participation de la Mauritanie aux travaux de l'OMC et la mobilisation de l'assistance technique et de l'Aide pour le commerce.	Consultants Animateurs ateliers de formation		X	X				36,000		36,000	-		
	P1.3.I1.A8	Mettre en place un dispositif d'insertion professionnelle des jeunes et femmes formés (stages en entreprise, PPP, suivi post-formation)	Consultants Animateurs ateliers de formation sur l'insertion professionnelle des jeunes et femmes formés			X					16,000	16,000	-		
P1.3.I3	P1.3.I3.A1	Élaborer 5 curricula et référentiels de formation dans le secteur du tourisme	Honoraire du bureau d'expertise		X						25,000	25,000	-		
P1.3.I4	P1.3.I4.A1	Soutenir la formation et l'équipement en kits de formation de 10 formateurs de l'ENMT	Honoraire du bureau d'expertise								60,000	60,000	-		
P1.3.I5	P1.3.I5.A1	Équiper les plateaux pédagogiques prioritaires de l'ENMT et établir un dispositif de gestion, de maintenance et de renouvellement des équipements et consommables.	Achat et installation d'équipements de cuisine et de pâtisserie pédagogique		X	X	X				182,400	182,400	-		
Résultat 2: Infrastructures écotouristiques opérationnelles et conformes aux normes durables.										-	1,042,900	1,042,900	400,000		
Produit 2.1 : Éco-lodges installés										-	602,900	602,900	400,000		
P2.1.I1	P2.1.I1.A1	Concevoir les plans architecturaux des des éco-lodges par un cabinet d'architecture	Honoraire du consultants- Frais liés à l'étude du Bureau d'architerure pour la conception des ecolodges	X							15,000	15,000			
	P2.1.I1.A2	Acquérir et installer les ecolodges sur les 2 sites identifiés	Commander et faire installer les ecolodges		X	X					547,900	547,900	400,000		
	P2.1.I1.A3	Constuire des bassins pour la réserve d'eau	Prendre en change les travaux de contruction des bassins		X	X					40,000	40,000			
Produit 2.2 : Services logistiques améliorés										-	440,000	440,000	-		
	P2.2.I1.A1	Acquérir et installer des panneaux solaires	Commander et installer les panneaux		X	X					90,000	90,000	-		

P2.2.I1	P2.2.I1.A2	Acquérir les mobiliers et produits artisanaux pour l'ameublement des écolodges	Equipements et décoration artisanale des écolodges		X	X					200,000	200,000	-		
	P2.2.I1.A3	Acquérir des équipements pour la restauration et la congélation des produits alimentaires	Equipements et matériels de restauration des 2 sites		X	X	X				50,000	50,000	-		
	P2.2.I1.A4	Acquérir du mobilier des restaurants des 2 sites (tables à manger, chaise...)	Mobiliers salle à manger des 2 sites			X					20,000	20,000	-		
	P2.2.I1.A5	Acquérir 2 tricycles pour le transports sur les 2 sites	Acquisition 2 tricycles moyens de transport des 2 sites			X					10,000	10,000	-		
P2.2.I2	P2.2.I2.A1	Mettre en place un dispositif de maintenance des éco-lodges	Maintenance des structures et le suivi		X	X	X	X	X		70,000	70,000	-		
Résultat 3: Investissements catalytiques mobilisés et chaînes de valeur compétitives développées dans les secteurs prioritaires.											-	726,000	726,000	30,000	
Produit 3.1 : Investissements pilotes structurants réalisés et modèles économiques démontrés											-	230,700	230,700	-	
P3.1.I1	P3.1.I1.A1	Réaliser une étude d'opportunité pour l'attraction touristique et l'investissement	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)		X						48000	48000			
	P3.1.I1.A2	Réaliser une étude de cartographie nationale des zones écotouristiques côtières	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)		X						45,000	45,000			
	P3.1.I1.A3	Réaliser une évaluation environnementale et sociale des interventions pilotes et sensibiliser les acteurs aux mesures de prévention, d'atténuation et de suivi	Honoraire du bureau d'expertise		X						30,000	30,000			
	P3.1.I1.A4	Identifier et prioriser les sites d'investissement	Honoraire du bureau d'expertise		X						27,700	27,700			
	P3.1.I1.A5	Réaliser 2 études de faisabilité technique et financière de projets touristiques	Honoraire du bureau d'expertise								40,000	40,000			
P3.1.I2	P3.1.I2.A1	Structurer 4 projets pilotes d'hébergements écotouristiques sous forme de PPP	Honoraire du bureau d'expertise		X	X	X				40,000	40,000			
Produit 3.2 : Entrepreneuriat local et chaînes de valeur soutenus											-	214,000	214,000	-	
P3.2.I1	P3.2.I1.A1	Organiser 4 campagnes régionales de sensibilisation sur la nécessité de se formaliser	Campagne de sensibilisation régionales sur la nécessité de se formaliser		X						30,000	30,000	-		
	P3.2.I1.A2	Appuyer la formalisation de 100 acteurs du secteur informel	Consultant de la formation de 100 acteurs du secteur informel		X						44,000	44,000	-		
	P3.2.I1.A3	Appui a la mise en place un dispositif de facilitation de l'accès au financement des MPME formalisées	Consultants d'appui de la formation aux mécanismes de financement		X						16,000	16,000	-		
P3.2.I2	P3.2.I2.A1	Soutenir la structuration et la formalisation des coopératives locales	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur et services		X	X	X	X	X		70,000	70,000	-		
P3.2.I3	P3.2.I3.A1	Soutenir l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans les secteurs des services touristiques	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur de l'artisanat et les produits et services		X	X					54,000	54,000	-		
Produit 3.3 : Promotion et accès aux marchés renforcés											-	281,300	281,300	30,000	
P.3.3.I1	P3.3.I1.A1	Soutenir 20 MPME dans le développement de produits touristiques intégrés (circuits touristiques, packages multi-destinations, etc.)	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur touristique		X						18,000	18,000	-		
	P3.3.I1.A2	Faciliter la participation des MPME soutenues à des salons internationaux de tourisme	Biellets d'avion, location de stands, frais divers		X	X	X				136,000	136,000	-		
P.3.3.I2	P3.3.I2.A1	Développer un portail multilingue de promotion de la destination Mauritanie	Honoraire du bureau d'expertise	X							24,500	24,500	-		
	P3.3.I2.A2	Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing et de branding touristique (image de destination, marketing digital, etc.)	Honoraire du bureau d'expertise		X						75,500	75,500	-		
	P3.3.I2.A3	Organisation d'un Voyage de presse et d'un éductour	Voyage de presse & éductours pour 40 participants			X					27,300	27,300	-		
	P3.3.I2.A4	Confection de panneaux de signalisation				X					-	-	30,000		
Gestion et opérations du programme											333,400	287,900	621,300	358,000	

	Ressources humaines	Rémunération du personnel de l'UNMO	X	X	X	X	X	X	208,800		208,800	232,000		
	Fonctionnement	Divers frais de fonctionnement	X	X	X	X	X	X		273,900	273,900	126,000		
	Équipement	Divers équipement pour la gestion	X	X	X	X	X	X	94,600		94,600			
	Suivi, évaluation et apprentissage	Evaluation à mi-parcours et finale du DPP			X			X		14,000	14,000			
	Administration financière et audit	Audit annuel des comptes	X	X	X	X	X	X	30,000		30,000			
Budget total par facilité de financement									826,500	2,673,500	3,500,000	904,500		
Total général												4,404,500.00		

Plan de travail annuel

Pays: Mauritanie

Période: 2026-2031

Résultat, produit et code indicateur	Code de l'activité	Description de l'activité	Intrants	2026				2027				Budget (USD)		Source de financement		Entité principale	Taux d'exécution
				T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	FF1	FF2	Financement par le CIR	Autres sources de financement		
Résultat 1 : Environnement institutionnel et réglementaire favorable au développement des chaînes de valeur.												135,000	25,000	160,000	106,500		
Produit 1.1 : Cadres politiques, réglementaires et stratégiques alignés et opérationnels												63,000	-	63,000	88,000		
P1.1.I1	P1.1.I1.A1	Élaborer la Stratégie Nationale du commerce extérieur	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)				X					-		-	45,000		
	P1.1.I1.A2	Élaborer la stratégie nationale ZLECAf	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)				X							-	43,000		
	P1.1.I1.A3	Elaborer la stratégie de promotion des investissements	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)				X					38,000		38,000	-		
P1.1.I2	P1.1.I2.A1	Développer et valider des normes écotouristiques (hébergement, guides, services nautiques)	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)					X	X			25,000		25,000	-		
Produit 1.2 : Capacités institutionnelles renforcées												50,000	-	50,000	18,500		
P1.2.I1	P1.2.I1.A1	Organiser annuellement 2 sessions du Comité National de Pilotage	Indemnités de transports versées aux membres du comité National de pilotages				X					5,000		5,000	-		
	P1.2.I1.A2	Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un cadre sectoriel de dialogue public-privé sur le tourisme, le climat des affaires et la facilitation des investissements	Honoraire du bureau d'expertise				X							-	16,500		
	P1.2.I1.A3	Apporter une assistance technique au MCT	Honoraires consultant national				X	X	X	X		12,000		12,000			
P1.2.I2	P1.2.I2.A1	Mettre à jour régulièrement la plateforme numérique du MCT	Frais liés au bureau d'ingénierie et formation du personnel											-	2,000		
	P1.2.I2.A2	Mettre en place un SIG Tourisme et assurer son fonctionnement	Honoraire du bureau d'expertise											-			
	P1.2.I2.A3	Actualiser et renforcer la plateforme de suivi et de régulation des marchés	Honoraire du bureau d'expertise											-	-		
P1.2.I3	P1.2.I3.A1	Réaliser une études de faisabilite technique et de soutenbilite budgetaire pour la mise en place du PVM	Honoraire des experts											-	-		
	P1.2.I3.A2	Réaliser une études de faisabilite technique et de soutenbilite budgetaire pour la mise en place du GUCE	Honoraire des experts - Acquisitions des équipements et matériels											-	-		
	P1.2.I3.A3	Réaliser une étude de faisabilité pour la mise en place d'un Centre de promotion des Exportations	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)				X					25,000		25,000	-		
	P1.2.I3.A4	Réaliser une étude sur la contrubition des services touristiques à l'économie mauritanienne	Consultants Animateurs ateliers de formation la mise en placed'un centre de promotion des exportations											-	-		
	P1.2.I4.A1	Organiser et participer aux réunions de concertation avec les partenaires (Investisseurs, PPP, et les partenaires aux développements), y compris pour la mobilisation des ressources.	Frais liés à la logistique des réunions				X					3,000		3,000	-		

Résultat, produit et code indicateur	Code de l'activité	Description de l'activité	Intrants	2026				2027				Budget (USD)		Source de financement		Entité principale	Taux d'exécution
				T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	FF1	FF2	Financement par le CIR	Autres sources de financement		
P1.2.I4	P1.2.I4.A2	Organiser les missions de suivi et de partage d'expériences avec les partenaires du programme, et appuyer la participation des représentants de la Mauritanie aux réunions internationales prioritaires sur le commerce et l'investissement.	Billets d'avion, frais de transport et frais de missions				X					5,000		5,000			
Produit 1.3 : Compétences sectorielles et main-d'œuvre qualifiée développées												22,000	25,000	47,000	-		
P1.3.I1	P1.3.I1.A1	Organiser 2 sessions de formation de 15 cadres du MCT sur les négociations commerciales et la participation aux travaux de l'OMC	Consultants Animateurs ateliers de formation sur les négociation des cadres du MCT											-			
	P1.3.I1.A2	Organiser 2 sessions de formation de 20 cadres du MCT sur les marchés publics	Consultants Animateurs ateliers de formation sur les négociation des cadres du MCT											-			
	P1.3.I1.A3	Soutenir la formation qualifiant de 200 jeunes et femmes à L'École Nationale des Métiers du Tourisme (ENMT)	Consultants d'appui de la formation de('ENMT) outiels de formation											-			
	P1.3.I1.A4	Soutenir la formation continue de 100 opérateurs touristiques à l'ENMT	Consultants d'appui de la formation de('ENMT) outiels de formation											-			
	P1.3.I1.A5	Organiser 2 session de formation au profit de 20 cadres du MCT sur la classification hôtelière	Consultants Animateurs ateliers de formation sur la classification hôtelière											-			
	P1.3.I1.A6	Former 20 cadres du MCT au développement, à la gestion et au suivi-évaluation des projets	Consultants Animateurs ateliers de formation sur le développement et la gestion de projet (cadre logique finances suivi évaluation)					X	X			22,000		22,000			
	P1.3.I1.A7	Organiser des concertations sur les mécanismes nationaux de coordination commerciale, la participation de la Mauritanie aux travaux de l'OMC et la mobilisation de l'assistance technique et de l'Aide pour le commerce.	Consultants Animateurs ateliers de formation											-			
	P1.3.I1.A8	Mettre en place un dispositif d'insertion professionnelle des jeunes et femmes formés (stages en entreprise, PPP, suivi post-formation)	Consultants Animateurs ateliers de formation sur l'insertion professionnelle des jeunes et femmes formés											-			
P1.3.I3	P1.3.I3.A1	Élaborer 5 curricula et référentiels de formation dans le secteur du tourisme	Honoraire du bureau d'expertise					X	X				25,000	25,000			
P1.3.I4	P1.3.I4.A1	Soutenir la formation et l'équipement en kits de formation de 10 formateurs de l'ENMT	Honoraire du bureau d'expertise											-			
Résultat 2: Infrastructures écotouristiques opérationnelles et conformes aux normes durables.												-	15,000	15,000	-		
Produit 2.1 : Éco-lodges installés												-	15,000	15,000	-		
P2.1.I1	P2.1.I1.A1	Concevoir les plans architecturaux des des éco-lodges par un cabinet d'architecture	Honoraire du consultants- Frais liés à l'étude du Bureau d'architerure pour la conception des ecolodges				X						15,000	15,000			
	P2.1.I1.A2	Acquérir et installer les ecolodges sur les 2 sites identifiés	Commander et faire installer les ecolodges											-			
	P2.1.I1.A3	Constuire des bassins pour la réserve d'eau	Prendre en change les travaux de contruction des bassins											-			
Produit 2.2 : Services logistiques améliorés												-	-	-	-		
	P2.2.I1.A1	Acquérir et installer des panneaux solaires	Commander et installer les panneaux											-			
	P2.2.I1.A2	Acquérir les mobiliers et produits artisanaux pour l'ameublement des ecolodges	Equipements et décoration artisanale des ecolodges											-			

Résultat, produit et code indicateur	Code de l'activité	Description de l'activité	Intrants	2026				2027				Budget (USD)		Source de financement		Entité principale	Taux d'exécution
				T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	FF1	FF2	Financement par le CIR	Autres sources de financement		
P2.2.I1	P2.2.I1.A3	Acquérir des équipements pour la restauration et la congélation des produits alimentaires	Equipements et matériels de restauration des 2 sites											-			
	P2.2.I1.A4	Acquérir du mobilier des restaurants des 2 sites (tables à manger, chaise...)	Mobiliers salle à manger des 2 sites											-			
	P2.2.I1.A5	Acquérir 2 tricycles pour le transports sur les 2 sites	Acquisition 2 tricycles moyens de transport des 2 sites											-			
P2.2.I2	P2.2.I2.A1	Mettre en place un dispositif de maintenance des éco-lodges	Maintenance des structures et le suivi											-			
Résultat 3: Investissements catalytiques mobilisés et chaînes de valeur compétitives développées dans les secteurs prioritaires.												-	74,700	74,700	-		
Produit 3.1 : Investissements pilotes structurants réalisés et modèles économiques démontrés												-	50,200	50,200	-		
P3.1.I1	P3.1.I1.A1	Réaliser une étude d'opportunité pour l'attraction touristique et l'investissement	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)														
	P3.1.I1.A2	Réaliser une étude de cartographie nationale des zones écotouristiques côtières	Honoraire des consultants- Frais liés à l'atelier de validation (Location salle, frais de déplacement des participants, restauration, etc..)					X	X	X	X		22,500	22,500			
	P3.1.I1.A3	Réaliser une évaluation environnementale et sociale des interventions pilotes et sensibiliser les acteurs aux mesures de prévention, d'atténuation et de suivi	Honoraire du bureau d'expertise										-	-			
	P3.1.I1.A4	Identifier et prioriser les sites d'investissement	Honoraire du bureau d'expertise					X	X	X	X		27,700	27,700			
	P3.1.I1.A5	Réaliser 2 études de faisabilité technique et financière de projets touristiques	Honoraire du bureau d'expertise										-	-			
P3.1.I2	P3.1.I2.A1	Structurer 4 projets pilotes d'hébergements écotouristiques sous forme de PPP	Honoraire du bureau d'expertise					X	X				-	-			
Produit 3.2 : Entrepreneurat local et chaînes de valeur soutenus												-	-	-	-		
P3.2.I1	P3.2.I1.A1	Organiser 4 campagnes régionales de sensibilisation sur la nécessité de se formaliser	Campagne de sensibilisation régionales sur la nécessité de se formaliser											-			
	P3.2.I1.A2	Appuyer la formalisation de 100 acteurs du secteur informel	Consultant de la formation de 100 acteurs du secteur informel											-			
	P3.2.I1.A3	Appui à la mise en place un dispositif de facilitation de l'accès au financement des MPME formalisées	Consultants d'appui de la formation aux mécanismes de financement											-			
P3.2.I2	P3.2.I2.A1	Soutenir la structuration et la formalisation des coopératives locales	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur et services											-			
P3.2.I3	P3.2.I3.A1	Soutenir l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans les secteurs des services touristiques	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur de l'artisanat et les produits et services											-			
Produit 3.3 : Promotion et accès aux marchés renforcés												-	24,500	24,500	-		
P.3.3.I1	P3.3.I1.A1	Soutenir 20 MPME dans le développement de produits touristiques intégrés (circuits touristiques, packages multi-destinations, etc.)	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur touristique											-			
	P3.3.I1.A2	Faciliter la participation des MPME soutenues à des salons internationaux de tourisme	Biellets d'avion, location de stands, frais divers											-			
P.3.3.I2	P3.3.I2.A1	Développer un portail multilingue de promotion de la destination Mauritanie	Honoraire du bureau d'expertise				X						24,500	24,500			
	P3.3.I2.A2	Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing et de branding touristique (image de destination, marketing digital, etc.)	Honoraire du bureau d'expertise											-			

Résultat, produit et code indicateur	Code de l'activité	Description de l'activité	Intrants	2026				2027				Budget (USD)		Source de financement		Entité principale	Taux d'exécution
				T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	FF1	FF2	Financement par le CIR	Autres sources de financement		
	P3.3.I2.A3	Organisation d'un Voyage de presse et d'un éductour	Voyage de presse & éductours pour 40 participants											-			
	P3.3.I2.A4	Confection de panneaux de signalisation	Acheter et installer les panneaux de signalisation											-	-		
Gestion et opérations du programme												67,100	33,200	100,300	34,900		
	Ressources humaines	Rémunération du personnel de l'UNMO					X	X	X	X	X	36,000		36,000	16,000		
	Fonctionnement	Divers frais de fonctionnement					X	X	X	X	X		33,200	33,200	18,900		
	Équipement	Divers équipement pour la gestion					X	X	X	X	X	28,100		28,100			
	Suivi, évaluation et apprentissage	Evaluation à mi-parcours et finale du DPP												-			
	Administration financière et audit	Audit annuel des comptes					X					3,000		3,000			
Budget total par facilité de financement												202,100	147,900	350,000	141,400		
Total général															491,400.00		



Annexe 4: Modèle de budget détaillé

Pays : Mauritanie
Nom du projet : Programme d'aide à la diversification, la digitalisation de l'économie et de développement du tourisme côtier en
Date de début : 2026
Date de fin : 2031



Code de l'activité	Description de l'activité	Compte d'intrant et titre	Description de l'intrant	Facilité de financement (FF1/FF2)	Unité	2026			2027	2027			2028			2029			2030			2031			Budget total	Observations
						Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	1ère tranche	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total		
Résultat 1 : Environnement institutionnel et réglementaire favorable au développement des chaînes de valeur.								80,800	79,200			487,350			245,500			128,550			47,800			40,600	1,109,800	
Produit 1.1 : Cadres politiques, réglementaires et stratégiques alignés et opérationnels								38,000	25,000			78,000			30,000			-			-			-	171,000	
P1.1.I1.A3	Elaborer la stratégie de promotion des investissements	71210 - Consultants internationaux - Équipe technique - Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF1	Forfait	1	38,000	38,000																	38,000	
P1.1.I2.A1	Développer et valider des normes écotouristiques (hébergement, guides, services nautiques)	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de validation des normes écotouristiques nationales	FF2	Forfait				10,000	1	10,000	-													10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	NB de sessions de formation				10,000	2	5,000	-													10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF2	NB de bénéficiaires				5,000	100	50	-													5,000	
P1.1.I3.A1	Appuyer la simplification la transparence et la numérisation des procédures d'investissement.	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait								1	30,000	30,000										30,000	
P1.1.I3.A2	Appuyer la mise en place d'un cadre PPP pour la préparation et la réalisation des investissements touristiques durables	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forait					1	30,000	30,000													30,000	
P1.1.I3.A3	Mettre en place un tableau de bord de suivi des réformes relatives au commerce, à l'investissement et au tourisme	71210 - Consultants internationaux - Équipe technique - Produit	Elaborer une étude de faisabilités technique	FF2	Forait					1	25,000	25,000													25,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs/Atelier-Formation la mise en place d'un mécanisme de suivi	FF2	Forait					1	8,000	8,000													8,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	NB de sessions de formation					2	5,000	10,000													10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000													5,000	
Produit 1.2 : Capacités institutionnelles renforcées								42,800	7,200			120,600			82,800			47,800			47,800			40,600	389,600	
P1.2.I1.A1	Organiser annuellement 2 sessions du Comité National de Pilotage	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités de transports versées aux membres du comité National de pilotages	FF1	NB de Membre	20	200	4,000		20	200	4,000	20	200	4,000	20	200	4,000	20	200	4,000	20	200	4,000	24,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Pause café et Impression des documents du (CNP)	FF1	Forfait	2	500	1,000		2	500	1,000	2	500	1,000	2	500	1,000	2	500	1,000	2	500	1,000	6,000	
P1.2.I1.A3	Apporter une assistance technique au MCT	71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Honoraires du Consultant national	FF1	Mois	4	1,200	4,800	7,200	12	1,200	7,200	12	1,200	14,400	12	1,200	14,400	12	1,200	14,400	6	1,200	7,200	69,600	
P1.2.I2.A2	Mettre en place un SIG Tourisme et assurer son fonctionnement	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF1	Forfait								1	35,000	35,000										35,000	
P1.2.I2.A3	Actualiser et renforcer la plateforme de suivi et de régulation des marchés	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait	1	-	-		1	12,000	12,000	1	12,000	12,000	1	12,000	12,000	1	12,000	12,000	1	12,000	12,000	60,000	
P1.2.I3.A1	Réaliser une études de faisabilité technique et de soutenblilte budgétaire pour la mise en place du PVCM	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation la mise en place du PVCM	FF1	Forfait					1	10,000	10,000													10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation					2	5,000	10,000													10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires					100	50	5,000													5,000	
P1.2.I3.A2	Réaliser une études de faisabilité technique et de soutenblilte budgétaire pour la mise en place du GUCE	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation sur la mise en place d'un GUCE	FF1	Forfait					1	15,000	15,000													15,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation					2	5,000	10,000													10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires					100	50	5,000													5,000	
P1.2.I3.A3	Réaliser une étude de faisabilité pour la mise en place d'un Centre de promotion des Exportations	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation la mise en placed'un centre de promotion des exportations	FF1	Forfait	1	10,000	10,000																	10,000	
		71600 - Voyages et missions - Produit	Missions de terrain pour benchmark	FF1	Forfait	1	5,000	5,000																	5,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation	1	5,000	5,000																	5,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires	100	50	5,000																	5,000	

Code de l'activité	Description de l'activité	Compte d'intrant et titre	Description de l'intrant	Facilité de financement (FF1/FF2)	Unité	2026			2027	2027			2028			2029			2030			2031			Budget total	Observations
						Nombre d'unités	Coût unitaire	Total		Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total		
P1.2.I3.A4	Réaliser une étude sur la contribution des services touristiques à l'économie mauritanienne	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF1	Forfait			-		1	25,000	25,000													25,000	
P1.2.I4.A1	Organiser et participer aux réunions de concertation avec les partenaires (investisseurs, PPP, et les partenaires aux développements), y compris pour la mobilisation des ressources.	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Frais liés à la logistique des réunions	FF1	Forfait	1	3,000	3,000		1	5,400	5,400	1	5,400	5,400	1	5,400	5,400	1	5,400	5,400	1	5,400	5,400	30,000	
P1.2.I4.A2	Organiser les missions de suivi et de partage d'expériences avec les partenaires du programme, et appuyer la participation des représentants de la Mauritanie aux réunions internationales prioritaires sur le commerce et l'investissement.	71600 - Voyages et missions - Produit	Billets d'avion, frais de transport et frais de missions	FF1	Forfait	1	5000	5,000		1	11000	11,000	1	11000	11,000	1	11000	11,000	1	11000	11,000	1	11000	11,000	60,000	
Produit 1.3 : Compétences sectorielles et main-d'œuvre qualifiée développées								-	47,000			288,750			132,700			80,750			-			-	549,200	
P1.3.I1.A1	Organiser 2 sessions de formation de 15 cadres du MCT sur les négociations commerciales et la participation aux travaux de l'OMC	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation sur les négociation des cadres du MCT	FF1	Forfait					1	8,000	8,000					1	8,000	8,000						16,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation					1	5,000	5,000					1	3,000	3,000						8,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires					75	50	3,750					75	50	3,750						7,500	
P1.3.I1.A2	Organiser 2 sessions de formation de 20 cadres du MCT sur les marchés publics	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation sur les marchés publics	FF1	Forfait					1	8,000	8,000					1	8,000	8,000						16,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation					1	5,000	5,000					1	5,000	5,000						10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires					100	50	5,000					100	50	5,000						10,000	
P1.3.I1.A3	Soutenir la formation qualifiant de 200 jeunes et femmes à L'Ecole Nationale des Métiers du Tourisme (ENMT)	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants d'appui de la formation de(ENMT) outiels de formation	FF2	Forfait					1	40,000	40,000					1	30,000	30,000						70,000	
P1.3.I1.A4	Soutenir la formation continue de 100 opérateurs touristiques à l'ENMT	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants d'appui de la formation de(ENMT)	FF2	Forfait								1	32,300	32,300										32,300	
P1.3.I1.A5	Organiser 2 session de formation au profit de 20 cadres du MCT sur la classification hôtelière	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation sur la classification hôtelière	FF2	Forfait					1	10,000	10,000					1	8,000	8,000						18,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	NB de sessions de formation					1	5,000	5,000					1	5,000	5,000						10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000					100	50	5,000						10,000	
P1.3.I1.A6	Former 20 cadres du MCT au développement, à la gestion et au suivi-évaluation des projets	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation sur le developpement et la gestion de projet (cadre logique finances suivi évaluation)	FF1	Forfait				12,000	1	12,000	-													12,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation				5,000	1	5,000	-													5,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires				5,000	100	50	-													5,000	
P1.3.I1.A7	Organiser des concertations sur les mécanismes nationaux de coordination commerciale, la participation de la Mauritanie aux travaux de l'OMC et la mobilisation de l'assistance technique et de l'Aide pour le commerce.	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation	FF1	Forfait					1	8,000	8,000	1	8,000	8,000										16,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF1	NB de sessions de formation					1	5,000	5,000	1	5,000	5,000										10,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF1	NB de bénéficiaires					100	50	5,000	100	50	5,000										10,000	
P1.3.I1.A8	Mettre en place un dispositif d'insertion professionnelle des jeunes et femmes formés (stages en entreprise, PPP, suivi post-formation)	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants Animateurs ateliers de formation sur l'insertion professionnelle des jeunes et femmes formés	FF2	Forfait					1	6,000	6,000													6,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	NB de sessions de formation					1	5,000	5,000													5,000	
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000													5,000	
P1.3.I3.A1	Élaborer 5 curricula et référentiels de formation dans le secteur du tourisme	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait				25,000	1	25,000	-													25,000	
P1.3.I4.A1	Soutenir la formation et l'équipement en kits de formation de 10 formateurs de l'ENMT.	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait					1	60,000	60,000													60,000	
P1.3.I5.A1	Équiper les plateaux pédagogiques prioritaires de l'ENMT et établir un dispositif de gestion, de maintenance et de renouvellement des équipements et consommables.	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Acquisition et installation des équipement	FF2	Forfait					1	100,000	100,000	1	82,400	82,400	-	-	-							182,400	
Résultat 2: Infrastructures écotouristiques opérationnelles et conformes aux normes durables.								15,000	-			508,550			468,550			44,800			4,800			1,200	1,042,900	
Produit 2.1 : Eco-lodges installés								15,000	-			288,550			288,550			4,800			4,800			1,200	602,900	

Code de l'activité	Description de l'activité	Compte d'intrant et titre	Description de l'intrant	Facilité de financement (FF1/FF2)	Unité	2026			2027	2027			2028			2029			2030			2031			Budget total	Observations
						Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	1ère tranche	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total		
P2.1.11.A1	Concevoir les plans architecturaux des des éco-logdes par un cabinet d'architecture	71210 - Consultants internationaux - Équipe technique - Produit	Expert internationaux: honoraire du consultant	FF2	Forfait	1	15,000	15,000																15,000		
P2.1.11.A2	Acquérir et installer les écolodges sur les 2 sites identifiés	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Acquisition et installation des écolodges d'hébergement avec toilettes	FF2	Nbrs					20	12,500	250,000	20	12,500	250,000									500,000		
		72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Contrôle qualité des travaux et des installations des éco-logdes des 2 sites	FF2	Forfait					1	13,750	13,750	1	13,750	13,750									27,500		
		72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Frais de gardiennage 2 sites	FF2	Mensuel					12	400	4,800	12	400	4,800	12	400	4,800	12	400	4,800	3	400	1,200	20,400	
P2.1.11.A3	Constuire des bassins pour la réserve d'eau	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Construction des bassins pour la réserve en eau	FF2	Nbrs					1	20,000	20,000	1	20,000	20,000									40,000		
Produit 2.2 : Services logistiques améliorés								-	-			220,000			180,000			40,000			-		-	440,000		
P2.2.11.A1	Acquérir et installer des panneaux solaires	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Acquisition des panneaux solaires pour l'éclairage	FF2	Nbrs					20	1,500	30,000	20	1,500	30,000									60,000		
		72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Acquisition de groupe electrogenes	FF2	Nbrs					1	15,000	15,000	1	15,000	15,000									30,000		
P2.2.11.A2	Acquérir les mobiliers et produits artisanaux pour l'ameublement des écolodges	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Equipements et décoration artisanale des écolodges	FF2	Forfait					20	5,000	100,000	20	5,000	100,000									200,000		
P2.2.11.A3	Acquérir des équipements pour la restauration et la congélation des produits alimentaires	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Equipements et matériels de restauration des 2 sites	FF2	Forfait					1	25,000	25,000	1	25,000	25,000									50,000		
P2.2.11.A4	Acquérir du mobilier des restaurants des 2 sites (tables à manger, chaise...)	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Mobiliers salle à manger des 2 sites	FF2	Forfait					1	10,000	10,000	1	10,000	10,000									20,000		
P2.2.11.A5	Aquérir 2 tricycles pour le transports sur les 2 sites	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Acquisition 2 tricycles moyens de transport des 2 sites	FF2	Nbrs												2	5,000	10,000					10,000		
P2.2.12.A1	Mettre en place un dispositif de maintenance des éco-logdes	72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	Maintenance des structures et le suivi des sites	FF2	Forfait					1	40,000	40,000					1	30,000	30,000					70,000		
Résultat 3: Investissements catalytiques mobilisés et chaînes de valeur compétitives développées dans les secteurs prioritaires.								24,500	50,200			299,500			277,500			37,300			37,000		-	726,000		
Produit 3.1 : Investissements pilotes structurants réalisés et modèles économiques démontrés								-	50,200			120,500			60,000			-			-		-	230,700		
P3.1.11.A1	Réaliser une étude d'opportunité pour l'attraction touristique et l'investissement	71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait	-	-	-		1	48,000	48,000												48,000		
P3.1.11.A2	Réaliser une étude de cartographie nationale des zones écotouristiques côtières	71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	NB de bénéficiaires	1		-	22,500	1	45,000	22,500												45,000		
P3.1.11.A3	Réaliser une évaluation environnementale et sociale des interventions pilotes et sensibiliser les acteurs aux mesures de prévention, d'atténuation et de suivi	71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Consultants Elaboration etude sur l'impact environnemental	FF2	Forfait					1	15,000	15,000												15,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café , Matériels et outils de formation	FF2	Forfait					1	10,000	10,000												10,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000												5,000		
P3.1.11.A4	Identifier et prioriser les sites d'investissement	71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Honoraire du Consultant	FF2	Forfait	-	-	-	27,700	1	27,700													27,700		
P3.1.11.A5	Réaliser 2 études de faisabilité technique et financière de projets touristiques	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait								2	20,000	40,000									40,000		
P3.1.12.A1	Structurer 4 projets pilotes d'hébergements écotouristiques sous forme de PPP	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait	-	-	-	-	2	10,000	20,000	2	10,000	20,000		1							40,000		
Produit 3.2 : Entrepreneuriat local et chaînes de valeur soutenues								-	-			93,000			74,000			10,000			37,000		-	214,000		
P3.2.11.A1	Organiser 4 campagnes régionales de sensibilisation sur la nécessité de se formaliser	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Sensibilisation des opérateurs et guides touristique et autres acteurs concernées	FF2	Fofait					1	30,000	30,000												30,000		
P3.2.11.A2	Appuyer la formalisation de 100 acteurs du secteur informel	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultant de la formation de 10 acteurs du e-commerce	FF2	Forfait					1	12,000	12,000	1	12,000	12,000									24,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	Forfait					1	5,000	5,000	1	5,000	5,000									10,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants aux ateliers de formation	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000	100	50	5,000									10,000		
P3.2.11.A3	Appui a la mise en place un dispositif de facilitation de l'accès au financement des MPME formalisées	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants d'appui de la formation aux mécanismes de financement	FF2	Forfait					1	6,000	6,000												6,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	Forfait					1	5,000	5,000												5,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants de l'atelier	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000												5,000		
P3.2.12.A1	Soutenir la structuration et la formalisation des coopératives locales	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Appui aux coopératives locale dans le domaine du commerce	FF2	Forfait					1	25,000	25,000	1	25,000	25,000		1	10,000	10,000	1	10,000	10,000		70,000		
P3.2.13.A1	Soutenir l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans les secteurs des services touristiques	71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur de l'artisanat et les produits et services	FF2	Forfait								1	12,000	12,000				1	12,000	12,000			24,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	NB de sessions de formation								2	5,000	10,000				2	5,000	10,000			20,000		
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants de l'atelier	FF2	NB de bénéficiaires								100	50	5,000				100	50	5,000			10,000		
Produit 3.3 : Promotion et accès aux marchés renforcés								24,500	-			86,000			143,500			27,300			-		-	281,300		

Code de l'activité	Description de l'activité	Compte d'intrant et titre	Description de l'intrant	Facilité de financement (FF1/FF2)	Unité	2026			2027	2027			2028			2029			2030			2031			Budget total	Observations	
						Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	1ère tranche	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total			
P3.3.I1.A1	Soutenir 20 MPME dans le développement de produits touristiques intégrés (circuits touristiques, packages multi-destinations, etc.)	75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Consultants/ Atelier de formation l'entrepreneuriat féminin et des jeunes dans le secteur touristique	FF2	Forfait					1	8,000	8,000												8,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location Salle et pause café pour Atelier de formation	FF2	Forfait					1	5,000	5,000												5,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités versées aux participants de l'atelier	FF2	NB de bénéficiaires					100	50	5,000													5,000		
P3.3.I1.A2	Faciliter la participation des MPME soutenues à des salons internationaux de tourisme	71600 - Voyages et missions - Produit	10 billets d'avion pour 10 participants	FF2	Nb/de billet					10	2,000	20,000	10	2,000	20,000									40,000			
		71600 - Voyages et missions - Produit	Perdiemes pour 10 participants	FF2	Nb/perdiems/j					10	800	8,000	10	800	8,000									16,000			
		71600 - Voyages et missions - Produit	Frais location et fonctionnement stand / Location plus fonctionnement stand et transport produits;	FF2	Forfait					1	40,000	40,000	1	40,000	40,000									80,000			
P3.3.I2.A1	Développer un portail multilingue de promotion de la destination Mauritanie	72100 - Sous-traitance - Entités Produit	Honoraire du bureau d'expertise	FF2	Forfait	1	24,500	24,500	-	-	-													24,500			
P3.3.I2.A2	Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing et de branding touristique (image de destination, marketing digital, etc.)	71210 - Consultants internationaux - Équipe technique - Produit	Honoraires du Consultant international	FF2	Forfait								15	1,500	22,500									22,500			
		71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	Honoraire du Consultant national	FF2	Forfait								1	8,000	8,000									8,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Communication (supports)	FF2	Forfait								1	10,000	10,000									10,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Réalisation et diffusion des films et spots publicitaire, conception et distribution de flyers et publi reportage.	FF2	Forfait								1	15,000	15,000									15,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Location salle et Pause café pour atelier de validation	FF2	Forfait								2	5,000	10,000									10,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Matériels et fournitures pour atelier de validation	FF2	Forfait								1	5,000	5,000									5,000			
		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	Indemnités de transports versées aux participants de l'atelier	FF2	Nombre								100	50	5,000									5,000			
P3.3.I2.A3	Organisation d'un Voyage de presse et d'un éductour	71600 - Voyages et missions - Produit		FF2	Jours											4	2,500	10,000						10,000			
		71600 - Voyages et missions - Produit	Voyage de presse & éductours pour 40 participants	FF2	Jours												4	575	2,300					2,300			
		71600 - Voyages et missions - Produit		FF2	Jours												4	3,750	15,000					15,000			
Gestion et opérations du programme								65,800	34,500			137,600			105,600			111,600			113,600			52,600	621,300		
	Ressources humaines	71300 - Personnel national - Gestion	Honoraire Responsable Admi - Financier	FF1	Nb/ mois	4	3,000	12,000	18,000	12	3,000	18,000	12	3,000	36,000	12	3,000	36,000	12	3,000	36,000	6	3,000	18,000	174,000		
		71300 - Personnel national - Gestion	Salaire Chauffeur du projet	FF1	Nb/ mois	4	600	2,400	3,600	12	600	3,600	12	600	7,200	12	600	7,200	12	600	7,200	6	600	3,600	34,800		
	Équipement	74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Multiplication des rapports suivi-évaluation	FF2	Semestriel	1	200	200		2	200	400	2	200	400	2	200	400	2	200	400	1	200	200	2,000		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Multiplication des rapports Financiers	FF2	Nombre	1	100	100		4	100	400	4	100	400	4	100	400	4	100	400	2	100	200	1,900		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Communication (Conception, production et diffusion de produits de communication, couverture médiatiques des activités clés de l'UNMO)	FF2	Mensuel	4	1,000	4,000	6,000	12	1,000	6,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	6	1,000	6,000	58,000		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Produits d'entretien de protection et matériels d'hygiene	FF2	Mensuel	4	833	3,333			833	10,000			10,000			10,000			10,000			5,000	48,333		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Fournitures de bureau et autres consommables	FF2	Forfait	1	5,000	5,000		1	10,000	10,000	1	10,000	10,000	1	10,000	10,000	1	10,000	10,000	1	5,000	5,000	50,000		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Carburant	FF2	Mensuel	4	1,000	4,000	6,000	12	1,000	6,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	6	1,000	6,000	58,000		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Entretien réparation du véhicule	FF2	Mensuel	4	800	3,200		12	800	9,600	12	800	9,600	12	800	9,600	12	800	9,600	6	800	4,800	46,400		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Assurance du véhicule	FF2	Annuel	0.33	200	67		1	200	200	1	200	200	1	200	200	1	200	200	1	200	200	1,067		
		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	Frais bancaires	FF2	Mensuel	4	100	400	900	12	150	900	12	150	1,800	12	150	1,800	12	150	1,800	6	100	600	8,200		
		Équipement	72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Logiciel gestion compta du projet	FF1	Forfait	1	10,000	10,000				-												10,000		
			72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Ordinateurs PC + logiciels de base UNMO	FF1	Nombre	1	2,000	2,000		1	2,000	2,000												4,000		
			72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Ordinateurs portables + logiciels de base	FF1	Nombre	1	2,500	2,500		1	2,500	2,500												5,000		
			72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Imprimantes Multifonction	FF1	Nombre	2	2,000	4,000		-	-	-													4,000	
			72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Imprimantes	FF1	Nombre	3	1,000	3,000		-	-	-													3,000	
		Équipement	72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Bureaux complet	FF1	Nombre	1	6,000	6,000		2	6,000	12,000												18,000		

Code de l'activité	Description de l'activité	Compte d'intrant et titre	Description de l'intrant	Facilité de financement (FF1/FF2)	Unité	2026			2027	2027			2028			2029			2030			2031			Budget total	Observations
						Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	1ère tranche	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total	Nombre d'unités	Coût unitaire	Total		
		72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Armoires de rangement	FF1	Nombre	1	600	600																	600	
		72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	Véhicule 4x4	FF1	Nombre					1	50,000	50,000													50,000	
	Suivi, évaluation et apprentissage	74110 - Évaluation - Gestion	Evaluation mi-parcours du projet	FF2	Forfait											1	6,000	6,000							6,000	
		74110 - Évaluation - Gestion	Evaluation finale du projet	FF2	Forfait														1	8,000	8,000				8,000	
	Administration financière et audit	74120 - Audit - Gestion	Audit externe	FF1	Forfait	0.50	6,000	3,000		1	6,000	6,000	1	6,000	6,000	1	6,000	6,000	1	6,000	6,000	0.50	6,000	3,000	30,000	
			TOTAL Général en US\$					186,100	163,900			1,433,000			1,097,150			322,250			203,200			94,400	3,500,000	

Modèle de budget récapitulatif par compte

Pays: Mauritanie

Date de début: 2026

Date de fin: 2031



Facilité de financement	Compte d'intrant	Titre compte d'intrant	Budget par année							Observations
			2026	2027	2028	2029	2030	2031	Total	
Facilité de financement n° 1										
FF1		71210 - Consultants internationaux - Équipe technique - Produit	38,000.00	-	-	-	-	-	38,000.00	
FF1		71220 - Consultants internationaux - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF1		71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	4,800.00	7,200.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	7,200.00	62,400.00	
FF1		71300 - Personnel national - Gestion	14,400.00	21,600.00	43,200.00	43,200.00	43,200.00	21,600.00	187,200.00	
FF1		71600 - Voyages et missions - Produit	10,000.00	11,000.00	11,000.00	11,000.00	11,000.00	11,000.00	65,000.00	
FF1		72600 - Sous-attributions - Produit	-	-	-	-	-	-	-	
FF1		72100 - Sous-traitance - Entités - Produit	-	25,000.00	35,000.00	-	-	-	60,000.00	
FF1		72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	-	-	-	-	-	-	-	
FF1		72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	28,100.00	66,500.00	-	-	-	-	94,600.00	
FF1		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	28,000.00	118,150.00	28,400.00	43,150.00	10,400.00	10,400.00	238,500.00	
FF1		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF1		74110 - Évaluation - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF1		74120 - Audit - Gestion	3,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	3,000.00	30,000.00	
FF1		75100 - Honoraires de gestion de l'Entité principale - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
Sous-total du Facilité de financement n° 1			126,300.00	255,450.00	138,000.00	117,750.00	85,000.00	53,200.00	775,700.00	23%
Facilité de financement n° 2										
FF2		71210 - Consultants internationaux - Équipe technique - Produit	15,000.00	25,000.00	22,500.00	-	-	-	62,500.00	
FF2		71220 - Consultants internationaux - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF2		71400 - Personnel national - Équipe technique - Produit	-	85,500.00	20,000.00	-	12,000.00	-	117,500.00	
FF2		71300 - Personnel national - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF2		71600 - Voyages et missions - Produit	-	68,000.00	68,000.00	27,300.00	-	-	163,300.00	
FF2		72600 - Sous-attributions - Produit	-	-	-	-	-	-	-	
FF2		72100 - Sous-traitance - Entités - Produit	24,500.00	165,550.00	145,550.00	26,800.00	26,800.00	13,200.00	402,400.00	
FF2		72210 - Équipement pour les bénéficiaires - Produit	-	590,000.00	532,400.00	40,000.00	-	-	1,162,400.00	

Facilité de financement	Compte d'intrant	Titre compte d'intrant	Budget par année							Observations
			2026	2027	2028	2029	2030	2031	Total	
FF2		72220 - Équipement pour les partenaires de mise en œuvre - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF2		75700 - Apprentissage et ateliers (tout compris) - Produit	-	200,000.00	114,300.00	48,000.00	15,000.00	-	377,300.00	
FF2		74000 - Frais de fonctionnement - Gestion	20,300.00	43,500.00	56,400.00	56,400.00	56,400.00	28,000.00	261,000.00	
FF2		74110 - Évaluation - Gestion	-	-	-	6,000.00	8,000.00	-	14,000.00	
FF2		74120 - Audit - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
FF2		75100 - Honoraires de gestion de l'Entité principale - Gestion	-	-	-	-	-	-	-	
Sous-total du Facilité de financement n° 2			59,800.00	1,177,550.00	959,150.00	204,500.00	118,200.00	41,200.00	2,560,400.00	77%
Financement total par le CIR			186,100.00	1,433,000.00	1,097,150.00	322,250.00	203,200.00	94,400.00	3,336,100.00	

Budget des activités financées par le Gouvernement Mauritanie

Code de l'activité	Description de L'activité	Description des Entrées	Unité	2026			2027			2028			2029			2030			2031			Budget Total	Remarque
				Nb d'unités	Cout unitaire	Total	Nb d'unités	Cout unitaire	Total	Nb d'unités	Cout unitaire	Total	Nb d'unités	Cout unitaire	Total	Nb d'unités	Cout unitaire	Total	Nb d'unités	Cout unitaire	Total		
P1.1.11.A1	Elaborer la Stratégie Nationale du commerce extérieur	Honoraire du bureau d'expertise et frais d'ateliers	Forfait				1	45,000	45,000													45,000	
P1.1.11.A2	Elaborer la stratégie nationale ZLECAF	Honoraire du bureau d'expertise et frais d'ateliers	Forfait				1	43,000	43,000													43,000	
P1.2.11.A2	Mettre en place et assurer le fonctionnement d'un cadre sectoriel de dialogue public-privé sur le tourisme, le climat des affaires et la facilitation des investissements	Honoraire du bureau d'expertise	Forfait			16,500																16,500	
P1.2.12.A1	Mettre à jour régulièrement la plateforme numérique du MCT	Mise à jour du site web du Ministère MCT	Forfait	1	2,000	2,000	1	2,000	2,000	1	2,000	2,000	1	2,000	2,000	1	2,000	2,000	1	2,000	2,000	12,000	
P2.1.11.A2	Acquérir et installer les écolodges sur les 2 sites identifiés	Acquisition et installation des écolodges d'hébergement avec toilettes	Forfait				1	200,000	200,000	1	200,000	200,000										400,000	
P3.3.12.A4	Confection de panneaux de signalisation	acquisition et installation de panneaux de signalisation	Forfait				1	30,000	30,000													30,000	
Ressources humaines	Coordinateur de l'UNMO/CIR	Paieement salaire	Nb/ mois	4	2,000	8,000	12	2,000	24,000	12	2,000	24,000	12	2,000	24,000	12	2,000	24,000	6	2,000	12,000	116,000	
	Expert Suivi-Evaluation	Paieement salaire	Nb/ mois	4	1,000	4,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	12	1,000	12,000	6	1,000	6,000	58,000	
	Assistant du RAF	Paieement salaire	Nb/ mois	4	800	3,200	12	800	9,600	12	800	9,600	12	800	9,600	12	800	9,600	6	800	4,800	46,400	
	Gardien	Paieement salaire	Nb/ mois	4	200	800	12	200	2,400	12	200	2,400	12	200	2,400	12	200	2,400	6	200	1,200	11,600	
Fonctionnement	Eau et electricite	Paieement des frais	forfait	9	600	5,400	12	600	7,200	12	600	7,200	12	600	7,200	12	600	7,200	3	600	1,800	36,000	
	Loyers et charges locatives	Paieement des frais	forfait	9	1,500	13,500	12	1,500	18,000	12	1,500	18,000	12	1,500	18,000	12	1,500	18,000	3	1,500	4,500	90,000	
Total						53,400			393,200			275,200			75,200			75,200			32,300	904,500	

Répartition du budget par résultat et par produit

Résultats et produits	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Budget total
Résultat 1 : Environnement institutionnel et réglementaire favorable au développement des chaînes de valeur.	99,300	656,550	247,500	130,550	49,800	42,600	1,226,300
Produit 1.1 : Cadres politiques, réglementaires et stratégiques alignés et opérationnels	38,000	191,000	30,000	-	-	-	259,000
Produit 1.2 : Capacités institutionnelles renforcées	61,300	129,800	84,800	49,800	49,800	42,600	418,100
Produit 1.3 : Compétences sectorielles et main-d'œuvre qualifiée développées	-	335,750	132,700	80,750	-	-	549,200
Résultat 2: Infrastructures écotouristiques opérationnelles et conformes aux normes durables.	15,000	708,550	668,550	44,800	4,800	1,200	1,442,900
Produit 2.1 : Éco-lodges installés	15,000	488,550	488,550	4,800	4,800	1,200	1,002,900
Produit 2.2 : Services logistiques améliorés	-	220,000	180,000	40,000	-	-	440,000
Résultat 3: Investissements catalytiques mobilisés et chaînes de valeur compétitives développées dans les secteurs prioritaires.	24,500	379,700	277,500	37,300	37,000	-	756,000
Produit 3.1 : Investissements pilotes structurants réalisés et modèles économiques démontrés	-	170,700	60,000	-	-	-	230,700
Produit 3.2 : Entrepreneuriat local et chaînes de valeur soutenus	-	93,000	74,000	10,000	37,000	-	214,000
Produit 3.3 : Promotion et accès aux marchés renforcés	24,500	116,000	143,500	27,300	-	-	311,300
Gestion et opérations du programme	100,700	245,300	178,800	184,800	186,800	82,900	979,300
Total	239,500	1,990,100	1,372,350	397,450	278,400	126,700	4,404,500
Financement CIR	186,100	1,596,900	1,097,150	322,250	203,200	94,400	3,500,000
Contrepartie nationale	53,400	393,200	275,200	75,200	75,200	32,300	904,500

Annexe 5: Plan de Suivi, évaluation et apprentissage (SEA)



République islamique de Mauritanie
Ministère du commerce et du tourisme

PLAN DE SUIVI ET ÉVALUATION ET APPRENTISSAGE

Table des matières

Introduction	3
1. Analyse de la documentation	4
1.1. Logique d'intervention	4
1.2. Analyse du besoin d'information	4
2. Système de suivi évaluation	5
2.1. Objectif du suivi évaluation	5
2.2. Matrice de suivi évaluation	5
2.3. Mécanisme et outils de collecte	14
2.3.1. Le Plan de travail et la revue annuelle	14
2.3.2. Les rapports de suivi	16
2.3.3. Les réunions de suivi	18
2.3.4. Les missions et les formations	21
2.3.5. Evaluations	21
2.4. Le rôle des acteurs et organisation de la collecte des données	22
2.4.1. Le Gestionnaire du Fonds d'affectation spéciale (GFAS).	22
2.4.2. Le comité Directeur National	22
2.4.3. Le point focal	22
2.4.4. Les membres de l'unité de coordination	22
2.4.5. Les partenaires ou bénéficiaires de la CIR	23
Les Annexes	23

Introduction

La présente étude s'inscrit dans le cadre de l'opérationnalisation du système de suivi évaluation du projet. Il a été réalisé une revue documentaire qui comprend entre autres la note de conception du projet. Cette revue documentaire, combinée à des entretiens avec quelques personnes ressources, a permis de dégager deux points essentiels : i) la logique d'intervention du projet et ii) le besoin d'information des parties prenantes.

Pour proposer un système de suivi évaluation dans le cadre de ce projet, il a été nécessaire de procéder d'abord à la description de la logique d'intervention. Ce qui permet de faire des constats relatifs à la planification stratégique, qui constitue avec le Suivi Evaluation un des piliers de la Gestion Axées sur les Résultats.

Le résultat est défini comme : « un changement descriptible et mesurable, amenée par une relation de cause à effet ». Pour illustrer la causalité entre les résultats de ce projet, il a été établi, comme de coutume la chaîne des résultats. L'analyse de ces résultats est nécessaire pour juger de la qualité du système de suivi évaluation. Un résultat doit être simplement formulé. Il doit décrire une situation espérée. Les moyens qui permettent de mesurer les résultats sont les indicateurs. Ce sont des valeurs quantitatives ou qualitatives. Ils doivent avoir des valeurs de références et des valeurs cibles pour rendre possible la comparaison. Une comparaison entre la période de référence et la période de l'évaluation de l'indicateur, mais aussi la comparaison entre la valeur de la cible et celle acquise durant cette période d'évaluation.

Les documents, les structures ou les personnes qui fournissent cette information doivent être précisés. La précision de ces sources, ainsi que les méthodes qui permettent d'obtenir l'information sont nécessaires pour une bonne opérationnalisation du SSE. L'ensemble de ces éléments sont précisés dans un cadre appelé cadre de mesure du rendement ou matrice de suivi évaluation. Ce cadre de mesure ou matrice de suivi évaluation, constitue un premier pas vers l'opérationnalisation de ce système de SE.

Cette matrice de suivi évaluation ou ce cadre de mesure découle de façon triviale du principal instrument de planification stratégique : le cadre de résultat ou cadre logique. Ce cadre de résultat fournit le matériau pour la planification opérationnelle du projet. Cette planification opérationnelle du projet est matérialisée par le plan de travail et budget annuel (PTBA ou AWP en anglais).

Le cadre de résultat et le premier PTBA sont contenus dans le document de conception du projet. Ils ont donc été examinés. L'appréciation de la formulation des résultats et des indicateurs qui sont sensés les mesurer a été faite sur la base de ces critères. Ils sont résumés sous le sigle de SMART. Chaque résultat et chaque indicateur, a été jugé en mettant en avant la qualité de sa formulation, de sa mesurabilité, de sa pertinence et de ces limites temporels. Pour chaque résultat, il a été examiné, si les indicateurs sont suffisants pour les mesurer. Une matrice qui résume les commentaires en se basant sur ces critères a été établie. La proposition d'opérationnalisation a été faite sur la base de la matrice de suivi évaluation.

Les constats et enseignements qui en sont issus ont conduit à cette proposition de système de suivi évaluation qui s'articule en cinq points. Il s'agit de la définition: i) de l'objectif du système de suivi-évaluation ; ii) de la matrice de suivi évaluation ; iii) des mécanismes et outils de

collecte de l'information ; iv) du rôle des principaux acteurs et enfin v) d'un exemple de cadre de suivi sous format excell.

1. Analyse de la documentation

1.1. Logique d'intervention

Le projet tel que décrit par le document de projet vise à « appuyer l'intégration des PMA dans le système commercial mondial en vue de contribuer à la réduction de la pauvreté et au développement durable. » pour cela il est envisagé d'obtenir ces trois résultats suivants:

- Résultat1 : intégrer le commerce dans les stratégies et plans nationaux de développement ;
- Résultat 2 : mettre en place les structures nécessaires pour coordonner la fourniture de l'assistance technique liée au commerce ;
- Résultat3 : renforcer la capacité de faire du commerce, c'est-à-dire aussi de remédier aux principales contraintes du côté de l'offre.

Ces trois résultats seraient obtenus si à chaque fois les produits (livrables) envisagés sont obtenus.

Description ci-dessus de l'intervention du projet peut être visualisée par le schéma ci-après. Au terme de cette description, Il convient de noter que le projet est un projet de renforcement de capacités. Les résultats, tels que libellés, concernent le renforcement de capacités dans le domaine de l'aide au commerce.



1.2. Analyse du besoin d'information

La prise de décision nécessite de disposer de l'information selon les normes requises. Ce qui nécessite de disposer d'un dispositif de collecte qui réponde au besoin d'information des acteurs. Le document de projet précise à travers son cadre logique un certain nombre d'indicateurs, dont la pertinence ne sera pas discutée au cours de ce document, pour lequel le dispositif de collecte est proposé.

Cependant, il faut souligner par exemple qu'aucun indicateur relatif à la réduction de la pauvreté et au développement durable n'est proposé dans le cadre logique, alors il est envisagé

que l'intégration des pays de la CIR au commerce mondial contribue à réduire la pauvreté et à assurer le développement durable.

On pourrait recommander les indicateurs utilisés dans l'analyse de l'EDIC pour mesurer l'indicateur relatif à l'impact. En effet, l'ouverture du commerce qui est définie par le ratio des importations plus exportations de biens et de services par rapport au PIB, semble permettre une meilleure appréciation du commerce dans la génération de la richesse du pays. Il serait utile de le combiner à la balance commerciale pour voir si ce commerce est profitable au pays. De plus pour rendre compte de sa contribution à la réduction de la pauvreté il serait possible de prendre en compte l'indice de développement humain et Le taux de la population mauritanienne active en âge de travailler qui est employée.

Dans le même ordre d'idée, il importe de faire remarquer l'imprécision de certains produits à savoir :

- ***Amélioration des produits des contributions à l'élaboration de politiques commerciales fondées sur les faits à l'appui du commerce au profit des populations pauvres***

Il en découle une imprécision des activités à mener à savoir ;

- Intégrer le commerce dans les stratégies sectorielles qui n'ont pas encore pris en compte la dimension commerce.

Bien entendu les indicateurs qui mesurent un tel produit ne sauraient en conséquence être précis. C'est le cas de l'indicateur ci-après ;

- Nombre de politiques commerciales de qualité actualisées par la Mauritanie avec l'aide du CIR.

2. Système de suivi évaluation

Dans ce qui suit, il a été rappelé d'abord l'objectif du système de suivi évaluation proposé. Puis la matrice de suivi évaluation sur laquelle est bâtie le système a été définie, pour aboutir à l'établissement des mécanismes et outils de collecte et du rôle des principaux acteurs. Pour finir un plan opérationnel a été proposé.

2.1. Objectif du suivi évaluation

Le système de Suivi Evaluation est mis en place dans le souci de fournir de l'information, dans les délais et formes requises, sur l'identification et l'usage des ressources allouées ainsi que la réalisation des fins espérées et déclinées principalement à travers le document de conception du projet. Il doit permettre continuellement, d'orienter la prise de décision ; de tirer pour le Comité Directeur National et les parties prenantes, les enseignements de la mise en œuvre du projet ; et de formuler les recommandations pour les prochains projets.

2.2. Matrice de suivi évaluation

Elle résume en un tableau le système de suivi évaluation proposé. On peut y lire l'information à collecter, la source qui la renseigne, la méthode et la fréquence de collecte et à qui est dévolue la tâche.

LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEURS			Source de données	Méthode de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référence	cible fin de projet				
Les pays du CIR sont intégrés dans le commerce mondial d'une façon qui contribue à réduire la pauvreté et à assurer un développement durable.	Part de la Mauritanie PMA dans les exportations mondiales de produits non pétroliers.			Données douanières, COMTRADE, Fiche pays pour l'APC de l'OMC/OCDE	Collecte de données auprès de la douane et Revue documentaire	annuelle	chargé de suivi évaluation
	Valeur du commerce de la Mauritanie (inter-régional et mondial).			Rapport annuel de l'OMC sur le Commerce	Revue documentaire	annuelle	chargé de suivi évaluation
	Flux d'Aide pour le commerce à destination de la Mauritanie.			OCDE	Revue documentaire	annuelle	chargé de suivi évaluation
	Investissement étranger direct (IED) en Mauritanie.			Ministère Economie et des Finances SCAPP+revue à mi-parcours SCAPP	Collecte de données auprès du MEF et Revue documentaire	annuelle	chargé de suivi évaluation
La Mauritanie dispose d'un programme en matière de	Intégration du commerce dans le plan national de développement.	Non= Absence de PSMTDC	Oui= PSMTDC formulée et adopté	Document du PSMTD	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
	La Mauritanie dispose de mécanismes effectifs de coordination du commerce.			Rapports de l'UNMO Rapports de supervision du SE/GFAS Rapport de situation annuelle par pays, Rapport d'évaluation externe		trimestrielle	expert junior 1

LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEURS			Source de données	Méthode de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référence	cible fin de projet				
commerce propice à la croissance durable au profit des populations pauvres.	La Mauritanie dispose de stratégies sectorielles intégrant le commerce par pays.			Rapports de l'UNMO Rapports de supervision du SE/GFAS Documents de stratégies sectorielles adoptées	Collecte de données auprès du MEF (DGSP) et Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
Amélioration des contributions à l'élaboration de politiques fondées sur des éléments avérés à l'appui du commerce au profit des populations pauvres.	Nombre de politiques commerciales de qualité actualisées par la Mauritanie avec l'aide du CIR.	0	1		Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
	Nombre d'actions visant à améliorer la législation et la participation à divers processus et réunions (y compris accession à l'OMC, intégration régionale, etc.).	0	1		Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
	Nombre d'études diagnostiques effectuées/mises à jour avec l'aide du CIR.	0	3		Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
Renforcement de la coordination	La Mauritanie a intégré une UNMO dans leur système gouvernemental.	non	oui	Rapports de l'UNMO Rapports de supervision du SE/GFAS Rapport de situation annule par pays,	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1

LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEURS			Source de données	Méthode de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référence	cible fin de projet				
institutionnelle du commerce et du développement.	La Mauritanie dispose de mécanismes de coordination public-privé efficaces et de qualité.		Oui= Mécanisme créé et/ou renforcé	Rapports de l'UNMO Rapports de supervision du SE/GFAS Rapport de situation annule par pays,	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
	En Mauritanie un dialogue est engagé entre le gouvernement et les donateurs sur des questions liées au commerce.		Oui= Renforcement du cadre de dialogue entre le gouvernement et les donateurs	Rapports de l'UNMO Rapports de supervision du SE/GFAS Rapport de situation annule par pays,	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
Renforcement des ressources	Nombre de fonctionnaires (ventilé par sexe et par âge) formés dans des domaines liés au commerce.	0	25	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
humaines au service du commerce et du développement.	Nombre de représentants du secteur privé (ventilé par sexe et par âge) qui ont été formés dans des domaines liés au commerce pour participer au programme national en matière de commerce.	0	100	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
	La Mauritanie dispose d'outils de communication de renseignements de qualité pour les diverses parties prenantes.		Oui= Plan et outils de communications performantes mis en place et consolidés	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS Stratégie de communication du pays sur le commerce	Revue documentaire	trimestrielle	expert junior 1
Les pays du CIR	Volume/valeur de la production générée grâce aux interventions du CIR.	0		Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Enquête	Fin de projet	Consultant

LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEURS			Source de données	Méthode de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référence	cible fin de projet				
renforcent leur présence sur les marchés internationaux.	Nombre de nouveaux marchés internationaux pénétrés avec l'aide du CIR.	0		Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Enquête	Fin de projet	Consultant
Soutien aux bénéficiaires du CIR (agriculteurs, micro, petites et moyennes entreprises et autres parties prenantes), notamment les femmes et les jeunes, pour leur permettre de participer aux	Nombre total de personnes (ventilé par genre et par âge) recevant une formation de qualité en vue de mieux participer à l'économie.	0	60	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Collecte des rapports de formation et revue documentaire	trimestrielle	expert junior 2
	Nombre d'activités de sensibilisation menées sur le thème des femmes et de l'environnement dans le contexte du commerce.	0	12	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Collecte des rapports de sensibilisation et revue documentaire	trimestrielle	expert junior 2
	Pourcentage des bénéficiaires directs du projet qui sont des femmes.	0%	81%	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	revue documentaire	trimestrielle	expert junior 2

LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEURS			Source de données	Méthode de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référence	cible fin de projet				
initiatives du CIR en matière de renforcement des capacités.							
Soutien accordé aux pays du CIR pour leur permettre de développer leurs capacités de production et d'accéder aux marchés internationaux.	Nombre de producteurs/associations formés aux pratiques relatives aux chaînes de valeur.	0	90	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Collecte Rapports PME soutenus et revue documentaire	trimestrielle	expert junior 2
	Nombre de nouvelles technologies adoptées dans le cadre de projets soutenus par le CIR.	0	3	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS Rapport national sur l'utilisation des NTIC	Collecte Rapports PME soutenus et revue documentaire	trimestrielle	expert junior 2
	Nombre de PME qui bénéficient d'un soutien dans le cadre d'un projet du CIR.	0	45	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Collecte Rapports PME soutenus et revue documentaire	trimestrielle	expert junior 2
Soutien aux pays du CIR visant à mobiliser	Nombre de mesures prises par tous les partenaires du CIR pour contribuer à mobiliser des financements et de l'expertise.		x	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Collecte de données auprès du MEF (DGSP) et Revue	annuelle	expert junior 2

LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEURS			Source de données	Méthode de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référence	cible fin de projet				
(directement ou indirectement) des financements supplémentaires.					documentaire		
	Nombre de projets financés par les donateurs liés à la matrice des actions de l'EDIC.	0	2	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS	Collecte de données auprès du MEF (DGSP) et Revue documentaire	annuelle	expert junior 2
	Nombre de projets soutenus par le CIR et cofinancés en grande partie.	0	6	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel Rapports de supervision du SE/GFAS Document du MEF	Collecte de données auprès du MEF (DGSP) et Revue documentaire	annuelle	expert junior 2
L'aide pour le commerce est mise à contribution avec plus d'efficacité, à travers le dispositif du CIR	Taux de décaissement du projet	0%	sup à 80%	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel		trimestrielle	RAF

LOGIQUE D'INTERVEN TION	INDICATEURS			Source de données	Méthod e de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référénc e	cible fin de projet				
Le gouverneme nt a une bonne connaissanc e des mécanismes de coordination et des potentialités de l'aide en matière de développem ent du commerce et de son intégration dans l'internation al	Taux d'avancement du projet	0%	sup à 90%	Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel		trimestrielle	chargé de suivi évaluation

LOGIQUE D'INTERVEN TION	INDICATEURS			Source de données	Méthod e de collecte	Fréquence	Responsable de la collecte
	Définition	Valeur de référénc e	cible fin de projet				
La coordination de l'aide est efficace et régulière	Cadre de coordination autour du DF mis en place et opérationnel et efficace	Non=	Oui= Cadre de coordination fonctionnel et Contribution à la mobilisation de ressources additionnelles	Minutes des réunions du cadre de concertation Rapports du FP/UNMO Rapport de situation annuel	Revue document aire	trimestrielle	RAF

2.3. Mécanisme et outils de collecte

Pour parvenir à satisfaire la demande en information dans les délais et formes requises, il importe de définir les mécanismes de circulation de l'information et les outils nécessaires à sa collecte. Dans ce qui suit, une description de ces mécanismes et outils de la collecte de l'information nécessaire à la planification et au suivi-évaluation du projet.

2.3.1. Le Plan de travail et la revue annuelle

En vue d'atteindre les résultats bien ciblés par le document de conception du projet, il importe de prévoir les activités (et tâches) à mener durant une année et les ressources correspondantes. C'est pourquoi, un processus qui implique l'ensemble des acteurs est nécessaire. Disposer d'outils de collectes et de synthèse convenablement remplis et un processus de planification connu et accepté de tous est important.

L'outil de planification doit être celui proposé ci-dessous (tableau 1). Chacune des parties prenantes principales doit disposer de son plan détaillé, avec des responsabilités définies pour chacune des tâches à accomplir. Pour exemple on pourra utiliser le tableau ci-dessous.

Pour impliquer les acteurs, il importe d'organiser une revue annuelle. Cette revue annuelle, visera à la fois le bilan des activités de l'année achevée et une planification de l'année qui la suit. Pour réaliser le bilan chaque responsable aura à fournir un rapport qui comprend le tableau ci-dessous.

La consolidation des tableaux incombera au chargé de suivi évaluation. Si les ressources du projet le permettent, celui-ci pourra solliciter les services d'un consultant. Le consultant pourrait avoir pour tâches de préparer et d'animer la revue annuelle. Son rapport comprendra à la fois le bilan annuel et le plan de travail annuel.

Tableau 1 Outil de planification PTBA

[illegible]

2.3.2. Les rapports de suivi

Le suivi périodique implique aux parties prenantes de fournir un rapport trimestriel basé sur le plan de travail annuel et comprenant le tableau de suivi proposé. 20 jours après un trimestre, le responsable suivi évaluation aura la charge de consolider et de préparer le rapport trimestriel du projet. C'est pourquoi, chaque expert fournira 10 jours après le trimestre le rapport correspondant à la mise en œuvre des activités relatives au résultat du projet qui concerne son expertise.

Les rapports des experts et la consolidation proposée serviront aux parties prenantes de juger de l'avancement du projet et de discuter des points de blocages et de réajuster la planification au besoin. La consolidation des tableaux de suivi incombera au chargé de suivi évaluation.

Sur la base de ce tableau consolidé, les rapports trimestriels, semestriels et annuels sont rédigés pour être transmis au coordinateur qui le transmet après relecture et validation au point focal. Celui-ci assure la relecture, le valide et le transmet au point focal, le comité directeur national et au bureau de l'UNOPS (Gestionnaire du Fonds d'affectation spéciale (GFAS)).

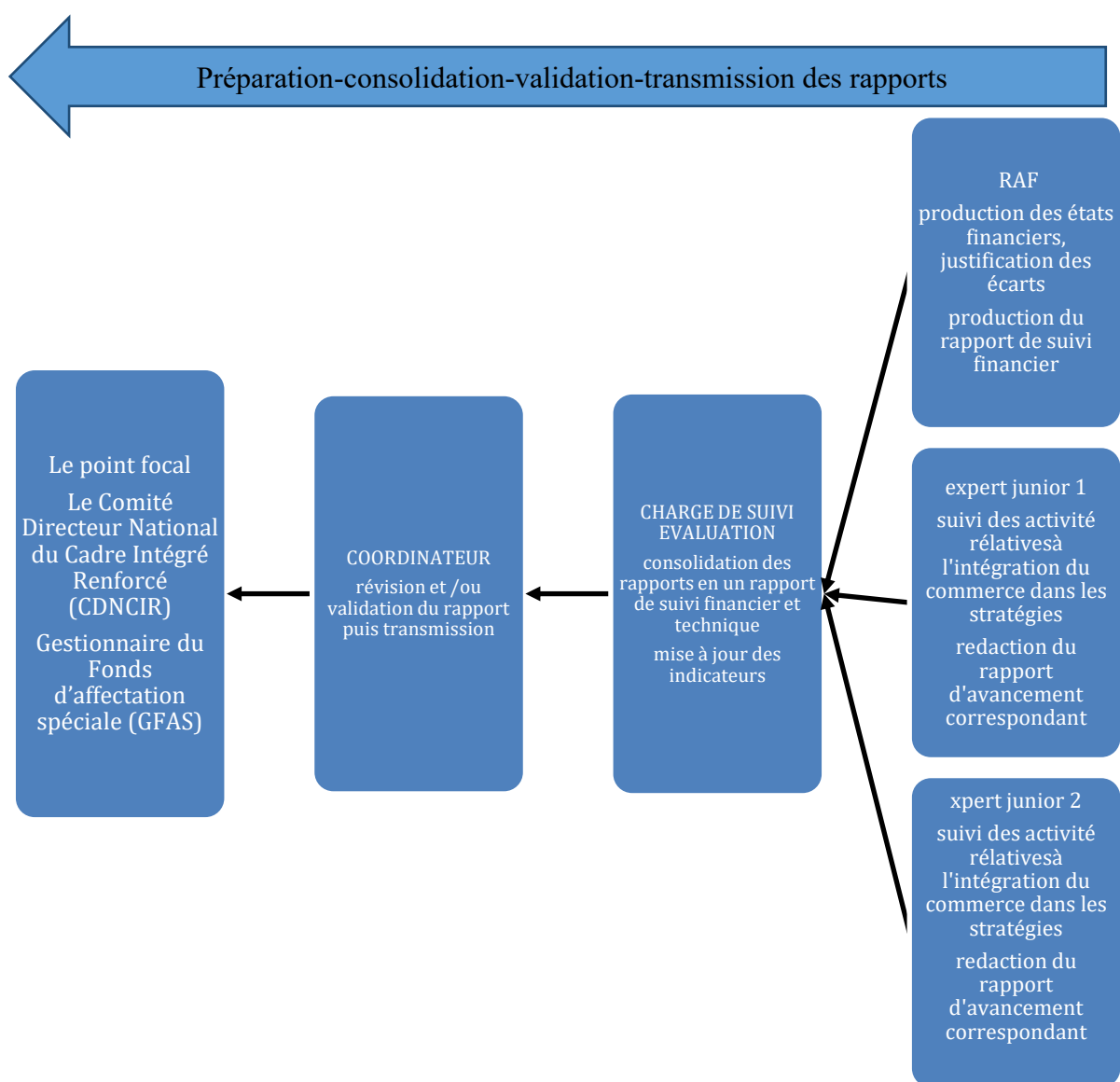


Tableau 2 outil de suivi

[illegible]

2.3.3. Les réunions de suivi

Afin de pouvoir réaliser régulièrement le suivi de la mise en œuvre l'UNMO doit se réunir par quinzaine. Cette réunion est convoquée par le coordinateur du projet. Son secrétariat est assuré en alternance par les experts juniors. Il permet de suivre le plan de travail et budget annuel dans sa réalisation il permet également de prendre en compte les recommandations issues des missions de supervision ou des réunions du comité directeur national.

Le point focal convoquera une réunion mensuelle pour assurer à la fois le suivi de la mise en œuvre et la prise en compte des recommandations du comité directeur et de la GFAS

il permet de fournir au coordinateur les éléments d'informations idoines pour la réunion trimestrielle du comité directeur national dont le secrétariat est assuré par le chargé de suivi évaluation. Ce comité directeur national, se réunira trimestriellement sera et aura entre point à examiner l'état d'avancement du projet pour lequel le rapport aura été préparé par l'UNMO et transmis.

Toutes les réunions y compris les réunions ad hoc qui sont tenues par les parties prenantes doivent être documentées et servir à l'établissement des différents rapports de suivi. Pour ce faire ce modèle de compte rendu pourrait être utilisé.

COMPTE RENDU DE REUNION

Le xx/xx/20XX a eu lieu à La réunion
de.....

Etaient présent à cette réunion les participants ci-dessous

NOM PRENOM	FONCTION	INSTITUTION	CONTACT

La réunion était présidé par Le secrétaire de séance désigné était.....

Heure de début :

Heure de fin :

ORDRE DU JOUR DE LA REUNION

Les points inscrits à l'ordre du jour sont les suivants :

- 1
- 2
- 3
- 4

POINT N°	DISCUSSIONS	DECISIONS PRISES/ RECOMMANDATION	RESPONSABLE	Echéance	Statut	Commentaires
1		1.1				
		1.2				
		1.3				
2		2.1				
		2.2				
3		3.1				
4		4.1				

L'ordre du jour étant épuisé, la séance fut levée.

LE SECRETAIRE DE SEANCE

2.3.4. Les missions et les formations

Il importe que les missions et les formations organisées sur financement du projet soient documentées. Le canevas ci-dessous pourrait être utilisé. Pour les ateliers de formation le rapport doit comprendre entre autres annexes la liste des participants.

CONTEXTE JUSTIFICATION				
1 OBJECTIFS DE LA MISSION(FORMATION)				
2 DEROULEMENT :				
3 RESULTATS ET ENSEIGNEMENTS				
4RECOMANDATIONS				
N°	Mesure ou action à entreprendre	Responsabl e	Date limite	Cout estimatif

2.3.5. Evaluations

Deux évaluations sont prévues par le document de conception du projet : la revue à mi-parcours et l'évaluation finale du projet. La gestion des processus qui doit aboutir à la validation des rapports incombe au chargé de suivi évaluation. Elle débute nécessairement par la rédaction des termes de références. Il importe d'impliquer toutes les parties prenantes dans : la rédaction de ces termes de référence, la sélection de l'évaluateur, la réalisation de l'évaluation et la validation du rapport.

Pour que l'évaluation finale puisse intervenir trois mois avant la fin du projet la maîtrise du processus est nécessaire. Il est important de faire apparaître dans la planification les éléments ci-dessus pour tenir compte du nombre de jours nécessaire à l'élaboration participative des termes de références, à la publication de l'avis de manifestation d'intérêt, à la réunion du comité de sélection jusqu'à la signature du contrat, et à la réalisation de la mission.

2.4. Le rôle des acteurs et organisation de la collecte des données

Pour assurer le pilotage du projet, le partage et la diffusion de l'information sont nécessaires. Ce devoir de rendre compte s'exerce à tous les niveaux, il importe que les rôles des uns et des autres soient clarifiés et compris pour un meilleur partage et diffusion de l'information. Ainsi les superviseurs et supervisés ainsi que les bénéficiaires peuvent faire face aux attentes. Pour ce faire, dans ce qui suit les rôles et responsabilités sont décrits.

2.4.1. Le Gestionnaire du Fonds d'affectation spéciale (GFAS).

Le Bureau des Nations Unies pour les services d'appui aux projets (UNOPS) est désigné comme Gestionnaire du Fonds d'affectation spéciale (GFAS). Il reçoit à ce titre un rapport régulier sur la mise en œuvre du projet. Il supervise la bonne exécution du projet. Pour cela il réalise des missions régulières de supervision. Il formule des recommandations que le projet prend en compte. Pour bien préparer, les missions de supervision, l'UNMO doit préparer et transmettre dans les délais ses rapports.

2.4.2. Le comité Directeur National

Le Comité Directeur National du Cadre Intégré Renforcé (CDNCIR) a été créé par l'arrêté n° 1986/MCIAT en date du 26 juin 2014. Il est l'organe d'orientation et de suivi de la gestion du programme du CIR en Mauritanie. Il est présidé par le Directeur des Etudes de la Programmation et de la Coopération du MCIT (article 4 de l'arrêté). Il est chargé de :

- Suivre l'ensemble du processus et les activités du Cadre Intégré Renforcé, en particulier son intégration dans les politiques de développement du pays ;
- Assurer une coordination et une adhésion effectives des institutions gouvernementales, du secteur privé, de la société civile et des autres parties prenantes du CIR ;
- Veiller à ce que les questions liées au commerce soient examinées au niveau des conférences des donateurs, notamment lors des réunions des groupes consultatifs et de différentes concertations nationales avec ces donateurs tables.

2.4.3. Le point focal

La supervision de la qualité des rapports préparés par l'unité de mise en œuvre du projet incombe au point focal. Il assure la transmission de ces rapports périodiques au comité directeur national et au secrétariat exécutif de la gestion fiduciaire du projet. Il s'agit des rapports de suivi financier qui est trimestriel et du rapport technique qui est semestriel.

Pour superviser la bonne marche du projet, il organise une réunion mensuelle d'avancement avec l'unité de gestion du projet dont le secrétariat est assuré par le chargé de suivi évaluation. Il s'assure ainsi que les recommandations du comité directeur national ou celles du bailleur sont bien prises en compte

2.4.4. Les membres de l'unité de coordination

La mise en œuvre et la responsabilité de rendre compte incombe aux membres de l'unité de mise en œuvre avec des degrés différents de responsabilité. Il importe de le clarifier au sein de cette unité de mise en œuvre.

2.4.4.1. Le coordinateur du projet

Il coordonne une réunion bimensuelle d'avancement de l'unité de gestion du projet. Le secrétariat général de cette réunion est assuré par les experts juniors (en alternance). Ce qui lui

permet de superviser l'exécution du plan de travail et du budget conformément aux procédures et de prendre des mesures idoines de réajustement.

2.4.4.2. Le responsable suivi évaluation

Il consolide l'écriture des rapports. Il veille au renseignement des indicateurs du projet. Il assure le contrôle de la qualité des rapports fournis par les bénéficiaires, les experts juniors, le RAF et les autres parties prenantes. Il rédige les rapports trimestriels, semestriels et annuels. Répond aux sollicitations des partenaires en rapport avec le suivi évaluation. Il est le principale gestionnaire de la mise en œuvre des évaluations. Il assure dans ce cadre, l'élaboration des termes de références, la supervision de la qualité de la collecte des données par les consultants et surtout à la qualité des rapports fournis par ceux-ci. Il organise la validation des rapports sous l'autorité du coordinateur.

2.4.4.3. Le responsable administratif et financier

Il est responsable de l'enregistrement de l'information financière en respectant les catégories des dépenses et le lien entre les activités et produits correspondant. Il fournit un rapport de suivi financier et répond aux sollicitations de sa hiérarchie en fonction du besoin d'information. Il met, au besoin, à la disposition des auditeurs les pièces justificatives des dépenses.

Le rapport de suivi financier doit comprendre entre autres informations le taux de décaissement annuel à la date du rapport. Mais aussi le niveau atteint par rapport à l'ensemble des ressources allouées. Le rapport doit contenir une explication des écarts : entre le budget planifié et les dépenses effectives.

2.4.4.4. Les experts juniors

Il participe activement à la planification du projet en remplissant sous la supervision du chargé de suivi évaluation la matrice du plan de travail. Cette matrice servira de base à la réunion de planification. Les experts juniors (en alternance) assurent le secrétariat général de la réunion bimensuelle de l'unité de mise en œuvre. Ils assurent la collecte de données auprès des bénéficiaires du financement de la CIR. Ils réalisent une revue documentaire pour renseigner les indicateurs sous la supervision du chargé de suivi du projet. Ils préparent un rapport mensuel d'avancement basé sur le plan de travail annuel budgétisé.

2.4.5. Les partenaires ou bénéficiaires de la CIR

2.4.5.1. Les PME financées par la CIR

Un rapport trimestriel sera exigé lors de la signature de la convention de financement. Celui-ci doit être aussi simple à remplir et contenir des informations sur les indicateurs nécessaires au renseignement du SE du projet

Les Annexes

Logique d'intervention	Indicateurs			Calendrier 20XX				Responsable	Budget				
	Libellé	Valeur de référence	Valeur cible	T1	T2	T3	T4		Libellé	unité de mesure	Coût unitaire	Quantité	Total
Objectif Général: Les pays du CIR sont intégrés dans le commerce mondial d'une façon qui contribue à réduire la pauvreté et à assurer un développement durable.	Part de la Mauritanie PMA dans les exportations mondiales de produits non pétroliers.								432 675				
	Valeur du commerce de la Mauritanie (inter-régional et mondial).												
	Flux d'Aide pour le commerce à destination de la Mauritanie.												
	Investissement étranger direct (IED) en Mauritanie.												
Résultat 1: La Mauritanie dispose d'un programme en matière de commerce propice à la croissance durable au profit des populations pauvres.	Intégration du commerce dans le plan national de développement.								172 200				
	La Mauritanie dispose de mécanismes effectifs de coordination du commerce.												
	La Mauritanie dispose de stratégies sectorielles intégrant le commerce par pays.												
Produit 1.1: Amélioration des contributions à l'élaboration de politiques fondées sur des éléments avérés à l'appui du	Nombre de politiques commerciales de qualité actualisées par la Mauritanie avec l'aide du CIR.	0	1						44 800				

commerce au profit des populations pauvres.	Nombre d'actions visant à améliorer la législation et la participation à divers processus et réunions (y compris accession à l'OMC, intégration régionale, etc.).	0	1										
	Nombre d'études diagnostiques effectuées/mises à jour avec l'aide du CIR.	0	3										
ACTIVITES R1P1	Taux d'avancement activité	Valeur de référence; 0%	Valeur cible: 100%	T1	T2	T3	T4		Libellé	unité de mesure	Coût unitaire	Quantité	Total
1.1.1 Préparation et adoption d'un plan stratégique à moyen terme pour le commerce		0%	100%										32 800
1.1.2 Participation du MCIT et de l'UNMO à la préparation des plans nationaux de développement (SCAP, ...) et à l'intégration du programme sur le commerce dans ces plans de développement		0%	100%										12 000
Produit 1.2: Renforcement de la coordination institutionnelle du commerce et du développement.	La Mauritanie a intégré une UNMO dans leur système gouvernemental.	non	oui						17 000				
	La Mauritanie dispose de mécanismes de coordination public-privé efficaces et de qualité.	non	Oui= Mécanisme créé et/ou renforcé										

[illegible]

[illegible]

1.3.6 Ateliers/séminaires sur l'intégration du commerce dans la SCAPP.		0%	100%										6 000
1.3.7 Elaboration d'un plan de communication et mise en œuvre de ce plan dans les différents médias en s'appuyant également sur la mobilisation et l'implication de la société civile.		0%	100%										5 500
Résultat 2: Les pays du CIR renforcent leur présence sur les marchés internationaux.	Volume/valeur de la production générée grâce aux interventions du CIR.								69 900				
	Nombre de nouveaux marchés internationaux pénétrés avec l'aide du CIR.												
Produit 2.1:Soutien aux bénéficiaires du CIR (agriculteurs, micro, petites et moyennes entreprises et autres parties prenantes), notamment les femmes et les jeunes, pour leur permettre de participer aux initiatives du CIR en matière de renforcement des capacités.	Nombre total de personnes (ventilé par genre et par âge) recevant une formation de qualité en vue de mieux participer à l'économie.	0	60						22 900				
	Nombre d'activités de sensibilisation menées sur le thème des femmes et de l'environnement dans le contexte du commerce.	0	12										
	Pourcentage des bénéficiaires directs du projet qui sont des femmes.	0%	81%										
ACTIVITES R2P1	Taux d'avancement activité	Valeur de référence; 0%	Valeur cible: 100%	T1	T2	T3	T4		Libellé	unité de mesure	Coût unitaire	Quantité	Total

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Annexe 6:
PLAN DE COMMUNICATION
CIR-MAURITANIE



1. ANALYSE PRÉLIMINAIRE

- LE MONDE DU TOURISME DURABLE
- NOTIONS CLÉS ET AVANTAGES
- IDÉE GÉNÉRALE DU PROJET ÉCOTOURISME

2. ÉTUDE DE MARCHÉ

- POINTS CLÉS DU MARCHÉ TOURISTIQUE
- LES CATÉGORIES ET LES SEGMENTS TOURISTIQUES D'INTÉRÊT
- ANALYSE DU TOURISTE INTERNATIONAL
- ÉTUDES SUR LA DEMANDE POTENTIELLE
- RAPPORT SPÉCIAL ÉCOTOURISME

3. RAPPORT SUR LES DESTINATIONS DE L'ÉCOTOURISME

- CONCURRENCE DU MARCHÉ
- PRIX DANS LES ÉCO-DESTINATIONS
- DES ÉCOLOGES EXCEPTIONNELS
- EXEMPLES DE RÉUSSITES ET D'ÉCHECS

4. PLAN ORGANISATIONNEL ET OPÉRATIONNEL

- PROGRAMME NATIONAL POUR LA PROMOTION DE L'ÉCOTOURISME EN MAURITANIE
- COMMERCIALISATION DE L'ÉCOTOURISME
- ACTIONS DE MARKETING
- LE MARKETING TOURISTIQUE
- LA CERTIFICATION DE TOURISME DURABLE

5. CONCEPTION DU PRODUIT ÉCOTOURISTIQUE

- LES 5 CLÉS POUR LA VIABILITÉ DE L'ÉCOTOURISME
- UNE IDÉE UNIQUE POUR ATTIRER LA DEMANDE TOURISTIQUE
- STRATÉGIE DU PRODUIT
- PROGRAMME PÉDAGOGIQUE POUR LES VISITEURS
- LE MODÈLE D'ENTREPRISE

6. PLAN FINANCIER

- DESCRIPTION DE L'EXPLOITATION
- FLUX DE LIQUIDITÉS COMPLEXE
- PLAN D'INFRASTRUCTURES: COÛTS DE CONSTRUCTION
- CRÉATION DU BUREAU POUR LE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DE L'ÉCOTOURISME
-

7. CONCLUSIONS DÉFINITIVES DE L'ÉTUDE DE FAISABILITÉ

1. RECHERCHE DOCUMENTAIRE ET RÉUNIONS TECHNIQUES CÉLÉBRÉES

Grâce à des recherches récentes sur la demande écotouristique actuelle et à notre connaissance du marché touristique international, nous avons pu déterminer les véritables manques de la région écotouristique de la Mauritanie. Ces conclusions ont été intégrées dans ce document et sont nécessaires pour rendre l'écotourisme solide et compétitif.

Compte tenu de la diversité des solutions nécessaires et afin de pouvoir les satisfaire, nous avons rencontré des entreprises et des professionnels espagnols et canariens experts en les domaines requis par le projet qui nous ont aidés auparavant :

1. Institut Technologique des Canaries : Développement de l'énergie verte pour les nouvelles infrastructures du complexe.

2. Institut Technologique des Canaries : Une usine de dessalement pour fournir de l'eau au camping et au village afin d'assurer leur autonomie.

3. Conseil en ingénierie des déchets urbains et valorisation énergétique des déchets organiques : Campagne de nettoyage en profondeur dans le PNBA.

4. Spécialistes de projets et travaux paysagers pour trouver des solutions durables pour l'environnement : Création d'un potager écologique afin d'améliorer l'offre gastronomique.

5. Spécialistes de projets et travaux paysagers pour trouver des solutions durables pour l'environnement : Conception d'un jardin d'arbres et de plantes autochtones pour le complexe.

6. Fabricants spécialistes de mobilier urbain et touristique : Création d'un restaurant avec terrasse et toilettes pour le complexe.

7. Fabricant de cuisines industrielles innovantes : Équipement de cuisine innovant pour le restaurant d'Iwik.

8. Fabricants spécialistes d'équipement touristique complémentaire: Ponts, passerelles, pergolas, stands pour les points de vente et arc d'accès au parc.

9. Entreprise spécialiste d'aluminium dédiée à la construction navale et marine: Construction d'un quai pour des navires touristiques dans le village.

10. Ingénieurs spécialistes de la purification de l'eau : Traitement des eaux usées pour le camping.

11. Spécialiste de l'observation d'oiseaux : Tour-plateforme pour leur observation scientifique (birdwatching).

12. Spécialistes en communication et balisage : Signalisation des routes intérieures et panneaux d'information sur le parc national.

1. ANALYSE PRÉLIMINAIRE

LE MONDE DU TOURISME DURABLE

NOTIONS CLÉS ET AVANTAGES

IDÉE GÉNÉRALE DU PROJET ÉCOTOURISME



Aujourd'hui, le secteur touristique est l'un des plus importants de l'économie mondiale et se trouve en pleine expansion. Il est considéré comme un secteur fondamental de l'économie à tous les niveaux. On remarque un intérêt croissant de la part des touristes pour visiter des zones pratiquement intactes et pour contribuer à leur conservation, préservation et restauration, ce qui est une bonne nouvelle pour le projet d'écotourisme.

L'écotourisme devra toujours prendre une forme artisanale et personnalisée et s'exercer dans un environnement naturel, son sujet d'intérêt principal étant la conservation et l'observation des ressources naturelles, ainsi que la mise en valeur des traditions et du mode de vie de ses habitants.

Le concept de développement durable se définit officiellement comme celui « qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. »



AVANTAGES DU TOURISME DURABLE

Nos études concluent que le tourisme durable comporte de multiples avantages pour tous les acteurs impliqués :

- a.** Il rend plus simple la compréhension des effets du tourisme sur le milieu naturel, culturel et humain.
- b.** Il assure un bon équilibre entre les coûts et les bénéfices.
- c.** Il crée des emplois à niveau local, de manière directe, dans le secteur des services.
- d.** Il accroît la rentabilité des industries domestiques locales.
- e.** Il encourage l'afflux de devises dans le pays et l'investissement dans l'économie locale.
- f.** Il diversifie l'économie locale, particulièrement dans les zones rurales ou côtières où le travail peut être occasionnel et insuffisant.
- g.** Il facilite l'entente et la prise de décisions entre les collectifs sociaux pour aller dans le sens de la coexistence avec leurs ressources.
- h.** Il comporte une planification qui assure un développement touristique approprié à la capacité de charge de l'écosystème.
- i.** Il encourage l'amélioration des transports en commun, des communications et des infrastructures basiques.
- j.** Il propose des activités auxquelles tant la population locale que les touristes peuvent participer. Il contribue à préserver le patrimoine historique et culturel.
- k.** D'une part, l'écotourisme soutient l'exploitation agricole des terres marginales; de l'autre, il encourage la présence de végétation naturelle dans les grandes surfaces de terre.
- l.** Il revalorise la population locale à ses propres yeux en lui donnant des raisons d'être fière de son environnement et de ses caractéristiques culturelles. Il facilite la communication et la compréhension entre les personnes de différentes origines.
- m.** L'écotourisme met en évidence combien les ressources naturelles et culturelles sont importantes pour le bien-être économique et social de la communauté locale. De même, il prouve que celle-ci peut contribuer dans une large mesure à les préserver.
- n.** Il surveille et évalue les effets du tourisme, neutralise son impact négatif et développe des méthodes fiables de responsabilité environnementale.



Ecologie



Société



Economie

IL FAUT SIGNALER QUELQUES RISQUES INHÉRENTS À L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE :

Les études prouvent que certains problèmes environnementaux majeurs en rapport avec le tourisme sont directement liés à:

- a. L'énergie. Les transports consomment la plupart de l'énergie dans l'activité touristique.
- b. L'eau. L'industrie touristique dépense beaucoup d'eau.
- c. Les déchets. Ils représentent un problème grave lorsqu'ils ne sont pas sous contrôle.
- d. Le bruit. Le développement même de l'activité produit des bruits.
- e. La dégradation du paysage. Le tourisme a un grand impact sur le paysage.

*L'équilibre de tous ces éléments permettra l'obtention un produit touristique attirant et prestigieux.



IDÉE GÉNÉRALE DU PROJET ÉCOTOURISME:

Mission

Contribuer à la croissance économique locale grâce à la mise en place du programme stratégique de développement touristique, conforme aux normes de qualité les plus strictes. On doit prendre en considération des aspects aussi importants que :

- a.** La durabilité écologique. Autrement dit, il faut faire attention à ce que le développement touristique n'ait pas des effets irréversibles sur les écosystèmes.
- b.** La durabilité sociale. Elle fait référence à la capacité d'une communauté pour absorber l'afflux de touristes.
- c.** La durabilité culturelle. Une communauté doit avoir le droit de garder ou d'adopter ses caractéristiques culturelles distinctives face à la culture du touriste.
- d.** La durabilité économique. Le profit économique du secteur doit être assuré pour que l'activité soit réalisable.

Vision

Il faut se donner quatre ans pour accomplir le projet et pour obtenir la reconnaissance internationale des services et des activités dans la nature proposées par la communauté.

Pour atteindre cette reconnaissance, il faudra offrir aux clients des expériences de repos et de détente en contact direct avec la nature ; des expériences plaisantes et confortables qui soient toujours respectueuses de l'environnement et de l'harmonie de la communauté.

Valeurs

- Service clientèle : répondre aux attentes du client.
- Respect : encourager un environnement de travail agréable au sein du personnel.
- Simplicité : être attentionné et gentil avec les clients.
- Responsabilité : s'engager vis-à-vis de l'éducation environnementale et sociale à travers toutes les activités.

L'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme) dit:

“Le tourisme durable devrait satisfaire, au plus haut niveau possible, les touristes, et [représenter] pour eux une expérience utile en leur faisant prendre davantage conscience des problèmes de durabilité et en encourageant parmi eux les pratiques adaptées.”

POURQUOI CE PROJET D'ÉCOTOURISME EST-IL IMPORTANT POUR LA MAURITANIE ?

Ce projet a une importance essentielle, car le tourisme stimulera cinq domaines clé :

- 1. CROISSANCE ÉCONOMIQUE INCLUSIVE ET DURABLE.**
- 2. INCLUSION SOCIALE, EMPLOI ET RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ.**
- 3. UTILISATION EFFICACE DES RESSOURCES, PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT ET LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE.**
- 4. VALEURS CULTURELLES, DIVERSITÉ ET PATRIMOINE.**
- 5. COMPRÉHENSION MUTUELLE, PAIX ET SÉCURITÉ.**



QUELQUES ASPECTS BASIQUES À CONSIDÉRER POUR LE PROJET

La condition sine qua non pour mettre en place un projet d'écotourisme est de disposer d'un environnement naturel où les effets de l'action humaine soient très faibles ou inexistant. Plus vierge est le territoire, mieux c'est.

Les communautés les mieux préservées des effets de la mondialisation seront plus attrayantes pour les visiteurs, qui pourront connaître leur culture d'origine ainsi que leur environnement naturel. Il faut savoir que ces deux éléments sont des attraits touristiques essentiels.

Un point fort de l'écotourisme est la culture intrinsèque aux populations locales. Celles-ci sont de plus en plus conscientes de l'importance de leurs traditions, ce qui leur permet de ressentir une fierté et une confiance tant à niveau individuel que collectif.

Il faut que tous les membres de la communauté locale soient capables de conclure des accords et de s'engager vraiment. La communauté a besoin du soutien d'institutions expérimentées ou d'entreprises privées avec des compétences avérées dans ce domaine de travail.

L'IMPORTANCE DE RENFORCER L'ÉDUCATION RELATIVE À L'ENVIRONNEMENT

L'éducation relative à l'environnement est l'un des outils fondamentaux pour faire avancer le développement durable. L'idée c'est de changer les esprits. En l'occurrence, cette éducation doit se concentrer sur:

a) L'information fournie aux visiteurs.

b) La préparation de la communauté.

a) Elle doit faciliter l'acquisition de connaissances relatives à l'environnement par les touristes, ainsi que suggérer des changements dans leur attitude et leur comportement.

b) Elle doit stimuler le changement social de la communauté en développant parmi ses membres des valeurs, des comportements et des aptitudes leur permettant d'assumer une responsabilité vis-à-vis de l'environnement. Ainsi, ils deviendront un outil de prévention et une solution aux problèmes de l'environnement.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES DU PROJET ÉCOTOURISME

Mettre en place de nouvelles infrastructures touristiques pour améliorer l'attrait du complexe touristique et ses alentours.

Obtenir un financement pour mettre en œuvre les travaux en question.

Localiser et recenser les marchés touristiques potentiels.

Activer et identifier la part du marché dans les marchés clés.

Établir des liens avec les voyageurs récepteurs de tourisme national et émetteurs de tourisme international pour activer les voies commerciales traditionnelles.

Établir de nouveaux liens avec des organisations de tourisme durable pour se faire une place dans le circuit international.

Utiliser les canaux de communication et de commercialisation numériques.

Créer des produits uniques pour inciter les visiteurs à dépenser de l'argent dans leur lieu de vacances. Diversifier l'offre touristique.

Stimuler l'ensemble de la chaîne de valeur productive du secteur touristique à travers les produits, la main d'œuvre et les ressources locales.

Favoriser la participation communautaire dans l'activité économique dérivée du tourisme.

Renforcer l'identité mauritanienne pour se singulariser dans le marché.

Créer une image pour les sites choisis comme lieu de destination touristique durable.

Réussir à impliquer la société mauritanienne, ainsi que les acteurs économiques, touristiques et sociaux dans la compétitivité et la durabilité de l'activité touristique.



ANALYSE AFOM

Atouts

- Possibilité de séjourner en plein milieu d'un parc national qui est aussi un site Patrimoine mondial de l'UNESCO.
- Éloignement des zones urbaines, mode de vie naturel.
- Offre diverse d'activités pour le tourisme d'aventure dans le désert et dans la mer, observation d'oiseaux, visites culturelles.
- Conservation et préservation des ressources naturelles du lieu.
- Activités de collaboration et d'interaction avec des communautés locales authentiques.
- L'eau utilisée dans le complexe touristique est obtenue par désalinisation.
- Énergie solaire.
- Le personnel est issu des communautés, ce qui fait partie du programme.
- Un grand atout pour atteindre la reconnaissance internationale, c'est le fait que seulement de petits campings d'écotourisme seront autorisés, préférant la qualité à la quantité.

Opportunités

- Faire que le pays soit reconnu à niveau mondial comme destination écotouristique, un segment du marché en pleine expansion.
- Obtenir la croissance économique et le développement de la communauté de manière durable et soutenue.
- Intégrer et faire évoluer professionnellement les femmes de la région les faisant participer dans les tâches du complexe touristique.
- Encourager l'emploi nécessitant une éducation spécialisée et adaptée.
- Consolider le programme de prévention et protection de l'environnement naturel et de conservation de la biodiversité des zones protégées.
- Accéder aux financements à la coopération internationale.
- Identifier et fidéliser les touristes amoureux de la nature et de l'aventure.
- Élaborer une bonne feuille de route avec une vraie participation de la communauté. Cette implication aurait comme conséquence une revalorisation collective du peuple, ce qui se reflèterait à son tour sur une plus grande stabilité des institutions locales et nationales.



Faiblesses

- Niveau élevé de saleté dans les villages limitrophes du parc.
- Contrôles policiers et aux frontières excessifs, tant à l'aéroport que sur les autoroutes et les chemins d'accès au Banc d'Arguin.
- La communauté locale connaît mal les demandes et les attentes du marché touristique.
- Pas de téléphone ni d'internet à l'intérieur du complexe.
- Difficultés de réapprovisionnement d'articles de première nécessité comme la nourriture, les produits de nettoyage ou les biens consommables, les magasins se trouvant à 50 kilomètres.
- Manque de diversité gastronomique par rapport aux habitudes diététiques des touristes avec le régime alimentaire recommandé.
- Manque de balisage dans les voies d'accès.
- Non-traitement des eaux usées.

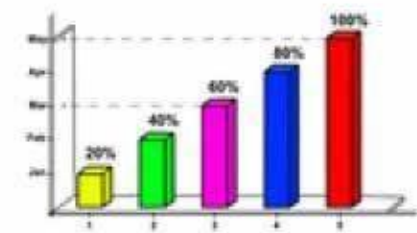
Menaces

- Peu de ressources en cas d'accident ou de maladie des touristes dans le complexe.
- Qualité irrégulière des services et des expériences proposés aux touristes par la communauté.
- Manque d'hygiène et de propreté dans le complexe.
- Crainte de l'instabilité politique de la région ou de l'extrémisme du monde islamique ou de la région limitrophe.
- Détournement de l'un des objectifs primordiaux du programme : l'intégration des femmes.
- Perte de liberté de la communauté dans leur propre territoire.
- Manque de soutien gouvernemental à long terme qui peut limiter la création d'entreprises dans la région.



2. ÉTUDE DE MARCHÉ

- POINTS CLÉS DU MARCHÉ TOURISTIQUE
- ANALYSE DU TOURISTE INTERNATIONAL
- ÉTUDES SUR LA DEMANDE POTENTIELLE
- RAPPORT SPÉCIAL ÉCOTOURISME



INTRODUCTION

Dans les analyses préliminaires pour les projets d'investissement, la délimitation du marché en question est l'un des éléments essentiels. En l'occurrence, il faut concevoir le marché cible comme un ensemble d'acheteurs de produits vacanciers qui ont des besoins communs, ou des caractéristiques spécifiques communes, relatifs à la destination. Il faut chercher à connaître les besoins de ces consommateurs pour leur proposer des produits et des services en ligne avec leurs attentes.

Nous avons fait des recherches sur différents marchés à titre indicatif pour saisir les attentes du marché cible, son pouvoir d'achat et ses modèles de consommation. Toutes ces données nous fournissent une information précieuse pour déterminer l'exécution des actions et les solutions attendues dans ce projet.

POINTS CLÉS DU MARCHÉ TOURISTIQUE LE CAP DE LA COMPÉTITIVITÉ TOURISTIQUE

Les modèles touristiques ont commencé à changer. Aujourd'hui, les touristes cherchent des services et des produits respectueux de l'environnement et ont envie d'en savoir plus sur leur lieu de destination.

La compétitivité du tourisme de demain dépendra de sa capacité d'adaptation aux changements à venir, que nous pouvons classer en trois groupes distincts :

- 01** Changements des habitudes des touristes, qui cherchent des expériences plus authentiques et singulières qui justifient leur décision de voyager, car en même temps leur préoccupation pour l'impact environnemental de cette activité augmente.
- 02** Changements dans le modèle commercial touristique global avec, comme catalyseur, la transformation numérique et l'apparition de nouveaux segments et créneaux de marché qui en dérivent.
- 03** Changements dans la façon de considérer les effets du tourisme sur le territoire, l'économie et la société développant l'activité, qui exige une plus grande création de valeur tant en termes de rentabilité que de respect pour son identité et pour l'équilibre environnemental. La communauté souhaite aussi conserver sa souveraineté pleine et entière.



DÉFIS DU NOUVEAU MARCHÉ TOURISTIQUE POST-COVID

La pandémie provoquée par la Covid-19 en 2020 a touché profondément l'activité touristique internationale, dépassant la capacité de résistance des entreprises et du capital humain, et mettant en cause leur modèle productif même.

Les touristes post-covid sont encore plus exigeants : à part le confort et les services, ils cherchent la sécurité sanitaire, la distanciation sociale et la liberté. Ils veulent profiter de leurs vacances autant que possible, tout en respectant les restrictions d'affluence, les couvre-feux et les mesures de sécurité.

Suite à la pandémie, de nouveaux protocoles se sont mis en place. La sécurité est arrivée en tête de liste parmi les priorités des voyageurs : 77% ont avoué qu'au moment de choisir un hébergement, la politique d'hygiène, distanciation physique et protection d'un hôtel était fondamentale.

Cette perturbation du marché touristique oblige à prendre en considération maintenant certains aspects :

- Il faut établir une stratégie qui vise à faire de la sécurité sanitaire une priorité dans l'ensemble de la chaîne de valeur touristique.
- L'envie de voyager est confirmée : le tourisme a fait un retour en force. Dans toute l'Europe, des millions de personnes pourront profiter à nouveau de leurs lieux de vacances préférés.
- Les sociétés européennes contemporaines auront toujours besoin de voyager, connaître de nouveaux endroits et échapper à la routine.

- Enquête réalisée par Accor



DÉTERMINER LE MARCHÉ CIBLE

Les marchés cibles sont subdivisés en marchés clés. En fonction de leur importance, on choisit l'investissement à réaliser et le type d'actions à mener pour chaque marché cible.

MARCHÉS CLÉS

Ce sont les marchés auxquels, potentiellement, les actions commerciales et promotionnelles doivent s'adresser. Ces marchés pourront ainsi commencer à apporter leur contribution, à fournir des visiteurs et à augmenter le chiffre d'affaires.

Les touristes issus des pays européens qui figurent dans la liste suivante - traditionnellement, de grands émetteurs de tourisme - ont un grand pouvoir d'achat :

Royaume Uni
Allemagne
Espagne (Îles Canaries)
France
Italie
Belgique
Pays-Bas
Irlande
Norvège
Suède



LES CATÉGORIES ET LES SEGMENTS TOURISTIQUES D'INTÉRÊT

N'importe quelle marque touristique peut étendre son domaine concurrentiel pour répondre à différentes demandes dans le marché du tourisme.

La Mauritanie doit se retrouver à l'intérieur de plusieurs catégories d'intérêt pour atteindre les créneaux de marché appropriés, tant pour les sites choisis que pour le patrimoine culturel et historique de Chinguetti et ses alentours.

Les trois catégories touristiques qui, d'après nous, sont les plus adaptées pour que la Mauritanie attire les segments de touristes potentiels, sont les suivantes :

1.- CATÉGORIE TOURISME DANS LES ESPACES NATURELS

Segment de touristes :

- Explorateurs de la nature
- Mystiques
- Passionnés de la randonnée dans le désert
- Passionnés de l'observation d'oiseaux (tourisme ornithologique)

2.- CATÉGORIE TOURISME ACTIF

Segment de touristes :

- Passionnés de la plongée
- Passionnés des sports nautiques
- Passionnés de la navigation
- Passionnés de la pêche
- Passionnés des sports pratiqués dans la nature



3. - CATÉGORIE TOURISME CULTUREL (CHINGUETTI)

Segment de touristes :

- Voyageurs intéressés pour l'offre culturelle
- Voyageurs à la recherche des traditions ancestrales



ANALYSE DU TOURISTE INTERNATIONAL DANS LA TÊTE DU VOYAGEUR

MOTIVATIONS ET ATTENTES

S'il y a un trait qui caractérise le touriste, c'est la diversité de motivations et d'intérêts qui l'incitent à voyager. Cette diversité représente un défi pour toute destination touristique. Aujourd'hui, il n'y a pas un modèle touristique unique. Au-delà du tourisme balnéaire, prédominant dans le monde entier, d'autres types de marché existent chez des segments de clients à la recherche d'expériences singulières.

Les raisons pour lesquelles les touristes contemporains voyagent sont le repos, la déconnexion, le climat doux, la possibilité de profiter de la famille, la nature, la gastronomie et la sécurité, parmi d'autres.

La Mauritanie doit chercher à satisfaire ces demandes, mettant en valeur tous leurs atouts pour offrir une réponse aux nouvelles motivations du tourisme. Le défi pour la Mauritanie consiste à grandir dans un segment motivationnel différent, ce qui rendra le tourisme national compétitif et durable.



DONNÉES SUR LA MANIÈRE DONT LES TOURISTES RÉSERVENT LEURS VOYAGES

Les données obtenues de Google montrent que les réservations d'hôtels et de vols se font avec 12 semaines d'avance. Pendant les trois mois précédant le voyage, la recherche d'informations sur les expériences à vivre dans le lieu de destination augmente. (Google)

Les touristes qui réservent leurs activités à l'avance dépensent 47% de plus pour le hébergement et 81% de plus pour le transport que ceux qui font leur réservation une fois arrivés à destination. Ainsi, le premier groupe constitue un public précieux, spécialement pour les agences de voyage en ligne qui proposent différentes catégories de séjours. (Booking.com)

Le pragmatisme détermine les choix au moment de se déplacer : « L'avion et la voiture sont les transports préférés pour les voyages en famille. »



TYPES DE CLIENTS, FACTEURS DÉMOGRAPHIQUES, POUVOIR D'ACHAT, TYPES D'ACHATS, PRÉFÉRENCES PENDANT LE VOYAGE

Nous avons extrait et évalué les données officielles de millions de touristes européens sur leurs habitudes de consommation et d'achat qui peuvent nous donner des pistes sur les visiteurs potentiels.

CE QUE LES TOURISTES ATTENDENT DE LEUR LIEU DE SÉJOUR

1. Sécurité
2. L'hospitalité des gens
3. Service client dans l'hébergement
4. Propreté et qualité de l'hébergement
5. Offre de loisirs et d'aventures
6. Gastronomie locale
7. Paysages naturels

ÉLÉMENTS QUI RENDENT UN HÉBERGEMENT ATTRAYANT POUR LE CLIENT

1. Une piscine ou la mer à proximité
2. Connexion Wifi (dans le complexe ou dans le centre de visiteurs)
3. Service restaurant
4. Propreté
5. Bon état de conservation
6. Taille adéquate de la chambre
7. Style de l'hébergement/la chambre
8. Chambre familiale
9. Zones de détente/de bien-être
10. Installations ou circuits sportifs
11. Services pour adultes et pour enfants

FICHE TECHNIQUE SUR LA DÉPENSE MOYENNE DES TOURISTES EN VACANCES

Dépense hebdomadaire par touriste et par voyage : 1.115 €.

Dans le pays d'origine : 780 € (70% approx.) pour les billets d'avion et l'hébergement.

Dans le pays de destination : 335€ (30 % approx.) pour manger au restaurant, les excursions, les souvenirs...

- Durée moyenne du séjour : 8,97 jours.
- Dépense moyenne par jour : 140 €.



COMMENT SONT-ILS ?

Sexe :

Hommes : 47,0%

Femmes : 53,0%

Âge :

44,9 ans en moyenne.

PAR TRANCHE D'ÂGE

De 16 à 24 ans : 8,4%

De 25 à 30 ans : 13,5%

De 31 à 45 ans : 30,5%

De 46 à 60 ans : 29,8%

Plus de 60 ans : 17,8%

OCCUPATION PROFESSIONNELLE

Salariés : 57,0%

Freelance : 11,9%

Chefs d'entreprise : 9,1%

Étudiants : 3,7%

Retraités : 15,3%

Autres : 2,3%

REVENU ANNUEL NET PAR FOYER

Moins de 25.000 € : 20,4%

De 25.000 à 49.999 € : 37,9%

De 50.000 à 74.999 € : 21,2%

75.000 € ou plus : 20,5%

NIVEAU D'ÉDUCATION

Sans instruction : 6,2%

Études primaires : 2,3%

Études secondaires : 22,8%

Études supérieures : 68,7%

AVEC QUI VOYAGENT-ILS ?

47,4% voyage en couple

8,9% seul

6,3% seul avec ses enfants

6,8% en couple avec leurs enfants (de moins de 13 ans)

9,7% avec d'autres membres de la famille

6,6% avec des amis

14,5% d'autres combinaisons

TAUX D'OCCUPATION TOURISTIQUE PAR MOIS

Mois où le taux d'occupation est plus élevé :
Janvier, mars, juillet, août, octobre, décembre

Mois avec un taux d'occupation moyen :
Février, avril, mai, juin, septembre, novembre

COMBIEN DE TEMPS À L'AVANCE ORGANISENT-ILS LEUR VOYAGE ?

Le jour du départ même : 0,7%
De 1 à 30 jours plus tôt : 23,6%
De 1 à 2 mois plus tôt : 22,5%
De 3 à 6 mois plus tôt : 32,5%
Plus de 6 mois plus tôt : 20,6%

RAISONS PRINCIPALES POUR VOYAGER

1. Se reposer, déconnecter : 51,75%
2. Profiter de sa famille : 15,4%
3. S'amuser : 12%
4. Découvrir le lieu et la région : 17,8%
5. Consacrer du temps aux loisirs : 1,2%
6. Autres : 1,8%



ÉLÉMENTS CONSIDÉRÉS PAR LE TOURISTE EUROPÉEN AU MOMENT DE CHOISIR UNE DESTINATION

1. CLIMAT
2. SÉCURITÉ
3. CALME
4. HÉBERGEMENTS
5. OCÉAN
6. PRIX
7. PAYSAGES
8. ENVIRONNEMENT
9. SIMPLICITÉ DU VOYAGE
10. PLAGES
11. GASTRONOMIE

QUELLES SONT LES SOURCES CONSULTÉES POUR ORGANISER UN VOYAGE ?

1. INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX : 53,4%
2. AMIS OU FAMILLE : 30,3%
3. VOYAGISTES ET AGENCES DE VOYAGES : 20,2%
4. GUIDES ET MAGAZINES DE VOYAGES : 7,4%
5. BLOGS/FORUMS DE VOYAGES : 6,1%
6. AUTRES...

OÙ ACHÈTENT-ILS LE SÉJOUR ET LE VOL ?

LE VOL

- Directement auprès de la compagnie aérienne : 47,1%
- Auprès du voyageur, l'agence de voyages ou équivalent : 52,9%

LE SÉJOUR

- Directement auprès de l'établissement : 34,1%
- Auprès du voyageur, l'agence de voyages ou équivalent : 65,9%

QUELLE EST LA FORMULE CHOISIE ?

1. TOUT COMPRIS (HÉBERGEMENT, LES 3 REPAS ET LES BOISSONS) : 30,3%
2. HÉBERGEMENT UNIQUEMENT : 27,9%
3. DEMI-PENSION (HÉBERGEMENT ET 2 REPAS) : 23,4%
4. HÉBERGEMENT ET PETIT-DÉJEUNER : 14,9%
5. PENSION COMPLÈTE (HÉBERGEMENT ET 3 REPAS) : 3,4% (ALOJAMIENTO Y 3 COMIDAS)

QUELS SONT LES AUTRES SERVICES RÉSERVÉS ?

- 58,4% : RESTAURANTS ET CAFÉTÉRIAS
- 48,2% : COURSES AU SUPERMARCHÉ
- 43,4% : TAXIS/TRANSFERT
- 24,1% : LOCATION DE VOITURES
- 20,1% : EXCURSIONS ORGANISÉES
- 13,5% : PARCS DE LOISIRS ET MUSÉES
- 4,6% : ACTIVITÉS SPORTIVES
- 3,7% : VOLS INTERRÉGIONAUX

QUANTITÉ DÉPENSÉE PAR PERSONNE ET PAR VOYAGE :

RESTAURANTS ET CAFÉTÉRIAS : 181,17 €

ACTIVITÉS ET CULTURE : 85,07 €



NOMBRE D'HEURES PASSÉES EN DEHORS DE L'ÉTABLISSEMENT PAR JOUR :

0 heures (la personne n'est pas sortie) : 1,7%

De 1 à 2 heures : 8,5%

De 3 à 6 heures : 30,6%

De 7 à 12 heures : 49,8%

Plus de 12 heures : 9,3%

PRINCIPALES ACTIVITÉS RÉALISÉES :

Se promener dans les environs : 71,6%

Aller à la plage : Playa 60,5%

Aller à la piscine, utiliser les installations de l'hôtel : 59,9%

Parcourir la région librement : 45,4%

Déguster des plats locaux : 24,8%

Aller dans des parcs de loisirs ou d'attractions : 23,1%

Excursions organisées : 19,0%

Vie nocturne/aller voir des spectacles : 17,8%

Excursions maritimes : 14,9%

Activités sportives : 12,4%

Activités dans la nature : 11,6%

Activités dans la mer : 9,4%

Visiter des caves/marchés aux puces/fêtes populaires : 9,2%

Visiter des musées/centres culturels : 7,2%

Traitements de beauté et de santé : 5,6%

Observation astronomique : 4,4%

UTILISATION GÉNÉRALE D'INTERNET PAR LES TOURISTES

POUR FAIRE DES RECHERCHES

- Voyage à forfait : 15,6%
- Vols : 13,9%
- Hébergement : 17,5%
- Transports : 16,9%
- Restaurants : 30,2%
- Excursions : 26,8%
- Activités : 30,4%

POUR FAIRE DES RÉSERVATIONS OU ACHETER

- Voyage à forfait : 36,9%
- Vols : 67,0%
- Hébergement : 57,0%
- Transports : 46,9%
- Restaurants : 13,5%
- Excursions : 15,9%
- Activités : 18,3%

UNE FOIS ARRIVÉS À DESTINATION

N'ont pas utilisé Internet : 8,5%

Ont utilisé Internet : 91,5%

- Avec leurs propres données mobiles : 39,7%
- Se connectant au WiFi gratuit : 35,6%

POUR QUOI UTILISENT-ILS LE SMARTPHONE OU LA TABLETTE DANS LE LIEU DE VACANCES ?

- Pour consulter les plans/cartes : 64,6%
- Pour chercher des informations sur l'endroit : 45,6%
- Pour partager des images/vidéos : 56,7%
- Pour télécharger des applications touristiques : 6,7%
- Autres.



Les études montrent que la durabilité est en train de devenir rapidement la norme dans le cadre de l'écologie. La proportion de voyageurs qui souhaitent avoir un impact positif à travers leurs habitudes de consommation augmente sans cesse.

D'après une enquête réalisée en 2019 par la plateforme Booking.com, leader des réservations de voyages en ligne, presque trois quarts (72%) des voyageurs enquêtés pensent qu'il faut agir maintenant si l'on veut sauver la planète pour les générations futures. On peut dire que cette prise de conscience environnementale parmi les voyageurs est due à la crise climatique que traverse le monde.

Le changement de cap est clair : le pourcentage de voyageurs qui sont restés, au moins une fois, dans un hébergement écologique ou « vert » pourrait atteindre 73% du chiffre global, alors que 27% n'ont connu que des hébergements conventionnels.

Par ailleurs, 70% assure que leur choix va se porter plus probablement sur un hébergement si celui-ci est écologique, les plus convaincus étant les voyageurs chinois (93%), brésiliens (83%) et espagnols (80%).

79% des voyageurs prennent en considération la durabilité au moment de choisir un moyen de transport aussi : 43% utilisent les transports en commun quand c'est possible, 42% essaient de marcher à pied ou de prendre le vélo autant que faire se peut et 18% des touristes prennent moins l'avion pour réduire leur empreinte carbone.

L'épanouissement personnel est une autre raison pour voyager, et les touristes choisissent leur destination en fonction de leur propre développement. Plus de la moitié (56%) des touristes au monde voyage pour acquérir des compétences pour la vie, sans doute une très bonne raison. Force est de constater que lorsque les personnes voyagent, leur désir d'apprendre de nouvelles choses augmente. On remarque également une hausse du volontariat social. (Booking.com)

L'ADAPTABILITÉ DE L'ÉCOTOURISTE

La liste suivante montre les modifications que les voyageurs du monde entier seraient prêts à accepter pour rester dans un hébergement écologique. Ces valeurs ont été calculées à partir de la totalité des touristes interrogés :

Ampoules économes en énergie : acceptées par 94%

Appareils de climatisation/chauffage qui marchent uniquement quand on est dans la chambre : acceptés par 89%

Pommeaux de douche à faible débit : acceptés par 80%

Papier toilette recyclé : accepté par 79%

Produits de toilette remplacés moins fréquemment :
accepté par 79%

Draps et serviettes remplacés moins fréquemment : accepté par 75%

Coût plus élevé des repas car élaborés à base d'ingrédients locaux : accepté par 64%



CE QUE LE TOURISTE ENTEND PAR « VOYAGE DURABLE »

Les termes « voyage durable » ont pour chacun une signification différente mais, dans tous les cas, l'hébergement ressort comme un élément important au moment d'organiser un voyage plus écologique.

Les recherches montrent que plus de la moitié des voyageurs (56%) considère que le fait de rester dans un hébergement écologique rend leur séjour durable. Rester dans un écolodge signifie, pour plus d'un tiers des touristes, économiser de l'eau en réutilisant les serviettes et les draps (38%) et préserver l'environnement en réduisant l'utilisation d'articles de toilette, tels que le shampoing, le savon, la brosse à dents ou le rasoir (35%).

Pour beaucoup, les voyages durables garantissent aussi une expérience locale plus authentique. Pour 38%, acheter des produits locaux et soutenir les artisans locaux fait partie d'un voyage durable, tandis que 36% choisiraient un hébergement écologique parce qu'ils considèrent que cela offre une expérience plus proche de la réalité locale.

LES 5 RAISONS PRINCIPALES POUR LESQUELS DES VOYAGEURS DU MONDE ENTIER CHOISISSENT DES HÉBERGEMENTS ÉCOLOGIQUES :

- 1.** Pour aider à réduire l'impact environnemental : 52%
- 2.** Parce qu'ils offrent une expérience plus proche de la réalité locale : 36%
- 3.** Parce que la population locale est traitée avec une plus grande considération : 31%
- 4.** Parce qu'ils y mangent plus d'aliments bio ou de proximité : 30%
- 5.** Pour s'inscrire dans les nouvelles tendances à travers le choix de leur hébergement : 24%

LES 5 GESTES ÉCOLOGIQUES LES PLUS APPRÉCIÉS PAR LES TOURISTES AU MOMENT DE CHOISIR UN HÉBERGEMENT :

Énergie solaire : 67%
Système durable d'eaux : 43%
Douches/toilettes à faible débit : 36%
Restaurants organiques/possibilité de consommer local : 31%
Poubelles de tri dans la chambre : 29%

Les données ont été collectées par Booking.com avec l'aide d'un fournisseur international de panneaux solaires. L'information a été recueillie auprès de 11 marchés et plus de 1.000 personnes interrogées.

3.RAPPORT SUR LES DESTINATIONS DE L'ÉCOTOURISME

- CONCURRENCE DU MARCHÉ**
- PRIX DANS LES ÉCO-DESTINATIONS**
- DES ÉCOLODGE EXCEPTIONNELS**
- EXEMPLES DE RÉUSSITES ET D'ÉCHECS**



LES CARACTÉRISTIQUES ET L'ÉTENDUE DE LA CONCURRENCE

On peut trouver des complexes dédiés au tourisme durable dans tous les continents. Pour en donner un exemple, nous expliquerons le cas du Costa Rica qui, au début des années 90, est devenu le représentant principal de l'écotourisme mondial pour une série de raisons qui l'ont fait entrer dans cette catégorie :

Le Costa Rica détient un avantage comparatif dans le domaine de la nature à cause de ses très beaux paysages naturels, qui constituent une opportunité pour proposer des services touristiques.

Les zones protégées et les parcs nationaux occupent 25% de la surface du pays. Ces régions abritent une grande diversité d'espèces animales et végétales ; on calcule que 5% de la biodiversité mondiale y est concentrée.

Dans l'indice de compétitivité en matière de voyages et de tourisme de 2009, le Costa Rica figurait à la 42^e place au niveau mondial, à la quatrième place au niveau du continent américain et à la première parmi les pays de l'Amérique Latine.

Les campagnes promotionnelles élaborées par l'Organe Officiel de Tourisme vendent toujours le Costa Rica comme une destination écotouristique, « sans ingrédients artificiels », slogan largement utilisé dans les publicités. Cette stratégie de communication est renforcée par la participation dans les différents salons internationaux de tourisme, tels que l'ITB à Berlin, la FITUR en Espagne, le WTM à Londres ou le salon du tourisme à Milan, entre autres.

Ces actions promotionnelles ont eu un impact positif sur le swap de change et l'investissement dans le secteur touristique du Costa Rica. Le tourisme a généré pour le pays plus de recettes en devises que l'exportation de tous ses produits agricoles traditionnels (la banane, l'ananas, le café) ensemble, puisque le tourisme est l'un des principaux secteurs économiques du Costa Rica et celui qui a connu la plus forte croissance depuis 1999.

En 2008 le tourisme a représenté 7,2% du PIB du pays et 22,7% des devises générées pour ses exportations totales. D'après le département de statistique de la Banque du Costa Rica, chaque dollar investi dans le tourisme a un taux de rendement interne de trois dollars en devises en moyenne.



LES CONCURRENTS LES PLUS PROCHES SE TROUVENT EN AFRIQUE

La Gambie, le Kenya, le Maroc, le Rwanda, la Tanzanie et l'Ouganda sont des pays africains qui proposent des expériences touristiques et qui sont positionnés dans les grands moteurs de recherche internationaux de vente en ligne et d'agences de voyage.

Les catégories et les expériences d'écotourisme offertes par ces pays sont les suivantes :

Rester dans la communauté

Séjourner dans une ferme

Art et culture

Randonnées et itinéraires

Expériences gastronomiques

Volontariat

Lodges et camping

Expériences virtuelles

LISTE AVEC DES PRIX OFFICIELS POUR RÉFÉRENCE :

MOMBASA (activité)

Planter soi-même un arbre palétuvier.
24,14 € par personne - Durée : 3h 00m

SEKENANI, MASAÏ MARA (hébergement)

Visite du camping de safari de la communauté de Masaï Mara.
58,52 € par personne - Durée : 23h 00m

MAJI MOTO

Kenya Bush Expeditions avec Sankale.
194,22 € par personne - Durée : 23h 00m

MAJI MOTO

Camping au pied des collines des Loita.
72,42 € par personne - Durée : 23h 00m

NAIROBI

Promenade à vélo dans les plantations de thé et dégustation de fromages.
60,08 € par personne - Durée : 7h 00m

NAIROBI

Promenade à vélo dans les plaines sauvages de Swara.
32,22 € par personne - Durée : 23h 00m

NAIROBI

Visite d'une ferme organique près de Nairobi.
16,35 € par personne - Durée : 4h 00m

MONT LONGONOT

1 jour de promenade dans le mont Longonot.
84,12 € par personne - Durée : 23h 00m



CONGO NIL, RUTSIRO

Promenade au bord du lac Kivu avec Ernest.
24,10 € par personne - Durée : 23h 00m

KAMPALA OU JINJA

Promenade dans la nature à Mabira.
29,26 € par personne - Durée : 5h 00m

BARINGO

Observation d'oiseaux près du lac Baringo.
5,37 € par personne - Durée : 2h 00m

LAGO BARINGO

Promenade aventureuse autour du lac Baringo.
6,71 € par personne - Durée : 3h 00m

LAC BARINGO

Pêcher avec un pêcheur de la région.
40,28 € par personne - Durée : 2h 00m

NYAKASHARU

Camping écologique Nyanziibiri.
43,03 € par personne - Durée : 23h 00m

SEKENANI, MASAÏ MARA

Visite du camping de safari de la communauté de Masaï Mara.
58,52 € par personne - Durée : 23h 00m

DESCRIPTION DE L'EXPÉRIENCE :

<https://www.i-likelocal.com/en/listing/masai-mara-communityrun-safari-camp-1583322813/show>



SToutes les recettes de ce camping reviennent à la communauté Masaï locale et servent à financer la préservation de l'espace qu'elle protège. Aujourd'hui, les membres de la communauté réfléchissent à l'installation d'une pompe à eau pour que l'eau douce arrive à plus de membres.

Il y a 6 tentes dans le camping. Il est situé en plein milieu de la région habitée par la communauté Masaï, ce qui facilite l'interaction avec elle. On organise des safaris à pied à Masaï Mara, et chaque nuit, un membre de la communauté locale raconte une histoire. Il existe la possibilité de travailler en tant que volontaire dans l'école locale qu'ils ont bâtie.

Les repas, tant au petit-déjeuner qu'au déjeuner et au dîner, sont à base de recettes typiquement kényanes.

Type d'expérience

Rester dans le camping géré par la communauté

Le prix (58,52 € par personne et par jour) inclut :

Hébergement

Repas (pension complète)

Le prix n'inclut pas :

Les transports

Services supplémentaires :

Les enfants de 4 à 12 ans paient la moitié du prix d'un adulte (34 €)

EXEMPLE D'HÉBERGEMENT DE LUXE DANS LE DÉSERT DU SAHARA

UN ÉCOLODGE AU MILIEU DU DÉSERT DU MAROC



Pour le touriste, le Maroc est une destination exotique : c'est un pays aux grands contrastes où l'on a envie de voyager. Ses souks, ses places, ses magasins et ses restaurants font du Maroc une excellente destination de vacances.

LA TOUR D'ÉOLE

Sur la baie de Dakhla se trouve La Tour d'Éole, un écolodge de luxe qui fait sa publicité en tant qu'un oasis au milieu du désert, un havre de paix où se ressourcer.

Il s'agit d'un resort bâti avec des matériaux durables, dans le respect de l'environnement. L'énergie est fournie par des panneaux solaires et les eaux usées sont traitées. À l'hôtel, il y a 21 bungalows privés, protégés du vent, avec des chambres conçues pour l'évasion et le repos.

Des artisans locaux - des charpentiers, des sculpteurs - ont participé à la décoration de l'hôtel. Ses meubles sont en ligne avec l'énergie harmonieuse de l'environnement.

Le resort propose aussi une offre gastronomique saine où l'on peut trouver des huîtres, du poisson de qualité, des langoustes et des produits issus de fermes écologiques. La cuisine mise sur le goût des produits locaux qui se combinent pour reproduire les plats traditionnels marocains, délicieux et colorés. Une carte pour végétariens est aussi disponible. Il y a également un bar sur la plage qui offre un espace de détente pour boire un cocktail après le déjeuner ou le dîner. Une carte spéciale propose un choix très riche entre différents types de gin, rhum, whiskey, champagne, etc.

ACTIVITÉS À RÉALISER :

Kitesurf dans la mer

Randonnée

Promenades en 4x4 sur la Dune Blanche

S'offrir un massage à la source d'Asmaa

Cet écolodge, La Tour d'Éole, est présent dans les principales plateformes de vente en ligne, où ses services et hébergements sont annoncés de la manière suivante :

<https://www.booking.com/hotel/ma/la-tour-d-eole-dakhla.es.html>



ASPECT ÉCONOMIQUE

Réussites :

Création d'emploi et de revenus, en plus de la vente de produits artisanaux et de quelques produits agricoles à l'hôtel.

Échecs :

Pendant de longues années, le projet n'a pas généré le profit attendu. Seulement au cours des dernières années, les revenus ont augmenté et les coûts se sont optimisés mais, selon quelques habitants, les recettes ne suffisent pas encore pour subvenir aux besoins de toutes les familles.

ASPECT SOCIOCULTUREL :

Réussites :

Dans le but de conserver les traditions, des soirées culturelles sont organisées à l'hôtel.

Échecs :

Les habitants qui n'ont pas réussi à travailler dans l'écododge ou à y vendre leurs produits, ont le sentiment d'être plus pauvres que ceux qui ont pu bénéficier du projet, ce qui a suscité un sentiment de rancune entre eux et un manque de cohésion.

TAWUSHAN, RÉGION DE TAÏWAN (ASIE)

Région montagneuse avec la plus grande réserve naturelle de l'État. Sa superficie de 47.000 hectares accueille certaines espèces en voie de disparition.



ASPECT ÉCONOMIQUE

Réussites :

Auparavant, les habitants locaux vivaient uniquement à base de l'agriculture de subsistance, de la chasse et de la pêche. Aujourd'hui le tourisme est une autre source potentielle de revenus.

Échecs:

La communauté n'a pas vraiment pris le contrôle du projet car il y a eu une intervention excessive de l'État. Ses membres étaient mécontents de ne pas pouvoir mener à bien leurs pratiques ancestrales, telles que l'agriculture, la chasse et la pêche. Le manque de financement et de capacité pour mettre en œuvre les opérations touristiques a semé le doute sur le projet écotouristique au cœur de la population.

ASPECT SOCIOCULTUREL

Réussites :

Les résidents se sont montrés favorables à la conservation des ressources naturelles et de leurs traditions culturelles, ainsi qu'au développement communautaire.

Échecs :

Il y a des divergences au sein de la communauté : une partie est favorable au projet et à la préservation de ses traditions culturelles. Mais tout le monde n'est pas d'accord avec la prise de contrôle du territoire de la part du gouvernement : cela a entraîné une perte de souveraineté pour la communauté au moment de prendre des décisions.

MAHENYE, RÉPUBLIQUE DE ZIMBABWE (AFRIQUE)

Cette région possède de vastes savanes couvertes par différentes espèces d'arbres. Le projet en question s'appelle Mahenye et c'est le résultat d'une opération conjointe entre la communauté locale de Shangaan et l'entreprise African Sun Limited.



ASPECT ÉCONOMIQUE

Réussites :

Grâce à ce projet, les habitants locaux et les guides touristiques et culturels de la région ont eu accès à des formations et à de nouveaux postes de travail. En général, cette initiative a eu des effets très positifs sur le développement économique de la communauté.

Échecs :

Malheureusement, les femmes ne jouissent pas d'un accès égalitaire à l'emploi. Les hommes sont beaucoup plus nombreux, avec un ratio de 15 à 3 dans les postes de travail. Les difficultés macroéconomiques que traverse le pays ont empêché l'affluence de touristes jusqu'à Mahenye.

ASPECT SOCIOCULTUREL :

Réussites :

Au début, l'entreprise a apporté des améliorations importantes aux infrastructures de toute la communauté : des routes, de l'eau courante et de l'électricité. Ensuite, elle a laissé le contrôle et la gestion du projet entre les mains de la communauté.

Échecs :

La prise de décisions et la direction de la communauté ne sont pas solides. Malgré la formation reçue, la communauté n'a pas encore atteint le niveau d'efficacité nécessaire pour réaliser une bonne gestion administrative et commerciale, ce qui s'est aggravé lorsque l'entreprise African Sun Limited, qui gère l'écologie, est partie.

4. PLAN ORGANISATIONNEL ET OPÉRATIONNEL

- PROGRAMME NATIONAL POUR LA PROMOTION DE L'ÉCO-TOURISME EN MAURITANIE**
- COMMERCIALISATION DE L'ÉCOTOURISME**
- ACTIONS DE MARKETING**
- LE MARKETING TOURISTIQUE**
- LA CERTIFICATION DE TOURISME DURABLE**



PROGRAMME NATIONAL POUR LA PROMOTION DE L'ÉCOTOURISME EN MAURITANIE

Pour mener à bien un projet d'écotourisme, avoir une bonne idée et l'exécuter ne suffisent pas : il faut aussi prévoir une bonne gestion du projet qui assure sa durabilité et sa performance.

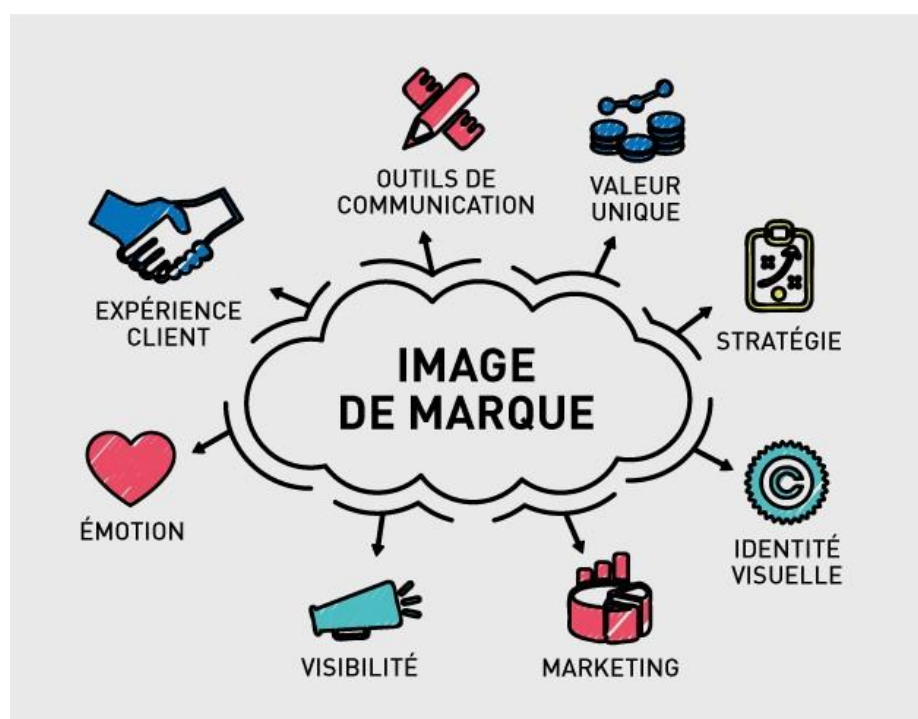
L'écotourisme peut entraîner des changements économiques positifs dans une communauté, mais parfois, en raison du manque d'expérience en matière de marketing et de gestion, il génère au contraire des problèmes de perte de compétitivité.

Si on arrive à mettre en place une bonne organisation avec une stratégie bien définie, on se rapprochera plus facilement des objectifs fixés dans ce projet.

Dans le but de bien définir la stratégie touristique, nous nous permettons de recommander une série de PROGRAMMES STRATÉGIQUES À DÉVELOPPER PAR LA DIRECTION NATIONALE DU TOURISME DE MAURITANIE :

1- STRATÉGIE DE MARQUE

Le but est de créer une marque pour nationale et d'améliorer son positionnement à travers la projection des valeurs qui le définissent et qui permettent d'exprimer sa personnalité. La communication doit se faire à travers tous les types de médias possibles, spécialement les médias numériques.



2- PROGRAMME DE COMMUNICATION AVEC LE CLIENT FINAL

Le programme de communication de la marque et du produit touristique, qui met en avant les atouts nationaux, doit se développer sur la base d'actions conçues pour le client final.

La communication internationale de la marque s'adresse à certaines cibles de publics et il faut s'inspirer des motivations de chacun de ces groupes pour planifier, concevoir et mettre en place les actions.

Ces dernières seront diffusées par le biais d'une stratégie de communication propre et unique, qui se propagera dans les médias les plus divers et qui se présentera dans différents formats.



3- PROGRAMME DE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Ce type de programme s'adresse aux segments de professionnels qui peuvent aider à diffuser l'information sur le complexe touristique. Chacun de ces groupes reçoit un message avec une proposition de communication faite sur mesure.

Il faut penser aux voyagistes, aux agences de voyages, aux compagnies aériennes, aux professionnels touristiques sur place, aux médias internationaux et aux organisations et clubs scientifiques d'observation d'oiseaux.



4- PROGRAMME DE COMMERCIALISATION

Une fois que l'offre touristique et les conditions économiques pour les professionnels seront établies, le programme de commercialisation visera les agents professionnels présents sur les marchés internationaux où habitent les touristes potentiels. L'objectif ? Faire de telle sorte à ce que l'écotourisme soit intégré dans leurs plateformes de vente à échelle mondiale. Ainsi, visiter les salons internationaux de tourisme durable sera essentiel pour la Mauritanie.



5- PROGRAMME DE FIDÉLISATION

Le programme de fidélisation et prescription de la marque nationale comprend toutes les actions qui visent à créer et à cultiver la relation avec le client final. La communication directe et personnalisée avec les touristes avant, pendant et après le voyage est, dans ces sens, un geste essentiel. L'objectif est d'encourager leur retour et d'activer leur pouvoir d'influence auprès de leurs amis, famille et contacts sociaux.



6- PROGRAMME DE COOPÉRATION INTERNATIONALE

Ce programme vise à gérer les axes de coopération entre les différentes organisations humanitaires et financières internationales et le lieu de destination, à travers des programmes, des événements et des actions spéciales.



7-PROGRAMME DE CONNECTIVITÉ AÉRIENNE

Le but de ce programme est d'améliorer, de manière progressive et constante, la connectivité aérienne de la Mauritanie avec les différents marchés, spécialement pour les vols réguliers. Il faudra parler avec les compagnies aériennes, les aéroports et les agents touristiques pour établir de nouvelles routes.

Le but de ce programme est clair : il faut faciliter le trajet entre le pays d'origine et celui de destination, de sorte qu'il soit le plus direct possible, raccourcissant la durée du voyage et les contrôles d'accès.



8-PROGRAMME DE FORMATION PROFESSIONNELLE

Ce programme, créé pour la communauté locale, doit avoir pour but la participation de la population dans les tâches suivantes :

- Organisation, gestion et administration du complexe
- Services d'entretien
- Service client et sécurité
- Organisation d'activités et d'ateliers de coopération
- Préparation de produits locaux pour la vente
- Réalisation d'activités touristiques (écotours)
- Restauration et gastronomie locale



ÉQUIPE DE TRAVAIL POUR S'OCCUPER DU CAMPING

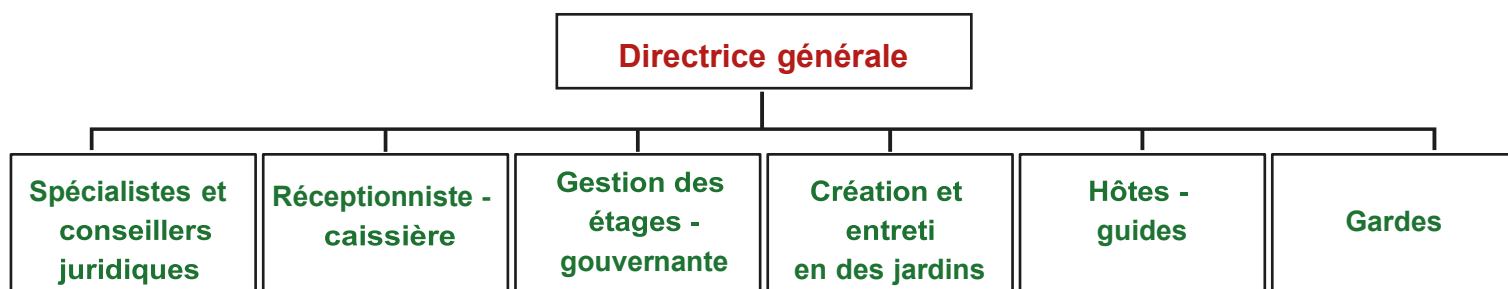
La mise en œuvre du complexe nécessite une certaine planification du point de vue des affaires. La gestion des équipes et la coordination entre les responsables de chaque département - de l'administration à l'organisation des activités, en passant par la réception, le nettoyage, la restauration et l'entretien - seront des éléments clés pour la réussite de ce projet.

Former des professionnels aux compétences et aptitudes en matière de gestion des services touristiques et réaliser efficacement les tâches nécessaires permettront d'obtenir les résultats escomptés. Pour exécuter ces services, il faut compter sur des professionnels issus de la communauté locale et formés à l'École Officielle de Tourisme de Mauritanie ou d'autres institutions internationales équivalentes.

Ci-dessous, nous expliquons la structure organisationnelle basique qui pourrait s'occuper des campings, des services et des activités touristiques:



STRUCTURE ORGANISATIONNELLE



1. DIRECTRICE GÉNÉRALE :

Ce poste sera occupé par une femme issue de la communauté avec une formation en administration et une certaine expérience dans des postes similaires. Parmi ses missions basiques : embaucher le personnel de la communauté, vérifier les états financiers, décider et planifier les services, les projets et les investissements, fixer des objectifs et prendre des décisions en rapport avec le complexe en représentation de la communauté.

2. RÉCEPTIONNISTE – CAISSIÈRE :

Une femme, avec un niveau d'instruction moyen, sera embauchée pour exercer ces fonctions. Elle devra bien parler l'anglais et le comprendre, car elle sera chargée de recevoir les clients, de tenir un registre des entrées et des sorties, de distribuer les chambres, de confirmer les réservations et de tenir les livres comptables.

Elle sera également responsable de facturer et de recevoir les paiements, ainsi que d'appliquer des réductions ou des tarifs spéciaux, toujours après avoir demandé l'autorisation de la Directrice Générale. Par ailleurs, elle sera là pour répondre aux questions des clients sur les activités gastronomiques et touristiques et sur n'importe quel autre service sollicité par eux.

3. FEMME DE CHAMBRE – GOUVERNANTE :

Elle sera chargée de nettoyer les chambres, le restaurant et les espaces communs, ainsi que de changer le linge et de remplacer les produits de toilette.

4. RESPONSABLE DU RESTAURANT :

Ce professionnel s'occupera de la gestion du restaurant et de l'élaboration des repas. Il assurera également la qualité alimentaire, l'hygiène, l'approvisionnement des matières premières, l'entretien des installations et la coordination des serveurs.

5. HÔTES – GUIDES DES ACTIVITÉS :

Les hôtes de la communauté assureront l'accompagnement des visiteurs pendant leurs activités, leur offrant des informations thématiques et agissant en tant que guides pendant les écotours. Pour réussir dans ce poste, il faut bien connaître l'activité en question, avoir de bonnes qualités interpersonnelles et un niveau d'anglais moyen.

6. ENTRETIEN DES JARDINS ET DU POTAGER ÉCOLOGIQUE :

Des profils dynamiques et avec un sens esthétique seront les bienvenus pour réaliser ce travail. Il faut également qu'ils aient des connaissances relatives à la culture des fruits et des légumes, aux espèces de plantes et d'arbres autochtones et à leur comportement dans la saison sèche et celle de pluies.

7. GARDE DE SÉCURITÉ :

Son objectif sera de veiller sur la sécurité des touristes, ainsi que sur leurs affaires personnelles. Il surveillera les installations nuit et jour.

****SPÉCIALISTE (CONSEILLER EXTERNE)**

Ce rôle est facultatif mais on le recommande fortement : il s'agit d'un spécialiste en administration d'entreprises touristiques qui apporterait son aide pour la mise en place de ce projet d'écotourisme. Il travaillerait aux côtés de la Directrice Générale, en tant que co-directeur, pendant les premiers temps (de 1 à 3 ans).

Note :

Certains employés peuvent cumuler plus d'une mission au sein du complexe. Par exemple, la femme de chambre et la personne chargée des jardins peuvent, à un moment donné, aider dans la cuisine ou même travailler comme serveurs au restaurant l'après-midi.



5. COMMERCIALISATION DE L'ÉCOTOURISME COMMENT OBTENIR DES VENTES ET DES RÉSERVATIONS TOURISTIQUES ?

STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

Tout d'abord, il faut que les préparatifs basiques soient bouclés. Autrement dit, les infrastructures basiques, la formation et l'embauche du personnel, la mise au point des produits et des services et le système administratif doivent être assurés. À partir de ce moment-là, il faut se lancer sur le marché, et pour trouver des clients et obtenir des réservations, trois outils s'avèrent essentiels :

- 1. Les circuits de vente traditionnels**
- 2. Les plateformes numériques**
- 3. Un site web explicatif et pour les réservations**



1. LES VENTES DANS LES CIRCUITS TRADITIONNELS

Les agences de voyage et les voyagistes sont ceux qui, traditionnellement, ont agi comme intermédiaires entre le client et les différentes offres présentes sur le marché. Ils travaillent avec un système de commissions de vente qui sont répercutées tant sur le prestataire du service touristique que sur les agences avec lesquelles ils établissent des liens pour assurer l'attention au client. Elles ont ainsi un pouvoir de négociation non négligeable sur la base de l'offre qui existe sur le marché.

Puisque ce projet précis cherche à intégrer les communautés locales et à soutenir son développement, il faudrait essayer de faire accepter aux différentes agences une commission de 20% sur le prix brut de chaque vente. Les commissions peuvent varier selon le volume annuel d'achats.



2. LES VENTES À TRAVERS LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES

Il y a des sites web spécialisés dans le tourisme durable qui permettent au client de se renseigner, avant de faire la réservation, sur les différents auberges ou hôtels écologiques et les différentes activités à faire dans la nature.

La société de consommation exige que l'on soit présent sur les plateformes de vente en ligne. Ceci peut augmenter notre visibilité auprès de milliers de clients potentiels.

ÊTRE PRÉSENT SUR LES PRINCIPAUX SITES INTERNATIONAUX DE RÉSERVATIONS :

LA PRIORITÉ, C'EST BOOKING.COM :

<https://www.booking.com/continent/africa.es.html>

Booking.com est le premier acteur mondial en matière de réservations d'hébergements en ligne. Le site garantit toujours les meilleurs prix, que ce soit pour une petite destination écotouristique ou pour un hôtel cinq étoiles grand luxe.

Les clients peuvent accéder au site web de Booking.com n'importe quand et n'importe où, et ils peuvent le faire depuis leurs ordinateurs, téléphones portables, tablettes... Par ailleurs, il n'y a pas de frais de réservation.

Le site web de Booking.com est disponible en plus de 40 langues, propose plus de 1,1 millions d'hôtels et d'hébergements situés dans plus de 105.000 destinations de 225 pays différents, et attire des utilisateurs issus du monde de l'entreprise ou du marché des loisirs de tout le monde.



BOOKING.COM MET EN RELATION LES DESTINATIONS VERTES ET LES VOYAGEURS VERTS

46% des touristes au monde considèrent qu'ils ont des habitudes de voyage durables. Booking travaille sans cesse pour découvrir et partager les efforts en matière de durabilité réalisés par ses « partenaires écolodge » avec les clients qui sélectionnent cette option sur leur site.

Cette plateforme de réservations en ligne, qui œuvre pour améliorer la qualité des destinations mondiales, a récemment lancé un nouvel outil qui va dans le même sens : Booking.com Booster. Ce programme accélérateur des nouvelles destinations de tourisme durable aide ces organisations émergentes à maximiser leur effet positif dans le monde.

Pour BOOKING, un avenir durable sera le résultat de la collaboration, du partage des expériences et du travail conjoint avec les destinations, les hébergements, les voyagistes et les voyageurs.

<https://www.sustainability.booking.com/booking-booster-accelerator-program>

QUE NOUS APPRENNENT SES MOTEURS DE RECHERCHE SUR LA TENDANCE DES VOYAGES VERTS ?

Depuis l'ajout des options écologiques et des programmes de soutien pour les destinations écologiques dans leur moteur de recherche, le site a constaté un intérêt croissant de la part des touristes qui montre que la volonté de voyager vert est de plus en plus présente.

La demande prouve que les éco-touristes veulent participer activement à la solution verte, que ce soit en consommant des aliments de proximité, en achetant ou en vendant des objets artisanaux, en économisant de l'eau et de l'énergie, en triant les déchets ou en restant proches de la communauté locale. Les éco-hébergements travaillent ensemble pour une plus grande durabilité. En même temps, les touristes sont désireux de découvrir et de soutenir ces initiatives, ce qui est très encourageant.

OPTION D'INTÉGRATION (COMPLÉMENTAIRE)

I LIKE LOCAL : <https://www.i-likelocal.com/en/>

I Like Local pense qu'il faut changer le sens des affaires des entreprises et des organisations qui cherchent à maximiser leurs profits, et les encourager à arriver à un équilibre entre l'obtention de profits et la création de valeur social/environnemental.

I Like Local aide les touristes à trouver et à réserver des voyages locaux et réels de manière simple et rapide, tout en offrant une source de revenus à la communauté locale et en encourageant la compréhension et la communication culturelle.



TRANSPARENCE DES PRIX.

I Like Local a fixé ses tarifs sur le principe d'assurer les revenus de l'hôte local. Ainsi, celui-ci établit son prix, qu'il touche à 100%. I Like Local ajoute, sur ce prix de vente, 20%, ce qui lui fait gagner de l'argent.

Un exemple : si les habitants locaux demandent 20 € pour une activité, I Like Local ajoute 20% sur ce prix, ce qui fait 24 € au total. Les locaux obtiennent exactement ce qu'ils avaient demandé (20€) et I Like Local reçoit les 4 € ajoutés.

Par ailleurs, I Like Local est un site de réservations qui a été mis en avant par des publications telles que Forbes, BBC, Travel + Leisure, National Geographic Traveler et Cosmopolitan, ainsi que par 70 autres médias internationaux. Autrement dit, entrer dans le réseau de I Like Local permet d'atteindre une énorme visibilité dans le marché mondial de l'écotourisme, ce qui serait très positif pour la MAURITANIE.

3. CRÉATION D'UN SITE WEB D'INFORMATION ET DE RÉSERVATIONS

Aujourd'hui, organiser un voyage sans l'aide d'internet semble une mission impossible. C'est sur internet que l'on choisit sa destination, on réserve les vols, on compare les hébergements, on cherche les points les plus photogéniques à visiter une fois sur place... La tendance actuelle est à la planification du voyage par les touristes eux-mêmes. Ainsi, ils cherchent sur internet les régions à explorer qui les intéressent.

Sur la base de cette tendance, notre conseil est d'investir sur un site web qui explique en détail les caractéristiques des écolodges, du Banc d'Arguin et des programmes en lien avec la communauté locale. Toute cette information serait précieuse pour les touristes. Vis-à-vis des touristes, il faut mettre l'accent sur les atouts de la région et proposer des expériences conformes à leurs goûts et à leurs sentiments. Le but c'est de faire que le client se sente unique.

La destination touristique est bien plus qu'un point géographique. C'est un écosystème qui comprend, à part l'endroit lui-même, les services proposés, les hébergements, les transports, la sécurité, les installations, les aventures, les activités culturelles, la gastronomie...

Le plus efficace c'est d'avoir un site web d'information et où, en plus, il soit possible de faire des réservations. Probablement, ceci aiderait à augmenter les ventes.



Les concepts et les outils qu'il faut maîtriser sont les suivants :

- Conception de sites web
- Structure du web
- Référencement
- Site web réactif | Web Mobile
- Réseaux sociaux
- Blog
- É-réputation
- Métriques du web

ACTIONS DE MARKETING POUR

Dès lors que l'on veut se lancer sur un marché pour offrir son produit, il est indispensable d'élaborer un plan d'action cohérent avec les objectifs fixés.

Il faut identifier les créneaux de marché auxquels on s'adresse (déjà expliqué dans la partie sur les marchés cibles). Il est important de connaître son client type, afin de pouvoir lui proposer des expériences et des services qui l'intéressent.

Nous recommandons le lancement d'une série d'actions de marketing pendant la période 2026-2031 basées sur une stratégie de communication sur mesure pour la marque touristique ECOTOURISME MAURITANIE. Ladite stratégie comprend les pistes d'actions sur lesquelles doit travailler le MINISTÈRE en charge du TOURISME en MAURITANIE et se concentre sur certains points basiques :



1. Se focaliser sur le client final
2. Branding, la marque
3. Écotourisme, l'endroit
4. Programmes de coopération avec la communauté locale
5. Produits et services

1. SE FOCALISER SUR LE CLIENT FINAL

Une attention particulière doit être accordée aux touristes, à leurs motivations et leurs besoins, leurs habitudes de consommation et leurs attentes. La stratégie doit proposer le positionnement de la marque à l'intérieur d'un segment touristique, en l'occurrence l'écotourisme.

2. BRANDING, LA MARQUE

La marque doit être cohérente avec sa position dans le cadre de l'écotourisme international. Il doit y avoir une logique interne pour bien communiquer les valeurs de la marque et pour établir une ligne d'action claire en ce qui concerne les étapes à suivre.

3. ÉCOTOURISME, L'ENDROIT

L'écolodge et son entourage doivent aider le touriste à atteindre son objectif de voyager de manière durable. Pour y parvenir, il faut exploiter le potentiel de la région.

4. PRODUITS ET SERVICES

Augmenter la dose de «l'élément local » dans tous les services touristiques - de l'hébergement jusqu'aux loisirs, en passant par la restauration - et faire en sorte que plus de personnes, d'activités et de régions puissent en profiter, rendra possible un tourisme équitable et durable, très utile socialement et, par conséquent, plus attirant pour nos visiteurs potentiels.

5. PROGRAMMES DE COOPÉRATION AVEC LA COMMUNAUTÉ LOCALE

Il est indispensable de concevoir un programme complet avec une vision à long terme pour stimuler les capacités de la communauté locale. Renforcer les réseaux internationaux, dans le but de réduire la pauvreté et d'améliorer la qualité de vie des habitants locaux, est possible à travers la transformation et le travail constants.



LE MARKETING TOURISTIQUE COMMENT FAIRE RESSORTIR NOTRE PROPOSITION ?

OUTILS DE MARKETING NUMÉRIQUE

Les voyageurs friands du tourisme durable, proche de l'environnement et de la nature, sont de plus en plus nombreux. C'est pourquoi notre conseil est de bien connaître et de bien utiliser les médias numériques, pour promouvoir les valeurs et les activités, toujours en utilisant une stratégie adaptée.

Les différents rapports sur le tourisme durable ne font que confirmer le potentiel d'internet pour promouvoir ce type de voyages. Internet permet d'être présent sur différents moyens en ligne.

·Le référencement des entreprises touristiques

On sait que le référencement sur Google est un pilier fondamental à développer et à entretenir pour être présent sur internet. C'est l'outil qui permettra que les utilisateurs intéressés par le tourisme durable trouvent notre projet.

Premièrement, le plus important est de sélectionner les mots clés qui permettront aux utilisateurs de nous trouver quand ils feront des recherches sur Google.

Une fois ces mots clés (ou keywords) sélectionnées, il faudra les utiliser dans notre site web pour l'optimiser.

·Tourisme durable et développement web

Le site web doit transmettre l'engagement du projet avec la durabilité, et en même temps être visuellement agréable et facile à naviguer. Il faut utiliser des images évocatrices qui déclenchent des sentiments et des sensations chez l'utilisateur du moment même où il accède au site web.

La simplicité au moment de faire des réservations et la possibilité de payer en toute sécurité sont essentielles pour n'importe quelle entreprise touristique. Le site web doit compter sur un SEO optimisé et une conception réactive (web responsive). Il doit également inclure un blog pour la création de contenus, accessible depuis tous les dispositifs.



· **Stratégie de médias sociaux et réseaux sociaux pour le tourisme durable**

Les médias sociaux doivent faire partie de la stratégie depuis le départ, car ils représentent un canal de communication fondamental avec les clients potentiels. Ces médias jouent un rôle très important au moment de fidéliser les clients et de communiquer avec eux.

Il faut choisir ses réseaux sociaux stratégiquement, en sachant quels sont ceux utilisés de préférence par les clients potentiels. Nous recommandons la création de comptes sur TRIPADVISOR, YOUTUBE, INSTAGRAM, FACEBOOK.

Pour organiser de manière adéquate tout le système qui entoure ce type de communication, il faut avoir une stratégie de médias sociaux, faite sur mesure pour les capacités et caractéristiques de notre complexe, et surtout il faut savoir dès le départ ce que sont les réseaux sociaux et comment ils peuvent aider la communauté locale.

· **Marketing de contenus dans les entreprises touristiques**

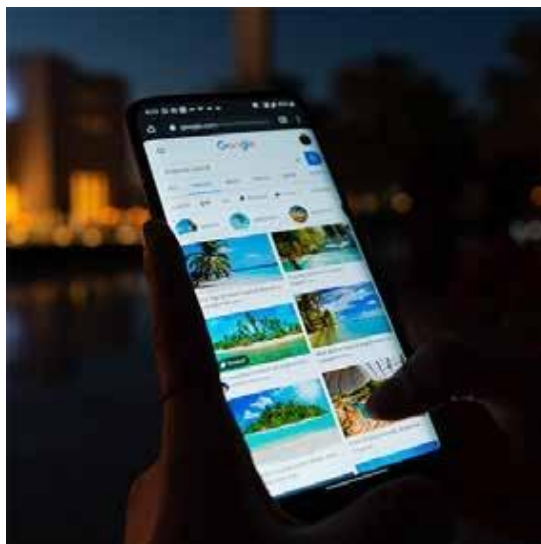
Après avoir créé le site web et mis en fonctionnement les réseaux sociaux, il est souhaitable de commencer à développer une bonne stratégie de contenus.

Le marketing de contenus est basé sur la création et la distribution de contenus cohérents, consistants et surtout crédibles. Son objectif ultime est d'attirer et de séduire un public concret pour influencer ses décisions. Les supports que l'on peut utiliser pour le partage de contenus sont variés: eBooks, PDFs, newsletters, vidéos, podcasts, présentations...

· **Blogs dans des sites web de tourisme**

Le blog est un outil clé dans le marketing de contenus. C'est le moyen à travers lequel on peut présenter et partager les contenus au fur et à mesure qu'on les conçoit et attirer ainsi des clients potentiels.

Chaque article publié sur le blog, s'il est optimisé du point de vue du SEO, représente une nouvelle opportunité d'engager des clients qui, à la recherche d'une information donnée, vont chercher des réponses sur Google.



· Vidéo marketing pour le tourisme durable

Une vidéo séduit et produit des sensations. Ce support joue sur les images et les sons pour nous faire voyager et nous transporter dans ces destinations de tourisme durable. Il est donc l'une des armes de marketing les plus puissantes.

· Mener des actions promotionnelles

Il est fondamental d'organiser un fam trip (voyage promotionnel) avec des agences de voyages et des voyagistes du marché local et international, de manière à leur présenter le complexe, les activités avec la communauté et les expériences touristiques. Pour ce voyage, il faudra :

- Fournir un dossier avec les prix et les conditions commerciales.
- Inclure les guides et les agences de voyages tant nationaux qu'internationaux dans les services touristiques et la vente de produits.
- Faciliter l'adresse web d'information et de réservations pour un accès simple aux offres de prix et de services.

OBTENIR LA CERTIFICATION DE TOURISME DURABLE POUR

Selon les statistiques qui parlent de tendances de réservations de voyages durables, les utilisateurs préfèrent réserver dans des complexes qui ont reçu des labels écologiques (ou écolabels) internationaux.

Au cours de la dernière décennie, des certifications, des labels et des initiatives d'adhésion volontaire sont apparus. Leur fonction est de rendre plus simple l'identification des hébergements et des entreprises du secteur touristique qui misent déjà sur la durabilité. Ces outils sont déterminants pour le touriste pendant la période de recherche qui précède sa réservation du voyage.

Nous recommandons l'obtention de ces écolabels, qui se trouvent parmi les plus reconnus au niveau mondial :



<https://www.biospheretourism.com/es/certificacion-biosphere/83>

Label Biosphere : Il s'agit d'une certification volontaire lancée par l'Institut du Tourisme Responsable (ITR), qui reconnaît et identifie l'industrie touristique qui fait une gestion durable. Biosphere labellise des destinations, des entreprises, des établissements et des produits touristiques. Les conditions requises par les normes BIOSPHERE relèvent fondamentalement des catégories suivantes :

- La conservation du patrimoine naturel, culturel et paysager.
- Le développement économique et social de la communauté locale.
- La contribution de l'établissement à la qualité de vie des employés.
- La conservation de l'environnement.
- Le degré de satisfaction des clients en ce qui concerne l'engagement de l'établissement avec le système et la qualité du service.



https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=en

TRAVELIFE POUR L'HÉBERGEMENT

Le label de Travelife pour hébergements procure du soutien, du conseil et des outils pour aider à améliorer la performance en matière de durabilité et la trésorerie des hébergements.

Travelife pour hébergements soutient les entreprises de voyages qui s'engagent à travailler en partenariat avec leurs fournisseurs. Leur site web permet d'évaluer et de comparer la performance de durabilité des hébergements associés. Grâce au système en ligne, les responsables des complexes peuvent vérifier leur performance de durabilité et contrôler leur progrès.

S'ils remplissent les conditions sociales et environnementales, et suite à une inspection indépendante, les hébergements reçoivent un prix Travelife Bronze, Silver ou Gold, ce qui leur confère un avantage concurrentiel car ils peuvent commercialiser leur activité en tant que lauréats Travelife dans les brochures et les sites web des voyageurs.

5. CONCEPTION DU PRODUIT ÉCOTOURISTIQUE

1. LES 5 CLÉS POUR LA VIABILITÉ DE L'ÉCOTOURISME
2. UNE IDÉE UNIQUE POUR ATTIRER LA DEMANDE TOURISTIQUE
3. DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DU PRODUIT
4. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE POUR LES VISITEURS
5. LE MODÈLE D'ENTREPRISE



HISTORIQUE DU PROJET

Le tourisme en Mauritanie est encore à ses débuts. On peut donc dire qu'il existe un manque d'expérience dans ce domaine et qu'il n'y a pas une organisation régulière des produits et des services. Par ailleurs, le tissu professionnel a une position faible dans le marché, ce qui fait que l'offre touristique passe inaperçue dans le marché international.

Cependant, nos recherches et le potentiel du pays, un diamant brut, nous ont permis de tracer une feuille de route avec les points essentiels du futur plan d'action.

Nous sommes convaincus de la viabilité de développer un modèle compétitif d'écotourisme avec la mise en place de bonnes infrastructures. Un modèle qui contribuera au développement économique des communautés locales et du pays.



LES 5 CLÉS POUR LA VIABILITÉ DE L'ÉCOTOURISME

1. L'offre touristique doit pouvoir s'adapter, dès le départ, aux demandes des visiteurs, en offrant des services et des produits en phase avec l'identité de la marque.
2. Établir un service régulier de connectivité aérienne, de façon à jeter des ponts entre la Mauritanie et les principaux pays européens.
3. En ce qui concerne le complexe touristique, les infrastructures basiques doivent être bien réalisées et se conformer aux standards de durabilité.

4. Préparer un éventail d'options diverses pour proposer une offre unique, que l'on ne puisse trouver nulle part ailleurs, pour que les touristes profitent d'une expérience « différente et satisfaisante. »

5. S'ouvrir progressivement vers de nouveaux marchés cibles et œuvrer à la diversification des marchés. Lancer des actions de promotion dans d'autres pays et augmenter sa présence dans des salons internationaux.



1. UNE IDÉE POUR ATTIRER LA DEMANDE TOURISTIQUE

Le touriste vert fuit la standardisation et cherche une offre authentique, identifiable. C'est l'occasion à ne pas manquer : valoriser cette identité de marque lui permettra de se différencier des autres destinations concurrentes.

La marque touristique nationale doit rassembler et mettre en valeur les atouts de la région, dont on fera mention ci-dessous :

1. Se trouver en plein milieu d'un territoire vierge, ce qui correspond parfaitement à l'engouement grandissant des touristes pour les zones pratiquement intactes.
2. Le projet assurera la conservation et préservation de la nature et ceci est un élément décisif, car de plus en plus les voyageurs veulent avoir un impact positif sur l'environnement à travers leurs habitudes de consommation.
3. Créer des emplois, contribuer à la croissance économique locale et faire reculer la pauvreté sont les objectifs prioritaires des programmes de coopération et de développement des organisations financières internationales.
4. Banc d'Arguin est un parc national classé au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Réaliser des activités dans cet environnement privilégié est une opportunité hautement appréciée par les touristes.
5. Les activités touristiques pourront prendre différentes formes (observation d'oiseaux, visites culturelles, programmes avec la communauté, découverte de la gastronomie locale) et avoir lieu à différents endroits (tels que le désert ou la mer). La diversité de l'offre améliore la qualité de l'expérience touristique et, en plus, incite à consommer.
6. La présence de quelques petits campings d'écotourisme dans le désert, proches des communautés, est une preuve de l'engagement du gouvernement en faveur du tourisme durable, la réduction de l'impact environnemental et la restriction du tourisme de masse. Tout ceci est très apprécié par les voyageurs.
7. LA région écotouristique nationale possède déjà 8 qualités qui comptent au moment de choisir une destination verte : un climat doux, du calme, des hébergements, la proximité de la mer, des prix raisonnables, des paysages naturels, un environnement protégé et des plages.



2. DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DU PRODUIT

Au cœur de toute activité touristique se trouvent les désirs et les émotions des visiteurs. Si l'on n'est pas en mesure d'avoir un discours réussi dans ce domaine, il n'y aura pas de stratégie pour l'amender.

L'EXPÉRIENCE ÉCOTOURISTIQUE :

« UN TRÉSOR DES FONDS MARINS EN PLEIN DÉSERT »

La région se trouve en plein milieu du parc national du Banc d'Arguin, classé au Patrimoine mondial par l'UNESCO. Avec une superficie de 12.000 m², ses fonds marins sont célèbres pour se trouver parmi les plus poissonneux au monde. Par ailleurs, sur sa côte se donnent rendez-vous chaque année des millions d'oiseaux migrateurs. Cette énorme richesse environnementale et écologique a attiré le soutien d'importantes organisations mondiales.

Très près du village, entre le désert et la côte, à 1,2 km de l'océan Atlantique et juste au cœur de la zone protégée, se trouve le cœur de la zone écotouristique nationale. On peut y accéder facilement avec l'aide de guides experts. Le fait que le camping ait été construit par des membres de la communauté locale est une valeur ajoutée.

Le climat désertique est chaud, mais tout au long de la côte on peut sentir, comme un cadeau, le souffle frais de l'océan Atlantique.



QUELLES ACTIVITÉS ÉCOTOURISTIQUES PEUT-ON FAIRE ?

À n'importe quel moment de l'année il faut être en mesure d'offrir aux touristes la possibilité de découvrir la biodiversité du désert de cette immense région vierge. En même temps, la préservation de la flore et de la faune désertiques et, très spécialement, des eaux côtières, riches en biodiversité, doit être assurée.

Les activités doivent s'inspirer des traditions locales, et il faut les concevoir de sorte qu'elles puissent être appréciées en toute sécurité tant par les adultes que par les enfants.

A. ÉCOTOURS DANS LE DÉSERT

B. ÉCOTOURS DANS LA MER

C. VISITER LA COMMUNAUTÉ LOCALE

D. COMBINER LES ACTIVITÉS NATURELLES ET CULTURELLES

A. ÉCOTOURS DANS LE DÉSERT

Organisés par les guides experts du parc, ces tours invitent à découvrir les secrets du Sahara occidental.

1. Observer les oiseaux et se rendre dans le centre des visiteurs du PNBA.
2. Méditer et se détendre lors d'une promenade. Observer l'immensité du désert, au lever du soleil et à la tombée du jour.
3. Faire des balades en 4x4 dans le désert, découvrir le paysage et les communautés côtières.
4. Faire une balade traditionnelle en chameau à l'intérieur du parc.
5. Observer les étoiles la nuit en dégustant un thé traditionnel.
6. Faire du sport au lever du jour.
7. Faire voler des cerfs-volants en profitant des vents alizés atlantiques.



B. ÉCOTOURS DANS LA MER

Considéré comme une activité phare, les touristes peuvent profiter d'une expérience à bord d'un navire de pêche avec des marins experts Imraguen, qui pratiquent une navigation durable et une pêche responsable.

Activités traditionnelles dans la mer :

- a. Visiter les îles, qui disposent d'une colonie importante d'oiseaux.
- b. Apprendre à naviguer dans un bateau à voile et à interpréter les courants marins.
- c. Pratiquer la pêche durable avec les Imraguen, des pêcheurs extrêmement doués.



Sports nautiques :

Windsurf

Kayak

Plongée sous-marine



C. VISITER LA COMMUNAUTÉ LOCALE

VISITER LE VILLAGE DES IMRAGUEN

Lors de sa visite, le touriste pourra se faire une idée très précise de la vie quotidienne de ses habitants. En allant dans le village des Imraguen, il connaîtra ces « pêcheurs du désert », qui autrefois pêchaient avec l'aide de « leurs amis, les dauphins. »

Le visiteur pourra également s'intéresser aux techniques de pêche et de navigation, aux différentes espèces de poissons, à l'histoire des embarcations, aux cartes...

Pendant son séjour, le visiteur pourra échanger avec les habitants de la communauté, déguster des plats typiques élaborés avec des ingrédients de proximité, essayer le haouli (une pièce de la tenue traditionnelle), découvrir les danses locales ou encore entendre des récits millénaires du désert près du feu, tout en contemplant le ciel étoilé. Tous ces éléments constituent une partie essentielle du patrimoine culturel mauritanien.



PARTICIPER DANS LES PROGRAMMES DE LA COMMUNAUTÉ LOCALE

En prenant part à des activités avec la communauté, on contribue à son développement social. Les ateliers et les activités de coopération doivent être conçus de façon à créer des liens de respect et d'amitié entre les visiteurs et les tribus locales. Cette approche encouragera la dynamisation culturelle et socio-économique de la communauté, et particulièrement celle des femmes Imraguen, qui jouissent d'un grand respect parmi ses membres.



Ateliers locaux :

1. Découverte de la gastronomie locale et de la créativité de sa cuisine.
2. Apprendre les techniques de transformation des poissons et des produits de la mer.
3. Connaître la peinture, la sculpture, l'artisanat, les chants, les poèmes et les contes traditionnels en lien avec la mer.
4. Campagnes actives pour les touristes : nettoyage du parc, formation, rénovation d'embarcations, travail dans le potager écologique.
5. Planter des arbres autochtones pour promouvoir une connexion entre le visiteur et la nature.



D. COMBINER LES ACTIVITÉS NATURELLES ET CULTURELLES

L'un de nos principaux conseils est de tenter d'utiliser tout le potentiel de la Mauritanie, c'est-à-dire, de mettre en valeur tant son patrimoine naturel que culturel, en combinant les offres de manière stratégique.

Sans doute, cette approche attirera de nombreux touristes, curieux de connaître un pays aussi divers, et aidera à une meilleure distribution de la richesse entre les différentes régions.

L'offre touristique peut s'enrichir des visites aux différents sites inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO. Ce prestigieux label est perçu par le marché international comme une garantie de qualité ; il ne faut plus que mettre ces sites en valeur en créant un circuit touristique.



CIRCUIT TOURISTIQUE (COMPLÉMENT DE L'OFFRE)

Durée du voyage : 7 jours

Que faire ?

Jours 1, 2 et 3: La route des villes anciennes inscrites au Patrimoine mondial de l'UNESCO : Chinguetti - Ouadane - Oualata - Tichitt

Chinguetti est considérée la septième ville sainte de l'Islam. On y propose des tours guidés pendant lesquels le visiteur peut découvrir la mosquée, le minaret et les bibliothèques, écrans de précieux manuscrits. Il s'agit d'un point de rencontre des pèlerins lors de la route vers La Mecque, tout comme Ouadane, la première ville où l'on a introduit des palmiers dattiers. La disposition géométrique de la ville de Oualata, qui se singularise par les façades de ses maisons richement décorées, est aussi remarquable. Et enfin Tichitt est l'une des plus belles capitales médiévales africaines grâce à son architecture autochtone. Ses habitants pratiquent encore des techniques agricoles qui remontent à l'époque des Phéniciens.



Jour 4 : Traversée est-ouest du désert du Sahara en 4x4 avec une visite à l'Oasis de Tergit et au désert intérieur

Près des villes anciennes, on peut visiter l'oasis de Tergit et accéder aux régions montagneuses avec d'impressionnantes structures rocheuses, entourées des dunes du Sahara. On peut aussi faire un tour dans les villages paysans, observer le style de vie nomade et les systèmes de vie de l'intérieur de la Mauritanie. Dormir au milieu du désert dans une khaïma traditionnel est une expérience inoubliable.



Jours 5 et 6: Arrivée au Parc National du Banc d'Arguin, Patrimoine mondial de l'UNESCO Hébergement dans le camping écotouristique, où la température est adoucie par la brise marine de l'Océan Atlantique. Pendant la journée : des sorties en bateau à voile, des balades dans les îles où habitent les oiseaux, des sorties pour pratiquer la pêche durable. Accueil dans la communauté locale Imraguen, explication du programme de coopération, vente de produits artisanaux, festin gastronomique avec du poisson frais.



Jour 7: Balade dans le Parc national du Banc d'Arguin et la capitale, Nouakchott. Visite des zones principales du parc et de ses campings, ainsi que du centre des visiteurs du PNBA où l'on explique son programme de conservation. Transfert à Nouakchott pour terminer le voyage. Visite des principaux bâtiments de la capitale, observation du style de vie local et explication des plans pour développer et élargir la ville.



3. PROGRAMME PÉDAGOGIQUE POUR LES VISITEURS

L'éducation pour l'environnement doit fournir aux voyageurs des connaissances environnementales suffisantes pour améliorer leur attitude et leur comportement. Les messages de sensibilisation doivent venir du PNBA et il faut les transmettre en même temps que les restrictions établies officiellement par le Parc. Par exemple :

- Soyez conscient de vos déchets et soyez respectueux des fonds marins.
- Adoptez une approche non interventionniste face à la faune et à la flore sauvages.
- Interdiction de débarquer sur les îles.
- Interdiction d'utiliser des canots à moteur.
- Une autorisation est nécessaire pour camper et dormir dans le camping.
- Une autorisation d'accès est nécessaire pour parcourir les zones protégées du parc.



4. LE MODÈLE D'ENTREPRISE

Concevoir une offre de produits, services et expériences est prioritaire pour créer les conditions favorables qui assureront la satisfaction des touristes, d'une part, et l'afflux de revenus pour la communauté locale, d'autre part.

De même, il est indispensable de compter sur une offre permanente toute l'année. Pour arriver à une stabilité économique, il faut assurer les revenus de la communauté de manière constante.

Le visiteur doit savoir qu'en visitant des zones protégées et en consommant des produits originaux, son argent servira à soutenir un projet collaboratif pour le bien de la communauté. Cette initiative, mise en place de manière audacieuse par le Gouvernement de Mauritanie, cherche à renforcer :

6. Les efforts en matière de conservation de la nature.
7. La formation professionnelle des membres de la communauté.
8. Les programmes éducatifs pour les enfants.

9. Les centres de santé.
10. L'utilisation des énergies propres.
11. L'entretien de l'usine de dessalement.
12. Le traitement des eaux usées.
13. Le nettoyage du parc.
14. Le potager écologique, pour la production d'aliments à introduire dans l'offre gastronomique.
15. Les ateliers d'artisanat pour la création d'objets.



Dons internationaux pour le programme de coopération communautaire
Collecte de fonds pour le PNBA pour soutenir ses programmes de protection de la nature

ET LES RECETTES, D'OÙ VIENDRONT-ELLES ?

L'écotourisme donne aux voyageurs l'impression de faire partie de la communauté locale. Ceci est un avantage tant pour le touriste que pour la communauté et la nature. La génération de bénéfices sera rendue possible grâce au lancement de l'économie touristique et à la mise en place réussie de :

L'hébergement

Les restaurants

Le recrutement de guides touristiques

La vente d'excursions et d'activités touristiques

La boutique de produits locaux artisanaux, de produits gastronomiques et de souvenirs

Les événements culturels

Dons internationaux pour le programme de coopération communautaire

Collecte de fonds pour le PNBA pour soutenir ses programmes de protection de la nature

6. PLAN FINANCIER

- DESCRIPTION DE L'EXPLOITATION
- FLUX DE LIQUIDITÉS (ANNEXE)
- PLAN D'INFRASTRUCTURES : COÛTS DE CONSTRUCTION
- CRÉATION DU BUREAU POUR LE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DE L'ÉCOTOURISME



DESCRIPTION DE L'EXPLOITATION DU COMPLEXE ET DE SON OFFRE COMMERCIALE

Pour planifier l'exploitation commerciale du complexe, d'abord il est nécessaire de savoir quelle sera la source des recettes et des frais liés aux ventes, aux services, aux achats et à l'entretien. Ensuite, il faut se demander quand et à quelle fréquence vont se produire ces frais/recettes.

Pour prévoir les futurs scénarios de flux de liquidités, nous avons analysé des données relatives à la consommation touristique internationale de catégories et de régions géographiques proches d'Iwik.

A. RECETTES

1. L'HÉBERGEMENT DANS LE CAMPING

Capacité journalière/ nombre d'hôtes par jour/ type de chambre :

Type de cabane : petite

Nombre de cabanes : 20

Nombre de chambres : 20

Hôtes par chambre : 2

Capacité maximale journalière : 40 personnes

Prix des chambres :

Haute saison : 65.00 €, hébergement et petit-déjeuner pour 2 personnes compris.

Moyenne saison : 50.00 €, hébergement et petit-déjeuner pour 2 personnes compris.

*Nous jugeons utile d'établir des tarifs similaires pendant la première et la deuxième saison après le lancement sur le marché car, pour être en mesure de monter les prix, il vaut mieux avoir une demande forte, et pour en arriver là il faut d'abord attirer les clients. On estime que l'occupation maximale sera atteinte à la quatrième saison.

L'OCCUPATION TOURISTIQUE PAR MOIS

Mois d'occupation maximale :

Janvier, mars, juillet, août, octobre, décembre

Mois d'occupation moyenne :

Février, avril, mai, juin, septembre, novembre

2. RECETTES COMPLÉMENTAIRES (PRIX PAR PERSONNE)

Le restaurant :

Le prix moyen peut être de 15 € pour un menu incluant du poisson avec de la salade, une boisson fraîche, un dessert et un thé ou un café.

Les excursions :

1. Visiter les îles d'Iwik dans un bateau à voile : 1,5 h. 22 €
2. Apprendre la navigation à voile : 3h. 35€
3. Pratiquer la pêche durable avec les Imraguen : 2 h. 35€
4. Visite guidée pour observer les oiseaux et aller au centre des visiteurs du PNBA à Iwik : 3 h. 22€
5. Balade en 4x4 dans le désert, découverte du paysage et des communautés côtières : 5 h. 30€
6. Balade traditionnelle en chameau à l'intérieur du parc : 2 h. 40€
7. Observer les étoiles la nuit en profitant d'une expérience gastronomique et d'un thé traditionnel : 2 h. 25€
8. Faire du sport au lever du jour : 1,5 h. 10€

Ateliers locaux d'apprentissage :

1. Découverte de la gastronomie locale et des techniques de transformation des produits de la mer : 1,00 h. 15€
2. Connaître la peinture, la sculpture, l'artisanat : 1,5 h. 20 €
3. Campagnes actives pour les touristes : nettoyage du parc, formation, rénovation d'embarcations, travail dans le potager écologique : 0€
4. Planter des arbres autochtones : 25€

Le point de vente :

Produits artisanaux et souvenirs faits par les habitants locaux. On recommande la vente de produits à des prix économiques (3 €), moyens (15 €) et plus chers (40 €) pour les produits exclusifs.

Coffret-repas pour les écotours : 10 € (livrés dans des emballages écologiques avec la marque « Iwik ».)

*Le scénario le plus favorable en matière comptable est celui où les recettes complémentaires contribuent à hauteur de 30% au total des recettes.

B. FRAIS DU COMPLEXE

1. FRAIS MENSUELS FIXES : LES SALAIRES

Nombre de salariés : 8

Directrice générale : 1.200,00€
Réceptionniste - caissière : 900,00 €
Responsable du restaurant : 900,00 €
Femme de chambre - gouvernante : 400.00 €
Responsable de l'entretien des jardins : 400,00 €
Garde de sécurité : 350,00 €
Guide touristique : 600,00 €
Conseiller externe : 1.200,00 €

*La stabilité économique d'un complexe hôtelier est atteinte lorsque les frais salariaux fixes ne dépassent pas 30% du total des recettes.

2. FRAIS VARIABLES

Les biens consommables : alimentation, uniformes, literie, produits et outils de ménage, diesel, achats divers liés à l'entretien, publicité, etc.

*Les statistiques des complexes hôteliers indiquent que les frais dérivés des biens consommables ne doivent pas représenter plus de 20% des recettes.

TABLEAU DE RENTABILITÉ DU COMPLEXE

Pour faire l'analyse de la rentabilité générale, nous avons pris en considération plusieurs scénarios et critères :

1. L'occupation maximale (réelle) sur une moyenne de 365 jours est de 70%.
2. On estime que ce taux d'occupation de 70% pourrait être atteint la quatrième année.
3. La première et la deuxième année l'occupation peut atteindre 20/30% en moyenne.
4. Les recettes supplémentaires apportent 30% de plus que les recettes dérivées de l'hébergement.
5. Le salaire du personnel représente 30% des recettes totales.
6. Les frais engagés pour les produits consommables représentent 20% des recettes totales.
7. Les commissions pour les agences de voyage et autres intermédiaires commerciaux peuvent représenter 20% des recettes. Selon nos estimations, les deux premières années les ventes seront réalisées intégralement par des agents commerciaux.
8. N'ayant pas d'impôts à payer ni des prêts à rembourser, la communauté locale pourra obtenir un rendement de 30% sur ses exploitations touristiques (toujours en fonction du taux d'occupation jour/année.)

FLUX DE LIQUIDITÉS

A.-

RECETTES	65 € CHAMBRE / JOUR	HAUTE SAISON											
	50 € CHAMBRE / JOUR	MOYENNE SAISON											
HÉBERGEMENT	Janvier 31/j	Février 28/j	Mars 31/j	Avril 30/j	Mai 31/j	Juin 30/j	Juillet 31/j	Août 31/j	Septembre 30/j	Octobre 31/j	Novembre 30/j	Décembre 31/j	
Prix par unité d'hébergement. Petit déjeuner compris. 2 personnes/ jour.	65 €	50 €	65 €	50 €	50 €	50 €	65 €	65 €	50 €	65 €	50 €	65 €	
Recettes taux d'occupation à 100%(*)	40.300 €	28.000 €	40.300 €	30.000 €	31.000 €	30.000 €	40.300 €	40.300 €	30.000 €	40.300 €	30.000 €	40.300 €	
Recettes taux d'occupation à 70%	28.210 €	19.600 €	28.210 €	21.000 €	21.700 €	21.000 €	28.210 €	28.210 €	21.000 €	28.210 €	21.000 €	28.210 €	
Recettes taux d'occupation à 30%	12.090 €	8.400 €	12.090 €	9.000 €	9.300 €	9.000 €	12.090 €	12.090 €	9.000 €	12.090 €	9.000 €	12.090 €	
(*) Toutes les chambres disponibles sont occupées. TOTAL : 40 places													
Recettes ANNUELLES estimées sur la base d'une occupation à hauteur de 30%, avec le tarif de la moyenne saison.			base d'une occupation à hauteur de 30%, avec les tarifs de la haute et la moyenne saison.			base d'une occupation à hauteur de 70%, avec les tarifs de la haute et la moyenne saison.							
100.800 €			126.240 €			294.560 €							

B.-

RECETTES SUPPLÉMENTAIRES

RECETTES RESTAURATION

RESTAURANT

Prix moyen du menu par personne/ jour		15 €
RECETTES QUOTIDIENNES		
Recettes taux d'occupation à 100% (*) 40 person	600 €	
Recettes taux d'occupation à 70% 28 personnes/ j	420 €	
Recettes taux d'occupation à 30% 12 personnes/ j	180 €	

(*) Toutes les chambres disponibles sont occupées. TOTAL : 40 places

1re ET 2e ANNÉE		
Recettes ANNUELLES estimées sur la base d'une occupation à hauteur de 30%.	64.800 €	

3e ANNÉE		
Recettes ANNUELLES estimées sur la base d'une occupation à hauteur de 30%	64.800 €	

4e ANNÉE		
Recettes ANNUELLES estimées sur la base d'une occupation à hauteur de 70%.	151.200 €	

RECETTES MENSUELLES		
	18.000 €	
	12.600 €	
	5.400 €	

RECETTES ANNUELLES		
	216.000 €	
	151.200 €	
	64.800 €	

C.-

D'AUTRES SOURCES DE RECETTES par an

1re ET 2e ANNÉE		3e ANNÉE		4e ANNÉE	
OFFRE D'ACTIVITÉS : LOISIRS ET SPORTS OFFRE D'ACTIVITÉS : ATELIERS D'APPRENTISSAGE POINT DE VENTE		OFFRE D'ACTIVITÉS : LOISIRS ET SPORTS OFFRE D'ACTIVITÉS : ATELIERS D'APPRENTISSAGE POINT DE VENTE		OFFRE D'ACTIVITÉS : LOISIRS ET SPORTS OFFRE D'ACTIVITÉS : ATELIERS D'APPRENTISSAGE POINT DE VENTE	
30.240 €		37.872 €		88.368 €	

FRAIS

A.- FRAIS FIXES

1re ET 2e ANNÉE	
PERSONNEL (mois)	8.650 €
Directrice générale	1.200 €
Réceptionniste-caissier	900 €
2 responsables du restaurant	1.800 €
2 serveurs	800 €
2 femmes de ménage - gouvernant	800 €
Entretien des jardins	400 €
Garde de sécurité	350 €
2 guides touristiques	1.200 €
Nombre minimal estimé : 12 personnes	7.450 €
Conseiller externe	1.200 €
TOTAL ANNUEL	103.800 €

3e ANNÉE	
PERSONNEL (mois)	8.650 €
Directrice générale	1.200 €
Réceptionniste-caissière	900 €
2 responsables du restaurant	1.800 €
2 serveurs	800 €
2 femmes de ménage - gouvernantes	800 €
Entretien des jardins	400 €
Garde de sécurité	350 €
2 guides touristiques	1.200 €
ombre minimal estimé : 12 personnes	7.450 €
Conseiller externe	1.200 €
TO TAL ANNUEL	103.800 €

4e ANNÉE	
PERSONNEL (mois)	12.300 €
Directrice générale	1.200 €
2 Réceptionnistes-caissières	1.800 €
2 responsables du restaurant	1.800 €
2 serveurs	800 €
4 femmes de ménage - gouvernantes	1.600 €
2 entretien des jardins	800 €
2 gardes de sécurité	700 €
4 guides touristiques	2.400 €
Nombre minimal estimé : 19 personnes	11.100 €
Conseiller externe	1.200 €
TOTAL ANNUEL	147.600 €

B.- FRAIS VARIABLES

1re ET 2e ANNÉE	
Produits de toilette	
Approvisionnement d'aliments et de boisson	
Approvisionnement d'articles de ménag	
Entretien (divers)	
Carburants	
Publicité	
Articles de ménage	
Literie	
Uniformes	
Outils pour l'entretien et le jardinag	
Produits pour faire le ménag	
TOTAL ANNUEL	30.240 €

3e ANNÉE	
Produits de toilette	
Approvisionnement d'aliments et de boisson	
Approvisionnement d'articles de ménag	
Entretien (divers)	
Carburants	
Publicité	
Articles de ménage	
Literie	
Uniformes	
Outils pour l'entretien et le jardinag	
Produits pour faire le ménag	
TO TAL ANNUEL	50.496 €

4e ANNÉE	
Produits de toilette	
Approvisionnement d'aliments et de boisson	
Approvisionnement d'articles de ménag	
Entretien (divers)	
Carburants	
Publicité	
Articles de ménage	
Literie	
Uniformes	
Outils pour l'entretien et le jardinag	
Produits pour faire le ménag	
TOT AL ANNUEL	117.824 €

C.- FRAIS imprévus

1re ET 2e ANNÉE	
TOTAL ANNUEL	12.000 €

3e ANNÉE	
TO TAL ANNUEL	12.000 €

4e ANNÉE	
TOT AL ANNUEL	16.800 €

1re ET 2e ANNÉE	
FRAIS TOTAUX/AN	146.040 €

3e ANNÉE	
FRAIS TOTAUX /AN	166.296 €

4e ANNÉE	
FRAIS TOTAUX /AN	282.224 €

RÉCAPITULATIF DES RECETTES ET DES DÉPENSES

1re ET 2e ANNÉE	
ESTIMATION DE RECETTES/ AN	195.840 €
ESTIMATION DE FRAIS/ AN	146.040 €
REVENU NET ANNUEL	49.800 €

3e ANNÉE	
ESTIMATION RECETTES/ AN	228.912 €
ESTIMATION DE FRAIS/ AN	166.296 €
REVENU NET ANNUEL	62.616 €

4e ANNÉE	
ESTIMATION RECETTES/ AN	534.128 €
ESTIMATION FRAIS/ AN	282.224
REVENU NET ANNUEL	251.904

COMMENTAIRES : IL FAUT NOTER QU'UNE EXPLOITATION APPROPRIÉE AIDERA À PEU PRÈS 20 PERSONNES DE LA COMMUNAUTÉ DE MANIÈRE DIRECTE - ET À BEAUCOUP D'AUTRES DE MANIÈRE INDIRECTE, PAR EXEMPLE À TRAV DE MÊME, AVEC LE TEMPS, LA COMMUNAUTÉ SERA EN MESURE DE CRÉER UN FONDS D'ÉPARGNE POUR FAIRE FACE AUX FRAIS COMMUNAUTAIRES ET ATTEINDRE, PETIT À PETIT, LEUR AUTONOMIE.

PLAN D'INFRASTRUCTURES: COÛTS DE CONSTRUCTION

Notre visite à la zone d'action du PNBA, nos recherches sur l'état du marché, l'analyse de la demande, l'observation des tendances en matière de durabilité et le suivi de la concurrence existante sur le marché actuel de l'écotourisme nous ont conduit à penser qu'il est impératif d'élaborer un nouveau plan d'infrastructures. En tant que complément des installations déjà en place, ces nouvelles infrastructures augmenteraient la compétitivité du complexe, ce qui servirait à :

1. Améliorer le service et l'expérience des visiteurs
2. Aider à protéger et à préserver le PNBA
3. Dynamiser l'économie touristique en faveur de la communauté

COÛTS DE CONSTRUCTION

1. ÉNERGIE SOLAIRE PHOTOVOLTAÏQUE
2. USINES DE DESSALEMENT MODULAIRES
3. COLLECTE ET TRAITEMENT DES DÉCHETS URBAINS (NETTOYAGE DU PNBA)
4. STATION D'ÉPURATION DES EAUX
5. RESTAURANT « PLAGE » AVEC TERRASSE, MODULE WC, ÉQUIPEMENT DE CUISINE, PONTS PIÉTONS, PASSERELLE PIÉTONNE
6. POTAGER/SERRE À LÉGUMES
7. JARDIN D'ARBRES AUTOCHTONES
8. EMBARCADÈRE FLOTTANT
9. STAND POUR LE POINT DE VENTE,
TOUR D'OBSERVATION D'OISEAUX
PORTE D'ACCÈS
10. BALISAGE RURAL ET MESSAGES DE SENSIBILISATION

BUDGET GÉNÉRAL DU PLAN D'INFRASTRUCTURES: 2.387.656 €

Inclus dans l'offre :

Transport des Canaries (Espagne) au port de Nouadhibou, et dernière partie du transport jusqu'à l'endroit choisi pour l'installation.

Grues pour le déchargement des conteneurs et assistance des opérateurs pour l'installation.

Fabrication de structures en béton, puits, etc.

Assemblage de tout l'équipement et, en général, tout travail mentionné dans ce budget.

1. ÉNERGIE SOLAIRE PHOTOVOLTAÏQUE

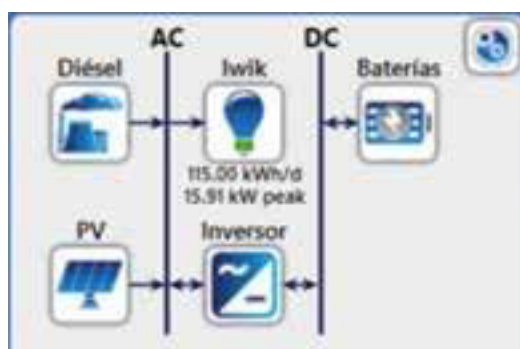
L'un des efforts les plus appréciés dans les destinations de tourisme de nature est, sans aucun doute, la production d'énergie propre. Compte tenu des caractéristiques du camping dans la région, l'énergie solaire photovoltaïque a été considérée comme la plus adaptée à la production d'électricité, du fait de ses faibles exigences en matière d'exploitation et d'entretien, de sa grande fiabilité et de la disponibilité de la ressource originelle : le soleil. L'objectif est que 95% de l'énergie employée soit renouvelable, afin de limiter le recours aux combustibles fossiles et la dépendance extérieure.

Pour l'évaluation des besoins énergétiques du système, on a pris en considération la demande électrique suivante :

Pour l'éclairage, on estime une base de 400 watts.

Pour le restaurant, on estime que la demande de base sera de 1000 watts, ce qui correspond aux besoins des chambres frigorifiques et aux appareils de nettoyage et de cuisson.

Pour le potager écologique, le système d'irrigation proposé nécessite 500 watts pour l'alimentation de l'électronique de contrôle et 2kW pendant les heures d'irrigation. On propose également l'installation dans les serres d'un système de refroidissement de 3kW qui marche dans les heures les plus chaudes de la journée.



Un système présentant les caractéristiques suivantes est proposé :

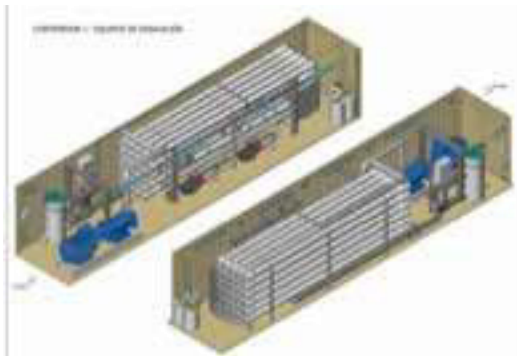
- Système de production photovoltaïque d'une puissance nominale de 40Kw.
- Batteries au lithium-ion, dont le fonctionnement est garanti pendant plus de 10 ans, avec un stockage de 100 kWh (utiles).
- Groupe de génération diesel conventionnel pour la sauvegarde. Cela garantit le bon fonctionnement du système, même en l'absence de ressources renouvelables, avec une puissance minimale de 20 kVAs.

Prix(1): 222.900 €

2. USINES DE DESSALEMENT MODULAIRES

L'obtention d'eau potable destinée à la consommation humaine et à l'irrigation est fondamentale pour la prospérité des villages.

Nous proposons un système novateur à niveau mondial : des usines modulaires compactes. Ces usines présentent de nombreux avantages : elles sont facilement transportables dans des conteneurs, occupent peu de surface, ont un temps d'installation très réduit et ne nécessitent pas de travaux de génie civil. En peu de jours, l'accès à une eau traitée est garanti.



Caractéristiques :

- Système de pré-traitement : Microfiltration avec des filtres de sable.
- Système de traitement : Osmose Inversée (O.I.)
- Système de reminéralisation
- Facteur de conversion : 45%
- Pompage à haute pression
- Débit de production (m³/jour) : 400 m³/jour
- Temps de fabrication + livraison + installation + mise en route : entre 3 et 4 mois.

Prix (2): 575.000€

3. COLLECTE ET TRAITEMENT DES DÉCHETS URBAINS (NETTOYAGE DU PNBA)

Autour du camping il y a un vrai problème d'accumulation de déchets plastiques et de boîtes de conserve provenant de la côte et des accès orientaux. Ce problème touche le PNBA.

Le village et le camping manquent de poubelles et d'un système d'enlèvement des ordures. Ceci étant, les conditions de propreté attendues par les touristes (surtout lorsqu'ils se rendent dans un site classé au Patrimoine mondial) ne sont pas du tout assurées.

Récupération des déchets organiques au moyen d'un petit biodigesteur pour la production d'énergie électrique et thermique pour l'autoconsommation locale.



Système de collecte de déchets avec trois personnes pour :

- Enlever les ordures et les déchets organiques de l'écologie et du village.
- Un petit digesteur pour la fraction organique et le tri des déchets. Le processus produit de l'énergie et le reste peut être utilisé pour fertiliser la terre du potager écologique.

Capacité : 220 t/an (0,6 t/jour)

Énergie électrique produite : 92.000 kWh/an

Énergie thermique produite : 92.000 kWh/an

Équipement biodigesteur + Équipement cogénération + Génie civil

COÛT TOTAL DU TRAITEMENT : 385.000 €

Camion + poubelles (150 u.) + 3 ouvriers

COÛT ANNUEL DE LA COLLECTE : 46.481 €

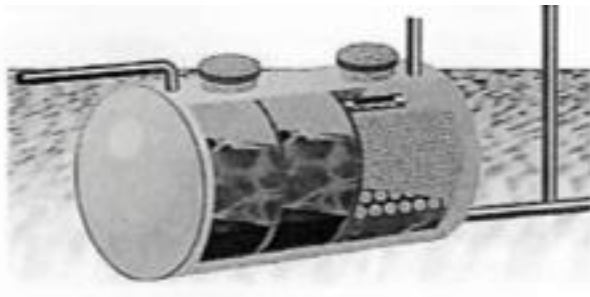
Prix (3): 496.203€

4. STATION D'ÉPURATION DES EAUX

Le touriste international a une série d'attentes basées sur ses goûts et sa culture. Cette affirmation est vraie pour des techniques telles que le traitement des eaux usées. À ce propos, le visiteur étranger apprécie tous les efforts, aussi petits soient-ils. Il faudrait anticiper l'accumulation des eaux usées et tous les problèmes qui en dérivent avant que l'occupation touristique ne soit trop importante.

Dans les chambres, on peut utiliser un procédé biologique pour traiter les eaux résiduaires. Pour le mener à bien, on a besoin d'une fosse équipée d'un système d'épuration biologique ou biofiltre. Celui-ci doit être en mesure de rendre service à 100 personnes et avoir une capacité de 21.500 litres. La solution est innovante et permet l'utilisation des eaux épurées dans l'agriculture comme engrais.

Prix (4): 182.768€



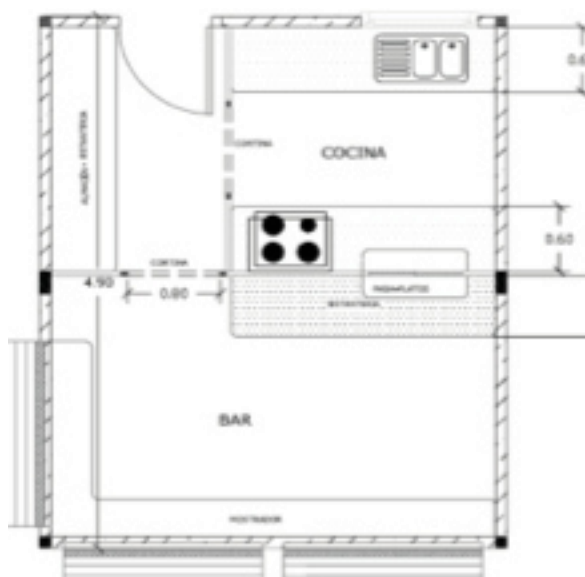
5. RESTAURANT « PLAGE » AVEC TERRASSE

Afin d'améliorer l'offre gastronomique et le service aux visiteurs, il faut doter le complexe d'un restaurant pour préparer le poisson avec des légumes à proximité du camping.

Il s'agit d'un modèle basique fabriqué en bois et avec un sol métallique anti-salpêtre. Il est composé par deux modules, un pour la cuisine et un pour le bar, avec des fenêtres et des portes, qui occupent une superficie de 34 m² (4,50 x 7,45 m.) La terrasse, couverte par des plaques et munie de stores faciles à ouvrir (10 x 10 m.) fait office de salle à manger. Installation électrique et éclairage compris. Poids : 2.800 kg. Sans maintenance. Transport et installation faciles.

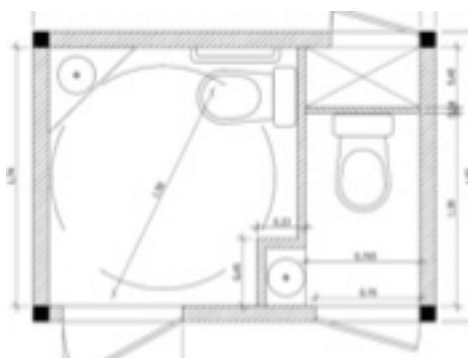
À côté du restaurant, on installera un point propreté avec des conteneurs de tri.





MODULE WC

L'hygiène personnelle, ainsi que la propreté aux alentours du camping et du restaurant, sont nécessaires et appréciées par les visiteurs internationaux.



Modèle basique fabriqué en bois. Superficie de 2700 x 1950 x 2340 mm. Sol métallique avec un alliage spécial inoxydable et antidérapant. Poids : 1200 kg. Intérieur confortable, avec des tuyaux d'écoulement et différentes options pour faire sa toilette. Tous les accessoires intérieurs pour hommes, femmes et personnes handicapées sont adaptés aux standards européens. Transport et installation faciles.

ÉQUIPEMENT DE CUISINE

Le restaurant proposé nécessitera un bon équipement de type industriel pour la cuisine. Il s'agit d'assurer au mieux la préparation, la conservation, l'hygiène et la propreté des aliments et des boissons, ce qui attirera de bonnes critiques et permettra de fidéliser les touristes et les visiteurs.



ÉQUIPEMENTS POUR CUISINER ET POUR PRÉPARER

- Cuisinière au gaz en acier inoxydable
- Friteuse au gaz
- Armoire à légumes
- Armoire avec compartiment à poissons
- Table de réfrigération
- Table de préparation
- Évier
- Support d'étagère

PONTS PIÉTONS

Nous recommandons l'installation de ponts piétons pour connecter des points importants à l'intérieur du complexe. Par exemple, il en faudrait un pour accéder au restaurant, que nous conseillons d'installer sur le promontoire de 15 m. de hauteur.

Fabriqués en bois avec une passerelle et des rampes. Résistants aux intempéries, ils seront surélevés pour éviter le sable et les plantes. Dimensions : 12,0 x 1,20 m. Poids : 550 kg.



PASSERELLE PIÉTONNE

Pour augmenter le confort et faciliter l'entrée et la sortie de personnes du camping vers la plage et le restaurant, il serait intéressant d'installer une passerelle piétonne.

Dimensions : 40 x 1,20 m. Fabriquées en bois traité avec des fongicides et des anti-algues. Fixations d'acier inoxydable, idéal pour les climats secs à côté de la mer.



MOBILIER URBAIN

Il faut prévoir une vingtaine de tables et quelque 90 chaises confortables pour la terrasse du restaurant. Il faut veiller à ce qu'elles soient faciles à nettoyer et à plier et que leur style soit en phase avec l'environnement.

Prix (5) 313.190€



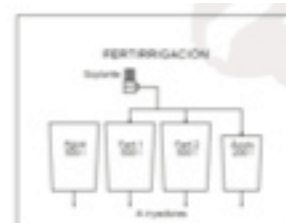
6. POTAGER/SERRE À LÉGUMES

La région écotouristique nationale possède l'une des meilleures zones de pêche au monde. C'est pourquoi il faut faire en sorte que le complexe devienne un point de référence gastronomique. Pour répondre au mieux aux demandes des visiteurs, il est nécessaire d'utiliser des légumes du potager local pour élaborer les salades servies en accompagnement du poisson.

- Serre de 300 m², structure en fer galvanisé, toit en plaque de polycarbonate ondulée et murs avec grillage de dissimulation.
- Système d'irrigation avec engrais par injecteurs programmés, avec des vannes électriques et réservoirs de 500 l.

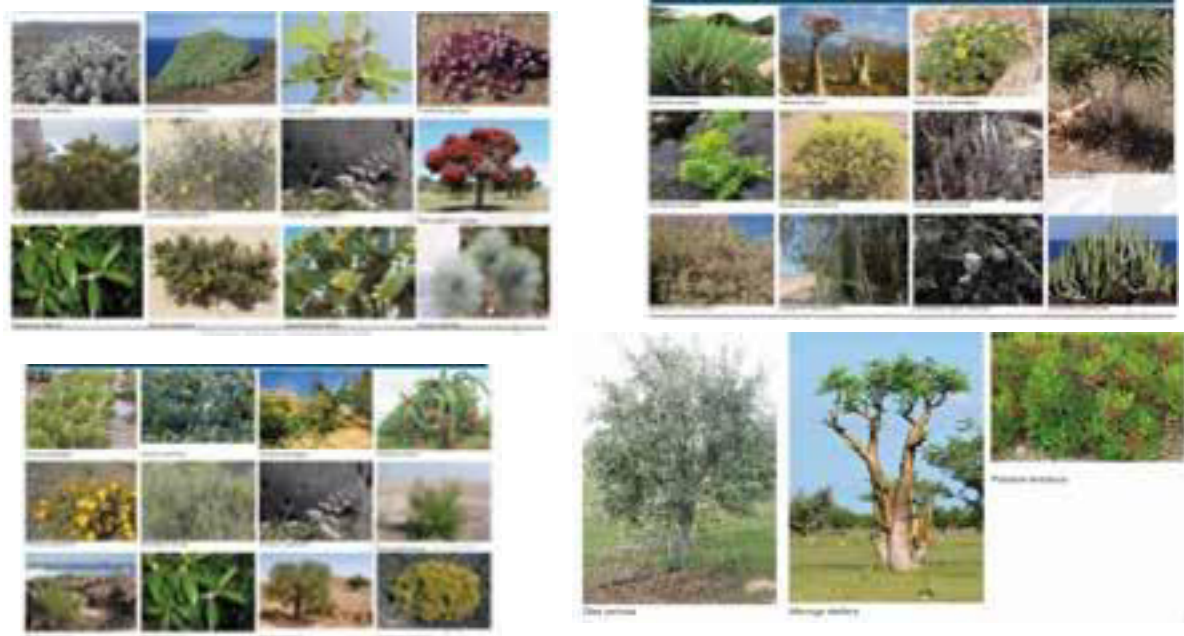
Prix (6): 88.713€





7. JARDIN D'ARBRES AUTOCHTONES

Le camping se trouve sous l'influence des vents alizés provenant du nord-est et, en même temps, de hautes températures du fait de sa situation dans le désert. C'est pourquoi il est nécessaire de mettre en place un jardin avec 1000 arbres résistants et productifs pour l'écosystème ; des arbres qui fassent de l'ombre, qui rafraîchissent l'environnement et dont on puisse extraire des huiles à vendre dans la boutique locale (comme le moringa).



Acquisition de 1000 plantes au feuillage bien formé, exemptes de parasites et/ou de maladies, sans aucune carence nutritionnelle, au système racinaire bien développé et harmonieux. Creusement du puits compris.

Acquisition et ancrage de tuteurs pour les arbres, chacun constitué de 3 pièces de 6 cm. de diamètre et 2,5 cm. de long, avec pointe. Traités en autoclave sans arsenic ni chrome.

Prix (7): 201.013€

8. EMBARCADÈRE FLOTTANT

À côté de la communauté locale se trouve un petit quai pour les pêcheurs de la région et les excursions en bateau. La structure actuelle devrait être remplacée par une nouvelle permettant l'accès des clients et résistante à la variation des marées.

Passerelle de 11,5 m. de long et 1 m. de largeur utile pour accéder à l'embarcadère flottant.

Module de l'embarcadère flottant : 11,55 x 2,34 m. Fabriqué avec des profilés en alliage d'aluminium.

Prix (8): 98.902€



9. STAND POUR LE POINT DE VENTE

Ce stand ferait office de point de vente de produits artisanaux, de souvenirs et d'excursions. On pourrait également y faire des réservations au restaurant, louer des équipements, etc. Nous proposons de l'installer à côté du quai du village

Module du stand de 5,00 x 2,45 m., avec un entrepôt de marchandises. Poids : 2000 kg. Module préfabriqué en bois. Sans maintenance. Transport et installation faciles.



TOUR D'OBSERVATION D'OISEAUX

Pour le tourisme scientifique et les amateurs d'oiseaux en général, nous proposons d'installer une tour pour observer les oiseaux dans une zone de visibilité optimale située sur la côte (ceci augmentera la qualité de l'activité.)

Modèle fabriqué en bois. Dimensions : 5,00 x 2,45 m. Poids : 600 kg. Supporté sur 4 piliers situés sur un terrain nivelé et ancrés à des points d'appui de 25 x 25 x 25 cm. Muni d'escaliers pour monter en haut. Capacité : 10 personnes.



PORTE D'ACCÈS

Nous voulons créer une porte d'accès au parc en forme d'arc avec le nom du site, du PNBA et du Patrimoine mondial inscrits dessus. Elle serait fabriquée en bois et aurait un air robuste, invitant le visiteur à apprécier et à respecter les zones protégées.

Prix (9) 110.967€



10. BALISAGE RURAL ET MESSAGES DE SENSIBILISATION

Il faut des repères pour se retrouver aux alentours du complexe et dans le PNBA engénéral. En l'absence de signalisation on peut facilement se perdre, ce qui peut entraîner des difficultés pour les touristes. Même si nous proposons des parcours guidés à l'intérieur du parc, il ne faut pas oublier que certains touristes préféreront y aller seuls. Même chose pour accéder au restaurant : bien signaler toute la zone est essentiel.



FLÈCHES EN BOIS, PANNEAUX RURAUX (40 unités)

Flèches sur poteau en bois pour balisage de sentiers et de randonnées dans la nature. Bois traité pour résister aux conditions extérieures. Information sur une face gravée par usinage CNC et finitions en couleur avec peinture pour bois extérieur.

Dimensions : Flèche : 80 cm. large x 25 cm. hauteur. Grand poteau : 8 cm. large x 3 m. hauteur. Poteau moyen : 8 cm. large x 80 cm. hauteur

Prix (10): 98.000 €



CRÉATION DU BUREAU POUR LE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DE L'ÉCOTOURISME (RECOMMANDATION STRATÉGIQUE)

Pour que la mise en place du projet d'écotourisme soit efficace, la création d'un bureau technique est indispensable. Ce bureau aurait une vie utile de 24 mois et aurait deux sièges : une en Mauritanie et une autre aux Canaries.

Le bureau pour le développement serait chargé de la gestion des tâches suivantes :

1. Préparation et gestion de la collecte de fonds internationaux.
2. Suivi, supervision et échange direct et régulier avec les entités publiques qui dirigent le plan stratégique.
3. Supervision de l'ensemble de cours de formation professionnelle spécialisée en biens et services destinés aux membres de la communauté.
4. Coordination de l'ensemble du processus de mise en œuvre et de développement du plan d'infrastructures : supervision de l'origine de la fabrication, les horaires de travail, le transport des marchandises jusqu'à leur destination, la gestion de la documentation bureaucratique, les travaux de génie civil, les installations diverses, la mise en service des équipements, le contrôle de qualité et la transmission des connaissances techniques pour l'entretien des installations stratégiques destinées aux travailleurs de la communauté.

Le bureau pour le développement sera composé d'une équipe de personnes embauchées pour 24 mois :

1. Directeur
2. Gérant
3. Ingénieur
4. Directeur des travaux
5. Opérateur logistique
6. Traducteur/ice

*Le bureau pour le développement disposera d'un budget suffisant pour la location de bureaux, les voyages, les transferts, le transport et les indemnités journalières.

Budget annuel : 175.000 €

Total 24 mois : 350.000 €

SOURCES DE FINANCEMENT:

NOUS PROPOSONS QUE LE PLAN D'INFRASTRUCTURES ET LE BUREAU POUR LE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DE L'ÉCOTOURISME SOIENT FINANCÉS À HAUTEUR DE 100% PAR LES BANQUES ET LES ORGANISATIONS MONDIALES QUI COOPÈRENT AVEC LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT. À NOTRE AVIS, LE PROJET REMPLIT TOUS LES PARAMÈTRES SOCIAUX, ÉCONOMIQUES, CULTURELS ET D'INTÉGRATION NÉCESSAIRES POUR MÉRITER L'AIDESOLLICITÉE DANS LE BUT D'AMÉLIORER LE BIEN-ÊTRE ET DE DIGNIFIER LES PEUPLES CÔTIERS DE LA MAURITANIE, PNBA.

7. CONCLUSIONS



Le rapport analytique et les recommandations comprises dans cette étude nous permettent d'affirmer que la région du BANC D'ARGUIN et la MAURITANIE possèdent toutes les qualités pour que le projet aux caractéristiques décrites plus haut soit une réussite. Les objectifs de la Stratégie Nationale de Développement du Tourisme du Ministère du Commerce, de l'Industrie et du Tourisme de la Mauritanie seraient ainsi atteints.

Nous signalons ci-dessous les 15 conditions considérées comme essentielles par notre équipe d'experts en tourisme pour assurer la faisabilité du projet. Sans elles, ce serait un tout autre projet et sa viabilité technique, économique, opérationnelle et collaborative serait en péril.

1. Mettre en place un « plan d'action principal » pour gérer la collecte de fonds, la mise en place des infrastructures et l'organisation et le fonctionnement du complexe et du modèle écotouristique.
2. Préserver les conventions de coopération au développement entre le Gouvernement des Îles Canaries (Europe) et celui de la Mauritanie (Afrique).
3. Obtenir des fonds provenant des fonds pour la coopération internationale, conformément au plan d'investissements.
4. Mettre en place les infrastructures principales pour compléter le complexe selon le modèle écotouristique, notamment celles liées à l'obtention d'énergie propre (eau et énergie.)
5. Traiter les eaux usées et faire un effort dans le sens de la collecte de déchets dans la région.
6. Améliorer la formation professionnelle des membres de la communauté en matière de services touristiques spécialisés.
7. Créer des emplois qui permettront l'intégration réelle des membres de la communauté.
8. Gérer correctement l'argent des recettes issues des visiteurs.
9. Améliorer l'offre gastronomique du complexe du point de vue nutritionnel en créant un potager écologique.
10. Mettre en place un atelier professionnel dans la communauté pour créer des produits et des expériences touristiques durables.
11. Promouvoir la création d'établissements d'enseignement dans la région pour les enfants de la communauté.
12. Installer un point d'accès à internet et créer un site web pour faciliter le contact entre les agents commerciaux, la direction du complexe et les visiteurs.
13. Améliorer la connectivité aérienne internationale de la Mauritanie.
14. Établir de nouveaux axes de coopération avec des organismes gouvernementaux internationaux.
15. Faire de son mieux pour obtenir un label international de tourisme durable.

Équipe technique BESC:

Moussa Thior
Sidi Brahim
Aissata Macina

Sources consultées pour réaliser cette étude:

OMT (Organisation Mondiale du Tourisme)
Google.com
Booking.com
Ilikelocal.com
Tourisme Îles Canaries
Hosteltur
Segittur
Ecoturismo World
Accor

Annexe 7: Matrice de gestion des risques

	Description du risque	Type de risque	Probabilité	Impact	Exposition au risque	Stratégie d'atténuation	Date de mise en œuvre cible d'atténuation des risques	Date de mise en œuvre de la cible d'atténuation liée au statut	Partie responsable	Statut du risque	Commentaire
1	Le risque zéro n'existe nulle part et la menace terroriste est commune à tous les pays. Un minimum de sécurité est indispensable pour les activités touristiques.	Risque externe	Faible	Moyen	Faible	Information et coordination avec les forces de sécurité présentes dans la zone dans le cadre de la lutte contre le terrorisme	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	Respectant le calendrier	Autorités politiques	En cours d'examen	Risque sécuritaire général
2	Main d'oeuvre qualifiée qui permet une atteinte totale des résultats escomptés	Risque opérationnel	Faible	Faible	Faible	Recruter les meilleurs éléments du Ministère dans l'équipe et coordonner avec les personnes les plus qualifiées des autres parties prenantes	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	Respectant le calendrier	Ministère	En cours d'examen	Risque opérationnel
3	Pollution des navires sur la cote ecotouristique ou d'autres polluants (automobiles...)	Risque opérationnel	Faible	Moyen	Faible	Activer une zone d'interdiction pour tout objet polluant sur les côtes du projet et mise en œuvre du plan POLMAR	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	En attente	Autorités politiques (Ministère du commerce et ministère de l'environnement)	Ouvert	Risque environnemental
4	Fluctuation du dollar des États-Unis d'Amérique	Risque financier	Moyen	Faible	Faible	Ajustement du budget et des prix des prestations	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	Respectant le calendrier	UMOCIR – SE/CIR – GFAS	En cours d'examen	Risque économique
5	Pollution dans l'aire du projet à cause des activités des bénéficiaires du projet	Risque opérationnel	Faible	Moyen	Faible	Sensibilisation et formation des acteurs aux normes environnementales et application stricte de ces normes	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	Respectant le calendrier	UMOCIR – PNBA – ONT	En cours d'examen	Risque environnemental local
6	Le fait que l'UMOCIR n'adopte pas une approche intégrée du suivi financier et technique peut affecter l'obtention des résultats du projet	Risque opérationnel	Faible	Moyen	Faible	L'UMOCIR avec le SE/CIR et le GFAS doivent assurer le suivi continu des résultats et résoudre les contraintes de mise en œuvre	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	Respectant le calendrier	UMOCIR – SE/CIR – GFAS	En cours d'examen	Risque de gestion
7	Le manque d'engouement ou d'indisponibilité des acteurs : La réussite de la mise en œuvre des activités du Projet dépend de la motivation et de la disponibilité des bénéficiaires aux périodes d'exécution.	Risque opérationnel	Faible	Faible	Faible	Sensibilisation, implication et responsabilisation au sein du CDN	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	En attente	UMOCIR	Ouvert	Participation des acteurs

	Description du risque	Type de risque	Probabilité	Impact	Exposition au risque	Stratégie d'atténuation	Date de mise en œuvre cible d'atténuation des risques	Date de mise en œuvre de la cible d'atténuation liée au statut	Partie responsable	Statut du risque	Commentaire
8	Difficulté de mobilisation de la contrepartie nationale	Risque financier	Moyen	Moyen	Moyen	Inscription de la contrepartie nationale dans le PTIP et représentation du Ministère des finances dans le CDN	Dès le démarrage du projet (T1 de l'année 2026)	En attente	UMOCIR – SE/CIR – GFAS	Ouvert	Risque budgétaire

Annexe 8: Matrice des actions prioritaires (MAP)

Pays: Mauritanie

#	Action prioritaire	Domaine prioritaire	Source	Institution principale	Calendrier	Résultats escomptés	Budget indicatif (USD)	Fonds garantis (USD)	Source(s) des fonds garantis	Fonds manquants (USD)	État d'avancement	Dernière mise à jour	Observations
1	Digitalisation des services d'importations et d'exportation en Mauritanie	Commerce	DPGG / Plan d'action du ministre	MCT	2026-2029	Rendre les opérations d'import et d'export totalement digitalisées en Mauritanie	5000000	100000	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	49000000	Etudes de faisabilité déjà faites	04/05/2024	
2	Stratégie nationale pour la promotion des investissements en Mauritanie	Investissement	GVT/DPGG/Plan d'action de l'APIM	APIM	2026-2030	Doter le Gouvernement d'une stratégie qui oriente la vision de l'APIM (l'Agence de promotion des investissements Mauritanien) 2027-2030	100000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	100000	TDRs disponibles	01/01/2024	
3	Reforme du climat des affaires : Mise en œuvre effective du cadre réglementaire récemment adopté ainsi qu'une digitalisation totale des procédures d'octroi des licences d'investissements en Mauritanie	Investissement	Programme du Président/DPGG	APIM	2026-2031	Amélioration du climat des affaires en Mauritanie	1000000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	1000000	en attente		
4	Réactualiser les textes juridiques et réglementaires sur le commerce extérieur	Commerce	Plan d'action du ministère	MCT	2026-2032	Une base juridique simplifiée pour le commerce extérieur conformément à l'engagement de la Mauritanie dans l'AFE de l'OMC	500000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	500000	en attente		
5	Constituer un pôle d'exportation de fruits et légumes à Rosso et institutionnaliser les chaînes de valeurs de la pastèque	Commerce	DPGG/Programme du Président	MCT	2026-2033	Assurer la souveraineté alimentaire du pays en légumes de bases	6000000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	6000000	Pas encore fait		
6	Renforcer des capacités des ressources humaines dans la fonction publique et le secteur privé sur l'application de la nouvelle loi sur la concurrence et la régulation des marchés	Commerce	Plan d'action du ministère	MCT	2026-2034	Parties prenantes qualifiées pour une meilleure mise en œuvre de la loi sur la concurrence	100000	30000	Budget du Ministère MCT	70000	Pas encore fait		
7	Développement du commerce électronique en Mauritanie (ex. Mise en place d'une loi sur le commerce électronique et d'une plateformes accréditées en ligne pour la connexion entre vendeurs et acheteurs)	Commerce	GVT/DPGG/Plan d'action du ministère du commerce et du ministère en charge de la transformation numérique	MCT	2026-2035	Développer le commerce électronique en Mauritanie ainsi que sa part dans le volume national des transactions commerciales	1000000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	1000000	Pas encore fait		
8	Développer, améliorer les destinations touristiques en diversifiant la gamme des produits offerts	Tourisme	Plan d'action du ministère	MCT	2026-2036	Faire du commerce un moteur de croissance économique nationale	8000000	5000000	Gouvernement de l'Arabie Saoudite	3000000	Pas encore fait		
9	Etudes d'impact économique et social de tous les accords commerciaux que la Mauritanie a signés	Commerce	Plan d'action du ministère	MCT	2026-2037	Permettre au Gouvernement de signer ou décliner les offres d'accords commerciaux proposées actuellement par différents pays en évaluant leur impact économique et social, et également revoir les accords déjà en vigueur.	50000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	50000	Pas encore fait		
10	Zone économique spéciales et attractivité sectorielle: Appui à la structuration et à la promotion des zones économiques spéciales et industrielles, incluant un benchmark des bonnes pratiques internationales, un peer learning avec une IPA expérimentée et l'élaboration d'une note stratégique sur 2 ou 3 zones et corridors d'investissement prioritaires	Investissement	Plan d'action PIM	APIM	2026-2031	Amélioration du climat des affaires en Mauritanie	1000000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	1000000	en attente		
11	Intelligence économique et ingénierie de l'information : développement d'un dispositif opérationnel d'intelligence économique au sein de l'Agence de Promotion des Investissements, incluant la production d'outils d'analyse des marchés, de veille sur les opportunités d'investissement et de ciblage des investisseurs, avec formation des équipes pour une utilisation autonome et durable.	Investissement	Plan d'action PIM	APIM	2026-2031	Amélioration du climat des affaires en Mauritanie	1000000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	1000000	en attente		
12	Renforcement des compétences et performance institutionnelle : programme de montée en compétences des équipes sur le cycle complet de l'investissement, fondé sur un diagnostic des besoins et accompagné d'un cadre de KPIs et d'outils de suivi opérationnels.	Investissement	Plan d'action PIM	APIM	2026-2031	Amélioration du climat des affaires en Mauritanie	1000000	0	UE, BM, GIZ, PNUD, AFD ou autre PTF	1000000	en attente		

Annexe 9: Matrice d'optimisation des ressources

Dimension de l'optimisation des ressources (Économie / Efficience / Efficacité / Équité)	Indicateur	Méthode de mesure	Référence	Cible	Fréquence	Partie responsable	Statut
Économie	% marchés attribués par procédure concurrentielle	Dossiers de passation et rapports d'audit	Procédures directe et non concurrentielle	100 % des marchés attribués de manière concurrentielle et transparente	Trimestrielle	UNMO CIR / RAF et Assistant	À suivre
Économie	Taux de mutualisation de l'appui institutionnel, des formations, des renforcements des capacités et missions	Diagnostic des activités et budgets consolidés	Faible mutualisation des interventions	100 % des activités mutualisables	Semestrielle	UNMO CIR / RAF et Assistant	À suivre
Économie	Taux de bonne exécution des infrastructures touristiques	Rapports du bureau de contrôle, supervision et PV de réception	dispositif de contrôle qualité	100 % des travaux contrôlés conformément aux procédures de l'UNOPS	Semestrielle	UNMO CIR / Bureau contrôle qualité	À suivre
Efficience	Taux d'exécution physique des activités	Rapports techniques et suivi du PTA	Situation initiale du PTA	≥ 90 % des activités programmées	Trimestrielle	UNMO / Suivi-évaluation	À suivre
Efficience	Taux d'exécution financière	Rapports financiers et audits	Situation initiale d'exécution budgétaire	≥ 90 % du budget annuel programmé	Trimestrielle/ Annuel	UNMO / RAF / Cabinet D'Audit	À suivre
Efficience	Taux de respect des délais d'exécution	Calendrier prévu / réalisé	Situation initiale du calendrier d'exécution	≥ 90 % des activités dans les délais	Semestrielle	UNMO / Suivi-évaluation	À suivre
Efficience	Taux d'opérationnalisation des outils institutionnels et numériques	Statistiques des plateformes et rapports techniques	Faible utilisation des outils numériques	100 % des outils prévus opérationnels	Semestrielle	UNMO-CIR	À suivre
Efficacité	Taux de réalisation des stratégies, études et dispositifs prévus	Livrables et attestation de service fait	Réformes limitées / outils institutionnels à développer	100 % des livrables prévus réalisés et validés	Semestrielle	UNMO-CIR	À suivre
Efficacité	Taux de réalisation des actions de renforcement des capacités	Rapports et listes de présence	0 personne formée dans le cadre du projet	100 % des actions de formation prévues réalisées	Semestrielle	ENMT / UNMO	À suivre
Efficacité	Taux d'infrastructures et équipements écotouristiques opérationnels	Rapports techniques, visites de terrain et PV de réception	0	100 % opérationnels et conformes	Semestrielle	UNMO / Bureau de contrôle	À suivre
Efficacité	Nombre d'acteurs accompagnés dans la formalisation	Rapports technique et attestation de service fait	0	100 acteurs accompagnés	Semestrielle	UNMO / Suivi-évaluation	À suivre
Efficacité	Taux de réalisation des actions de promotion et d'accès aux marchés	Rapports MCT et rapports de suivi du projet	Promotion et accès aux marchés à développer	100 % des actions prévues réalisées	Semestrielle	MCT / UNMO-CIR	À suivre
Équité	Part des femmes/jeunes dans les entreprises soutenues	Données désagrégées genre/jeunes et rapports de suivi	0	60 %	Trimestrielle	UNMO / Suivi-évaluation	À suivre
Équité	Nombre de personnes formées, désagrégé femmes/jeunes	Listes de présence et rapports de formation	0	350 personnes, dont 100 femmes et 50 % de jeunes	Semestrielle	ENMT / UNMO	À suivre
Équité	Nombre de collectivités locales bénéficiant du renforcement de capacités	Rapports d'activités et listes de présence	0	5 collectivités locales	Semestrielle	UNMO / Collectivités	À suivre