



République du Congo
Ministère du Tourisme
et des Loisirs



Au service
des peuples
et des nations

ASSISES NATIONALES SUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME EN REPUBLIQUE DU CONGO

PANEL 5

TERMES DE REFERENCE

| | |
|---------------------------|---|
| Référence du poste | |
| Projet | Assises Nationales sur le développement du tourisme en République du Congo-Brazzaville |
| Intitulé du poste | <i>L'intégration de la Destination Congo-Brazzaville dans le « Rebranding » de la Destination Afrique</i> |
| Lieu d'affectation | Brazzaville |
| Domaine | |
| Durée des services | Deux jours |
| Date limite de soumission | |

I- CONTEXTE

Nombreuses destinations touristiques à travers le monde orientent leurs actions Marketing pour se façonner un positionnement compétitif sur les marchés internationaux. Elles bâtissent ainsi des stratégies de construction d'une Marque afin de s'identifier et de se particulariser à d'autres destinations et offrir des produits touristiques originaux. Il s'agit pour ces destinations de parvenir à mettre en œuvre des actions de construction d'une image identitaire qui doit constituer leur Marque.

Une Marque, c'est en effet toute une stratégie à mettre en place pour relever les défis. Il faut pour cela saisir les opportunités positives pour lever les aspects négatifs qui contribuent à son déclin.

L'Afrique se bat depuis quelque décennie à se construire une marque touristique. Cette question de la « Marque du Tourisme africain » a fait l'objet d'une conférence organisée conjointement par l'Organisation Mondiale du Tourisme et le Ministère Ghanéen du

Email : secretariatministre@ministere-tourisme.gouv.cg

2 sites du Ministère : www.ministere-tourisme.gouv.cg / www.officedutourisme.gouv.cg

Tourisme, de la Culture et des Arts créatifs, qui s'est tenue à Accra au Ghana du 17 au 18 Août 2015. Il s'est agi d'un moment de communication et d'échange entre les différentes institutions concernées par les problèmes de développement du tourisme sur le Continent africain sur la question de Marque. La Marque Afrique se résume dans la diversité de celle-ci ; la diversité rend l'Afrique tout à fait spécifique et originale; la marque clé, c'est l'Afrique : son potentiel naturel (Chutes, faune et flore), son hospitalité.

L'Afrique malheureusement du fait des stéréotypes (Fièvre Ebola, guerres, instabilité politique), et de la mauvaise communication relayée par les médias étrangers, c'est seulement 3% du total des arrivées mondiales du tourisme. C'est une faible performance qu'il convient d'améliorer en créant des conditions d'attractivité qui mobilisent les touristes à travers le monde à choisir la destination africaine.

En République du Congo-Brazzaville, le problème de la marque est entier et d'actualité. C'est un pays qui se cherche un nom, une identité ; en gros une Marque qui fédère les motivations des touristes à visiter cette destination. L'élaboration de la Politique et de stratégie Nationales, et plan Directeur de Développement Durable du Tourisme (PNT et SNP3DT 2017-2021) dans ce pays, est une réelle prise de conscience dans la prise en compte de l'activité touristique comme instrument de développement économique du pays et de se doter d'une Marque. Des orientations stratégiques allant dans le sens de bâtir pour la destination une Marque qui lui soit spécifique et identitaire ont été édictées en vue du positionnement du pays sur les marchés touristiques : « *Faire de la République du Congo une destination de référence éco touristique dans le contexte de la promotion de l'économie verte ; gagner l'avantage de hub régional grâce à ses infrastructures aéroportuaires internationales* ». C'est bien évidemment là, une vision qui fournit la trame des orientations et les objectifs sous-jacents que les pouvoirs publics entendent donner au secteur du tourisme pour garantir son développement à l'horizon 2025.

II- OBJECTIFS

II-1- Objectif global

Débattre de la thématique de ce panel a pour objectif général de :

- Attirer l'attention des pouvoirs publics et des partenaires au développement touristique de l'intérêt qu'il y a pour une destination touristique émergente comme la République du Congo de disposer d'une **Marque touristique** qui fédère les motivations des touristes à la choisir comme destination.

II-2- Objectifs spécifiques

Les Objectifs spécifiques ou immédiats visent à :

Email : secretariatministre@ministere-tourisme.gouv.cg

2 sites du Ministère : www.ministere-tourisme.gouv.cg / www.officedutourisme.gouv.cg

- Susciter l'intérêt des Pouvoirs Publics et des partenaires au développement touristique à promouvoir les investissements dans l'industrie du tourisme afin de bâtir une « Marque Africaine » compétitive ;
- Inciter à faire connaître à travers les médias par des images positives de la destination ;
- Etre proactifs dans l'anticipation des actions stratégiques de manière à faire connaître ce qui est bien et positif à la face du monde ;
- Bâtir des stratégies de résilience pour le tourisme ;
- Combattre les stéréotypes en promouvant sa culture : son habitation, sa cuisine, son vestimentaire, en essayant de les élever sur les normes internationales.
- Créer des synergies qui puissent intégrer l'ensemble des activités qui font que le tourisme devienne un secteur attractif.
-

III- BUT DU PANEL

Le panel est composé d'un groupe d'intervenants plurisectoriels qui interviendront dans le cours du débat pour décliner leur expérience personnelle

La communication sera conduite sous la responsabilité d'un modérateur qui se chargera de synthétiser la présentation du thème qui sera orienté sur les grands enjeux et sur les défis de **« l'Intégration de la destination Congo-Brazzaville dans la construction de la Marque Africaine »**.

Il sera mis en exergue par le modérateur, les différentes questions relatives aux objectifs visés par la thématique du panel.

IV- RESULTATS ATTENDUS

- L'intérêt des Pouvoirs Publics et des partenaires au développement touristique est susciter à promouvoir les investissements dans l'industrie du tourisme afin de bâtir une « Marque Africaine » compétitive ;
- L'incitation est faite à l'opinion à faire connaître à travers les médias, des images positives de la destination ;
- Une pro activité est suggérée dans l'anticipation des actions stratégiques de manière à faire connaître ce qui est bien et positif à la face du monde ;
- Des stratégies de résilience pour le tourisme sont suggérées ;
- Les stéréotypes sont combattues, en promouvant la culture de la destination congolaise : son habitation, sa cuisine, son vestimentaire, en essayant de les élever sur les normes internationales.
- Il est fait incitation à l'opinion de créer des synergies qui puissent intégrer l'ensemble des activités qui font que le tourisme devienne un secteur attractif

Email : secretariatministre@ministere-tourisme.gouv.cg

2 sites du Ministère : www.ministere-tourisme.gouv.cg / www.officedutourisme.gouv.cg

I. ORGANE RESPONSABLE

Ministère du Tourisme et des Loisirs.

II. MISSIONS ET TACHES DU CONSULTANT

Le consultant sélectionné devra accomplir les tâches suivantes :

- présenter le plan de sa communication au PNUD.
- rechercher et recueillir des données pertinentes et informations nécessaires pour la préparation de la communication.
- compiler, examiner et analyser les données et informations collectées menant à la préparation de la communication.
- livrer des exemplaires de l'avant-projet de la communication pour validation au PNUD.
- incorporer les contributions, apports et critiques pertinentes des participants à la communication.
- préparer, imprimer un nombre adéquat de copies papier et des copies électroniques de la communication finale.

VII- CALENDRIER

Les panélistes doivent faire parvenir leur avis d'intérêt un mois avant la date d'ouverture des Assises.

VIII- PROFIL DES PANELISTES

Le panéliste doit être une autorité ou un responsable de haut niveau ayant en charge les questions de promotion, de marketing touristique ou une personne ressource spécialisée sur les questions d'ingénierie, de création de projet et de circuits touristiques.

Email : secretariatministre@ministere-tourisme.gouv.cg

2 sites du Ministère : www.ministere-tourisme.gouv.cg / www.officedutourisme.gouv.cg