



Enquête sur l'impact de la COVID-19 sur les activités des entreprises de tourisme au **Mali**



Remerciements

Cette étude a été réalisée dans le cadre du projet sur le commerce des services en Afrique, mis en œuvre conjointement par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) et la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique (CEA), et financé par le Compte de développement des Nations Unies. Ce rapport a été préparé par Sidy Boly avec le soutien de la Division de l'Afrique, des pays les moins avancés et des programmes spéciaux (ALDC) de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), et sous la direction générale de Junior Davis (Chef de la Division de l'analyse des politiques et de la recherche) et sous la supervision et coordination directes de Komi Tsowou et Ali Yedan (économistes, CNUCED). De précieux commentaires sur le projet ont été fournis par Junior Davis, Komi Tsowou, et Ali Yedan. Rostand Ngadjie Siani a réalisé la mise en forme du document final.

Sommaire

Sommaire.....	iv
Liste des tableaux.....	v
Liste des graphiques.....	v
Sigles et abréviations.....	v
1. Contexte, justification et objectifs de l'étude.....	1
1.1. Contexte et justification.....	1
1.2. Objectif de l'étude.....	1
2. Echantillonnage et organisation de la collecte.....	2
3. Etat des lieux du tourisme au Mali.....	2
3.1. Situation avant la pandémie de COVID-19.....	3
3.2. Situation dans le contexte COVID-19 : Structure démographique des entreprises.....	3
3.2.1. Part des entreprises détenues par les femmes.....	4
3.2.2. Part des emplois permanents féminins dans les entreprises.....	5
3.2.3. Part des emplois temporaires féminins dans les entreprises.....	6
3.2.4. Une clientèle provenant majoritairement du marché domestique.....	7
4. Analyse de l'impact de la COVID-19.....	8
4.1. Mesures mises en place par le gouvernement en vue d'atténuer la propagation de la pandémie.....	8
4.2. Organisation interne des entreprises pour atténuer la propagation de la pandémie.....	8
4.3. Analyse comparative des principaux défis/contraintes des entreprises dans le contexte de la pandémie COVID-19, par rapport au contexte pré-COVID-19.....	9
4.3.1. Les défis/contraintes plus accentués dans le contexte lié au COVID-19 qu'avant.....	11
4.3.2. Analyse de score de sévérité des contraintes :.....	12
4.4. Impact des mesures restrictives liées à la COVID-19 sur les activités de production des entreprises de tourisme.....	13
4.4.1. Les entreprises de tourisme du Mali négativement impactées par la COVID-19 et ses mesures restrictives.....	13
4.4.2. Près de 7 entreprises sur 10 évaluent l'impact négatif à plus de 50% en 2020 comparativement à 2019.....	14
5. Analyse des mesures de redressement et politiques de relance.....	15
5.1. Sur les mesures d'accompagnement du gouvernement.....	15
5.1.1. Etat de mise en œuvre du programme de soutien aux entreprises.....	15
5.1.2. Niveau de satisfaction des responsables d'entreprises.....	16
5.1.3. Retour à la normale : des opinions partagées entre pessimisme et optimisme pour les responsables d'entreprise.....	16
5.1.4. Des entreprises de tourisme en faillite ou en contraction sévère dans un délai d'un an selon les responsables d'entreprises.....	18
5.2. Les mesures les plus urgentes pour soutenir les entreprises de tourisme.....	18
5.3. Les entreprises à la recherche de solution.....	19
5.3.1. Des solutions innovantes développées par 35,3% des entreprises.....	19
5.3.2. Peu de recours à une demande de facilité de crédit par les entreprises.....	20
5.3.3. Peu de réponses positives pour les entreprises suite à une sollicitation financière.....	21
5.3.4. Des entreprises majoritairement satisfaites des conditions de financement.....	21
5.4. Intégration des marchés et résilience des entreprises dans le contexte de la COVID-19.....	22
5.5. Politiques et stratégies à mettre en œuvre pour faire face aux impacts de COVID-19 sur les secteurs du tourisme au Mali.....	23
Références bibliographiques.....	25
Annexes.....	26

Liste des tableaux

Tableau 1 : Répartition de la taille de l'échantillon d'entreprises suivant le type.....	3
Tableau 2 : Statistiques économiques sur le secteur du tourisme au Mali avant la pandémie de COVID-19.....	3
Tableau 3 : Répartition des entreprises enquêtées selon l'activité principale exercée et la région (%).....	4
Tableau 4 : Programmes gouvernementaux pour soutenir les entreprises ou le secteur du tourisme (%).....	15
Tableau 5 : Institutions/particuliers ayant prêtés aux entreprises (%).....	20
Tableau 6 : Test de comparaison des notes attribuées par les répondants aux contraintes dans les contextes pré-covid et celui lié à COVID.....	26

Liste des graphiques

Graphique 1 : Répartition des parts des entreprises détenues par les femmes (%).....	4
Graphique 2 : Répartition des emplois permanents occupés dans les entreprises (%).....	5
Graphique 3 : Répartition des pourcentages d'emplois permanents occupés par les femmes (%).....	5
Graphique 4 : Répartition en % des emplois temporaires occupés dans les entreprises.....	6
Graphique 5 : Répartition en % des pourcentages d'emplois temporaires occupés par les femmes.....	6
Graphique 6 : Répartition en % des marchés de destination des entreprises.....	7
Graphique 7 : Répartition en % des entreprises enquêtées suivant leur connaissance des mesures prises par le gouvernement.....	8
Graphique 8 : Le télétravail peu pratiqué par les entreprises de tourisme comme mesure d'atténuation de COVID-19.....	9
Graphique 9 : Répartition des entreprises selon que les défis/contraintes aient un impact sur ses activités.....	10
Graphique 10 : Répartition des notes moyennes attribuées par les répondants aux défis/contraintes.....	11
Graphique 11 : notes moyennes attribuées par les répondants aux défis/contraintes selon la taille des entreprises.....	11
Graphique 12 : Le score de sévérité plus prononcé dans le contexte lié à COVID-19 qu'avant.....	12
Graphique 13 : Répartition du score de sévérité des contraintes selon les types d'entreprises de tourisme.....	12
Graphique 14 : Répartition en % des entreprises suivant l'impact de la pandémie sur les activités de production.....	13
Graphique 15 : Répartition des entreprises suivant l'évaluation de l'impact négatif de la COVID-19 et ses mesures restrictives.....	14
Graphique 16 : Répartition des répondants suivant leur niveau de satisfaction des mesures d'accompagnement du gouvernement.....	16
Graphique 17 : Attentes d'un retour à la normale pour l'entreprise/secteur du tourisme.....	17
Graphique 18 : Avenir de l'entreprise dans un délai d'un an.....	18
Graphique 19 : Mesures les plus urgentes pour soutenir les entreprises du tourisme (%).....	19
Graphique 20 : Solutions innovantes pour soutenir le redressement de l'entreprise après la COVID-19.....	19
Graphique 21 : Demande de facilité de crédit.....	20
Graphique 22 : Réponse à la sollicitation financière.....	21
Graphique 23 : Niveau de satisfaction des conditions de financement.....	21
Graphique 24 : Intégration des marchés continentaux.....	22
Graphique 25 : Attentes d'un retour à la normale pour l'entreprise/secteur du tourisme.....	26
Graphique 26 : Mesures les plus urgentes pour soutenir les entreprises du tourisme (%).....	27

Sigles et abréviations

AMO :	Assurance Maladie Obligatoire
CEDEAO :	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CER :	Communautés Economiques Régionales
CNUCED :	Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement
COVID-19 :	Maladie à coronavirus 2019
FMI :	Fonds Monétaire International
INPS :	Institut National de Prévoyance Sociale
PIB :	Produit Intérieur Brut
Pré-COVID :	Avant l'arrivée de la COVID-19
PTF :	Partenaires Techniques et Financiers
TVA :	Taxe sur la Valeur Ajoutée
UA :	Union Africaine
UEMOA :	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
ZLECAf :	Zone de Libre-Echange Continentale Africaine

1. Contexte, justification et objectifs de l'étude

1.1. Contexte et justification

La pandémie de la COVID-19 a des impacts négatifs sur l'économie mondiale, entraînant une interruption totale ou partielle des activités, un nombre élevé de décès et des millions de pertes d'emplois mettant en danger les moyens de subsistance. On ne saurait trop insister sur la charge qui pèse sur les économies africaines qui dépendent fortement des services (le secteur des services représente 51,3 % du PIB africain, en moyenne sur la période 2015-2019, UNCTADstat) et du commerce des ressources naturelles. Les performances économiques de la quasi-totalité des pays africains devraient être entravées par les difficultés liées au COVID-19.

Les effets néfastes de la pandémie en Afrique se manifestent notamment par le ralentissement et la contraction de l'économie, la compression de la demande de biens et de services, la détérioration de la situation budgétaire des pays, les pressions inflationnistes, la perturbation des chaînes d'approvisionnement, les licenciements et la baisse des investissements.

La pandémie a infecté de plus 146 millions de personnes et causé 3 128 962 décès dans le monde à la date du 28 avril 2021 (OMS, 2021). En vue de limiter sa propagation au maximum, des restrictions de circulation, des couvre-feux et des interdictions de voyager ont été mis en place par les gouvernements du monde entier pour lutter contre la maladie. Ainsi, la plupart des États ont fermé leurs frontières aux touristes. Par conséquent, la COVID-19 a créé une récession économique en raison du confinement, des restrictions de voyage et de l'éloignement social, et a eu un impact significatif sur la croissance économique mondiale. Selon les prévisions du FMI, l'économie mondiale pourrait se contracter de 4,9% en 2020 (Perspectives de l'économie mondiale, juin 2020).

Le tourisme est ainsi considéré comme l'un des secteurs qui seraient fortement touchés par la pandémie, ce qui entraînerait une croissance économique négative pour le secteur lui-même, ainsi qu'aux niveaux national, régional et mondial. L'Organisation mondiale du tourisme des Nations unies (OMT 2020b) a déclaré qu'il y aurait une baisse annuelle de 20 à 30 % des arrivées de touristes en

raison de l'impact de COVID-19. On estime que cette baisse entraînerait une diminution des recettes touristiques internationales (exportations) de 300 à 450 milliards de dollars américains. L'Organisation internationale du travail (OIT) a estimé que la pandémie entraînerait la perte de 5 à 25 millions d'emplois et une perte supplémentaire de revenus du travail de 860 à 3 400 milliards de dollars d'ici à la fin de 2020 (OIT 2020).

Le Mali, par son histoire et sa culture, est une destination attrayante pour le tourisme et cela constitue une source d'emplois salariés (l'hôtellerie et la restauration) et indépendants (artisanat). La croissance du tourisme au Mali avait connu une stabilité avant 2012. En revanche, à partir de 2012, le pays traverse une situation d'instabilité en lien avec l'insécurité au nord, ce qui a mis le Mali dans une position dangereuse pour les touristes.

Par ailleurs, le secteur du tourisme et les moyens de subsistance qui en dépendent sont susceptibles eux aussi de ressentir les impacts économiques négatifs de la pandémie (Groupe de la Banque mondiale, 2020). D'où la nécessité de mettre en œuvre cette étude afin d'évaluer les effets de la pandémie sur les activités des entreprises de tourisme au Mali.

1.2. Objectif de l'étude

L'objectif général de cette étude est d'analyser en profondeur les impacts de la COVID-19 aux niveaux national et régional en se concentrant sur les secteurs du tourisme au Mali, et de mettre en lumière les réponses politiques nécessaires pour assurer que le secteur du tourisme reste partie intégrante aux solutions de relance inclusives et durables. Ces solutions doivent également être intégrées aux cadres de développement que les pays africains se sont engagés à mettre en place, tel que les Objectifs de développement durable (ODD) et l'Agenda 2063 de l'UA.

En outre, les solutions devraient contribuer non seulement à renforcer la dépendance des secteurs du tourisme et des économies face à une nouvelle crise semblable, mais aussi à faire progresser le cadre de développement économique plus large et les questions telles que celles liées à la zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAf), à la numérisation et aux innovations, à la durabilité environnementale, etc.

De façon spécifiques, l'étude vise à :

- i. Analyser les impacts/implications de la COVID-19 sur les secteurs du tourisme au Mali, tant au niveau national que régional en s'appuyant sur :
 - a) des données d'enquêtes de conjoncture recueillies auprès des principaux acteurs du secteur de tourisme au Mali et
 - b) l'engagement des gouvernements et des partenaires de développement et d'autres parties prenantes concernées au Mali ;
- ii. Fournir les enseignements tirés et partager les expériences au Mali et au-delà, liées à la crise de la COVID-19 pour renforcer la résilience à une crise semblable à l'avenir ;
- iii. Identifier et discuter des options politiques et une stratégie de riposte en vue d'élaborer un plan d'action à court et à long terme pour faire face aux impacts de la COVID-19 dans les secteurs du tourisme au Mali aux niveaux national et régional et tracer la voie à un processus de reprise, qui renforce la résilience, pour un secteur du tourisme inclusif et durable.

2. Echantillonnage et organisation de la collecte

La collecte des données s'est faite par l'intermédiaire de la Direction Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie et (DNTH) qui ont joué un rôle de facilitateurs en mettant à disposition non seulement certains de ces agents dans le district de Bamako, mais aussi des agents des Directions régionales du tourisme pour les besoins de la collecte. Des enquêteurs munis de tablettes se sont rendus auprès des entreprises pour collecter les informations.

Rappelons que la collecte des données a été réalisée suivant deux approches : une approche qualitative dans laquelle les acteurs du tourisme (administration nationale du tourisme, organisation professionnelles et faitières, les partenaires au développement etc.) ont été enquêtés en vue de recueillir leur point de vue sur l'impact de la COVID-19 sur le secteur du tourisme. La seconde approche était une méthode quantitative au cours de laquelle le questionnaire a été administré aux entreprises de tourisme.

La méthode quantitative a concerné un échantillon initial de 250 entreprises de tourisme.

Encadré : Détermination de la taille minimale d'échantillon

L'exigence de taille d'échantillon sous échantillonnage aléatoire simple est basée sur la formule :

$$n = k * \frac{z^2 * p(1-p)}{d^2} * (1+r)$$

n = taille minimale de l'échantillon ;

z = 1,96 est le niveau de confiance (valeur de probabilité d'une loi normale associée à un intervalle de confiance de 95%) ;

p est la proportion estimée de l'indicateur cible, nous la fixons à 0,5 pour maximiser la taille de l'échantillon ;

d : est la marge d'erreur associé ($d=0,08$) ;

k = 1,5 permet de faire l'ajustement par rapport au plan d'échantillonnage (effet de grappe).

r =10% représente le taux de non réponses pour tenir compte des non réponses.

3. Etat des lieux du tourisme au Mali

Description de l'échantillon

Au total, sept entités publiques ont renseigné le questionnaire « entité publique et partenaire au développement ». Ils sont tous Directeurs régionaux du tourisme et de l'hôtellerie. Quant au questionnaire « association », cinq répondants l'ont renseigné. Il s'agissait de deux guides de tourisme et trois membres d'associations de tourisme (président et vice-président).

La méthodologie retenue a consisté à faire l'entrevue auprès d'un échantillon initial de 250 entreprises du

secteur du tourisme catégorisées suivant le type. Au total, 211 entreprises du secteur touristique ont été enquêtées¹ ce qui correspond à un taux de réponse de 84,4% par ricochet un taux de non-réponse de 15,6%.

Le tableau suivant donne la situation de l'échantillon (nombre d'entreprises prévues et celles réellement enquêtées) suivant le type d'entreprise. Il est à noter que chaque entreprise a été classée suivant le type correspondant à son activité principale nonobstant qu'une entreprise de tourisme offre généralement plusieurs services.

1. R. Certes, le taux de non-réponse anticipé (10%) a été dépassé, mais cette insuffisance peut être contrebalancée par le facteur d'ajustement (utilisé dans le calcul de la taille d'échantillon) ce qui a permis de fixer la taille minimale à 250 entreprises au lieu de 167 pour une marge d'erreur de 0,08.

Tableau 1:

Répartition de la taille de l'échantillon d'entreprises suivant le type

Type d'entreprise de tourisme	Proportionnalité stricte	Répartition raisonnée	Entreprises enquêtées
Activités de débits de boissons	2	10	3
Agences de réservation et voyagistes	46	40	40
Activités sportives, récréatives et de loisirs	1	10	5
Hébergement	157	150	124
Restauration	44	40	39
Total général	250	250	211

Un coefficient de redressement a été calculé afin de redonner à chaque type d'entreprise son véritable poids dans l'analyse.

3.1. Situation avant la pandémie de COVID-19

L'activité touristique au Mali dans le contexte pré-COVID était fortement perturbée par la fragilité de l'environnement sécuritaire marqué par des prises d'otages, des conflits entre communautés, des attaques terroristes contre les installations touristiques (Rapport atelier national pour la relance de l'activité touristique, 2018). Les méfaits de ces séries de crises se traduisent entre autres par :

- la paupérisation extrême des populations autrefois vivant de l'activité touristique ;

- la baisse drastique des recettes dans les entreprises touristiques ;
- des difficultés financières pour les entreprises ;
- un accroissement souvent exorbitant de la dette fiscale dû à l'accumulation des pénalités suite au retard de paiement des impôts ;
- la mise presque systématique au chômage des agents des entreprises touristiques et en particulier les guides de tourisme.

Le tableau suivant fournit quelques statistiques sur le secteur du tourisme au Mali

Tableau 2:

Statistiques économiques sur le secteur du tourisme au Mali avant la pandémie de COVID-19

Indicateurs	Année					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nombre d'arrivées toute nationalité	152 295	129 298	173 246	193 374	202 741	217 050
Nombre d'arrivées selon le motif Vacances	19 886	28 516	8 018	24 225	21 939	27 650
Nombre d'arrivées dans les établissements d'hébergements	75 986	35 920	67 501	34 660	38 656	38 530
Nombre de nuitées dans les établissements d'hébergement	109 500	62 904	110 824	62 219	71 320	71 364
Nombre moyen de nuitées	1,44	1,75	1,64	1,80	1,84	1,85

Il ressort ainsi de ce tableau une augmentation du nombre d'arrivées au fil des années, mais qui profite peu aux entreprises de tourisme dans la mesure où les visiteurs au motif d'agrément sont très minimes (11,5% en moyenne sur la période) et que les visiteurs qui utilisent des services d'hébergement dans les entreprises de tourisme font en moyenne moins de deux nuitées (1,71 en moyenne géométrique).

3.2. Situation dans le contexte COVID-19 : Structure démographique des entreprises

Il s'agit ici de faire l'analyse descriptive des données collectées auprès des entreprises. Elle se fera principalement selon les secteurs du tourisme. Les variables à analyser sont entre autres l'actionariat des femmes, les emplois occupés (permanents et temporaires) au sein des entreprises et les marchés de fournitures des services des entreprises concernées.

Tableau 3:

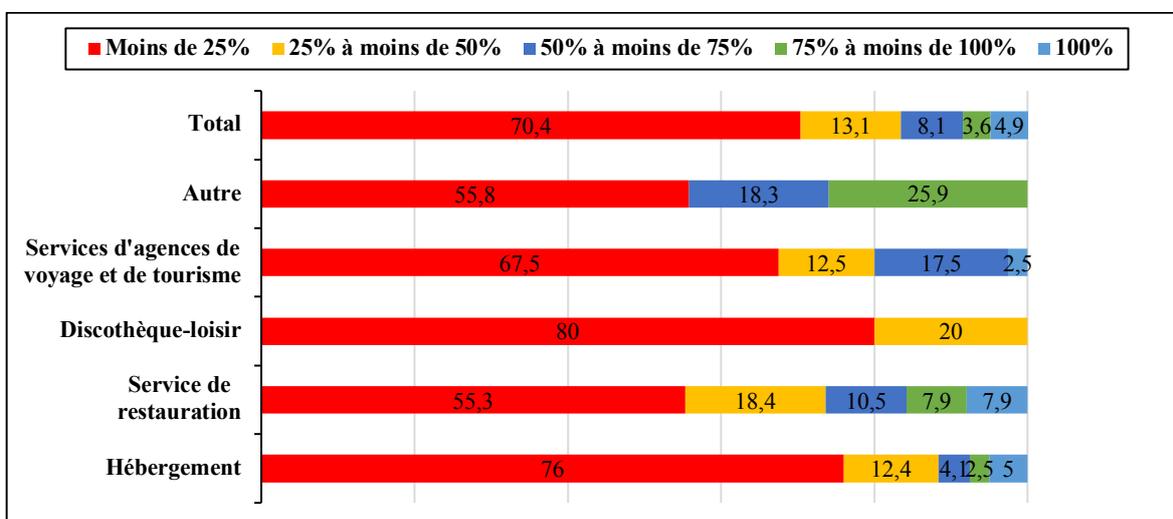
Répartition des entreprises enquêtées selon l'activité principale exercée et la région (%)

Activité principale	Région								
	Ba-mako	Gao	Kayes	Koulikoro	Mopti	Ségou	Sikasso	Tombouctou	Total
Hébergement	62,9	35,9	38,2	97,8	60,4	45,8	68,2	77,1	61,3
Service de restauration	12,8	64,1	45,4	0,0	6,7	24,5	30,4	22,9	17,1
Discothèque-loisir	0,2	0,0	1,0	2,2	0,0	0,0	1,3	0,0	0,4
Services d'agences de voyage et de tourisme	24,1	0,0	0,0	0,0	13,7	24,9	0,0	0,0	18,4
Autre	0,0	0,0	15,4	0,0	19,1	4,8	0,0	0,0	2,8
Total	100								

Il ressort de l'analyse du tableau 3 que dans l'ensemble, les entreprises d'hébergement sont mieux implantées dans le tissu industriel touristique du Mali et c'est le même constat qui est observé dans toutes les régions exceptées celles de Kayes et de Gao. En effet, un peu plus de 6 entreprises sur 10 soit 61,3% du secteur du tourisme évoluent dans le domaine de l'hébergement, suivi des agences de voyage et de tourisme avec une proportion de 18,4% et les entreprises de discothèque-loisir sont moins représentées avec 0,4%. Il est à noter que les entreprises de restauration dominent dans les régions de Gao et de Kayes avec des parts respectives de 64,1% et 45,4% suivis des entreprises d'hébergement avec 35,9% et 38,2% respectivement.

Graphique 1 :

Répartition des parts des entreprises détenues par les femmes (%)



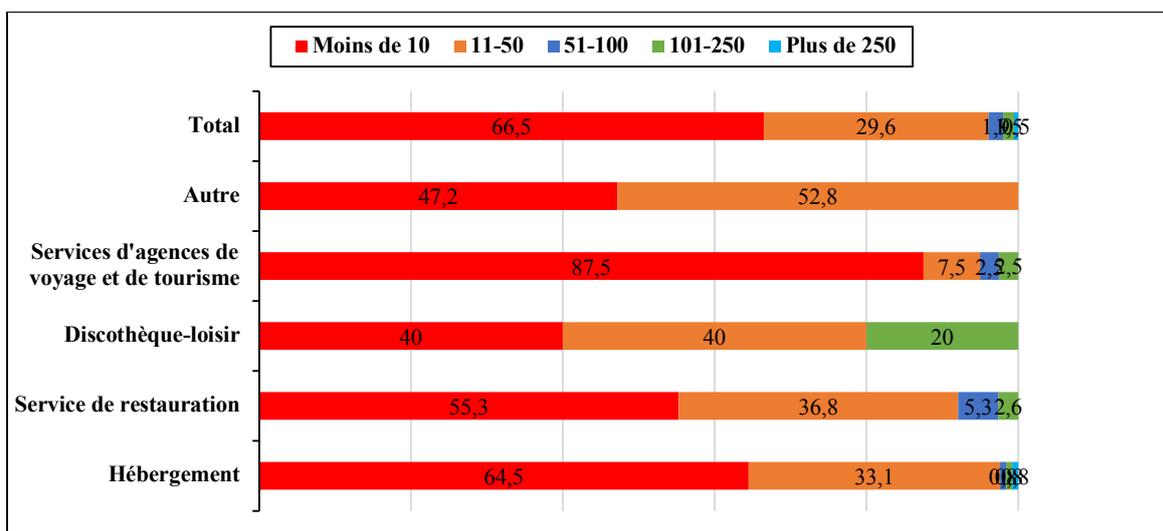
3.2.2. Part des emplois permanents féminins dans les entreprises

L'industrie touristique contribue à la création d'emplois (permanents et temporaires). Les entreprises de tourisme emploient permanentement

en majorité moins de 10 personnes avec une proportion de 66,5%. Ensuite viennent les entreprises qui ont 11 à 50 employés avec une part de 29,6% et celles ayant employées plus de 250 personnes ne représentent que 0,5%.

Graphique 2 :

Répartition des emplois permanents occupés dans les entreprises (%)



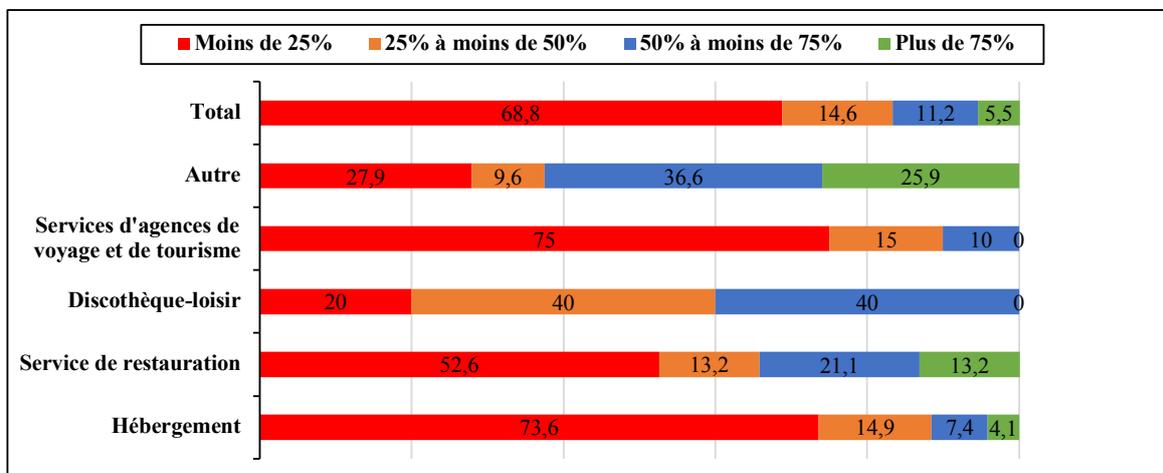
C'est la même situation qui est observée au niveau de toutes les activités de l'industrie touristique à la différence que seul le secteur de l'hébergement emploie permanentement plus de 250 personnes avec une part de 0,8%.

Quant à la part des femmes dans cet emploi, il ressort de l'analyse qu'il y a une prédominance des entreprises qui ont déclaré employé moins de

25% de femmes dans l'ensemble du personnel employé permanentement et s'expliquerait par le fait qu'elles ne sont pas beaucoup actives sur le marché de l'emploi. En effet, près de 7 entreprises sur 10 ont une proportion de moins de 25% de femmes employées permanentement en leur sein et celles qui ont plus de 75% de femmes ne représentent que 5,5%.

Graphique 3 :

Répartition des emplois permanents occupés dans les entreprises (%)



L'analyse selon l'activité fait ressortir le même état de fait mais une spécificité au niveau de la restauration et autre activité avec des proportions respectives de 13,2% et 25,9% de plus 75% de femmes employées. Une proportion importante de femmes au niveau de la restauration s'explique par le fait qu'elles sont beaucoup plus sollicitées à ce niveau.

3.2.3. Part des emplois temporaires féminins dans les entreprises

Les entreprises de tourisme emploient majoritairement moins de personnel temporaire. En effet, près de 9 entreprises sur 10 font recours à moins 10 personnes temporairement contre une sur 10 employant de 11 à 50 personnes.

Graphique 4 :

Répartition en pourcentage des emplois temporaires occupés dans les entreprises



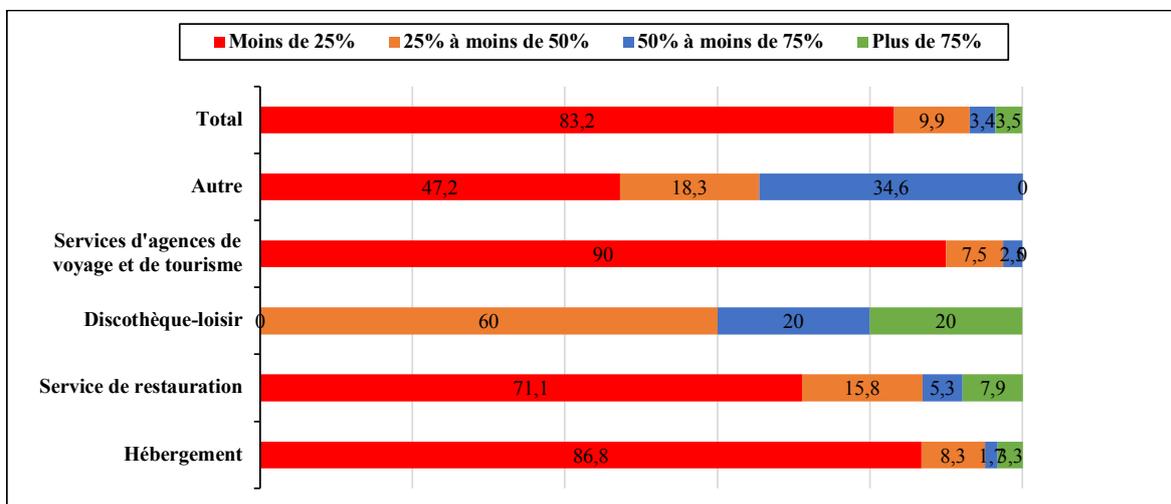
L'analyse par activité fait ressortir le même constat seulement que les activités de discothèque et loisir qui nécessiteraient plus d'employés temporaires de 11 à 50 personnes avec une part de 20%.

S'agissant de la part qui revient aux femmes, il ressort que tout comme les emplois permanents, les emplois temporaires occupés par les femmes ont

majoritairement une proportion de moins de 25% dans l'ensemble des emplois temporaires créés. En effet, plus de 8 personnes sur 10 soit 83,2% ont fait recours aux services de moins de 25% de femmes suivis de 25% à moins de 50% avec une part de 9,9% et plus de 75% ne représentent que 3,5%.

Graphique 5 :

Répartition en pourcentage des pourcentages d'emplois temporaires occupés par les femmes



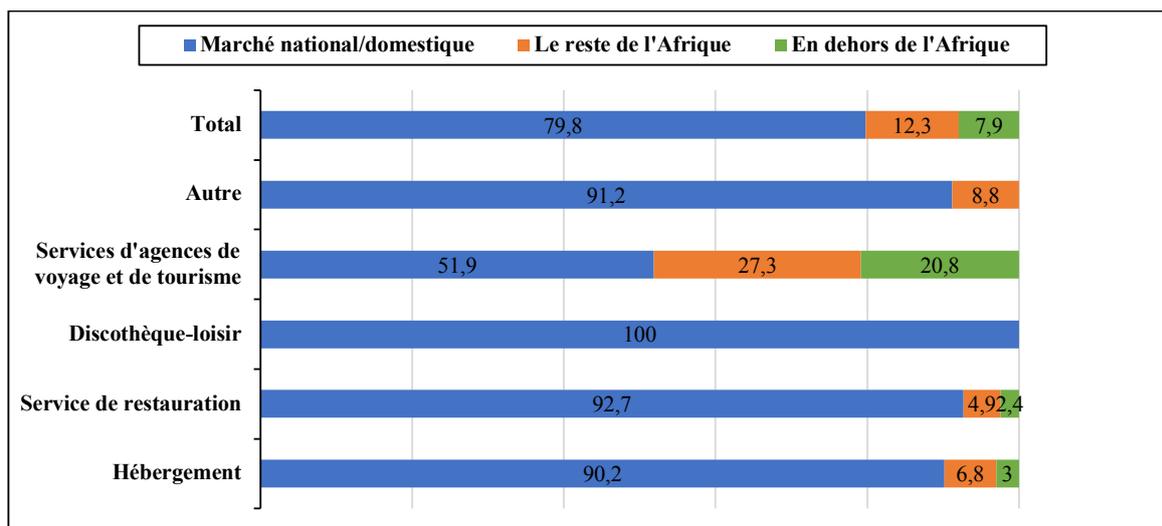
La même répartition se dégage pour toutes les activités exercées excepté celles de discothèque-loisir qui a enregistré un niveau d'emploi significatif de plus de 75% de femmes avec une part de 20,0%.

3.2.4. Une clientèle provenant majoritairement du marché domestique

Les entreprises de tourisme fournissent principalement le marché national/domestique. En effet, l'analyse révèle que 79,8% des réponses concernent le marché national/domestique suivi du reste de l'Afrique avec 12,3% et 7,9% pour hors de l'Afrique.

Graphique 6 :

Répartition en pourcentage des marchés de destination des entreprises



Il en est de même pour toutes les activités menées par le tissu industriel touristique excepté les agences de voyage et de tourisme qui ont une part importante de 48,1% hors marché domestique (27,3% reste de

l'Afrique et 20,8% hors de l'Afrique). Cette dernière situation serait due au fait que ces entreprises traitent beaucoup avec le reste du monde.

4. Analyse de l'impact de la COVID-19

4.1. Mesures mises en place par le gouvernement en vue d'atténuer la propagation de la pandémie

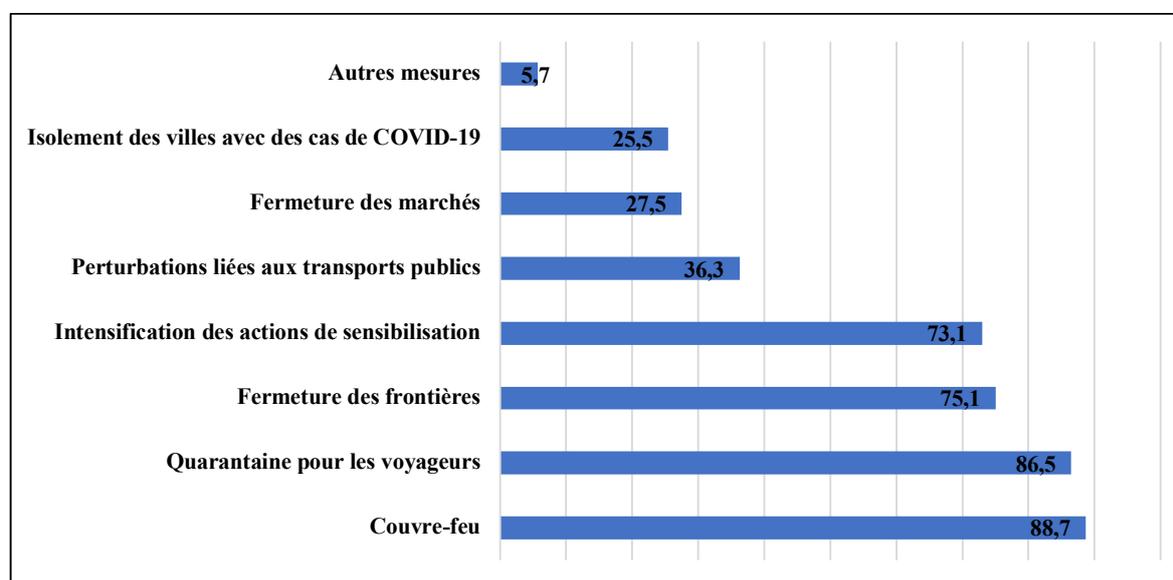
La COVID-19 est un problème de santé publique qui a contraint les gouvernements à mettre en œuvre des mesures fortes en vue d'atténuer sa propagation. C'est ainsi que le gouvernement du Mali a adopté plusieurs mesures pour arriver à cette fin. Les mesures les plus connues par les entreprises de tourisme du Mali portent principalement sur le couvre-feu (88,7% des entreprises), la quarantaine

pour les visiteurs (86,5%), la fermeture des frontières (75,1%) et l'intensification des actions de sensibilisation (73,1%).

Les perturbations liées aux transports publics, la fermeture des marchés et l'isolement des villes avec des cas de COVID-19 sont également d'autres mesures citées par certaines entreprises. Le graphique suivant donne la répartition des entreprises enquêtées suivant leur connaissance des mesures prises par le gouvernement.

Graphique 7 :

Répartition en pourcentage des entreprises enquêtées suivant leur connaissance des mesures prises par le gouvernement



En plus des mesures mentionnées ci-dessus, les entités publiques citent la fermeture des écoles et de certains types d'établissements du tourisme (bars dancings, boîtes de nuit, espaces de loisirs). Pour la date de mises en place de ces mesures, certaines entités pensent que « Les premières mesures ont été prises en mars 2020 par le Conseil National de la défense et la seconde le 18 décembre 2020 » ce qui est effectivement le cas.

Parlant de l'efficacité de ces mesures, des entités trouvent que « toutes les mesures proposées sont efficaces mais malheureusement toutes ne peuvent pas être appliquées chez nous compte tenu de nos réalités ». En effet, une bonne partie de la population en milieu urbain vivent le jour au jour c'est-à-dire que le revenu gagné aujourd'hui sert à supporter les dépenses de consommation du lendemain ; dans ces conditions il est très difficile d'appliquer certaines mesures comme la fermeture des marchés. D'autres entités publiques trouvent que « la progression de la pandémie a connu un grand ralentissement » grâce à ces mesures. Toutefois, certaines déplorent que «

ces mesures n'aient pas été suivies à la lettre d'où l'augmentation des cas à Tombouctou de Mai à Juin 2020 » et qu'elles « ont été efficaces par endroit, mais qu'elles n'ont pas été suivies par la majorité de la population ».

4.2. Organisation interne des entreprises pour atténuer la propagation de la pandémie

Sur le plan organisationnel interne des entreprises, les mesures/actions prises pour atténuer la propagation de la COVID-19 portaient sur les mesures de restriction lié à la COVID-19 (distanciation, rotation des équipes, etc.) avec 87,1% des entreprises concernées par cette mesure. De même, la suspension des activités (pour 67,9% des entreprises) et la modification des horaires de travail (56,9%) sont également des mesures prises par les entreprises. Notons que le télétravail est pratiqué par seulement 12,3% des entreprises ; il s'agit surtout des grandes entreprises dans une proportion de 28,2%.

Graphique 8 :

Le télétravail peu pratiqué par les entreprises de tourisme comme mesure d'atténuation de COVID-19



Les entités publiques sont un peu satisfaites des mesures prises par le gouvernement

Sur le degré de satisfaction générale concernant les mesures/réponses du gouvernement face à la propagation de la COVID-19, 4 directeurs régionaux sur 7 déclarent être moyennement satisfaits, 2 sont satisfaits et un répondant dit ne pas être satisfait. Selon ceux qui sont satisfaits, « c'est grâce à ces mesures que la chaîne de contamination est en train de s'étouffer » et que « Malgré la banalisation de la pandémie par la majorité de la population, la pandémie a été maîtrisée avec satisfaction ».

Pour ceux qui sont moyennement satisfait ils pensent que « Les mesures ont été prises par le Gouvernement, mais le suivi par les services compétents n'a pas été effectif concernant la fermeture de certains lieux publics comme les marchés et les lieux de culte, insuffisance des masques, des gels hydro-alcool » et que « les mesures d'accompagnement n'étaient pas à la hauteur. Il y a eu des restrictions budgétaires et les fonds ont été mal utilisés », il s'agirait ici des fonds alloués à la lutte contre la pandémie de COVID-19. Enfin certains trouvent que « les mesures devraient concerner d'autres entités comme les lieux de culte ».

Celui qui s'est dit insatisfait de ces mesures déclarent « Pendant que certains établissements de tourisme ont été fermés, les lieux de regroupement comme

les marchés, les lieux de cultes sont restés ouverts au public comme si les bars et les restaurants contenaient plus de personnes que ces lieux cités ».

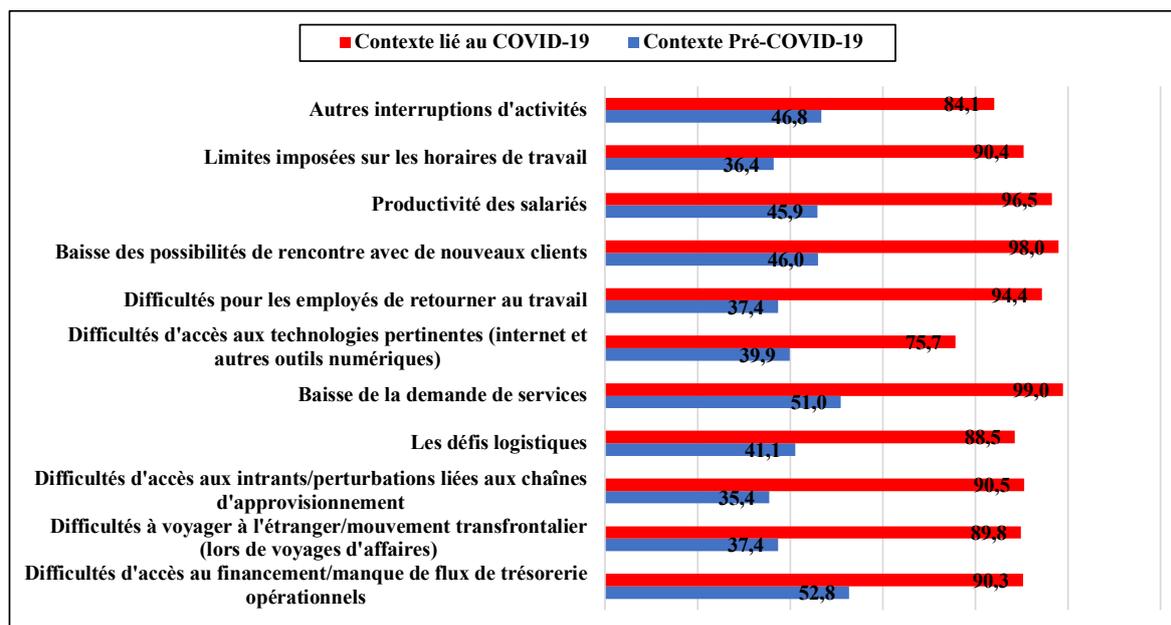
4.3. Analyse comparative des principaux défis/contraintes des entreprises dans le contexte de la pandémie COVID-19, par rapport au contexte pré-COVID-19.

Pour évaluer l'ampleur de la COVID-19 sur les activités des entreprises de tourisme au Mali, il a été demandé aux répondants de classer certains des principaux défis/contraintes auxquels leurs entreprises font face. Ces défis/contraintes devraient être notés dans le contexte de la pandémie COVID-19, par rapport au contexte pré-COVID-19 pour faciliter l'évaluation.

Les questions étaient formulées de manière à permettre au répondant de juger si un défi/contrainte donné n'a pas d'impact sur son entreprise (auquel cas il attribuait la note zéro) ou attribuer une note allant de 1 (faible contrainte) à 5 (forte contrainte) en fonction de la sévérité du défi/contrainte sur son entreprise. Le graphique ci-dessous donne la répartition des entreprises pour lesquelles un défi/contrainte donné a eu un impact sur son entreprise.

Graphique 9 :

Répartition des entreprises selon que les défis/contraintes aient un impact sur ses activités

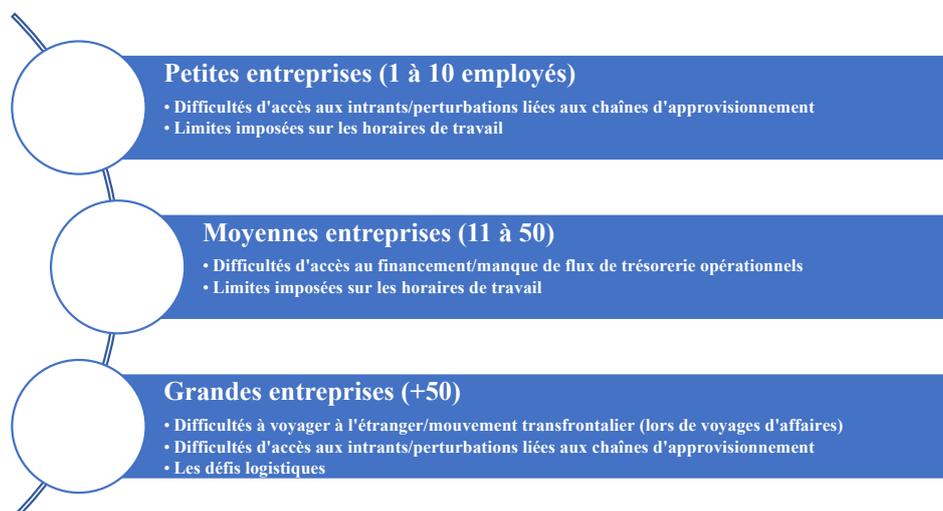


Il ressort des enquêtes que certaines contraintes affectent les entreprises de tourisme du Mali quel que soit leur taille et le contexte pré-COVID ou celui lié à la pandémie. Il s'agit notamment des contraintes liées aux difficultés d'accès au financement/manque de flux de trésorerie opérationnelles (52,8% des entreprises), la baisse de la demande de service (51%) et la productivité des salariés (45,9%).

Cette situation peut en partie s'expliquer par le fait que le secteur du tourisme au Mali est confronté à d'énormes difficultés depuis 2009. En effet, la destination Mali fait l'objet de restriction/dissuasion par les pays émetteurs de flux touristique à leurs ressortissants pour raison sécuritaire depuis 2009, année au cours de laquelle, les premiers enlèvements de touristes occidentaux ont été observés dans le

sahel. De nombreuses chancelleries occidentales déconseillent, de nos jours, à leurs ressortissants de voyager au Mali.

Dans le contexte lié à la COVID-19, plus de 3 entreprises sur 4 considèrent que ces aspects susmentionnés sont de véritables contraintes pour elles. Celles qui frappent le plus grand nombre d'entreprises sont : la baisse de la demande de service (qui frappe 99% des entreprises), la baisse de possibilités de rencontre avec de nouveaux clients (98%), la productivité des salariés (96,5%) et les difficultés pour les employés de retourner au travail (94,4%). Suivant la taille des entreprises, les contraintes additionnelles suivantes peuvent être retenues.



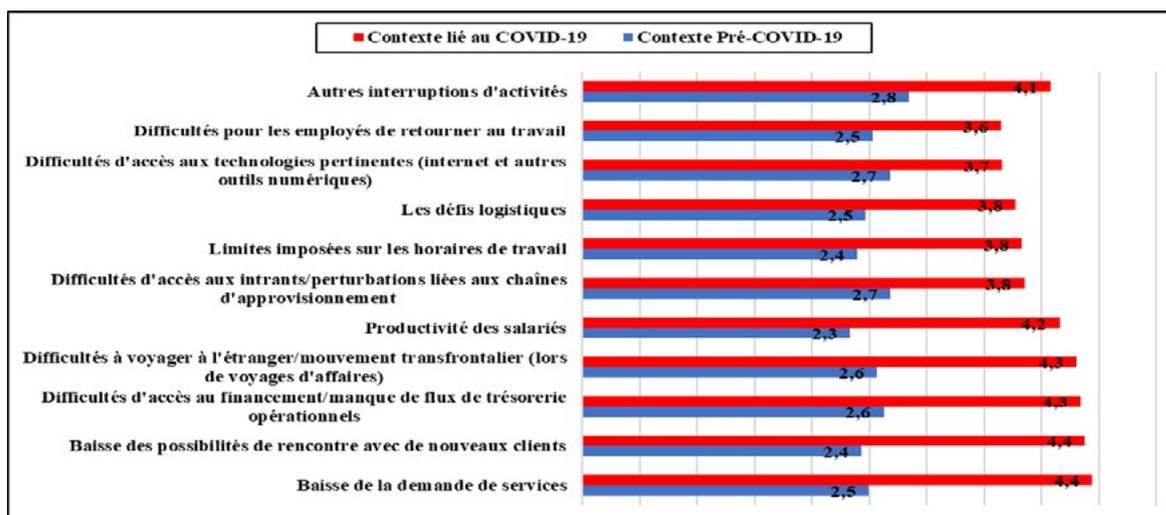
4.3.1. Les défis/contraintes plus accentués dans le contexte lié au COVID-19 qu'avant

S'agissant de la sévérité de ces défis/contraintes, le graphique suivant fournit les moyennes comparées, pour chaque item, dans le contexte de la pandémie COVID-19 par rapport au contexte pré-COVID-19.

Le constat général est que les défis/contraintes dans le contexte lié à COVID-19 sont plus accentués sur les entreprises que dans le contexte pré-COVID-19. Cette différence de moyenne est significative au seuil de 5% quel que soit le défis/contraintes considéré (voir tableau de significativité en annexe).

Graphique 10 :

Répartition des entreprises selon que les défis/contraintes aient un impact sur ses activités



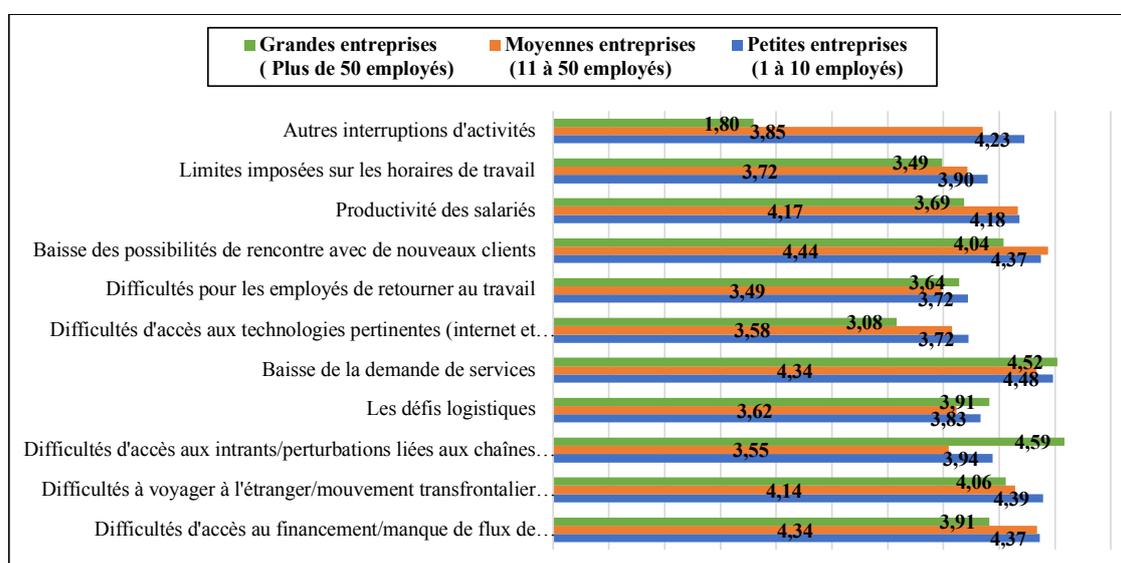
Il ressort que la baisse de la demande de services et la baisse des possibilités de rencontres avec de nouveaux clients constituent les plus fortes contraintes auxquelles les entreprises de tourisme du Mali font face avec une note moyenne de 4,4 sur 5 possible. Il est important de noter que plus de 55% des entreprises ont accordé la note maximale possible (5/5) à ces deux contraintes.

Les difficultés d'accès au financement/manque

de flux de trésorerie opérationnels et les difficultés à voyager à l'étranger/mouvement transfrontalier (lors de voyage d'affaire) sont les deuxièmes contraintes qui frappent sévèrement les entreprises enquêtées avec une note moyenne de 4,3 sur 5. Enfin, la productivité des salariés est également une contrainte majeure qui affecte les entreprises avec une sévérité de 4,2 sur 5. Le graphique suivant fournit une vue comparative suivant la taille des entreprises.

Graphique 11 :

Répartition des entreprises selon que les défis/contraintes aient un impact sur ses activités



4.3.2. Analyse de score de sévérité des contraintes :

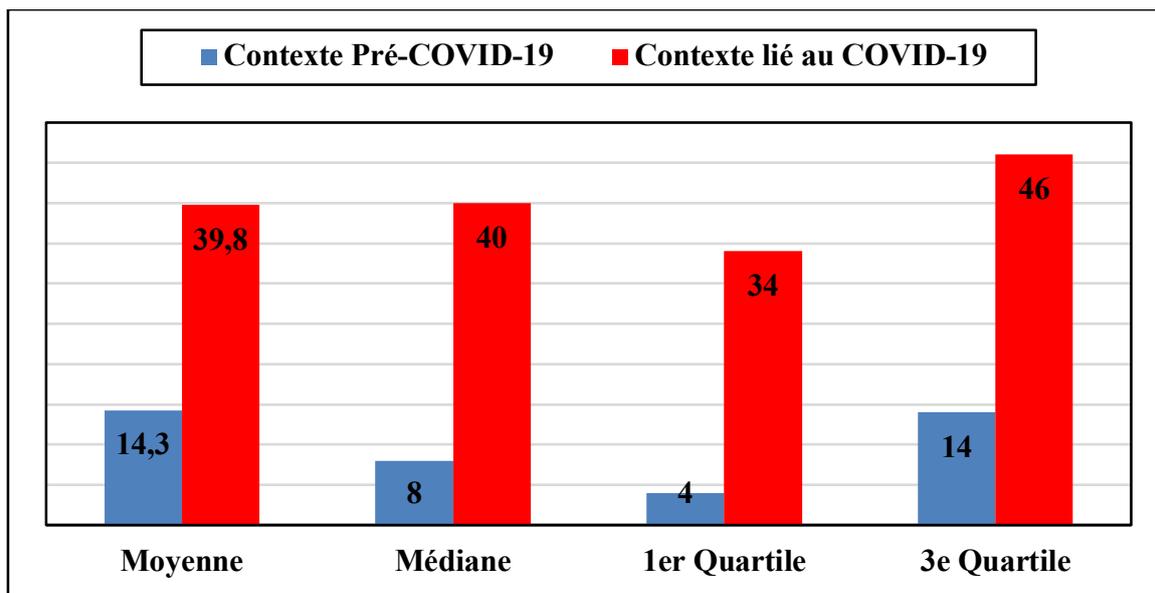
tous les aspects susmentionnés).

Un score de sévérité des contraintes a été calculé en vue d'avoir une vue globale sur la sévérité des contraintes auxquelles les entreprises font face. Ce score est une somme simple des notes attribuées par les entreprises aux différentes contraintes susmentionnées. Ce score devrait varier entre 0 (une entreprise qui n'a aucune contrainte) et 55 (celle ayant la contrainte maximale sur

Après calcul, il ressort des données que ce score varie entre 1 et 55 avec un score moyen de 14,3 dans le contexte pré-COVID-19 et 39,8 dans le contexte lié à la COVID. Dans ce dernier contexte le score est compris entre 5 et 55. Ci-dessous le résumé statistique de ces scores sous forme de graphique.

Graphique 12 :

Le score de sévérité plus prononcé dans le contexte lié à COVID-19 qu'avant

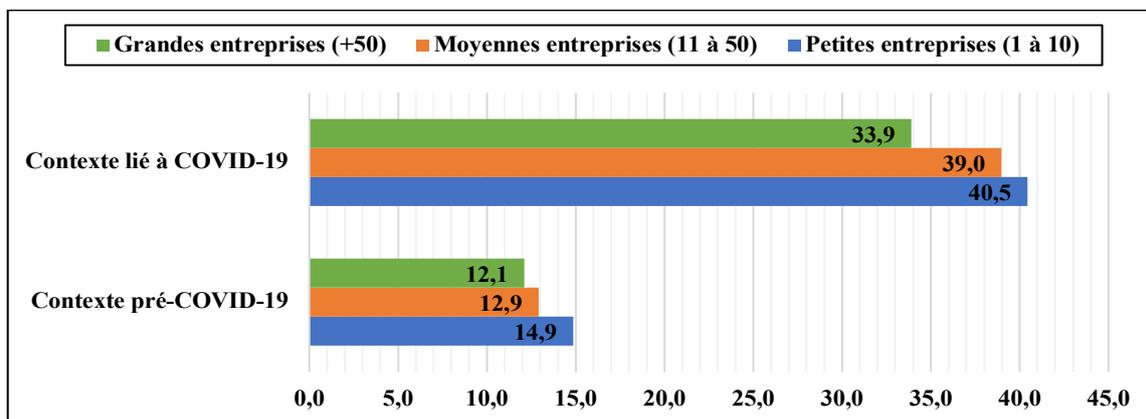


Dans le contexte pré-COVID, 27% des entreprises avaient un score de 5 ou moins tandis que moins de 1% des entreprises ont ce même score dans le contexte lié à COVID-19. La valeur du premier quartile est respectivement de 4 (dans le contexte pré-COVID) et 34 (dans celui lié à COVID-19) ce qui signifie que 75% des entreprises enquêtées avaient des scores de sévérité des contraintes supérieur à 4 dans le contexte pré-COVID et 34 dans le contexte lié à la COVID. Ce seuil est donc passé de 4 à 34 entre les deux contextes.

Suivant la taille des entreprises, il ressort que plus l'entreprise est grande, moins elle a un score élevé. En effet, les scores les plus importants sont observés auprès des petites entreprises quel que soit le contexte considéré. Toutefois, le score reste élevé dans le contexte lié à COVID (40,5) qu'avant (14,9). Les entreprises d'hébergement suivent les agences de voyages dans la sévérité des contraintes.

Graphique 13 :

Répartition du score de sévérité des contraintes selon les types d'entreprises de tourisme



4.4. Impact des mesures restrictives liées à la COVID-19 sur les activités de production des entreprises de tourisme.

La COVID-19 a entraîné des changements de comportements dans tous les secteurs d'activités. Ces changements de comportement peuvent avoir des impacts à la fois sur l'économie nationale et le secteur du tourisme en particulier. Dans cette sous-section, il est question d'analyser l'impact qu'a eu les mesures restrictives, à la fois, sur l'économie nationale et les activités de production des entreprises de tourisme.

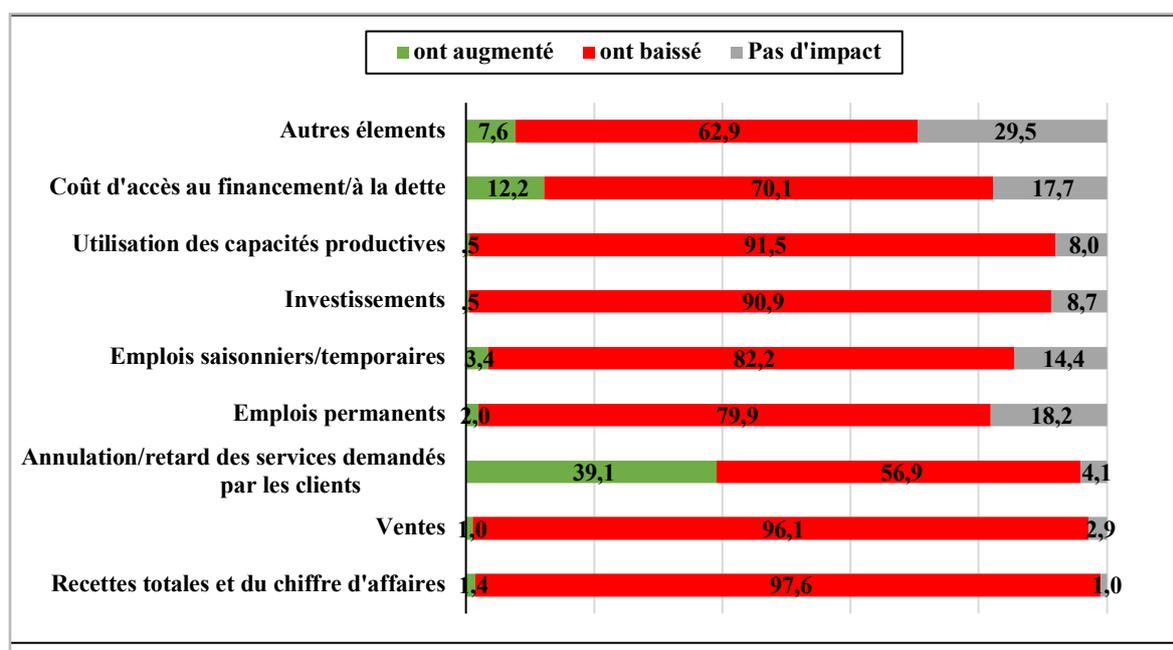
4.4.1. Les entreprises de tourisme du Mali négativement impactées par la COVID-19 et ses mesures restrictives.

De manière générale, la COVID-19 et ses mesures restrictives ont négativement impacté les activités de production des entreprises enquêtées en 2020 par rapport à 2019. C'est ainsi que les recettes totales (y compris le chiffre d'affaire) de même que les ventes ont baissé de 97,6% et 96,1% respectivement ; ces deux éléments des activités de productions des entreprises ont eu les impacts les plus importants.

Le graphique suivant fournit un résumé des réponses à la question « Comment la COVID-19 et ses mesures restrictives impactent elles ou ont-elles impacté les éléments suivants de votre entreprise en 2020 par rapport à 2019 ? ». Sur le graphique, il fait mention d'augmentation pour certains éléments, celles-ci ont des effets négatifs sur les activités des entreprises.

Graphique 14 :

Répartition du score de sévérité des contraintes selon les types d'entreprises de tourisme



S'agissant de la question liée au coût d'accès au financement, 70,1% des répondants jugent son impact à la baisse³.

Il est par ailleurs important de noter que la COVID-19 ainsi que ses mesures restrictives n'ont pas eu d'impact sur certains éléments des activités de production de certaines entreprises enquêtées. En effet, 18,2% des entreprises déclarent que ces mesures n'ont pas eu d'impact sur les emplois permanents. De même, 17,7% d'entre elles pensent que ces mesures n'ont pas eu d'impact sur le coût d'accès au financement/à la dette. Il s'agit surtout des entreprises de restauration.

Quant aux entités publiques, ils pensent que la COVID-19 a eu des impacts négatifs élevés à la fois sur l'économie nationale et le secteur du tourisme en particulier. Selon un directeur régional « la crise s'est manifestée dans le secteur du tourisme à

travers la fermeture des établissements de tourisme, le licenciement, le sous-emploi des effectifs restants, la mévente et la diminution des chiffres d'affaires ». Plusieurs de ses collègues des autres régions ont dressé des constats similaires.

Un autre directeur régional conclut « une baisse drastique des taxes touristiques » perçues par l'Etat à travers les services fiscaux au profit de l'administration nationale du tourisme. Cette déduction est assortie d'une comparaison faite par le directeur en question entre les taxes touristiques perçues dans sa région dans les années 2008 (20 millions de francs CFA) et 2020 (50 500 francs CFA). Selon un autre directeur régional, la COVID-19 et ses mesures restrictives ont entraîné « des dettes, le chômage et la paralysie, voire l'arrêt des activités des entreprises du secteur du tourisme ». Enfin un autre affirme que « la COVID-19 a eu des impacts énormes sur le secteur des services du tourisme.

3. Ce résultat est un peu étonnant suivant le constat général. Ceci est contraire au constat général et également contraire aux conditions actuelles proposées par les établissements financiers aux entreprises touristiques d'où la forte demande de mise en œuvre du Fonds de Garantie pour le Secteur Privé (FGSP) par lesdites entreprises.

Tous les établissements ont été touchés ; ils ont vu leur chiffre d'affaires chuté à 80% ».

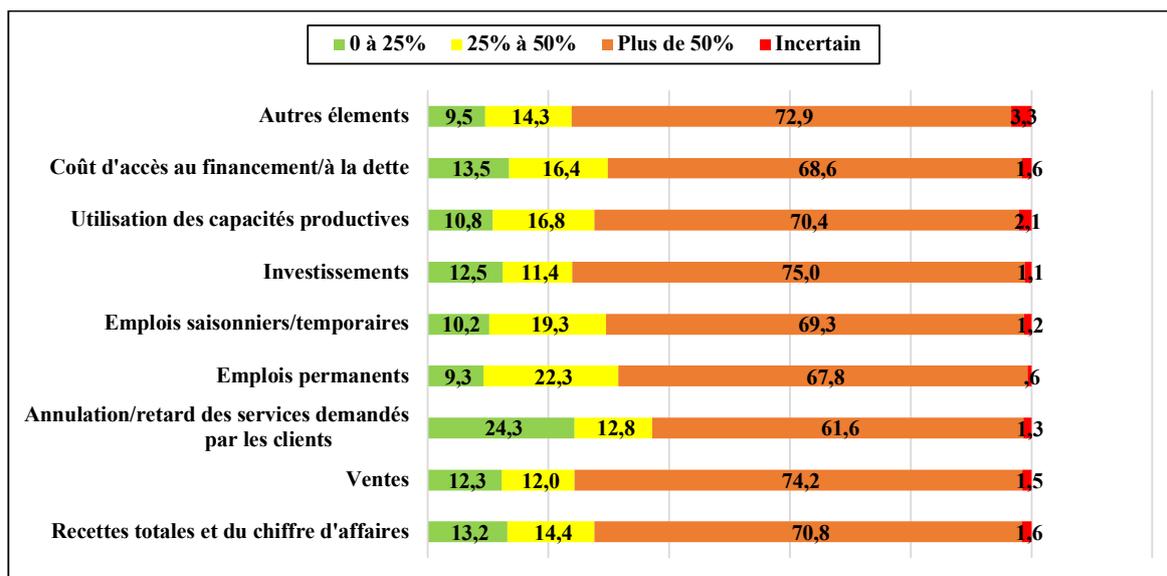
4.4.2. Près de 7 entreprises sur 10 évaluent l'impact négatif à plus de 50% en 2020 comparativement à 2019

S'agissant de l'évaluation d'impact pour l'année 2020 par rapport à 2019, les entreprises ayant fait mention des impacts négatifs donnent une

évaluation assez importante des impacts. A titre d'exemple, parmi les entreprises pour lesquelles la COVID-19 et ses mesures restrictives ont eu des impacts négatifs sur les recettes totales et le chiffre d'affaires, 70,8% d'entre elles évaluent à plus de 50% l'impact pour l'année 2020 par rapport à 2019. En d'autres termes, ces entreprises ont vu baisser leurs recettes totales et leur chiffre d'affaires de plus de 50% en 2020 comparativement à 2019.

Figure 15:

Répartition des entreprises suivant l'évaluation de l'impact négatif de la COVID-19 et ses mesures restrictives



5. Analyse des mesures de redressement et politiques de relance

Il s'agit ici d'analyser les programmes mis en œuvre par le gouvernement pour soutenir les entreprises du secteur tourisme, les attentes des acteurs du tourisme en matière de retour à la normale pour leur entreprise mais aussi pour l'ensemble du secteur. Aussi, l'analyse portera sur les mesures urgentes à entreprendre pour soutenir les entreprises, les solutions innovantes développées par les entreprises, l'avenir des entreprises, et surtout leur accès au financement. En outre, les avis des leaders des associations professionnelles du tourisme et des entités publiques ont été pris en compte dans l'analyse.

5.1. Sur les mesures d'accompagnement du gouvernement

5.1.1. Etat de mise en œuvre du programme de soutien aux entreprises

L'analyse du tableau 4 fait ressortir qu'il y a une bonne partie des responsables des entreprises qui ont déclaré n'avoir reçu aucun soutien de la part de l'Etat pour faire face aux conséquences de la maladie à coronavirus. Ainsi, 69,2% des réponses ont souligné n'avoir reçu aucun soutien de la part du gouvernement. Ensuite viennent les mesures de report de paiement des factures de services publics (électricité, eau, etc.) avec une part des réponses de 15,5% suivi de report de paiement des impôts et redevances avec une proportion de 11,3%.

Tableau 4 : Programmes gouvernementaux pour soutenir les entreprises ou le secteur du tourisme (%)

	Activité principale					
	Hébergement	Service de restauration	Disco-thèque-loisir	Services d'agences de voyage et de tourisme	Autre	Total
Aucun	63,4	80,0	66,7	83,3	54,1	69,2
Soutien financier au fonds de roulement	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8
Report de paiement des impôts et redevances	14,1	5,0	16,7	7,1	8,1	11,3
Report de paiement des factures de services publics (électricité, eau, etc.)	16,9	15,0	16,7	9,5	21,7	15,5
Subvention financière pour les salaires	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8
Autres programmes	0,0	0,0	0,0	0,0	16,1	0,5
Total	100	100	100	100	100	100

Ces mesures s'inscrivent dans le cadre de la mise en œuvre des mesures sociales annoncées par le gouvernement pour aider les entreprises à résister face à cette pandémie suite à la fermeture des établissements hôteliers, de restauration, des boîtes de nuit, de la suspension des vols commerciaux, la fermeture des écoles et l'instauration d'un couvre-feu. Il est à noter que le soutien financier au fonds de roulement, et la subvention financière pour les salaires ont pratiquement fait défaut aux entreprises de l'industrie touristique avec 1,8% des réponses pour chacun. Ceci voudrait dire que ces entreprises étaient à l'arrêt et que les emplois n'ont pas été protégés à hauteur de souhait.

En analysant par secteur d'activité, c'est le même constat qui se dégage à part que ce sont les entreprises de l'hébergement qui ont bénéficié d'un soutien financier au fonds de roulement et d'une subvention financière pour les salaires avec une part des réponses de 2,8% chacun. Toutefois, cette information devrait être prise avec précaution dans la mesure où la Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière du Mali a contesté cette information donnée par certains répondants. D'après cette fédération des hôteliers du Mali, il n'y a jamais eu de soutien financier de l'Etat aux entreprises touristiques.

Tout comme les responsables des unités industrielles touristiques, il ressort des interviews avec les leaders des associations professionnelles

qu'elles n'ont bénéficié aucun accompagnement des autorités et des partenaires pour mieux résister aux conséquences néfastes de la maladie à coronavirus. Toutes les associations professionnelles interrogées déclarent n'avoir bénéficié d'aucune mesure d'accompagnement déployées par le gouvernement, les collectivités locales et les PTF.

A la question de savoir si le gouvernement avait identifié des secteurs prioritaires à soutenir, 6 entités publiques sur 7 répondent par l'affirmative contre un seul selon lequel « des annonces ont été faites au niveau du tourisme, notamment 2 milliards FCFA pour lesquelles la répartition n'est pas encore effective ». Pour les 6 autres, « le gouvernement a identifié le secteur du tourisme comme vulnérable par conséquent, il doit être soutenu ». Aussi, ils affirment que « des actions sont en cours pour assister les professionnels qui ont été touchés par ces mesures et certaines couches vulnérables de la société » et

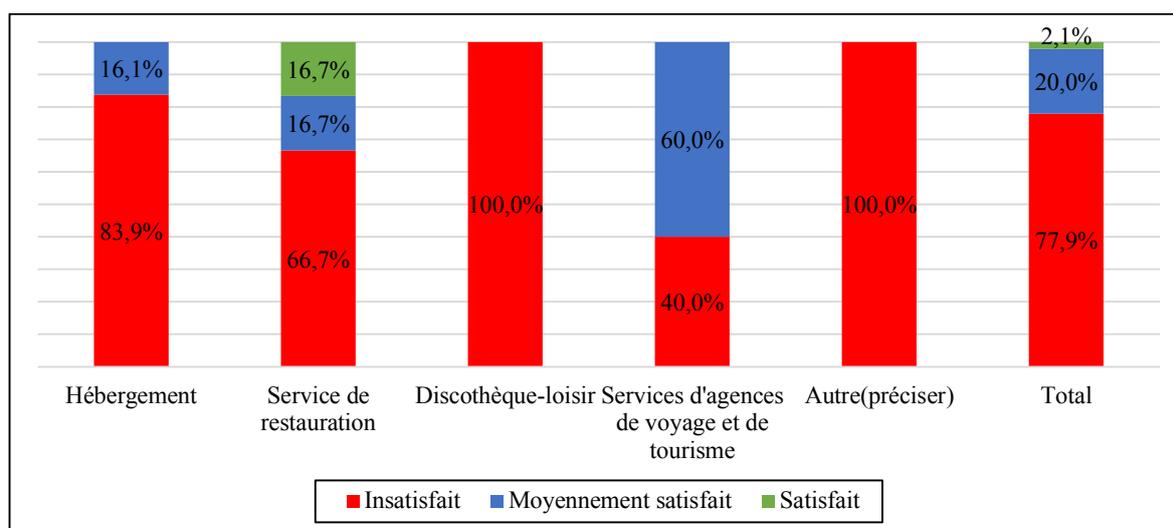
mentionnent la « promesse d'un milliard en faveur des acteurs de la culture, du tourisme et de l'artisanat » et la « Constitution d'un fonds d'appui aux entreprises de tourisme, abaissement momentané du coût des factures d'eau et d'électricité, distribution de denrées alimentaires aux démunis, suppression de la TVA sur les factures d'eau et d'électricité, report du paiement des impôts, distribution des denrées alimentaires ».

5.1.2. Niveau de satisfaction des responsables d'entreprises

Les industriels du tourisme ne sont pas satisfaits des mesures d'accompagnement mises en œuvre au profit de leur secteur d'activité. En effet, 77,9% des entreprises ne sont pas satisfaites de la mise en œuvre des programmes de soutien gouvernementaux contre 22,1% de ceux qui sont satisfaits (20,0% moyennement satisfaits et 2,1% satisfaits).

Figure 16:

Répartition des répondants suivant leur niveau de satisfaction des mesures d'accompagnement du gouvernement



La situation par secteur d'activité affiche 100% d'insatisfaction pour les activités de discothèque-loisir, 83,9% pour les services d'hébergement et 66,7% pour la restauration. Toutefois, les services d'agences de voyage et de tourisme ont déclaré être moyennement satisfaits, avec une part de 60,0% relatifs au report de paiement des impôts et taxes mais aussi au report de paiement des factures des services publics (Eau, électricité, etc.).

Dans le même ordre d'idée, les leaders des associations professionnelles apprécient de façon diverse la mise en œuvre du plan de riposte du gouvernement contre la COVID-19 pour ceux qui en ont pris connaissance surtout en faveur du secteur

tourisme. Ainsi, ce sont les niveaux moyennement satisfaits et insatisfaits qui ont été signalés par les responsables des associations professionnelles, ce qui montrerait qu'ils ne sont pas complètement satisfaits du plan de riposte du gouvernement contre la COVID-19 notamment en faveur de l'industrie touristique.

5.1.3. Retour à la normale : des opinions partagées entre pessimisme et optimisme pour les responsables d'entreprise

Le retour à la normale permettra la reprise progressive des activités qui étaient presque à l'arrêt. Les entreprises du secteur du tourisme pour

la plupart estiment que leurs attentes en matière de retour à la normale pour leur entreprise/secteur d'activité seraient intervenues d'ici juin 2021.

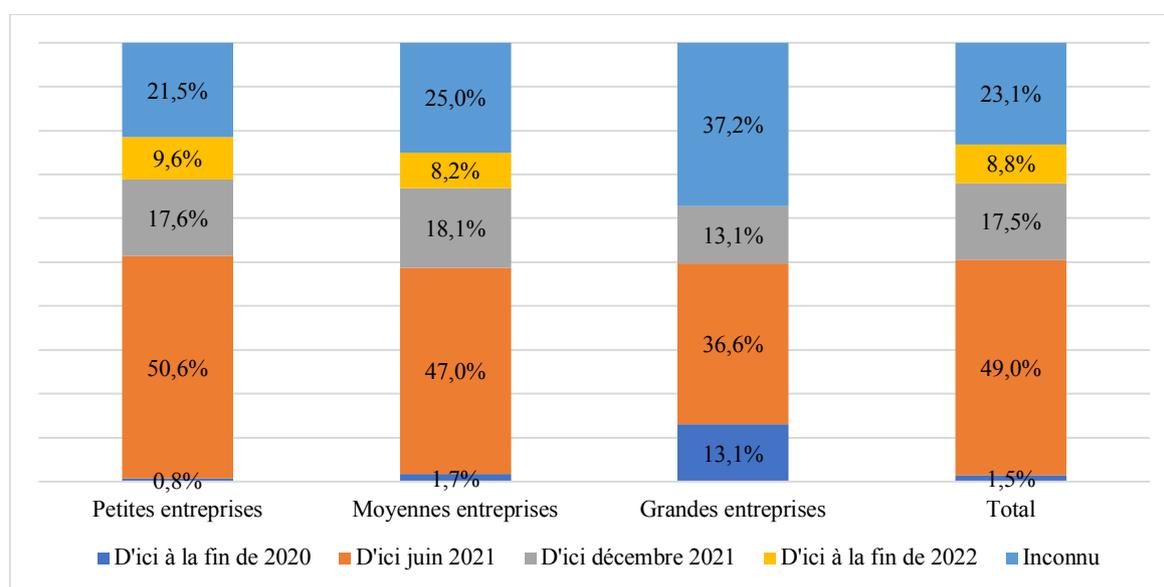
En effet, 49,0% pensent que les activités reprendront normalement dans leur entreprise d'ici juin 2021. En outre, c'est le même constat qui se dégage dans les petites et moyennes entreprises avec des parts respectives de 50,6% et 47,0%. Ceci voudrait dire que les responsables des petites et moyennes entreprises sont pour la plupart optimistes pour un retour à la normale dans un futur proche. Cette situation serait plausible dans la mesure où la maladie

est en train de reculer en lien avec le renforcement des mesures barrières et aussi la découverte d'un vaccin.

Toutefois, une part non négligeable de 23,1% des responsables d'entreprises est pessimiste quant à un retour à la normale. De même, cette situation est plus prononcée dans les grandes entreprises avec une proportion de 37,2%. Cette position pourrait s'expliquer par l'immensité des défis à relever notamment les problèmes de trésorerie, la perte de position concurrentielle et les contraintes liées à la main d'œuvre.

Figure 17:

Attentes d'un retour à la normale pour l'entreprise/secteur du tourisme



Pour les perspectives d'un retour à la normale pour l'économie nationale, les entités publiques ont divers avis : le plus optimiste parmi eux table sur un retour d'ici juin 2021. Deux répondants pensent que ce sera d'ici décembre 2021 et deux autres se projettent jusqu'à fin 2022.

Enfin, les deux répondants restants disent que la perspective d'un retour à la normale est inconnue et pour l'économie nationale et pour le secteur du tourisme en particulier dans la mesure où les perspectives sont trop incertaines et que la crise sécuritaire a porté un coup dur au secteur surtout à Tombouctou. En plus, la COVID-19 est venue exacerber la situation avec l'arrêt de toutes les activités ce qui complexifie une reprise incertaine dans un proche avenir.

S'agissant des autres répondant pour un retour à la normale pour le secteur du tourisme, 4 répondants tablent sur la fin 2022 alors que le plus optimiste fait une conjecture d'un retour à la normale d'ici décembre 2021 pour le secteur du tourisme. Pour

ce dernier avec le début des vaccinations, l'espoir pour un retour à la normale vers la fin d'année peut être envisagé.

Quant à ceux pour lesquels un retour à la normale peut être envisagé d'ici à la fin 2022 ils pensent que « pour revenir à la normale, il faut que la pandémie prenne fin ou que le taux de contamination diminue considérablement à travers un programme de vaccination plus large des populations » de même que « les mesures barrières ne sont appliquées à la lettre car beaucoup de personnes n'ont pas conscience de la gravité de la pandémie » ou que « le retour à la normale pour l'économie nationale est directement lié à la fin de la pandémie et quant au secteur du tourisme en plus de la fin de la pandémie, il y a d'autres facteurs comme la crise sécuritaire pour espérer sur un retour à la normale ».

Pour un retour à la normale pour le secteur du tourisme, les leaders des associations professionnelles du tourisme attendent du gouvernement des facilités de paiement ou report

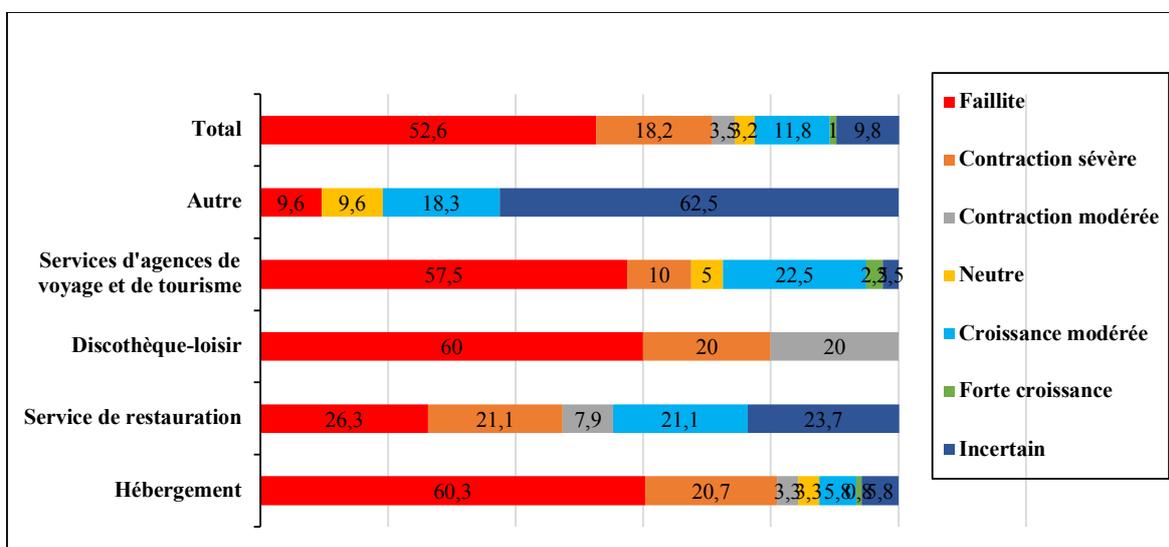
de paiement des factures d'eau, d'électricité, des impôts, autres taxes, les cotisations INPS et AMO pendant au moins 6 mois pour les entreprises du tourisme. Aussi, ils veulent le renforcement de leurs capacités techniques, matérielles et financières qui ont été durement touchées par la maladie à coronavirus.

5.1.4. Des entreprises de tourisme en faillite ou en contraction sévère dans un délai d'un an selon les responsables d'entreprises

En termes de perspectives, les entrepreneurs du tourisme projettent dans un délai d'un an en majorité

la faillite de leurs entreprises. Ainsi, un peu plus de 5 entrepreneurs sur 10 soit 52,6% pensent que leurs entreprises feront faillite dans un délai d'un an, suivi de ceux qui sont pour une contraction sévère avec 18,2% et un avenir incertain avec 9,8%. Ceci voudrait dire que les mesures déjà préconisées par le gouvernement doivent être renforcées davantage et mises en œuvre de façon efficiente surtout en faveur du secteur du tourisme pour sauver ces entreprises de ces situations.

Figure 18: Attentes d'un retour à la normale pour l'entreprise/secteur du tourisme



L'avenir des associations professionnelles du tourisme dépendent de celui des entreprises du secteur. Ainsi, les patrons des associations professionnelles estiment que la survie de leurs associations dans un délai d'une année suivant la COVID-19 dépend entièrement de l'accompagnement de l'Etat et de ses partenaires en termes de report ou d'annulation des charges fixes. Il y en a qui sont pessimistes en affirmant que l'avenir est incertain vu que la pandémie continue de perturber le secteur du tourisme et surtout la non concrétisation de certaines promesses faites par les autorités en faveur du secteur du tourisme.

5.2. Les mesures les plus urgentes pour soutenir les entreprises de tourisme

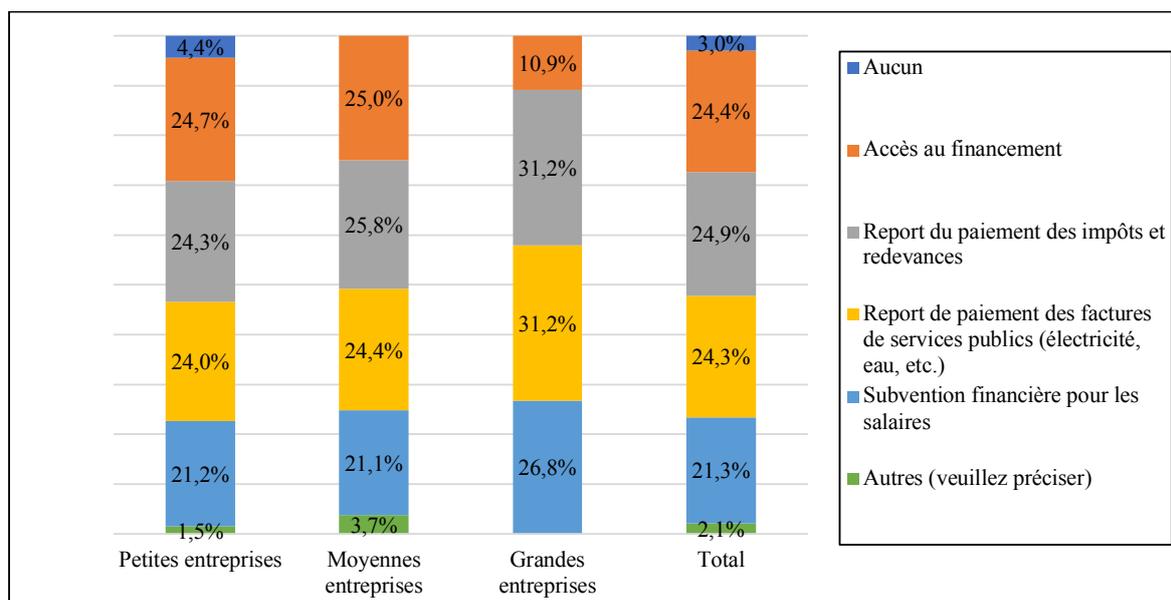
Face à cette situation de pandémie qui a durement touché le secteur du tourisme et pour un retour rapide à la normale il urge de soutenir les entreprises du secteur. Ainsi, les mesures urgentes annoncées par les responsables d'entreprises sont entre autres le report du paiement des impôts et redevances avec 24,9% des réponses, l'accès au financement/fonds de roulement avec 24,4%, le report de paiement

des factures de services publics (Electricité, eau, etc.) avec 24,3% et la subvention financière pour les salaires avec 21,3%. Il est à retenir que ce sont les mêmes mesures qui sont annoncées majoritairement en faisant l'analyse selon le secteur d'activité.

Il ressort de l'analyse selon la taille des entreprises que les responsables des petites entreprises ont plus évoqué l'accès au financement comme mesures urgentes pour soutenir cette catégorie avec une part de 24,7% suivi du report de paiement des impôts et redevances avec 24,3%. Les responsables des moyennes entreprises quant à eux ont souhaité bénéficier en majorité de façon urgente le report de paiement des impôts et redevances avec une part de 25,8% suivi de l'accès au financement avec 25,0%. En ce qui concerne les grandes entreprises, leurs responsables annoncent pour la plupart comme mesures urgentes le report du paiement des impôts et redevances, et le report de paiement des factures des services publics (Eau, Electricité, etc.) avec la même proportion de 31,2%, ensuite vient la subvention financière pour les salaires avec 26,8%.

Figure 19:

Mesures les plus urgentes pour soutenir les entreprises du tourisme (%)



L'avis des patrons des associations professionnelles vient corroborer celles des responsables d'entreprises en ce qui concerne les mesures immédiates pour soutenir les entreprises du tourisme. En effet, ils proposent comme mesures :

- le Report des paiements des factures d'eau, électricité, impôts, cotisations (INPS, AMO) et autres charges fixes et donation des vivres
- la mise en place des fonds à la disposition des entreprises du tourisme pour qu'elles puissent continuer à supporter les charges notamment le salaire du personnel.
- la facilitation de l'accès au crédit d'investissement auprès des institutions financières.

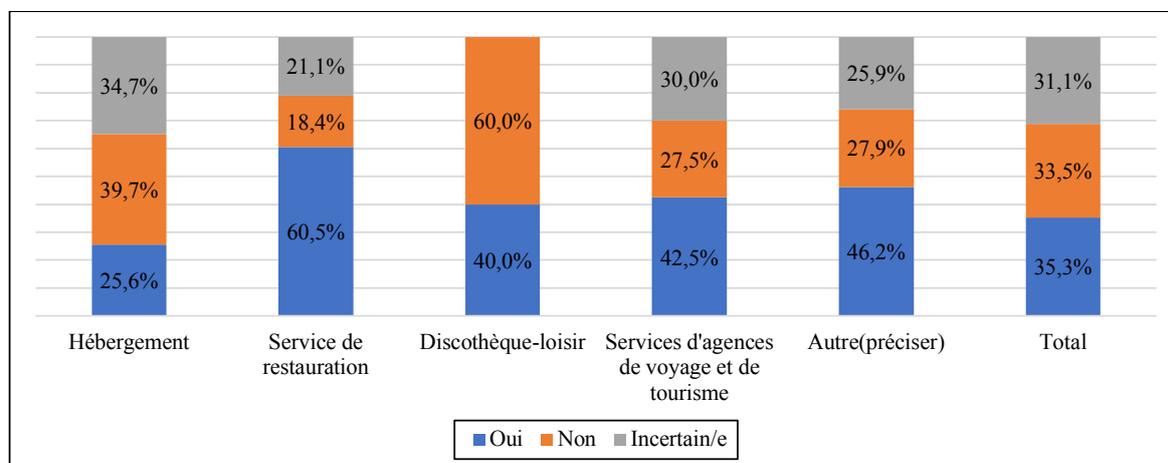
5.3. Les entreprises à la recherche de solution

5.3.1. Des solutions innovantes développées par 35,3% des entreprises

Il ressort de l'analyse du graphique 19 que la plupart des entreprises ont développé ou prévoient de développer des solutions innovantes pour soutenir le redressement de l'entreprise après la COVID-19. En effet, 35,3% des entreprises se sont inscrites dans cette logique et la part la plus élevée s'observe au niveau des services de restauration avec 60,5% qui n'auraient pas assez d'obstacles pour envisager des solutions innovantes.

Figure 20:

Solutions innovantes pour soutenir le redressement de l'entreprise après la COVID-19



Comme solutions innovantes évoquées il y a entre autres le développement du tourisme local, le E-tourisme, le commerce électronique, l'amélioration des offres de services d'hébergement, de restauration et avoir des partenariats avec d'autres secteurs. Celles qui ne s'inscrivent pas dans cette logique notamment les services de discothèque-loisir seraient confrontées à des obstacles notamment l'accès difficile au financement.

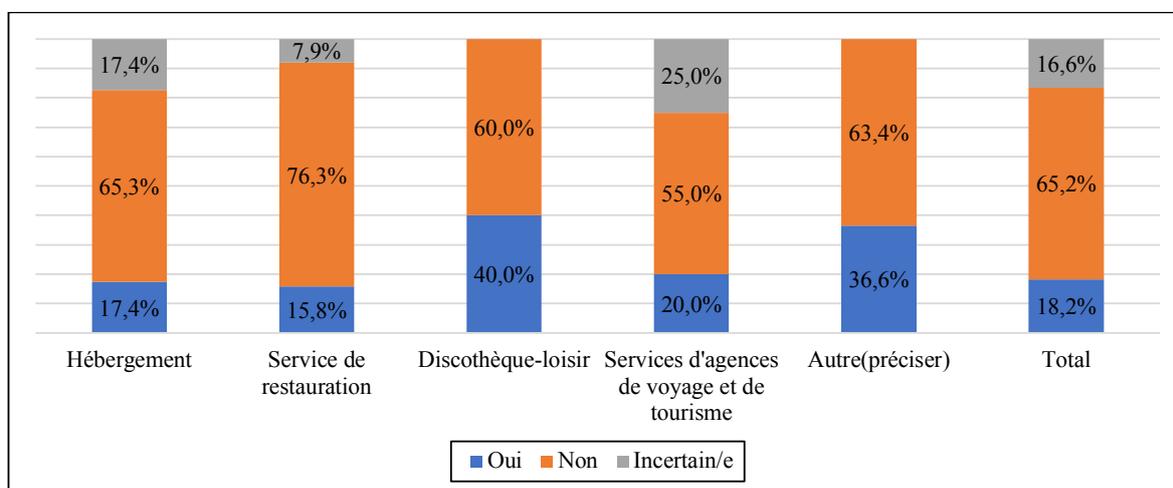
5.3.2. Peu de recours à une demande de facilité de crédit par les entreprises

La demande de facilité de crédit permet aux entreprises de faire face aux problèmes de trésorerie surtout dans un contexte de pandémie de la COVID-19 pour faire face à certaines charges

notamment les salaires. L'analyse du graphique 20 révèle que la majorité des entreprises n'ont pas fait recours à l'emprunt auprès d'une institution ou un particulier. En effet, 65,2% des entreprises n'ont pas fait de demande de facilité de crédit contre 18,2% qui en ont fait. Cette forte proportion de celles n'ayant pas fait la demande est observée au niveau de tous les secteurs d'activité. Cette situation pourrait s'expliquer par les conditions contraignantes imposées par les prêteurs. Toutefois, il avait été ordonné aux banques commerciales et aux systèmes financiers décentralisés par la banque centrale d'alléger les conditions d'octroi de financement des entreprises en contexte de maladie à Coronavirus.

Figure 21:

Demande de facilité de crédit



Les entreprises, pour faire face à leurs problèmes de trésorerie, ont plus sollicité les banques commerciales suivies des établissements de microfinance. En effet, 28,5% des réponses ont concerné les banques commerciales suivi de 22,4% pour les établissements de microfinances et l'Etat a aussi été sollicité pour le financement des entreprises avec 18,2% des réponses en sa faveur. En ce qui concerne l'objet de ces sollicitations financières,

il en ressort que les banques commerciales ont beaucoup plus été sollicitées pour l'alimentation des fonds de roulement, de remboursement de dettes et le financement d'actifs ou d'intrants avec des parts de réponses en leur faveur de 39,7%, 25,1% et de 51,6% respectivement. Il est à noter que l'Etat/agences gouvernementales a été plus sollicité pour le paiement des salaires avec une part de 28,3%.

Tableau 5 : Institutions/particuliers ayant prêtés aux entreprises (%)

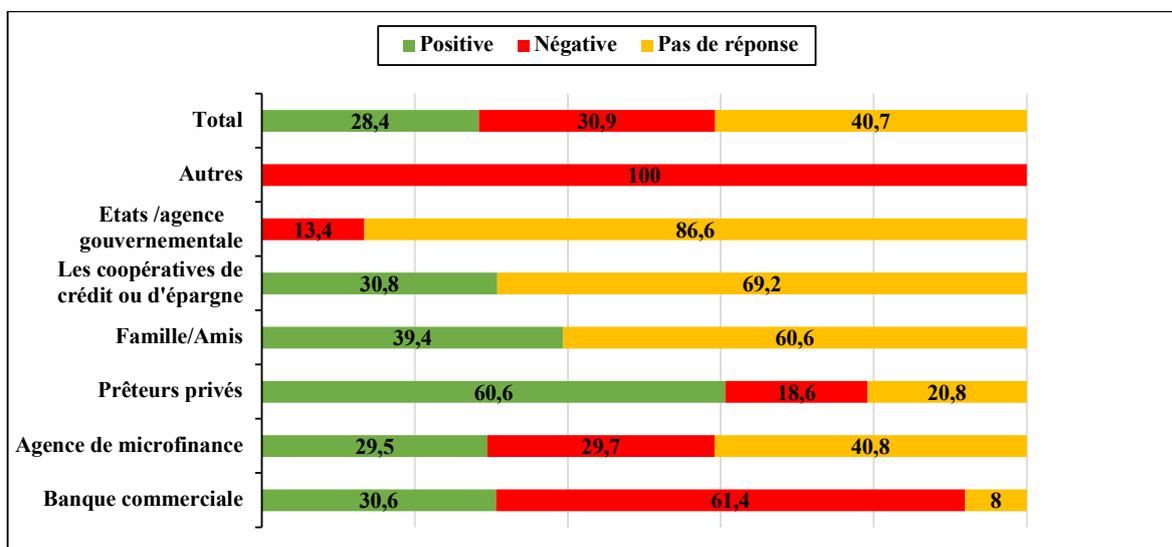
	Objectifs de l'aide financière sollicitée					
	Fonds de roulement	Remboursement de dettes	Financement d'actifs ou d'intrants	Paiement des salaires	Autres	Total
Banque commerciale	39,7	25,1	51,6	9,5	0,0	28,5
Agence de microfinance	24,5	10,9	16,2	21,0	50,0	22,4
Prêteurs privés	7,9	20,8	15,9	10,3	0,0	11,0
Famille/Amis	7,9	15,9	0,0	17,1	0,0	11,0
Les coopératives de crédit ou d'épargne	0,0	10,9	0,0	10,3	25,0	6,6
Etats /agence gouvernementale	15,9	16,4	16,2	28,3	25,0	18,2
Autres institutions	4,2	0,0	0,0	3,6	0,0	2,3
Total	100	100	100	100	100	100

5.3.3. Peu de réponses positives pour les entreprises suite à une sollicitation financière

L'analyse du graphique 22 révèle que les entreprises ayant sollicité du crédit auprès des institutions financières/particuliers n'ont pas en grande partie reçu de réponse à leur demande. Ainsi, 40,7% ont déclaré n'avoir pas eu de réponse à leur demande, 30,9% ont eu une réponse négative et seulement 28,4% de réponse positive. Ceux qui ont donné une réponse positive à l'aide sollicitée, viennent en tête les prêteurs privés, famille/amis, les coopératives

de crédit ou d'épargne avec des parts respectives de 60,6%,39,4% et 30,8% respectivement. Il est à signaler que les sollicitations adressées à l'Etat/agences gouvernementales n'ont donné aucune réponse positive étant donné que celles-ci étaient plus relatives au paiement des salaires du personnel. Par conséquent, on pourrait affirmer que les entreprises du tourisme ont eu énormément de difficultés pour avoir accès au financement dans le contexte de la COVID-19.

Figure 22:
Réponse à la sollicitation financière

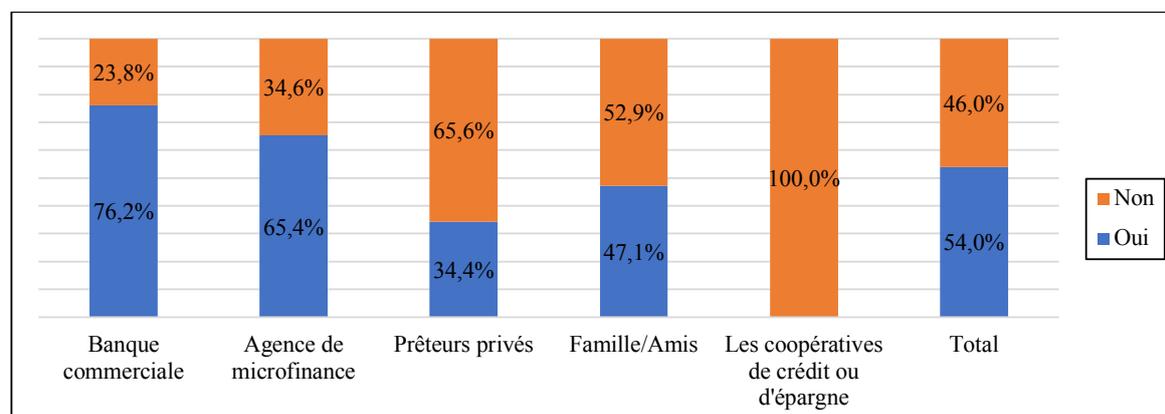


5.3.4. Des entreprises majoritairement satisfaites des conditions de financement

Il ressort de l'analyse du graphique 23 que la majorité des entreprises ayant reçu une réponse positive à leur demande de facilité de crédit sont satisfaites des conditions de financement offertes par les prêteurs. Ainsi, 54,0% ont déclaré être satisfaits contre 46,0% d'insatisfaits.

Rappelons que seulement 18,2% des entreprises enquêtés (soit 45 entreprises) avaient fait une demande de facilité de crédit. Parmi ceux-ci, 13 ont obtenu des réponses positives (8 établissements d'hébergement, 3 restaurants et 2 agences de réservation et voyagistes).

Figure 23:
Niveau de satisfaction des conditions de financement

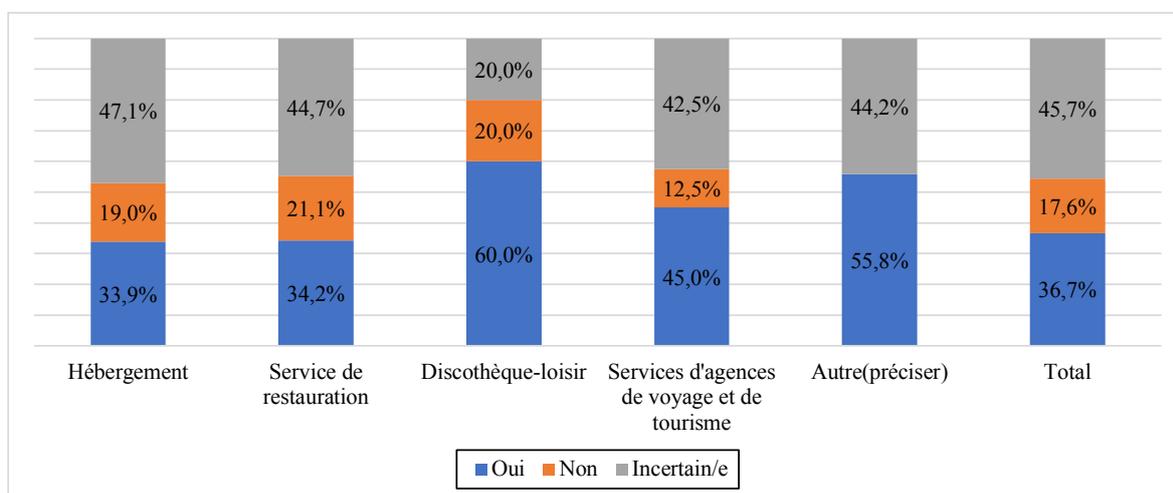


Il est important de retenir que ceux ayant reçu une réponse positive au niveau des banques commerciales et les agences de microfinance ont plus apprécié leurs conditions de financement avec des parts de réponses en leur faveur de 76,2% et de 65,4% respectivement. Ceux qui ne sont pas satisfaits des conditions offertes ont pour la plupart eu une réponse positive avec les coopératives de crédit ou d'épargne, les prêteurs privés et famille/amis avec des proportions de 100%, 65,6% et 52,9% respectivement. La non satisfaction serait due à des taux d'intérêts très élevés et des échéances courtes dans un contexte difficile marquée par la présence de la maladie à coronavirus.

5.4. Intégration des marchés et résilience des entreprises dans le contexte de la COVID-19

Les responsables des entreprises touristiques se sont prononcés sur l'intégration des marchés dans un contexte de la COVID-19. En effet, ils estiment avec une proportion de 36,7% qu'une plus grande intégration des marchés continentaux contribuerait à renforcer la résilience des entreprises et à soutenir le redressement face à la COVID-19. Toutefois, il y a une part de 17,6% des responsables qui ne partagent pas ce point de vue. En outre, 45,7% des responsables n'ont pas donné d'opinions.

Figure 24:
Intégration des marchés continentaux



- Ceux qui sont pour une plus grande intégration des marchés continentaux estiment qu'elle offre une opportunité aux affaires de supporter les effets néfastes d'une crise comme la COVID-19 en conquérant d'autres marchés, en ayant un accès facile aux ressources matérielles et humaines, et une diversification des échanges. En ce qui concerne ceux qui ne sont pas pour l'intégration des marchés continentaux, ils avancent que c'est une bonne chose mais que les entreprises du secteur auront du mal à supporter cette situation à cause de la rude concurrence qu'elle engendre et à la limite la faillite des entreprises. Ils pensent aussi que cela pourrait contribuer davantage à la propagation de la maladie à coronavirus.
- Les entités publiques ont des opinions favorables dans l'ensemble à l'intégration des marchés. Elles pensent que la zone de libre-échange continentale africaine peut contribuer à renforcer les capacités de résilience des pays africains face à la COVID-19

en promouvant la libre circulation des biens et des personnes entre les pays africains. Selon eux, l'intégration économique pourrait aider les entreprises à se relever et à faire face à des crises pourvu qu'elles soient plus solides financièrement et techniquement pour être à la hauteur de la concurrence régionale et sous régionale. Elle permettrait également la création de nouvelles opportunités d'affaires pour les entreprises du secteur, d'atténuer les effets néfastes de la crise sanitaire sur les entreprises du tourisme. Enfin, elle permettrait aux Etats de gérer les problèmes et de trouver des solutions ensemble.

- A la question « quelles sont les mesures régionales/ sous-régionales (par exemple, au niveau des CER) qui ont soutenu la continuité des activités ou facilité le commerce régional dans le cadre de COVID-19 ? » les entités publiques répondent par :
- La réouverture des frontières et le certificat de test

à la COVID19 pour pouvoir voyager ;

- au niveau de l'UEMOA, l'injection de liquidité avec les bons sociaux Covid-19 et des prêts pour financer des dépenses urgentes pour faire face à la riposte de la covid-19 ;

- l'annulation de la dette au niveau de la CEDEAO ;

- la liberté de circulation des marchandises et des personnes entre les États ;

- la sensibilisation par rapport au respect des mesures barrières ;

- le renforcement des tests au niveau des frontières des pays de la sous-région car cela a permis de canaliser la transmission sous régionale du virus.

- Sur la question « comment les autorités gouvernementales ont-elles collaboré entre elles et/ou avec les communautés/agences régionales et autres institutions pour atténuer les impacts de COVID19 ? » les entités publiques interviewées ont donné les réponses suivantes :

- les autorités gouvernementales ont collaboré avec les structures à travers la collecte d'information et des réunions d'évaluation ;

- au niveau de la région de Kayes, les autorités ont mis en place un comité de prévention et de lutte contre la COVID-19 présidé par le Gouvernorat de Kayes et composé de tous les services techniques des secteurs impactés ou concernés ;

- la mise en place d'un comité interministériel pour la gestion des activités du Covid-19 (hébergement des expatriés dans les hôtels pendant 14 jours) ;

- institution du test pour les déplacements entre les États ;

- la coordination et concertation pour chaque prise de décision importante concernant la pandémie ;

- la collaboration entre pays dans l'espace CEDEAO.

5.5. Politiques et stratégies à mettre en œuvre pour faire face aux impacts de COVID-19 sur les secteurs du tourisme au Mali

Dans cette section, il est question de ressortir les options de politiques et stratégies à mettre en œuvre à court, moyen et long terme pour faire face aux impacts de COVID-19 sur les secteurs du tourisme au Mali. Cela, aux niveaux national et régional et

pour ouvrir la voie à un processus de reprise, qui construit des économies plus résistantes, inclusives et durables.

De tout ce qui précède, les propositions suivantes peuvent être retenues

Sur le plan national :

- le report des paiements des factures d'eau, électricité, impôts, cotisations (INPS, AMO) et autres charges fixes et donation des vivres pendant au moins 6 mois pour les entreprises du tourisme ;

- la mise en place des fonds à la disposition des entreprises du tourisme pour qu'elles puissent continuer à supporter les charges notamment le salaire du personnel ;

- la facilitation de l'accès au financement comme fond de roulement et crédit d'investissement auprès des institutions financières ;

- le renforcement des capacités techniques, matérielles et financières en faveur des entreprises et des associations professionnelles du tourisme ;

- le développement du tourisme local en créant les conditions nécessaires pour son exercice ;

- l'accélération du démarrage de la vaccination massive de la population contre la COVID-19.

En plus de ces propositions, le secteur privé lors de la rencontre de validation du rapport provisoire de l'étude, a souhaité que les points suivants puissent être pris en charge. Cette rencontre a été initié par le point focal de la CNUCED pour ce projet au Mali. Ces points concernent :

- l'octroi de subventions aux entreprises touristiques afin de leur permettre de supporter les charges d'exploitation ;

- l'octroi de subventions aux entreprises touristiques sous forme de remboursement des frais liés au paiement des cotisations sociales en 2020 et 2021 ;

- mise en place des facilités d'accès aux financements à des taux attractifs 3% avec un différé de 12 mois remboursables entre 5 et 10 ans ;

- réduire le prix des tarifs d'eau et d'électricité et ou revoir le modèle de tarification (plage horaire) ;

- la mise en place d'un système de label permettant de certifier une entreprise répondant aux normes

sanitaires COVID afin de restaurer la confiance.

Sur le plan régional :

- l'injection de liquidité au niveau de l'UEMOA avec les bons sociaux COVID-19 et des prêts pour financer des dépenses urgentes pour faire face à la riposte de COVID-19 ;

- la liberté de circulation des marchandises et des personnes entre les États ;

- la sensibilisation par rapport au respect des mesures barrières ;

- la levée progressive des mesures de restrictions des déplacements entre pays membres de la CEDEAO.

Références bibliographiques

FMI. Perspectives économiques mondiales (PEM). <https://www.imf.org/fr/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>

(Consulté le 5 mars 2021)

Groupe de la Banque mondiale : Note sur la situation de l'économie et de la pauvreté au temps de la COVID-19, juin 2020

Kumudumali, S.H.T. (2020): Impact of COVID-19 on Tourism Industry: A Review. – Munich Personal RePEc Archive 14p.

Madani, A.; Boutebal, S.E.; Benhamida, H.; Bryant, C.R. The Impact of Covid-19 Outbreak on the Tourism Needs of the Algerian Population. Sustainability 2020, 12, 8856.

ILO. (2020). COVID-19: Protecting workers in the workplace. International Labor Organization. Retrieved April 2, 2020, from https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_738742/lang%2D%2Den/index.htm

(Consulté le 5 mars 2021)

UNWTO. (2020b). International tourist arrivals could fall by 20–30% in 2020. UNWTO. Retrieved April 2, 2020, from <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020>

WHO. Coronavirus Disease (COVID-2019) Situation Reports. [En ligne]. Available online: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports> (accessed on 29 April 2021).

Direction Nationale du tourisme et de l'Hôtellerie (2020), « Annuaire des Statistiques du Tourisme 2019 »

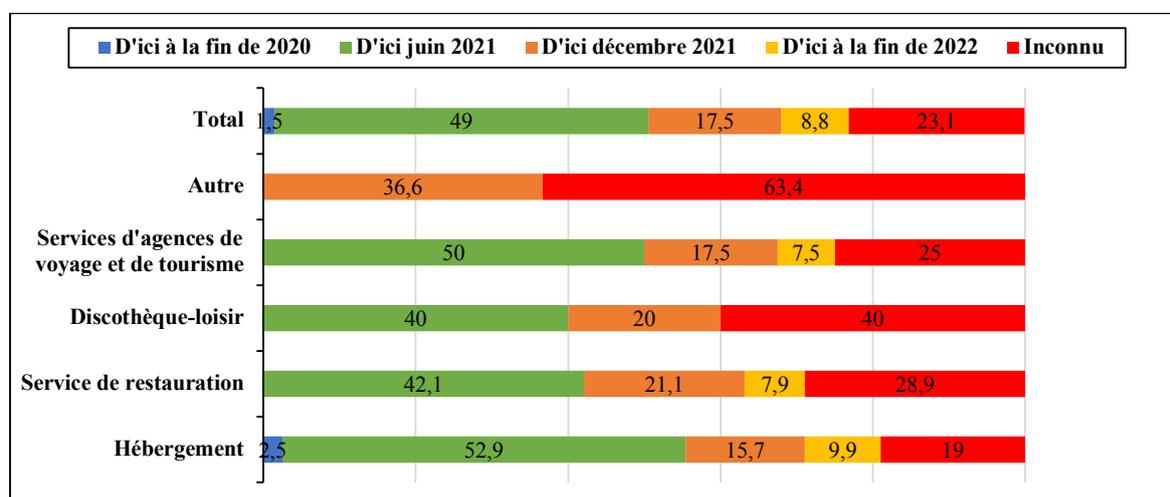
Direction Nationale du tourisme et de l'Hôtellerie (2018), « Rapport atelier national pour la relance de l'activité touristique au Mali »

Annexes

Tableau 6: Test de comparaison des notes attribuées par les répondants aux contraintes dans les contextes pré-COVID et celui lié à COVID

	Différences appariées (pré-COVID - COVID)					t	ddl	Sig. (bilatéral)
	Moyenne	Ecart type	Erreur standard	IC à 95%				
				Inférieur	Supérieur			
Difficultés d'accès au financement/manque de flux de trésorerie opérationnels	-1,811	1,444	,128	-2,064	-1,557	-14,139	126	,000
Difficultés à voyager à l'étranger/mouvement transfrontalier (lors de voyages d'affaires)	-1,686	1,539	,162	-2,009	-1,363	-10,383	89	,000
Difficultés d'accès aux intrants/perturbations liées aux chaînes d'approvisionnement	-1,324	1,451	,157	-1,636	-1,012	-8,438	85	,000
Les défis logistiques	-1,418	1,495	,150	-1,715	-1,121	-9,467	99	,000
Baisse de la demande de services	-1,957	1,513	,134	-2,223	-1,692	-14,600	126	,000
Difficultés d'accès aux technologies pertinentes (internet et autres outils numériques)	-1,148	1,300	,133	-1,412	-,885	-8,639	95	,000
Difficultés pour les employés de retourner au travail	-1,221	1,526	,160	-1,539	-,903	-7,634	90	,000
Baisse des possibilités de rencontre avec de nouveaux clients	-1,819	1,691	,159	-2,133	-1,505	-11,474	113	,000
Productivité des salariés	-1,486	2,092	,195	-1,873	-1,099	-7,607	114	,000
Limites imposées sur les horaires de travail	-1,438	1,405	,149	-1,735	-1,142	-9,643	88	,000
Autres interruptions d'activités	-,977	1,607	,183	-1,341	-,614	-5,354	77	,000

Graphique 25: Attentes d'un retour à la normale pour l'entreprise/secteur du tourisme



Graphique 26: Mesures les plus urgentes pour soutenir les entreprises du tourisme (%)

