

SUNUGAL

TOURMAG

Sine Saloum

PORTRAIT

MOUHAMADOU DJIBRIL MBENGUE

AVIS D'EXPERTS EXPERT OPINIONS

FAOUZOU DEME - ALAIN NOEL
AISSATOU BA - ERIC PHILIBERT
OUMAR DEMBA - MOUSSA SALL

TECHNOLOGY



Hotel & Travel solutions

HOTELS



Hotel Club

ART & CULTURE



Musée Mahicao - Djilor

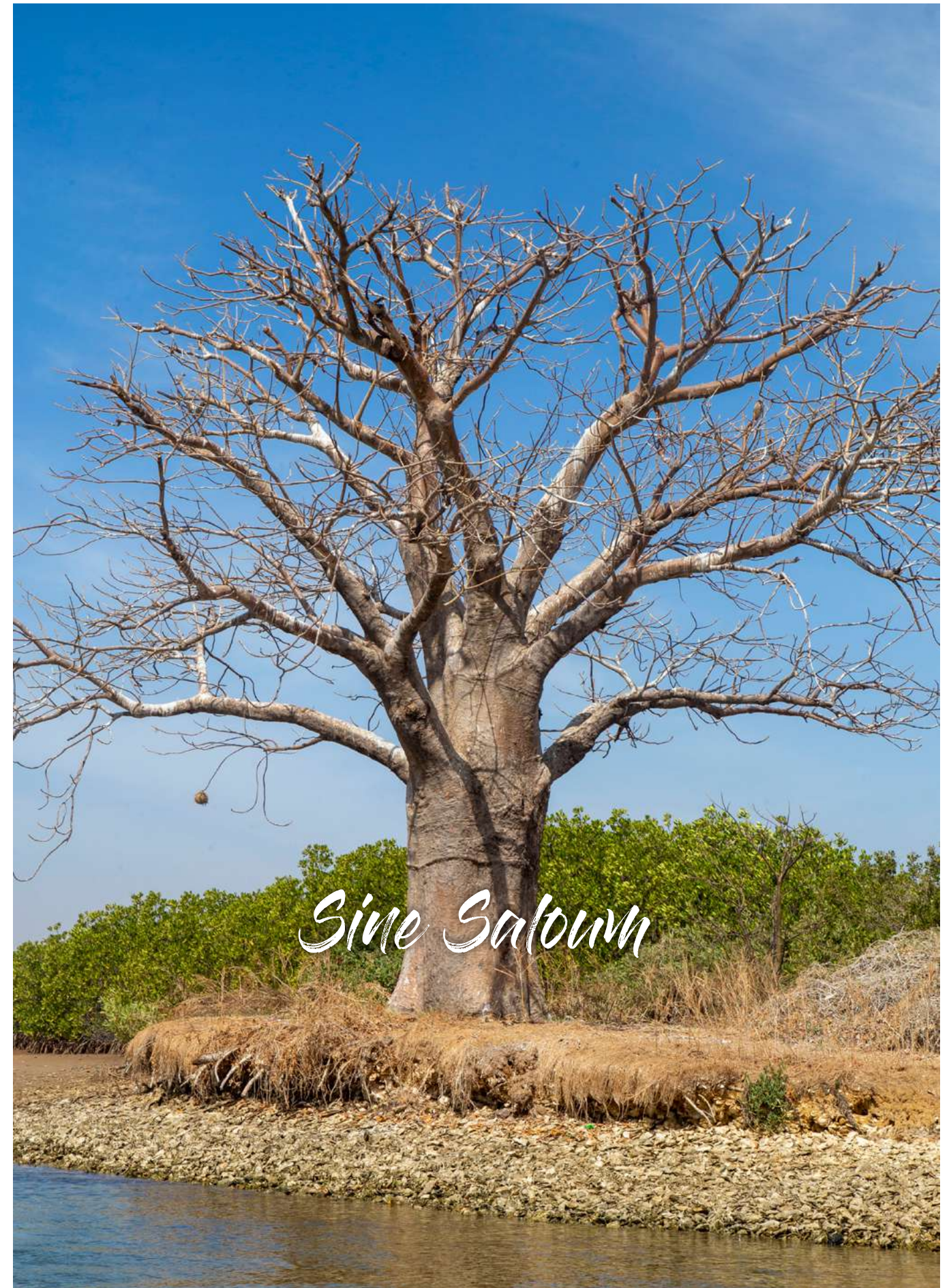


Your Travel Solutions in West Africa

**EXCURSIONS
INCENTIVE
ECOTOURISM
CRUISES
TOURS**



contact@nfsenegal.com www.nfsenegal.com



Sine Saloum

SOMMAIRE

ÉDITORIAL & ÉQUIPE

- ▶ Éditorial 5
- ▶ Équipe 8

PORTRAIT & AVIS D'EXPERTS

PORTRAIT

- ▶ Mouhamadou Djibril Mbengue, DG de la promotion touristique des années 80 - 90 12

AVIS D'EXPERTS

- ▶ Mouhamed Faouzou Déme, Heros Mondial du Tourisme 16
- ▶ Alain Noel, DG Nouvelles Frontières Sénégal 18
- ▶ Aissatou Ba, DG Africa Hospitality Consult 22
- ▶ Eric Philibert, DG AMHR Conseil 24
- ▶ Oumar Demba, Ex Directeur d'hébergement, King Fahd Palace Hôtel 28
- ▶ Moussa Sall, DG Optima Voyages & Anta Air 32

DESTINATION & DÉCOUVERTES

- ▶ Les îles du Saloum 40
- ▶ Palmarin 44
- ▶ Fathala Wildlife Reserve 46
- ▶ Les Palétuviers 48

ENVIRONNEMENT

- ▶ La SAPCO Sénégal et la SLT pour un environnement propre et durable 53
- ▶ La pêche dans la mangrove : un mode de vie entre nature et savoirs ancestraux 54

TRANSPORT

- ▶ Transport aérien : La primature prend les commandes 58
- ▶ Transport routier et ferroviaire au service du Tourisme 60
- ▶ Autocaristes et loueurs de véhicules au Sénégal 62

HÔTELLERIE & RESTAURATION

- ▶ Ces grandes chaînes hôtelières qui débarquent au Sénégal 66
- ▶ Les hôtels clubs 70
- ▶ Les restaurants Afrofusion 73

AGENCES DE VOYAGES

- ▶ Agence réceptive : le défi de la compétitivité 78
- ▶ Agence de voyage intégrée 82

TECHNOLOGIE

- ▶ L'IA au service du tourisme 87
- ▶ D-EDGE 91
- ▶ CHR365 93

ART & CULTURE

ART

- ▶ Escale culturelle : à la découverte de Mahicao 98

CULTURE

- ▶ Brin de culture : le Xooy ou les secrets de la voyance saltigué 100

ART CULINAIRE

- ▶ Mbakhalou Saloum aux fruits de mer 105

MODE & ÉVÉNEMENTIEL

- ▶ La maison Goya 113
- ▶ La marque M-Tima 115
- ▶ La marque Tétatou 123
- ▶ L' Afrique au cœur des JOJ 2026 129
- ▶ La lutte dans le Sine Saloum 131

CARRIÈRE - FORMATION & EMPLOI

CARRIÈRE

- ▶ Seynabou Sy Chef d'Escale Aéroportuaire 134

FORMATION

- ▶ Quelles solutions pour booster le secteur ? 136

EMPLOI

- ▶ Offre d'emploi : Responsable Commercial et Marketing 140

SUNUGAL

TOURMAG

SOKHNA SABARA GAYE

DIRECTRICE GÉNÉRALE AFRICAN HERITAGE SERVICES

Sunugal TourMag fait son apparition après un long chemin parsemé d'embûches. Sunugal TourMag est le premier magazine bimestriel bilingue exclusivement consacré au Tourisme, à l'Art et à la Culture Sénégalaise. Il ambitionne de dynamiser le secteur en participant à la promotion de la destination Sénégal.

Destination & Découvertes, Environnement, Hôtellerie & Restauration, Transport, Agences de voyages, E-Distribution & Technologie, Art & Culture, Mode & Événementiel, Carrière et Formation. Nous évoquerons tous les aspects du Tourisme et de la Culture. Nous discuterons des avancées et des tendances de ces industries, ainsi que des initiatives des secteurs public et privé.

Pour vous, nous visiterons toutes les régions du Sénégal afin de vous présenter les multiples et merveilleuses facettes du pays de la Teranga.

Nous irons à la rencontre d'experts pour recueillir leur avis et nous ferons le portrait d'acteurs, de promoteurs et d'investisseurs à travers des interviews.

Chaque bimestre, nous partagerons avec vous notre passion, notre vision et nos ambitions. Telle est notre contribution au secteur.

Dans chaque pays qui accorde une place de choix au tourisme, il existe un magazine traitant du sujet. Nous ne voulons pas rater l'occasion de montrer au monde entier toutes les richesses du Sénégal.

Cette première édition de Sunugal TourMag est une ode à tous les professionnels du tourisme, une reconnaissance spéciale aux personnes exceptionnelles qui ont eu foi et ont soutenu ce projet à ses prémices.

Pour vous, avec vous, nous porterons ensemble, le Tourisme Sénégalais au plus haut sommet du continent Africain et par-delà.

Nous vous donnons rendez-vous bientôt pour le deuxième numéro, tout aussi riche, par la grâce de DIEU.



CONTENTS

EDITORIAL & TEAM

- ▶ Editorial 7
- ▶ Team 8

PORTRAIT & EXPERT OPINION

PORTRAIT

- ▶ Mouhamadou Djibril Mbengue, General Manager of Tourism Promotion, 1980s-1990s 14

EXPERT OPINION

- ▶ Mouhamed Faouzou Déme, World Tourism Hero 17
- ▶ Alain Noel, CEO Nouvelles Frontières Sénégal 19
- ▶ Aissatou Ba, CEO Africa Hospitality Consult 23
- ▶ Eric Philibert, CEO AMHR Conseil 25
- ▶ Oumar Demba, Former Room Division Director, King Fahd Palace Hotel 30
- ▶ Moussa Sall, CEO Optima Voyages & Anta Air 34

DESTINATION & DISCOVERIES

- ▶ The Saloum islands 42
- ▶ Palmarin 45
- ▶ Fathala Wildlife Reserve 47
- ▶ Les Palétuviers 49

ENVIRONMENT

- ▶ SAPCO Senegal and SLT for a clean and sustainable environment 53
- ▶ Fishing in the mangroves : a way of life combining nature and ancestral knowledge 55

TRANSPORTATION

- ▶ Air transport : The prime minister's office take control 59
- ▶ Road and rail transport in the service of Tourism 61
- ▶ Coach operators and rental companies A gold mine on the tourist route 63

HOSPITALITY & RESTAURANTS

- ▶ These major hotel chains arriving in Senegal 67
- ▶ Club hotels 71
- ▶ Afrofusion restaurants 73

TRAVEL AGENCIES

- ▶ Destination management companies : The challenge of competitiveness 79
- ▶ Integrated travel agencies 83

TECHNOLOGY

- ▶ AI at the service of tourism 87
- ▶ D-EDGE 91
- ▶ CHR365 93

ART & CULTURE

ART

- ▶ A cultural stopover : Discovering Mahicao 99

CULTURE

- ▶ A touch of culture : Xooy or the secrets of Saltigué divination 101

CULINARY ART

- ▶ Seafood Mbakhalou Saloum 105

FASHION & EVENTS

- ▶ Goya's house 113
- ▶ M-Tima Brand 115
- ▶ Tétatou Brand 123
- ▶ YOG Dakar 2026 : Africa at the heart of the olympic games 129
- ▶ Wrestling in the Sine-Saloum 131

CAREER - TRAINING & EMPLOYMENT

CAREER

- ▶ Seynabou Sy, Airport Station Manager 135

TRAINING

- ▶ What solutions can boost the industry ? 137

EMPLOYMENT

- ▶ Job offer: Sales and Marketing Manager 140

SUNUGAL

TOURMAG

SOKHNA SABARA GAYE

GENERAL MANAGER AFRICAN HERITAGE SERVICES

Sunugal TourMag makes its debut after a long journey fraught with obstacles. Sunugal TourMag is the first bilingual bimonthly magazine exclusively dedicated to Senegalese Tourism, Art, and Culture. Its ambition is to revitalize the sector by contributing to promote Senegal as a destination.

Destinations & Discoveries, Environment, Hospitality & Restaurants, Transport, Travel agencies, E-Distribution & Technology, Art & Culture, Fashion & Events, Career & Education. We will cover all aspects of Tourism and Culture. We will discuss the developments and trends in these industries, as well as initiatives in the public and private sectors.

For you, we will visit all regions of Senegal to showcase many wonderful facets of the land of Teranga.

We will meet with experts to gather their insights and profile key players, promoters, and investors through interviews.

We will share our passion, vision, and ambitions with you bimonthly. This is our contribution to the sector.

In every country that places a high priority on tourism, there is a magazine dedicated to the subject. We don't want to miss the opportunity to showcase the world all the riches of Senegal.

This first edition of Sunugal TourMag is an ode to all tourism professionals, a special recognition of the exceptional individuals who believed in and supported this project from the outset.

For you, with you, we will together elevate Senegalese tourism to the highest peak of the African continent and beyond.

We look forward to seeing you soon for the second edition, which promises to be just as rich in content, by the grace of GOD.



SUNUGAL

TOURMAG

Directrice de Publication / Publication director

Sokhna Sabara Gaye

Directeur Associé / Partner & Managing Director

Mouhamadou Béye

Rédactrice en chef / Editor in chef

Fatou Binetou Dia

Rédaction / Editing

Mor Amar / Awa Gueye / Jonas Diatta / Daouda Ndao

Mouhammad Touré / Maty Fall Ba / Seynabou Faye

Mame Seune Thiandoum / Samira Ngarnim

Correction

Makhtar Samb / Alassane Béye

Traduction / Translation

Fally Sabara

Conception & réalisation / Design & production

African Heritage Communication

Studio Photo & Video

Jules Diop / LeBaSane / Ibrahima Khalil Sow

Pôle Digital / Digital Marketing

Kova / Jo Pitt

Commercial, Marketing & Communication

Maty Fall Ba / Aminata Ndiaye Puzenat / Saliou Barry Cissé

+221 78 377 40 68 / +221 78 527 20 22

contact@sunugaltourmag.com

Direction

direction@sunugaltourmag.com

+221 78 377 40 68 / +221 77 517 19 92

Distribution

+221 78 527 17 47

Abonnement digital / Digital subscription

Recevez à chaque édition votre magazine en format PDF

via WhatsApp en envoyant **Abonnement Sunugal**

au +221 78 527 17 47

Receive your magazine in PDF format via WhatsApp by sending

« **Abonnement Sunugal** » to : +221 78 527 17 47



Scanner le QR code pour accéder
au magazine interactif en ligne sur
sunugaltourmag.com

AZALAÏ BUSINESS

NOTRE OFFRE PRO POUR LES ENTREPRISES



Un contrat régional personnalisé
pour vos séjours, réunions d'affaires
et teambuilding

Pour plus d'informations, contactez-nous à
regional.sales@azalahotels.com

nomad
Rejoignez le programme
de fidélité et bénéficiez
jusqu'à 30% de réduction.

www.azalai.com

AZALAÏ®

PORTRAIT & AVIS D'EXPERTS
PORTRAIT & EXPERT OPINION



M. MOUHAMADOU DJIBRIL MBENGUE : TOURISME ANNÉES 80 - 90
MR. FAOUZOU DEME : TOURISME DE NOS JOURS
MR. ALAIN NOEL : TOURISME DE NOS JOURS
MME AISSATOU BA : CHAINES HÔTELIÈRES
MR. ERIC PHILIBERT : HÔTELLERIE DE LOISIRS
MR. OUMAR DEMBA : HÔTELLERIE D'AFFAIRES
MR. MOUSSA SALL : TRANSPORT AÉRIEN



PORTRAITS

MOUHAMADOU DJIBRIL MBENGUE, DG DE LA PROMOTION TOURISTIQUE DES ANNÉES 80 - 90

“ On ne peut aimer un pays qu'on ne connaît pas ”

Pilier vivant du tourisme national. Cheville ouvrière de la gloire touristique du Sénégal, l'expert Mouhamadou Djibril Mbengue partage sa belle expérience au département du Tourisme.

Inconnu des profanes, icône pour les acteurs, Mouhamadou Djibril Mbengue, un des meilleurs experts du tourisme, a dédié sa carrière à la République. Chez lui, à Sacré-Coeur, le paisible retraité est un modèle d'humilité. “J'ai juste eu la chance d'avoir été là. Je n'ai rien fait, c'est l'Etat. Nous techniciens, ne sommes que des soutiers mettant le charbon dans la soute pour faire démarrer. Nous sommes au service de l'Etat”, réagit-il aux éloges sur sa personne.

Pedegree

Directeur de la Promotion et des professions touristiques de 1975 à 1980, directeur général du Bureau de promotion touristique du Sénégal pour l'Europe de 1980 à 1988, conseiller technique au ministère du Tourisme entre mars et juin 1989, directeur national des professions

et activités touristiques de 1989 à 1993, directeur des investissements et de la promotion touristique de 1993 à 1994, Djibril Mbengue, acteur de la glorieuse politique touristique sénégalaise, a été la cheville ouvrière des initiatives et projets qui en ont fait dans les années 70-80 un modèle mondial.

Legs

Fonctionnaire dévoué, son cahier-souvenirs est paginé de photos “des charters remplis d'Américains débarquant dans le cadre des ‘international week-end’, des bateaux allemands, belges et autres européens voguant sur Dakar”. Fleuron du tourisme, le Club Aldiana qui, à partir de la capitale sénégalaise, essaimait le reste du monde, a formé, selon lui, une chaîne internationale très prospère et enviée. Le port de Cayar accueillant les pirogues au

coucher du soleil, “était le summum de la magnificence, grande attraction pour beaucoup de visiteurs, l'image que toutes les grandes télévisions montraient du tourisme sénégalais”, se remémore M. Mbengue, convaincu que le Sénégal, avec ses campements gérés par les villageois à travers un Conseil d'administration, est un précurseur du tourisme durable, dont l'apogée, c'était aussi le Ribidion de Saint-Louis, les excursions dans la vallée du fleuve Sénégal avec le Bou El Mogdad voguant vers les cultures maure et al pulaar, le Ferlo.

Perspectives

Alors, comment redorer ce tourisme, par quelle stratégie ramener les touristes des grands pays pourvoyeurs ? Diplômé de Paris Panthéon Sorbonne, Djibril Mbengue préconise une adaptation contextuelle des pratiques qui ont eu du succès. “Pour promouvoir la destination, on mobilisait le ballet national, les artisans...L'atout majeur du Sénégal, c'est sa culture. On n'appâte pas l'Européen avec des buildings. Promouvoir, ce n'est pas non plus

mettre un panneau à Dakar pour inviter des gens qui n'en sont jamais sortis, à Dindéfelo.” Parole d'expert !

Souveraineté et Tourisme : Le viatique de Djibril Mbengue

“On ne peut aimer un pays qu'on ne connaît pas”, dit Mouhamadou Djibril Mbengue qui invite les autorités à inciter les jeunes à explorer leur pays, par le développement du tourisme interne. D'avis que l'Université doit être au cœur de cette stratégie, Mbengue plaide pour un Office du tourisme universitaire, avec dans chaque chef-lieu de département une auberge de jeunesse où nuitées et repas s'offrent à des prix compétitifs aux étudiants. “Je m'amusais souvent à demander à mes étudiants en Licence de tourisme s'ils connaissaient Ndande. Que non ! Rufisque, c'est déjà l'aventure pour eux. Il faut les intéresser à leur pays, d'abord par une offre en hébergement adapté”, dit l'universitaire, professeur de management et géographie du tourisme, promotion des destinations, droit hôtelier et des agences de voyage.





PORTRAITS

MOUHAMADOU DJIBRIL MBENGUE, GENERAL MANAGER OF TOURISM PROMOTION, 1980S-1990S

“ You can’t love a country you don’t know ”

A Living Pillar of National Tourism. A key figure in Senegal’s tourism success, expert Mouhamadou Djibril Mbengue shares his extensive experience at the Ministry of Tourism.

Unknown to the general public, but an icon among industry professionals, Mouhamadou Djibril Mbengue, one of the leading tourism experts, has dedicated his career to the Republic. At his home in Sacré-Coeur, the humble retiree is a model of humility. “I was simply fortunate to be there. I didn’t do anything; it was the government. We, technicians, are just stokers putting coal in the engine room to get things started. We are at the service of the State,” he responds to praise about himself.

Pedigree

Director of Tourism Promotion and Professions from 1975 to 1980, Director General of the Senegalese Tourism Promotion Office for Europe from 1980 to 1988, Technical Advisor to the Ministry of Tourism between March and June 1989, National Director of Tourism Professions and Activities from 1989 to 1993, Director of Investments and Tourism Promotion from 1993 to 1994, Djibril Mbengue, a key figure in Senegal’s successful tourism policy, was the driving force behind the initiatives and projects that made it a global model in the 1970s and 80s.

Legacy

A dedicated civil servant, his scrapbook is filled with photos of “charter planes packed with Americans arriving for ‘international weekends,’ German, Belgian, and other European ships sailing to Dakar.” A flagship of tourism, the Aldiana Club, which spread from the Senegalese capital to the rest of the world, formed, according to him, a very prosperous and envied international chain. The port of Cayar welcoming the pirogues at sunset, «was the epitome of magnificence, a major attraction for many visitors, the image that all the major television channels showed of Senegalese tourism» recalls Mr. Mbengue, convinced that Senegal, with its camps managed by the villagers through a Board of Directors, is a pioneer of sustainable tourism, whose apogee was also the Ribidion of Saint-Louis, excursions in the Senegal River valley with the Bou El Mogdad sailing towards the Moorish and Al Pulaar cultures, the Ferlo.

Perspectives

So, how can this tourism sector be revived? What strategy can be used to attract tourists from the major source countries? Djibril Mbengue, a graduate of Paris Panthéon

Sorbonne University, advocates a contextual adaptation of successful practices. “To promote the destination, we mobilized the national ballet, artisans... Senegal’s greatest asset is its culture. You can’t lure Europeans with buildings. Promoting isn’t about putting up a sign in Dakar to invite people who have never left the city to Dindéfelo.” Expert advice!

Sovereignty and Tourism: Djibril Mbengue’s Vision

“You can’t love a country you don’t know,” says Mouhamadou Djibril Mbengue, who urges authorities to encourage young people to explore their country by developing domestic tourism. Believing that universities must be at the heart of this strategy, Mbengue advocates for a University Tourism Office, with a youth hostel in each departmental capital offering competitive rates for accommodation and meals to students. “I often enjoyed asking my tourism undergraduates if they knew Ndande. They didn’t! Rufisque is already an adventure for them. We need to get them interested in their own country, by first offering suitable accommodation,” says the academic, a professor of tourism management and geography, destination promotion, hotel law, and travel agency law.



AVIS D'EXPERT

MOUHAMED FAOUZOU DEME,
HEROS MONDIAL DU TOURISME

Le tourisme reste-t-il notre deuxième source de revenus?

La question est complexe. Bien que le tourisme ait été, pendant plusieurs années, sa deuxième source de revenus et de richesse, le Sénégal est resté dans l'approximation, faute d'outils de mesures fiables, de statistiques et comptes satellites comme recommandé par l'ONU Tourisme. On a toujours fait dans l'à peu près. Levier important absorbant le chômage, créant emploi, richesse et consommation, le tourisme se limite à ne susciter qu'engouement et intérêt.

L'Etat n'a pas de politique ambitieuse arrimée sur une vision prospective, avec la collaboration des acteurs de la chaîne de valeur. Comme disent les économistes, quand le tourisme tousse, toute l'économie devient malade. Transversal, le tourisme est plus important que le pétrole, l'armement et toutes les industries réunies, il est au carrefour de tout. Notre problème c'est d'avoir accepté le diktat des tours opérateurs européen, américain ou asiatique, le tourisme n'ayant jamais été une invention phare des Africains ou des Sénégalais. Nous l'avons copié, mais il a toujours existé. L'Islam en a parlé, mais nous n'avons pas utilisé les leviers pour en faire la première industrie du pays, alors qu'il est la première activité mondiale. Le tourisme a besoin de la culture, de l'agriculture, de l'élevage, de l'artisanat, entre autres secteurs porteurs de main-d'œuvre et de créativité.

Quels sont les atouts du Sénégal pour attirer les visiteurs ?

Notre plus grande singularité, qui n'existe nulle part ailleurs, c'est notre façon d'être, d'agir, notre culture, notre histoire. Nous n'avons pas valorisé nos coutumes pour mettre sur le marché un produit touristique concurrentiel. Nous avons notre art culinaire, notre habillement, nos traditions culturelles, religieuses, etc. C'est cet émerveillement, cette curiosité que les autres veulent voir, tester et apprécier pour vivre autre chose que leurs habitudes.

La réciprocité des visas agitée en haut lieu ne risque-t-elle pas de desservir le tourisme sénégalais ?

Il y a amalgame dans cette affaire. Il existe des protocoles diplomatiques entre Etats qui n'ont rien à voir avec la question des visas. Le système des visas est très profitable



« Le système des visas est très profitable à l'économie du tourisme et à la transparence »

à l'économie du tourisme et à la transparence. Cela permet de tracer les touristes, d'où qu'ils viennent, de segmenter la demande et garantir la sécurité. Le problème n'est pas l'instauration du visa, mais l'application des procédures. Aujourd'hui, plus besoin d'aller dans les consulats, remplir des formulaires, y retourner pour le retrait, tout se fait en ligne. La réciprocité est un terme diplomatique signifiant renvoyer les avantages et inconvénients qu'un Etat pose à un autre Etat. C'est différent du visa touriste dont l'instauration tient sur une logique de sécurité, de stabilité et de segmentation des marchés.

La sécurité des hôtes, on en parle aussi ? Quelles dispositions leur garantira un séjour sûr ?

En 2025, ce qui a le plus déterminé la rareté des touristes, c'est les trois braquages dans de grands hôtels. L'identification des visas aurait pu y mettre un terme. Il y a deux niveaux de sécurité : celle publique assurée par nos forces de sécurité aux frontières et celle des hôtels qui incombe aux gestionnaires.

EXPERT OPINION

MOUHAMED FAOUZOU DEME,
WORLD TOURISM HERO

Is tourism still our second largest source of income ?

This is a complex question. Although tourism has been Senegal's second largest source of income and wealth for several years, the country has remained vague on the subject, due to a lack of reliable measurement tools, statistics, and satellite accounts as recommended by World Tourism Organization UNWTO. We have always relied on rough estimates. Whilst being a significant lever for absorbing unemployment, creating jobs, wealth, and consumption, tourism is limited to generating only enthusiasm and interest.

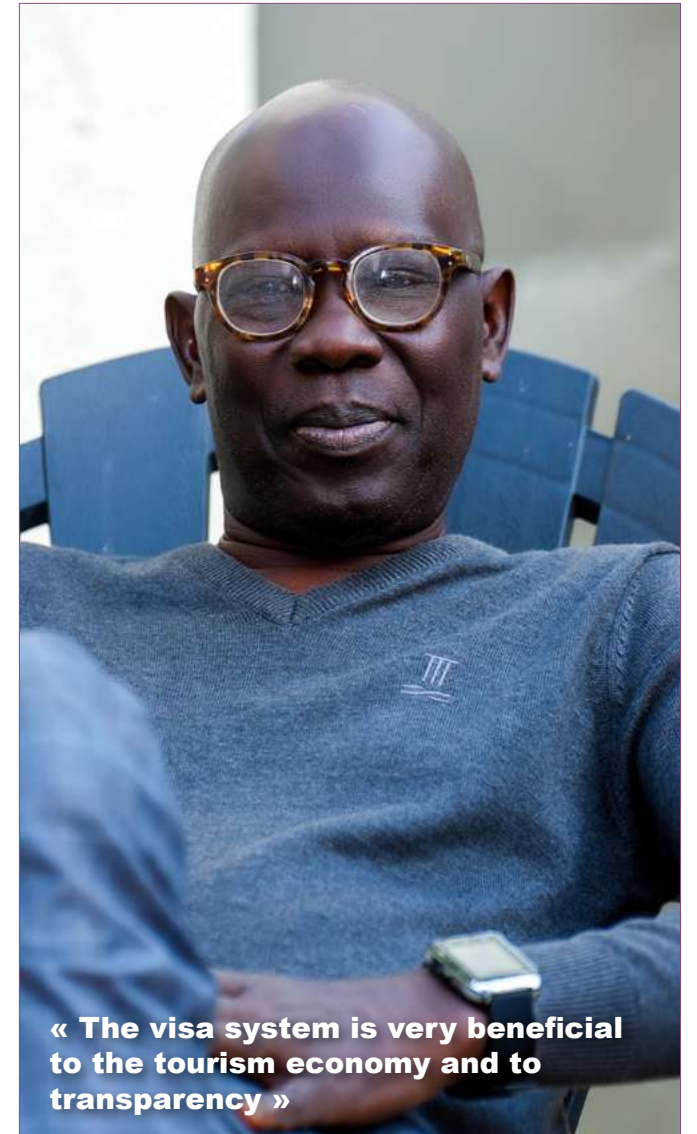
The government lacks an ambitious policy based on a forward-looking vision, with the collaboration of actors in the value chain. As economists say, when tourism vacillates, the whole economy suffers. Tourism is a cross-cutting sector, and is more important than oil, arms, and all other industries combined; it lies at the heart of everything. Our problem is that we have accepted the diktat of European, American, and Asian tour operators, as tourism has never been a flagship invention of Africans or Senegalese. We copied it, but it has always existed. Islam addressed it, but we didn't use the necessary tools to make it the country's leading industry, even though it is the world's leading activity. Tourism needs culture, agriculture, livestock farming, and crafts, among other sectors that generate employment and foster creativity.

What are Senegal's assets for attracting visitors ?

Our greatest uniqueness, which exists nowhere else, is our way of being, our way of acting, our culture, our history. We haven't promoted our customs to create a competitive tourism product. We have our culinary arts, our clothing, our cultural and religious traditions, and so on. It is this sense of wonder, this curiosity that others want to see, experience, and appreciate in order to live outside their usual habits.

Doesn't the visa reciprocity issue being discussed at the highest levels risk harming Senegalese tourism?

There's a misunderstanding in this matter. Diplomatic protocols exist between states that have nothing to do with the issue visas. The visa system is very beneficial to the tourism economy and promotes transparency. It allows tourists to be tracked, regardless of their origin, to segment demand and to guarantee security. The problem



« The visa system is very beneficial to the tourism economy and to transparency »

isn't the introduction of visas, but the application of the procedures. Today, there's no need to go to consulates, fill out forms, or return to pick them up; everything is done online. Reciprocity is a diplomatic term meaning to return the advantages and disadvantages that one state imposes on another. This is different from the tourist visa, which is based on reasons of security, stability, and market segmentation.

What about guests' safety? What measures will be taken to guarantee they have a safe stay?

Into 2025, the biggest factor contributing to the scarcity of tourists was the three robberies in major hotels. Visa verification could have put an end to this. There are two levels of security: public security provided by our security forces at the border and hotel security, which is the responsibility of hotel managers.

AVIS D'EXPERT

ALAIN NOEL, DG NOUVELLES FRONTIERES SENEGAL

Après plusieurs chocs, la relance du tourisme sénégalais, avec de nouveaux réceptifs, des offres diversifiées et de nouveaux marchés, achoppe pourtant sur un manque de compétitivité. Directeur de Nouvelles Frontières Sénégal, agence réceptive dédiée aux voyages de loisirs et d'affaires en Afrique de l'Ouest, filiale de TUI, orientée vers les tours opérateurs, plateformes de réservation en ligne, croisiéristes, compagnies aériennes et hôtels, Alain Noël ausculte le secteur et ouvre des perspectives.

Comment se porte la destination Sénégal depuis la Covid ? Y a-t-il une réelle relance ?

A la fin de la crise sanitaire, l'ouverture de notre partenaire, Riu Baobab, en avril 2022, a lancé un «restart» spectaculaire. L'offre conséquente de lits et le côté «nouveau» de la destination sur certains marchés a opérationnalisé de nombreux charters au départ d'Europe. Bénéficiant d'une large publicité, le Sénégal s'est retrouvé sous les projecteurs et notre activité a été considérablement boostée. Hélas, cet engouement s'est ralenti avec les troubles électoraux, surtout pour le tourisme d'affaires et le contexte économique.

Les voyageurs à budget étudié pour une offre plus large trouvent le Sénégal moins compétitif en raison des taxes aéroportuaires. À coûts égaux, les investissements et ouvertures de lignes s'orientent vers les pays aux conditions opérationnelles plus favorables.

Quid du Plan stratégique touristique de la vision Sénégal 2050 ?

C'est rassurant que le tourisme se positionne sur 6 des 8 pôles économiques, avec une segmentation pertinente : le tourisme d'affaires pour Dakar, le balnéaire pour Thiès, le culturel pour le Nord et l'écotourisme pour le Sud, Centre et Sud Est. Ce plan s'articule autour de thématiques qui boosteront le deuxième secteur économique du pays : émergence d'une société numérique, préservation de l'environnement, réformes foncières et administratives.

Sur quelles formes touristiques le Sénégal peut miser et quels nouveaux marchés seraient attirés ?

Le balnéaire qui, en plus d'un volume régulier de voyageurs et de recettes, facilite l'ouverture de nouveaux marchés, comparé à d'autres formes touristiques. Il me semble donc crucial d'accélérer les investissements des



hôtels internationaux, régionaux et locaux, pour ne pas se faire surpasser par d'autres pays. Avec ce matelas de sécurité et la délocalisation du Port de Dakar à Ndayane, le Sénégal pourrait s'orienter sur l'industrie de la croisière et réhabiliter Dakar en port de plaisance, comme suggéré, en novembre 2024, par le salon Satolic. Et les JOJ 2026 sont une aubaine pour positionner la destination sur le MICE.

Avec la diversité de l'offre au Sénégal, les segments classiques du tourisme ont du sens, mais doivent venir en second plan et plus comme des niches. On pourrait retenir l'écotourisme, le tourisme de bien être (thalassothérapie), religieux, culturel, mémorial, sportif, récréatif...

Concernant les marchés, je privilégie la proximité et l'accessibilité avec l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Afrique, et pour les nouveaux marchés potentiels, l'Europe Centrale et du Nord, le Nigeria, le Ghana, le Canada, sans oublier le marché local et la diaspora.

Attirer les Tours opérateurs semble difficile, mais pas impossible, y a-t-il vraiment une inadéquation offres/coûts ?

Si les Tours opérateurs sont convaincus du potentiel de la destination, les comptes sur la rentabilité peuvent décourager. L'impact des taxes aéroportuaires et la faible capacité hôtelière de standing international rendent le Sénégal peu compétitif. Du coup, le niveau d'exigence des voyageurs et l'attractivité de nouvelles destinations exotiques peuvent freiner les tours opérateurs tentés par le pays de la Teranga.

EXPERT OPINION

ALAIN NOEL, NOUVELLES FRONTIERES SENEGAL

After several setbacks, the revival of Senegalese tourism, with new destination management companies, diversified offerings, and new markets, is nevertheless hampered by a lack of competitiveness. Alain Noël, Director of Nouvelles Frontières Senegal, a destination management company dedicated to leisure and business travel in West Africa and a subsidiary of TUI, focused on tour operators, online booking platforms, cruise lines, airlines, and hotels, analyzes the sector and outlines future perspectives.

How is Senegal faring as a tourist destination since COVID-19 pandemic? Is there a real recovery?

At the end of the health crisis, the opening of our partner, Riu Baobab, in April 2022, launched a spectacular restart. The substantial supply of beds and the novelty aspect of the destination in certain markets has led to the operation of numerous charter flights departing from Europe. Benefiting from widespread publicity, Senegal found itself in the spotlight and our business was significantly boosted. Unfortunately, this enthusiasm slowed down with the electoral unrest, especially for business tourism and the economic context. Travelers on a budget looking for a wider range of options, find Senegal less competitive due to airport taxes. At comparable costs, investments and new routes are being directed towards countries with more favorable operating conditions.

What about the Strategic Tourism Plan of the Senegal 2050 vision?

It's reassuring that tourism is positioned in 6 of the 8 economic hubs, with relevant segmentation: business tourism for Dakar, seaside tourism for Thiès, cultural tourism for the North, and ecotourism for the South, Center, and Southeast regions. This plan is structured around themes that will boost the country's second largest economic sector: the emergence of a digital society, environmental preservation, and land and administrative reforms.

What forms of tourism can Senegal focus on and what new markets would be attracted?

Beach tourism, which, in addition to a steady volume of travelers and revenue, facilitates the opening of new markets compared to other forms of tourism. I therefore believe it is crucial to accelerate investment by



international, regional, and local hotels so that we aren't overtaken by other countries. With this safety net and the relocation of the Port of Dakar to Ndayane, Senegal could focus on the cruise industry and rehabilitate Dakar as a marina, as suggested in November 2024 by the Satolic trade show. The 2026 Youth Olympic Games also present a golden opportunity to position the destination on the MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) market.

With the diversity of offerings in Senegal, traditional tourism segments make sense, but should take a secondary role and be considered more as niche markets. We could consider ecotourism, wellness tourism (thalassotherapy), religious tourism, cultural tourism, memorial tourism, sports tourism, and recreational tourism.

In terms of markets, I prioritize proximity and accessibility to Europe, North America, and Africa, and for potential new markets, I'm focusing on Central and Northern Europe, Nigeria, Ghana, and Canada, not to mention the local market and the diaspora.

Attracting tour operators seems difficult, but not impossible. Is there really a mismatch between offerings supplies and costs ?

While tour operators are convinced of the destination's potential, profitability calculations can be discouraging. The impact of airport taxes and the limited capacity of international-standard hotels make Senegal less competitive. Consequently, travelers' high expectations and the appeal of new exotic destinations may discourage tour operators tempted by the country of Teranga (hospitality).

AH

AFRICAN HERITAGE SERVICES

TOURISME, AÉRIEN, HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS



NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

AHS est destinée à la gestion des entreprises du tourisme, de l'hôtellerie, du transport, des infrastructures, d'aménagements, de logistiques de l'immobilier et des loisirs.

Filiales :

AHAD - African Heritage Advisory
AHTY - African Heritage Technology
AHAC - African Heritage Academy
AHC0 - African Heritage Communication
AHEV - African Heritage Event
AHTR - African Heritage Travel
AHTG - African Heritage Trading
AHCA - African Heritage Cartoon
AHR5 - African Heritage Resorts

Magazines & Podcasts :

Sunugal TourMag
African Heritage TourMag

Événements :

Dakar Bridal Show
18 Safar Exhibition
Tourism Community Gala
Sunugal Tourism Awards
African Heritage Workshops
African Heritage Roadshows

📍 Lot N° 08 - Ngor Almadies
Zone 16-17, TF3089 Dakar
☎ +221 78 377 40 68

🌐 www.africanheritagesn.com
✉ sokhna.sabara@africanheritagesn.com
contact@africanheritagesn.com

AVIS D'EXPERTS

AISSATOU BA, DG AFRICA
HOSPITALITY CONSULT

Avec plus de 30 ans d'expérience dans l'hôtellerie et la restauration au sein de majors comme Le Méridien et Azalaï et Bravia, Aissatou Ba évoque les enjeux et défis du tourisme haut de gamme, avec le retour des grandes chaînes internationales.

Les grandes chaînes s'intéressent-elles au Sénégal ?

Dans le passé, deux chaînes internationales, Accor, avec ses marques Pullman, Novotel, Ibis et le Méridien hors circuit, depuis le non-renouvellement du contrat liant Starwood racheté par Marriott, étaient sur le marché sénégalais. Elles avaient changé de stratégie, à cause de l'insécurité qui compliquait l'exploitation en Afrique, notamment de l'Ouest. Le Sénégal n'était certes pas directement concerné, mais la clientèle raisonne en zones et toute l'activité était affectée.

Ces groupes qui s'étaient rabattus sur l'Afrique du Sud, de l'Est, l'Égypte, tendent à revenir, avec notamment Radisson sous forme de franchise, Marriott et ses hôtels sous format classique de contrat de gestion ou par franchise, Courtyard Marriott et le panafricain Azalaï.

Quel est l'impact de ces grandes chaînes sur le développement du tourisme ?

Précisons que ces chaînes ne sont pas sur tout le tourisme. Elles sont plus sur le tourisme d'affaires, les conférences. Dakar étant une destination d'affaires par excellence, le manque de chambres pouvait bloquer certains événements. On logeait même des gens sur la Petite Côte. L'arrivée des grandes chaînes participe donc à étoffer l'offre touristique et réduire le chômage des jeunes.

Le Sénégal dispose-t-il d'une offre adéquate pour n'importe quel événement international ?

L'offre est importante, il faut juste l'étoffer, pour satisfaire la demande des grands événements. Maintenant, il ne s'agit pas seulement de faire venir les chaînes, il vaut mieux vendre la destination, attirer plus d'événements sur Dakar, de plus en plus bousculée par d'autres destinations.

Justement, Dakar n'est-elle pas en retard sur les autres capitales africaines ?



Si. Les autres destinations se vendent en mettant en exergue leurs points forts. Dakar est restée sur ses acquis. Aussi, pour être plus offensif et attirer plus d'événements, serait-il bien de dédier des équipes à ce segment, à l'instar des pays qui captent les conférences internationales. Aller dans ce sens, renforcer l'offre en quantité et qualité, vendre la destination, nous permettra de faire la différence.

Pour renforcer l'offre, que faire pour attirer davantage les grandes chaînes ?

Le Sénégal a déjà des atouts : un Centre de congrès d'une grande capacité, de bonnes infrastructures routières, un aéroport international moderne, il doit travailler sur la propreté, la sécurité et la promotion des hôtels, prendre des mesures pour rassurer la clientèle, motiver les chaînes à revenir aussi bien pour le tourisme d'affaires que de loisir.

Quid de l'argument fiscal souvent agité ? Le Sénégal a-t-il une fiscalité attractive pour les grandes chaînes ?

C'est effectivement un levier sur lequel s'appuyer. Par exemple, le Maroc qui incite les investisseurs à venir, subventionne la rénovation et remise à niveau des hôtels, la formation des personnels... C'est ce qui contribue à relever le défi.

EXPERT OPINION

AISSATOU BA,
AFRICA HOSPITALITY CONSULT

With more than 30 years of experience in the hotel and restaurant industry with major chains such as Le Méridien, Azalaï and Bravia, Aissatou Ba discusses the challenges and opportunities of upscale tourism, with the return of major international chains.

Are the major chains interested in Senegal?

In the past, two international chains, Accor, with its Pullman, Novotel, Ibis, and Le Méridien brands (which have since withdrawn from the market following the non-renewal of the contract with Starwood, acquired by Marriott), were present on the Senegalese market. They had changed their strategy due to insecurity complicating operations in Africa, particularly in West Africa. Senegal was not directly affected, but customers tend to think in terms of geographical areas, and the entire business was impacted.

These groups, which had previously shifted their focus on South Africa, East Africa, and Egypt, are now tending to return, notably Radisson operating as a franchise, Marriott with its hotels under traditional management contracts or franchise agreements, Courtyard Marriott, and the pan-African Azalaï.

What impact do these large chains have on tourism development?

It's important to note that these chains aren't solely focused on tourism. They are more geared towards business tourism and conferences. As Dakar is a prime business destination, the lack of hotel rooms could hinder some events. People were even being accommodated on the Petite Côte. The arrival of these large chains is therefore contributing to expand the tourism offering and reduce youth unemployment.

Does Senegal have an adequate accommodation, facilities, amenities for any international event?

The offer is significant; it just needs to be expanded to meet the demand for major events. Now, it's not just about attracting chains; we need to better sell the destination and attract more events to Dakar, which is increasingly being challenged by other destinations.

Isn't Dakar lagging behind other African capitals?



Yes. Other destinations market themselves by highlighting their strengths. Dakar has remained complacent. Therefore, to be more proactive and attract more events, it would be wise to dedicate teams to this segment, following the example of countries that attract international conferences. Moving in this direction, strengthening the offer in terms of both quantity and quality, and marketing the destination will allow us to stand out.

To strengthen the offering, what can be done to attract more major hotel chains?

Senegal already has advantages: a large-capacity convention center, good road infrastructure, and a modern international airport. It needs to focus on cleanliness, security, and hotels' promotion, take measures to reassure customers and motivate chains to return for both business and leisure tourism.

What about the often-cited tax argument? Does Senegal have an attractive tax system for large chains?

This is indeed a lever to be used. For example, Morocco, encourages investors to come, subsidizing hotels' renovations and upgrading staff trainings. This is what helps to meet the challenge.

AVIS D'EXPERTS

ERIC PHILIBERT, DG AMHR CONSEIL

Belles plages, population accueillante, culture riche et diversifiée, le potentiel du Sénégal est toutefois insuffisamment exploité pour booster un tourisme de loisirs en constante progression. Avec plus de 35 ans d'expérience sur les marchés français, ouest-africains et antillais, ancien gérant du Lamantin Beach, Eric Philibert porte un regard aiguisé sur les performances, défis et potentiels du sous-secteur.

Comment se porte le tourisme de loisirs au Sénégal, particulièrement sur la Petite Côte ?

Le tourisme de loisirs a connu de belles croissances dernièrement, sous l'impulsion de l'hôtel Riu qui a très bien communiqué sur la destination et développé de nouvelles provenances de clientèles. L'arrivée du groupe Accor à Saly avec la marque Movenpick a aussi boosté l'image de la destination. Et, si avec l'amélioration des infrastructures (autoroute à péage, aéroport international à 30 mn) la station Saly attire plus de clients résidents du Sénégal en week-end et vacances scolaires, le tourisme d'affaires, en séjours individuels ou séminaires résidentiels, connaît aussi une croissance non négligeable.

C'est donc dire que les flux sont en hausse, mais qu'il reste du potentiel, la destination manquant drastiquement de chambres pour devenir un MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events).

Peut-on avoir une idée du profil des clients et des grands pays pourvoyeurs ?

Outre la France, la Belgique et le Sénégal (clientèle locale), principaux apporteurs de clients dans les hôtels, de nouvelles provenances, dont l'Angleterre, l'Allemagne, les Pays Bas, l'Europe de l'Est et les Pays scandinaves, apparaissent.

Qu'en est-il des attentes de ces clients ?

Les touristes viennent en hiver pour le soleil et nos plages, en quête d'un bon rapport qualité/prix souvent en formule « tout inclus ». Aussi, notre destination intéresse un tourisme de découvertes de culture, de patrimoine et de nature, dans les hôtels de bonne gamme type 4 et 5 étoiles ou les lodges de plus en plus nombreux et qualitatifs.

L'autre attente majeure réside dans le tourisme durable, avec un minimum d'impacts sur l'environnement, la culture



locale et les populations et un maximum de bénéfices socio-économiques et culturels pour les communautés d'accueil.

Le secteur s'adapte-t-il aux nouvelles exigences du marché et aux attentes des visiteurs ?

Je dirais oui et non. Oui, car de plus en plus, les établissements touristiques se mettent à niveau avec des offres en constant progrès. Non, car nous n'avons pas encore suffisamment amélioré nos normes environnementales.

Au-delà du balnéaire, quels sont les atouts du tourisme de loisirs au Sénégal et dans la Petite Côte ?

Classiquement, la nature, la diversité des paysages, des cultures. Mais il faut comprendre que la force de la destination, c'est d'abord sa population, son sens de l'accueil et du service.

Quid des freins ?

Le harcèlement des touristes par les marchands ambulants, l'insalubrité, le non-respect de l'environnement, la cherté des billets d'avion, le manque de produits et de concepts innovants (parcs d'attraction, animaliers...).

Que recommanderiez-vous pour booster le secteur ?

Ouvrir le ciel, amener les compagnies low-cost, améliorer l'environnement et motiver les promoteurs à construire des hôtels de standards internationaux.

EXPERT OPINION

ERIC PHILIBERT, AMHR CONSEIL

With its beautiful beaches, a welcoming population, and a rich and diverse culture, Senegal's potential remains largely untapped when it comes to boosting its steadily growing leisure tourism sector. With over 35 years of experience in the French, West African, and Caribbean markets, and as former manager of Lamantin Beach, Eric Philibert has a keen eye for the performance, challenges, and potential of the sub-sector.

How is leisure tourism faring in Senegal, particularly on the Petite Côte?

Leisure tourism has seen significant growth recently, driven by the Riu hotel, which has done an excellent job in promoting the destination and developing new customer sources. The arrival of the Accor group in Saly with the Mövenpick brand has also boosted the destination's image. And while improved infrastructure (toll highway, international airport 30 minutes away) has attracted more Senegalese residents for weekend getaways and school holidays, business tourism, whether for individual stays or residential seminars, is also experiencing considerable growth. This means that while tourism flows are increasing, there is still potential, as the destination is drastically lacking in hotel rooms to become a MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) destination.

Can we get an idea of your customers' profile and the main countries they come from ?

In addition to France, Belgium, and Senegal (local clientele), which are the main sources of hotel guests, new sources are emerging, including England, Germany, the Netherlands, Eastern Europe, and Scandinavia).

What are these clients' expectations?

Tourists come in winter for the sun and our beaches, looking for good value for money, often in all-inclusive packages. Our destination also attracts tourists interested in discovering culture, heritage, and nature experiences, staying in high-end 4- and 5-star hotels or the increasingly numerous and high-quality lodges.

The other major expectation is for sustainable tourism, with minimal impact on the environment, local culture, and communities, and maximum socio-economic and cultural benefits for the host communities.



Is the sector adapting to the new market demands and visitor expectations?

I would say yes and no. Yes, because tourist establishments are increasingly upgrading their offerings. No, because we haven't yet sufficiently improved our environmental standards.

Beyond beach tourism, what are the strengths of leisure tourism in Senegal and on the Petite Côte?

Traditionally, nature, the diversity of landscapes and cultures. But it's important to understand that the destination's strength lies first and foremost in its people, their sense of hospitality, and their service.

What about the obstacles?

Tourists are often harassed by street vendors, unsanitary conditions, lack of respect for the environment, high airfares, and a lack of innovative products and concepts (amusement parks, wildlife parks, etc.).

What would you recommend to boost the sector?

Open up air travel, attract low-cost carriers, improve the environment, and encourage developers to build hotels that meet international standards.



**ÉVADEZ-VOUS, INVESTISSEZ,
RAYONNEZ.**

Imaginez une adresse où le vert émeraude du golf épouse l'azur profond de l'Atlantique...
Bienvenue à SIPRES TIM TIMOL RESORT & SPA.

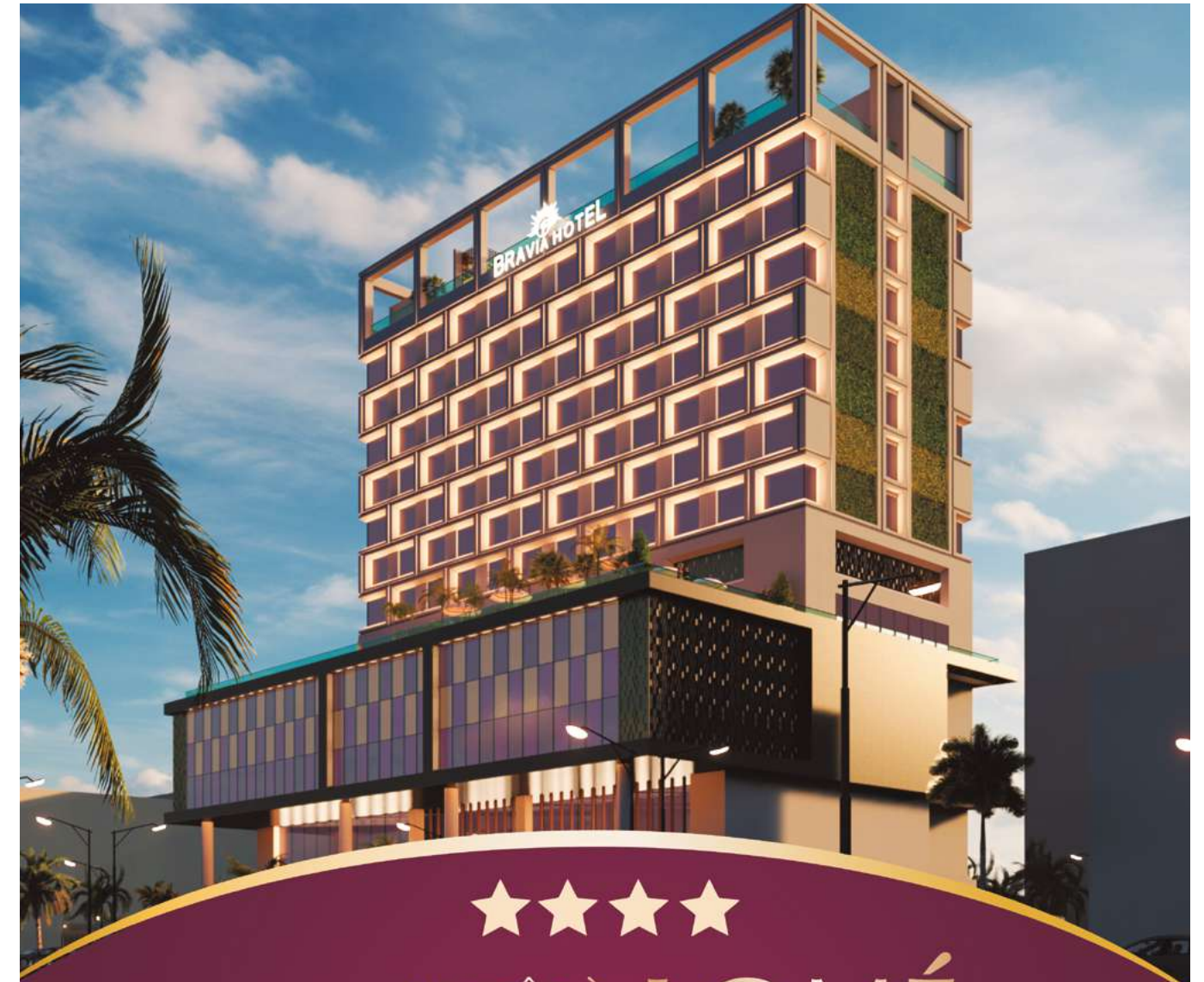


**L'ÉCOSYSTÈME 5 ÉTOILES DES
INVESTISSEURS AVISÉS**

- **Résidences de Prestige** : 72 villas de luxe entièrement équipées, chacune dotée de sa piscine privée, pour une intimité absolue.
- **Infrastructures Premium** : Hôtel 5*, Spa, piscine semi-olympique et Club-house exclusif.
- **Hub Business & MICE** : Une salle de conférence de 500 places pour capter le dynamisme du tourisme d'affaires.
- **Garantie SIPRES** : La signature d'un promoteur historique au Sénégal, gage de sécurité, de qualité et de rendement pérenne.



+221 33 869 15 15 / 77 755 96 96
contacts@sipres.sn / www.sipres.sn



**BIENTÔT À
COMING SOON TO LOMÉ**



**BRAVIA HOTEL
NIAMEY**



Tel.: +227 20 35 40 00
Email : info-niamey@braviahotels.com



**BRAVIA HOTEL
OUAGADOUGOU**



Tel.: +226 25 32 97 97
Email : info-ouaga@braviahotels.com



**LE SEMIRAMIS MARRAKECH
BY BRAVIA HOTELS**



Tel.: +212 5 244 313 77
Email : info-marrakech@braviahotels.com

WWW.BRAVIAHOTELS.COM



AVIS D'EXPERTS

OUMAR DEMBA, LE TOURISME D'AFFAIRES

EX DIRECTEUR D'HEBERGEMENT KING FAHD PALACE HOTEL

“Les stratégies pour booster le secteur..”

Malgré des atouts non négligeables, des cadres idylliques, Dakar pâtit de défis et d'une rude concurrence de capitales africaines dans l'organisation d'événements internationaux.

Est-ce que Dakar rayonne vraiment comme avant ? On dirait qu'elle n'attire plus beaucoup d'événements internationaux ?

Cette impression que Dakar rayonne moins dans l'accueil d'événements internationaux est en partie fondée. Dakar subit une concurrence régionale accrue. Abidjan, Kigali, Nairobi, Johannesburg et des villes marocaines qui ont investi dans les infrastructures, font des offres compétitives. De plus, Dakar est perçue comme une destination relativement chère, surtout pour des événements africains à budgets réduits. Aussi, malgré les améliorations logistiques (transport, coordination...), il importe de renforcer la communication et la promotion de Dakar comme destination événementielle.

Quels sont les défis infrastructurels ? Le Sénégal peut-il accueillir n'importe quel événement ?

Le Sénégal a significativement progressé, avec l'AIBD,

le CICAD, Dakar Arena, des hôtels haut de gamme, mais ne dispose pas encore de la capacité d'accueil pour n'importe quel événement, surtout ceux exigeant des infrastructures spécialisées ou un accueil massif et simultané. Les efforts doivent se poursuivre pour diversifier l'offre géographique, moderniser l'existant et spécifier les infrastructures pour se positionner comme destination capable d'attirer un plus large éventail d'événements.

Au-delà des installations, de quoi dispose le Sénégal pour attirer plus d'organisateur d'événements ?

La chaleur de l'hospitalité et la convivialité de l'accueil sont de véritables marques de fabrique du Sénégal, dont la légendaire TERANGA se traduit par un service attentionné et une volonté d'aider.

Culturellement et naturellement riche, le Sénégal offre une diversité d'expériences allant des plages idylliques

aux sites historiques chargés d'émotions (L'île de Gorée), en passant par des paysages naturels variés (Delta du Saloum, Lac Rose...).

D'une stabilité politique et sociale rassurante pour les organisateurs d'événements, le Sénégal, avec l'Aéroport international Blaise Diagne qui se développe comme un hub important en Afrique de l'Ouest, facilite les connexions vers de nombreuses destinations internationales et régionales.

Quid des obstacles du secteur ?

Bien qu'en plein essor, l'hôtellerie d'affaires sénégalaise souffre du manque d'infrastructures adaptées, de la concurrence régionale, du positionnement limité, de défis logistiques et d'accessibilité, de la mobilité urbaine, de coûts opérationnels élevés, des lourdeurs administratives, du déficit de formation et de ressources humaines compétentes et de faible promotion. Face à ces défis structurels et conjoncturels, des partenariats publics-privés pour moderniser les hôtels, une stratégie combinant transport et digitalisation et une formation à l'hôtellerie high-tech seront bénéfiques.

Quelles recommandations boosteront le secteur ?

Initier des campagnes publicitaires louant la capacité de l'hôtellerie sénégalaise à accueillir des événements avec les influenceurs et les médias.

Représenter le Sénégal aux salons et forums internationaux liés au tourisme d'affaires.

Adapter nos établissements aux standards internationaux avec des salles de conférence équipées, services high-tech et espaces fonctionnels optimisés.

Stimuler le partenariat public-privé et la formation des acteurs locaux pour aligner les offres sur les besoins du marché

Développer des partenariats avec les compagnies aériennes et agences de voyages par l'offre de forfaits combinés (vol + hébergement) pour les groupes d'affaires. Ces actions positionneront le Sénégal comme destination phare pour l'hôtellerie d'affaires en Afrique de l'Ouest, en capitalisant ses atouts économiques, technologiques et culturels.





EXPERT OPINION
OUMAR DEMBA, BUSINESS TOURISM
 EX DIRECTEUR D'HEBERGEMENT KING FAHD PALACE HOTEL

“Strategies to boost the sector...”

Despite its considerable assets and idyllic setting, Dakar faces challenges and fierce competition from other African capitals in hosting international events.

Does Dakar really shine as brightly as it used to? It seems. That it no longer attracts many international events.

This impression that Dakar is less attractive for hosting international events is partly true. Dakar faces increased regional competition. Abidjan, Kigali, Nairobi, Johannesburg, and Moroccan cities that have invested in infrastructure are offering competitive deals. Furthermore, Dakar is perceived as a relatively expensive destination, especially for African events with limited budgets. Therefore, despite logistical improvements (transportation, coordination, etc.), it is crucial to strengthen communication and promotion of Dakar as an event destination.

What are the infrastructural challenges? Can Senegal host any type of event?

Senegal has made significant progress, with the Blaise

Diagne International Airport (AIBD), the International Conference Center for Dakar (CICAD), the Dakar Arena, and high-end hotels, but it does not yet have the capacity to host any event, especially those requiring specialized infrastructure or a large, simultaneous crowds. Efforts must continue to diversify the geographical offering, modernize existing facilities and specify infrastructure to position itself as a destination capable of attracting a wider range of events.

Beyond its facilities, what else does Senegal have to offer to attract more event organizers?

Warm hospitality and welcoming atmosphere are true hallmarks of Senegal, whose legendary TERANGA translated into attentive service and a willingness to help.

Culturally and naturally rich, Senegal offers a diverse range of experiences, from idyllic beaches to emotionally charged historical sites (Gorée Island), and varied natural

landscapes (Saloum Delta, Pink Lake, etc.). With reassuring political and social stability for event organizers, Senegal, with its Blaise Diagne International Airport developing as a major hub in West Africa, facilitates connections to numerous international and regional destinations.

What about the obstacles facing the sector?

Although booming, Senegal’s business hotel industry suffers from a lack of suitable infrastructure, regional competition, limited market positioning, logistical and accessibility challenges, urban mobility issues, high operating costs, administrative red tape, a shortage of training and skilled human resources, and poor promotion. Faced with these structural and cyclical challenges, public-private partnerships to modernize hotels, a strategy combining transportation and digitalization, and training in high-tech hospitality will be beneficial.

What recommendations would boost the sector?

Launch advertising campaigns promoting the Senegalese hotel industry’s capacity to host events, involving influencers and the media.

Represent Senegal at international trade shows and forums related to business tourism.

Adapt our establishments to international standards with fully equipped conference rooms, high-tech services, and optimized functional spaces.

Stimulate public-private partnerships and training for local stakeholders to align offerings with market needs.

Develop partnerships with airlines and travel agencies by offering combined packages (flight + accommodation) for business groups.

These actions will position Senegal as a leading destination for business hotels in West Africa, capitalizing on its economic, technological, and cultural strengths.





AVIS D'EXPERTS
 MOUSSA SALL,
 DG OPTIMA VOYAGES & ANTA AIR

“ Le transport aérien évolue avec le tourisme ”

Transport aérien, Air Sénégal, AIBD, Moussa Sall, fondateur de la low cost, Anta Air, partage son expertise sur la situation du secteur étroitement lié au tourisme.

Comment se porte le secteur aérien au Sénégal ?

Pas trop bien. Depuis une quinzaine d'années, nos aérodromes n'ont toujours pas dépassé les 3 millions de passagers. A suivre les statistiques, entre 8 et 10%, hormis la période 2008, on aurait dû atteindre les 3,5 à 4 millions de passagers. La société nationale a des difficultés, avec une demande supérieure à l'offre et des billets trop chers.

Baisse de trafic et surendettement, y a-t-il moyen de redresser Air Sénégal ?

Avant de redresser, il faut donner à Air Sénégal l'opportunité de se développer. Vu les redevances, taxes et autres pressions, la redresser sera ardue. Diass, un des aéroports les plus chers, impose énormément de taxes. Un avion doit toujours être dans les airs. S'il atterrit, c'est pour faire sa maintenance, prendre des passagers. Il doit voler 8 à 12 heures par jour. Surendettée, Air Sénégal n'a pas suivi une croissance normale. Beaucoup

d'investissements ont été faits, or il fallait asseoir la structure, trouver les avions adaptés aux marchés pistés et travailler sur la programmation jusqu'à sa réalisation complète.

L'aéroport de Diass traverse également des difficultés...

Développer le secteur aérien, c'est tenir compte de tout l'environnement. Le transport aérien évolue avec le tourisme et nécessite des aéroports compétitifs. 50% des chiffres d'affaires du tourisme reviennent aux compagnies aériennes. Un tourisme développé, c'est des aéroports compétitifs, attractifs. Pour lancer le transport aérien, il faut prévoir de lancer le tourisme. L'objectif de l'AIBD, c'est d'avoir le maximum d'atterrissages, entre 30 à 40 par jour. L'aéroport de Dakar n'a jamais atteint 20 % de son potentiel. Diass doit attirer le maximum d'avions. Pour cela, il faut booster le tourisme d'affaires et balnéaire. Il n'y a pas de hasard : sans le tourisme, ce sont des vols ethniques.

La stratégie annoncée par le régime, vous y croyez ?

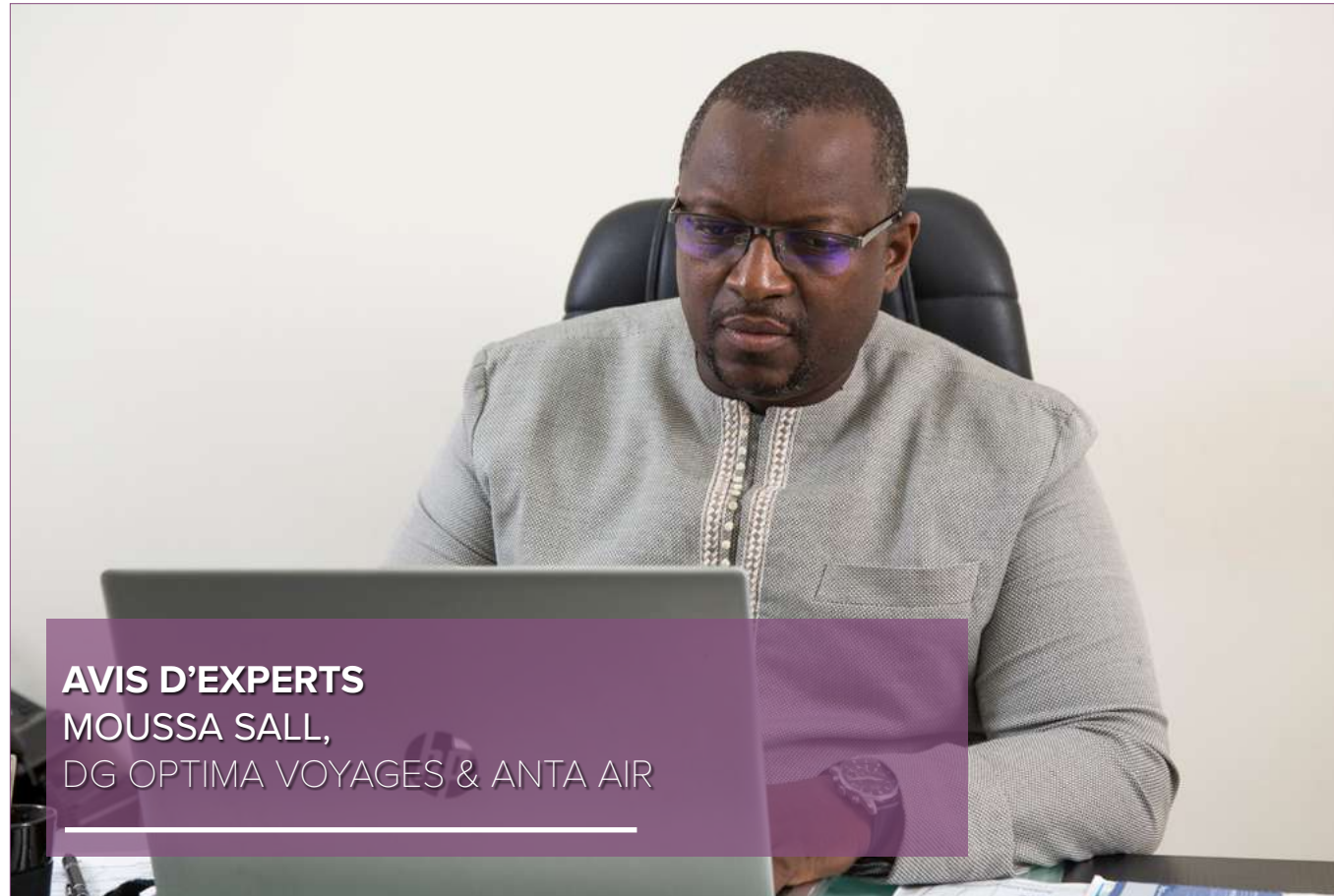
Au Sénégal, comme en Afrique, la vision du transport aérien est monopolistique. Or, les gros moyens ne suffisent pas, il faut tenir compte de l'évolution du secteur, du comportement des clients. La diversification de la demande induit celle de l'offre. En Europe, les compagnies, de la traditionnelle à la low-cost, diversifient leurs offres, s'adaptent en permanence. C'est peut-être dans cette logique qu'on veut installer une sous-compagnie Sénégal Express.

En parlant de low-cost, votre projet Anta Air est dans cette logique.... Que faire pour le développer ?

Le low-cost joue sur la concurrence aéroportuaire. On demande des avantages sur l'aéroport proche de la grande ville et sur l'autre aéroport proche de l'autre grande ville. Dans le low-cost, on vend le siège au passager. Le reste est en option.

On a besoin de l'Etat. Les investisseurs ont peur. Dans l'aérien, un milliard achète un petit appareil. Le million de dollar est l'unité monétaire du secteur. L'Etat n'est pas censé créer une compagnie aérienne, mais asseoir un environnement propice et accompagner par des garanties ou des fonds. Ensuite le propriétaire négocie avec les banques. C'est le principal problème. Même avec l'avion en garantie, une réponse favorable n'est pas garantie.





AVIS D'EXPERTS
 MOUSSA SALL,
 DG OPTIMA VOYAGES & ANTA AIR

“ Air transport is evolving with tourism ”

Air transport, Air Senegal, AIBD (Blaise Diagne International Airport), Moussa Sall, founder of the low-cost carrier Anta Air, shares his expertise on the situation in this sector, which is closely linked to tourism.

How is the aviation sector doing in Senegal?

Not too well. For the past fifteen years, our airports have still not exceeded 3 million passengers. According to statistics, between 8 and 10%, except for the period in 2008, we should have reached 3.5 to 4 million passengers. The national airline is struggling, with demand exceeding supply and tickets being too expensive.

With a decline in traffic and excessive debt, is there a way to turn Air Senegal around?

Before turning things around, Air Senegal must be given the opportunity to grow. Given the fees, taxes, and other pressures, turning it around will be difficult. Diass, one of the most expensive airports, imposes enormous taxes. An aircraft must always be in the air. If it lands, it's for perform maintenance and to pick up passengers. It must fly 8 to 12 hours a day. Heavily indebted, Air Senegal did not follow a normal growth path. A lot of investment has been made,

but it was necessary to strengthen the infrastructure, find aircraft suited to the target markets, and work on the schedule until it was fully implemented.

Diass airport is also facing difficulties...

Developing the aviation sector means taking the entire environment into account. Air transport evolves with tourism and requires competitive airports. 50% of tourism revenue goes to airlines. A developed tourism sector requires competitive and attractive airports. To boost air transport, you must plan to boost tourism. Blaise Diagne International Airport (AIBD) aims to maximize landings, between 30 and 40 per day. Dakar airport has never even reached 20% of its potential. Diass Airport must attract as many flights as possible. To achieve this, business and seaside tourism must be stimulated. It's no coincidence: without tourism, flights are limited to ethnic groups.

Do you believe in the strategy announced by the

regime?

In Senegal, as in Africa, the vision of air transport is monopolistic. However, significant resources are not enough; we must take into account the evolution of the sector and customer behavior. Diversification of demand leads to diversification of supply. In Europe, airlines, from traditional carriers to low-cost carriers, are diversifying their offers and constantly adapting. It is perhaps within this framework that there are plans to establish a subsidiary airline, Senegal Express.

Speaking of low-cost carriers, your Anta Air project fits into this logic... What needs to be done to develop it?

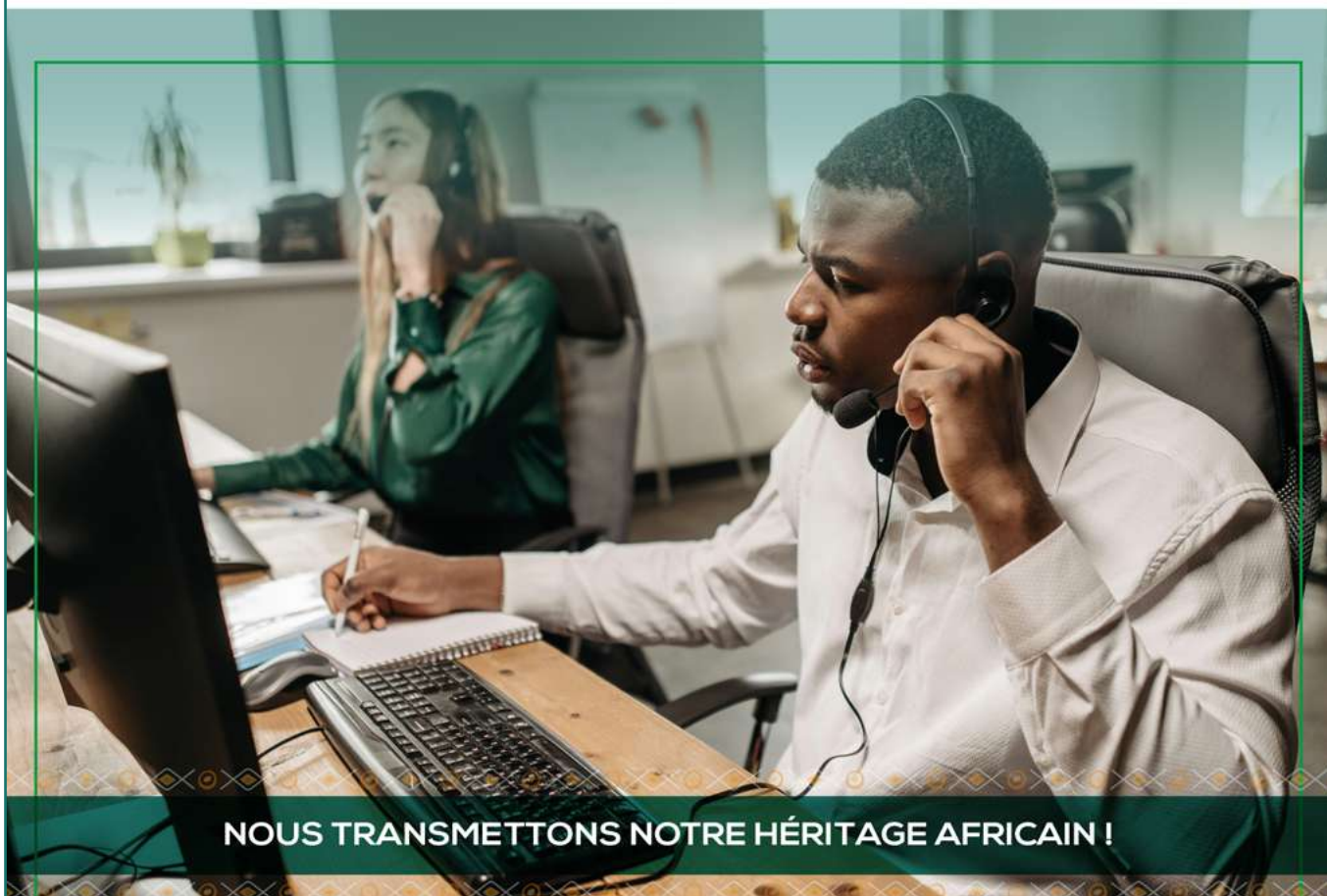
Low-cost carriers capitalize on airport competition. They demand preferential treatment at the airport near the major city and at the other airport near the other major city. In low-cost carriers, the seat is sold to the passenger. The rest is optional.

We need the government's support. Investors are afraid. In the airline industry, a billion francs CFA buys a small aircraft. The million-dollar mark is the sector's currency. The government isn't supposed to create an airline, but rather to establish a favorable environment and provide support through guarantees or funds. Then the owner negotiates with the banks. That's the main problem. Even with the aircraft as collateral, a favorable response isn't guaranteed.





TOURISME, AÉRIEN, HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS



NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

Nous proposons à nos clients de les accompagner dans les activités suivantes :

- * Etude de marché et business plan
- * Elaboration des concepts et de la marque d'une entreprise
- * Elaboration de plan marketing et commercial
- * Création du budget de fonctionnement
- * Démarches administratives et acquisition des licences
- * Négociation des contrats de gestion ou choix de franchise
- * Mise en place des procédures et de standards de gestion
- * Choix des prestataires, des fournisseurs et des logiciels
- * Accompagnement pour les ouvertures et lancements
- * Recrutement et formation du personnel
- * Audits de qualité, technologique et sécuritaire, remise à niveau
- * Labélisation et promotion d'une destination ou d'un site touristique

Nos consultants sont exclusivement des cadres supérieurs diplômés de grandes écoles de commerce et d'universités de renommée mondiale ayant une expérience professionnelle entre 10 et 20 ans.



- 📍 Lot N° 08 - Ngor Almadies
Zone 16-17, TF3089 Dakar
- ☎ +221 77 265 40 53
- 🌐 www.africanheritagesn.com
- ✉ daouda.ndao@africanheritagesn.com
contact@africanheritagesn.com



NOOM RESIDENCES COLLECTION

L'écrin privilégié face à l'océan Atlantique

Offrez à vos séjours une dimension rare. Face à l'immensité de l'Atlantique, Noom Residences Collection révèle une adresse confidentielle où l'architecture contemporaine dialogue avec la puissance de l'océan.

Des villas d'exception, pensées comme des œuvres d'art, alliant volumes lumineux, lignes épurées et confort absolu. Chaque espace s'ouvre sur de vastes terrasses privées, prolongées par des piscines à débordement offrant une vue panoramique, infinie, saisissante.



Ici, l'intimité d'une résidence privée rencontre l'exigence d'un service hôtelier cinq étoiles. **Une expérience immersive**, exclusive, conçue pour **une clientèle en quête de discrétion, de distinction et de perfection.**

- Service sur-mesure.
- Chef privé à la demande.
- Interlocuteur dédié 24/7.
- Expériences soigneusement orchestrées.

Informations & réservations :

✉ sales.ndkr@noomhotels.com
☎ +221 33 869 33 14 / +221 77 270 40 40

DESTINATION & DECOUVERTES
DESTINATION & DISCOVERIES



LES ÎLES DU SALOUM
LES PUIITS DE SEL MULTICOLORES DE PALMARIN
FATHALA
LES PALÉTUVIERS



LES ÎLES DU SALOUM
EVASION DANS L'EDEN SÉNÉGALAIS

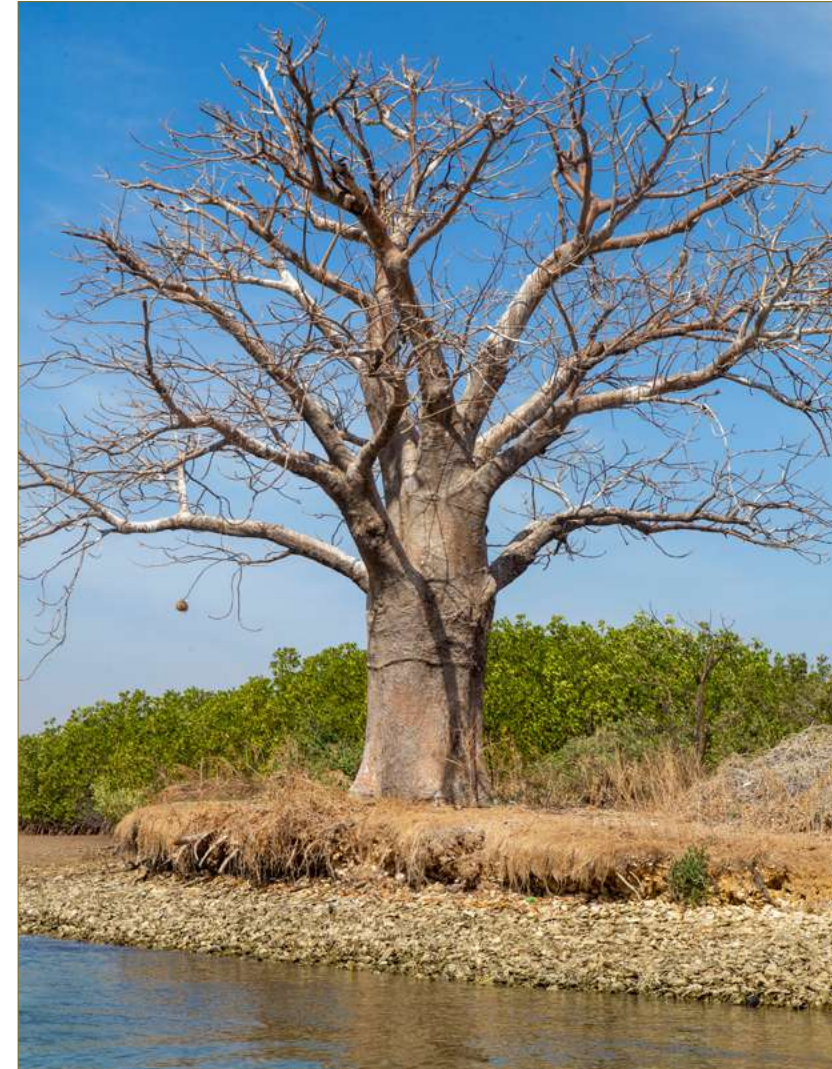
Archipel et bancs de sable, un des plus grands complexes de mangroves d'Afrique de l'Ouest, écrin de nature entre terre et mer où calme et authenticité des promenades en calèche au clair de lune et gazouillis auroral des oiseaux multicolores plongent dans un décor somptueux où s'entrelacent trois arbres (rônier, fromager et caïllédrat), symbole de cohésion entre catholiques, musulmans et animistes, ouverts aux traditions ancestrales, attachés à la gentillesse et à l'humour, bienvenue en pays sérére, là où l'Afrique s'offre fabuleuse et irréelle pour un voyage vers «l'Amazonie du Sénégal», merveille de contrée aux sites incontournables, dont le parc national du delta du Saloum.

Mosaïque de paysages, oasis naturelle, deuxième parc du Sénégal, après Niokolo-Koba, classé par l'UNESCO réserve mondiale de la biosphère, c'est l'une des plus belles baies au monde, où les pirogues traditionnelles, sillonnant le dédale de bolongs (étroits bras d'eau serpentant dans la mangrove), mènent à la découverte de milliers d'îles et d'îlots, refuge pour près de 150 espèces

d'oiseaux rares et en voie de disparition, dont la plus grande colonie nidificatrice de sternes royales au monde.

Comptant près de 115 espèces de poissons, se découvrant en balades vespérales à bord de pirogues entre les mangroves, pêche à la ligne sur le ponton, farniente sur les magnifiques plages, dégustation de plats traditionnels à base de crevettes, huîtres, carpes fraîchement pêchées, le Delta du Saloum attire les pêcheurs de loisir s'essayant aux techniques de la pêche aux vifs, la traîne aux leurres et la pêche au posé de la carangue, du barracuda et de la carpe rouge.

A travers ses magiques îles, Toubacouta, Foundiougne, Palmarin, Niominka, Dionewar, Niodor, Djiffer, Ndangane, Sipo, Mar Lodj..., véritables havres de paix, de sérénité, le Saloum invite à la contemplation de ses échasses bordées de palétuviers au sauvage mystère des peuplades de mammifères et reptiles, et une immersion en pleine nature.





THE SALOUM ISLANDS
ESCAPE TO THE SENEGALESE EDEN

Archipelago and sandbanks, one of the largest mangrove complexes in West Africa, a natural haven between land and sea where the calm and authenticity of moonlit horse-drawn carriage rides and the aurora borealis chirping of multicolored birds immerse you in a sumptuous setting where three trees intertwine (palm, kapok, and mahogany), symbolizing the cohesion between Catholics, Muslims, and Animists, open to ancestral traditions, attached to kindness and humor. Welcome to Serer country, where Africa offers itself as fabulous and surreal way for a journey to the «Amazon of Senegal,» a marvelous region with must-see sites, including the Saloum Delta National Park.

A mosaic of landscapes, a natural oasis, Senegal's second largest park after Niokolo-Koba and classified by UNESCO as a World Biosphere Reserve, it is one of the most beautiful bays in the world, where traditional pirogues, navigating the maze of bolongs (narrow waterways winding through the mangroves), leading to the discovery of thousands

of islands and islets, a refuge for nearly 150 species of rare and endangered birds, including the world's largest nesting colony of royal terns.

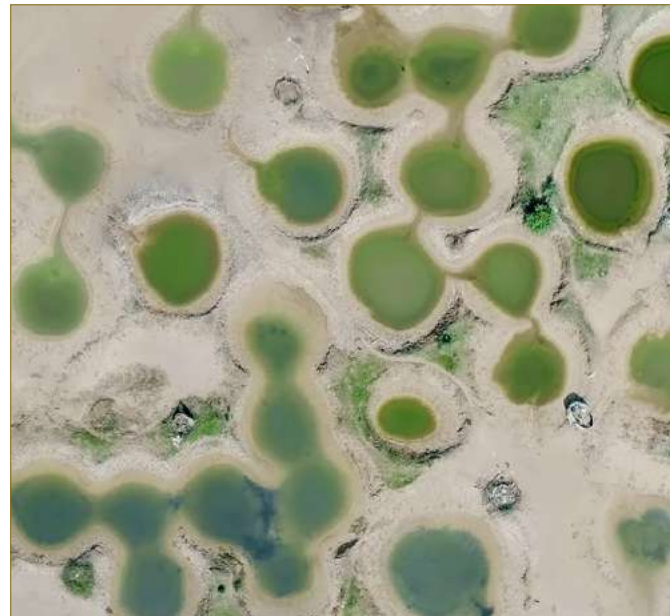
Home to nearly 115 species of fish, to be discovered on evening pirogue trips through the mangroves, fishing from the pier, relaxing on the magnificent beaches, and tasting traditional dishes made with freshly caught shrimp, oysters, and carp, the Saloum Delta attracts recreational fishermen who try their hand at live bait fishing, lure trolling, and bottom fishing for jacks, barracuda, and red snapper.

Through its magical islands, Toubacouta, Foundiougne, Palmarin, Niominka, Dionewar, Niodor, Djiffer, Ndangane, Sipo, Mar Lodj, and others, true havens of peace and serenity, the Saloum invites visitors to contemplate its mangrove-lined stilts and the wild mystery of its mammals and reptiles tribes to immerse themselves in nature.





PALMARIN
DÉCOUVERTE DES PUIITS DE SEL
MULTICOLORES



Incroyable, étonnant, époustouflant ! La trilogie superlative est à l'aune de l'émerveillement suscité par la vue céleste des petites lagunes de puits de sel !

Nichés dans le delta du Sine-Saloum, à Palmarin, sur la côte atlantique du Sénégal, connue pour sa biodiversité, ses mangroves et sa saliculture, les multicolores puits de sel sont un spectacle féérique pour les photographes, dont les objectifs s'extasient devant le kaléidoscope rose pâle, rouge profond, vert d'eau, brun, voire violet pour un voyage hors du temps.

Creusés par les riverains du fleuve, abreuvés d'une eau salinisée par l'infiltration des nombreux bras marins qui pénètrent les terres, ces puits forment de paradisiaques îles et îlots. Ce sel fluvial récupéré et séché sur des bâches en plastique, relève le goût de la visite de cette région du Sine-Saloum qui, en outre, est un parc ornithologique abritant près de 80 espèces d'oiseaux et un site dortoir pour les flamants roses.



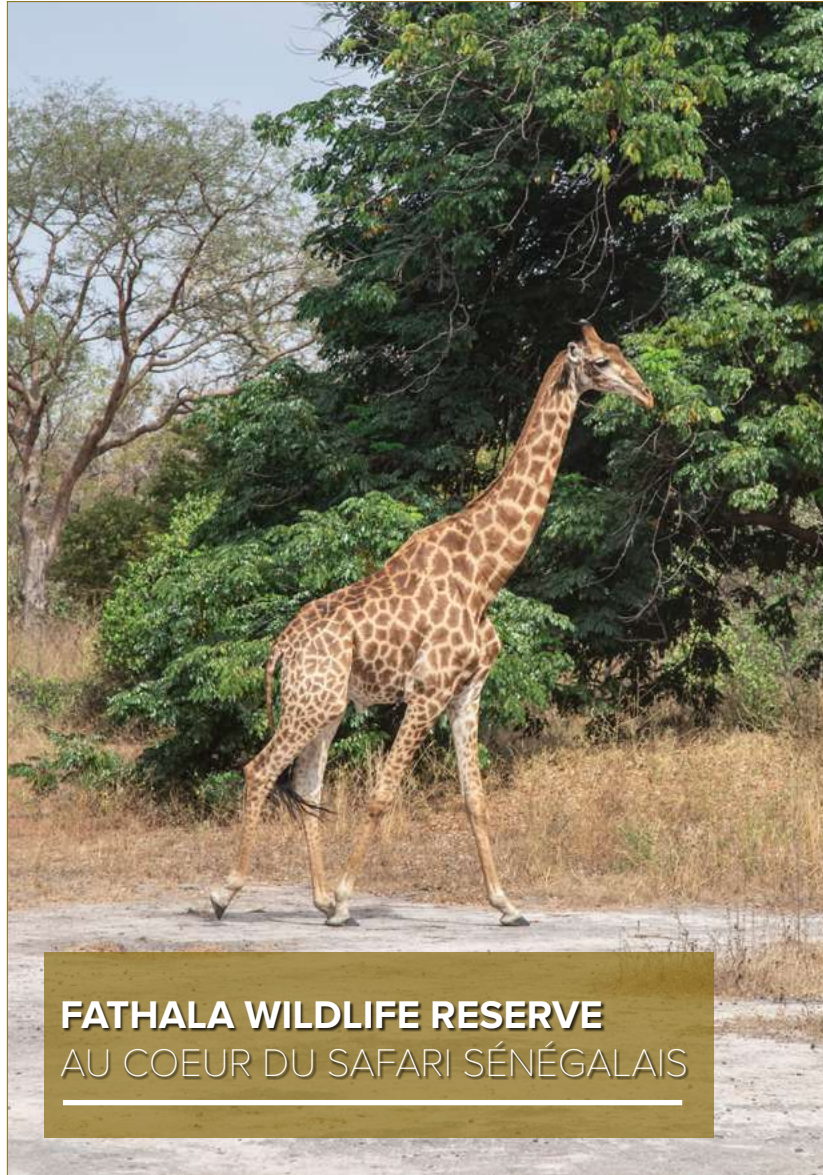
PALMARIN
DISCOVERING THE MULTICOLORED
SALT WELLS



Incredible, astonishing, breathtaking! This superlative trilogy perfectly captures the wonder inspired by the heavenly view of the small salt well lagoons!

Nestled in the Sine-Saloum Delta, in Palmarin, on Senegal's Atlantic coast, known for its biodiversity, mangroves, and salt farming, the multicolored salt wells are a magical sight for photographers, whose lenses are captivated by the kaleidoscope of pale pink, deep red, aqua green, brown, and even purple, transporting them on a timeless experience.

Dug by the river's inhabitants (residents) and fed by water salinated by the infiltration of the many sea branches that penetrate the land, these wells form idyllic islands and islets. This river salt, recovered and dried on plastic tarpaulins, enhances the experience of visiting this region of Sine-Saloum, which is also an ornithological park home to nearly 80 species of birds and a sleeping site for flamingos.



FATHALA WILDLIFE RESERVE
AU COEUR DU SAFARI SÉNÉGALAIS



Destination incontournable pour les aventuriers, la réserve de Fathala offre une expérience authentique de la brousse africaine.

Amoureux de nature et de faune, un «Safari guidé» dans ce merveilleux cadre vous offrira une immersion dans l'univers des troupes familiaux du rare élan géant derby que l'on ne trouve qu'en Afrique de l'Ouest, entre autres espèces d'antilopes rouannes, dont le cobe à croissant et le guib harnaché.

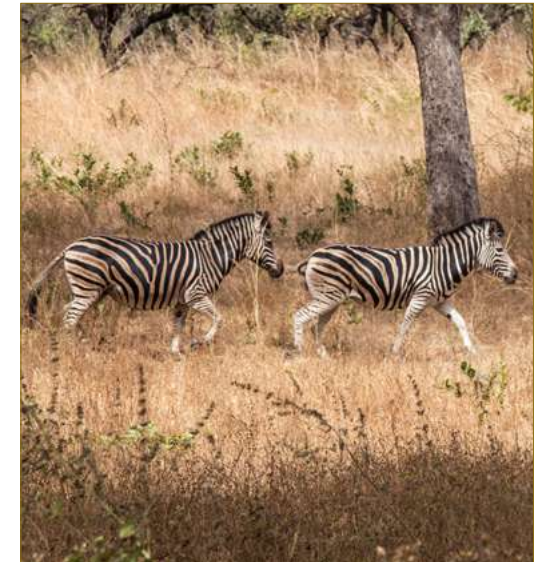
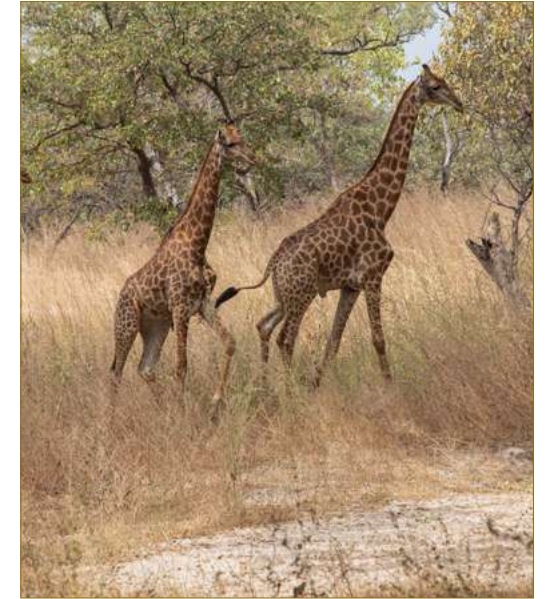
Approcher les girafes, rhinocéros, buffles, phacochères, ainsi que les colobes rouges, singes vervets verts et patas rouges ou admirer des espèces d'oiseaux aux couleurs exquises entre les acajous africains géants vaudra plus qu'un détour.

Marcher avec les lions à la Réserve de Fathala est une expérience unique d'interactions pédestres avec le roi de la savane.

Aller en excursion à bateau dans les mangroves au milieu des paysages magnifiques du Delta du Saloum, avec la possibilité d'apercevoir des dauphins et des crocodiles et passer des nuits romantiques sous les tentes luxueuses installées au cœur de la nature, avec des vues spectaculaires, sont les autres charmes de Fathala.



FATHALA WILDLIFE RESERVE
AT THE HEART OF THE
SENEGALESE SAFARI



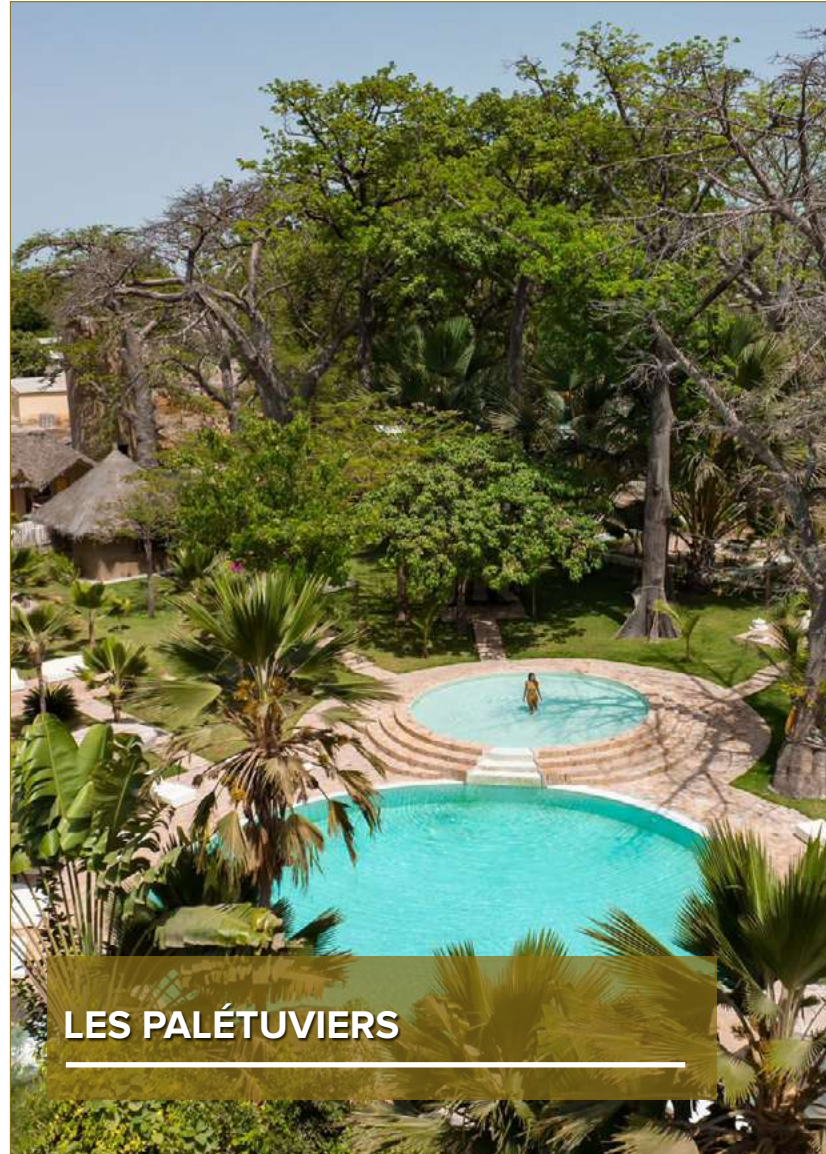
A must-see destination for adventurers, the Fathala Reserve offers an authentic African bush experience.

Nature and wildlife lovers will enjoy a guided safari in this magnificent setting, immersing themselves experience in the world of family herds of the rare giant elan Derby, found only in West Africa, among other species roan of antelope, including the waterbuck and the bushbuck.

Getting close to giraffes, rhinos, buffalos, warthogs, as well as red colobus monkeys, green vervet monkeys, and red patas monkeys, or admiring exquisitely colored bird species among the giant African mahogany trees, is well worth the trip.

Walking with lions at the Fathala Reserve is a unique experience of walking interaction or foot-to-foot interaction with the king of the savannah.

Other charms of Fathala include boat trips through the mangroves amid the magnificent landscapes of the Saloum Delta, with the chance to spot dolphins and crocodiles, and romantic nights spent in luxurious tents set up in the heart of nature, with spectacular views.



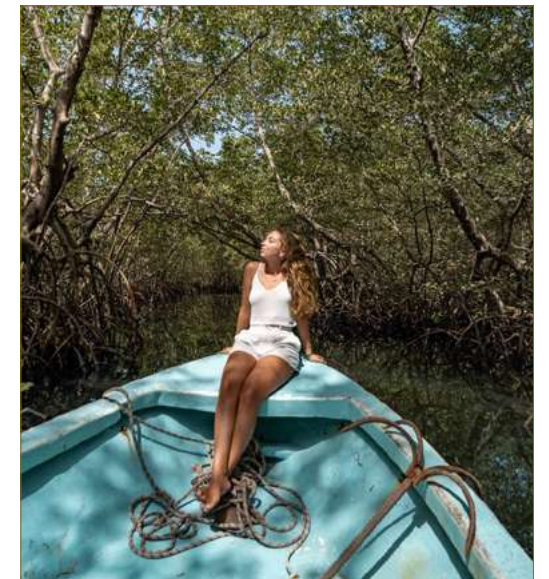
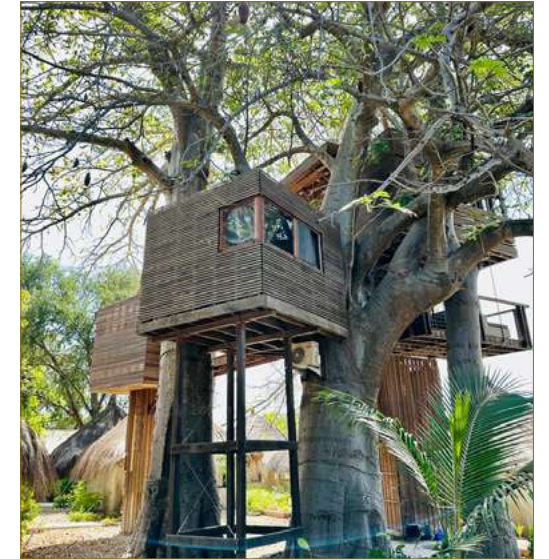
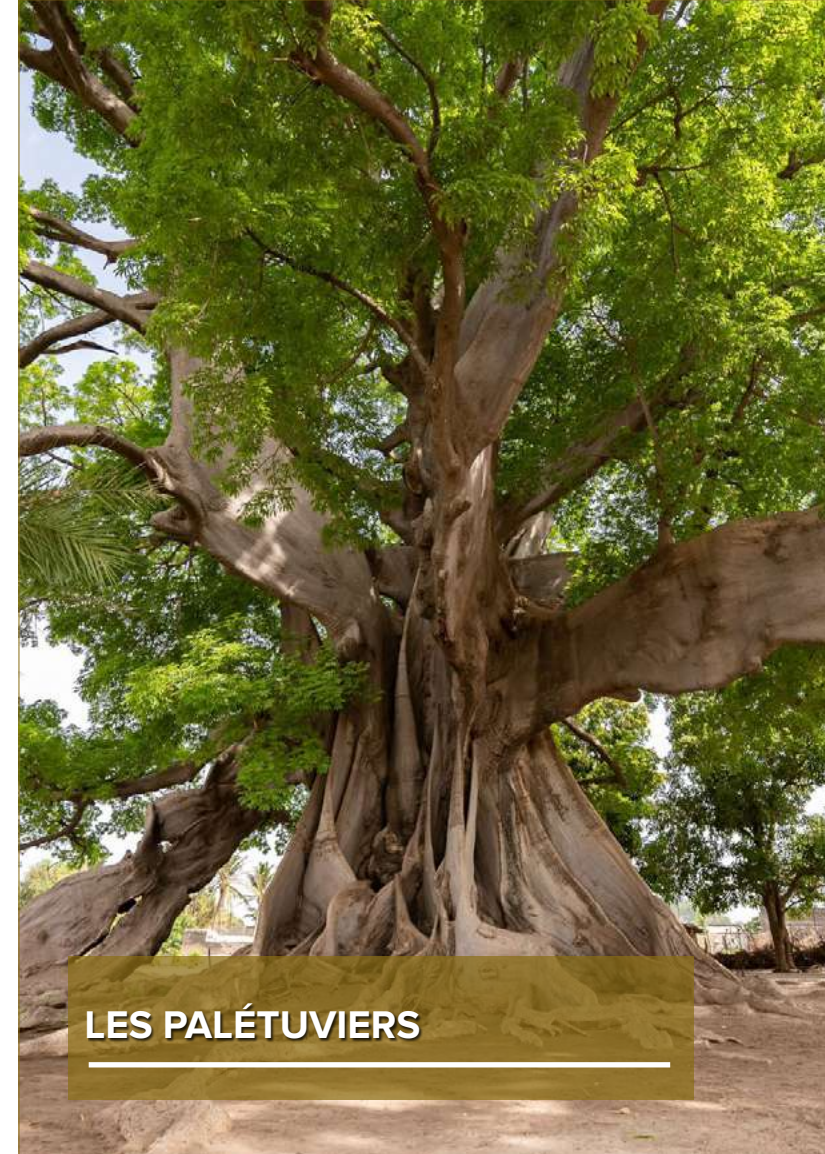
Les Palétuviers est un boutique hôtel de luxe situé au bord du fleuve, dans le magnifique delta du Sine-Saloum, à Toubacouta, au Sénégal. Entouré de mangroves, de baobabs et d'une faune abondante, c'est l'endroit idéal pour se détendre.

Réputé pour son cadre naturel paisible, l'hôtel offre à ses clients un mélange unique de confort, d'écotourisme et d'expériences culturelles authentiques, procurant un sentiment de détente sans pareil. Les options d'hébergement comprennent d'élégants lodges, des bungalows familiaux, des suites dans la mangrove et même une cabane de luxe construite à l'intérieur d'un majestueux baobab.

Les clients peuvent profiter d'un restaurant servant

une cuisine locale créative, d'un spa bien-être, d'une piscine extérieure et d'une variété d'excursions, notamment l'observation des oiseaux, la visite de villages et l'exploration de la mangrove. Les Palétuviers est particulièrement apprécié pour son engagement en faveur du tourisme durable et ses liens étroits avec la communauté de Toubacouta, ce qui en fait une destination où les visiteurs peuvent se détendre, profiter de la nature et s'immerger dans la culture locale.

Votre corps et votre esprit se ressourceront grâce à la nature, à la chaleur des habitants, aux spécialités locales et au magnifique ciel étoilé. Votre séjour sera bien plus qu'un simple voyage, ce sera une expérience revigorante et exceptionnelle.



Les Palétuviers is a luxury boutique hotel located on the banks of the river in the beautiful Sine-Saloum Delta in Toubacouta, Senegal. Surrounded by mangroves, baobab trees and rich wildlife, it is the perfect place to relax.

Renowned for its peaceful natural setting, the hotel provides guests a unique blend of comfort, ecotourism, and authentic cultural experiences, providing an unparalleled sense of relaxation. Accommodation options include elegant lodges, family bungalows, mangrove suites, and even a luxury treehouse built inside a majestic baobab tree.

Guests can enjoy a restaurant serving creative local cuisine, a wellness spa, an outdoor pool, and a variety of excursions including birdwatching, village visits, and mangrove exploration. Les Palétuviers is particularly valued for its commitment to sustainable tourism and

its strong connection with the Toubacouta community, making it a destination where visitors can unwind, enjoy nature and immerse themselves in the local culture.

Your body and soul will be recharged by nature, the charming locals, the local delicacies, and the magnificent starry sky. Your stay will be more than just a vacation; it will be a rejuvenating and exceptional experience.

CONFORT & GASTRONOMIE

Vacances Réussies



À Saly, notre hôtel 4 étoiles offre un cadre idéal avec sa plage privée et son immense piscine.

Ses suites confortables et spacieuses, d'une à trois chambres, accueillent couples et familles.

Notre Chef Mor propose une cuisine soignée et élégante, à savourer dans une atmosphère simple et décontractée.

Hôtel Neptune, une ambiance familiale et chaleureuse, où tout invite à un séjour paisible et au bonheur sincère.



★★★★

HÔTEL
NEPTUNE
SALY
SÉNÉGAL



HOTEL-NEPTUNE-SENEGAL.COM

CONTACT@HOTEL-NEPTUNE-SENEGAL.COM

TÉLÉPHONE : (+221) 33 957 23 20 | WHATSAPP : 221 78 131 28 52

ENVIRONNEMENT
ENVIRONMENT



LA SAPCO SÉNÉGAL ET LA SLT
LA PÊCHE DANS LA MANGROVE



LA SAPCO SÉNÉGAL ET LA SLT
POUR UN ENVIRONNEMENT
PROPRE ET DURABLE

SAPCO SÉNÉGAL AND SLT
FOR A CLEAN AND SUSTAINABLE
ENVIRONMENT

Aménagement et promotion touristique : la SAPCO fait sa mue

Tourism development and promotion: SAPCO undergoes Transformation

La Société d'aménagement et de promotion des côtes et zones touristiques (SAPCO) a entamé sa métamorphose en lançant deux filiales, dont la Sénégalaise de logistique et de transport (SLT), assignée à valoriser les sites touristiques et à "promouvoir une expérience unique et de qualité" pour les visiteurs. En quelques mois, d'importants investissements ont permis des résultats palpables. Avec 14 nettoyeuses de chaussée pour des espaces publics impeccables, 14 tamiseuses de plage, 14 bennes tasseuses, 14 taxis hybrides, le directeur général de la SLT, Moussa Sow, qui s'est confié à Sunugal Tourmag, compte éradiquer l'insalubrité des sites touristiques, en partenariat avec les collectivités territoriales et la Sonaged, l'entité publique chargée de la gestion des déchets.

The Coastal and Tourist Zone Development and Promotion Company (SAPCO) has begun its transformation by launching two subsidiaries, including the Senegalese Logistics and Transport Company (SLT), tasked with enhancing tourist sites and "promoting a unique and high-quality experience" for visitors. In just a few months, significant investments have yielded tangible results. With 14 street sweepers for spotless public spaces, 14 beach sifters, 14 compactor trucks, and 14 hybrid taxis, SLT's Managing Director, Moussa Sow, speaking to Sunugal Tourmag, intends to eradicate unsanitary conditions at tourist sites, in partnership with local authorities and Sonaged, the public entity responsible for waste management.

Cabines modulaires : une révolution dans l'hébergement

MODULAR CABINS: A Revolution in Accommodation

Autre innovation majeure, les cabines modulaires révolutionnent l'offre touristique, adaptant, selon le DG de la SLT, des solutions polyvalentes à une multitude d'applications : bureaux, hébergements, bases de vie, commerces, restaurants et bien plus encore... Sur les perspectives, la SLT, en accord avec le Port Autonome de Dakar, finalise le prototypage du premier modèle à livrer pour l'aménagement du Môle 3 où des bateaux de croisière débarquent, chaque semaine, des touristes." Avec ces cabines, le port aura des boutiques pour les marchands artisanaux, une salle d'attente pour la clientèle de croisière. L'entreprise publique compte se déployer, avec la maison mère, dans toutes les zones où l'offre d'hébergement fait défaut.

Another major innovation, modular cabins are revolutionizing the tourism offering, adapting, according to the CEO of SLT, versatile solutions to a multitude of applications: offices, accommodations, living quarters, shops, restaurants, and much more. Looking ahead, SLT, in agreement with the Port Authority of Dakar, is finalizing the prototype of the first model to be delivered for the development of Pier 3, where cruise ships disembark tourists every week. With these cabins, the Port Authority of Dakar will have shops for artisan vendors and a waiting area for cruise ship passengers. The public company plans to expand, in conjunction with its parent company, into all areas where accommodation is lacking.





LA PÊCHE DANS LA MANGROVE

UN MODE DE VIE ENTRE NATURE ET SAVOIRS ANCESTRAUX

Dans les zones côtières du Sénégal, notamment autour des bolongs et bras de mer, la mangrove offre un écosystème unique, riche en ressources halieutiques. Pour de nombreuses communautés, la pêche artisanale dans ces zones n'est pas qu'une activité économique : c'est un héritage, un mode de vie façonné par des générations de pratique et d'adaptation.

La mangrove abrite poissons, huîtres, crevettes et crabes, mais c'est aussi un refuge pour les espèces en période de reproduction. Les pêcheurs, souvent en pirogue, utilisent des techniques douces et respectueuses : filets sélectifs, nasses, paniers en osier. Les femmes, elles, récoltent les coquillages à marée basse, parfois accompagnées de leurs enfants.

Au-delà de son aspect nourricier, la pêche dans la mangrove est rythmée par les saisons, les marées et les croyances. Les pêcheurs savent lire les courants, interpréter les signes du ciel, et respecter les interdits liés à certains lieux ou espèces.

Aujourd'hui, la pression climatique, la pollution et la surexploitation menacent cet équilibre fragile. Pourtant, la pêche en mangrove reste un symbole de résilience, d'harmonie avec la nature et de transmission culturelle. Protéger ces pratiques, c'est préserver à la fois l'environnement, la souveraineté alimentaire et l'identité des communautés qui vivent au rythme des eaux.



FISHING IN THE MANGROVES

A WAY OF LIFE COMBINING NATURE AND ANCESTRAL KNOWLEDGE

In Senegal's coastal areas, particularly around the bolongs (tidal creeks) and inlets, the mangroves offer a unique ecosystem, rich in fishery resources. For many communities, artisanal fishing in these areas is not just an economic activity: it is a heritage, a way of life shaped by generations of practice and adaptation.

The mangroves are home to fish, oysters, shrimp, and crabs, but they are also a refuge for species during their breeding season. Fishermen, often in dugout canoes, use gentle and respectful techniques: selective nets, traps, and wicker baskets. Women harvest shellfish at low tide, sometimes accompanied by their children.

Beyond its role as a source of food, fishing in the

mangroves is governed by the seasons, the tides, and local beliefs. Fishermen know how to read the currents, interpret the signs of in the sky, and respect the prohibitions associated with certain areas or species.

Today, climate pressure, pollution, and overexploitation threaten this fragile balance. Yet mangrove fishing remains a symbol of resilience, harmony with nature, and cultural transmission. Protecting these practices means preserving the environment, food sovereignty, and the identity of the communities that live in harmony with the rhythm of the waters.



TERROU·BI
- DAKAR -



OASIS URBAINE AU COEUR DE DAKAR

Laissez-vous séduire par l'élégance discrète du Terrou-Bi, un écrin d'exception où chaque attention personnalisée cultive l'atmosphère intime du "comme à la maison".

Niché au bord de l'Océan, ce havre de paix conjugue harmonieusement affaires et art de vivre. Vos événements trouvent au Terrou-Bi un cadre unique où chaque espace, du confidentiel au grandiose, est adaptable à vos besoins, assurant des expériences mémorables.

MAISON DE FAMILLE
DEPUIS 1986

HÔTEL 5 ÉTOILES - RESTAURANTS - BARS
LOUNGE - PLAGE & PISCINE PRIVÉES
BALADE EN BATEAU - CENTRE DE BIEN-ÊTRE
SALLE DE FITNESS - CASINO - 1 500 M2
D'ESPACES DE SÉMINAIRES & BANQUETS

+338399039
www.terroubi.com



TRANSPORT
TRANSPORTATION



TRANSPORT AÉRIEN : LA PRIMATURE PREND LES COMMANDES
TRANSPORT ROUTIER ET FERROVIAIRE AU SERVICE DU TOURISME
AUTOCARISTES ET LOUEURS DE VÉHICULES : LE FILON SUR LA ROUTE TOURISTIQUE



TRANSPORT AÉRIEN
LA PRIMATURE PREND LES COMMANDES

Pour la sortir de ces zones de turbulence, d'importantes initiatives, dont l'apurement des dettes d'exploitation aux créanciers et la dotation en ressources suffisantes pour financer les besoins en fonds de roulement, ont été prises.

De plus, le Gouvernement va redimensionner le réseau et la flotte de la compagnie, développer des partenariats stratégiques, finaliser les plans stratégiques de développement 2025-2029 et les contrats de performance y afférents, lancer Air Sénégal express dédié aux vols intérieurs et à destination des pays limitrophes.

En 2025, le Premier Ministre avait instruit pour l'acquisition et le déploiement, dans les meilleurs délais, d'aéronefs de type L410 NG, conformément au contrat commercial et à la convention liant le Sénégal et les

partenaires techniques et financiers.

Air Sénégal transportera l'ensemble du quota national de pèlerins pour le Hajj 2026. Cette année, près de 10.000 fidèles voyageront à travers 25 vols directs spécialement dédiés à cet effet. Un dispositif a été mis en place par les collaborateurs afin d'assurer le bon déroulement de l'opération et convoyer sereinement les pèlerins vers les lieux saints.

Une innovation majeure consiste à personnaliser les valises des passagers afin d'améliorer la gestion des franchises bagages. Le programme détaillé de la phase aller du 8 au 18 mai, ainsi que celui de la phase retour qui débutera du 31 mai, avec un dernier vol retour prévu le 11 juin.



AIR TRANSPORT
THE PRIME MINISTER'S OFFICE TAKES CONTROL

To pull the airline out of these turbulent times, significant initiatives have been undertaken, including clearing operating debts owed to creditors and allocating sufficient resources to finance working capital needs.

Furthermore, the Government will resize the company's network and fleet, develop strategic partnerships, finalize the 2025-2029 strategic development plans and related performance contracts, and launch Air Sénégal Express, dedicated to domestic flights and flights to neighboring countries.

In 2025, the Prime Minister instructed the acquisition and deployment, as soon as possible, of L410 NG aircraft, in accordance with the commercial contract and the agreement between Senegal and its technical and financial partners.

Air Senegal will transport the entire national quota of pilgrims for the 2026 Hajj. This year, nearly 10,000 pilgrims will travel on 25 direct flights specifically dedicated to this purpose. A system has been put in place by staff to ensure the smooth running of the operation and to transport the pilgrims safely to the holy sites.

A major innovation involves personalizing passengers' suitcases to improve baggage allowance management. The detailed schedule for the outbound phase, from May 8th to 18th, and the return phase, which will begin on May 31st, with the final return flight scheduled for June 11th, are available.



TRANSPORT
TRANSPORT ROUTIER ET FERROVIAIRE
AU SERVICE DU TOURISME

Essentiel au développement économique, les transports routier et ferroviaire participent à la croissance du tourisme et à la création d'emplois.

Des investissements conséquents dans les infrastructures routières et ferroviaires ont doté le Sénégal d'un des plus longs réseaux autoroutiers à péage d'Afrique de l'ouest. Avec un réseau long de 358 kilomètres, il disposera de 578 kilomètres d'autoroute, quand les tronçons Dakar-Saint-Louis et Diamniadio-Lac Rose seront livrés en 2026. Toutefois, ce tapis routier est rare voire inexistant dans le Sénégal oriental et le sud du pays où le désenclavement est un facteur limitant.

Le Train Express Régional (TER) du Sénégal est un système de transport ferroviaire rapide et moderne reliant Dakar à Diamniadio (36 km) en 20-25 minutes, avec une extension prévue vers l'aéroport AIBD. Mis en service en 2021, il dessert 13 gares (Colobane, Pikine, Rufisque, etc.), offrant une alternative climatisée et sécurisée aux embouteillages pour des milliers de voyageurs quotidiens.



TRANSPORTATION
ROAD AND RAIL TRANSPORT IN THE
SERVICE OF TOURISM

Essential to economic development, road and rail transport contribute to the growth of tourism and job creation.

Significant investments in road and rail infrastructure have provided Senegal with one of the longest toll highway networks in West Africa. With a network spanning 358 kilometers, it will have 578 kilometers of highway when the Dakar-Saint-Louis and Diamniadio-Lac Rose sections are completed in 2026. However, this road network is scarce or even non-existent in eastern Senegal and the south of the country, where access to isolated areas is a limiting factor.

The Regional Express Train (TER) of Senegal is a modern, high-speed rail system connecting Dakar to Diamniadio (36 km) in 20-25 minutes, with a planned extension to the AIBD airport. Launched in 2021, it serves 13 stations (Colobane, Pikine, Rufisque, etc.), offering a safe, air-conditioned alternative to traffic congestion for thousands of daily commuters.



AUTOCARISTES ET LOUEURS DE VÉHICULES
LE FILON SUR LA ROUTE TOURISTIQUE

La location de voitures pour voyages de groupes et séjours à l'intérieur du Sénégal est devenue une option pour les touristes. Si la vente de voitures est évaluée à des millions, le marché locatif profite aussi du tourisme.

Hertz, Senecartours, Autorent, entreprises de location de voitures et spécialistes du voyage routier, sont aussi habilitées dans le conseil pour projets de voyage en groupe. Entre touristes internationaux et voyageurs locaux, la location de voitures n'est pas soumise à la saisonnalité. Outre les clients d'agences touristiques ou de Tours opérateurs, organisateurs de colonies de vacances, entreprises ou groupes d'amis requièrent leurs

services. Pour capter ces flux financiers, les autocaristes et loueurs de véhicules contractent avec les compagnies aériennes, hôtels, tours opérateurs et l'Etat.

Avec la croissance du tourisme local et les nombreux Sénégalais voulant découvrir le pays en voyages organisés, les autocaristes s'alignent en adaptant les prix au portefeuille de la clientèle.



COACH OPERATORS AND CAR RENTAL COMPANIES
A GOLD MINE ON THE TOURIST ROUTE

Car rental for group trips and stays within Senegal has become a popular option for tourists. While car sales are valued at millions, the rental market is also benefiting from tourism.

Hertz, Senecartours, Autorent, car rental companies and road travel specialists, are also qualified to advise on group travel projects. Between international tourists and local travelers, car rental is not subject to seasonality. In addition to clients of travel agencies and tour operators, summer camp organizers, businesses, and groups of friends also utilize their services. To capture these revenue streams, coach operators and car rental

companies contract with airlines, hotels, tour operators, and the government.

With the growth of local tourism and the many Senegalese wanting to discover the country on organized trips, coach operators are adapting their prices to suit their customers' budgets.



La Voile Bleue
RESTAURANT-BAR-LOUNGE



NOUVELLE ESCAPADE GOURMANDE FACE À L'OCÉAN

| Mercredi à Samedi : 12h - 15h / 19h - 00h | Dimanche : 12h - 17h |

Formule déjeuner "Menu du Chef" à 15 euros

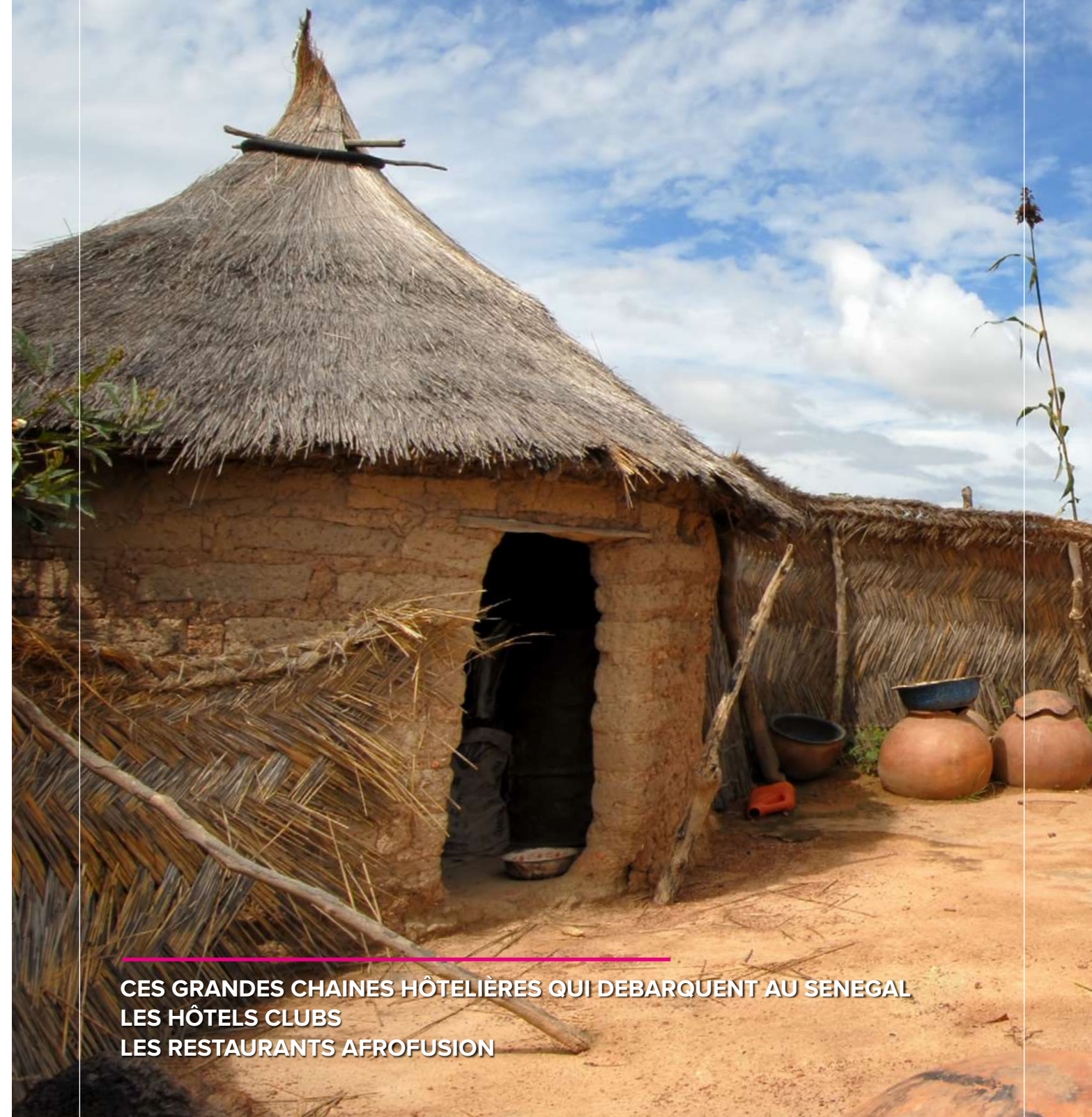
📞 Réservations +221 78 108 31 31

📍 Drève des Belges, Ngaparou



Suivez-nous
Sur Instagram

HÔTELLERIE ET RESTAURATION
HOSPITALITY & RESTAURANTS



CES GRANDES CHAINES HÔTELIÈRES QUI DEBARQUENT AU SENEGAL
LES HÔTELS CLUBS
LES RESTAURANTS AFROFUSION



HÔTELLERIE

CES GRANDES CHAINES HÔTELIÈRES QUI DEBARQUENT AU SENEGAL TERRE D'ACCUEIL DES ÉTOILES DE L'HÔTELLERIE

Plusieurs groupes hôteliers internationaux ont foulé le sol sénégalais entre 2023 et 2025, offrant un service étoilé haut de gamme, pour la relance d'un tourisme durable.

Présent en Afrique occidentale, Riu Hotels and Resorts, 5 étoiles, est, depuis le 8 avril 2022, le premier et le seul à proposer le service Tout compris 24 heures de la chaîne sur la Pointe Sarène.

Surplombant une vaste plage de sable blanc, à 100 kilomètres de Dakar, 48 de l'AIBD (1h15 de trajet), Riu Baobab offre 522 chambres, là où, sur l'autre partie des 25 hectares, Riu Palace, en collaboration avec la Sapco, proposera une gamme de chambres plus luxueuses et un espace spécialisé en MICE.

Présent dans les principales capitales d'Afrique de l'Ouest, dont Abidjan, Bamako, Cotonou, Nouakchott, Bissau et Loumbila, Azalaï Hotels offre sur la Corniche Ouest de Dakar, à Fann Hock, une vue imprenable sur la mer et l'îlot Sarpan, 202 chambres aux standards d'un 4 étoiles. Avec ces 25 ans d'expérience, la pépite malienne de l'hôtellerie mise sur la satisfaction clientèle par la constance dans la qualité de son service haut de gamme.

Portefeuille de Marriott Bonvoy, leader mondial de plus de 30 marques, Four Points by Sheraton propose, depuis ce 03 Avril 2025, 173 chambres élégantes avec vue sur Sports City et alentours. À la disposition des voyageurs, Four Points by Sheraton Dakar Diamniadio sert le Four Comfort Bed, un Wi-Fi rapide et gratuit, un petit-déjeuner énergisant et du café à l'envi.



HOSPITALITY

THESE MAJOR HOTEL CHAINS ARRIVING IN SENEGAL LAND OF HOSPITALITY STARS

Several international hotel groups arrived in Senegal between 2023 and 2025, offering high-end, star-rated service to boost sustainable tourism.

Already present in West Africa, the 5-star Riu Hotels and Resorts has been the first and only hotel chain to offer 24-hour all-inclusive service at Pointe Sarène since April 8, 2022.

Overlooking a vast white sand beach, 100 kilometers from Dakar and 48 kilometers from Blaise Diagne International Airport (a 1 hour 15-minute drive), Riu Baobab offers 522 rooms, while on the other side of the 25-hectare site, Riu Palace, in partnership with SAPCO, will offer a range of more luxurious rooms and a dedicated MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) area.

Present in major West African capitals, including Abidjan, Bamako, Cotonou, Nouakchott, Bissau, and Loumbila, Azalaï Hotels offers 202 rooms with 4-star standards on Dakar's West Corniche in Fann Hock, with a breathtaking view of the sea and Sarpan Island. With 25 years of experience, this Malian gem of the hotel industry focuses on customer satisfaction through consistent high-quality service.

Part of Marriott Bonvoy portfolio, the global leader with more than 30 brands, Four Points by Sheraton, has been offering 173 elegant rooms with views of Sports City and the surrounding area since April 3, 2025). Four Points by Sheraton Dakar Diamniadio provides guests with the Four Comfort Bed, fast and free fast Wi-Fi, an energizing breakfast, and unlimited coffee.



TOURISME, AÉRIEN, HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS



NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

Nous proposons aux hôteliers indépendants ainsi qu'aux chaînes hôtelières de les accompagner dans l'élaboration de leurs procédures de gestion ou leurs remises à niveau, ainsi que la formation de leurs collaborateurs. Ci-dessous les procédures disponibles :

- Guide de sécurité et sûreté
- Procédures de Housekeeping
- Procédures de Réception
- Procédures de Réservation
- Procédures de Revenue Management
- Procédures Commerciales & Marketing
- Procédures de Restauration
- Procédures de Cuisine
- Procédures Maintenance
- Charte et procédures Informatiques
- Procédures de Contrôles Coûts & Recettes
- Procédures Comptables & Financières
- Procédures de Ressources Humaines
- Qualité, Hygiène, Sécurité, Environnement



- 📍 Lot N° 08 - Ngor Almadies
Zone 16-17, TF3089 Dakar
- ☎ +221 77 381 64 04
- 🌐 www.africanheritagesn.com
- ✉ fally.sabara@africanheritagesn.com
contact@africanheritagesn.com



LES HÔTELS CLUBS

UNE AUTRE FAÇON DE VIVRE SES VACANCES

S'il y a une offre qui rencontre beaucoup de succès aujourd'hui au Sénégal, c'est bien celle des hôtels clubs. Avec sa formule tout compris, les voyageurs profitent de services et activités de choix dans un environnement naturel.

Quel plaisir que partir en vacances délesté du souci des détails, tels que le choix des activités, du menu, etc... Avec un personnel formé pour satisfaire les moindres désirs, les hôtels clubs séduisent les touristes qui ne voyagent que pour se détendre.

Spécialisés balnéaires, les hôtels clubs du Sénégal implantés sur la Petite Côte et en Casamance, offrent des sites touristiques de toute beauté. En effet, les plages de sable blanc et la forêt vierge promettent un séjour-farniente dans un environnement naturel privilégié.

Les hôtels clubs sont dotés d'équipements sportifs et

ludiques. Ils proposent des excursions et animations pour petits et grands.

Au Sénégal, les hôtels clubs reçoivent via les Tours Opérateurs, tels que TUI, Fram, Club Med..., des touristes Européens venant de la France, la Belgique, l'Espagne, la Hollande, le Portugal, l'Italie, parfois de la République Tchèque et depuis quelques temps des Canadiens. Les Américains et Asiatiques étant encore les grands absents de ces voyages.

Si le marché de l'hôtel club est immense, le nombre d'hôtels est encore réduit au Sénégal qui, pour le moment, ne compte que quelques établissements réellement estampillés hôtels Clubs. Sur la Petite Côte, on a le Royal Saly, les Filaos, le Palm Beach, le Royal Baobab Horizon, ... et en Casamance, le Club Med au Cap Skirring.



CLUB HOTELS

ANOTHER WAY OF ENJOYING YOUR HOLIDAYS

If there is an offer that is very successful today in Senegal, it is the hotel clubs. With its all inclusive formula, travelers enjoy services and activities of choice in a natural environment.

What a pleasure it is to go on vacation relieved from any worries of any details, such as the choice of activities, the menu, etc. ... With a staff trained to satisfy all desires, the hotel clubs appeal to tourists who travel only to relax.

Specialized in seaside resorts, Senegal's club hotels located on «La Petite Côte» and in Casamance, offer gorgeous tourist sites. Indeed, the white sandy beaches and the virgin forest promise a stay of idle relaxation in a privileged natural environment.

Hotel clubs are endowed with sport and fun equipments. They offer tours and animation for young and old people.

In Senegal, the club hotels receive via Tour Operators, such as TUI, Fram, Club Med ..., European tourists originating from France, Belgium, Spain, Holland, Portugal, Italy, sometimes from Czech Republic since a few time Canadians. Americans and Asians are still the major absentees from these trips.

If the hotel club market is immense, the number of hotels is still limited in Senegal which, for the moment, only counts some establishments that could be labeled as Hotel Clubs. On «La Petite Côte», we have the Royal Saly, the Filaos, the Palm Beach, the Royal Baobab Horizon ... and in Casamance, the Club Med in Cap Skirring.

LES RESTAURANTS AFROFUSION LA CONNEXION CULINAIRE ENTRE L'AFRIQUE ET LE MONDE

AFROFUSION RESTAURANTS THE CULINARY CONNECTION BETWEEN AFRICA AND THE WORLD

«Pont culinaire entre la gastronomie africaine et la cuisine du monde», la restauration afro-fusion connecte, dans l'assiette, les cuisines africaines aux autres saveurs.

«A culinary bridge between African gastronomy and world cuisine,» Afro-fusion cuisine connects African cuisines with other flavors on the plate.

Terme tendance, la cuisine fusion s'invite sur nos fourneaux télévisés via des chefs célèbres. Loin d'être une nouveauté, elle conceptualise un mélange de saveurs et de cultures pour des recettes uniques. Mêler des inspirations pour concocter un plat, adapter des ingrédients locaux sur une recette étrangère ou revisiter une recette traditionnelle avec des agréments exotiques, les possibilités, pluriformes, ouvrent à l'universalité.

A trendy term, fusion cuisine has found its way onto our TV screens through celebrity chefs. Far from being a novelty, it conceptualizes a blend of flavors and cultures to create unique recipes. Mixing inspirations to concoct a dish, adapting local ingredients to a foreign recipe, or revisiting a traditional recipe with exotic touches—the possibilities are endless and open up to universality.

Valorisant les produits africains, beaucoup de chefs étoilés européens ou américains d'origine africaine expérimentent ce fourneau culinaire.

Promoting African products, many European or American celebrity/starred chefs of African origin are experimenting with this culinary approach.



Découvrez
le Sénégal...
...autrement !

NIOKO LODGE

Couleur lion



En plein cœur du parc national
du Niokolo-Koba

Perché au bord d'une falaise surplombant le fleuve Gambie, le NiokoLodge et ses 7 tentes est un site au charme extraordinaire: sérénité, intimité, silence devant l'un des plus beaux panoramas d'Afrique de l'Ouest

10 observatoires sécurisés dans un rayon de 400 m

+221 77 811 92 59 (tél. et WhatsApp) • contact@niokolodge.sn



www.niokolodge.sn



Les Manguiers de Guéréo

LODGE NATURE

Découvrez
le Sénégal...
...autrement !



L'adresse sénégalaise que l'on murmure entre amis...

- 25 chambres dont trois suites jardin et neuf suites supérieures avec piscines privées et vue sur la lagune
- Restaurant ventilé, grande piscine chauffée à débordement, jardins fleuris, aires de repos ombragées
- Cuisine raffinée et créative
- Salle de séminaire climatisée et équipée
- Stages nature et découverte
- Stages photo et ornitho
- Plus de 270 espèces d'oiseaux à découvrir dans un rayon de moins de 10 km autour du Lodge



12 observatoires de faune sauvage sur 10 ha

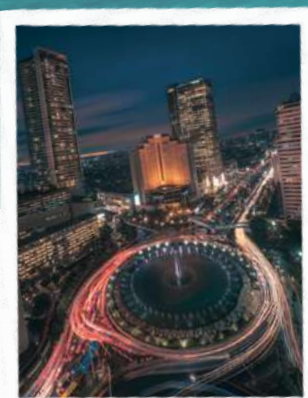
+221 77 930 97 33 (tél. et WhatsApp) • accueil@lesmanguiers.sn



www.lesmanguiersdeguereao.sn

TAMOONA
THE TRAVEL PLANNER

Your travel AGENCY



Vous êtes en quête d'expériences de voyage différentes et originales ? Tamoonna est une agence de tourisme spécialisée dans l'organisation de séjours exclusifs destinés à une clientèle adepte de nouvelles sensations et découvertes. **Nous mettons notre créativité à votre service** pour des **séjours sur mesure**, vous aide aussi à choisir votre destination pour vos vacances ou vos séjours d'affaires. Votre carnet de voyage personnalisé, un guide de séjour à votre disposition, ne manquez rien de vos expériences. Tamoonna est spécialisé dans la **vente de billets d'avion vers toutes les destinations, réservation d'hôtel, assurances, réceptif, team building, assistance visa**

INFOS

2, place de l'indépendance
Immeuble SDIH 3e étage
Dakar, Senegal



reservations@tamoonatravel.com

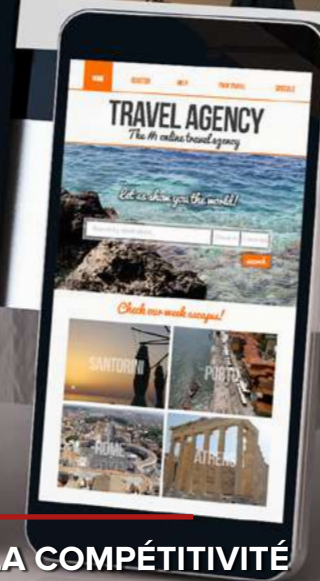
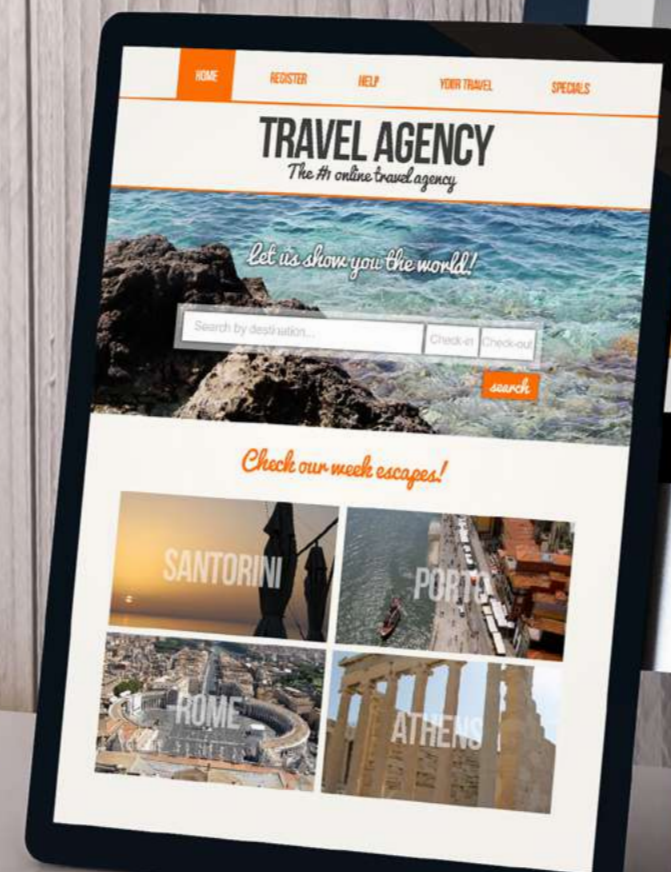


+221 77 944 26 26
+221 33 889 29 99
+221 33 864 00 10

AGENCES DE VOYAGES
TRAVEL AGENCIES

TRAVEL AGENCY
The #1 online travel agency

Let us show
you the world!



AGENCES RÉCEPTIVES : LE DÉFI DE LA COMPÉTITIVITÉ
AGENCE DE VOYAGE INTÉGRÉE



AGENCES RÉCEPTIVES : LE DÉFI DE LA COMPÉTITIVITÉ

Souffrant d'une concurrence agressive tant nationale qu'internationale et, plus généralement, d'une image vieillissante, les agences réceptives sont peu nombreuses, car nécessitant des compétences difficiles à trouver et exerçant sur un marché complexe où les collectivités peuvent elles-mêmes les concurrencer.

Quelles stratégies peuvent-elles alors mettre en place pour se démarquer de la concurrence ?

Différentes stratégies de marketing des destinations s'offrent aux entreprises touristiques : la compétition, la coopération et la coopétition.

La coopétition décrit l'équilibre entre les stratégies

de compétition et de coopération. Concurrentes au niveau national, les agences réceptives en Europe se regroupent pour définir une seule et unique politique de marketing des destinations dans le but de conserver l'attraction de leur destination au niveau international. Elles reconnaissent alors les avantages de la stratégie de coopétition : les coûts marketing de destination sont divisés entre les compagnies qui toutefois, conservent leur indépendance.

Contrairement à la coopération, la coopétition est moins formelle et plus souple.



DESTINATION MANAGEMENT COMPANIES: THE CHALLENGE OF COMPETITIVENESS

Suffering from aggressive competition both nationally and internationally and, more generally, from an outdated image, destination management companies are few in number in France, as they require skills that are difficult to find and operate in a complex market where local authorities can themselves compete with them.

What strategies can they then implement to stand out from the competition?

Several destination marketing strategies are available to tourism companies: competition, cooperation, and coopetition.

Coopetition describes the balance between competition

and cooperation strategies. While competing at the national level, destination management companies (DMCs) in Europe come together to define a single and unified destination marketing policy with the aim of maintaining their international appeal. They then recognize the advantages of the cooperation strategy: destination marketing costs are shared among the companies, which nevertheless retain their independence.

Unlike cooperation, coopetition is less formal and more flexible.

AH

AFRICAN HERITAGE COMMUNICATION

TOURISME, AÉRIEN, HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS



NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

African Heritage communication met à la disposition de ses clients son expertise et sa connaissance de L'environnement Touristique afin d'élaborer leur plan Marketing & Commercial.

BRANDING

- * Analyse des produits et services
- * Création des concepts et standards
- * Positionnement de la marque selon les cibles
- * Création de la marque : « branding »
- * Chartes graphiques & de communication

SITE WEB & SOCIAL MEDIAS

- * Achat des domaines, hébergement
- * Outils de référencement
- * Création du site internet
- * Gestion des réseaux sociaux
- * Gestion de réputation en ligne

COMMUNICATION

- * Affichage classique & numérique
- * Annonces publicitaires TV & Radio
- * Insertions magazines & web

PRODUCTION

- * Shooting photo & Vidéos
- * Musique d'ambiance
- * Musique d'attente
- * voix off

📍 Lot N° 08 - Ngor Almadies, Zone 16-17, TF3089 Dakar

☎ +221 77 517 19 92

🌐 www.africanheritagesn.com

✉ mouhamadou.beye@africanheritagesn.com
contact@africanheritagesn.com



AGENCE DE VOYAGE INTÉGRÉE

Les agences de voyage intégrées sont des agences appartenant au même groupe financier. Ces derniers créent des agences, appelés points de vente ou succursales, et en assurent la gestion directe. Les points de vente fonctionnent donc sous une enseigne unique. Les réseaux intégrés sont caractérisés par la centralisation financière et une politique commerciale commune. Parmi les réseaux intégrés d'agences de voyages on peut citer Thomas Cook, TUI et Carlson Wagonlit Travel.

L'agence de voyages britannique Thomas Cook avait été déclarée en faillite le 23 septembre 2019. Du haut de ses 178 ans, le premier voyageur du monde, pourvoyeur du plus grand nombre de touristes au Sénégal, n'a pas tenu le coup face aux innovations du secteur. La concurrence

des nouveaux modèles bâtis sur le digital, la dette colossale amassée par le groupe lors de ses multiples tentatives pour redresser sa barre, ont conduit à la faillite de ce groupe présent dans 15 pays.

Carlson Wagonlit Travel est une entreprise américaine filiale du groupe hôtelier américain Carlson, leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires et loisirs, des réunions et événements.

TUI est une société de voyage Allemande, le plus grand groupe et leader de tourisme du monde et le premier voyageur français. Il possède des agences de voyages, hôtels, navire de croisières et des compagnies aériennes.

INTEGRATED TRAVEL AGENCIES

Integrated travel agencies are agencies belonging to the same financial group. These groups create agencies, called points of sale or branches, and manage them directly. The points of sale therefore operate under a single brand. Integrated networks are characterized by financial centralization and a common commercial policy. Examples of integrated travel agency networks include Thomas Cook, TUI, and Carlson Wagonlit Travel.

The British travel agency Thomas Cook was declared bankrupt on September 23, 2019. At 178 years old, the world's leading tour operator, which provided the largest number of tourists to Senegal, could not withstand the innovations in the sector. Competition from new digitally based models, and the colossal debt accumulated by the

group during its numerous attempts to turn things around, led to the bankruptcy of this company, which operated in 15 countries.

Carlson Wagonlit Travel is an American company, a subsidiary of the Carlson Group, a world leader specializing in business and leisure travel, meetings, and events.

TUI is a German travel company, the world's largest and leading tourism group and the top French tour operator. It owns travel agencies, hotels, cruise ships, and airlines.

QUI SOMMES-NOUS ?

Optimize GROUP est un Cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement stratégique, organisationnel et opérationnel des entreprises, institutions publiques, organisations privées et acteurs du développement.

Notre vocation est d'accompagner les organisations publiques et privées dans l'optimisation de leur performance et le renforcement de leur compétitivité afin de générer des résultats concrets et durables.

Notre équipe de consultants nationaux et internationaux combine une connaissance du contexte sénégalais avec les meilleures pratiques internationales pour offrir des solutions pertinentes et innovantes.

NOS SERVICES

- Stratégie & Gouvernance
- Organisation & Performance
- Ressources Humaines & Formation
- Conseil Juridique
- Audit & Gestion Financière
- Digitalisation & Systèmes d'Information
- Marketing & Communication
- Gestion de projets & Programmes

NOS ATOUTS

- Une méthodologie rigoureuse et éprouvée
- Des solutions sur mesure, adaptées à chaque organisation
- Une Approche opérationnelle orientée résultats

**POURQUOI
NOUS
CHOISIR**



+10ans
d'expérience



Une équipe d'experts pluri-disciplinaires nationaux et internationaux



+50
organisations
accompagnées



Une approche basée sur la performance, l'éthique et la confidentialité.

CONTACTEZ-NOUS :

- Siège social : 7, rue Mohamed 5 Angle Ponty (Dakar - Sénégal)
Téléphone : (+221) 77 720 62 89 - (+221) 33 838 70 73
• Site Web : www.optimize-group.com
- E-mail : optimizegroup221@gmail.com - contact@optimize-group.com

TECHNOLOGIE
TECHNOLOGY



L'IA AU SERVICE DU TOURISME
D-EDGE
CHR365

TECHNOLOGIE**L'IA AU SERVICE DU TOURISME**

L'intelligence artificielle (IA) transforme en profondeur le secteur du tourisme, en apportant des réponses concrètes aux défis d'aujourd'hui. Elle permet d'améliorer l'expérience des voyageurs tout en optimisant la performance des acteurs du secteur.

Grâce à l'IA, les voyageurs bénéficient d'itinéraires personnalisés, de recommandations sur mesure pour les hébergements, les activités et les moyens de transport. Les assistants virtuels et chatbots permettent de répondre rapidement aux demandes, en plusieurs langues, 24h/24, réduisant la pression sur le personnel humain.

Pour les professionnels, l'IA facilite la prise de décision. Elle analyse les données en temps réel, anticipe la demande, ajuste les prix, cible mieux les campagnes marketing et détecte les tendances du marché. Elle peut aussi aider à planifier les flux de visiteurs, éviter la surfréquentation et renforcer la sécurité dans les sites touristiques.

L'IA permet également la maintenance prédictive des équipements, évitant les interruptions de service et garantissant une meilleure expérience client. Elle devient ainsi un outil stratégique dans un contexte où la réactivité et la qualité de service sont décisives.

Adopter l'intelligence artificielle dans le tourisme, c'est faire le choix d'un avenir plus innovant, plus fluide et plus compétitif. C'est aussi valoriser les données pour proposer des expériences uniques, durables et centrées sur l'humain.

Un tourisme intelligent, responsable, durable, inclusif et réactif est désormais possible grâce à l'IA.

TECHNOLOGY**AI IN THE SERVICE OF TOURISM**

Artificial intelligence (AI) is profoundly transforming the tourism sector, providing concrete solutions to today's challenges. It improves the traveler experience while optimizing the performance of industry players.

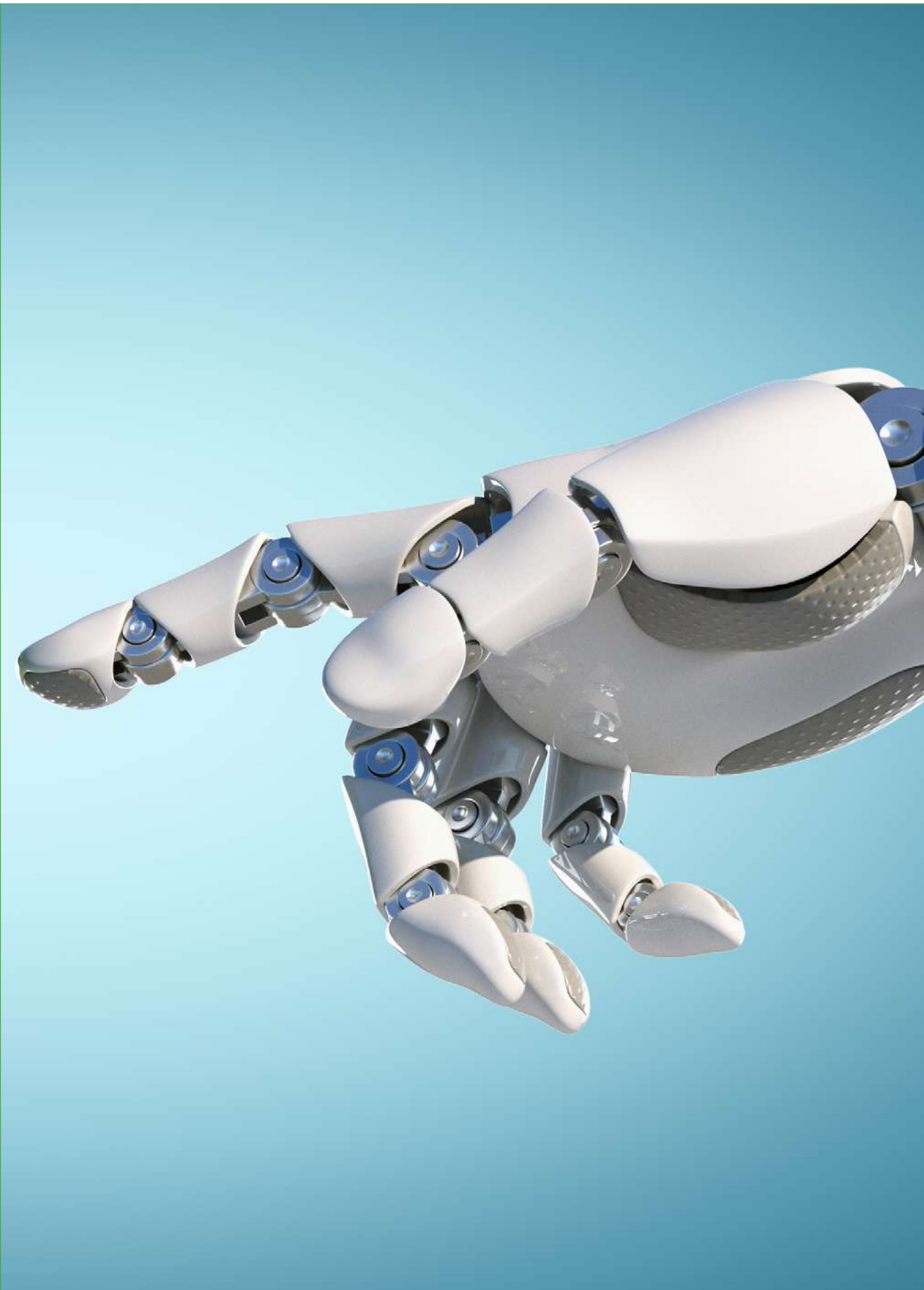
Thanks to AI, travelers benefit from personalized itineraries and tailored recommendations for accommodation, activities, and transportation. Virtual assistants and chatbots can respond quickly to requests in multiple languages, 24 hours a day, reducing pressure on human staff.

For professionals, AI facilitates decision-making. It analyzes data in real time, anticipates demand, adjusts prices, better targets marketing campaigns, and detects market trends. It can also help plan visitor flows, avoid overcrowding, and enhance security at tourist sites.

AI also enables predictive maintenance of equipment, avoiding service interruptions and ensuring a better customer experience. It is thus becoming a strategic tool in a context where responsiveness and quality of service are decisive.

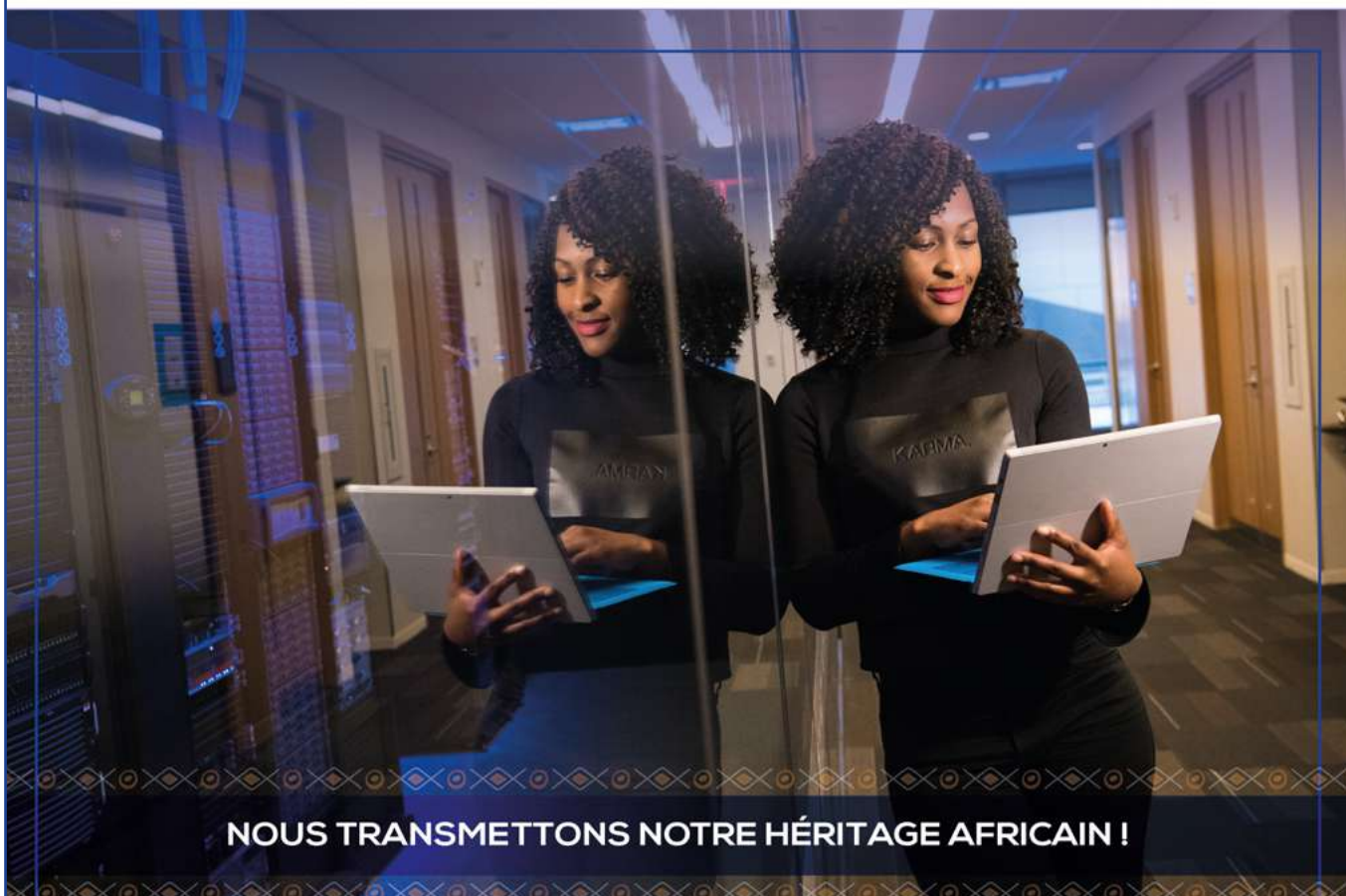
Adopting artificial intelligence in tourism means choosing a more innovative, seamless, and competitive future. It also means leveraging data to offer unique, sustainable, and human-centered experiences.

Smart, responsible, sustainable, inclusive, and responsive tourism is now possible thanks to AI.





TOURISME, AÉRIEN, HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS



NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

African Heritage Technology propose des solutions de gestion pour les acteurs du Tourisme: Hôtels, Restaurants, Cafés, Centres de Conférence, Parcs de Loisirs et Agences de Voyages

LOGICIELS DE GESTION

- * Hébergement individuel et multi-sites
- * Cuisines, stocks et entrepôts
- * Bien-être : Spas et fitness
- * Gestion de commissions et back-office
- * E-brochures hôtel et e-menus via QR code
- * Applications housekeeping et maintenance
- * Interfaces clés magnétiques et comptabilité
- * Parcs d'attractions et thématiques
- * Cafés, restaurants, bars et caves
- * Commerciale, séminaires et banquets
- * Animations et excursions
- * Rapports avec tableaux de bord
- * Applications clients : pre-check-in et majordome
- * Applications prises de commandes
- * Agences de voyages en B2C et B2B

E-DISTRIBUTION

- * Site internet
- * Gestion de canaux de distribution
- * Paiement en ligne
- * Outils de yield management
- * Programme de fidélité clients
- * Réservation de tables restaurant
- * Moteur de réservation
- * Connectivité au logiciel
- * Veille concurrentielle
- * Gestion de réputation en ligne
- * Émission de bons cadeaux
- * Centrale de réservation

ACCOMPAGNEMENT

- * Acquisition de serveurs et ordinateurs
- * Formation et remise à niveau du personnel
- * Acquisition des caisses, imprimantes et tablettes
- * Support annuel et maintenance

📍 Lot N° 08 - Ngor Almadies
Zone 16-17, TF3089 Dakar
☎ +221 77 900 52 46

🌐 www.africanheritagesn.com
✉ jonas.diatta@africanheritagesn.com
contact@africanheritagesn.com



La plateforme de Distribution choisie par les hôtels les plus performants



Booking Engine
Channel Manager
Site Web
CRM
Programme Fidélité

97.5%
de satisfaction client

150 PMS
globaux / locaux

Pour toute information contacter :
+221 78 377 40 68 / +221 78 527 20 22

D-EDGE

Dans un secteur hôtelier où la digitalisation est essentielle, D-EDGE Hospitality Solutions se positionne comme un partenaire technologique incontournable pour les hôteliers et les professionnels du tourisme. Offrant une suite complète de solutions, D-EDGE facilite la gestion et optimise la distribution en ligne des établissements.

In a hospitality sector where digitalization is essential, D-EDGE Hospitality Solutions is positioned as a key technology partner for hoteliers and tourism professionals. Offering a comprehensive suite of solutions, D-EDGE facilitates management and optimizes online distribution for establishments.

Le Channel Manager de D-EDGE permet de gérer efficacement les tarifs et disponibilités sur plus de 300 canaux de réservation, y compris les GDS et les OTA. Son interface intuitive et sa connectivité avec les principaux PMS assurent une mise à jour en temps réel des informations.

D-EDGE's Channel Manager enables efficient management of rates and availability across more than 300 booking channels, including GDSs and OTAs. Its intuitive interface and connectivity with leading PMS systems ensure real-time information updates.

Le Moteur de Réservation de D-EDGE transforme le site web de l'hôtel en un canal de vente performant. Personnalisable, il offre une expérience utilisateur fluide sur tous les appareils. Des fonctionnalités telles que la gestion des offres spéciales et la détection automatique de la langue améliorent la conversion des visiteurs en clients.

D-EDGE's Booking Engine transforms a hotel's website into a powerful sales channel. Customizable, it delivers a seamless user experience across all devices. Features such as special offer management and automatic language detection improve the conversion of visitors into customers.

Les outils de Data Intelligence, tels que Price Monitoring et Price Recommendation, fournissent des analyses précises pour ajuster les prix en fonction du marché et des concurrents, garantissant ainsi une compétitivité accrue.

Data intelligence tools, such as Price Monitoring and Price Recommendation, provide accurate analysis to adjust prices based on the market and competitors, ensuring increased competitiveness.

D-EDGE propose également des solutions de création de sites web optimisés, des outils de gestion de la réputation en ligne pour analyser les avis clients. La plateforme MediaGenius centralise la gestion des campagnes digitales sur divers canaux tels que le search marketing, le display et les metasearch.

D-EDGE also offers solutions for creating optimized websites and online reputation management tools for analyzing customer reviews. The MediaGenius platform centralizes the management of digital campaigns across various channels, such as search marketing, display advertising, and metasearch engines. Adopting D-EDGE means choosing cutting-edge technology to maximize profitability, increase visibility, and deliver an optimal customer experience.

Adopter D-EDGE, c'est choisir une technologie de pointe pour maximiser la rentabilité, augmenter la visibilité et offrir une expérience client optimale.





Un seul logiciel pour toutes vos activités.
Un seul interlocuteur pour votre projet.
La garantie de la performance.



Dakar - Sénégal

Avant le séjour
Réservation & engagement

Pendant le séjour
Services personnalisés

Après le séjour
Fidélisation & engagement

Gestion clients

Facturation

Séminaires

Reporting

Hotel - Resorts

Bar et Cave

Spa & Bien-être

Restaurant - Cuisine - Stocks

www.chr365.eu

Tel : +221 78 377 40 68 / +221 78 527 20 22

CHR365

Dans un secteur hôtelier en constante évolution, la gestion efficace des établissements est primordiale. Le PMS Chr365 se distingue comme une solution complète, adaptée aux besoins des hôteliers et restaurateurs.

In a constantly evolving hospitality sector, efficient property management is paramount. The Chr365 PMS stands out as a comprehensive solution tailored to the needs of hoteliers and restaurateurs.

Chr365 propose une gamme de fonctionnalités modulaires, permettant une gestion optimale de l'hébergement, de la restauration, des séminaires, du spa, des activités et d'autres services. Son interface intuitive et responsive s'adapte à tous les écrans, offrant une expérience utilisateur fluide et agréable avec ses tableaux de bord. Disponible en version SaaS/Cloud ou installée sur site, Chr365 s'ajuste aux préférences technologiques de chaque établissement.

Chr365 offers a range of modular features, enabling optimal management of accommodation, catering, seminars, spa services, activities, and other services. Its intuitive and responsive interface adapts to all screens, providing a smooth and enjoyable user experience with its dashboards. Available as a SaaS/Cloud solution or installed on-premises, Chr365 adapts to the technological preferences of each establishment.

Chr365, c'est aussi un PMS multisites centralisé et performant, une gestion simplifiée, une satisfaction client accrue et une performance optimisée de votre établissement.

Chr365 is also a centralized and high-performance multi-site PMS, simplified management, increased customer satisfaction and optimized performance of your establishment.

Parmi les applications phares, Chr365 Welcome révolutionne l'accueil des clients en permettant un check-in convivial via tablette, libérant ainsi le personnel de la réception traditionnelle. Chr365 Serveurs facilite la prise de commandes au restaurant, tandis que Chr365 Housekeeping optimise la gestion quotidienne du personnel d'entretien. Pour les clients, des applications telles que Chr365 Reminder et Chr365 Majordome enrichissent leur expérience en proposant des services personnalisés directement sur leur smartphone.

Among its flagship applications, Chr365 Welcome revolutionizes guest reception by enabling user-friendly check-in via tablet, freeing up staff from traditional reception duties. Chr365 Servers simplifies order taking in restaurants, while Chr365 Housekeeping optimizes the daily management of housekeeping staff. For guests, applications such as Chr365 Reminder and Chr365 Majordome enhance their experience by offering personalized services directly on their smartphones.

Certifié NF525 par AFNOR Certification dès son lancement en 2018, Chr365 garantit une conformité aux normes fiscales et une fiabilité reconnue. Son architecture moderne et sa conception de qualité en font un choix privilégié pour les établissements recherchant une solution performante et évolutive.

Certified NF525 by AFNOR Certification since its launch in 2018, Chr365 guarantees compliance with tax standards and recognized reliability. Its modern architecture and high-quality design make it the preferred choice for organizations seeking a high-performance and scalable solution.

Logiciels de gestion



Chr365 Essentiel

Un PMS simple et efficace.



Chr365 Business

Un PMS avancé pour booster votre activité.



Chr365 Entreprise

Un PMS multisites centralisé et performant.



Chr365 Mice

Un PMS et un CRM 100% MICE.



Développez la demande. Générez des revenus.

SiteMinder réinvente l'acquisition de clients et la gestion des revenus pour vous aider à trouver, convertir et optimiser votre clientèle idéale.

SiteMinder | We put you in demand.

Tout ce qu'il vous faut pour amplifier la demande vis-à-vis de votre établissement, sur une seule plateforme primée.



Élue meilleure plateforme par les hôteliers 4 années consécutives



Optimisez la valeur de chaque chambre, chaque nuit.

Plateforme hôtelière la plus récompensée du monde, SiteMinder est le choix des hôteliers pour remplir leurs chambres avec régularité, aux meilleurs tarifs. Avec SiteMinder, bénéficiez d'une connexion aux canaux d'acquisition client les plus stratégiques et accédez à des informations en temps réel. Nos outils sont conçus pour vous aider à optimiser vos prix, gagner en visibilité auprès des bons clients et saisir les opportunités dès qu'elles émergent.

Décidez en **connaissance de cause**

Prenez vos décisions avec assurance grâce à une technologie pilotée par l'IA qui convertit des données complexes en informations pertinentes et exploitables pour votre établissement.

Tarifcation dynamique | Veille concurrentielle | Tableau de bord | Recommandation de canaux

Gagnez en **agilité**

Réagissez plus vite avec tous les outils qu'il vous faut pour réaliser des ajustements en temps réel, au bureau ou en déplacement.

Mobile | Règles de yield | Promotions | Dynamic Revenue Plus | Intégrations PMS

Optimisez avec **maîtrise**

Prenez la main en optimisant tous vos systèmes de distribution et de gestion des revenus depuis une même plateforme connectée et intégrée.

Channels Plus | Gestion des canaux | Promotions | Dynamic Revenue Plus | Réservations directes | GDS

Simplifiez votre **fonctionnement**

Votre équipe est opérationnelle dès le premier jour grâce aux flux de travail orientés client, simples à utiliser, sans formation approfondie nécessaire.

Plateforme | Métamoteurs | Paiements | Centre d'aide | Engagement client



Nous vous aidons à trouver, convertir et optimiser votre clientèle idéale.

En savoir plus



La villa
RACINE
★★★★

BOUTIQUE - HÔTEL



L'hôtel qui vous change de l'hôtel

www.lavillaracine.com

ART & CULTURE



ESCALE CULTURELLE : A LA DÉCOUVERTE DU MAHICAO

BRIN DE CULTURE : LE XOOPY OU LES SECRETS DE LA VOYANCE SALTIGUÉ

ART CULINAIRE : LE MBAKAHLOU SALOUM



ESCALE CULTURELLE A LA DÉCOUVERTE DU MAHICAO À DJILOR

Au Sine-Saloum, à Djilor Djidiack, un joyau d'histoire et de traditions s'offre à notre faim de culture.

Réginald Groux, ancien marchand d'art parisien, fondait en 2018, le Mahicao (Musée d'art et d'histoire des cultures d'Afrique de l'Ouest), creuset du patrimoine ouest-africain, géré par Adama (Association des amis du Mahicao).

Altièrement debout sur 570 m2, dans un grand parc arboré, avec cinq salles d'expositions, une bibliothèque, un atelier de restauration d'œuvres d'art et un parking, le Mahicao abrite plus de cinq cent authenticités -

masques, statues, bijoux, textiles et instruments de musique - commentées selon le parcours chronologique et thématique du Néolithique au XX^e siècle.

Ouvert tous les jours du lundi au dimanche, jours fériés inclus de 10h00 à 13h00 et de 14h30 à 17h00, moyennant 2 500 et 3 500 XOF, gratuit pour les enfants de moins de 12 ans, les visites guidées, ateliers éducatifs et attractions touristiques du Mahicao en font le témoin infrastructurel de nos vestiges culturels, consolidateur des peuples à travers les âges.

A CULTURAL STOPOVER DISCOVERING MAHICAO

In the Sine-Saloum region, precisely in Djilor Djidiack, a jewel of history and tradition awaits to satisfy our cultural appetite.

Réginald Groux, a former Parisian art dealer, founded Mahicao in 2018 (Museum of Art and History of West African Cultures), a melting pot of West African heritage, managed by Adama (Association of Friends of Mahicao).

Standing proudly on 570 m2 in a large wooded park, with five exhibition rooms, a library, an art restoration workshop, and a parking lot, Mahicao houses more

than five hundred authentic artifacts—masks, statues, jewelry, textiles, and musical instruments—presented in chronological and thematic order from the Neolithic period to the 20th century.

Open every day from Monday to Sunday, including public holidays, from 10:00 am to 1:00 pm and from 2:30 pm to 5:00 pm, admission is 2,500 and 3,500 XOF, free for children under 12. The guided tours, educational workshops and tourist attractions make Mahicao the infrastructural witness of our cultural vestiges, consolidating peoples throughout the ages.





BRIN DE CULTURE

LE XOOPY OU LES SECRETS DE LA VOYANCE SALTIGUÉ

Festifs moments d'union, le Xooy réunit chaque année, les Sérères durant une ou plusieurs nuits, pour une cérémonie traditionnelle de divination pratiquée par les Saltigués, «Sages ou Devins».

Séances de trances au rythme des chants, danses et tambours, articulées autour de révélations et prophétisations des Saltigués sur l'actualité communautaire, cette célébration spirituelle prépare l'organisation de l'année à venir.

Veillée nocturne, le Xooy est aussi un moment folklorique haut en couleurs avec des sessions ludiques et communicatives. De plus, des séances de thérapie par les plantes et des prières sont tenues pour apaiser les différents maux physiques ou mystiques.

Richesse Sérère et agenda culturel du Sénégal, le Xooy, inscrit depuis 2013 au patrimoine immatériel de l'humanité de l'UNESCO, joue un rôle capital dans le maintien de la stabilité du Sénégal.



A TOUCH OF CULTURE

XOOPY, OR THE SECRETS OF SALTIGUÉ DIVINATION

A festive moment of unity, the Xooy brings the Serer people together every year for one or more nights for a traditional divination ceremony performed by the Saltigués, «Sages or Diviners.»

Trance sessions to the rhythm of songs, dances, and drums, centered around the Saltigués' revelations and prophecies about current community events, this spiritual celebration prepares the community for the coming year.

A nighttime vigil, the Xooy is also a vibrant folkloric event with fun and interactive sessions. In addition, herbal therapy sessions and prayers are held to alleviate various physical or mystical ailments.

A Serer treasure and a key part of Senegal's cultural calendar, the Xooy, recognized as UNESCO's Intangible Cultural Heritage since 2013, plays a vital role in maintaining stability in Senegal.



**CE N'EST PAS
JUSTE UN SÉJOUR.
C'EST UNE EXPÉRIENCE !**

+221 77 163 45 45 | +221 77 096 37 67

IRIS HÔTEL, UN LUXE INSPIRÉ PAR LA NATURE
irishotel@orange.sn



WWW.IRIS-HOTEL.COM



VOTRE PARTENAIRE CAFÉ & DISTRIBUTION

Envie d'équiper votre structure d'un distributeur automatique de boissons ou d'une machine à café. Que vous soyez une entreprise, une administration, un établissement de santé ou de l'enseignement supérieur, un hôtel, un centre de loisirs ou même un commerce, nous avons la solution pour vous.



Installation gratuite de distributeurs automatiques de boissons chaudes, froides et de snacks



NOS PROMOTIONS EXCLUSIVES

PROMO PEPITA



La machine à café
+
le carton de
100 capsules
OFFERT



120.000 FCFA

PROMO PERLA



La machine à café
+
le carton de
100 capsules
OFFERT



150.000 FCFA



- Machines fiables et performantes
- Large choix de capsules
- Service après-vente réactif
- Accompagnement personnalisé

Donner du goût à votre pause.

AUTOMAT SERVICES GROUP SARL distributeur exclusif de CAFFE D'ITALIA
Adresse : Sicap Derklé Villa N° 27 - Tél : +221 77 427 45 08



L Adresse de référence pour les voyageurs en quête d'excellence, l'Hôtel Résidence Khadija incarne une hospitalité moderne, élégante et pleinement maîtrisée. Dans un cadre raffiné et apaisant, chaque espace a été pensé pour conjuguer confort, fonctionnalité et sérénité.

Les chambres, soigneusement aménagées, offrent un équilibre harmonieux entre esthétique contemporaine et atmosphère chaleureuse. Elles constituent un véritable havre de repos, adapté aussi bien aux séjours professionnels qu'aux moments de détente.

Le restaurant de l'Hôtel Résidence Khadija propose une expérience culinaire authentique, où saveurs locales et inspirations internationales se rencontrent avec finesse, dans un cadre convivial et soigné.

La piscine et les espaces de détente invitent à la relaxation, tandis que les salles de séminaires équipées offrent un environnement professionnel idéal pour réunions, conférences et événements d'envergure.

Choisir l'Hôtel Résidence Khadija, c'est opter pour un lieu où l'exigence du service, l'attention aux détails et la qualité des prestations définissent une expérience à la hauteur des attentes les plus élevées.

📍 Thiès, Quartier Grand Standing

☎ 33 989 09 09 - 77 766 62 84

✉ commercial@residenceskhadija.com



ART CULINAIRE

LE "MBAKHALOU SALOUM" DANS LES ASSIETTES TOURISTIQUES

CULINARY ART

"MBAKHALOU SALOUM" ON TOURIST PLATES

Parmi les plus belles baies inscrites au Patrimoine Mondial de l'Unesco, le Saloum offre plus que son Delta. Le "Mbakhalou Saloum", plat éponyme, exporte la région dans les palais dégustateurs.

Traditionnellement cuisinés avec de simples ingrédients, savoureux et nutritif, la recette du "Mbakhalou Saloum" se transmet depuis des générations et fait quasiment l'unanimité au Sénégal.

A base de poudre d'arachide, haricot blanc, tomate fraîche et d'aromates naturels, dont le poisson séché fermenté « Guedj » et des fruits de mer, le "mbakhalou Saloum" part du riz précuit à la vapeur, mélangé à la poudre d'arachide.

De nos jours, nous lui trouvons différentes déclinaisons notamment avec de la viande rouge, des abats « lakhass », du poulet ou même des crustacés. Certains le cuisine même avec du riz parfumé au jasmin et des bouquets garnis.

Du côté de la gastronomie, il est également retravaillé, texturisé et dressé avec des couleurs et des reliefs pour le plaisir des yeux et du goût.

Ce plat mythique s'adapte au lieu où il est consommé. Autrement dit, Chacun le cuisine « à sa sauce ».

Among the most beautiful bays listed as UNESCO World Heritage sites, the Saloum Delta offers more than just its famous delta. "Mbakhalou Saloum," the eponymous dish, brings the region to the palates of food lovers.

Traditionally prepared with simple ingredients, this flavorful and nutritious dish has been passed down for generations and is almost universally loved in Senegal.

Made with peanut powder, white beans, fresh tomatoes, and natural aromatics, including fermented dried fish called "Guedj" and seafood, "Mbakhalou Saloum" begins with pre-cooked steamed rice mixed with peanut powder.

Nowadays, we find different variations, including red meat, offal called "lakhass", chicken, and even shellfish. Some even cook it with jasmine-scented rice and bouquets garnis.

In terms of gastronomy, it's also reworked, textured, and presented with vibrant colors and textures to delight both the eyes and the palate.

This legendary dish adapts to the place where it's eaten. In other words, everyone cooks it «in their own way.»



ART CULINAIRE
MBAKHALOU SALOUM AUX FRUITS DE MER

INGREDIENTS

250g de crabe, 250g de calamar, 250g de moules, 500g de gambas, 100g de pagne, 1 morceau de guedj, 1 morceau de yèt, 10g de nététou. 6 cl d'huile, 1 oignon, 1 poivron vert, 1 piment vert, 150g de tomate fraîche, 250g d'arachide en poudre, 400g de riz, sel et poivre.

Pour 4 personnes, difficulté moyenne, durée 01h40

PREPARATION

Mettre à chauffer les 6cl d'huile, ajouter le yèt, l'oignon émincé et laisser colorer environ 5mn.
Découper le poivron vert, le piment vert et les tomates fraîches, et ajouter cette mixture dans la marmite.
Ajouter du sel et laisser cuire 5mn.
Ajouter 0,6 l d'eau, le pagne, le guedj et le piment frais et laisser cuire 30mn à feu moyen.
Retirer le piment pour qu'il n'éclate pas. Poser un couscoussier au-dessus de la marmite et ajouter le riz préalablement lavé. Laisser cuire 15 mn, puis retirer le couscoussier.
Ajouter ensuite du poivre et le nététou en poudre. Goûter l'assaisonnement et rajouter du sel si besoin.
Ajouter le riz cuit à la vapeur, mélanger puis laisser cuir 15mn.
Lorsque vous remarquez que le riz a absorbé tout le bouillon, ajouter l'arachide en poudre en la parsemant au-dessus du riz. Laisser cuire 20mn à feu doux.
Mettre de l'eau à bouillir dans une gamelle, y jeter une poignée de gros sel, du laurier et du thym. Une fois que l'eau est à ébullition, y plonger le crabe et compter 15mn de cuisson à feu moyen.
Mettez 15g de beurre dans une poêle et faites fondre, Écrasez deux gousses d'ail et ajoutez au beurre. Placez vos crevettes dans la poêle, ajouter du sel et du poivre et faites sauter 5mn jusqu'à ce qu'elles soient devenues roses.
Ajouter les moules et calamars surgelés laisser cuire 5mn.
Une fois la cuisson de l'arachide terminée, servir le riz dans le plat et décorer avec les fruits de mer : crabes, calamars, moules et crevettes. le mbakhalou Saloum aux fruits de mer est prêt.
Déguster avec du citron et le diw gnoor préalablement fondu.



CULINARY ART
MBAKHALOU SALOUM WITH SEAFOOD

INGREDIENTS

250g of crab, 250g of squid, 250g of mussels, 500g of prawns, 100g of pagne, 1 piece of guedj, 1 piece of yèt, 10g of nététou. 6 cl. of oil, 1 onion, 1 green bell pepper, 1 green hot pepper, 150g of fresh tomato, 250g of peanut powder, 400g of rice, salt and pepper.

Serving 4 persons - Difficulty : Medium - Total Time : 1 1/2 hrs

DIRECTIONS

Heat the 6cl. oil, add the yèt, the minced onion and let brown for about 5 minutes.
Cut green bell pepper, the green hot pepper and the fresh tomatoes, then add this mixture to the pot.
Add salt and cook for 5 minutes
Add 0.6 l water, the pagne, the guedj, and the fresh hot pepper then cook for 30 minutes over medium heat.
Remove the hot pepper so it does not burst. Place a steamer over the pot and pour the previously washed rice in it. Cook for 15 minutes, then remove the steamer.
Add pepper and the powdered nététou. Taste the seasoning and add salt if needed.
Add the steamed rice, mix and leave for 15 minutes.
When you notice that the rice has absorbed all the broth, add the peanut powder by sprinkling it over the rice.
Cook for 20 minutes over low heat.
Put boiling water in a bowl, throw in a handful of coarse salt, bay leaves and thyme. Once the water is boiling, immerse the crab and count 15 minutes cooking on medium heat.
Put 15g of butter in a pan and melt, Crush two cloves of garlic and add butter. Place your shrimp in the pan, add salt and pepper and sauté 5 minutes until they have turned pink. Add the frozen mussels and calamari, cook for 5 minutes.
Once the peanut is cooked, serve the rice in the dish and decorate with the seafood: crabs, squid, mussels and shrimp. The Mbakhalou Saloum with seafood is ready.
Enjoy with lemon and diw gnoor previously melted.



Chef Maguette Diop



Nioy
demb,

Nioy
Tey



Un Produit de
Solution Innovante



Créer Votre Propre Agence De Voyage

Avec Nos Solutions Technologiques De Voyage

Connecter Votre Propre API

Booking.com

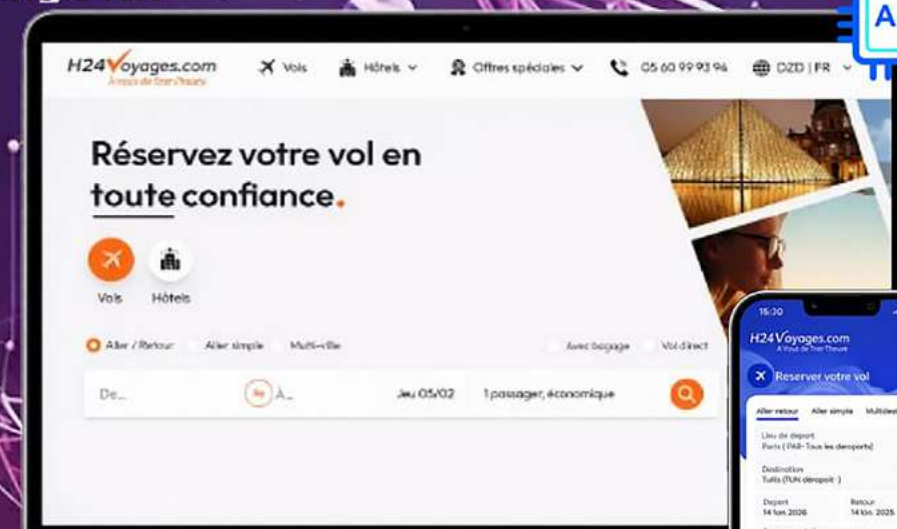
AMADEUS

Vervotech
partner solutions

Expedia

hotelbeds
Part of HBX Group

API



DÉVELOPPEUR OTA DE CONFIANCE



Adresse:
Lot # 08 Ngor Almadies Zone 16-17, TF3089 Dakar

Nous contacter

Tel :
+221 78 377 40 68 / +221 78 527 20 22



Welcome to

WAKOLA
HOTEL
DAKAR



WAKOLA FASS



WAKOLA CHEIKH A. DIOP



WAKOLA BATRAIN

- RESTAURANT
- ROOFTOP
- SALLES SEMINAIRES
- BAR
- RESTAURANT
- SALLES SEMINAIRES
- HÉBERGEMENTS
- ARTS CULINAIRES



MODE & EVENEMENTIEL
FASHION & EVENTS

MODE : LA MAISON GOYA
MODE : LA MARQUE M-TIMA
MODE : LA MARQUE TÉTATOU
JOJ 2026 : L'AFRIQUE AU CŒUR DES JEUX OLYMPIQUES DE LA JEUNESSE
LA LUTTE DANS LE SINE-SALOUM : ENTRE TRADITION ET IDENTITÉ

Les Cireurs
by
Goya
SOINS

SOULIERS, SNEAKERS, MAROQUINERIE
À PARTIR DE 15.000 FCFA

CIRAGE
LUSTRAGE
GLAÇAGE
TEINTURE
L'ART DE LA PATINE
SAC À MAIN
RÉNOVATION
TOUTES MARQUES

+221 77 673 07 07
contactdkr@goyaparis.com
RUE 3 X B, POINT.E
DAKAR
LUNDI-DIMANCHE | 10H30-19H30

SAPHIR
DOMICILE & BUREAU
LIVRAISON

goya_officiel

GLAÇAGE
AVANT | APRÈS

MODE
LA MAISON GOYA

GOYA'S HOUSE

La maison Goya qui est une entreprise spécialisée dans la Maroquinerie de luxe 100% made in AFRICA.

Marqué par la création de souliers décontractés-chics pour ceux qui veulent être élégants de la tête aux pieds. Elle propose aussi des services d'entretien et de cirage haut de gamme pour tous types de chaussures et d'articles de maroquinerie.

Monsieur Rodrigue Vodounou de son vrai nom, est un amoureux de la mode, grandit à Paris, souhaite toujours conserver cet attachement fort pour ses origines africaines. D'où sa remarque de l'absence de Ce mariage culturel dans l'industrie du soulier comme on peut le retrouver parfois dans celle des vêtements. C'est ce qui lui a valu la création de la marque Goya pour répondre à un besoin de trouver des souliers de qualité auxquels s'identifier.

En plus de la vente de souliers et d'accessoires de luxe, il offre le service d'entretien et de cordonnerie pour tous les types de chaussures (souliers pour homme et pour femme, sneakers, nu-pied, etc.) et toutes marques confondues. Ils font également l'entretien et la réparation de pièces de maroquinerie comme les sacs à main, les sacs ordinateurs, etc. Ils ont des maîtres-cireurs disponible en boutique 7 jours sur 7 pour un cirage, un glaçage, une coloration, une patine ou une pose de talon.

Sa marque est présente au Dakar depuis 3ans, considérant comme le capitale de la mode et très riche de par sa spécificité historique.

Le fait d'avoir choisi le Sénégal n'est pas peine perdu car la Première Dame du Sénégal Marie Khone Faye a chaussé des escarpins de la marque Goya pour sa première sortie officielle ainsi que la président de la République du Sénégal Monsieur Bassirou Diomaye Faye pour sa cérémonie d'investiture.



Goya House is a company specializing in luxury leather goods that are 100% made in Africa.

Characterized for creating casual-chic shoes for those who want to be elegant from head to toe, it also offers high-end care and polishing services for all types of shoes and leather goods.

Mr. Rodrigue Vodounou, his real name, is a fashion enthusiast who grew up in Paris and has always maintained a strong connection to his African roots. Hence his observation of the absence of this cultural fusion in the footwear industry, unlike in the clothing industry. This led him to create the Goya brand to meet the need for quality shoes with which people could identify.

In addition to selling luxury shoes and accessories, he offers shoe repair and maintenance services for all types of footwear (men's and women's shoes, sneakers, sandals, etc.) and all brands. They also maintain and repair leather goods such as handbags, laptop bags, etc. They have master shoe shiners available in the store seven days a week for shoe shining, glazing, coloring, patina application, or heel replacement.

Their brand has been present in Dakar for three years, a city considered a fashion capital and very rich in its historical significance.

Their choice of Senegal wasn't in vain, as the First Lady of Senegal, Marie Khone Faye, wore Goya heels for her first official outing, as did the President of the Republic of Senegal, Mr. Bassirou Diomaye Faye, for his inauguration ceremony.



MODE: LA MARQUE M-TIMA

M-Tima est la marque de la styliste modéliste sénégalaise Tima Faye Dieng. Bachelière en série scientifique, elle a réussi à se faire une place dans le milieu de la mode grâce à son talent et son expertise acquis à l'Institut international de créations et de coupe de Marseille. Elle a obtenu son diplôme après une formation complète de 4 ans.

De retour à Dakar en 2000, elle crée sa marque Tima création qui a évolué au fil du temps pour devenir M-Tima, cette marque dynamique respecte toutes les exigences de la haute couture avec un style qui souligne l'exception sénégalaise en termes d'élégance et de créativité. Une marque avec une variété de styles, car, Elle ne veut pas être restreinte à un seul genre de vêtements. « J'aime le métissage culturel. Je m'évade vers plusieurs styles, car je refuse d'être figée sur un seul genre de vêtements » dit-elle. Son thème de la Grande Expo « PEM & Innovation leviers de souveraineté », une collection qui reflète l'engagement de la marque pour la promotion du savoir-faire Sénégalais, le prouve.

Située au Sea Plaza de Dakar, elle présente des collections complètes, de tenues de villes, de week-end et de soirées de très haute couture et de « sur mesure », exceptionnelles en termes de créativité et de nouveauté destinées aux hommes et aux femmes.

MODE: M-TIMA BRAND

M-Tima is the brand of Senegalese fashion designer Tima Faye Dieng. Holding a Baccalaureate in Science, she has made a name for herself in the fashion industry thanks to her talent and expertise acquired at the International Institute of Fashion Design and Cutting in Marseille. She graduated after completing a four-year program.

Returning to Dakar in 2000, she created her brand Tima Création, which has evolved over time into M-Tima. This dynamic brand adheres to all the requirements of haute couture with a style that highlights Senegalese exceptionalism in terms of elegance and creativity. It is a brand with a variety of styles, as she doesn't want to be limited to a single type of clothing. « I love cultural diversity. I explore different styles because I refuse to be stuck with just one type of clothing, » she says. Her theme for the Grand Expo, « PEM & Innovation: Levers of Sovereignty, » a collection reflecting the brand's commitment to promoting Senegalese craftsmanship, proves this point.

Located at the Sea Plaza in Dakar, she presents complete collections of haute couture and tailor-made city, weekend, and evening wear, exceptional in terms of creativity and novelty, for both men and women.







AH

**AFRICAN HERITAGE
EVENTS**

TOURISME, AÉRIEN, HÔTELLERIE, RESTAURATION, LOISIRS



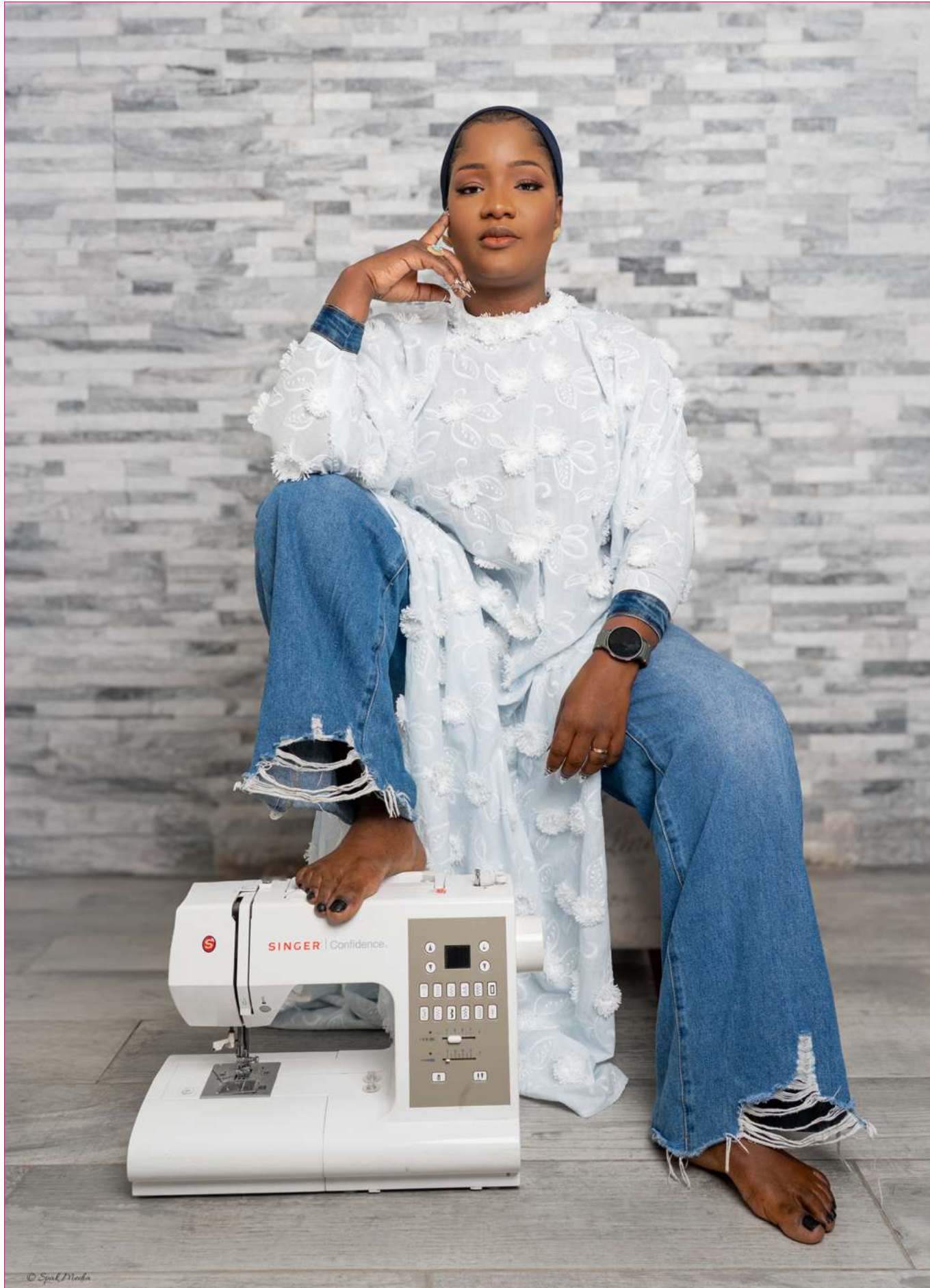
NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

African Heritage Events vous propose ses services de conception, de logistique, d'édition, d'impression, de restauration, de décoration et de régie technique pour l'organisation de vos événements d'affaires et de loisirs ci-dessous :

- * Inaugurations & Lancements
- * Salons, Expositions & Foires
- * Conférences, Séminaires & Workshops
- * Poses de Pierre & Evènements Presse
- * Défilés de Mode & Remises de Trophées
- * Soirées de Galas & Cérémonies Officiels
- * Sales Blitz, Street Marketing & Roadshows
- * Évènements Sportifs & Artistiques
- * Cérémonies de Mariages & de Naissances



📍 Lot N° 08 - Ngor Almadies
Zone 16-17, TF3089 Dakar
☎ +221 77 569 61 40
🌐 www.africanheritagesn.com
✉ maty.fall@africanheritagesn.com
contact@africanheritagesn.com



MODE:
LA MARQUE TÉTATOU

Fondée par Fatou Gueye Ndiaye, passionnée de mode depuis l'enfance et diplômée d'un master 2 en management et stratégie d'entreprise, Tétatou est née à un moment charnière de sa vie, lorsqu'elle transforme une période difficile en un élan créatif porteur de sens. Le nom de la marque vient d'un souvenir tendre : c'est ainsi que son fils la surnommait lorsqu'il apprenait à parler.

L'univers de Tétatou puise dans les communautés, cultures et expériences africaines, réinterprétées dans un style original chic qui mélange identité, héritage et modernité.

Tétatou s'adresse aux africains d'ici et de la diaspora qui souhaitent affirmer leur identité africaine tout en adoptant une allure moderne, audacieuse et originale. La marque poursuit une mission claire : célébrer l'Afrique, valoriser les artisans et porter haut une mode enracinée, responsable résolument contemporaine.

MODE:
TÉTATOU BRAND

Founded by Fatou Gueye Ndiaye, who has been passionate about fashion since childhood and holds a master's degree in business management and strategy, Tétatou was born at a turning point in her life, when she transformed a difficult period into a meaningful creative impulse. The brand name comes from a fond memory: it was the nickname her son gave her when he was learning to speak.

Tétatou's universe draws on African communities, cultures and experiences, reinterpreted in an original, chic style that blends identity, heritage and modernity.

Tétatou is aimed at Africans here and in the diaspora who wish to express their African identity while embracing a modern, bold, and original style. The brand has a clear mission: to celebrate Africa, promote artisans, and champion a deeply rooted, responsible, and resolutely contemporary fashion.









JOJ DAKAR 2026 L'AFRIQUE AU CŒUR DES JEUX OLYMPIQUES DE LA JEUNESSE

YOG DAKAR 2026 AFRICA AT THE HEART OF THE YOUTH OLYMPIC GAMES

Pour la première fois, l'Afrique accueillera un événement olympique majeur avec les Jeux Olympiques de la Jeunesse de Dakar 2026 qui se dérouleront du 31 octobre au 13 novembre 2026. Ce rendez-vous historique ne se limite pas à une simple compétition sportive : il incarne un véritable levier de transformation pour le Sénégal, avec des impacts sportifs, sociaux, culturels, éducatifs et économiques.

Dakar 2026 illustre la volonté de placer l'Afrique au centre du mouvement olympique et de faire du sport un moteur de développement. Au Sénégal, le sport est bien plus qu'une passion : il est un mode de vie, un symbole d'unité et un vecteur de paix.

Ces Jeux seront une célébration de la jeunesse mondiale, mettant en avant les valeurs de partage, d'échange et d'humilité. Entre compétitions, festivités et rencontres culturelles, Dakar 2026 promet d'être une édition inoubliable, reflétant l'énergie et la diversité du continent africain.

Le Comité d'Organisation des JOJ Dakar 2026 (COJOJ) est responsable de la planification et de l'exécution de l'événement. Ses missions incluent la mise en œuvre d'une stratégie de gestion des risques, la gestion des contrats, ainsi que la coordination des services aux spectateurs. Le COJOJ collabore étroitement avec le Comité National Olympique et Sportif Sénégalais (CNOSS) pour promouvoir le développement du sport local et créer un héritage durable pour la jeunesse sénégalaise.

Le programme des JOJ 2026 comprendra 35 disciplines sportives, dont 25 en compétition et 10 en engagement, avec la participation de 2 700 jeunes athlètes du monde entier. La devise officielle de l'événement est : « L'Afrique accueille, Dakar célèbre ». Des disciplines telles que le baseball, le skateboard, le surf et le wushu seront incluses, reflétant une adaptation au contexte local et une volonté d'innover.

For the first time, Africa will host a major Olympic event with the Dakar 2026 Youth Olympic Games, which will take place from October 31 to November 13, 2026. This historic event is more than just a sporting competition: it represents a real catalyst for change in Senegal, with sporting, social, cultural, educational, and economic impacts.

Dakar 2026 illustrates the desire to place Africa at the heart of the Olympic movement and make sport a driver of development. In Senegal, sport is much more than a passion: it is a way of life, a symbol of unity, and a vector for peace.

These Games will be a celebration of global youth, highlighting the values of sharing, exchange, and humility. Between competitions, festivities, and cultural encounters, Dakar 2026 promises to be an unforgettable edition, reflecting the energy and diversity of the African continent.

The Dakar 2026 Youth Olympic Games Organizing Committee (COJOJ) is responsible for the planning and executing the event. Its responsibilities include implementing a risk management strategy, managing contracts, and coordinating spectator services. The COJOJ works closely with the Senegalese National Olympic and Sports Committee (CNOSS) to promote the development of local sport and create a lasting legacy for Senegalese youth.

The 2026 Youth Olympic Games program will include 35 sports, 25 of which will be competitive and 10 of which will be non-competitive (engagement sports), with the participation of 2,700 young athletes from around the world. The official motto of the event is: "Africa Hosts, Dakar Celebrates." Disciplines such as baseball, skateboarding, surfing, and wushu will be included, reflecting an adaptation to the local context and a desire to innovate.



LA LUTTE DANS LE SINE-SALOUM ENTRE TRADITION ET IDENTITÉ

WRESTLING IN THE SINE-SALOUM BETWEEN TRADITION AND IDENTITY

Dans le Sine-Saloum, la lutte traditionnelle occupe une place centrale dans la culture sérère et wolof. Plus qu'un sport, c'est un véritable rituel, transmis de génération en génération, mêlant force, spiritualité et fierté communautaire.

Appelée làmb en wolof et njom en sérère, la lutte n'est pas seulement un affrontement physique. Elle commence bien avant le combat, avec des chants, des danses, des bains mystiques et l'intervention des marabouts. Le lutteur incarne le courage, la virilité, mais aussi le lien avec les ancêtres et les forces invisibles.

Dans les villages du Sine-Saloum, chaque compétition est un événement. Les jeunes s'y préparent dès l'enfance, espérant devenir un jour des champions régionaux, voire nationaux. La lutte est aussi un facteur de cohésion sociale : elle rassemble les communautés autour des mêmes valeurs de bravoure, d'honneur et de respect.

Aujourd'hui, la lutte dans le Sine-Saloum garde son authenticité malgré l'influence croissante de la lutte moderne, médiatisée et monétisée. De nombreux lutteurs issus de la région brillent à Dakar, mais reviennent régulièrement combattre sur les terres qui les ont vus naître.

Entre tradition vivante et passion populaire, la lutte reste l'un des piliers de l'identité culturelle du Sine-Saloum.

In the Sine-Saloum region, traditional wrestling holds a central place in Serer and Wolof culture. More than a sport, it is a true ritual, passed down from generation to generation, combining strength, spirituality, and community pride.

Called làmb in Wolof and njom in Serer, wrestling is not merely a physical confrontation. It begins long before the fight, with songs, dances, mystical baths, and the intervention of marabouts (religious leaders). The wrestler embodies courage and virility, but also the connection with ancestors and invisible forces.

In the villages of Sine-Saloum, each competition is a major event. Young people prepare for it from childhood, hoping to one day become regional or even national champions. Wrestling is also a factor of social cohesion: it unites communities together around the same values of bravery, honor, and respect.

Today, wrestling in Sine-Saloum retains its authenticity despite the growing influence of modern, media-driven, and commercialized wrestling. Many wrestlers from the region shine in Dakar but regularly return to compete on the land where they were born.

Between living tradition and popular passion, wrestling remains one of the pillars of Sine-Saloum's cultural identity.





**AFRICAN HERITAGE
TRAVEL**

À venir - Coming soon



NOUS TRANSMETTONS NOTRE HÉRITAGE AFRICAIN !

**CARRIÈRE, FORMATION & EMPLOI
CAREER, TRAINING EMPLOYMENT**



**CARRIÈRE : LE MÉTIER D'AGENT D'ESCALE AÉROPORTUAIRE
FORMATION : QUELLES SOLUTIONS POUR BOOSTER LE SECTEUR ?**



CARRIERE

DU COMPTOIR D'ENREGISTREMENT À LA DIRECTION GÉNÉRALE : LE PARCOURS INSPIRANT DE SEYNABOU SY DANS LE MONDE DE L'AVIATION.

Dans le monde trépidant de l'aviation internationale, le leadership se forge au fil des années grâce à la discipline, à l'excellence opérationnelle et à un engagement sans faille envers le service. Seynabou Sy incarne cette ascension remarquable, passant de chargée du service clientèle à directrice générale de United Airlines. Sa carrière est un exemple fort de persévérance et d'excellence dans les opérations aéroportuaires, puisqu'elle a occupé l'un des postes les plus exigeants et les plus importants du secteur aérien.

Son parcours a commencé en décembre 2006, lorsqu'elle a rejoint AHS Aviation Handling Services, en tant qu'agent du service clientèle affectée aux vols de Delta Air Lines. Après avoir fait preuve d'excellence opérationnelle pendant plusieurs années, Seynabou a été désignée comme coordonnatrice de l'équipe Delta Airlines en 2015.

La prochaine étape majeure de sa carrière s'est déroulée chez Delta Air Lines, où elle a occupé le poste de responsable des services opérationnels de 2019 à 2025. Ce poste a considérablement élargi son

champ de responsabilités, en lui confiant des fonctions réglementaires hautement spécialisées.

En mai 2025, Seynabou a franchi une étape décisive dans sa carrière en étant nommée directrice générale de United Airlines à l'AIBD. L'une de ses réalisations les plus marquantes a été de coordonner le processus de démarrage de la station. Ce poste exigeant requiert une vision stratégique, une expertise opérationnelle et un leadership exécutif fort, des qualités que Seynabou a cultivées pendant près de deux décennies dans le secteur de l'aviation.

La carrière de Seynabou Sy est bien plus qu'une simple réussite professionnelle : c'est une source d'inspiration pour la prochaine génération de femmes évoluant dans les secteurs de l'aviation et du tourisme en Afrique. Son parcours démontre que le leadership au sein des compagnies aériennes mondiales s'acquiert grâce à la constance, à l'expertise et au courage de progresser. Elle prouve que l'excellence n'est pas seulement un objectif, mais un engagement qui dure toute une carrière.

CAREER

FROM THE CHECK-IN COUNTER TO THE EXECUTIVE OFFICE: THE INSPIRING AVIATION JOURNEY OF SEYNABOU SY.

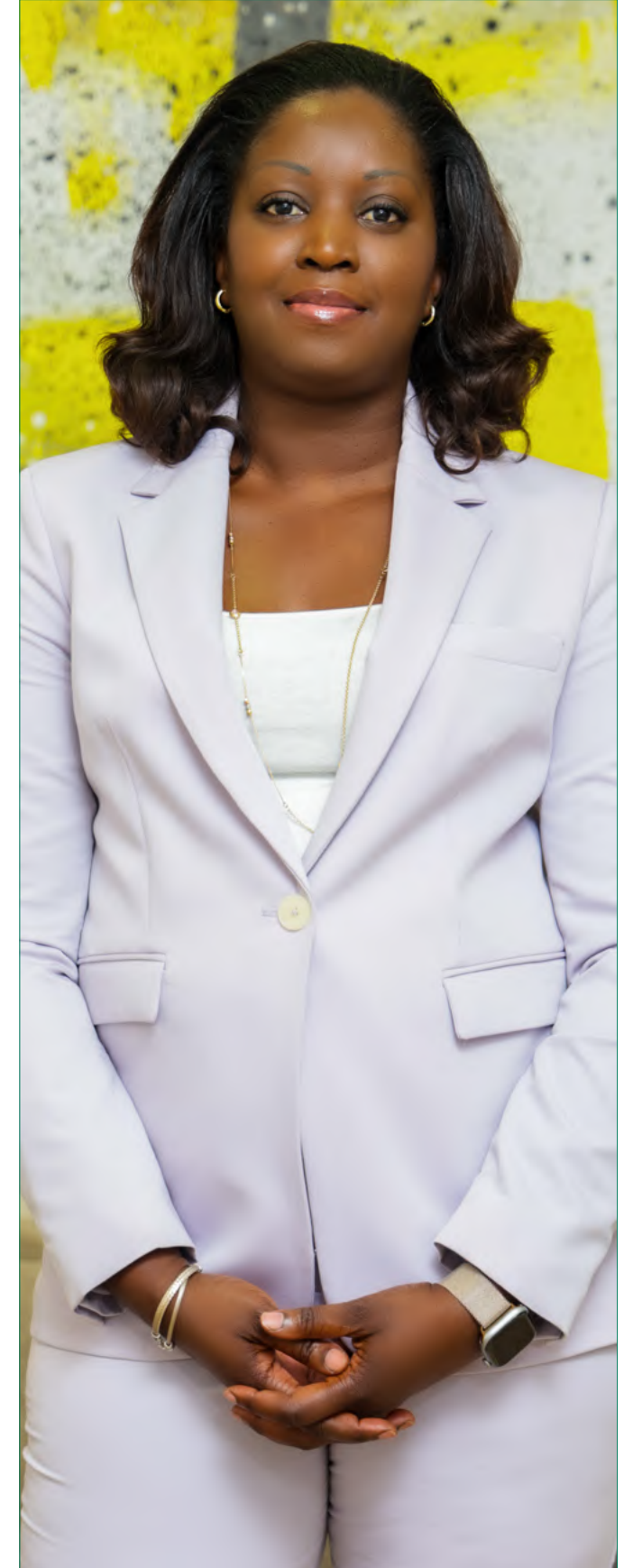
In the fast-paced world of international aviation, leadership is built over the years through discipline, operational excellence, and an unwavering commitment to service. Seynabou Sy embodies this remarkable rise, moving from customer service representative to general manager at United Airlines. Her career is a powerful example of perseverance and excellence in airport operations, as she has held one of the most demanding and important positions in the aviation industry.

Her journey began in december 2006 when she joined AHS Aviation Handling as a customer service agent assigned to Delta Air Lines flights. After demonstrating operational excellence for several years, Seynabou was appointed as coordinator of the Delta Airlines team in 2015.

The next major milestone in her career occurred at Delta Air Lines, where she served as Operations Service Manager from 2019 to 2025. This role significantly expanded her scope of responsibilities, entrusting her with highly specialized regulatory functions.

In May 2025, Seynabou reached a defining moment in her career when she was appointed General Manager for United Airlines at AIBD. One of her most notable achievements was coordinating the station start-up launch. This demanding role requires strategic vision, operational expertise, and strong executive leadership, qualities Seynabou has cultivated over nearly two decades in the aviation industry.

Seynabou Sy's career is much more than just a professional success story: she is an inspiration to the next generation of women in aviation and tourism across Africa. Her progression demonstrates that leadership within global airlines is earned through consistency, expertise, and the courage to move forward. She proves that excellence is not simply a goal, but a career-long commitment.





FORMATION HÔTELIÈRE QUELLES SOLUTIONS POUR BOOSTER LE SECTEUR ?

Passer de la théorie à la pratique, voilà le grand défi des établissements de formation dans les métiers du tourisme. En effet, satisfaire la demande croissante et exigeante de l'industrie n'est pas une sinécure.

Dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, la formation reste un enjeu majeur. Aujourd'hui, les hôtels recherchent des professionnels capables de travailler immédiatement avec efficacité, professionnalisme et sens du service. Pourtant, peu d'établissements proposent des formations réellement adaptées aux exigences du terrain.

Le principal défi consiste à passer de la théorie à la pratique. Il ne suffit plus d'apprendre en salle de classe ; il faut former des jeunes directement aux réalités du métier. Chaque département d'un hôtel requiert

des compétences précises et une bonne maîtrise des standards professionnels.

C'est dans cette optique qu'African Heritage Academy propose des formations pratiques. Les apprenants sont formés sous la supervision de formateurs expérimentés issus du secteur.

African Heritage Academy forme une main-d'œuvre qualifiée, immédiatement opérationnelle et prête à répondre aux attentes des employeurs. Elle représente aussi une véritable opportunité pour les jeunes souhaitant construire une carrière solide dans l'hôtellerie.

La formation reste l'un des piliers du développement touristique au Sénégal. Avec davantage de structures comme African Heritage Academy, le pays pourrait améliorer la qualité de ses services hôteliers et répondre davantage aux standards internationaux.

Former mieux, c'est aussi développer le tourisme de manière durable : car derrière chaque grand hôtel, il y a avant tout des professionnels bien formés.



HOTEL TRAINING WHAT SOLUTIONS CAN BOOST THE INDUSTRY ?

Moving from theory to practice is the major challenge facing training institutions in the tourism industry. Indeed, meeting the industry's growing and demanding needs is no easy task.

Training remains a major challenge in the tourism and hospitality sector. Nowadays, hotels are looking for professionals who can get to work immediately, demonstrating efficiency, professionalism, and a commitment to service. However, few institutions offer training programs that are truly tailored to the demands of the sector.

The main challenge lies in moving from theory to practice. Learning in a classroom is no longer enough; young people must be trained directly in the realities of the

profession. Every department in a hotel requires specific skills and a solid grasp of professional standards.

It is with this in mind that African Heritage Academy offers practical training. Learners are trained under the supervision of experienced trainers from the sector.

Learners are trained in the various hotel services, under the supervision of experienced trainers from the sector. African Heritage Academy trains a skilled workforce that is immediately ready to start work immediately and meet employers' expectations. It also offers a real opportunity for young people looking to build a solid career in the hospitality industry.

Training remains one of the pillars of tourism development in Senegal. With more institutions like the African Heritage Academy, the country could improve the quality of its hotel services and better meet international standards.

Better training also means developing tourism in a sustainable way: because behind every great hotel, there are, above all, well-trained professionals.

Découvrez



YUMA
LODGE SALY

la toute nouvelle oasis
de luxe et de sérénité
à Saly



Venez séjourner au tout nouveau
Yuma Lodge Saly et profitez de
délices culinaires africains, de détente
plage, et d'activités variées comme
la musique live, le cinéma, le jet ski,
le golf et les safaris. Idéal pour les
séminaires, événements musicaux et
banquets, cet hôtel offre un cadre
exceptionnel pour des moments
inoubliables.

Réservez votre séjour
contact@yumalodge.com
+221 33 999 51 50
+221 77 686 15 70



SH
SEN HÔTEL

BIENVENUE AU
SEN HÔTEL

Situé au cœur de Saly, Sen Hotel vous
accueille dans un cadre chaleureux
et élégant, entre confort moderne,
hospitalité sénégalaise et proximité
avec la plage.

Vivez une expérience unique, que
ce soit pour vos vacances, un séjour
d'affaires ou un événement spécial.



PROCHE
DE LA PLAGE



PISCINE
EXTÉRIEURE



CHAMBRES
CONFORTABLES



RESTAURATION
SUR PLACE



WIFI
GRATUIT



SÉJOURS D'AFFAIRES
& ÉVÉNEMENTS



Adresse
Piste des Charrettes,
Saly Niakh Niakhal



Contact
+221 78 894 06 91



Email
contact@senhotel-saly.com





OFFRE D'EMPLOI : RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING

Référence: AHS004

African Heritage Services recrute un responsable commercial et marketing pour augmenter le chiffre d'affaires et la notoriété de l'entreprise. Ce poste stratégique combine les ventes, le marketing digital, l'élaboration des rapports commerciaux.

Missions principales :

Stratégie commerciale : suivi du plan d'actions commerciales et des objectifs de vente

Prospection commerciale : prospection clients (hôtels, agences de voyages, compagnies aériennes...)

Campagne marketing & digital : gérer les campagnes promotionnelles et les réseaux sociaux

Rapports commerciaux : effectuer des rapports hebdomadaires et les activités de prospections

Qualifications :

Diplômes : Bachelor ou Master en Hôtellerie ou Tourisme

Expérience : 5 années d'expérience professionnelle commerciale

Langues : Trilingue (Français, Anglais, Wolof)

Rejoignez-nous en envoyant votre CV à contact@africanheritagesn.com

JOB OPPORTUNITY : SALES AND MARKETING MANAGER

Référence: AHS004

African Heritage Services is recruiting a Sales and Marketing Manager to increase revenue and brand awareness. This strategic position combines sales, digital marketing, and preparation of sales reports.

Main responsibilities :

Sales strategy : monitoring the sales action plan and sales targets

Business development : prospecting for clients (hotels, travel agencies, airlines, etc.)

Marketing & digital campaigns : managing promotional campaigns and social media

Sales reports : preparing weekly reports and tracking prospecting activities

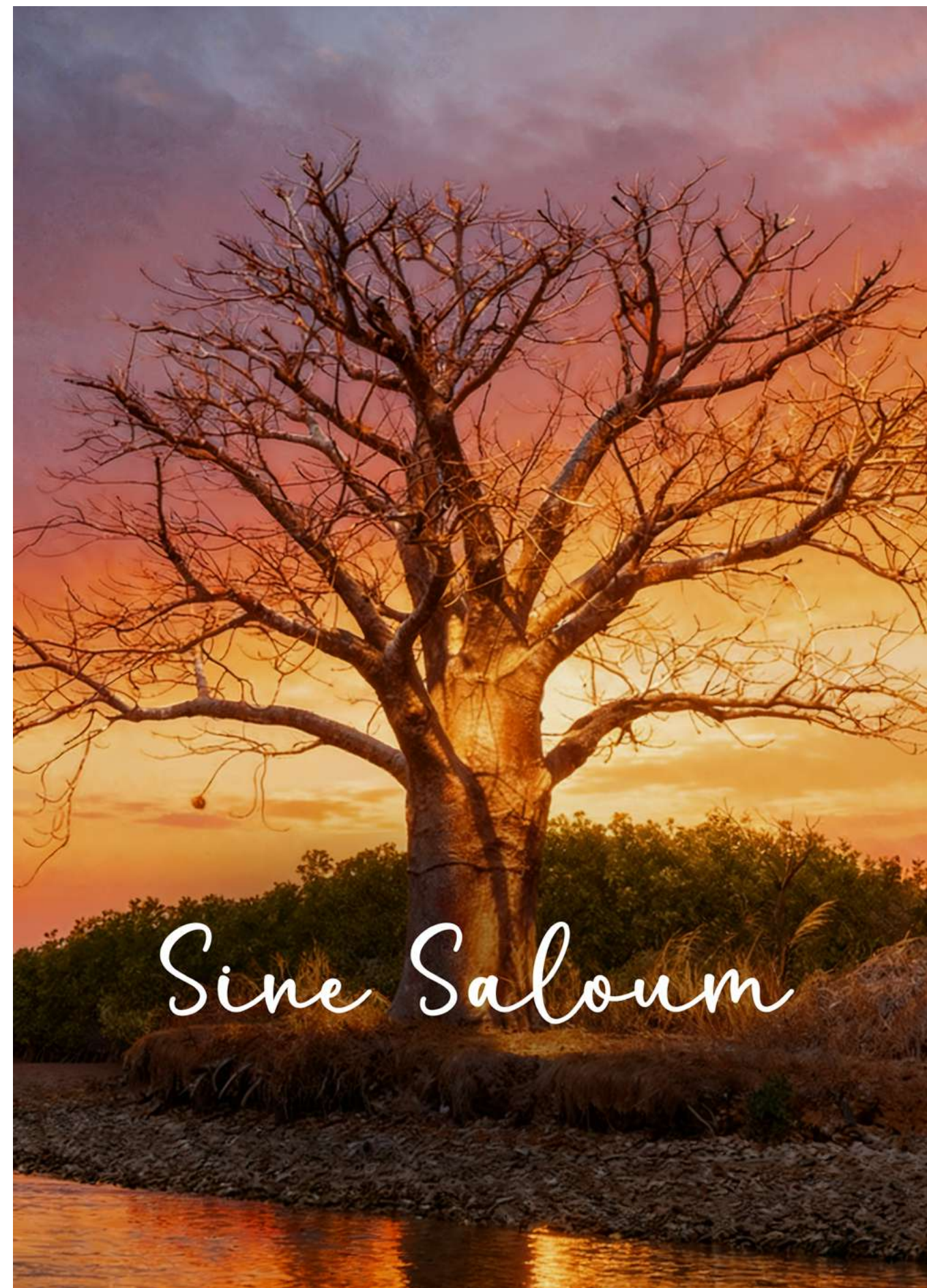
Qualifications :

Degrees : Bachelor's or Master's degree in Hospitality or Tourism

Experience : 5 years of professional sales experience

Languages : Trilingual (French, English, Wolof)

Join us by sending your resume at contact@africanheritagesn.com





AFRICAN HERITAGE SERVICES

HOTELLERIE - AERIEN - TOURISME - LOISIRS

CONTACT: +221 78 377 40 68 - 78 527 20 22

Lot N° 08 - Ngor Almadies Zone 16-17, TF3089 Dakar

WWW.AFRICANHERITAGESN.COM / CONTACT@AFRICANHERITAGESN.COM