

**République de Tunisie
Ministère du Tourisme et de l'Artisanat
Office National du Tourisme Tunisien
Office National du Tourisme Tunisien, Commissariats régionaux
du Tourisme de Tozeur et Kébili**

Projet de Renforcement des Capacités en Matière de Promotion Touristique en Tunisie

Rapport d'accomplissement du projet

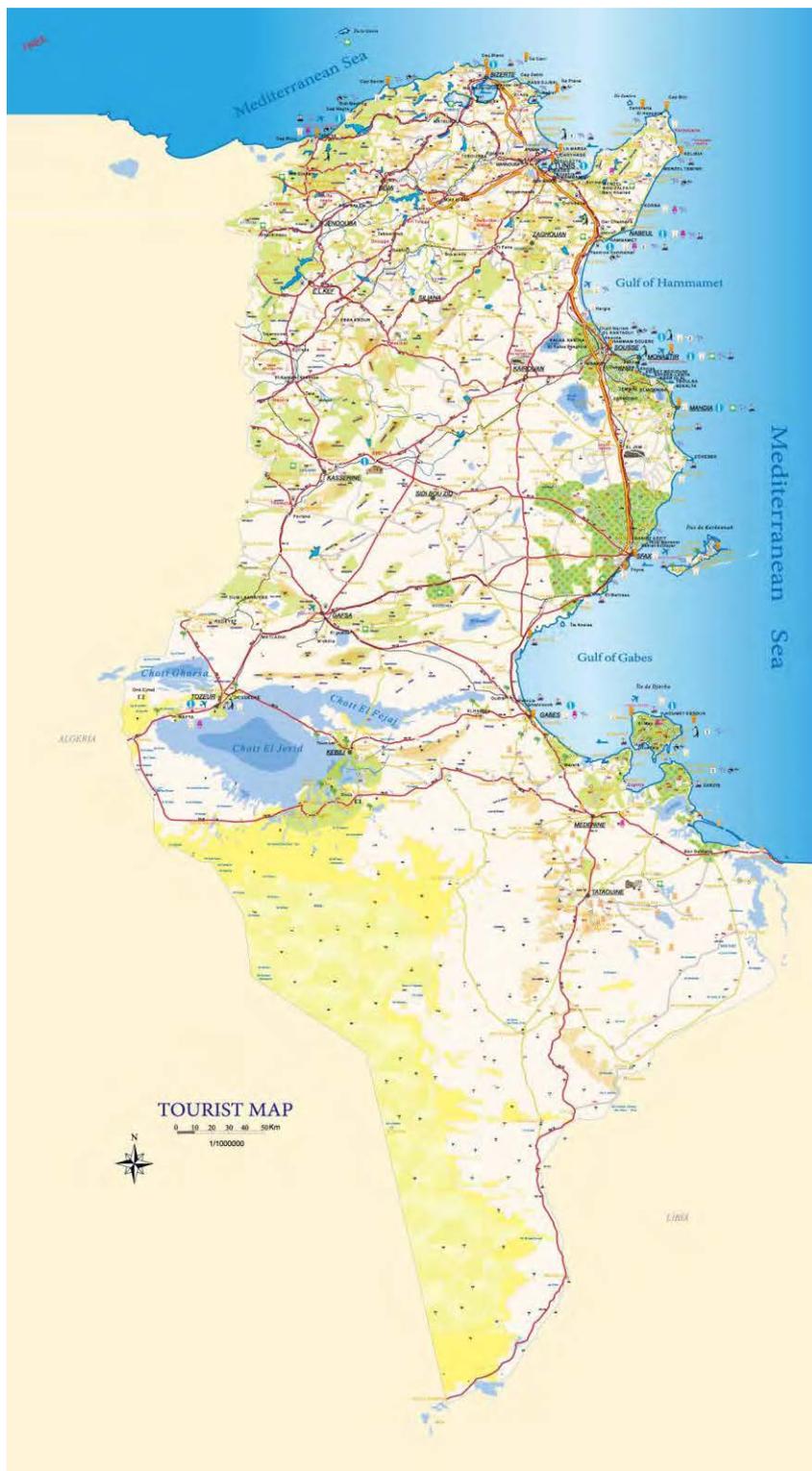
Mai 2016

Agence japonaise de coopération internationale (JICA)

JTB Corporate Sales Inc.

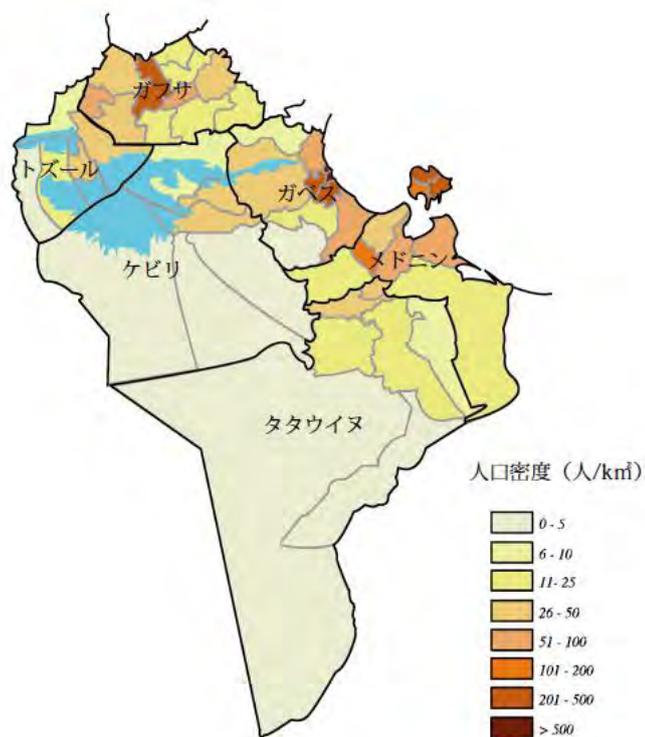
LES CARTES DE LA TUNISIE

FIGURE 0-1 LA CARTE DE L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE DE LA TUNISIE



(Source : ONTT CarteTUNISIE Anglais 2013 dont une partie a été modifiée)

FIGURE 0-2 LES RELATIONS GEOGRAPHIQUES DES 6 GOUVERNORATS DU SUD



(Source : « statistiques de l'année 2011 des régions du Sud » de l'Office de développement du Sud du ministère du Développement régional et de la planification de Tunisie)

SOMMAIRE

Les cartes de la Tunisie	i
SOMMAIRE.....	iii
Table des figures et tableaux	vii
Liste des documents annexes.....	ix
ABREVIATIONS.....	xii
1. Présentation du projet	1-1
1.1 Le contexte du projet	1-1
1.2 Les objectifs du projet.....	1-1
1.3 La durée des travaux, les régions ainsi que les organismes concernés par le projet	1-2
(1). La durée des travaux.....	1-2
(2). Les régions concernées par le projet.....	1-2
1.4 La stratégie de base initialement déterminée du projet	1-6
(1). Objectif de gestion.....	1-6
(2). Objectif technique	1-6
1.5 La stratégie de base corrigée en la 3 ^{ème} année.....	1-7
(1). La stratégie de base relative au Résultat 1 « La coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme est renforcée dans les régions cibles ».....	1-7
(2). La stratégie de base relative au Résultat 2 « Des connaissances du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme dans les régions cibles sont renforcées pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques ».....	1-8
(3). La stratégie de base relative au Résultat 3 « Des activités de marketing et de promotion du tourisme sont mises en pratique dans les régions cibles »	1-8
1.6 Le système de mise en œuvre du projet	1-8
1.6.1 La composition des homologues	1-8
1.6.2 La tenue des diverses réunions et les minutes des réunions	1-12
(1). Le Comité conjoint de coordination (JCC = Joint Coordinating Committee) et les minutes des réunions	1-12
(2). Le Comité Local de Coordination (LCC = Local Coordination Committee) et les minutes des réunions	1-13
(3). Les groupes de travail et les minutes des réunions	1-14

2. La liste des résultats du projet	2-1
2.1 Les produits créés qui ont été élaborés	2-1
(1). Les rapports	2-1
(2). Les produits de la coopération technique	2-1
2.2 L'état d'avancement des objectifs et des résultats du projet	2-3
(1). L'état d'avancement des objectifs du projet	2-3
(2). L'état d'avancement du résultat 1	2-4
(3). L'état d'avancement du résultat 2	2-8
(4). L'état d'avancement du résultat 3	2-9
3. Le calendrier de mise en œuvre des activités	3-1
3.1 Le plan des travaux (PO) et les résultats	3-1
3.2 Les éléments qui ont été modifiés depuis le plan initial et les raisons de ces modifications.....	3-3
4. Les résultats des contributions	4-1
4.1 Les résultats du détachement des experts.....	4-1
4.2 Les résultats de l'accueil des stagiaires	4-4
4.2.1 La formation au Japon	4-4
(1). La première formation au Japon	4-4
(2). La deuxième formation au Japon.....	4-11
(3). La troisième formation au Japon	4-17
4.2.2 Les formations dans un pays tiers.....	4-25
(1). La formation INDABA.....	4-25
4.2.3 Formation sur place	4-29
4.3 Les résultats de l'approvisionnement en équipements.....	4-30
4.4 Le registre des dépenses pour les frais généraux du projet.....	4-31
5. Le rapport des activités de transfert de techniques	5-1
5.1 Résultat1 : La coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme est renforcée dans les régions cibles.	5-1
5.1.1 Activité1.1 : Étudier et analyser la situation actuelle et des difficultés concernant le renforcement de la coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme, la situation actuelle des ressources touristiques, la situation liée au marketing et à la promotion touristique et partager ces résultats entre parties prenantes.....	5-1

(1). Les diverses sortes d'enquêtes, y compris l'enquête de base.....	5-1
(2). L'organisation de la session de partage des informations	5-8
(3). Les conseils et instructions sur l'analyse statistique	5-10
5.1.2 Activité 1.2 : Créer des mécanismes pour renforcer la coopération public-privé entre des organisations liées au secteur du tourisme.	5-10
(1). Le système de coopération public-privé dans la région du Sud.....	5-13
(2). Le système de coopération public-privé dans l'ensemble de la Tunisie.....	5-16
(3). La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais	5-18
5.1.3 Activité 1.3 : Organiser des forums et des réunions périodiques avec les organisations liées au tourisme pour renforcer la coopération public-privé.	5-19
(1). La tenue de réunions et de consultations régulières en Tunisie	5-19
(2). Organisation de séminaires périodiques au Japon	5-19
5.2 Résultat 2 : Des connaissances du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme dans les régions cibles sont renforcées pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques.....	5-20
5.2.1 Activité 2.1 : Déterminer les besoins de formation en se basant sur les résultats d'étude de l'activité 1.1.	5-20
5.2.2 Activité 2.2 : Élaborer des programmes, des matériels pédagogiques et un plan destiné à la mise en place de formations et séminaires pour répondre aux besoins identifiés.....	5-21
5.2.3 Activité 2-3 : Mettre en place des formations et séminaires, faire un suivi régulier, réviser les programmes et matériels pédagogiques.	5-22
5.3 Résultat 3 : Des activités de marketing et de promotion du tourisme sont mises en pratique dans les régions cibles.....	5-22
5.3.1 Activité 3-1 : Élaborer des stratégies de marketing et promotion du tourisme basées sur les résultats de l'étude de l'activité 1-1.....	5-23
5.3.2 Activité 3-2 : Élaborer des plans d'action de marketing et de promotion du tourisme comprenant le développement de nouveaux produits touristiques.	5-24
5.3.3 Activité 3.3 : Mettre en pratique des activités de marketing et de promotion du tourisme basées sur les plans d'action.....	5-25
(1). Développement des produits touristiques nouveaux et promotion de vente	5-25
(2). Amélioration des matériels de promotion.....	5-30
(3). Participation aux foires touristiques	5-33
5.3.4 Activité 3.4 : Faire un suivi des activités mises en pratique, réviser la stratégie et les plans d'action.....	5-34
5.4 À propos de l'étude pour la révision au cours du projet.....	5-35
5.5 Étude d'évaluation à la fin du projet.....	5-35

6. Aperçu et résultats des activités re-sous-traitées.....	6-1
7. Moyens de la gestion et de la mise en œuvre du projet et leçons tirées	7-1
(1). Modification des conditions externes	7-1
(2). Construction du système de coopération public-privé (CPP).....	7-2
(3). Projet pilote destiné au marché japonais	7-3
(4). Les ressources touristiques et le développement des produits	7-4
(5). Importance des formations au Japon	7-5
8. Modification de la matrice de conception de projet (PDM)	8-1
8.1 Modification de la matrice de conception de projet (PDM).....	8-1
8.1.1 Révision en septembre 2013 et en juin 2014.....	8-1
(1). À propos des « indicateurs » des « objectifs du projet »	8-1
(2). À propos des « indicateurs » et des « résultats »	8-2
(3). À propos de « l'objectif global » et des « indicateurs »	8-3
8.1.2 Révision de la PDM suite à l'étude d'évaluation à la fin du projet	8-4
8.2 PDM de ce projet	8-5

TABLE DES FIGURES ET TABLEAUX

Figure 0-1	La carte de l'ensemble du territoire de la Tunisie	i
Figure 0-2	Les relations géographiques des 6 gouvernorats du sud.....	ii
Figure 1-1	L'organigramme de MOTH.....	1-4
Figure 1-2	L'organigramme d'ONTT	1-5
Figure 1-3	Le plan du système de mise en œuvre du projet.....	1-9
Figure 4-1	Photos du séminaire de la JICA lors de la formation dans un pays tiers	4-29
Figure 4-2	Photo du stand de ReTOSA (Regional Tourism Organisation of Southern Africa).....	4-29
Figure 5-1	Évolution de la demande touristique en Tunisie (nombre de visiteurs étrangers non-résidents en hébergement).....	5-2
Figure 5-2	Tendances de la demande par objectif.....	5-3
Figure 5-3	Évolution du nombre total des touristes arrivant.....	5-4
Figure 5-4	Enseignes sans indications en anglais (vestiges de Carthage et la médina de Sousse, site du patrimoine mondial de l'UNESCO)	5-6
Figure 5-5	Ressources touristiques sans enseignes ou indications explicatives.....	5-7
Figure 5-6	Ressources touristiques sans enseignes en anglais, encombrées de déchets	5-7
Figure 5-7	La représentation du système de coopération public-privé à Tozeur (proposition initiale)	5-15
Figure 5-8	La représentation du système de coopération public-privé à Tozeur.....	5-15
Figure 5-9	Les résultats de l'analyse FFOM lors de la 1 ^{re} session de WG	5-17
Tableau 1-1	Objectif global, objectifs et résultats du projet.....	1-2
Tableau 1-2	La composition des homologues	1-9
Tableau 1-3	Les mécanismes d'ajustement.....	1-12
Tableau 1-4	La composition des membres des JCC	1-12
Tableau 1-5	Les minutes des JCC	1-13
Tableau 1-6	La composition des membres des LCC	1-13
Tableau 1-7	Les minutes des LCC	1-14
Tableau 1-8	La composition des groupes de travail (WG).....	1-14
Tableau 1-9	Les minutes des réunions des sessions de WG par thème	1-15
Tableau 2-1	La liste des résultats (les rapports)	2-1
Tableau 2-2	Les produits de la coopération technique.....	2-1
Tableau 2-3	Les indicateurs et les états d'avancement de l'objectif du projet	2-3
Tableau 2-4	Les indicateurs et l'état d'avancement du résultat 1	2-4
Tableau 2-5	Les résultats du projet concernant le résultat 1	2-7
Tableau 2-6	Activités par la Tunisie relatives à l'établissement du système de coopération public-privé	2-7
Tableau 2-7	Les indicateurs et l'état d'avancement du résultat 2.....	2-8

Tableau 2-8	Les indicateurs et l'état d'avancement du résultat 3	2-9
Tableau 3-1	Le plan des activités (PO) et les résultats	3-2
Tableau 4-1	Aperçu des activités des experts	4-1
Tableau 4-2	Les résultats du détachement des experts	4-3
Tableau 4-3	Les objectifs à atteindre pour la première formation au Japon	4-4
Tableau 4-4	Les stagiaires qui ont participé à la première formation au Japon	4-5
Tableau 4-5	Le programme de la première formation au Japon	4-5
Tableau 4-6	Les objectifs à atteindre pour la deuxième formation au Japon	4-11
Tableau 4-7	Les stagiaires qui ont participé à la deuxième formation au Japon	4-12
Tableau 4-8	Les détails de la deuxième formation au Japon	4-12
Tableau 4-9	Les objectifs à atteindre pour la troisième formation au Japon (par individu)	4-18
Tableau 4-10	Les stagiaires qui ont participé à la troisième formation au Japon	4-19
Tableau 4-11	Les détails de la troisième formation au Japon	4-19
Tableau 4-12	Les stagiaires qui ont participé à la formation dans un pays tiers (INDABA)	4-27
Tableau 4-13	Le programme de la formation dans un pays tiers (INDABA)	4-28
Tableau 4-14	Détails et données de la formation sur place	4-30
Tableau 4-15	Équipements livrés à être utilisé	4-30
Tableau 4-16	Le registre des dépenses pour les frais généraux du projet (par année)	4-31
Tableau 5-1	Évolution des indicateurs touristiques	5-4
Tableau 5-2	L'ordre du jour de chacune des sessions de WG	5-11
Tableau 5-3	Agences de voyage participant à l'EDUC TOUR	5-27
Tableau 5-4	Programme du 1 ^{er} EDUC TOUR	5-28
Tableau 8-1	Tentative Project Design Matrix: PDM	8-6
Tableau 8-2	Project Design Matrix: PDM ver.2	8-9
Tableau 8-3	Project Design Matrix: PDM ver.3	8-12
Tableau 8-4	Project Design Matrix: PDM ver.4	8-15

LISTE DES DOCUMENTS ANNEXES

1. Les procès-verbaux des concertations de JCC	1
(1). Le procès-verbal de la concertation du 1 ^{re} JCC	1
(2). Le procès-verbal de la concertation du 2 ^e JCC	7
(3). Le procès-verbal de la concertation du 3 ^e JCC	15
(4). Le procès-verbal de la concertation du 4 ^e JCC	23
(5). Le procès-verbal de la concertation du 5 ^e JCC	31
(6). Le procès-verbal de la concertation du 6 ^e JCC	39
2. LA LISTE DES PARTICIPANTS AUX LCC.....	2-1
(1). La liste des participants au 1 ^{er} LCC	2-1
(2). La liste des participants au 2 ^e LCC.....	2-2
(3). La liste des participants au 3 ^e LCC.....	2-3
(4). La liste des participants au 4 ^e LCC.....	2-4
(5). La liste des participants au 5 ^e LCC.....	2-5
(6). La liste des participants au 6 ^e LCC.....	2-6
3. La liste des participants aux sessions de WG	3-1
(1). La liste des participants à la 1 ^{re} session de WG	3-1
(2). La liste des participants à la 2 ^e session de WG	3-2
(3). La liste des participants à la 3 ^e session de WG	3-3
(4). La liste des participants à la 4 ^e session de WG	3-5
(5). La liste des participants à la 5 ^e session de WG	3-6
(6). La liste des participants à la 6 ^e session de WG	3-9
(7). La liste des participants à la 7 ^e session de WG	3-11
(8). La liste des participants à la 8 ^e session de WG	3-13
(9). La liste des participants à la 9 ^e session de WG	3-14
4. Les documents annexes relatifs aux séminaires de partage des informations	4-1
4.1 Les documents du 1 ^{er} séminaire de partage des informations	4-1
(1). La liste des participants	4-1
4.2 Les documents du 2 ^e séminaire de partage des informations.....	4-3
(1). Le test de compréhension du 2 ^e séminaire de partage des informations.....	4-3
(2). La liste de notation du test de compréhension	4-5
4.3 Les documents du 3 ^e séminaire de partage des informations.....	4-7
(1). Le test de compréhension du 3 ^e séminaire de partage des informations.....	4-7
(2). La liste de notation du test de compréhension	4-9

4.4	Les documents du 4 ^e séminaire de partage des informations.....	4-11
(1).	Le test de compréhension du 4 ^e séminaire de partage des informations.....	4-11
(2).	La liste de notation du test de compréhension.....	4-13
5.	Les autres documents relatifs au projet.....	5-1
(1).	Document numéro 1 La convention (l'accord) relative à la communication d'informations en utilisant le site web en japonais	5-1
(2).	Document numéro 2 Le mémorandum (l'exposé) relatif à la communication des informations touristiques	5-4
(3).	Document numéro 3 Le mémorandum (l'exposé) relatif à la formation du personnel	5-6
(4).	Document numéro 4 Le mémorandum (l'exposé) relatif au futur déploiement du projet de renforcement des capacités en matière de promotion touristique à Tozeur.....	5-8
(5).	Document numéro 5 Les propositions relatives à la création d'une plateforme pour la coopération public-privé.....	5-9
(6).	Document numéro 6 Le protocole relatif à la continuation de la campagne de nettoyage	5-19
(7).	Document numéro 7 Le protocole de l'élaboration du système de sécurité.....	5-20
(8).	Document numéro 8 Le protocole des routes touristiques sûres (4 routes)	5-27
(9).	Document numéro 9 Les propositions en relation avec la formation du personnel	5-36
(10).	Document numéro 10 Les documents de référence «Marketing et promotion du tourisme »	5-41
(11).	Document numéro 11 Les documents de référence «Développement de produits touristiques ».....	5-79
(12).	Document numéro 12 Les documents de référence « La formation du personnel dans le secteur touristique ».....	5-106
(13).	Document numéro 13 La proposition de planification de la mise en pratique de la formation	5-133
(14).	Document numéro 14 Le programme de la formation sur les normes des services.....	5-136
(15).	Document numéro 15 Le matériel pédagogique de la formation sur les normes des services	5-138
(16).	Document numéro 16 Le test de compréhension de la formation sur les normes des services	5-157
(17).	Document numéro 17 Le test de compréhension de la formation sur les normes des services (avec les réponses).....	5-160
(18).	Document numéro 18 L'enquête à la fin de la formation sur les normes des services.....	5-163
(19).	Document numéro 19 Le programme de la formation sur l'hospitalité (l'OMOTENASHI)	5-164
(20).	Document numéro 20 Le matériel pédagogique de la formation sur l'hospitalité	5-165
(21).	Document numéro 21 Le test de compréhension de la formation sur l'hospitalité	5-176

(22). Document numéro 22	Le test de compréhension de la formation sur l'hospitalité (avec les réponses)	5-179
(23). Document numéro 23	L'enquête à la fin de la formation sur l'hospitalité	5-182
(24). Document numéro 24	Les consignes relatives à la communication d'informations en utilisant le site web en japonais	5-183
(25). Document numéro 25	Les accords écrits concernant les droits d'auteur relatifs aux photos d'étude sur terrain avec prises de vue photo de la région du Nord	5-188
(26). Document numéro 26	Les accords écrits concernant les droits d'auteur relatifs aux photos d'étude sur terrain avec prises de vue photo de la région du Sud	5-189
(27). Document numéro 27	Les accords écrits concernant les droits d'auteur relatifs aux textes qui sont rédigés par les rédacteurs lors de l'élaboration du matériel promotionnel	5-190
(28). Document numéro 28	Les accords écrits concernant les droits d'auteur relatifs aux designs qui sont créés lors de l'élaboration du matériel promotionnel	5-192
(29). Document numéro 29	Les dossiers sur la remise des équipements	5-194
(30). Document numéro 30	La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais (version PowerPoint)	5-196

ABREVIATIONS

Abréviations	Anglais	Japonais
CDTOS	Oasis and Sahara Tourism Development Office	オアシス・サハラツーリズム開発局
C/P	Counterpart	カウンターパート
CRT	Regional Tourism Commission	地域観光委員会
FAM trip	Familiarisation Trip	FAM トリップ ¹
FRAV	Regional Federations of Travel Agencies	旅行業地域協会
FRH	Regional Federation of Hotel Industry	ホテル業地域協会
FTAV	Tunisian Federation of Travel Agencies	チュニジア旅行業協会
FTH	Tunisian Federation of Hotel	チュニジアホテル業協会
GIZ	German Federal Enterprise for International Cooperation	ドイツ国際協力公社
ICR	Inception Report	インセプション・レポート
JATA	Japan Association of Travel Agents	一般社団法人日本旅行業協会
JCC	Joint Coordinating Committee	合同調整委員会
JETRO	Japan External Trade Organization	独立行政法人日本貿易振興機構
JICA	Japan International Cooperation Agency	独立行政法人国際協力機構
JNTO	Japan National Tourism Organization	日本政府観光局
LCC	Local Coordination Committee	ローカル・コーディネーション委員会
M/M	Minutes of Meeting	協議議事録
MOT	Ministry of Tourism	観光省 ²
MOTH	Ministry of Tourism and Handicrafts	観光・手工業省
ODS	South Development Office	南部開発公社
OJT	On-the-Job Training	実地訓練
ONTT	Tunisia National Tourism Office	国家観光局
PDM	Project Design Matrix	プロジェクト・デザイン・マトリックス
PO	Plan of Operation	プラン・オブ・オペレーション
R/D	Record of Discussions	討議議事録
RFP	Request for Proposal	提案依頼書
SEO	Search Engine Optimization	検索エンジン最適化
TEJ	Tourism EXPO Japan	ツーリズム EXPO ジャパン
TIC	Tourist Information Center	ツーリスト・インフォメーション・センター
TOT	Training of Trainers	研修指導者養成研修
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization	国際連合教育科学文化機関
UTICA	Tunisian Union of Industry, Trade and Handicrafts	チュニジア工業商業手工業組合
WG	Working Group	ワーキング・グループ

¹ Un FAM trip est un circuit qui permet de stimuler la promotion et la valorisation des produits de voyage en invitant à y participer et à inspecter les agences de voyages ou les médias. En Tunisie, on appelle cela un EDUC Tour.

² Le nom du MOT a été modifié en MOTH par le nouveau gouvernement issu des élections présidentielles qui ont eu lieu en Tunisie au milieu de la deuxième année.

1. PRÉSENTATION DU PROJET

1.1 LE CONTEXTE DU PROJET

La république de Tunisie (ci-après la Tunisie) est un état républicain situé dans le Maghreb, au nord de l'Afrique. Sa superficie représente approximativement les 2/5 de celle du Japon (environ 163 610 km²), sa population est d'environ 10 670 000 habitants. Sa capitale est Tunis, outre la langue officielle qui est l'arabe, le français est largement répandu parmi la population. La religion est l'islam, de la secte sunnite. Dans le pays dont la révolution de 2010 est encore fraîche dans les mémoires, le secteur touristique est l'une des industries clefs, ses effets directs et indirects représentant 16,1 % du PIB et ayant créé, en 2010, 491 000 emplois directs et indirects.

Cependant, bien que possédant de riches ressources touristiques naturelles auxquelles s'ajoutent la Méditerranée ou le Sahara, comme des lieux historiques et des traditions culturelles portées au patrimoine mondial de l'UNESCO, la Tunisie ne met pas suffisamment en valeur ces diverses ressources touristiques. En 2010, les revenus du tourisme international de la Tunisie, avec 2,77 milliards de dollars, ne représente qu'environ 10 % de ceux de la Turquie, n'atteignant même pas la moitié de ceux du Maroc. En particulier, la différence est très importante pour les revenus du tourisme par touriste étranger (le montant des dépenses de tourisme), par rapport à la Turquie, l'Égypte et le Maroc avec respectivement 833,1 dollars/personne, 902,8 dollars/personne et 786,1 dollars/personne, la Tunisie s'arrête vers la moitié du niveau des 3 autres pays avec 401,8 dollars/personne. Comme indiqué précédemment, malgré la situation présente, nous pouvons dire que l'industrie du tourisme est une industrie clef de la Tunisie mais nous pouvons dire qu'elle est encore relativement en cours de développement.

En outre, le développement touristique centré sur les régions balnéaires donnant sur la Méditerranée a eu pour résultat la naissance d'un problème extrêmement grave, celui de la différence de développement avec l'intérieur du pays. Notamment, comme il est espéré que l'essor du tourisme dans le centre et le sud du pays, qui étaient au cœur de la révolution, contribuera à régler les problèmes du chômage touchant principalement les jeunes et les disparités régionales entre les régions côtières, le nord-ouest et le centre et le sud du pays, le développement de produits touristiques utilisant des ressources touristiques diverses est nécessaire, tout en favorisant l'attraction de nouveaux touristes.

D'après le contexte précédent, il a été déterminé la nécessité d'une aide supplémentaire pour la promotion du tourisme par la coopération public-privé, en particulier, pour la région du sud (Tozeur, Kébili) dont l'essor et le développement touristique sont en retard par rapport aux régions côtières, et il a été demandé au Japon de mettre en place le « projet de renforcement des capacités en matière de promotion du tourisme » en établissant le MOTH et l'ONTT comme organismes homologues (homologues). Sur la base de cette demande, JICA a envoyé en avril 2012 une équipe d'enquêteurs pour élaborer des plans détaillés, la Tunisie a accepté le cadre de coopération et en octobre 2012 a eu lieu l'échange de signatures de l'enregistrement des discussions (R/D) concernant la mise en pratique du projet de coopération technique.

1.2 LES OBJECTIFS DU PROJET

Ce projet a pour objectif global de diversifier les touristes à travers le marketing et la promotion par la coopération public-privé dans les régions cibles et vise à renforcer la capacité en matière de marketing et de promotion dans la

régions cibles par la coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme comprenant les secteurs privés.

Cet objectif global, ces objectifs et résultats du projet sont résumés dans le tableau 1-1. D'autre part, ceux-ci seront ensuite légèrement modifiés en se basant sur la situation des régions considérées une fois les processus clarifiés après le démarrage du projet.

TABLEAU 1-1 OBJECTIF GLOBAL, OBJECTIFS ET RESULTATS DU PROJET

« Objectif global »	
Des touristes sont diversifiés à travers le marketing et la promotion par la coopération public-privé dans les régions cibles.	
« Objectifs du projet »	
Les capacités de marketing et de promotion sont renforcées dans les régions cibles par la coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme comprenant le secteur privé.	
« Résultats »	
Résultat 1 :	La coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme est renforcée dans les régions cibles.
Résultat 2 :	Des connaissances du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme dans les régions cibles sont renforcées pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques.
Résultat 3 :	Des activités de marketing et de promotion du tourisme sont mises en pratique dans les régions cibles.

1.3 LA DUREE DES TRAVAUX, LES REGIONS AINSI QUE LES ORGANISMES CONCERNES PAR LE PROJET

(1). La durée des travaux

Le délai de ce projet de la première année est du janvier 2013 au mars 2014, le délai de la deuxième année du juin 2014 au août 2015, et le délai de la troisième année du septembre 2015 au janvier 2016.

(2). Les régions concernées par le projet

Les régions cibles de ce projet sont les gouvernorats de Tozeur et Kébili dans le Sud de la Tunisie. Cependant, les touristes asiatiques, en particulier, la majorité des touristes japonais, visite la Tunisie par des voyages à forfait et ont tendance à faire des excursions non seulement dans la région considérée du Sud mais dans la Tunisie entière, le Nord compris. En outre, tout d'abord, en Asie, la visibilité de Tunisie elle-même est faible, en cas de promotion du Sud seulement, nous considérons qu'il y a risque de perdre l'un des principaux attraits de la Tunisie qui est la diversité de ses ressources touristiques. Nous considérons que le plan de marketing et promotion du tourisme compensant les difficultés du Sud par une coopération nord-sud et proposant de nouveaux charmes aux voyageurs du Nord permet de créer un raccourci afin d'atteindre l'objectif global.

D'après ce qui précède, ce projet s'est mis d'accord avec les homologues et JICA sur l'exécution du marketing et de la promotion du tourisme en faisant la promotion non seulement dans les régions cibles mais dans la Tunisie entière, y compris le Nord afin d'atteindre l'objectif global. Lors de la promotion des régions considérées au travers de ce projet, nous souhaitons aussi partager avec les homologues la notion qu'il est important de considérer ainsi dans une

perspective globale à court terme et à long terme et de favoriser ce renforcement des capacités.

(3) Les organismes concernées par le projet

En plus du MOTH et de l'ONTT, les organismes concernés par le projet comprennent le Commissariat Régional du Tourisme de l'ONTT de Tozeur et le Commissariat Régional du Tourisme de l'ONTT de Kébili qui se trouvent dans les régions considérées par le projet ainsi que les Commissariats Régionaux du Tourisme des autres gouvernorats ainsi que la FTAV et la FTH, par exemple, qui constituent des parties prenantes liées au tourisme du secteur privé.

- MOTH : Le ministère chargé de la politique de tourisme et d'artisanat au niveau national. Le chargé de ce projet dans la Tunisie.
- ONTT : Le bureau qui exécute les politiques du tourisme sous la direction de MOTH. L'organisation effective d'exécution de ce projet.
- Commissariat régional du Tourisme de Tozeur : La section local de l'ONTT qui se charge de Tozeur et Gafsa. Elle est l'organisation effective d'exécution dans la région cible du projet et a collaboré avec le FRAV de Tozeur qui est une section locale de FTAV, FTH de Tozeur et Nafta, et les organisations privées comme ONG, etc.
- Commissariat régional du Tourisme de Kébili : La section local de l'ONTT qui se charge de Kébili. Elle est l'organisation effective d'exécution dans la région cible du projet et a collaboré avec le FRAV de Kébili et de Douz qui est une section locale de FTAV, et les organisations privées comme ONG, etc.
- Commissariats régionaux du Tourisme des autres gouvernorats : Elles sont les sections locales de l'ONTT qui se chargent des Bizerte, Tunis, etc. et ont participé à ce projet pour effectuer la collaboration au niveau national.
- Les personnes concernées des organisations privées du tourisme comme FTAV, FTH, etc. : FTAV (la Fédération tunisienne du tourisme), composées par les agences de tourisme de la Tunisie et FTH (la Fédération tunisienne des hôtels), composée par les hôtels de la Tunisie sont les organisations privée. Elles ont collaboré avec l'ONTT, les Commissariats régionaux du Tourisme de l'ONTT, etc.

La composition détaillée des homologues est inscrite dans « 1.6.1 La composition des homologues » de « 1.6. Le système de mise en œuvre du projet ». La figure 1-1 représente l'organigramme de MOTH et la figure 1-2 l'organigramme de l'ONTT.

FIGURE 1-1 L'ORGANIGRAMME DE MOTH

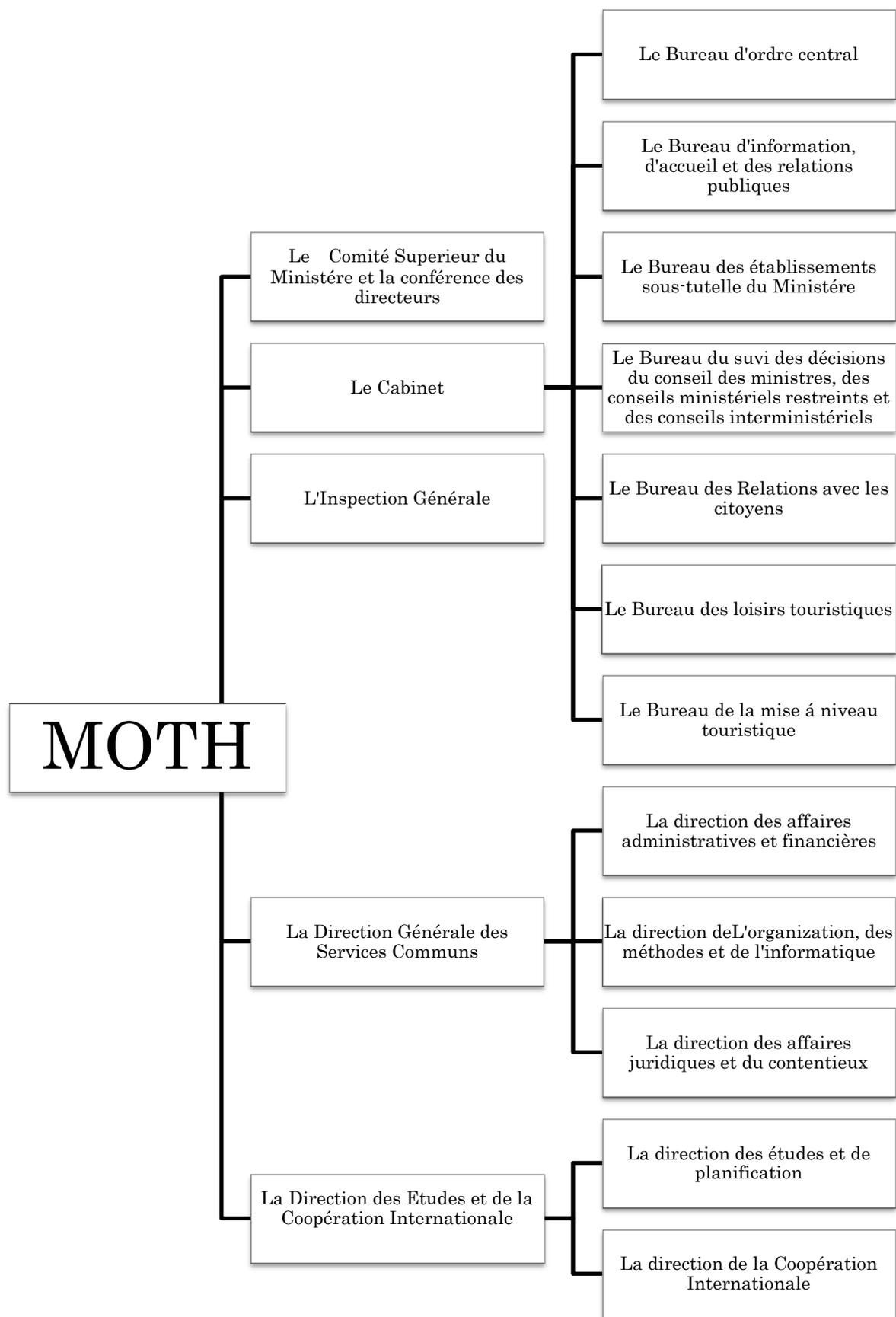
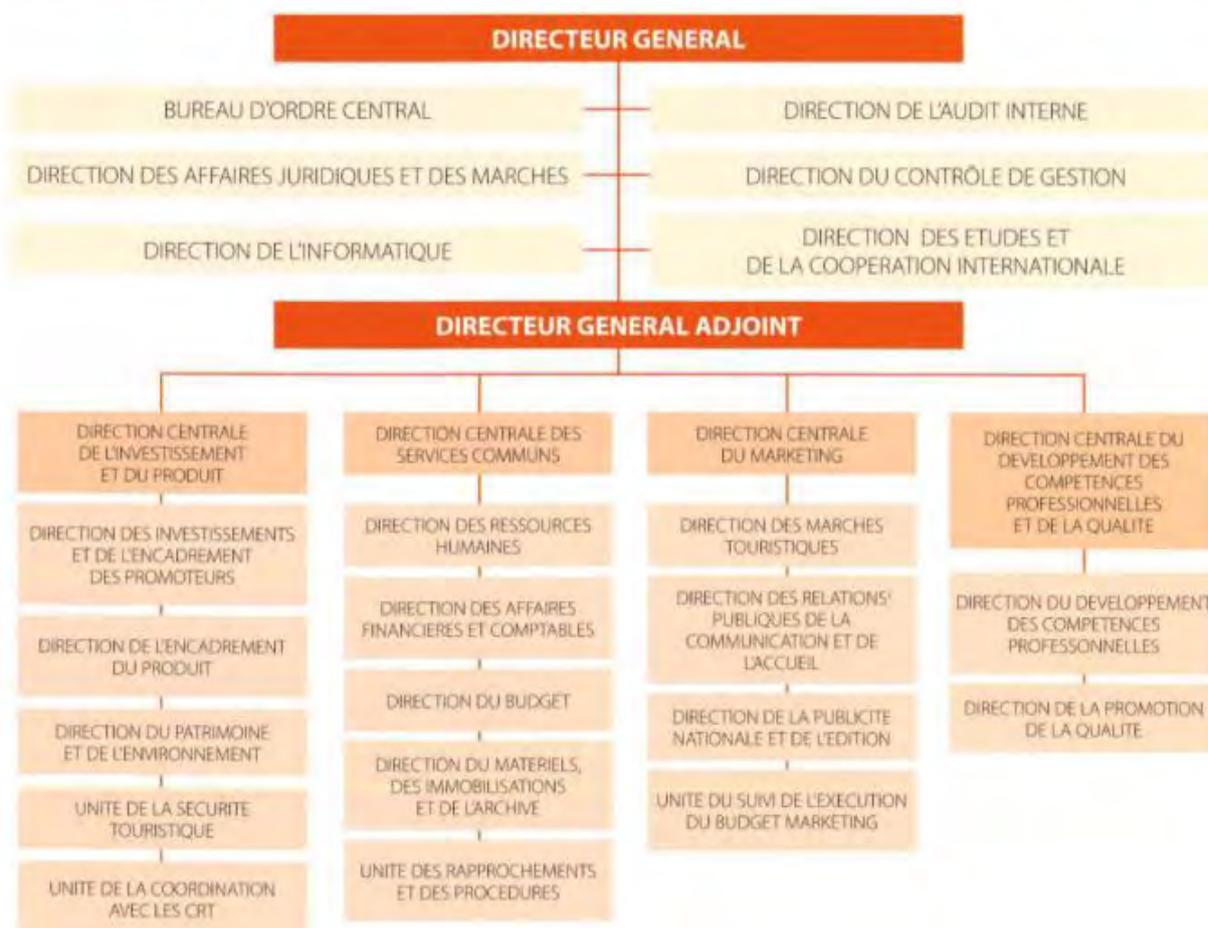


FIGURE 1-2 L'ORGANIGRAMME D'ONTT

Organigramme de l'Office National du Tourisme Tunisien



(Source : ONTT "RAPPORT ANNUEL 2011")

D'autre part, en ce qui concerne le siège de l'ONTT, les départements qui ont été impliqués directement dans le projet sont le département central du marketing ainsi que le département central de gestion de qualité et de la formation du personnel.

1.4 LA STRATEGIE DE BASE INITIALEMENT DETERMINEE DU PROJET

Voici les stratégies de base initialement déterminées du projet

(1). Objectif de gestion

- 1) Progression du projet en fonction du niveau de motivation et de compétence des homologues et des organisations concernées.
- 2) Gestion de progression de projet basée sur une PDM
- 3) Promotion de la coopération public-privé dans les régions considérées.
- 4) Coopération avec les autres entreprises/organismes concernés.
- 5) Contrôle de la progression et partage des informations par le LCC (Comité local de coordination).
- 6) Présentation des thèmes des sessions de WG par thème et soutien aux activités par les homologues pendant les WG par thème.

(2). Objectif technique

- 1) Transfert technique centré sur la formation sur le terrain
- 2) Transfert de techniques de promotion basées sur le marketing
- 3) Soutien de la création d'un système destiné à promouvoir le tourisme par la coopération public-privé
- 4) Renforcement des compétences par le projet pilote
- 5) Difficultés d'apprentissage durant le projet pilote (mise en place de la gestion opérationnelle par le biais d'une gestion par phases)

Ce que nous avons pu vérifier au travers de l'étude sur l'état actuel en la première année, c'est que les homologues possédaient les certaines capacités de en matière de promotion relatives à la promotion en direction de l'Europe qui est une région voisine mais il manque les informations sur le marketing et la promotion des touristes qui viennent des régions éloignées pour chercher les différentes ressources touristiques des celles de leurs régions voisines. Pour résoudre ces problèmes, l'équipe des experts japonais, reposant sur les principes précédents, a choisi les cibles dans le marché destinée et a effectué la promotion effective pour les cibles et la formation sur le terrain des homologues, tandis qu'ils ont effectué le marketing et la promotion destinées au marché japonais comme le projet pilote.

Cependant, en la 1^{ère} année, l'assassinat du chef du parti de l'opposition et les grandes manifestations suivies ont provoqué la situation où les experts n'ont pas pu entrer dans les régions cibles. Donc, étant donné que « le marketing et de la promotion, dont le but est l'accroissement des touristes dans le Sud doivent proposer les routes attirantes, en collaboration tant avec le Sud qu'avec le Nord » dans le cas où leurs cibles sont les touristes qui viennent des pays asiatiques, à commencer par Japon, c'est-à-dire les régions éloignées, notre projet a démarré dans le Nord en la première année et l'activité sérieuse dans le Sud et la collaboration avec celle du Nord ont commencé à partir de la 2^{ème} année, au lieu que le projet ait démarré dans le Sud, qui était la région cible de la première année et ensuite ait entrepris de collaborer avec celui du Nord.

1.5 LA STRATEGIE DE BASE CORRIGEE EN LA 3^{EME} ANNEE

En la 3^{ème} année, les événements qui ébranlaient la sécurité se sont succédés en commençant par l'attentat du musée national du Bardo qui a eu lieu en mars 2015 et le ministère des affaires étrangères du Japon a relevé le niveau d'alerte de la Tunisie. En se fondant sur ces situations et l'état actuel du tourisme de la Tunisie, les stratégies de base qui sont mentionnées ci-dessous ont été effectuées pour atteindre l'objectif de ce projet : « le renforcement des capacités en matière de marketing et de promotion travers à la construction des relations coopératives entre les organisations relatives au tourisme dans le Touzour et le Kébili » qui pourra être l'occasion du grand développement du tourisme après la fin du projet et le rétablissement de la sécurité.

(1). La stratégie de base relative au Résultat 1 « La coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme est renforcée dans les régions cibles »

1. Apporter l'assistance <u>du système de coopération du MOTH qui constitue l'organisation centrale et de l'ONTT de la région du Sud.</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Fournir des lieux pour les réunions et discussions périodiques des organisations de coopération public-privé liées au tourisme par la tenue de WG.
2. Fonder une « organisation modèle <u>destinée à la coopération public-privé</u> » qui se poursuivra même après la fin du projet à Tozeur, dans la région du Sud, qui constitue un site du projet.
<ul style="list-style-type: none"> • Nous commencerons avant la fin du projet les activités qui comprennent les 3 fonctions ci-dessous. <ol style="list-style-type: none"> (1) La fonction de « communication des informations » centrée autour du web (2) La fonction de « préservation des ressources touristiques » en effectuant des activités qui sont axées sur les activités de nettoyage (3) La fonction de « formation du personnel » qui est basée sur la formation volontaire par les homologues • Mener des activités qui intègrent environ 30 entreprises du secteur privé au travers des organisations privées que sont la FTAV/la FTH. Créer une organisation qui soit durable en proposant des éléments que les entreprises du secteur privé considèrent comme ayant des avantages.
3. Créer « la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais ».
<ul style="list-style-type: none"> • Élaborer et compiler la stratégie de base, y compris les éléments suivants, parmi les activités en les liant aux activités du résultat 2 et du résultat 3. Lors de la création de la stratégie de base, nous prévoyons d'organiser des débats lors des LCC et des WG afin des prendre conscience de refléter les opinions des entreprises du secteur privé et faire ressortir leur conscience d'acteurs. <ol style="list-style-type: none"> (1) La stratégie de marketing et de promotion touristiques (résultat 2 : compilation du matériel pédagogique des WG) (2) Le plan d'action (le plan de rétablissement) (résultat 3 : la décision du plan de rétablissement) (3) Les normes de services pour l'accueil des touristes (Résultat 2 : La formation sur les normes des services) (4) Le système de suivi (résultat 3 : la récupération et l'analyse de l'enquête sur le stand de la Tunisie lors des foires du tourisme)

- (2). La stratégie de base relative au Résultat 2 « Des connaissances du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme dans les régions cibles sont renforcées pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques »

1. Compiler les documents des sessions de WG qui ont été menées pendant les 3 années du projet et élaborer les matériels pédagogiques.
2. Apporter l'assistance pour l'élaboration du plan de formation, sa mise en pratique, son suivi et effectuer la révision du programme/des matériels pédagogiques.
<ul style="list-style-type: none"> • Apporter l'assistance pour les 2 formations suivantes. <ol style="list-style-type: none"> (1) Apporter l'assistance pour permettre l'organisation volontaire en Tunisie de la « formation sur les normes des services » qui utilise les « normes des services pour l'accueil des touristes » qui ont été décidés par le résultat 1. (2) Apporter l'assistance pour permettre l'organisation volontaire en Tunisie d'une formation sous une forme qui soit adaptée à la Tunisie en se basant sur les séminaires de partage des informations pour partager avec les parties prenantes les connaissances qui ont été acquises lors de la formation au Japon. (formation sur l'hospitalité)

- (3). La stratégie de base relative au Résultat 3
« Des activités de marketing et de promotion du tourisme sont mises en pratique dans les régions cibles »

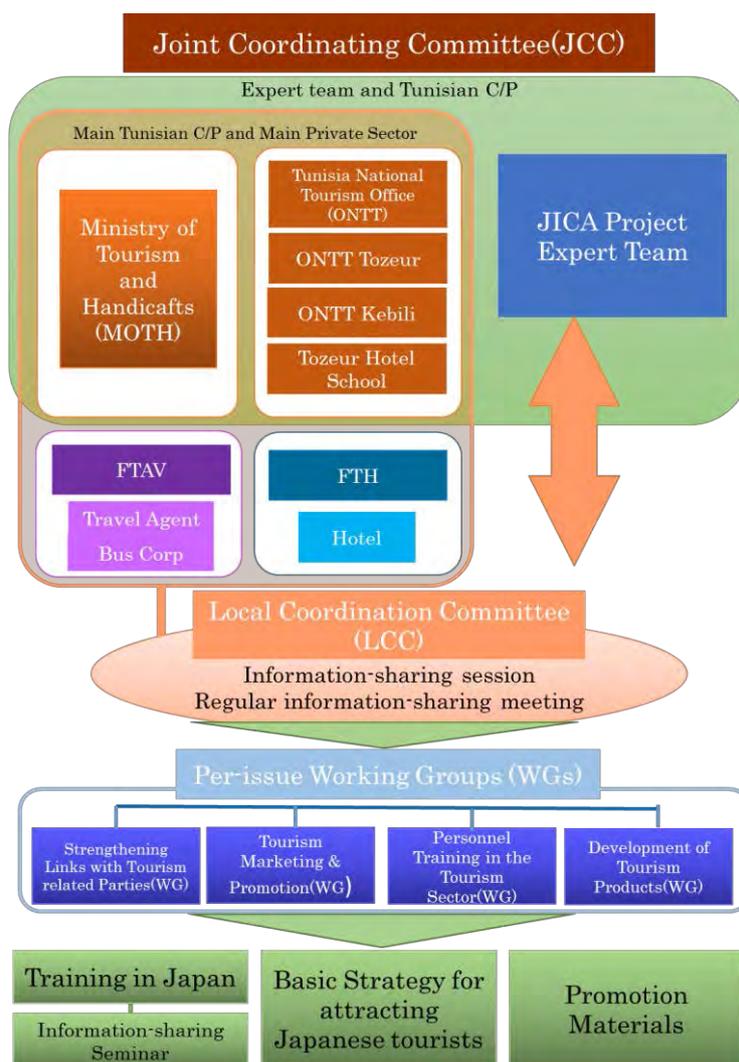
1. Les activités de promotion qui peuvent être menées jusqu'à ce que la sécurité soit rétablie
<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en pratique les activités de promotion centrée autour des 3 activités suivantes pendant la troisième année. <ol style="list-style-type: none"> (1) Apporter l'assistance pour la communication d'informations en utilisant le site web en japonais afin de continuer à communiquer sur « une vie quotidienne paisible » ainsi que pour les consignes qui s'y rapportent. (2) Attirer l'attention sur la Tunisie actuelle en participant aux foires du tourisme et en les liant à la formation au Japon tout en apportant l'assistance afin d'élaborer un système d'analyse d'enquête en tant que système de suivi. (3) Effectuer la création de cartes touristiques en plusieurs langues et se préparer la prise en charge des touristes qui sont revenus.
2. La décision du plan d'action « plan de rétablissement » qui rend possible la prise en charge après le rétablissement de la sécurité
<ul style="list-style-type: none"> • Élaborer le plan d'action fondé sur la stratégie de marketing et de promotion touristiques qui donne de l'importance au rapport qualité-prix et l'insérer dans la « stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais » qui sont élaborés dans le Résultat 1.

1.6 LE SYSTEME DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET

1.6.1 LA COMPOSITION DES HOMOLOGUES

Voici le plan du système de mise en œuvre de ce projet.

FIGURE 1-3 LE PLAN DU SYSTEME DE MISE EN ŒUVRE DU PROJET



Voici la composition des homologues.

TABLEAU 1-2 LA COMPOSITION DES HOMOLOGUES

Nom	Appartenance	Titre	Rôle dans le projet	Délai en service	
Joint Coordinating Committee (JCC)					
1	Mr. Jamel GAMRA	MOTH	Minister	Chair	Jan 2013-Jan 2014
2	Ms. Amel KARBOUL	MOTH	Minister	Chair	Jan 2014-Feb 2015
3	Ms. Selma Elloumi REKIK	MOTH	Minister	Chair	Feb 2015-Present
4	Mr. Habib AMMAR	ONTT	DG	Vice-Chair	Jan 2013-Feb 2014
5	Ms. Wahida JAIET	ONTT	DG	Vice-Chair	Apr 2014-Mar 2015
6	Mr. Abdellatif HAMAM	ONTT	DG	Vice-Chair	Mar 2015-Present
7	Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS	International cooperation, MOTH	Director	Project Director	Jan 2013-Present
8	Mr. Mohamed ESSAYEM	ONTT, DR. Tozeur	Commissioner	Project Manager	Jan 2013-Present
9	Mr. Anouar CHETOUI	ONTT, DR. Kébili	Commissioner	Assistant Project	Jan 2013-Present

Nom		Appartenance	Titre	Rôle dans le projet	Délai en service
				Manager	
10	Mr. Kamel BOUBI	ONTT, Tozeur	Inspector	Representative	Jan 2013-Present
11	Mr. Yasser SOUF	ONTT, Kébili	Inspector	Representative	Jan 2013-Present
12	Ms. Essia BELKEFI	MDICI	Director	Representative	Jan 2013-Present
13	Mr. Mohamed Elaid LAZOUÉCH	ODS, DR. Tozeur	DG	Representative	Jan 2013-Present
14	Mr. Ali ELBEY	ODS, DR. Kébili	DG	Representative	Jan 2013-Present
15	Mr. Noureddine KAMOUN	Tozeur Government	Governor	Representative	Jan2013-Feb2014
16	Mr. Mohamed MANSOURI	Tozeur Government	Governor	Representative	Feb2014-Aug2015
17	Mr. Lotfi SASSI	Tozeur Government	Governor	Representative	Aug2015-Present
18	Mr. Habib JERDI	Kébili Government	Governor	Representative	Jan2013-Feb2014
19	Mr. Amara TLJANI	Kébili Government	Governor	Representative	Feb2014-Present
20	Mr. Mohamed Ali TOUMI	FTAV (Private)	DG	Representative	Jan 2013-Present
21	Mr. Mohamed BALAJOUZA	FTH (Private)	DG	Representative	Jan2013-May 2013
22	Mr. Radhouane BEN SALAH	FTH (Private)	DG	Representative	May2013-Present
Local Coordinating Committee (LCC)					
1	Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS	International cooperation, MOTH	Director	Responsible of the LCC	Jan 2013-Present
Public Private Partnership WG					
1	Mr. Mohamed ESSAYEM	ONTT DR. Tozeur	Commissioner	Responsible of the WG	Jan 2013-Present
2	Mr. Faycal JEBARI	ONTT DR. Tunis	Commissioner	Main Member	Jan 2013-Present
3	Mr. Anouar CHETOUI	ONTT DR. Kébili	Commissioner	Main Member	Jan 2013-Present
4	Ms. Besma BEN HAMIDA	ONTT DR. Bizerte	Commissioner	Main Member	Jan 2013-Present
5	Mr. Zoubeir LOUHICHI	Hotel School Tozeur	Director	Main Member	Jan 2013-Present
6	Mr. Zouhair MBAREK	Batouta Voyages (Private)	President	Member	Jan 2013-Present
8	Ms. Nadia KTATA	FTAV (Private)	Secretary general	Member	Jan 2013-Present
9	Mr. Ali Abdel MOULA	FRAV Sud Ouest (Private)	President	Member	Jan 2013-Present
10	Mr. Karim CHRAIET	Festival International Oasis Tozeur (Private)	President	Member	Jan2013-Present
Human Resource Development WG					
1	Ms. Sarra TITAY	ONTT	Director	Responsible of the WG	Jan 2013-Jun 2014
2	Mr. Mohamed JERBI	ONTT	Director	Responsible of the WG	Jun 2014-Present
3	Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT	Manager	Main Member	Jan 2013-Present
4	Mr. Zoubeir LOUHICHI	Hotel School Tozeur	Director	Main Member	Jan 2013-Present
5	Mr. Mohamed Oussama BEN YEDDER	ONTT	Professor	Member	Jan2013-May2013
6	Mr. Anis BRADAI	ONTT	Information	Member	Jan2013-Present
Tourism Product Development WG					
1	Mr. Mohamed JERBI	ONTT	Director	Responsible of the	Jan 2013-Nov 2014

Nom	Appartenance	Titre	Rôle dans le projet	Délai en service	
			WG		
2	Mr. Anouar CHETOUI	ONTT DR. Kébili	Commissioner	Responsible of the WG	Nov 2014-Present
3	Ms. Besma BEN HAMIDA	ONTT DR. Bizerte	Commissioner	Main Member	Jan 2013-Present
4	Mr. Riadh DKHILI	ONTT	Director	Member	Jan 2013-Present
4	Ms. Nadia KTATA	FTAV (Private)	Secretary general	Member	Jan 2013-Present
5	Mr. Zouhair MBAREK	Batouta Voyages (Private)	DG	Member	Jan 2013-Present
Tourism Marketing and Promotion WG					
1	Ms. Amel KALLEL	ONTT	Deputy Director	Responsible of the WG	Jan 2013-Oct 2013
2	Mr. Neji BEN OTHMAN	ONTT	Director	Responsible of the WG	Oct 2013-Feb 2014 ³
3	Ms. Anissa RAMOUNDI	ONTT	Director	Responsible of the WG	Feb 2015-Apr 2015
4	Mr. Amine SOUISSI	ONTT	Head of Service	Responsible of the WG	May 2015-Present ⁴
5	Ms. Meriem MEDDEB	ONTT	Deputy Manager	Main Member	Jan 2013-Present
6	Mr. Karim BEN SALAH	ONTT	Head of Service	Main Member	Jan 2013-Present
7	Ms. Feriel GHADHOUMI	ONTT	Relationship with Public	Member	Jan2013-Present
8	Ms. Zoumati AMIRA	ONTT	Spanish Market	Member	Jan2013-Present
9	Ms. Belhabib KAOUTHER	ONTT	Editing Office	Member	Jan 2013-Present
10	Mr. Zouhair MBAREK	Batouta Voyages	President	Member	Jan 2013-Present

³ Aucune expérience de la participation au groupe de travail (WG). Madame Meriem MEDDEB le remplace de manière effective dans ses fonctions. (Il est chargé de l'Asie dont le Japon dans l'ONTT (le département central du marketing)).

⁴ Au mois de février 2015, madame Mouna MATHLOUTHI, la directrice du projet, nous a contactés pour demander qu'Anissa RAMOUNDI deviennent la responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme » cependant, comme elle ne pouvait pas participer aux LCC, après discussion avec madame Mouna MATHLOUTHI, il a été décidé que madame Amine SOUISSI aurait la responsabilité et qu'elle serait secondée par madame Meriem MEDDEB.

1.6.2 LA TENUE DES DIVERSES REUNIONS ET LES MINUTES DES REUNIONS

Dans le présent projet, comme nous avons effectué des ajustements à 3 niveaux qui sont le niveau politique, le niveau opérationnel et le niveau de la vie quotidienne, nous avons établi les 3 catégories de comités suivants.

TABLEAU 1-3 LES MÉCANISMES D'AJUSTEMENT

Nom de l'organisation	Fonctions	Fréquence de réunion
Le comité conjoint de coordination (JCC)	Il s'agit de l'organe de prise de décision ultime du projet	1 fois par an au minimum
Le comité local de coordination (LCC)	Il effectue l'ajustement entre les résultats au niveau opérationnel	2 fois par an au minimum
Les groupes de travail (WG)	Ils mettent en pratique les activités quotidiennes pour chaque résultat	Ils se réunissent en fonction des besoins relatifs aux sessions

(1). Le Comité conjoint de coordination (JCC = Joint Coordinating Committee) et les minutes des réunions

Le JCC est l'organe de prise de décision ultime du projet. Il se réunit au minimum 1 fois par an pour décider des éléments essentiels à la mise en pratique du projet comme les décisions relatives au personnel ou au budget nécessaires ou encore la vérification de l'orientation ou de la politique du projet. La structure des membres en ajoutant ceux du côté tunisien est représentée dans le tableau suivant.

TABLEAU 1-4 LA COMPOSITION DES MEMBRES DES JCC

Poste		Affiliation
Le président		Le ministre du Tourisme et de l'Artisanat
Les membres du comité	Du côté tunisien	Le président de l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT), le directeur général du Bureau de la coopération internationale du MOTH, le directeur de la Division d'enquête et supervision de l'ONTT, le directeur du patrimoine historique de l'ONTT, le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT, le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT, le gouverneur de Tozeur, le gouverneur de Kébili, le secrétaire général du développement régional du ministère de la Planification et du Développement régional, le président de la société de développement du sud, le représentant du bureau de Tozeur de l'Office de développement du Sud, le représentant du bureau de Kébili, le président de la FTAV, Président de la FTH
	Du côté japonais	L'équipe du projet, le représentant du bureau de la JICA en Tunisie
Les observateurs		L'ambassade du Japon

En ce qui concerne le présent projet, comme indiqué ci-dessous, le JCC a été tenu 6 fois.

TABLEAU 1-5 LES MINUTES DES JCC

	Date de tenue	Lieu de l'organisation	Ordre du jour
Le 1 ^{er} JCC	Le 7 février 2013 (jeudi) → Reporté en raison de la situation en Tunisie Il s'est tenu le 15 avril 2013 (lundi)	Tunis	- L'approbation du rapport initial
Le 2 ^e JCC	Le 3 septembre 2013 (mardi)	Tunis	- L'approbation des indicateurs de la PDM - L'approbation du (1 ^{er}) Rapport d'Avancement du projet
Le 3 ^e JCC	Le 16 juin 2014 (lundi)	Tunis	- Le plan des activités de l'année 2014 - L'approbation des indicateurs de la PDM
Le 4 ^e JCC	Le 18 mai 2015 (lundi)	Tunis	- Le partage et l'approbation de la fiche de suiv - L'approbation du (2 ^e) Rapport d'Avancement du projet
Le 5 ^e JCC	Le 25 novembre 2015 (mercredi)	Tunis	- L'approbation du plan de mise en pratique de la troisième année du projet - L'approbation du (3 ^e) Rapport d'Avancement du projet - L'évaluation à la fin de la JICA et l'approbation des modifications de la PDM
Le 6 ^e JCC	Le 27 janvier 2016 (mercredi)	Tunis	- L'approbation du rapport d'accomplissement des travaux - Les difficultés rencontrées lors de l'évaluation à la fin

(2). Le Comité Local de Coordination (LCC = Local Coordination Committee) et les minutes des réunions

Le Comité local de coordination a été fondé avec pour objectif l'ajustement et la prise de décision au niveau opérationnel entre les résultats concernant les activités du projet. Comme le Comité local de coordination est constitué par les représentants des organismes qui sont considérés comme ayant besoin d'ajustement en plus des homologues qui s'occupent directement des activités, il possède également les fonctions d'une organisation d'approbation relatifs aux décisions des éléments principaux concernant le projet ainsi qu'à la résolution des sources de préoccupation au travers de réunions périodiques.

TABLEAU 1-6 LA COMPOSITION DES MEMBRES DES LCC

Poste	Affiliation
Le directeur du comité (le directeur du projet)	Le directeur du département de coopération internationale du ministère du Tourisme et de l'Artisanat
L'administrateur du projet	Le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT
Les membres réguliers	Le directeur du Commissariat Régional du Tourisme

	de Kébili de l'ONTT, le personnel du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT, le personnel du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT, le siège de l'ONTT, la branche de Tozeur de la FTAV, la branche de Tozeur de la FTH
Les membres irréguliers	Le représentant de l'antenne de Tozeur de l'Office de développement du Sud, le représentant de l'antenne de Kébili, le secrétaire général de la FTAV, le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de l'ONTT de chaque région

Voici les minutes des LCC.

TABLEAU 1-7 LES MINUTES DES LCC

	Date de tenue	Lieu de l'organisation	Ordre du jour
Le 1 ^{er} LCC	Le 21 mai 2013 (mardi)	Tunis	<ul style="list-style-type: none"> - Le rapport de la participation à une formation dans un pays tiers (INDABA) - Les discussions et l'approbation du plan d'action ainsi que de la stratégie de marketing et de promotion touristiques et le partage des informations concernant le marché japonais relatif au tourisme en Tunisie.
Le 2 ^e LCC	Le 26 février 2014 (mercredi)	Tozeur	<ul style="list-style-type: none"> - Aperçu du projet de la JICA - La séance d'information relative à l'étude sur le terrain avec prises de vue photo dans la région du Sud
Le 3 ^e LCC	Le 16 juin 2014 (lundi)	Tunis	<ul style="list-style-type: none"> - Le calendrier des activités concrètes de l'année 2014
Le 4 ^e LCC	Le 26 février 2015 (jeudi)	Tunis	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de la progression du projet - Le rapport intermédiaire par chacun des responsables de WG - L'étude du système de suivi
Le 5 ^e LCC	Le 11 septembre 2015 (vendredi)	Tozeur	<ul style="list-style-type: none"> - La présentation du plan de mise en pratique du projet pour la troisième année et l'approbation du calendrier - À propos du futur du plan d'action de rétablissement (organisé conjointement avec le 8^e WG « Développement des produits touristiques »)
Le 6 ^e LCC	Le 20 janvier 2016 (mercredi)	Tozeur	<ul style="list-style-type: none"> - Le partage de la stratégie de base (y compris du plan d'action) destinée à attirer des touristes japonais - Le partage des matériels pédagogiques, etc.

(3). Les groupes de travail et les minutes des réunions

Les groupes de travail (WG) ont été fondés afin d'effectuer l'ajustement quotidien de chaque résultat. La composition des groupes de travail pour chaque résultat est la suivante.

TABLEAU 1-8 LA COMPOSITION DES GROUPES DE TRAVAIL (WG)

Résultats	Nom du WG	Autorité compétente	Autres organismes concernés
Résultat 1	« Le Renforcement de la	Le Commissariat	Le MOTH, le siège de l'ONTT, le

	coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »	Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT	Commissariat Régional du Tourisme du nord de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du sud de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT, la FTAV, la FTH
Résultat 2	« La formation du personnel dans le secteur touristique »	ONTT (le département de la Qualité et de la formation du personnel)	Le MOTh, le siège de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du nord de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du sud de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT, l'école hôtelière de Tozeur, la FTAV, la FTH
Résultat 3	« Le développement des produits touristiques »	Le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT	Le MOTh, le siège de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du nord de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du sud de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT, l'école hôtelière de Tozeur, la FTAV, la FTH, les agences de voyages, les services d'hébergement, les entreprises de guides touristiques, les compagnies d'autobus
	« Le marketing et la promotion du tourisme »	ONTT (Le département central du marketing)	Le MOTh, le siège de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du nord de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme du sud de Tunis de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT, la FTAV, la FTH, les agences de voyages, les services d'hébergement

Les minutes des réunions des sessions de WG sont les suivantes.

TABLEAU 1-9 LES MINUTES DES REUNIONS DES SESSIONS DE WG PAR THEME

	Date de la session	Lieu de l'organisation
La 1 ^{re} session	Du 21 au 22 mai 2013	Tunis
La 2 ^e session	Du 3 au 4 septembre 2013	Tunis
La 3 ^e session	Du 19 au 20 novembre 2013	Tunis
La 4 ^e session	Du 26 au 27 février 2014	Tozeur
La 5 ^e session	Du 16 au 17 juin 2014	Tunis
La 6 ^e session	Du 5 au 6 mars 2015	Douz
La 7 ^e session	Du 18 au 19 mai 2015	Tunis
La 8 ^e session	Le 11 septembre 2015	Tozeur
La 9 ^e session	Le 18 novembre 2015	Tozeur

2. LA LISTE DES RESULTATS DU PROJET

Les résultats qui ont été élaborés pendant la période du présent projet sont indiqués ci-dessous.

2.1 LES PRODUITS CREES QUI ONT ETE ELABORES

(1). Les rapports

TABLEAU 2-1 LA LISTE DES RESULTATS (LES RAPPORTS)

Année	Le nom du rapport
La première année	Le rapport initial
	Le (premier) rapport d'avancement du projet
	Le rapport d'accomplissement des travaux (de la première année)
La deuxième année	Le (deuxième) rapport d'avancement du projet
	Le rapport d'accomplissement des travaux (de la deuxième année)
La troisième année	Le (troisième) rapport d'avancement du projet
	Le rapport d'accomplissement du projet (de la troisième année)

(2). Les produits de la coopération technique

Voici la liste des produits de la coopération technique dans chaque résultat.

TABLEAU 2-2 LES PRODUITS DE LA COOPERATION TECHNIQUE

Les produits créés du résultat 1	Période d'achèvement ou de mise à jour	Aperçu
(1) « La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais » (Documents numéro 30 et 31)	Mars 2016 (La version sous PowerPoint a été partagée au mois de janvier 2016)	- La stratégie de marketing et de promotion touristiques et son plan d'action, y compris les normes des services pour l'accueil des touristes
Les produits créés du résultat 2	Période d'achèvement ou de mise à jour	Aperçu
(2) Les propositions en relation avec la formation du personnel (Document numéro 9)	Janvier 2016	- Il s'agit des propositions relatives à l'utilisation des documents des formations ainsi que des documents de références (les propositions de plan de formation ainsi que les programmes de chaque formation, les matériels pédagogiques, les tests de compréhension et les enquêtes de fin de formation).
(3) Les documents de référence « Marketing et promotion du tourisme » (Document numéro 10)	Janvier 2016	- Il s'agit des documents de référence administratifs qui ont été compilés sous le thème du « marketing et de la promotion touristiques » à partir des documents des WG, des LCC et des formations au Japon qui ont été utilisés dans le présent projet.
(4) Les documents de référence « Développement de produits	Janvier 2016	- Il s'agit des documents de référence administratifs qui ont été compilés sous le

touristiques » (Document numéro 11)		thème du « développement des produits touristiques » à partir des documents des WG, des LCC et des formations au Japon qui ont été utilisés dans le présent projet.
(5) Les documents de référence « Le matériel pédagogique destiné à la formation du personnel dans le secteur touristique » (Document numéro 12)	Janvier 2016	- Il s'agit des documents de référence administratifs qui ont été compilés et révisés sous le thème de la « Formation du personnel dans le secteur touristique » à partir des documents des WG, des LCC et des formations au Japon qui ont été utilisés dans le présent projet.
(6) La proposition de planification de la mise en pratique de la formation (Document numéro 13)	Janvier 2016	- Il s'agit d'une ébauche de plan de mise en œuvre de formation pour la formation sur l'hospitalité et la formation sur les normes des services dont la mise en œuvre par les homologues a été prévue principalement autour de la région du Sud.
(7) Le programme, le matériel pédagogique, le test de compréhension et l'enquête à fin de formation de la formation sur les normes des services (Documents numéro 14-18)	Janvier 2016	- Il s'agit du programme, du test de compréhension et de l'enquête à fin de formation de la formation sur les normes des services ainsi que le matériel pédagogique qui a véritablement été élaboré et utilisé par les homologues.
(8) Le programme, le matériel pédagogique, le test de compréhension et l'enquête à fin de formation de la formation sur l'hospitalité (Documents numéro 19-23)	Janvier 2016	- Il s'agit du programme, du test de compréhension et de l'enquête à fin de formation de la formation sur l'hospitalité ainsi que le matériel pédagogique qui a véritablement été élaboré et utilisé par les homologues.
Les produits créés du résultat 3	Période d'achèvement ou de mise à jour	Aperçu
Les brochures, etc.		
(9) Les dépliants du Nord	Septembre 2013	- Ils sont distribués par les participants à la 1 ^{ère} formation au Japon à l'exposition de tourisme en 2013.
(10) Les dépliants du Sud	Septembre 2014	- Ils sont distribués par les participants à la 2 ^{ème} formation au Japon dans TEJ en 2014.
(11) Les cartes touristiques de la Tunisie en japonais	Septembre 2015	- Ils sont distribués par les participants à la 3 ^{ème} formation au Japon dans TEJ en 2015.
Les DVD, etc		
(12) DVD de photos du Nord	Septembre 2013	- Ils sont distribués par les participants à la 1 ^{ère} formation au Japon à l'exposition de tourisme en 2013.
(13) DVD de photos du Sud	Septembre 2014	- Ils sont distribués par les participants à la 2 ^{ème} formation au Japon dans TEJ en 2014.
La photothèque		
(14) La photothèque	Avril 2014	- L'addition des photos de la région du Nord
	Juin 2014	- L'addition des photos de la région du Sud
	août 2014	- L'amélioration des légendes des photos
Les résultats du site web en japonais		
(15) Le site web en japonais	Avril 2014	- L'addition de pages spécifiques à la région du Nord
	Juin 2014	- L'addition de pages spécifiques à la région du Sud
(16) Les consignes relatives à la	Janvier 2016	- Les consignes qui sont destinées à la

communication d'informations en utilisant le site web en japonais (Le document numéro.24)		communication d'informations sur le site web en japonais.
---	--	---

2.2 L'ETAT D'AVANCEMENT DES OBJECTIFS ET DES RESULTATS DU PROJET

(1). L'état d'avancement des objectifs du projet

Voici les indicateurs et les états d'avancement de l'objectif du projet.

TABLEAU 2-3 LES INDICATEURS ET LES ETATS D'AVANCEMENT DE L'OBJECTIF DU PROJET

« Objectifs du projet » : Les capacités de marketing et de promotion sont renforcées dans les régions cibles par la coopération entre le MOH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme comprenant le secteur privé.
Indicateurs 1 La foire touristique issue de la coopération public-privé est tenue au moins 3 fois. Les participations aux foires touristiques organisées par JATA au Japon (l'exposition de tourisme en 2013, TEJ en 2014 et 2015) se sont tenues trois fois au total en Septembre 2013, Septembre 2014, et Septembre 2015 avec le soutien de l'ambassade de Tunisie au Japon. Les discussions se sont élevées entre le côté public et le côté privé, les thèmes des expositions sur le stand ont décidés, les résultats des promotions sur le stand ont été constatés, etc. aux sessions de WG.
Indicateurs 2 Le matériel de promotion touristique nouvellement créé par la coopération public-privé pour les régions cibles (site web, brochures, etc.) est révisé au moins 4 fois durant la réalisation du projet et les informations sur ce matériel sont mises à jour. En ce qui concerne le site web, il a été créé en avril 2014 et les pages spéciaux au Nord y ont été ajoutés, ensuite les pages spéciaux au Sud y ont ajoutés en juin 2014. En plus, les informations sont émises par les coopérations publiques et privés qui se compose des homologues sur les pages des nouvelles du site web en décembre 2015 et janvier 2016. La photothèque a été installée sur le site web, les photos du Nord y ont ajoutés en avril 2014, et les photos du Sud y ont ajoutés en juin 2014 et la forme de présentation a été améliorée suivant les décisions des sessions de WG en août 2014. En ce qui concerne les brochures, etc., les dépliants du Nord ont été rédigés en septembre 2013 et ceux du Sud en septembre 2014. En 2015, les contenus des brochures, etc. ont été révisés et la carte touristique de la Tunisie en japonais a été formée.

En outre, en plus des indicateurs, nous pouvons citer comme fondement de l'indication de la réalisation des objectifs du projet les éléments suivants premièrement, ceux relatifs au renforcement de la coordination des organisations liées au tourisme et deuxièmement, ceux relatifs à l'amélioration des capacités de marketing et de promotion touristiques.

En ce qui concerne la coopération des organisations liées au tourisme, dans le gouvernorat de Tozeur qui constitue la région considérée par le projet, l'élaboration et l'entretien du système de coopération public-privé a été menée par le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT qui en est devenu le coordinateur (document numéro 4). En outre, la mise en œuvre des activités de nettoyage de Sidi Bouhlel dans le cadre du développement et l'entretien des ressources touristiques a été effectuée en tant qu'activité de coopération public-privé et il est prévu que ces activités se poursuivent dans le futur (document numéro 6). De plus, en tant qu'activités de marketing et de promotion touristiques en coopération public-privé, les informations touristiques de la région du Sud ont été compilées par les inspecteurs du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT et un système a été

élaboré au siège de l'ONTT pour les rassembler (document numéro 2). En Tunisie, comme avant le démarrage du projet la notion de coopération public-privé était insuffisante, lors des séminaires sur la coopération public-privé qui ont été mis en œuvre avant le démarrage du projet, plutôt que de coopération public-privé, il s'agissait le plus souvent du secteur public qui transmettait au secteur privé unilatéralement les projets qu'il avait préalablement décidés. Cependant, il a été décidé de faire élaborer un accord destiné à la coopération public-privé afin de pouvoir renforcer par les homologues la coopération sous une forme qui ne soit pas des relations unilatérales au travers du projet. En outre, une conscience de la coopération public-privé a été activement construite comme les parties prenantes du secteur privé sont également arrivés à faire prendre conscience de l'importance de la coopération au travers d'activités qui ont été concrètement effectuées en coopération public-privé comme la mise en œuvre de la campagne de nettoyage ainsi que par la participation aux sessions de WG et la participation à la formation au Japon.

En ce qui concerne l'amélioration des capacités de marketing et de promotion touristiques, les homologues ont mené une campagne pour attirer les clients lors des foires du tourisme telles que l'exposition sur les voyages ou l'exposition TEJ qui ont eu lieu au Japon en utilisant le matériel promotionnel qui avait été élaboré pendant la première année, la deuxième année et la troisième année ainsi que pendant le projet. Il est prévu que ces matériels promotionnels continuent à être distribués en coopération par l'ONTT et par l'ambassade de Tunisie au Japon même au Japon. Lors de l'exposition TEJ qui a eu lieu au mois de septembre 2015, un séminaire a été mis en œuvre en coopération avec l'ambassade de Tunisie au Japon et une présentation relative aux régions considérées par le projet a été mise en œuvre pendant le séminaire en coopération avec les inspecteurs du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur, du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili ainsi que des parties prenantes liées au tourisme. Le séminaire a attiré environ 20 personnes ce qui leur a permis d'apprendre les particularités de Kébili et de Tozeur. De plus, en ce qui concerne les activités de marketing et de promotion dans les régions qui ne possèdent pas d'antenne de l'ONTT et dont la langue utilisée est différente, il a été possible d'apprendre que la méthode qui consiste à travailler en coopération avec l'ambassade de ce pays est efficace. En fait, en ce qui concerne les futures mises à jour du site web en japonais, l'ambassade de Tunisie au Japon s'occupera des activités de mise à jour en se basant sur les informations qui seront rassemblées en Tunisie par l'ONTT. Ce genre de système de mise à jour est soutenu par le système de coopération avec l'ONTT et la FTAV qui a été élaboré au travers du projet ainsi que par le système de coopération entre les Commissariats régionaux du Tourisme de l'ONTT et le siège de l'ONTT (document numéro 1, 2). Grâce à cela, la qualité du marketing et de la promotion de la Tunisie par rapport au Japon se sont améliorées et il est devenu possible de communiquer périodiquement des informations de manière stable au travers du site web en japonais.

(2). L'état d'avancement du résultat 1

Les indicateurs et l'état d'avancement du résultat 1 sont indiqués ci-dessous.

TABLEAU 2-4 LES INDICATEURS ET L'ETAT D'AVANCEMENT DU RESULTAT 1

Résultat1	La coopération entre le MOTH, l'ONTT et les organisations liées au tourisme est renforcée dans les régions cibles.
Indicateur1.1	La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais par la coopération

public-privé est établie avant l'année 2016.
La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais en version sous Word (document numéro 31) a été achevée, basée sur la version sous PowerPoint (document numéro 30), convenue lors du 6 ^e JCC en janvier 2016.
Indicateur1.2 Les membres principaux du personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme participent à chaque travail de groupe (WG) par thème.
WG par thème se sont tenus neuf fois en trois ans et les membres principaux y ont participé presque toutes les fois. Plus précisément, le taux de participation par les membres principaux du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » était de 82,2%, le taux pour le WG « Formation du personnel dans le secteur touristique » était de 96,9%, celui pour le WG « Développement des produits touristiques » était de 85,2%, et celui pour le WG « Marketing et promotion du tourisme » était de 69,0%. Bien que le taux de participation pour le WG « Marketing et promotion du tourisme » soit relativement bas, c'était principalement à cause du transfert et du remplacement du responsable pendant la période du présent projet. Afin de faire face à cette situation, nous avons nommé un responsable adjoint pour le présent projet (le responsable adjoint a participé aux toutes les sessions de WG excepté une fois). Les listes des participants à chaque session sont incluses dans le document annexe 3-1: « 3. Les documents annexes relatifs aux sessions de WG ».
Indicateur1.3 Les LCC sont tenues au moins 2 fois par an.
Les LCC se sont tenus 2 fois pendant la première année, en mai 2013 et en février 2014, 2 fois pendant la deuxième année, en juin 2014 et en février 2015, et 2 fois pendant la troisième année, en septembre 2015 et en janvier 2016.

Parmi les stratégies de base réalisées dans le projet et citées dans la partie 1-4 et la partie 1-5, l'assistance pour la création d'un système destiné à favoriser la promotion du tourisme par la coopération public-privé concrètement, (1) l'assistance du système de coopération du MOTH qui constitue l'organisation centrale et de l'ONTT de la région du Sud, (2) la création « d'une organisation modèle destinée à la coopération public-privé » à Tozeur qui constitue la région considérée par le projet, (3) l'élaboration « de la stratégie de base destinée à attirer les touristes japonais » ont été cités comme stratégies de base relatives au résultat 1.

En ce qui concerne le point (1), grâce à la participation des homologues et des parties prenantes du secteur privé liées au tourisme aux LCC et aux WG, il a été possible pour le siège de l'ONTT ainsi que les membres des Commissariats Régionaux du Tourisme extérieurs à la région du Sud de connaître la situation actuelle de la région considérée pour le projet en visitant la région du Sud alors qu'ils ne l'avaient jusque là jamais visitée. En outre, il a été possible de rendre actives la communication au sein du siège de l'ONTT ainsi que la communication entre les Commissariats Régionaux du Tourisme de la région du Sud et la communication entre le secteur public et le secteur privé. Grâce à cela, en fait, il a été possible d'élaborer un système qui permet au siège de l'ONTT de communiquer les informations touristiques de la région du Sud au travers du site web en japonais (document annexe numéro 2). La création de ce système a contribué au renforcement du système de coopération qui permet la mise en œuvre du marketing et de la promotion touristiques grâce à une communication durable entre le siège de l'ONTT et les Commissariats Régionaux du Tourisme de la région du Sud ainsi qu'au renforcement du système de coopération entre les Commissariats Régionaux du Tourisme de la région du Sud et les parties prenantes du secteur privé de la région. En outre, une proposition relative à la création d'une plateforme de la CPP a été délivrée lors du 6^e JCC qui a eu lieu au mois de janvier 2016 et le président de l'ONTT l'a signée (document annexe numéro 5). Grâce à cela, il est devenu possible de renforcer la coopération public-privé non seulement dans la région du Sud mais également dans l'ensemble de la Tunisie.

En ce qui concerne le point (2), il a été possible d'élaborer un système de coopération public-privé centré autour du Commissariat Régional du Tourisme Tozeur au travers de débats pendant les WG ce qui a donné « l'organisation modèle destinée à la coopération public-privé » de Tozeur. En outre, le « mémorandum (l'exposé) relatif au futur déploiement du projet de renforcement des capacités en matière de promotion touristique à Tozeur » a été élaboré afin de poursuivre les activités de ce système même après la fin du présent projet (document numéro 4). Cet exposé prévoit la mise en pratique continue, par les parties prenantes à Tozeur, de la coopération public-privé à Tozeur (la communication des informations, la conservation des ressources touristiques et la formation du personnel) qui était effectuée dans le cadre du présent projet et le CRT de Tozeur de l'ONTT, la branche de Tozeur de la FTAV et la branche de Tozeur / Nefta de la FRH l'ont signé le 27 janvier 2016. En outre, le chef de l'équipe d'experts l'a signé à titre de témoin. En outre, dans le cadre de ces activités concrètes, comme le « protocole relatif à la continuation de la campagne de nettoyage » a été signé, il a été décidé de mettre en œuvre les activités de nettoyage de Bouhlel qui constitue un site touristique du tourisme lié au cinéma (document numéro 6). Grâce à cela, comme les activités de coopération public-privé ont pu être mises en œuvre, le système de coopération a été renforcé. D'autre part, il a été décidé que les homologues allaient avoir pour objectif d'élaborer un système pour Kébili après la fin du projet en se servant comme modèle du système de Tozeur. De plus, en ce qui concerne la fonction de « formation du personnel » qui est basée sur la formation volontaire par les homologues, un « mémorandum (exposé) relatif à la formation du personnel » a été signé (document numéro 3). En ce qui concerne les formations indépendantes pendant la durée du projet, une formation sur les normes des services et une formation sur l'hospitalité ont été mises en œuvre en rassemblant les parties prenantes du secteur privé liées au tourisme et elles ont été organisées par le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT et le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT. Les formations ont été mises en œuvre au mois de décembre 2015. La formation sur les normes des services a été organisée par le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur (19 participants) et par le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili (5 participants) tandis que la formation sur l'hospitalité a été organisée par le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili et elle a rassemblé 14 participants.

En ce qui concerne le point (3), en utilisant le marché japonais comme exemple, l'élaboration d'une « stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais » grâce à la coopération public-privé au travers d'études et de discussions lors des WG et des LCC a permis de renforcer le système de coopération public-privé. Comme cela est mentionné dans le tableau 2-4, les résultats ont été décidés lors du JCC qui a eu lieu au mois de janvier 2016. De plus, en ce qui concerne la stratégie de base, il est prévu d'utiliser la coopération public-privé pour le suivi par un groupe de travail de la CPP même après la fin du projet.

Le tableau 2-5 résume les points ci-dessus. En outre, les activités par la Tunisie relatives à l'établissement du système de coopération public-privé sont indiquées dans le tableau 2-6 bien que le projet n'a pas apporté l'assistance directe.

TABLEAU 2-5 LES RESULTATS DU PROJET CONCERNANT LE RESULTAT 1

Les produits créés du résultat 1	Période d'achèvement ou de mise à jour	Aperçu
(1) Le mémorandum (l'exposé) relatif au futur déploiement du projet de renforcement des capacités en matière de promotion touristique à Tozeur (Document numéro 4)	Janvier 2016	- Le mémorandum de la mise en œuvre continue par les parties prenantes qui sont situées à Tozeur des activités de coopération public-privé (la communication des informations, la préservation des ressources touristiques, la formation du personnel) à Tozeur au sein du présent projet.
(2) Le protocole relatif à la continuation de la campagne de nettoyage (Document numéro 6)	Janvier 2016	- Son contenu est l'accord destiné à favoriser la préservation des ressources touristiques grâce à la campagne de nettoyage qui a été effectuée 2 fois de manière continue dans le cadre du présent projet à Sidi Bouhlel par le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT et l'Organisation du Festival de Bouhlel.
(3) Les propositions relatives à la création d'une plate-forme pour la coopération public-privé (Document numéro 5)	Janvier 2016	- Les propositions et les plans d'action de chaque WG faites à la suite de la proposition par l'équipe d'études et de la discussion avec les parties tunisiennes (le MOTH et l'ONTT) dans le but que la Tunisie continue la mise en pratique de la coopération public-privé effectuée dans le cadre du présent projet.
(4) Le mémorandum (l'exposé) relatif à la formation du personnel (Document numéro 3)	Décembre 2015	- Il s'agit du mémorandum relatif au mode de progression des activités de formation du personnel qui ont utilisé les résultats ainsi que les documents de la formation des normes des services qui a été mise en œuvre le 2 décembre.

TABLEAU 2-6 ACTIVITES PAR LA TUNISIE RELATIVES A L'ETABLISSEMENT DU SYSTEME DE COOPERATION PUBLIC-PRIVE

Numéro	Nom	Objectif et contenu	Parties prenantes
(1)	Le protocole de l'élaboration du système de sécurité (Document numéro 7)	Le renforcement de la sécurité des hôtels Il s'agit des accords relatifs au renforcement de la sécurité des hôtels qui ont été signés par le ministre de l'Intérieur, le ministre du Tourisme et de l'Artisanat (MOTH) en présence du secrétaire d'État chargé des affaires sécuritaires (veuillez consulter les documents originaux en français). Des normes de sécurité des hôtels qui remplissent les normes internationales auxquelles ont été ajoutées des techniques allemandes et qui ont été adaptées en respectant l'esprit.	Le MOTH, le ministre de l'Intérieur, le secrétaire d'État chargé des affaires sécuritaires, les experts allemands
(2)	Le protocole des routes touristiques sûres (4 routes) (Document numéro 8)	Il s'agit des mesures de sécurité touristiques des 4 routes touristiques (y compris Kébili et Douz) qui ont pour point de départ Tozeur. Au mois de novembre 2015, l'accord sur le contenu relatif à la garantie de la sécurité des transports de touristes était en cours de préparation par le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT (entre le MOTH et la Garde Nationale). Afin d'améliorer la gestion de la sécurité des voyageurs quand ils se déplacent par voie	Le MOTH, la Garde Nationale, la FRAV, la FRH

		terrestre, un renforcement de l'enregistrement du « permis de voyager » (nom des voyageurs, nationalité, nom du concessionnaire, contacts en cas d'urgence) pour que les agences de voyages (les entreprises de location de véhicules) obtiennent l'autorisation de la part de l'ONTT a été mis en place. Grâce à cette déclaration, la Garde Nationale peut identifier l'emplacement courant du véhicule concerné en cas d'urgence.	
(3)	Le système d'assistance en relation avec la promotion du tourisme au niveau de l'État	Il s'agit d'une demande de soutien financier et d'assistance technique nécessaires pour le maintien de l'industrie du tourisme qui s'essouffle auprès de l'État	Le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT, les agences gouvernementales liées au MOTH (le ministère de l'Intérieur, le ministère des Transports, le ministère des Affaires étrangères) par exemple

(3). L'état d'avancement du résultat 2

Les indicateurs et l'état d'avancement du résultat 2 sont indiqués ci-dessous.

TABLEAU 2-7 LES INDICATEURS ET L'ETAT D'AVANCEMENT DU RESULTAT 2

Résultat 2	Des connaissances du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme dans les régions cibles sont renforcées pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques.
Indicateurs 2.1	En se basant sur le plan créé dans l'activité 2-2, les formations et séminaires destinés au personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme sont tenus plus de 1 fois par an.
	Les séminaires de partage des informations ont été organisés, par les participants aux formations au Japon, 4 fois au total, en novembre 2013 (33 participants), en février 2014 (27 participants), en mars 2015 (30 participants) et en novembre 2015 (12 participants). En outre, la CRT de Tozeur a organisé la formation sur les normes des services en décembre 2015 (19 participants) et la CRT de Kébili a organisé au même mois la formation sur les normes des services (5 participants) et la formation sur l'hospitalité (14 participants).
Indicateurs 2.2	60 % des participants aux formations et aux séminaires obtiennent 80 points sur 100 ou plus lors des tests de compréhension relatifs au marketing et à la promotion touristique.
	Le séminaire en novembre 2013 étant tenu au titre préparatoire, aucun test de compréhension n'a été fait. Cependant, lors des 3 séminaires de partage des informations en 2014 et après, 60% des participants ont obtenu 80 points sur 100 ou plus au test de compréhension. Lors de la formation sur les normes des services en décembre 2015 aussi, l'indicateur a été atteint. Par ailleurs, la formation sur l'hospitalité en décembre 2015 étant provisoire, aucun test de compréhension n'a été fait. Plus précisément, lors du test de compréhension fait dans le cadre du séminaire de partage des informations en février 2014, la note moyenne des 27 participants était de 8,89 points sur 10, 88% des participants obtenant 10 sur 10 tandis que plus de 60% des participants obtenant 8 sur 10 ou plus. Lors du test de compréhension fait dans le cadre du séminaire de partage des informations en mars 2015, la note moyenne des 30 participants était de 7,67 points sur 10, 70% des participants obtenant 10 sur 10 tandis que plus de 60% des participants obtenant 8 sur 10 ou plus. Lors du test de compréhension fait dans le cadre du séminaire de partage des informations en novembre 2015, la note moyenne des 12 participants était 9,00 points sur 10, 90% des participants obtenant 10 sur 10 tandis que plus de 60% des participants obtenant 8 sur 10 ou plus. Lors du test de compréhension fait

dans le cadre de la formation sur les normes des services en décembre 2015, la note moyenne des 19 participants était 7,95 points sur 10, 84% des participants obtenant 10 sur 10 tandis que plus de 60% des participants obtenant 8 sur 10 ou plus.

À la suite des activités relatives au Résultat, le matériel pédagogique de la formation sur les critères des services et de celle sur l'hospitalité a été créé, principalement par les homologues qui avaient participé à la formation au Japon, dans le but de renforcer les connaissances pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques. En outre, l'équipe d'experts et les homologues ont créé la proposition de planification de la mise en pratique de la formation, les programmes de chaque formation ainsi que les tests de compréhension et les enquêtes à la fin de la formation. Ils ont également imprimé et relié tous les documents que l'équipe d'experts avait créé avec les homologues pour les LCC, les sessions de WG et la formation au Japon, etc. et les ont partagés lors du 6^e JCC en janvier 2016, et ils ont aussi compilé ces documents par thème pour créer et partager les documents de référence facile à utiliser (documents numéro 10-12). Lors des formations sur les normes des services organisées par la CRT de Tozeur et la CRT de Kébili respectivement en décembre 2015, ils ont signé le mémorandum (l'exposé) relatif à la formation du personnel pour laquelle ces documents et les résultats seraient exploités (document numéro 3).

(4). L'état d'avancement du résultat 3

Les indicateurs et l'état d'avancement du résultat 3 sont indiqués ci-dessous.

TABLEAU 2-8 LES INDICATEURS ET L'ETAT D'AVANCEMENT DU RESULTAT 3

Résultat 3	Des activités de marketing et de promotion du tourisme sont mises en pratique dans les régions cibles.
Indicateurs 3.1	De nouveaux matériels de promotion touristique basés sur le plan d'action sont créés.
	<p>Par l'étude sur terrain avec prise de vue photo effectuée pendant la première année, nous avons fait le transfert de techniques concernant les méthodes pour arranger les photos et les textes nécessaire pour le marketing et promotion du tourisme en visant le marché bien ciblé et nous avons acquis les données de photos (plus de 2 000 photos) qui ne requièrent pas le coût quant utilisées sur le site web ou les imprimés en termes de droit de reproduction. Après cela, en ce qui concerne le site web en japonais et la photothèque, pendant la première année et la deuxième année, nous avons effectué le transfert de techniques principalement sur la méthode de commande efficace auprès des personnes chargées de l'élaboration du site web, au travers de la publication des informations relatives à la région du Nord sur le site web ainsi que l'élaboration de la photothèque et de mises à jour par l'ajout d'informations relatives à la région du Sud.</p> <p>En ce qui concerne les brochures, etc., en continuation de la première année où nous avons commencé par l'élaboration du RFP au travers d'une formation sur le terrain pour l'élaboration du dépliant de la région du Nord, nous avons élaboré celui de la région du Sud. En outre, au travers de formations sur le terrain, nous avons non seulement appris la méthode de commande efficace auprès des entrepreneurs à l'aide de la demande de propositions mais nous avons également appris la méthode de sélection des photos à utiliser. Pendant la première année, nous avons partagé la nécessité d'éliminer les photos qui donnent une impression négative aux touristes comme celle de la tête de chameau (photo d'une boucherie). Ainsi, nous avons pu déterminer les photos qu'il fallait éliminer afin de satisfaire la sensibilité du marché ciblé tout en ne perdant pas l'image de marque. Nous avons également effectué la réaffirmation de l'orientation de la sélection des photos pendant la deuxième année et nous avons pu élaborer le dépliant de la région du Sud qui reflète la couleur du sable du désert de Tunisie selon les critères des homologues. Pendant la troisième année, nous avons élaboré la carte touristique de Tunisie en japonais avec les photos sélectionnées ainsi.</p> <p>Les détails sont présentés dans « Tableau 2-2 Les produits de la coopération technique du Résultat 3 ».</p>

Indicateurs 3.2 La réunion d'affaires B to B est organisée dans les régions cibles au moins 1 fois avant 2016.

Lors de l'EDUC TOUR invitant les 5 agences de voyages qui traitent des produits touristiques de Tunisie au Japon en février 2014, les réunions d'affaires B to B se sont tenues une fois à Tozeur et à Tunis respectivement. Lors de la mise en pratique, les homologues se sont occupés de la coordination en déterminant les responsables pour la région du Nord et pour celle du Sud. En 2015, l'EDUC TOUR invitant aussi les journalistes ainsi que les réunions d'affaires B to B étaient prévus, mais l'EDUC TOUR a été annulé à cause de la détérioration de l'ordre public et donc les réunions d'affaire B to B se sont tenues seulement une fois dans le cadre du présent projet.

Indicateurs 3.3 De nouveaux produits touristiques sont développés conformément au plan d'action.

En ce qui concerne le développement et la promotion de produits touristiques, les activités ont été mises en pratique selon les 2 axes principaux qui sont (1) l'acquisition des connaissances fondamentales relatives au développement des produits touristiques et (2) les activités de promotion à destination des agences de voyages qui traitent des produits touristiques de Tunisie au Japon. En ce qui concerne l'axe (1), nous avons partagé au travers de la session du WG « Développement des produits touristiques » les notions de développement des produits ainsi que les connaissances nécessaires pour favoriser le développement des produits des agences de voyages, la situation des vols, les conséquences des informations sur les risques du ministère des Affaires Étrangères du Japon sur l'élaboration des produits ou encore la période et le bon moment pour approcher le développement des produits touristiques au Japon.

En ce qui concerne l'axe (2), les stagiaires qui ont participé aux formations au Japon ont rendu visite à chaque agence de voyages et ont mis en pratique des activités de promotion. De plus, les homologues ont également acquis les connaissances fondamentales qui leur permettent de connaître les différences des méthodes d'approches approprié à chaque agence de promouvoir le développement de nouveaux produits touristiques de Tunisie. Grâce à ces connaissances, nous pouvons dire qu'ils ont pu acquérir les compétences qui leur permettront une approche adéquate en invitant les entreprises en fonction de leurs objectifs quand, dans le futur, les homologues essaieront de développer de nouveaux produits touristiques d'eux-mêmes au travers des EDUC TOURS, par exemple.

En outre, au travers de ces activités, au mois de mars 2015, The Travelers Guardian Inc. (Dôsojin) a développé 2 nouveaux parcours et JTB World Vacations, Inc. a rajouté un nouveau parcours d'hébergement à Tozeur. Cependant, en raison de l'attaque du musée national du Bardo, le lancement de tous ces voyages organisés par les agences de voyage importantes a été suspendu, y compris les parcours développés à nouveau. Cependant, The Travelers Guardian Inc. (Dôsojin) organise les voyages en Tunisie et il vend les nouveaux produits touristiques développés conformément au plan d'action.

En outre, en décembre 2015, en tant que mémorandum (l'exposé) relatif à la communication des informations touristiques, l'exposé a été signé qui prévoit que la CRT de Tozeur de l'ONTT recueille les informations touristiques de Tozeur et Kébili et les communique au siège de l'ONTT (document numéro 2). En janvier 2016, la convention (l'accord) a été signée, entre la FTAV et l'ONTT, relative à la coopération public-privé pour la communication d'informations en utilisant le site web en japonais (document numéro 1).

3. LE CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE DES ACTIVITES

3.1 LE PLAN DES TRAVAUX (PO) ET LES RESULTATS

Le plan des travaux ainsi que ses résultats sont indiqués dans le tableau suivant.

3.2 LES ELEMENTS QUI ONT ETE MODIFIES DEPUIS LE PLAN INITIAL ET LES RAISONS DE CES MODIFICATIONS

En raison de l'assassinat du chef de l'un des partis de l'opposition et des manifestations de grande ampleur qu'il a provoquées qui se sont produits juste après le démarrage des travaux de la première année, comme il a été impossible de se rendre en voyages d'affaires pendant la première année dans la région du Sud qui constitue la région considérée par le projet; les activités ont été menées autour de la région du Nord. En outre, afin de réaliser la diversification des touristes des régions considérées en tant que stratégie de mise en pratique des travaux, autrement dit de faire augmenter dans la région du Sud le nombre non pas des touristes en provenance des régions voisines centrées autres de l'Europe mais le nombre des touristes en provenance de régions éloignées centrées autour de l'Asie, le résultat que les homologues et votre organisation ont admis dès le démarrage de la première année d'avoir conscience de l'importance de la promotion en coopération entre la région du Nord et la région du Sud, nous avons démarré les activités de la première année dans la région du Nord.

Il avait d'abord été prévu que pendant la deuxième année les travaux sur terrain allaient commencer à partir d'octobre 2014, mais en raison des élections législatives (le dimanche 26 octobre) et des élections présidentielles (le dimanche 23 novembre ou bien le dimanche 28 décembre) qui ont eu lieu sur place, une période d'autorestriction des voyages d'affaires pendant environ 2 semaines avant les élections et environ 1 semaine après les élections a été décidée.

Ci-dessus sont les points de changements et les raisons relatifs à l'ensemble du programme qui ont reporté les activités prévues à la première année en deuxième et en troisième année. Ci-dessous, nous allons évoquer les points de changements et les raisons des activités qui ont spécialement eu une grande modification par rapport au programme initial.

Dans l'activité 1.1, l'activité qui avait d'abord été prévue de réaliser en première année lors du premier voyage sur terrain (février 2013) n'a pas pu se réaliser en raison d'assassinat du chef de l'un des partis de l'opposition et pendant un certain temps après ce fait, l'équipe d'experts n'a pas pu se déplacer dans le sud pour le voyage des missions, or les activités dans la région du sud et du nord devaient se réaliser indépendamment et il a nécessité du temps à l'ensemble de l'activité.

En ce qui concerne l'activité 1.2, il a nécessité du temps pour des raisons similaires et les activités ont été répétées. Egalement, non seulement la coopération du public-privé dans la région du sud, le thématique de l'importance de la coopération de la région du sud et nord s'était émergé et pour en faire face, afin de construire le système de la coopération public-privé dans la durée, l'activité a été organisée en deuxième et en troisième année en plus de la première année. En ce qui concerne la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais, en plus du retard de début de l'activité dans la région du sud, l'activité a suivi en deuxième et en troisième année due à une forte demande de la part des homologues qui a eu l'expérience de la formation au Japon d'intégrer « normes de services pour l'accueil des touristes » dans la stratégie de base.

Dans l'activité 3.3, il avait été prévu dans le programme initial d'organiser des projets pilotes parallèlement à la région du sud et du nord, mais en raison de la restriction des activités de l'équipe experte dans la région du sud, elles ont été organisées indépendamment au sud comme au nord et il a nécessité du temps dans les activités de deuxième

et troisième année. Egalement, en ce qui concerne le marketing et la promotion du tourisme à travers le média, il a été prévu d'organiser en première année la lecture en classe et en troisième année le projet pilote, mais en raison de la restriction décrite ci-dessus dans la région du sud, il a été modifié d'organiser la lecture en classe et le projet pilote en troisième année, les deux en même temps en régularisant avec d'autres projets. Mais sous l'impact d'attaque du Musée National du Bardo en mars 2015, l'exécution des projets pilotes n'ont pas pu être réalisés et seulement la classe de lecture a pu avoir lieu.

En ce qui concerne l'activité 3.4, il avait été prévu d'organiser le transfert des techniques principalement par le département de gestion de la qualité de ONTT, mais le fait d'avoir reçu de la part des homologues, la demande de la volonté d'organiser la surveillance qui touche l'analyse des enquêtes du stand de TEJ en collaboration du département de gestion de la qualité et le marketing, et il a nécessité du temps à l'ensemble des activités.

4. LES RÉSULTATS DES CONTRIBUTIONS

4.1 LES RESULTATS DU DETACHEMENT DES EXPERTS

Les résultats du détachement des experts ainsi que la présentation des activités des experts du présent projet sont indiqués dans le tableau suivant.

TABLEAU 4-1 APERÇU DES ACTIVITES DES EXPERTS

Nom et prénom	Domaine de spécialité	Présentation des activités	H/M	
			En Tunisie	Au Japon
1 URUNO Toshio	Chef de projet	Il a dirigé le projet en tant que chef du projet et il a mené des activités en Tunisie et des travaux au Japon au travers de réunions en Tunisie comme les JCC et les LCC, par exemple.	11,37	7,43
2 YOSHITAKE Kô	Sous-chef de projet	Adjoint du chef du projet, il a principalement mené des travaux au Japon comme des activités de coopération et d'assistance, par exemple, avec les agences de voyages au Japon utilisant des produits de voyage en Tunisie.	0,76	2,2
3 TANAKA Nami	L'assistance pour la mise en place systématique de la coopération public-privé	Elle a mené des activités d'assistance pour l'élaboration d'un système de coopération public-privé au travers de réunions et de consultations avec les homologues en Tunisie, y compris le WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » en suivant la stratégie de base de la troisième année.	2,00	1,00
4 OKAWARA Mai	Marketing touristique	Elle a apporté son assistance pour l'élaboration des matériels pédagogiques, le plan d'action et la stratégie de marketing et de promotion touristiques, des conseils et des instructions relatives au marketing touristique en effectuant des formations sur le terrain au travers de réunions en Tunisie, par exemple, ainsi que les WG « Marketing et promotion du tourisme ».	5,63	3,32
5 HORIUCHI Shinnosuke	Promotion touristique	Il a apporté son assistance pour l'élaboration des consignes pour la communication des informations, les matériels pédagogiques, le plan d'action et la stratégie de marketing et de promotion touristiques, des conseils et des instructions relatives à la promotion touristique en effectuant des formations sur le terrain au travers de réunions en Tunisie, par exemple, ainsi que les WG « Marketing et promotion du tourisme ».	3,14	2,55
6 SAKAMOTO Gen	Développement des produits touristiques I (2013/1/31-2014/3/28)	Il s'est occupé au Japon de la coopération et de l'assistance, par exemple, avec les agences de voyages au Japon utilisant des produits de voyage en Tunisie et, en Tunisie, il s'est occupé des conseils et des instructions relatifs au développement des produits touristiques au travers de réunions, par exemple.	0,50	0,33

7	SAKAI Akane	Développement des produits touristiques II (2013/3/1-2014/3/28)	Elle s'est occupée des conseils et des instructions relatifs au développement des produits touristiques au travers du WG « Développement des produits touristiques » ainsi que des réunions en Tunisie, par exemple, ainsi que de l'assistance pour la formation au Japon.	0,63	0,73
8	OKUDA Aritsune	Développement des produits touristiques (2014/3/28-)	Il s'est occupé au Japon de l'assistance des agences de voyages au Japon utilisant des produits de voyage en Tunisie et, en Tunisie, il s'est occupé de l'assistance pour la formation au Japon ainsi que des conseils et des instructions relatifs au développement des produits touristiques au travers de réunions, par exemple ainsi que du WG « Développement des produits touristiques ».	1,53	1,50
9	HASEGAWA Yasuhiro	Coordination des organisations et coordination des travaux	Tout en apportant son assistance ainsi que des conseils relatifs à la formation du personnel au travers de réunions en Tunisie, par exemple, ainsi que du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique », il s'est occupé des ajustements avec les homologues lors de la mise en œuvre de chaque sorte de réunion et de l'assistance pour la formation au Japon.	16,20	2,15
Total H/M				42,33	21,21
				63,54	

TABLEAU 4-2 LES RESULTATS DU DETACHEMENT DES EXPERTS

Travaux en charge	Nom et prénom	Affiliation	Evolution	2013 (première année)												2014 (deuxième année)												2015 (troisième année)												Mois-personne									
				J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	2013	2014		2015		Total													
				En Tunisie		Au Japon		En Tunisie		Au Japon		En Tunisie		Au Japon		En Tunisie		Au Japon		En Tunisie		Au Japon		En Tunisie		Au Japon		En Tunisie		Au Japon		En Tunisie	Au Japon	En Tunisie	Au Japon	En Tunisie	Au Japon												
Chef de projet	URUNO Toshio Inc.	JTB Corporate Sales Inc.	2	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												6.73	5.07		3.33		15.13			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												6.73	2.83		2.90		12.46			
Sous-chef de projet	YOSHITAKE Ka	JTB Corporate Sales Inc.	2	Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]													0.33		0.43		0.76			
L'assistance pour la mise en place systématique de la coopération public-privé	TANAKA Nam	PADECO	3	Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]															2.00		2.00			
Marketing touristique	OKAWARA Mai Inc.	Modem Phase System Inc.	3	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												2.93	1.23		0.80		4.96			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												2.93	1.27		1.43		5.63			
Promotion touristique	HORUUCHI Shinnosuke Inc.	Modem Phase System Inc.	3	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.47	0.77		0.40		2.64			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.47	1.27		0.40		3.14			
Développement des produits touristiques	OKUDA Arisume Inc.	JTB Corporate Sales Inc.	3	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.13	3.03		1.60		5.76			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.13	0.93		0.57		2.63			
Coordination des organisations et coordination des travaux	HASEGAWA Yasuhiko Inc.	JTB Corporate Sales Inc.	4	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												8.00	5.40		4.83		18.23			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												8.00	5.53		2.87		16.20			
				Sous-total des travaux en Tunisie (Plan)																																				20.26	15.50		10.96		46.72				
				Sous-total des travaux en Tunisie (Résultats)																																				20.26	11.63		10.60		42.49				
Chef de projet	URUNO Toshio Inc.	JTB Corporate Sales Inc.	2	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]													4.03		2.50		9.03			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]													4.03		3.00		8.78			
Sous-chef de projet	YOSHITAKE Ka	JTB Corporate Sales Inc.	2	Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]													1.00		0.00		1.00			
L'assistance pour la mise en place systématique de la coopération public-privé	TANAKA Nam	PADECO	3	Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]															1.00		1.00			
Marketing touristique	OKAWARA Mai Inc.	Modem Phase System Inc.	3	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.97	0.45		0.40		2.82			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.97	0.75		0.60		3.32			
Promotion touristique	HORUUCHI Shinnosuke Inc.	Modem Phase System Inc.	3	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.20	0.50		0.50		2.20			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.20	0.75		0.60		2.55			
Développement des produits touristiques	OKUDA Arisume Inc.	JTB Corporate Sales Inc.	3	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.06	0.40		0.25		1.71			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												1.06	1.00		0.50		2.56			
Coordination des organisations et coordination des travaux	HASEGAWA Yasuhiko Inc.	JTB Corporate Sales Inc.	4	Plan	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												0.50	0.00		0.00		0.50			
				Résultats	[Gantt chart for 2013]												[Gantt chart for 2014]												[Gantt chart for 2015]												0.50	0.85		0.80		2.15			
				* 1 MM = 20 jours																																				Sous-total des travaux au Japon (Plan)				8.76	3.85		3.65		16.26
				(Travaux au Japon à partir de 2014)																																				Sous-total des travaux au Japon (Résultats)				8.76	6.35		5.25		30.36
Rapport mensuel d'exercice des travaux				[Gantt chart]																																													
Rapport initial				[Gantt chart]																																													
Rapport d'avancement du projet				[Gantt chart]																																													
Rapport d'accomplissement des travaux				[Gantt chart]																																													
Rapport d'accomplissement du projet				[Gantt chart]																																													
				Total (Plan)																																				29.02	19.35		14.61		62.98				
				Total (Résultats)																																				29.02	17.98		15.85		62.85				

Légende: [Barre noire] Travaux en Tunisie
[Barre grise] Travaux au Japon

4.2 LES RESULTATS DE L'ACCUEIL DES STAGIAIRES

4.2.1 LA FORMATION AU JAPON

(1). La première formation au Japon

1) Aperçu de la formation

La première formation au Japon s'est déroulée pendant 12 jours, du 10 au 21 septembre 2013. Les objectifs de la formation furent les suivants.

- Renforcement des capacités liées aux services touristiques en commençant par l'hospitalité
- Encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme
- Renforcement des capacités de développement des produits touristiques correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales
- Renforcement des capacités d'assistance destinées à la formation des guides parlant japonais

Tout en nous focalisant sur les objectifs finaux précités, nous avons décidé les 5 objectifs à atteindre lors de la formation en nous basant sur les difficultés des candidats considérées.

TABLEAU 4-3 LES OBJECTIFS A ATTEINDRE POUR LA PREMIERE FORMATION AU JAPON

Objectif 1	L'acquisition des connaissances fondamentales relatives à l'industrie du voyage japonaise dans son ensemble au travers des cours magistraux et d'expositions touristiques de la JATA.
Objectif 2	Renforcement des capacités liées aux services touristiques en commençant par l'hospitalité au travers de travaux pratiques pour chaque cours magistral et de chaque visite d'installation.
Objectif 3	Encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme au travers de la visite de l'Office National du Tourisme Japonais (JNTO).
Objectif 4	Renforcement des capacités de développement des produits touristiques correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales au travers d'études de cas relatifs au patrimoine mondial ou aux villes ou des cours magistraux d'entreprises japonaises qui conçoivent des produits de voyages tunisiens..
Objectif 5	Acquérir l'expertise fondamentale afin de former les guides parlant japonais en expérimentant les techniques des guides par des études de cas relatives au patrimoine mondial.

2) Les stagiaires

Les stagiaires qui ont participé à la première formation au Japon sont les suivants.

TABLEAU 4-4 LES STAGIAIRES QUI ONT PARTICIPE A LA PREMIERE FORMATION AU JAPON

Nom et prénom des stagiaires	Affiliation, etc.
Mouna MATHLOUTHI	MOTH, directrice de la coopération internationale
Mohamed ESSAYEM	Directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT (jusqu'au mois de décembre 2015. Directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT à partir du mois de janvier 2016)
Sarra TITAY	Directrice de l'ONTT
Amel KALLEL	Directeur adjoint de l'ONTT (jusqu'au mois d'octobre 2013)
Mohamed JERBI	Directeur de l'ONTT

3) Les programmes de formation et les lieux de formation

Le tableau global suivant indique les programmes de formation, les lieux de formation ainsi que le contenu des formations.

TABLEAU 4-5 LE PROGRAMME DE LA PREMIERE FORMATION AU JAPON

Date	Horaire	Forme	Contenu de la formation	Objectifs du cours ou de la visite	Destination de la visite
10/9 (Mardi)			Arrivée au Japon		
11/9 (Mercredi)	De 9 h 30 à 12 h 00		Séance d'informations réglementaires		Le centre de formation de la JICA
	De 14 h 00 à 15 h 00	Cours magistral	La visite et la conférence de JTB	Rendre visite au JTB, à l'une des plus grandes entreprises japonaise du tourisme et apprendre leur champ d'activité.	Le siège social du groupe JTB (PDG de JTB)
	De 15 h 00 à 15 h 30	Cours magistral	La conférence sur « les affaires du tourisme au Japon »	Apprendre sur les affaires du tourisme au Japon.	Le siège social du groupe JTB (Grande tour & Services de JTB)
	De 15 h 30 à 17 h 30	Cours magistral	La gestion de l'hospitalité	Apprendre sur la structure et le fonctionnement de « l'hospitalité » à la japonaise à travers des exemples.	Le siège social du groupe JTB (JTB Corporate Solutions)
12/9 (Jeudi)	De 9 h 30 à 12 h 00	Cours magistral	« La compréhension et les préparatifs afin de répondre aux particularités universelles des touristes japonais »	Apprendre sur les points à porter soin en ayant la compréhension des spécificités de touristes japonais	Le centre de la formation de la JICA (Centre de recherche globale de JTB)
	De 13 h 00 à 16 h 30	Cours magistral	« Le rôle des guides permettant d'augmenter le	Apprendre sur l'importance des guides au premier plan.	Le centre de la formation de la JICA (Centre

			degré de satisfaction des touristes japonais »		de recherche globale de JTB)
13/9 (Vendredi)	De 10 h 00 à 11 h 00		Les préparatifs du séminaire organisé par l'ambassade de Tunisie lors de l'exposition sur les voyages JATA	Apprendre le montage du stand de la foire du tourisme et la préparation des séminaires et de trouver un rythme collaboratif avec l'ambassade à partir de l'année suivante.	Tokyo Big Site
	De 11 h 00 à 13 h 00	Travaux pratiques	La participation au séminaire organisé par l'ambassade de Tunisie lors de l'exposition sur les voyages JATA	Apprendre le mode de fonctionnement des séminaires du tourisme à la foire du tourisme.	Tokyo Big Site
	De 14 h 00 à 15 h 30	Travaux pratiques	La promotion touristique dans le stand de la Tunisie à « l'exposition sur les voyages JATA » et inspection des lieux de réunion	Attirer le tourisme en Tunisie en distribuant aux visiteurs, les 900 exemplaires de dépliants et DVD. Egalement, visiter les stands d'autres pays et régions et étudier les spécificités de chaque stand ainsi qu'aux tarifs du voyage.	Tokyo Big Site
	De 16 h 00 à 17 h 00	Visite	Visite de Kidzania Tokyo	Pendant 6 mois entre octobre 2013 et mars 2014, la Tunisie sera le pays qui sera le sujet de la boutique temporaire de JTB dans le Kidzania or visiter les boutiques temporaires et expérimenter sa fonctionnalité. Egalement, apprendre la boutique temporaire de Kidzania comme une méthode de la promotion.	Kidzania Tokyo
	De 18 h 00 à 19 h 00	Travaux pratiques	La participation à la réception organisée par l'ambassade de Tunisie lors de l'exposition sur les voyages JATA	Apprendre la méthode du divertissement du stand.	Tokyo Big Site
14/9 (Samedi)	De 9 h 00 à 11 h 30	Discussion/réunion d'investigation	Les discussions de groupe basées sur le contenu des cours	Débattre sur les méthodes de la promotion du salon du tourisme JATA de l'année prochaine ainsi que sur la méthode de structurer le séminaire de partage des informations qui aura lieu en novembre, en échangeant des avis et	Le centre de formation de la JICA

				opinions acquis à travers les conférences et les formations.	
	De 14 h 00 à 18 h 00	Travaux pratiques	La participation au salon du tourisme JATA et au séminaire organisé par la JICA (la présentation du séminaire et wrokshop de JICA)	Organiser l'explication du projet et la promotion de la Tunisie aux visiteurs en participant au séminaire organisé par la JICA. Répondre aux questions des visiteurs lors du workshop.	Tokyo Big Site
15/9 (Dimanche)			Repos		
16/9 (Lundi)	De 8 h 56 à 11 h 44	Déplacement	Tokyo → Ichinoseki → Hiraizumi		
	De 12 h 00 à 13 h 00	Visite	[Déjeuner] Dans un restaurant qui tire parti des monuments historiques	Apprendre la méthode d'usage et de la présentation des choses anciennes et meilleurs en visitant un habitat réaménagé du bâtiment de l'époque Taisho ainsi que les mobiliers et objets artisanaux de la région, exposés magnifiquement à l'intérieur.	Restaurant « Minka »
	De 13 h 30 à 15 h 00	Visite	La visite et la conférence du patrimoine mondiale « Chûsonji »	Apprendre la méthode de la conservation patrimoniale et la sollicitation aux lieux touristiques.	Chûsonji
	De 15 h 15 à 16 h 00	Visite	La visite et la conférence de Môtsuji	Apprendre la méthode de la conservation patrimoniale et la sollicitation aux lieux touristiques.	Môtsûji
	De 16 h 30 à 17 h 00	Visite	La visite de Genbikei	Apprendre la méthode du divertissement dans les lieux touristiques en visitant le « Soratobu dango »	Genbikei
	De 18 h 00 à 18 h 30	Déplacement	Ichinoseki → Sendai		
17/9 (Mardi)	De 10 h 00 à 11 h 20	Cours magistral	La visite et la conférence de l'hôtel Westin à Sendai	Apprendre le credo du groupe d'hôtel Westin et écouter leur méthode d'accueil lors du séisme de la côte Pacifique du Tohoku.	l'hôtel Westin à Sendai (Le responsable général)
	De 14 h 00 à 16 h 00	Déplacement	Sendai → Tokyo		
	De 16 h 45 à 17 h 45	Cours magistral	La visite et la conférence de l'Office National du Tourisme Japonais	Apprendre la méthode de la promotion entrante dédiée aux pays étrangers surtout dans les pays	JNTO

			(JNTO)	d'Asie de Sud-Est et leurs régions.	
18/9 (Mercredi)	De 9 h 00 à 10 h 00	Cours magistral	La visite et la conférence de JATA	Apprendre la situation actuelle du monde de tourisme au Japon et la tendance de tourisme à l'étranger des japonais.	JATA
	De 11 h 00 à 12 h 00	Cours magistral	La visite de JTB World Vacations et la conférence	Approfondir la connaissance de la méthode de vente via l'agence ainsi que l'internet et la création du produit « LOOK JTB » qui est la plus grande conception au Japon de voyages à l'étranger.	JTB World Vacations
	De 14 h 00 à 15 h 00	Cours magistral	La visite et la conférence de Club Tourism	Apprendre sur le « Club Tourism » l'un des plus grands organismes de membre touristique au Japon et sa méthode de vente qui emploie sa structure des membres.	Club Tourism International
19/9 (Jeudi)	De 9 h 30 à 11 h 00	Présentation	La réunion de rapport (réunion d'évaluation)	En échangeant les acquisitions des conférences et des pratiques, débattre comment faire valoir les séminaires de partage des informations au retour au pays ainsi qu'à la mise en valeur de la formation des personnels dans l'avenir du pays.	Le centre de formation de la JICA
	De 13 h 00 à 15 h 30	Déplacement	Tokyo → Kyoto		
	De 16 h 00 à 17 h 00	Visite	La visite du temple Kiyomizudera	Apprendre l'écoulement des visiteurs qui vont aller prier et son animation en visitant l'un des hauts lieux du temple à Kyoto du patrimoine mondial.	Kiyomizudera
20/9 (Vendredi)	De 9 h 30 à 10 h 30	Visite	La visite du temple Kôdaiji	Apprendre le système d'accueil qui réunit le guide en anglais, en visitant l'un des temples qui met le plus d'effort pour attirer les visiteurs étrangers au Japon.	Kôdaiji
	De 11 h 00 à 12 h 00	Visite	La visite du temple Kinkakuji	Apprendre l'écoulement des visiteurs qui vont aller prier et son animation en visitant l'un des hauts lieux du temple à Kyoto du patrimoine mondial.	Kinkakuji

	De 14 h 00 à 16 h 00	Visite	La visite de Toei Kyoto Studio Park	Apprendre la promotion du tourisme lié au cinéma au Japon en visitant les décors du film.	Toei Kyoto Studio Park
	De 18 h 00 à 20 h 00	Déplacement	Déplacement vers l'aéroport d'Itami		
			Retour au pays		

4) Les résultats de la formation

En général, les stagiaires étaient très volontaires, et ils se sont engagés dans chaque thème de la formation. Nous avons reçu le rapport de Monsieur Takahashi, le coordinateur, selon lequel durant le calendrier serré de la formation, en particulier pour la présentation de la réunion d'évaluation planifiée volontairement par les stagiaires, les stagiaires trouvaient le temps d'élaborer les documents jusque dans la minuit parce que chacun devait faire sa propre présentation. En plus, au sujet de la vulgarisation imminente des résultats en Tunisie sous forme de la formation de partage des informations, nous pensons que ce fut un résultat plus que tout d'avoir pu débattre d'une manière positive pendant la formation.

En ce qui concerne les discussions de groupe à la mi-programme et la réunion de rapport (réunion d'évaluation) finale, tous admettent avoir beaucoup appris et nous l'avons ressenti dans les résultats réels de la formation.

En ce qui concerne « Encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme au travers de la visite de l'Office National du Tourisme Japonais » de l'objectif 3, nous avons appris les méthodes de promotion du tourisme entrant à destination de l'étranger grâce à la coopération public-privé ainsi que les initiatives relatives aux pays et aux régions d'Asie du Sud-Est au travers d'un thème intitulé « Apprendre les méthodes de promotion entrantes à destination de l'étranger, en particulier les initiatives concernant les divers pays et régions d'Asie du Sud-Est » qui a été organisé au JNTO. En ce qui concerne l'objectif 4 : « Renforcement des capacités de développement des produits touristiques correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales au travers d'études de cas relatifs au patrimoine mondial ou aux villes ou des cours magistraux d'entreprises japonaises qui conçoivent des produits de voyages tunisiens », nous avons appris la gestion des offices du tourisme en coopération public-privé ainsi que l'importance du tourisme lié au cinéma en visitant les offices du tourisme et les comités touristiques de tout le Japon ainsi que des agences de voyages japonaises, ce qui, en se basant également sur l'expérience qui a été accumulée au cours de la 2^e formation au Japon a été lié aux activités de nettoyage de Sidi Bouhlel ainsi qu'à l'ouverture de la session commune de la « réunion d'étude sur le tourisme lié au cinéma » qui a eu lieu lors de la 6^e session de WG qui a été organisée au mois de mars 2015. L'objectif 5 : « Acquérir l'expertise fondamentale afin de former les guides parlant japonais en expérimentant les techniques des guides par des études de cas relatives au patrimoine mondial » a été reflété sur les activités de mise en œuvre des conversations de base en japonais même pendant les WG et il a été reflété dans la création des normes des services destinés à l'accueil des touristes lors de la « stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais » en se basant également sur l'expérience qui a été acquise pendant la 2^e formation au Japon.

Après le retour au pays, nous avons décidé d'organiser le séminaire de partage des informations comme composant principal des homologues afin de partager de toutes ces expériences en Tunisie. Ce séminaire avait été prévu pour une fois seulement dans le sud en février 2014 mais, suite à une forte demande des homologues, d'autres séminaires

ont eu lieu dans le nord à Tunis en novembre 2013 et dans le sud à Tozeur en février 2014.

(2). La deuxième formation au Japon

1) Aperçu de la formation

La 2^e formation au Japon s'est déroulée pendant 13 jours, du 21 septembre au 3 octobre 2014. Les objectifs du stage furent les suivants.

- Renforcement des capacités liées aux services touristiques en commençant par l'hospitalité
- Encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme
- Renforcement des capacités de développement des produits touristiques correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales
- Renforcement des capacités d'assistance destinées à la formation des guides parlant japonais

Tout en nous focalisant sur les objectifs finaux précités, nous avons décidé les 6 objectifs à atteindre lors de la présente formation en nous basant sur les difficultés des candidats considérées pendant la deuxième formation au Japon.

TABLEAU 4-6 LES OBJECTIFS A ATTEINDRE POUR LA DEUXIEME FORMATION AU JAPON

Objectif 1	L'acquisition des connaissances fondamentales relatives à l'industrie du voyage japonaise dans son ensemble au travers des cours magistraux et l'exposition JATA Tourism EXPO Japan.
Objectif 2	Renforcement des capacités liées aux services touristiques en commençant par l'hospitalité au travers de travaux pratiques pour chaque cours magistral et de chaque visite d'installation.
Objectif 3	Encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme au travers de la visite de l'office du tourisme japonais et du centre d'information des voyages (TIC : travel information center).
Objectif 4	Renforcement des capacités de développement des produits touristiques correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales au travers d'études de cas relatifs au patrimoine mondial ou aux villes ou des cours magistraux d'entreprises japonaises qui conçoivent des produits de voyages tunisiens.
Objectif 5	Acquérir l'expertise fondamentale afin de former les guides parlant japonais en expérimentant les techniques des guides par des études de cas relatives au patrimoine mondial.
Objectif 6	Apprendre à propos de la promotion qui utilise comme médias les films en comprenant le tourisme lié au cinéma.

2) Les stagiaires

Les stagiaires qui ont participé à la deuxième formation au Japon sont les suivants.

TABLEAU 4-7 LES STAGIAIRES QUI ONT PARTICIPE A LA DEUXIEME FORMATION AU JAPON

Nom et prénom des stagiaires	Affiliation, rôle, etc.
Mehdi JALLOULI	ONTT, chef de service du département de gestion de la qualité
Besma BEN HAMIDA	Directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte de l'ONTT
Meriem MEDDEB	ONTT, responsable du marketing pour l'Asie
Anouar CHETOUI	Directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT (jusqu'au mois de décembre 2015. Directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT à partir du mois de janvier 2016)
Kamel BOUBI	Personnel du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT

3) Les programmes de formation et les lieux de formation

Le tableau global suivant indique les programmes de formation, les lieux de formation ainsi que le contenu des formations.

TABLEAU 4-8 LES DETAILS DE LA DEUXIEME FORMATION AU JAPON

Date	Horaire	Forme	Contenu de la formation	Objectifs du cours ou de la visite	Destination de la visite
21/9 (Dimanche)			Arrivée au Japon		
22/9 (Lundi)	De 9 h 30 à 12 h 00		Séance d'informations réglementaires		Le centre de formation de la JICA
	De 14 h 00 à 15 h 00	Cours magistral	La visite et la conférence de JTB	La visite de JTB, l'une des plus grandes entreprises japonaise du tourisme et apprendre leur champ d'activité.	Le siège social du groupe JTB (PDG de JTB)
	De 15 h 30 à 17 h 00	Cours magistral	La conférence donnée par JTB Global Marketing&Travel (GMT)	Apprendre le système d'accueil et de la promotion entrante du groupe JTB.	Le siège social du groupe JTB (JTB GMT)
23/9 (Mardi)	De 9 h 30 à 11 h 00	Cours magistral	La formation sur l'hospitalité	Apprendre sur la structure et le fonctionnement de « l' hospitalité » à la japonaise en intégrant des exemples.	Le centre de la formation de la JICA (JTB Corporate Solutions)
	De 13 h 00 à 17 h 30	Cours magistral	« La compréhension de spécificités générales des touristes japonais et la préparation de sa correspondance »	Renforcer la capacité de la correspondance en ayant la compréhension sur les spécificités d'activité du voyage chez les touristes japonais.	Le centre de la formation de la JICA (Centre globale de recherche JTB)
24/9 (Mercredi)	De 9 h 30 à 11 h 00	Cours magistral	Les discussions de groupe relatives aux spécificités du marché japonais	Discuter sur la méthode d'analyse et de la mise en valeur des enquêtes synthétisées au stand de la Tunisie dans le cadre de l'EXPO	Le centre de formation de la JICA

				Tourism Japan.	
	De 11 h 45 à 14 h 30	Cours magistral	La visite d'un lieu de formation de l'industrie du voyage au Japon	Apprendre le système des entreprises privées qui forment des personnels ayant une capacité d'intervention rapide dans l'univers de voyage.	JTB Travel & Hotel College
	De 15 h 00 à 17 h 00	Cours magistral	Le cours magistral sur la situation actuelle des guides à destination des voyageurs et les tendances du marché des voyages vers le Japon, échanges d'opinions entre offices du tourisme	Apprendre la méthode de la promotion entrante dédiée aux étrangers surtout de la Chine et des pays d'ASEAN. En plus, en visitant le Centre d'Information du Tourisme (TIC) tout en ayant l'expérience de son usage ouvert et apprendre le fonctionnement du soutien aux 360 points nationaux d'information touristique pour les étrangers.	Office National du Tourisme Japonais (JNTO)
	De 17 h 30 à 20 h 30	Cours magistral	Le discours de l'ambassadeur de Tunisie au Japon et réception de bienvenue	La compréhension du rôle de l'ambassade de Tunisie dans la promotion du tourisme ainsi que la sollicitation et les échanges d'information avec les concernés.	L'ambassade de Tunisie au Japon
25/9 (Jeudi)	De 9 h 30 à 11 h 00	Cours magistral	La visite de grande entreprise japonaise du voyage (1)	Apprendre sur le « Club Tourism International » l'un des plus grands organismes de membre touristique au Japon et de la méthode de vente qui emploie sa structure des membres.	Club Tourisme
	De 13 h 30 à 14 h 30	Cours magistral	La visite de grande entreprise japonaise du voyage (2)	Apprendre le système qui unie la création et la vente en se spécialisant en Afrique.	Dôsojin
	De 15 h 30 à 16 h 30	Cours magistral	La visite de grande entreprise japonaise du voyage (3)	Approfondir la connaissance de la méthode de vente via l'agence ainsi que l'internet et la création du produit « LOOK JTB » qui est la plus grande conception au Japon de voyages à l'étranger.	JTB World Vacations
26/9 (Vendredi)	De 9 h 00 à 11 h 00	Travaux pratiques	La vente promotionnelle à l'EXPO Tourism Japan	Attirer le voyage en Tunisie en distribuant aux visiteurs, les dépliants réalisés lors du projet et les DVD.	Tokyo Big Site
	De 11 h 00 à 13 h 00	Présentation	La présentation du séminaire sur le tourisme à l'exposition JATA Tourism EXPO Japan	Les stagiaires organisent la présentation de la région du sud aux concernés du milieu.	Tokyo Big Site
	De 14 h 00 à 18 h 00	Travaux pratiques	La vente promotionnelle à l'EXPO Tourism Japan et la visite des stands d'autres pays.	Parallèlement à la pratique de la promotion au stand, étudier les spécificités de la réalisation du stand des autres pays et le montant de la réalisation.	Tokyo Big Site
27/9 (Samedi)	De 9 h 30 à 11 h 30	Cours magistral	Les méthodes d'utilisation d'Internet pour la communication	Comprendre les conditions d'internet dans le milieu du tourisme au Japon et la méthode	Le centre de stages JICA (Entreprise)

			d'informations relatives aux voyages	de la promotion via internet.	Tempo)
	De 13 h 00 à 18 h 00	Travaux pratiques	La vente promotionnelle à l'EXPO Tourism Japanet et la synthèse des enquêtes	Parallèlement à la pratique promotionnelle au stand, organiser une enquête aux visiteurs.	Tokyo Big Site
28/9 (Dimanche)	Toute la journée		Repos		
29/9 (Lundi)	Le matin		Déplacement vers Hiroshima		
	De 13 h 00 à 14 h 00	Cours magistral	La visite de l'office de transport de la région du Chûgoku du Ministère du Territoire, des Infrastructures, des transports et du Tourisme et la conférence	Apprendre les exemples réalisés en coopération d'Etat et les collectivités régionales et la méthode de la coopération public-privé au sein du gouvernement de la promotion du tourisme régional.	Section de planification touristique de l'office de transport de la région du Chûgoku du ministère du Territoire, des Infrastructures, des Transports et du Tourisme
	De 14 h 00 à 15 h 00	Cours magistral	La visite de la section du tourisme du département du travail, du commerce et de l'industrie de la préfecture de Hiroshima et la conférence	Obtenir la pratique de l'enquête et la promotion pratiquées et de les faire valoir pour son propre pays. Egalement, apprendre la technique de la régularisation entre le département et la ville à travers les exemples concrets de la promotion dans le passé.	Section du tourisme du département du travail, du commerce et de l'industrie de la préfecture de Hiroshima
	De 16 h 00 à 17 h 00	Cours magistral	La visite de sanctuaire d'Itsukushima et la conférence	Apprendre sur la situation actuelle de la promotion en français de sanctuaire d'Itsukushima ainsi que sur la gestion et la réhabilitation du patrimoine mondiale.	Le sanctuaire d'itsukushima (La section d'environnement et d'industrie de la division du tourisme de la ville de Hatsukaichi)

30/9 (Mardi)	De 9 h 00 à 10 h 30	Cours magistral	La visite du dôme de Genbakuet du musée mémorial de la paix et la conférence	Etudier la mise en valeur de la méthode de gestion du patrimoine mondiale négatif et de sa déclaration aux gens ainsi que la modification de la méthode d'exposition et d'explication des japonais selon la génération à travers l'apprentissage des techniques de la conservation d'exposition autour du thème de la guerre.	Le dôme de Genbakuet le musée mémorial de la paix de Hiroshima (Le bureau du réaménagement urbain de la ville de Hiroshima Division du réaménagement du jardin de la section de la promotion des verts)
	De 13 h 30 à 14 h 30	Cours magistral	District esthétique de Kurashiki à Okayama — exemple concret d'aménagement du paysage par la coopération public-privé —	Suite au mouvement mené par des habitants fervents, un cas réussi pour la première fois au Japon à établir la réglementation du paysage (la réglementation de protéger le paysage) d'un exemple du tourisme développement durable en coopération de la ville et des habitants, ainsi que l'apprentissage de la méthode de la protection du paysage et la méthode de la mise en valeur de celui-ci au tourisme.	Le district esthétique de Kurashiki à Okayama (Section de la formation continue du comité d'éducation de la ville de Kurashiki Division de la protection des biens culturels)
	De 15 h 30 à 16 h 30	Cours magistral	Les tendances touristiques des voyageurs étrangers qui visitent le Japon dans la préfecture d'Okayama et la coordination avec la région du Chûgoku	Apprendre la méthode administrative spécialisée au tourisme à travers la ségmentation des touristes cibles, l'exploitation de ressources du tourisme, la promotion et l'hospitalité du tourisme en collaboration avec les citoyens, la stratégie de la promotion sur une zone large en coopération avec la préfecture de Hiroshima.	Section touristique du département du travail et de l'industrie de la préfecture d'Okayama
10/1 (Mercredi)	De 12 h 00 à 14 h 00	Cours magistral	Les stratégies des activités touristiques utilisant les films dans le parc d'attractions Universal Studio Japan	Apprendre les conditions de la direction du parc d'attractions dont les personnages de fiction et les décors du tournage font le pilier pour attirer les touristes, la négociation des droits d'auteur, la création, la conservation et la maintenance, la méthode de la transmission d'informations afin de les étudier leur mise en valeur.	USJ
	De 15 h 30 à 16 h 30	Cours magistral	À propos des services destinés à attirer les touristes en coopération avec l'attraction des touristes sur les lieux de tournage par l'office du	Développer un service du guichet unique en coopération public-privé de l'invitation au tournage jusqu'à la programmation du voyage relatif après la première du film, et apprendre les techniques de la	Conseil des films d'Osaka de la fédération des conventions touristiques d'Osaka

			tourisme d'Osaka	méthode d'attraction à l'étranger, l'accord mutuel du tournage, l'approche d'attraction des touristes et étudier leur mise en valeur.	(d'intérêt public)
2/10 (Jeudi)	De 9 h 00 à 11 h 30	Présentation	La réunion d'évaluation de la formation au Japon	En échangeant les acquisitions des conférences et des pratiques, débattre comment faire valoir les séminaires du partage des informations au retour au pays ainsi qu'à la mise en valeur de la formation des personnels dans l'avenir du pays.	Le centre de formation de la JICA
	De 13 h 00 à 14 h 00	Cours magistral	La visite de l'association japonaise des agences de voyages et cours magistral sur les tendances des voyages	Apprendre sur la situation actuelle d'univers de voyage au Japon et la tendance des japonais du voyage à l'étranger.	L'association japonaise des agences de voyages
			Retour au pays		

4) Les résultats de la formation

Nous avons effectué un examen minutieux préalable du contenu des cours avec des intervenants de la formation pour la mise en œuvre de la formation du point de vue de l'accomplissement de chaque objectif. Nous pensons que les six objectifs fixés initialement pour cette formation ont été atteints considérant les présentations offertes lors de la réunion d'évaluation de la formation au Japon et des séminaires de partage des informations. En ce qui concerne « L'encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme au travers de la visite de l'Office National du Tourisme Japonais » de l'objectif 3, nous avons appris les méthodes de promotion du tourisme entrant à destination de l'étranger grâce à la coopération public-privé ainsi que les initiatives relatives aux pays et aux régions d'Asie du Sud-Est au travers d'un cours magistral dont le contenu était « Apprendre la méthode de la promotion entrante dédiée aux étrangers surtout de la Chine et des pays d'ASEAN. En plus, en visitant le Centre d'Information du Tourisme (TIC) tout en ayant l'expérience de son usage ouvert et apprendre le fonctionnement du soutien aux 360 points nationaux d'information touristique pour les étrangers » qui a été organisé au JNTO ainsi que par la visite d'un centre d'information touristique. Lors de la visite du TIC, nous avons de nouveau vérifié l'importance du matériel promotionnel en japonais en vérifiant que l'office du tourisme prenait en charge plusieurs langues, ce qui est lié à la création de cartes touristiques de la Tunisie en japonais pendant la troisième année. En ce qui concerne l'objectif 4 : « Renforcement des capacités de développement des produits touristiques qui correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales au travers d'études de cas relatifs au patrimoine mondial ou aux villes ou des cours magistraux d'entreprises japonaises qui conçoivent des produits de voyages tunisiens », nous avons appris la gestion des offices du tourisme en coopération public-privé ainsi que l'importance du tourisme lié au cinéma en visitant les offices du tourisme et les comités touristiques de tout le Japon ainsi que des agences de voyages japonaises, ce qui, en se basant également sur l'expérience qui a été accumulée au cours de la 1^{re} formation au Japon a été lié aux activités de nettoyage de Sidi Bouhlel ainsi qu'à l'ouverture de la session commune de la « réunion d'étude sur le tourisme lié au cinéma » qui a eu lieu lors de la 6^e session de WG qui a été organisée au mois de mars 2015. L'objectif 5 : « Acquérir l'expertise fondamentale afin de former les guides parlant japonais en expérimentant les techniques des guides par des études de cas relatives au patrimoine mondial »

a été reflété dans la création des normes des services destinés à l'accueil des touristes lors de la « stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais » en se basant également sur l'expérience qui a été acquise pendant la 1^{re} formation au Japon.

En ce qui concerne les méthodes d'utilisation des résultats obtenus lors de la 2^e formation au Japon, les stagiaires ont effectué les présentations suivantes lors de « la réunion d'évaluation de la formation au Japon » qui s'est déroulée au centre international de la JICA Tokyo le 2 octobre, le dernier jour de la formation.

- Les connaissances qui ont été acquises pendant la formation au Japon doivent être partagées avec par exemple à l'intérieur et à l'extérieur des organisations des parties prenantes de l'industrie du tourisme grâce à la mise en pratique de séminaires de partage des informations après le retour au pays. En outre, lors du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » nous allons discuter encore plus profondément à propos du renforcement de la coopération public-privé en nous référant à l'exemple japonais et procéder à des ajustements afin que les activités de promotion soient effectuées en coopération avec les secteurs public et privé.
- Concrètement, il s'agit d'effectuer la promotion destinée au Japon en étudiant les méthodes de promotion en filtrant les cibles en se basant sur les expertises acquises lors de cette formation au Japon. Parmi celles-ci, comme nous considérons que les « points forts » du tourisme tunisien sont « la richesse du patrimoine mondial » ainsi que « d'excellentes conditions géographiques » (le fait que le pays soit proche de l'Europe, par exemple), nous allons mettre en place une promotion qui relie ces points forts à la « marque » du pays.
- Au travers du WG par thème « Marketing et promotion du tourisme », nous avons pour objectif d'effectuer l'analyse des résultats de l'enquête qui a eu lieu lors de l'exposition TEJ, la conception du stand de l'exposition TEJ à partir de la prochaine année fiscale ainsi que l'amélioration de la gestion du stand. En outre, nous allons renforcer davantage nos relations de collaboration avec l'ambassade de Tunisie au Japon en vue de la mise en œuvre de l'exposition TEJ de l'année prochaine.
- Dans l'objectif d'améliorer l'enquête sur le stand de l'exposition TEJ elle-même, nous allons étudier le contenu de l'enquête qui est nécessaire afin de promouvoir des activités de promotion et de marketing efficaces au travers de discussions lors du WG « marketing et promotion touristiques », par exemple.

(3). La troisième formation au Japon

1) Aperçu de la formation

La troisième formation au Japon s'est déroulée pendant 12 jours, du 22 septembre au 3 octobre 2014. Les objectifs de la formation sont les suivants.

- Renforcement des capacités liées aux services touristiques en commençant par l'hospitalité
- Encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme
- Renforcement des capacités de développement des produits touristiques correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales

- Élaboration du système de coopération public-privé durable

Tout en nous focalisant sur les objectifs finaux précités, nous avons décidé et mis en œuvre les objectifs à atteindre de manière individuelle pour chaque stagiaire pendant la troisième formation au Japon. Tous les objectifs à atteindre sont les suivants.

TABLEAU 4-9 LES OBJECTIFS A ATTEINDRE POUR LA TROISIEME FORMATION AU JAPON (PAR INDIVIDU)

Prénom et nom	Objectifs à atteindre
Amine SOUISSI	En tant que responsable du WG Marketing et promotion du tourisme, il devra approfondir sa compréhension du marché japonais et devenir une force motrice à l'intérieur de l'ONTT. Ensuite, nous espérons qu'il sera capable de déployer la promotion stratégique à travers le système de coopération public-privé.
Zoubeir LOUHICHI	En devenant un membre important des organismes de coopération public-privé dans la région du Sud, il gèrera les organismes de coopération public-privé durables avec le directeur de l'ONTT de Tozeur.
Karim BEN SALAH	Il s'agit de consolider les voies de communication des informations depuis la Tunisie grâce au système de coopération public-privé tout en effectuant le transfert en douceur du site web en japonais.
Faycal JEBARI	Il devra effectuer l'aménagement du système de coopération public-privé des comités locaux de l'ONTT afin qu'il serve de modèle aux autres sites et il le présentera lors du grand rassemblement au niveau national de l'ONTT.
Hamza SOLTANE	En soutenant le directeur de l'ONTT de Kébili qui est un membre important des organismes de coopération public-privé dans la région du Sud, il gèrera les organismes de coopération public-privé durables avec le directeur de l'ONTT de Kébili. Ensuite, il pourra aménager le système de coopération public-privé local afin qu'il serve de modèle aux autres sites et il le présentera lors du grand rassemblement au niveau national de l'ONTT.
Ahmed HRICHI	En devenant un représentant du secteur privé dans les organismes de coopération public-privé tout en partageant ses connaissances au sein de la branche locale de Tozeur de la FRAV, il gèrera les organismes de coopération public-privé durables.
Jamel BEN DALY	En devenant un représentant du secteur privé des organismes de coopération public-privé tout en partageant ses connaissances au sein de la branche locale de Tozeur de la FRH, il gèrera les organismes de coopération public-privé durables.

2) Les stagiaires

Les stagiaires qui ont participé à la troisième formation au Japon sont les suivants.

TABLEAU 4-10 LES STAGIAIRES QUI ONT PARTICIPE A LA TROISIEME FORMATION AU JAPON

Nom et prénom des stagiaires	Affiliation, rôle, etc.
Amine SOUISSI	ONTT (La chef du service de publication, la responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Zoubeir LOUHICHI	ONTT (directeur de l'École Hôtelière de Tozeur jusqu'au début du mois de septembre 2015, directeur de l'École Hôtelière de Monastir à partir de la fin du mois de septembre 2015)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du service de la communication)
Faycal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Hamza SOLTANE	ONTT (personnel du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Ahmed HRICHI	Personnel de la branche de Tozeur de la FRAV (directeur de l'entreprise Chott El Jérid Tourisme)
Jamel BEN DALY	Personnel de la branche de Tozeur et de Nefta de la FRH (directeur de l'hôtel Ras El Ain)

3) Les programmes de formation et les lieux de formation

Le tableau global suivant indique les programmes de formation, les lieux de formation ainsi que le contenu des formations.

TABLEAU 4-11 LES DETAILS DE LA TROISIEME FORMATION AU JAPON

Date	Horaire	Forme	Contenu de la formation	Objectifs du cours ou de la visite	Destination de la visite
22/9 (Mardi)			Arrivée au Japon		
23/9 (Mercredi)	De 10 h 00 à 11 h 30		Séance d'informations réglementaires		Le centre de formation de la JICA
	De 13 h 00 à 16 h 00	Cours magistral	La formation sur l'hospitalité	Apprendre sur la structure et le fonctionnement de « l'hospitalité » à la japonaise à travers des exemples.	Le centre de formation de la JICA (JTB Corporate Solutions)
	De 16 h 00 à 17 h 30	Présentation	La répétition par les stagiaires de la présentation pour le séminaire sur le tourisme	Vérification du contenu et de la distribution du temps alloué.	Le centre de formation de la JICA
24/9 (Jeudi)	De 9 h 30 à 10 h 45	Cours magistral	À propos de la promotion pour attirer les touristes et les tendances du marché des touristes qui visitent le Japon	Apprendre la méthode de la promotion entrante dédiée aux pays étrangers surtout dans les pays de l'ASEAN, dont la croissance a été importante au cours des dernières années	Office national du tourisme japonais (JNTO)

	De 11 h 00 à 11 h 30	Cours magistral	Les fonctions des offices du tourisme à destination des voyageurs étrangers	Étude des fonctions de soutien pour les 528 offices du tourisme à destination des voyageurs étranger dans le pays tout en faisant l'expérience de leur ouverture et de leur facilité d'utilisation.	Centre d'information touristique de l'Office National du Tourisme Japonais (JNTO)
	De 13 h 30 à 14 h 30	Cours magistral	Le tourisme lié au cinéma	Compréhension du modèle d'affaires prenant comme matériel le cinéma conçu par le JTB, comme les négociations pour les lieux de tournage et des prises de vue, des dispositions pour des séances de tournage supplémentaires et des visites des lieux de tournage.	Le centre de formation de la JICA (JTB Corporate Sales)
	De 14 h 45 à 17 h 45	Cours magistral	À propos des penchants des touristes japonais	Compréhension des caractéristiques comportementales des touristes japonais et renforcer les capacités pour y répondre.	Le centre de formation de la JICA (JTB Tourism Research & Consulting Co.)
25/9 (Vendredi)	De 9 h 30 à 11 h 00	Cours magistral	À propos de la planification et de la vente des produits de voyage en Tunisie	Apprendre le système qui unie la création et la vente en se spécialisant en Afrique.	Dôsojin
	De 14 h 30 à 16 h 00	Présentation	La présentation du séminaire sur le tourisme à l'exposition JATA Tourism EXPO Japan	Les stagiaires organisent la présentation de la région du sud aux concernés du milieu.	Tokyo Big Site
	De 16 h 00 à 17 h 30	Travaux pratiques	Les activités de promotion dans le stand de la Tunisie à l'exposition JATA Tourism EXPO Japan et la visite des stands des autres pays	Étude des caractéristiques et des coûts pour la construction et la tenue des stands des autres pays, tout en affichant la carte en japonais de la Tunisie préparée au cours du projet et en faisant la promotion du tourisme.	Tokyo Big Site

26/9 (Samedi)	De 9 h 30 à 12 h 00	Travaux pratiques	L'orientation relative à l'élaboration du plan d'action	Confirmation des objectifs de la formation au Japon, consultation pour le plan d'action qui sera présenté lors de la séance d'évaluation au dernier jour de la formation et approfondissement de la compréhension pour la création du plan d'action.	Le centre de formation de la JICA
	De 14 h 00 à 16 h 00	Travaux pratiques	Les activités de promotion dans le stand de la Tunisie à l'exposition JATA Tourism EXPO Japan et la collecte des enquêtes	Réalisation d'une enquête auprès des visiteurs de l'exposition et activités de promotion au stand de la Tunisie.	Tokyo Big Site
27/9 (Dimanche)	Toute la journée		Repos		
28/9 (Lundi)	De 9 h 40 à 11 h 00	Cours magistral	L'explication des activités de l'office du tourisme de Shinshû Iiyama	Étude d'un cas réussi de collaboration entre les secteurs public et privé dans une petite municipalité et de développement local à travers le développement et la vente de produits touristiques axés sur la communauté et le tourisme vert.	L'office du tourisme de Shinshû Iiyama
	De 11 h 00 à 11 h 15	Visite	La visite du centre d'échanges touristiques de la gare d'Iiyama	Étude d'une forme de collaboration des secteurs public et privé pas encore mise à l'essai en Tunisie, visite d'un centre de vente et de location de produits pour différents types d'activités offrant des liens avec le secteur privé.	L'office du tourisme de Shinshû Iiyama
	De 11 h 25 à 11 h 50	Visite	La visite de Takahashi Mayumi Ningyôkan	Visite d'une exposition de création de poupées réalisée en collaboration avec un artiste local, étude des méthodes d'exposition et des possibilités de coopération avec les artistes originaires de la région.	L'office du tourisme de Shinshû Iiyama

	De 13 h 00 à 13 h 30	Visite	La visite d'une pension dans près de la station de ski des sources d'eau chaude de Togari	Visite d'un établissement d'hébergement unique au Japon et situé en région et étude des possibilités de voyages éducatifs basé sur les liens chaleureux <i>fureai</i> inexistants dans les hôtels.	L'office du tourisme de Shinshû Iiyama
	De 13 h 45 à 14 h 20	Visite	La visite de la gare de route « gare des fleurs, Chikumagawa »	Visite d'un centre de vente directe de produits agricoles pour la vente et la consommation locale, d'un comptoir à café, d'un comptoir de souvenirs locaux ; étude de leur rôle pour le développement régional.	L'office du tourisme de Shinshû Iiyama
29/9 (Mardi)	De 8 h 00 à 8 h 30	Visite	La visite du marché du matin de Miyagawa de la ville de Takayama	Visite d'un marché du matin comme matériel touristique, examen de la situation pour répondre aux besoins en diverses langues dans les zones touristiques.	Le marché du matin de Miyagawa de la ville de Takayama
	De 8 h 40 à 9 h 10	Visite	La visite du Matsuri Yatai Kaikan de Takayama	Visite d'une exposition permanente d'un important bien culturel au niveau national et étude de la conservation de l'exposition, de méthodes efficaces de présentation, etc.	Matsuri Yatai Kaikan de Takayama
	De 9 h 20 à 9 h 40	Visite	La visite du Kusakabe Mingei-kan (musée des arts folkloriques Kusakabe) de Takayama	Visite au Kusakabe Mingei-kan, bien culturel important au niveau national, étude de l'entretien et de la gestion de bâtiments historiques et des méthodes d'exposition.	Kusakabe Mingei-kan de Takayama
	De 10 h 00 à 11 h 00	Cours magistral	La stratégie de promotion touristique de la ville de Takayama	Étude de la stratégie touristique de la ville de Takayama qui accueille de nombreux touristes nationaux et étrangers malgré une situation géographique désavantageuse.	La section de la stratégie à l'étranger de la mairie de Takayama
	De 11 h 15 à 12 h 30	Visite	La visite du Jinya de Takayama ainsi que du	Visite du Jinya de Takayama, site	Takayama Jinya

			paysage urbain des vieux quartiers	historique national, étude de l'entretien et de la gestion de bâtiments historiques et des méthodes d'exposition.	
	De 14 h 30 à 15 h 45	Cours magistral	Un cours magistral à propos de la préservation et de la gestion du patrimoine mondial	Acquisition de connaissances de base sur la construction du village, de l'histoire du <i>gassho-zukuri</i> , de la mise en valeur du paysage des sites du patrimoine mondial, de la construction du village.	La commission d'éducation du village de Shirakawa, la section de la promotion du tourisme du bureau municipal du village de Shirakawa
	De 16 h 00 à 16 h 30	Visite	La gestion, l'entretien et la préservation du paysage du hameau de Shirakawa-go	Visite d'observation de l'état de conservation du site du patrimoine mondial et acquisition de connaissances de base sur l'entretien du site.	La section de la promotion du tourisme du bureau municipal du village de Shirakawa
30/9 (Mercredi)	De 9 h 00 à 10 h 00	Cours magistral	Le contenu des fonctions et des activités de la commission des films	Approfondissement de la compréhension sur les fonctions de la commission des films travaillant dans le secteur des sites de tournage de films utilisant des ressources touristiques.	La commission des films de Kanazawa, le bureau de la convention de Kanazawa
	De 10 h 00 à 11 h 15	Cours magistral	La stratégie touristique de la ville de Kanazawa, une ville internationale	Étude de la stratégie touristique d'après-guerre de la ville de Kanazawa qui a évité des ravages de la guerre et qui préserve le paysage urbain traditionnel et utilise ce paysage comme ressource touristique	La section des échanges touristiques de la ville de Kanazawa
	De 11 h 30 à 12 h 00	Cours magistral	Les méthodes de gestion et d'entretien et de maintenance du paysage du district de Nagamachi	En visitant des quartiers utilisés comme lieux de tournage de films et considérés comme ressources touristiques, apprendre comment des quartiers urbains et des lieux de tournage deviennent en eux-mêmes des ressources touristiques.	La section de la politique des paysages de la ville de Kanazawa

	De 13 h 00 à 14 h 15	Cours magistral	Visite du Kenroku-en et cours magistral	Étude de la gestion et de l'entretien d'un des trois plus beaux parcs du Japon qui vise à être désigné comme site du patrimoine mondial ; étude d'idées pour des événements pour attirer les visiteurs.	Kenroku-en
10/1 (Jeudi)	De 9 h 00 à 10 h 00	Cours magistral	La stratégie du Japon pour les voyages à destination de l'étranger	Étude de l'état de l'industrie du voyage japonaise et des tendances pour les voyages à l'étranger pour les Japonais. Approfondissement des connaissances sur la structure organisationnelle de la JATA et sur le contenu de ses activités.	L'association japonaise des agences de voyages
	De 11 h 30 à 13 h 30	Cours magistral/travaux pratiques	Le discours de l'ambassadeur de Tunisie au Japon sur les activités de promotion touristique et la réception de bienvenue	Échange d'informations sur les tendances récentes et les tendances dans les ventes entre les invités de la JICA, les agences de voyage et les responsables tunisiens, en collaboration avec le personnel de l'ambassade de la Tunisie.	Ambassade de Tunisie
	De 14 h 30 à 17 h 00	Travaux pratiques	L'élaboration du plan d'action	Discussion sur comment mettre en valeur les choses apprises au cours de cette formation une fois de retour au pays. Présentation du point de départ du plan d'action élaboré par chaque participant.	Le centre de formation de la JICA
2/10 (Vendredi)	De 9 h 45 à 10 h 30	Cours magistral	L'industrie du voyage au Japon	Visite de JTB, l'une des plus grandes entreprises japonaise du tourisme et apprendre leur champ d'activité.	Siège social du groupe JTB (Directeur général de JTB)
	De 11 h 30 à 12 h 30	Cours magistral	La formation du personnel de l'industrie du voyage au Japon	Apprendre le système des entreprises privées qui forment des personnels ayant une capacité d'intervention	JTB Travel & Hotel College

				rapide dans l'univers de voyage.	
	De 14 h 30 à 17 h 30	Présentation	La réunion de rapport de la formation	Présentation par les participants de leur plan d'action avec ce qu'ils ont appris au cours de cette formation et de comment ils prévoient mettre en valeur cette apprentissage de retour au pays. Discussion avec les responsables du siège social de la JICA.	Le centre de formation de la JICA
3/10 (Samedi)			Retour au pays		

4) Résultats de la formation

Un soutien a eu lieu tout au long de la formation afin que les homologues d'eux-mêmes organisent une formation en Tunisie pour le partage des connaissances acquises au cours de cette formation. En particulier, nous avons donné des conseils et des instructions relatifs à l'élaboration de matériels pédagogiques, d'un syllabus et d'un programme lors de la « formation sur l'hospitalité » qui a été menée pendant la formation au Japon afin de permettre la mise en pratique d'une formation qui permette aux participants de la formation de prendre en considération les agences de voyages, les hôtels, les restaurants et les magasins de souvenirs en Tunisie parce que les besoins du côté tunisien ont également augmenté.

En outre, les stagiaires ont élaboré des plans d'action au dernier jour de la formation, qui ont été intégrés dans le plan d'action global (plan de rétablissement à moyen terme) à travers les sessions des WG prévues pour la période du mois de novembre. Ainsi, on a discuté sur le processus pour le réaliser.

En considérant les réponses au questionnaire et les résultats des plans d'action élaborés et présentés par chaque participant, il peut être pensé qu'ils ont dans l'ensemble presque tous atteint les objectifs visés.

4.2.2 LES FORMATIONS DANS UN PAYS TIERS

(1). La formation INDABA

1) Aperçu de la formation

En mai 2013, la formation dans un pays tiers a eu lieu en même temps que la visite à INDABA, la plus grande foire touristique de l'Afrique ; à cette occasion, tous les responsables des projets de la JICA en Afrique ont été réunis et ont acquis une compréhension mutuelle de chacun des projets. Des présentations de chaque pays également ouvertes aux visiteurs ont eu lieu.

Afin de réaliser ce projet en collaboration avec les homologues, il a été décidé d'effectuer des formations avec le

secteur privé concerné par le projet pour en faciliter la promotion dans le cadre d'une structure de coopération public-privé et d'une collaboration avec le secteur public et privé et pour approfondir la compréhension à l'égard du stand promotionnel aux foires touristiques. Les participants à la formation ont été choisis de la manière suivante : un directeur de projet du MOTH, un responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme » qui est le vice-directeur de l'ONTT ainsi qu'un participant du secteur privé, le directeur général de FTAV.

Destination	Durban (Afrique du Sud)	Objectif	Visite de INDABA et participation au séminaire de la JICA
Période	Du vendredi 10 au mardi 14 mai 2013		

i Séminaire de JICA (sponsorisé par le bureau de la JICA en Afrique du Sud)

Le programme des présentations est décrit ci-dessous ; en plus des projets en Tunisie, des projets de RETOSA, de l'Éthiopie, du Mozambique et du Sénégal représentants cinq pays ou régions ont été rassemblés.

1ere session	Explication du contenu des projets de JICA (pour le partage d'informations de tous les pays où travaille JICA)
2e session	Présentation et promotion de son pays (pour le marché extérieur des Japonais)

ii Approche vers les entreprises dans le séminaire de la JICA

En plus des 5 entreprises de consultants japonais impliqués dans chacun des projets, jusqu'à 10 agences de voyage ont participé au séminaire de la JICA.

iii Chaque stand

INDABA est une foire touristique de type « B to B » à laquelle participent environ 20 pays et régions présentant environ 1 300 pavillons. Environ 10 000 visiteurs provenant de 74 pays et régions y participent. Les pavillons représentaient les lieux de réunion principaux et étaient séparés par fonction « voyagistes », « transports », « hébergement ». L'annexe A était le pavillon de l'Afrique du Sud, l'annexe B celui des pays d'Afrique centrale et australe.

2) Les stagiaires

Les stagiaires qui ont participé à la formation dans un pays tiers (INDABA) sont les suivants.

TABLEAU 4-12 LES STAGIAIRES QUI ONT PARTICIPE A LA FORMATION DANS UN PAYS TIERS (INDABA)

Nom et prénom des stagiaires	Affiliation, etc.
Mouna MATHLOUTHI	MOTH, directrice de la coopération internationale
Amel KALLEL	Directeur adjoint de l'ONTT
Nadia KTATA	La secrétaire générale de la FTAV

3) Les programmes de formation et les lieux de formation

Le tableau global suivant indique les programmes de formation, les lieux de formation ainsi que le contenu des formations.

TABLEAU 4-13 LE PROGRAMME DE LA FORMATION DANS UN PAYS TIERS (INDABA)

DAY	Place/Site	TRANS	TIME	Itinerary Details
10-May (Fri)	TUNIS DUBAI	EK748	15:00 23:55	- Fly to DUBAI - Arrival at DUBAI Airport - Move to Hotel by shuttle bus [Millennium Airport Hotel Dubai (*4Star)]
11-May (Sat)	DUBAI DURBAN	EK775 Minibus	10:25 16:45	- Fly to DURBAN - Arrival at DUBAI Airport Transfer to Hotel by Minibus [Garden Court South Beach (*3Star)]
12-May (Sun)	DURBAN ICC @Durban	Shuttle bus	11:00 13:30 15:30 16:00 18:00	- Move to ICC(International Convention Center) by Shuttle bus +++INDABA+++ Pre-meeting among JICA members JICA Tourism Development Project in Africa <1st Session> <2nd Session> - Return to Hotel [GARDEN COURT SOUTH BEACH (*3Star)]
13-May (Mon)	DURBAN DUBAI	Shuttle bus Minibus EK776	14:45 18:40	- Move to ICC +++ INDABA +++ - Inspect around the Booth of other countries - Transfer to DURBAN Airport via Hotel - Fly to DUBAI [Stay on Board]
14-May (Tue)	TUNIS	EK747	5:00 10:00 13:15	- Arrival at DUBAI Airport - Fly to TUNIS - Arrival at TUNIS Airport

4) Résultats de la formation

Mme Mouna MATHLOUTHIL qui est une des homologues et M. Hasegawa, expert, ont présenté le projet de JICA, offert une présentation de la Tunisie et effectué des activités de promotion au cours du séminaire de la JICA organisé par le bureau de la JICA en Afrique du Sud. Les stagiaires ont pu faire une promotion active et créer un contact avec des agences de voyage japonaises au cours des consultations individuelles faisant suite au séminaire de la JICA auxquelles n'ont participé que trois des dix agences japonaises participantes, incluant celles situées au pays, à cause de l'éloignement d'avec le Japon.

FIGURE 4-1 PHOTOS DU SEMINAIRE DE LA JICA LORS DE LA FORMATION DANS UN PAYS TIERS



Les stagiaires ont reçu les explications de l'équipe d'experts sur la conception du stand et des brochures, etc. destinées à l'Europe et ont visité le pavillon. Les stagiaires ont pu étudier, non seulement la coopération public-privé dans les stands commerciaux, mais aussi les possibilités d'activités de promotion avec les pays avoisinants et les possibilités de coopération entre les pays du Maghreb à travers les initiatives de collaboration élargie de promotion entre les 14 pays membres de RETOSA.

FIGURE 4-2 PHOTO DU STAND DE RETOSA (REGIONAL TOURISM ORGANISATION OF SOUTHERN AFRICA)



4.2.3 FORMATION SUR PLACE

Comme formation sur place, trois types de formation ont été dispensés : le séminaire de partage des informations offert au cours de la formation au Japon, une formation sur les normes des services et une formation sur l'hospitalité à la japonaise. Comme le premier séminaire de partage des informations et la formation sur l'hospitalité étaient offerts pour la première fois, un test de compréhension n'a pas été effectué. Les résultats sont présentés dans le tableau ci-dessous.

TABLEAU 4-14 DETAILS ET DONNEES DE LA FORMATION SUR PLACE

	Premier Séminaire de partage des informations	Deuxième Séminaire de partage des informations	Troisième Séminaire de partage des informations	Quatrième Séminaire de partage des informations
Programme	Novembre 2013	Février 2014	Mars 2015	Novembre 2015
Lieu	Tunis	Tozeur	Douz	Tozeur
Nombre de participants	33 personnes	27 personnes	30 personnes	12 personnes
Moyenne des points	N/A	8,8/10	7,6/10	9,0/10
Pourcentage des participants ayant obtenu une note de plus de 80%	N/A	85%	70%	100%
	Formation sur les normes des services (Tozeur)	Formation sur les normes des services (Kébili)	Formation sur l'hospitalité	
Programme	Décembre 2015	Décembre 2015	Décembre 2015	
Lieu	Tozeur	Kébili	Douz	
Nombre de participants	19 personnes	5 personnes	14 personnes	
Moyenne des points	7,95/10	9,6/10	N/A	
Pourcentage des participants ayant obtenu une note de plus de 80%	84%	100%	N/A	

4.3 LES RESULTATS DE L'APPROVISIONNEMENT EN EQUIPEMENTS

Dans ce projet, bien qu'il n'y ait pas de données sur l'approvisionnement en équipements, les équipements énumérés ci-dessous ont été acheté pour utilisation et livrés sur place (Voir Document numéro 29).

TABLEAU 4-15 ÉQUIPEMENTS LIVRES A ETRE UTILISE

Imprimante au jet d'encre	2
Projecteurs	2

4.4 LE REGISTRE DES DEPENSES POUR LES FRAIS GENERAUX DU PROJET

TABLEAU 4-16 LE REGISTRE DES DEPENSES POUR LES FRAIS GENERAUX DU PROJET (PAR ANNEE)

Unité : mille yens

	Frais des services temporaires	Frais relatifs aux véhicules	Frais de location	Frais d'entretien des installations et des équipements	Frais de consommables	Frais de voyage Frais de transport	Frais d'expédition et de communication	Frais de production des documents	Frais divers	Frais de formation en Tunisie	Frais des activités au Japon	Total
La première année	7 764	0	4 710	0	322	414	54	17 402	0	1 432	1 930	34 027
La deuxième année	4 044	1 636	248	4 412	137	426	27	2 645	3 026	0	0	16 601
La troisième année	3 125	1 355	72	2 720	25	1 042	26	2 727	2 120	0	0	13 213
Total	14 933	2 991	5 030	7 132	484	1 882	107	22 774	5 146	1 432	1 930	63 841

5. LE RAPPORT DES ACTIVITES DE TRANSFERT DE TECHNIQUES

5.1 RESULTAT1 : LA COOPERATION ENTRE LE MOTH, L'ONTT ET DES ORGANISATIONS LIEES AU TOURISME EST RENFORCEE DANS LES REGIONS CIBLES.

5.1.1 ACTIVITE1.1 : ÉTUDIER ET ANALYSER LA SITUATION ACTUELLE ET DES DIFFICULTES CONCERNANT LE RENFORCEMENT DE LA COOPERATION ENTRE LE MOTH, L'ONTT ET DES ORGANISATIONS LIEES AU TOURISME, LA SITUATION ACTUELLE DES RESSOURCES TOURISTIQUES, LA SITUATION LIEE AU MARKETING ET A LA PROMOTION TOURISTIQUE ET PARTAGER CES RESULTATS ENTRE PARTIES PRENANTES.

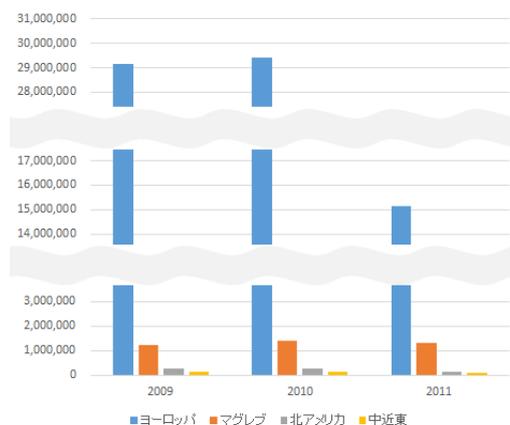
Dans l'activité 1.1, une session de partage d'informations dans le cadre du LCC a été tenue pour réaliser chacune de ces recherches, incluant l'enquête de base, et partager les résultats de ces recherches. En ce qui concerne les conseils et les instructions pour l'analyse statistique, des sessions du WG et des sessions pour le partage des connaissances dans le LCC ont eu lieu de la première à la troisième année du projet ; des transferts technologiques individuels ont été réalisés pour les responsables du département de gestion de la qualité et du département de marketing de l'ONTT.

(1). Les diverses sortes d'enquêtes, y compris l'enquête de base

À partir du mois avril 2013 jusque la première moitié de la deuxième année du projet, diverses sortes d'enquêtes, y compris l'enquête de base, ont été effectuées. Les diverses enquêtes sont en lien avec l'enquête de base et le résultat 1, et l'enquête sur le résultat 1 comprend l'étude sur l'état actuel des relations entre les institutions et leurs problèmes, l'étude sur la promotion marketing du tourisme et les ressources touristiques, ainsi que les consultations avec les intervenants concernés ; comme une partie de ces recherches sont incluses dans l'enquête de base, elles sont rassemblées en une série d'études.

Ces études montrent que les principaux groupes de touristes soutenant le marché touristique entrant de la Tunisie proviennent de l'Europe et des pays voisins du Maghreb ; ensuite viennent les visiteurs en provenance de l'Amérique du nord et du Moyen Orient. Le défi pour le développement du tourisme en Tunisie est d'améliorer l'attrait du pays à l'égard de l'Amérique du nord, du Moyen Orient et ensuite de l'Asie, tout en maintenant l'attrait à l'égard de l'Europe à l'état actuel (voir Figure 5-1). Considérant cette situation, l'équipe d'experts japonais, pour aider à la diversification des touristes, ont décidé d'entreprendre un projet pilote prenant comme modèle les touristes japonais.

FIGURE 5-1 ÉVOLUTION DE LA DEMANDE TOURISTIQUE EN TUNISIE (NOMBRE DE VISITEURS ETRANGERS NON-RESIDENTS EN HEBERGEMENT)

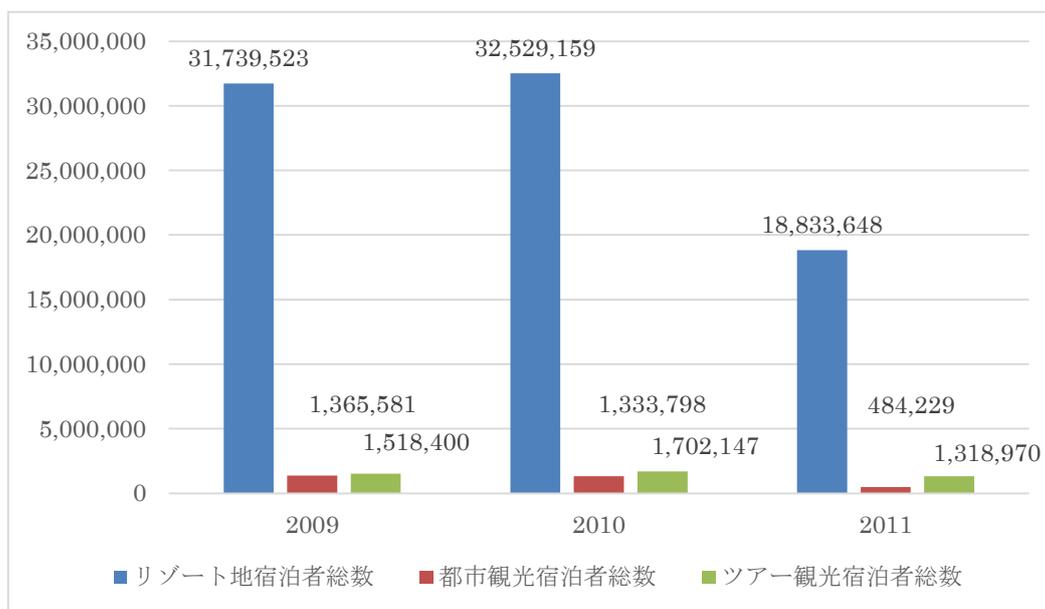


(Source: ONTT, « Rapport annuel 2011 », extrait du tableau de « II-Évolution de la demande touristique en Tunisie », p. 19.)

Le nombre de touristes entrant en Tunisie a considérablement diminué entre 2010 et 2011 à cause de l'instabilité politique qui affectait le pays lors de la révolution tunisienne, aussi appelée « Révolution de jasmin ». En conséquence, en 2011, 24 établissements hôteliers ont fait faillite et 22 000 emplois directs et 90 000 emplois indirects ont été perdus. Ces difficultés ont aussi eu un impact sérieux sur l'ensemble de l'économie tunisienne.

En regard les tendances de la demande par objectif, les touristes visitant les stations balnéaires se démarquent (Figure 5-2). Compte tenu de la reconnaissance de cette riche ressource touristique, comme mentionné plus loin dans ce chapitre et constaté dans l'étude sur la promotion marketing du tourisme et les ressources touristiques, il peut être souligné que la promotion de la diversification des ressources, mettant en valeur le tourisme écologique centré à l'intérieur du pays et le marché du tourisme culturel, n'est pas réussi. Il a été décidé de favoriser le développement d'une image de marque efficace mettant en valeur les ressources de la riche nature de l'intérieur du pays et les ressources touristiques culturelles ainsi que la transmission d'information.

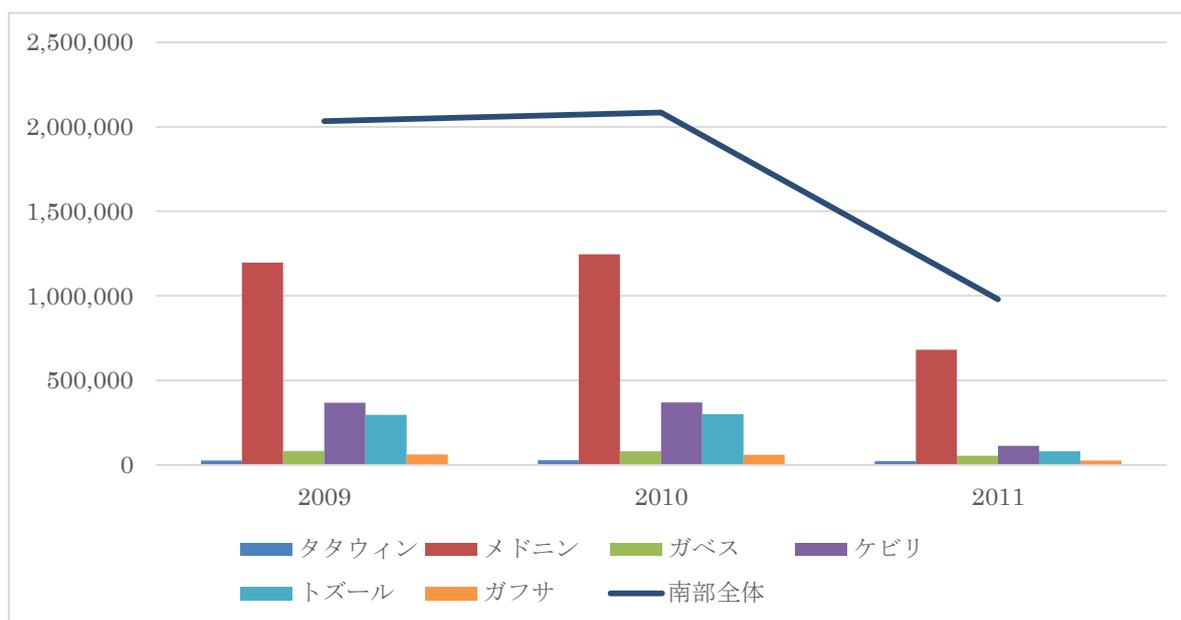
FIGURE 5-2 TENDANCES DE LA DEMANDE PAR OBJECTIF



(Source: ONTT, « Rapport annuel 2011 »)

En ce qui concerne l'industrie touristique dans la région du sud, le gouvernorat de Médenine a un poids écrasant parmi les six gouvernorats du sud. Le fait que l'île de Djerba soit incluse y joue pour beaucoup. L'île de Djerba, bien qu'elle soit située dans la région sud, est connue en Europe et en Amérique comme station balnéaire au même titre que les stations du nord et est desservie par trois vols par jour en provenance de Tunis. Les gouvernorats de Tozeur et de Kébili, région ciblée dans le présent projet, arrivent au second rang ; comparé au gouvernorat de Médenine, il reçoit beaucoup moins de touristes. En d'autres mots, les touristes qui visitent la région du sud sont concentrés dans les stations balnéaires de l'île de Djerba ; la promotion des attraits des ressources du sud n'est pas réalisée (Tableau 5-1, Figure 5-3). Pour répondre à ce défi, il est important de préparer du matériel de promotion touristique mettant en valeur les attraits de la région sud et de développer un système de diffusion d'information.

FIGURE 5-3 ÉVOLUTION DU NOMBRE TOTAL DES TOURISTES ARRIVANT



(Source : « statistiques de l'année 2011 des régions du Sud » de l'Office de développement du Sud du ministère du Développement régional et de la planification de Tunisie)

TABLEAU 5-1 ÉVOLUTION DES INDICATEURS TOURISTIQUES

Sujet	Tataouine	Médenine	Gabès	Kébili	Tozeur	Gafsa	Sud	Tunisie
2009								
Nombre total d'arrivées de touristes	26 692	1 196 366	82 193	367 960	296 720	62 627	2 032 558	6 900 000
Nombre total de nuitées	35 131	8 569 527	131 740	414 041	481 672	96 242	9 728 353	34 623 500
Taux d'occupation (%)	23,2	60,7	20,3	29	27,3	25,4	42,1	50,2
Durée moyenne du séjour (jours)	1,3	7,2	1,6	1	1,6	1,5	4,8	4,6
Emplois directs	185	15 469	265	1 391	1 934	365	19 609	-
2010								
Nombre total d'arrivées de touristes	29 000	1 244 925	80 365	370 428	300 852	59 330	2 084 900	6 900 000
Nombre total de nuitées	37 926	8 683 052	117 562	401 895	505 954	94 484	9 840 873	36 200 000
Taux d'occupation (%)	25,1	64,2	17,3	26	29,4	26,6	42,6	50,3
Durée moyenne du séjour (jours)	1,3	7,1	1,4	1,1	1,7	1,6	4,7	5,2
Emplois directs	185	14 816	265	1 504	1 963	540	19 273	-
2011								
Nombre total d'arrivées de touristes	22 628	682 212	54 505	113 289	80 846	26 944	980 424	4 800 000
Nombre total de	43 868	4 711 984	77 931	124 197	134 244	42 436	5 134 660	21 200 000

nuitées								
Taux d'occupation (%)	25,6	41,1	15,5	7,9	7,8	12,8	22,2	50,7
Durée moyenne du séjour (jours)	1,9	6,9	1,4	1,1	1,7	1,6	5,2	4,4
Emplois directs	185	12 522	-	1 495	1 870	370	16 442	-

Source : (« statistiques de l'année 2011 des régions du Sud » de l'Office de développement du Sud du ministère du Développement régional et de la planification de Tunisie)

L'ONTT est un établissement public à caractère non administratif doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière. Il est placé sous la tutelle du Ministère du Tourisme. Il a quatre missions essentielles : « développer le secteur touristique », « réglementer et contrôler l'activité touristique », « promouvoir le produit » et « assurer la formation du personnel dans le secteur touristique et école hôtelière ».

En ce qui concerne l'état de la promotion marketing du tourisme, il faut d'abord mentionner les « EDUC TOURS » (voyage de familiarisation). Les participants invités aux « EDUC TOURS » mis en œuvre en Tunisie provenaient principalement des agences de voyage mais aussi d'autres organisations comme les aéroports. Les itinéraires s'étendent aux vastes régions de la Tunisie ; pour les régions ciblées par ce projet, les gouvernorats de Kébili et de Tozeur, 8 voyages pour chacun des gouvernorats ont été effectués. Selon nos vérifications, suite à ces « EDUC TOURS », cinq nouveaux produits touristiques ont été mis sur pied et il peut être dit qu'un effet direct et constant en découle. Ainsi, s'il est possible d'établir des relations avec les intervenants du côté japonais, y compris ceux pour les « EDUC TOURS », l'effet pourrait devenir plus important. À travers les consultations, il a été compris que le marketing pour la question de l'organisation des « EDUC TOURS », par quels opérateurs et de quels pays, était déficient et que cela constituait un des problèmes pour ce type de voyage en Tunisie. Pour mettre en œuvre le présent projet, le partage des connaissances relatives au développement des relations et au marketing est très important.

Bien que l'amélioration du matériel de promotion touristique en papier soit important pour la campagne de promotion, il est difficile que ce matériel puisse atteindre une population autre que celle ayant déjà un intérêt pour le tourisme en Tunisie. D'un autre côté, dans le cas d'une campagne de promotion destinée au marché japonais de masse efficace, il est crucial de s'assurer d'un budget important. Dans l'état actuel de l'économie tunisienne, la garantie d'un tel budget est difficile ; même dans le cas où une campagne promotionnelle serait effectuée, le problème de sa continuité apparaîtrait. Même pour l'ONTT, et pour ces mêmes raisons, il a été jugé préférable de choisir une stratégie promotionnelle basée sur un site internet. Pour le présent projet, une proposition a été faite en ce sens pour la création et l'exploitation d'un important site internet pour la diffusion d'informations relatives à B à B et B à C sur la Tunisie et le développement d'une image de marque, en tant qu'un des piliers importants du projet. Le site internet de l'ONTT est développé dans un système d'exploitation organisationnelle centrée sur M. Karim BEN SALAH du département central de marketing. C'est lui également qui a été nommé responsable du site internet en langue japonaise.

L'étude sur le marketing, la promotion touristique et la situation actuelle des ressources touristiques a été réalisée, dans le Nord, au cours de la première moitié de la première année et, dans le Sud, au cours de la seconde moitié. L'étude dans la partie nord a été exécutée en même temps que l'étude sur le terrain avec prise de photos. Un membre des homologues, M. Meriem MEDDEB, qui est aussi responsable de la promotion touristique pour l'Asie, Japon inclus, nous a constamment accompagnés, ainsi qu'un responsable de l'ONTT à l'occasion. M. Essaiem, du

Commissariat régional du Tourisme de Tozeur, nous a autant que possible accompagnés et les discussions et audiences avec les organisations liées ont aussi été tenues.

Pour ce qui a trait à l'état des ressources touristiques, un des problèmes est que les informations ne sont pas suffisantes et n'arrivent à susciter l'intérêt des touristes et ce, même dans le cas des ruines archéologiques de Kerkouane, un des sites des inestimables vestiges phéniciens, laissées dans leur état par les Romains, et inscrites sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Les enseignes en français et en arabe sont relativement nombreuses mais, si l'on considère la question de la diversification des touristes, l'installation d'enseignes en anglais devient prioritaire (Figures 5-2, 5-3, 5-4). Aussi, les déchets laissés par les résidents des environs sont très en vue et font perdre beaucoup de valeur au site en tant que destination touristique (Figure 5-4). Dans l'ensemble, les ressources touristiques sont riches, tant en qualité qu'en quantité, mais leur entretien est déficient. Aussi, un grand nombre des photos des ressources touristiques conservées à l'ONTT sont en basse résolution et la question des droits d'auteur risque de générer des frais à chaque utilisation. Ce problème nécessite une attention immédiate afin de réaliser une campagne de promotion durable avec un budget limité. Bref, pour le développement du tourisme, plutôt que de développer de nouvelles ressources touristiques, il a été convenu avec les homologues du besoin d'améliorer les installations des ressources touristiques existantes et d'efficacement promouvoir leurs attraits. C'est dans cet esprit que ce projet pilote a été entrepris.

FIGURE 5-4 ENSEIGNES SANS INDICATIONS EN ANGLAIS (VESTIGES DE CARTHAGE ET LA MEDINA DE SOUSSE, SITE DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO)



(Haut à gauche : entrée de la médina de Kerkouane. Haut à droite : entrée du sanctuaire du Tophet du site archéologique de Carthage. En bas : entrée de la médina de Sousse.)

FIGURE 5-5 RESSOURCES TOURISTIQUES SANS ENSEIGNES OU INDICATIONS EXPLICATIVES



(Haut à gauche : l'aqueduc de Zaghouan, haut à droite : Chott El Jerid)
(Bas à gauche : ruines du lieu de tournage de Mos Espa, bas à droite : rocher « cou du chameau »)

FIGURE 5-6 RESSOURCES TOURISTIQUES SANS ENSEIGNES EN ANGLAIS, ENCOMBRÉES DE DECHETS



(À gauche : lieu de tournage de fils de Sidi Bouhlel, à droite : vue du site de Sidi Bouhlel encombré de déchets)

Les études sur le terrain avec prise de photos ont eu lieu, pour le nord, du 18 au 25 avril 2013 et pour le sud du 2 au 16 mars 2014 avec un rédacteur et un photographe. D'après les entrevues réalisées en Tunisie et au Japon, il apparaît que peu de photographies pouvant être utilisées librement et nécessaires pour la promotion publicitaire de la Tunisie sont disponibles. Ceci constituait un problème. Aussi, nous avons pu vérifier que les photographies déjà disponibles étaient de mauvaise qualité et la prise de nouvelles photographies semblait nécessaire. C'est pourquoi, il a été décidé qu'en même temps que l'étude sur terrain avec prise de vue photo, de nouvelles photographies seraient prises.

Lors de l'étude sur le terrain et la prise de photo, nous avons été accompagnés par les homologues. Dans chaque cas, les études ont progressé avec des exposés sur la perspective nécessaire et sur les technologies pour la prise de photos pouvant servir à la promotion publicitaire. Avant l'étude sur terrain avec prise de vue photo, des réunions d'information sur l'étude sur le terrain a eu lieu avec les homologues le 18 avril 2013 dans le nord et le 26 février 2014 dans le sud.

Pour la mise en ordre des photos prises lors de l'étude sur le terrain avec prise de vue photo, c'est-à-dire quelles photos sont à conserver et quelles photos sont à supprimer, une liste a été préparée pour les homologues ainsi qu'un document définissant les normes pour la sélection des photographies utilisées pour la campagne de promotion. Un transfert technologique a eu lieu lors de la session WG. Le résultat de ce travail est présenté dans les produits créés du résultats 3 (Site internet en japonais, photothèque, DVD de photos et brochures, etc.).

Le personnel de l'ONTT était responsable d'obtenir les accords pour les droits de prise de photo, en rapport avec les transferts technologiques.

(2). L'organisation de la session de partage des informations

La session de partage des informations a eu lieu pendant le 1^{er} LCC. Tout d'abord, l'équipe d'experts a effectué un partage d'informations concernant la tendance des touristes japonais qui sont présentées ci-dessous et qui sont considérées comme indispensables afin de promouvoir la promotion touristique tunisienne.

- La majorité des touristes japonais visite la Tunisie en fin d'arrière-saison, entre octobre et mars, mais ceci est dû au fait que c'est parce que l'été en Tunisie a une image de chaleur et que les tarifs aériens sont très chers et que les produits touristiques ne sont pas remplis.
- Comme la plupart des touristes japonais qui visitent la Tunisie sont principalement des couples d'âge mûr ou des femmes de la trentaine à la quarantaine, qui sont habitués à voyager et qui recherchent des destinations particulières, cette classe qui a comparativement plus de flexibilité au niveau du temps et de l'argent constitue le cœur des touristes japonais.
- Les circonstances de la chute brutale du nombre de touristes japonais en Tunisie sont dues au fait que les touristes japonais sont extrêmement sensibles à la sécurité et à l'hygiène et que pour promouvoir le tourisme, le retour de la sécurité et une amélioration de l'image du pays sont indispensables.

Pour cette raison, des discussions relatives aux mesures qui sont destinées à l'amélioration de la reconnaissance de la Tunisie ont eu lieu au travers du partage des éléments qui ont été relevés en tant que difficultés par l'étude de base. Nous sommes tombés d'accord sur le fait que les attraits de la Tunisie résident dans de la villégiature au Nord au désert du Sud, dans sa large diversité et qu'il est nécessaire de partager les informations qui ont été ainsi accumulées. La création de visuels de qualité comme des photos a été proposée en tant qu'activité afin d'atteindre cet objectif. Nous avons également observé que les homologues ont déclaré partager dans le projet les photos qui appartiennent à l'ONTT et il a été décidé d'utiliser les éléments qui étaient utilisables cependant, le nombre de photos dont la résolution pouvait leur permettre d'être imprimées n'était pas très important. Pour cette raison, l'élaboration d'une photothèque et d'un DVD de photos a été approuvée afin d'obtenir des photos de qualité et de forte résolution sans

avoir de frais qui sont liés à l'utilisation des droits d'auteur.

Ensuite, nous avons partagé avec les homologues diverses mesures relatives à la promotion du tourisme, que toutes doivent être des mesures prises selon la perspective et les valeurs des touristes, qu'en même temps, une stratégie de marque est indispensable afin de clarifier la différenciation avec les destinations concurrentes. La stratégie de marque consiste à élaborer des informations qui permettent de favoriser la compréhension de sa valeur. Autrement dit, quand les clients potentiels sélectionnent une destination de voyage parmi un grand nombre de destinations concurrentes, ceci constitue l'une des raisons pour lesquelles les clients potentiels la sélectionnent. La stratégie de marque propose aux clients potentiels des raisons de sélectionner cette destination de voyage des informations véridiques qui sont conformes à la réalité de cette région en plus de celles qui sont liées à la durée du voyage ou bien au prix autrement dit, nous pouvons dire qu'il s'agit d'élaborer et de fournir des informations qui favorisent la compréhension de la valeur de la région que l'on souhaite être sélectionnée en tant que destination de voyage par les clients potentiels. Pour cette raison, nous avons partagé avec les homologues les procédures d'élaboration des matériels promotionnels qui sont basés sur ce point de vue. En ce qui concerne le projet pilote qui prend pour modèles les Japonais, il constitue une stratégie de marque qui se base sur une vision telle qu'elle attire dans l'ensemble de la Tunisie, du Nord au Sud, sans se limiter aux complexes touristiques dans l'esprit d'une bonne accessibilité (avec de faibles coûts de transports dans le pays et une faible charge des itinéraires) entre les ressources touristiques ainsi que la diversité des ressources touristiques de la Tunisie qui englobent les complexes touristiques de la mer Méditerranée, les vestiges romains jusqu'au désert ainsi que la mise en œuvre de stratégies B to C et de stratégies B to B. D'autre part, en ce qui concerne la diversité des ressources touristiques de la Tunisie ainsi que la qualité de l'accessibilité, elles ont également été fortement évaluées par les agences de voyages au Japon utilisant des produits de voyage en Tunisie qui ont participé à l'EDUC TOUR qui a été organisé en 2014.

De plus, en ce qui concerne la stratégie de restauration de la sécurité publique⁵, comme il y a eu des discussions à propos de l'efficacité de la communication périodique d'informations au travers du site web en tant que stratégie B to C, l'élaboration du site web en japonais qui utilise de nouvelles photos de qualité, par exemple, a également été approuvée. Des mesures ont été débattues pour la mise en œuvre d'EDUC TOURS en invitant des médias et des agents du Japon ou la participation à des foires du tourisme au Japon en tant que stratégies B to B. En ce qui concerne les foires du tourisme au Japon, comme l'ONTT s'occupe déjà efficacement de la foire organisée par la JATA (l'exposition sur les voyages jusqu'en 2013 puis exposition TEJ à partir de 2014), les débats ont porté sur le renforcement du système de coopération avec l'ambassade de Tunisie au Japon. En ce qui concerne également les EDUC TOURS à partir du Japon, comme une opinion selon laquelle il fallait les mettre en œuvre activement afin de créer des connexions avec les principales agences de voyages au Japon qui utilisent des produits de voyage en Tunisie et l'ONTT a été émise, la mise en œuvre des EDUC TOURS ont été prévus 2 fois pendant la durée du projet. D'autre part, comme l'invitation des médias pour l'un de ces tours et la publication d'articles de magazines par les

⁵ En ce qui concerne les problèmes de sécurité publique à ce moment-là, s'ils ont commencé avec l'évènement dramatique qui a été constitué par l'assassinat du chef de l'un des partis de l'opposition et par les émeutes qui ont suivi, plutôt que les menaces telles que les terroristes qui visent les touristes, comme il s'agit plutôt de la demande qui n'a pas été restaurée depuis l'image de chaos du pays en raison de la révolution de jasmin (figure 5-1 et 5-3, tableau 5-1), une stratégie de restauration de l'image de la sécurité publique a été débattue dans le sens de dissiper l'anxiété qu'expérimentent les touristes.

médias qui sont invités a également été approuvée⁶.

En ce qui concerne les sessions de partage d'informations suivantes, elles ont été organisées en tant que réunions de LCC destinées à la coopération mutuelle et au partage d'informations de l'activité 1.3.

(3). Les conseils et instructions sur l'analyse statistique

Les conseils et instructions sur l'analyse statistique ont principalement porté sur 2 aspects. En ce qui concerne le premier, il s'agit du partage des connaissances fondamentales qui sont destinées à la compréhension de l'orientation des touristes et, en ce qui concerne le deuxième, il s'agit du partage des connaissances techniques lors de l'analyse de l'enquête qui a eu lieu sur le stand de l'exposition TEJ.

En ce qui concerne les connaissances fondamentales du premier aspect, nous avons partagé les connaissances qui ont été expliquées à propos de l'orientation des touristes japonais lors de la 1^{re} session de WG « Développement des produits touristiques » de la première année ainsi que lors du 2^e séminaire de partage des informations qui a été organisé au mois de février 2014.

En ce qui concerne le partage des connaissances techniques du deuxième aspect qui sont destinées à l'analyse de l'enquête sur le stand, il a été organisé pour le département centrale de gestion de la qualité et de formation du personnel de l'ONTT en se basant sur l'enquête sur le stand de l'exposition TEJ de 2014 en relation avec la deuxième année et il a été organisé pour le département centrale du marketing de l'ONTT en se basant sur l'enquête sur le stand de l'exposition TEJ de 2015 pour la troisième année. En ce qui concerne l'enquête sur le stand de l'exposition TEJ dans le futur, elle sera organisée en coopération par l'ambassade de Tunisie au Japon et les responsables des régions éloignées, à commencer par les responsables de l'Asie de l'Est du département de marketing de l'ONTT ainsi qu'avec le département centrale de gestion de la qualité et de formation du personnel de l'ONTT.

5.1.2 ACTIVITE 1.2 : CREER DES MECANISMES POUR RENFORCER LA COOPERATION PUBLIC-PRIVE ENTRE DES ORGANISATIONS LIEES AU SECTEUR DU TOURISME.

Dans l'activité 1.2 de ce projet, les 4 WG par thème du projet ainsi que les LCC qui constituent l'assemblée générale des WG ont été déterminés en tant que lieux de consultation public-privé en tant qu'activités de soutien au renforcement du système de coopération public-privé. Les minutes des réunions des LCC correspondent à celles qui sont déjà mentionnées dans le tableau 1-7. La liste des participants qui ont participé aux LCC a été résumée en tant que le document annexe 2-1 : «2. Les documents annexes relatifs aux LCC». Les WG sont les 4 suivants, «Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme», «Formation du personnel dans le secteur touristique», «le Développement des produits touristiques» et «Marketing et promotion du tourisme», leur composition ainsi que les minutes des réunions sont indiquées dans le tableau 1-8 et le tableau 1-9 précédents.

⁶ D'autre part, le deuxième EDUC TOUR a été annulé à cause du relèvement du niveau de risque indiqué par le ministère des Affaires étrangères du Japon du fait de l'attaque terroriste, etc. survenus en mars 2015.

Pendant le WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme », des consultations ont eu lieu à propos, par exemple, de l'élaboration du système de coopération public-privé dans la région du Sud ainsi que des activités de coopération public-privé dans le cadre du projet pilote. Pendant le WG « Formation du personnel dans le secteur touristique », des consultations centrées autour des ordres du jour relatifs aux formations comme la formation au Japon et les séminaires de partage des informations ont eu lieu. Pendant le WG « Développement des produits touristiques », des consultations ont également eu lieu à propos de la future stratégie qui est basée sur les informations relatives à la sécurité publique qui sont influencées par les tours d'étude du plan de rétablissement tout en effectuant des consultations relatives à la mise en œuvre d'EDUC TOURS et de partage des connaissances fondamentales relatives au développement des produits touristiques. Pendant le WG « Marketing et promotion du tourisme », la progression concrète du projet pilote sur l'élaboration du site web en japonais ou bien des brochures, etc. ont eu lieu sous forme de formations sur le terrain. La liste des participants de chaque WG a été résumée en tant que le document annexe 3-1 : « 3. session de WG. Les documents annexes relatifs aux sessions de WG ». Les ordres du jour de chacun des WG qui ont eu lieu sont les suivants.

TABLEAU 5-2 L'ORDRE DU JOUR DE CHACUNE DES SESSIONS DE WG

Nom du WG		Ordre du jour
« Le renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »	La 1 ^{re} session	<ul style="list-style-type: none"> - Le traitement des problèmes rencontrés lors de la création du système coopération public-privé en Tunisie - L'étude de l'orientation fondamentale concernant le système coopération public-privé
	La 2 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Les explications concernant l'ensemble du prochain agenda - La vérification de l'importance du système de coopération public-privé lors de la création de bonnes relations dans l'industrie du voyage locale - Les discussions relatives aux séminaires et à la promotion touristique pour l'exposition sur les voyages
	La 3 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Le partage des résultats de l'exposition sur les voyages et de la formation au Japon - La validation des chapitres de « la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais »
	La 4 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de ce qui a été fait précédemment - À propos de l'organisation d'organismes de coopération public-privé pour attirer des touristes japonais - À propos de l'exposition TEJ de 2014
	La 5 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de ce qui a été fait précédemment - Les organismes de coopération public-privé pour attirer des touristes japonais
	La 6 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos de la stratégie de base (M. Mohamed ESSAYEM)
	La 7 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Le rapport sur la campagne de nettoyage (M. Mohamed ESSAYEM) - À propos du dispositif de participation aux foires du tourisme qui ont lieu au Japon
	La 8 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - L'élaboration d'un système de CPP (coopération public-privé) durable (M. Mohamed ESSAYEM)
	La 9 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La stratégie du système CPP à Tozeur et les perspectives pour son application à l'ensemble de la Tunisie - Les idées et les moyens destinés au développement des produits qui ont été appris au cours du présent projet (depuis 2013 jusqu'à présent) - Les résultats qui avaient été planifiés jusqu'à la fin du mois de janvier 2016 (jusqu'à la fin du présent projet) - Le plan d'action (provisoire) annuel destiné au système de CPP à Tozeur - La prise en charge après la fin du présent projet
« La formation du personnel dans le secteur touristique »	La 1 ^{re} session	<ul style="list-style-type: none"> - La réaffirmation des difficultés concernant la formation du personnel dans le secteur du tourisme en Tunisie - L'étude des besoins de formation du secteur touristique Tunisie - La consultation à propos des méthodes de transfert technique du développement des ressources humaines - L'élaboration du plan de formation sur le partage de connaissances en Tunisie
	La 2 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Les explications concernant l'ensemble du prochain agenda - Les discussions relatives à la tenue d'un séminaire de partage des expertises à Tunis - Les discussions relatives aux séminaires de partage des expertises qui auront lieu dans le Sud

		de février à mars
	La 3 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Le partage des résultats du séminaire qui s'est tenu à Tunis le 14 novembre - Les discussions et la validation du plan de séminaire de février - Les discussions relatives au contenu de la formation au Japon de l'année prochaine
	La 4 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de ce qui a été fait précédemment - L'étude d'un manuel relatif à la prise en charge des touristes étrangers (étude de cas)
	La 5 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de ce qui a été fait précédemment - Les commentaires sur l'EDUC TOUR
	La 6 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos de la formation à la cuisine japonaise à l'école hôtelière (M. Zoubeir LOUHICHI) - À propos de la formation à l'hôtel pendant la formation au Japon (M. Mohamed JERBI)
	La 7 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos de la formation au Japon et des séminaires de partage des informations
	La 8 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos de la formation au Japon, des séminaires de partage des informations et des autres formations
	La 9 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La stratégie de formation du personnel touristique dans la région du Sud et les perspectives pour son application à l'ensemble de la Tunisie - Les idées et les moyens destinés à la formation du personnel qui ont été appris au cours du présent projet (depuis 2013 jusqu'à présent) - Les résultats qui avaient été planifiés jusqu'à la fin du mois de janvier 2016 (jusqu'à la fin du présent projet) - Le plan d'action (provisoire) annuel destiné à la formation du personnel - Les difficultés (s'il y en a) après la fin du présent projet
« Le développement des produits touristiques »	La 1 ^{re} session	<ul style="list-style-type: none"> - La situation actuelle des produits touristiques tunisiens au Japon et les tendances des voyageurs (à propos des méthodes statistiques) - La réaffirmation de l'importance des séminaires au Japon lors de l'exposition sur les voyages au mois de septembre - L'étude du contenu des séminaires au Japon
	La 2 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Les explications concernant l'ensemble du prochain agenda - La situation actuelle des produits touristiques tunisiens au Japon, les explications concernant la situation des compagnies aériennes et la séance de questions-réponses - Les explications relatives au calendrier pour le développement de nouveaux produits touristiques et lors de la création de produits touristiques - Les explications relatives aux catégories de produits touristiques - Les discussions relatives aux produits touristiques de luxe
	La 3 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos des EDUC TOUR - Les discussions relatives aux réunions d'affaires lors des EDUC TOUR - L'étude des parcours modèles : Les discussions relatives aux propositions de produits touristiques de luxe
	La 4 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de ce qui a été fait précédemment - Les commentaires sur l'EDUC TOUR - Les discussions à propos des modèles de parcours
	La 5 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - La vérification de ce qui a été fait précédemment - La présentation des modèles de parcours à destination des Japonais
	La 6 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos des nouveaux produits de cette année (M. Anouar CHETOUI) - À propos de l'ÉDUC tour du mois de mai
	La 7 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos de la coopération de la promotion et de la réhabilitation - La présentation des modèles de parcours (M. Anouar CHETOUI)
	La 8 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - À propos du futur du plan d'action (le plan de rétablissement) (organisé conjointement lors des sessions du 5^e LCC)
	La 9 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Le concept de développement des produits touristiques de la région du Sud et les perspectives pour son application à l'ensemble de la Tunisie - Les idées et les moyens destinés au développement des produits touristiques qui ont été appris au cours du présent projet (depuis 2013 jusqu'à présent) - Les résultats qui avaient été planifiés jusqu'à la fin du mois de janvier 2016 (jusqu'à la fin du présent projet) - Le plan d'action (provisoire) annuel destiné au développement des produits touristiques de la région du Sud - Les difficultés (s'il y en a) après la fin du présent projet
« Le marketing et la promotion du tourisme »	La 1 ^{re} session	<ul style="list-style-type: none"> - La réaffirmation des difficultés concernant le marketing et la promotion touristiques en Tunisie - L'acquisition du concept de phase et des méthodes d'analyse statistique - L'acquisition des notions fondamentales de création de site et de demande de propositions - L'élaboration d'une demande de propositions pour un site web ou des dépliants (les activités concrètes se poursuivront en WG après la sélection des membres responsables) - La vérification des spécifications et de la signification des DVD-ROMS distribués lors de l'exposition sur les voyages
	La 2 ^e session	<ul style="list-style-type: none"> - Les explications concernant l'ensemble du prochain agenda - Le partage des dépliants originaux à distribuer lors de l'exposition sur les voyages

		- Les discussions lors de l'élaboration du site web en japonais
	La 3 ^e session	- À propos de l'élaboration des prochains matériels - Les discussions et propositions de parcours de prises de vue dans le Sud - À propos du site web - À propos des événements
	La 4 ^e session	- La vérification de ce qui a été fait précédemment - Les bases du marketing et de la promotion du tourisme - L'élaboration du site web en japonais
	La 5 ^e session	- La vérification de ce qui a été fait précédemment - L'étude des photos des brochures - À propos du système de gestion futur du site web
	La 6 ^e session	- Les connaissances fondamentales sur l'achat de médias - Les pratiques de l'achat de médias
	La 7 ^e session	- L'introduction aux événements locaux et à la promotion - À propos du plan d'action après la fin du projet
	La 8 ^e session	- À propos de l'élaboration des cartes en japonais - La mise en œuvre et le système d'analyse de l'enquête lors de l'exposition TEJ
	La 9 ^e session	- La stratégie de marketing et de promotion en Asie - Les idées et les moyens qui ont été appris au cours du présent projet (depuis 2013 jusqu'à présent) - Les commentaires sur l'exposition TEJ et la planification pour l'année prochaine (M. Amine SOUSSI) - Le protocole d'accord destiné à la gestion du site web en japonais signé entre la FTAV et l'ONTT (M. Karim BEN SALAH) - Les résultats qui avaient été planifiés jusqu'à la fin du mois de janvier 2016 (jusqu'à la fin du présent projet) - Le plan d'action (provisoire) annuel pour le marketing et la promotion touristiques - Les difficultés (s'il y en a) après la fin du présent projet
	Les sessions communes sur la « Réunion d'étude sur le tourisme lié au cinéma » (qui ont été mises en œuvre lors de la 6 ^e)	- Le rapport sur le tourisme lié au cinéma appris pendant le stage au Japon (M. Mohamed Mehdi JALOULI) - Vers la mise en pratique du tourisme lié au cinéma en Tunisie - Le rapport sur la situation à Ong el Jemel (CDTOS) - Les discussions par rapport à la mise en pratique du tourisme lié au cinéma

D'autre part, en ce qui concerne le système de coopération public-privé après la fin du projet, nous avons multiplié les discussions lors du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » et nous avons donné des conseils et des instructions principalement autour du directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur qui est le responsable du WG (jusqu'au mois de décembre 2015. Il est devenu le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili à partir du mois de janvier 2016).

(1). Le système de coopération public-privé dans la région du Sud

Si les régions considérées pour le présent projet sont le gouvernorat de Tozeur et le gouvernorat de Kébili, comme les homologues ont fortement appuyé l'opinion selon laquelle lors de l'élaboration du système de coopération public-privé dans la région du Sud, il valait mieux tout d'abord élaborer un système pilote de coopération public-privé dans le gouvernorat de Tozeur puis élaborer un système de coopération public-privé après la fin du présent projet dans le gouvernorat de Kébili en se servant de l'exemple de la réussite de celui de Tozeur comme modèle. Après la concertation, l'élaboration du système de coopération public-privé est décidé autour du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur. Ceci est dû au fait que si le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT est situé à Kébili, comme c'est Douz qui constitue le cœur des sites touristiques et que les activités des organisations du secteur privé qui sont liées au tourisme étaient également centrées autour de Douz, les organisations du secteur privé qui sont liées au tourisme dans le gouvernorat de Kébili n'étaient pas véritablement actives pour les activités en coopération avec le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT. Dans le gouvernorat de Tozeur, comme le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT ainsi que les

organisations du secteur privé qui sont liées au tourisme avaient leurs activités centrées autour de Tozeur, ils étaient également actifs pour les activités de coopération. En fait, en voyant que les activités de coopération public-privé comme les formations ou bien la campagne de nettoyage avaient commencé à Tozeur, les organisations du secteur privé qui sont liées au tourisme du gouvernorat de Kébili ont également commencé à être intéressées par les activités en coopération avec l'ONTT et, finalement, des formations sur l'hospitalité ainsi que des formations sur les normes des services ont également été mises en œuvre dans le gouvernorat de Kébili pendant la troisième année. En outre, même si la mise en œuvre n'a pas été exécutée pendant la durée du projet, l'exemple de la réussite du gouvernorat de Tozeur a eu des conséquences positives sur les activités du gouvernorat de Kébili avec, par exemple, la branche locale de Douz de la FRAV du gouvernorat de Kébili qui a demandé conseil à propos de la mise en œuvre de campagnes de nettoyage.

Initialement, dans la proposition de système qui avait été élaborée en se basant sur les discussions avec les homologues, des organismes de coopération public-privé devaient être créés en tant qu'organisations sous la direction du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur qui devaient accueillir en tant que membres les entreprises privées comme les branches locales de la FTAV ou de la FTH (figure 5-7) cependant, comme le directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur a donné l'opinion selon laquelle le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur devait autant que possible se concentrer sur le fait de résumer leurs opinions et qu'il ne souhaitait pas créer un système qui fasse ressentir des relations hiérarchiques, sa forme a été modifiée comme indiqué dans la figure 5-8. Grâce à cela, comme les organismes de coopération public-privé ne sont plus des organisations sous la direction du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur, le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur est devenu le coordinateur afin de les relier au travers de la création de partenariats d'égal à égal. En Tunisie, comme il y avait un fort sentiment de rejet par rapport aux activités dirigées de haut en bas qui étaient effectuées sous le nom de coopération public-privé, et comme, au travers des activités des WG, par exemple, il est devenu évident qu'il y avait un problème qui rendait nécessaire d'effacer ce genre d'image que portaient les organismes de coopération public-privé, les changements nécessaires ont été apportés en se basant sur l'opinion du directeur du Commissariat.

FIGURE 5-7 LA REPRESENTATION DU SYSTEME DE COOPERATION PUBLIC-PRIVE A TOZEUR (PROPOSITION INITIALE)

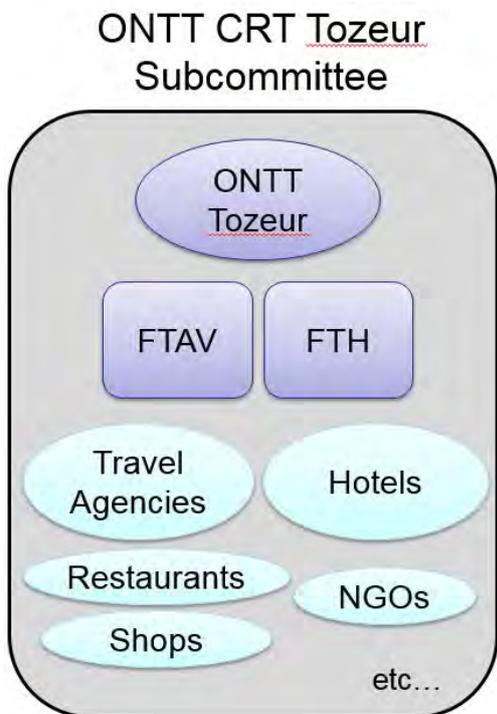
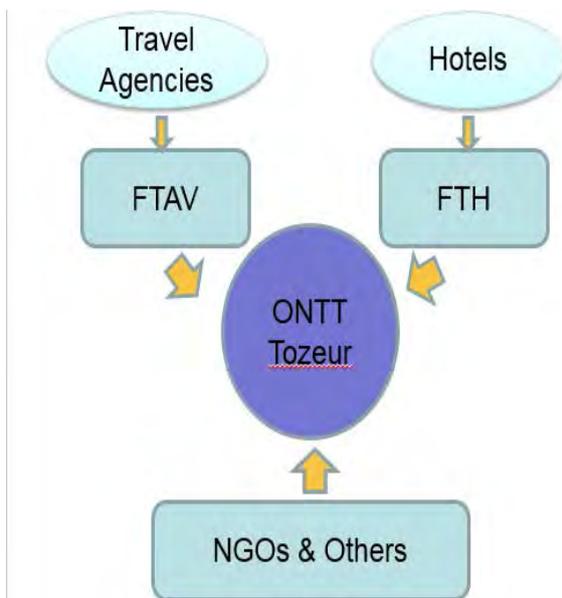


FIGURE 5-8 LA REPRESENTATION DU SYSTEME DE COOPERATION PUBLIC-PRIVE A TOZEUR (APRÈS MODIFICATION)



De plus, dans le cadre des activités du système de coopération public-privé dans la région du Sud dans le présent projet, nous avons effectué des activités de soutien relatives à la mise en œuvre de la campagne de nettoyage destinée à la préservation des ressources touristiques. Comme cette campagne constitue des activités de nettoyage des sites touristiques, en plus de la préservation des ressources touristiques, elle représente une opportunité pour la population locale d'apprendre leur valeur en tant que ressources touristiques. La conscience de ce genre de positionnement de la campagne a été partagée lors des WG et avec les homologues de la région du Sud ce qui a donné une mise en œuvre de la campagne en tant que point d'appui de l'élaboration d'un système de coopération public-privé durable ainsi que des activités concrètes qui en découlent.

En ce qui concerne les zones de la mise en œuvre de la campagne, elles ont été déterminées au travers de discussions avec le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili ainsi qu'au travers de visites sur le terrain. Par conséquent, il a été décidé de soutenir les activités concrètes qui mettent l'accent sur Sidi Bouhlel qui constitue une ressource touristique du tourisme lié au cinéma en tant que site de tournage de films qui sont célèbres dans le monde entier et dont la population locale ne connaissait pas la valeur en tant que ressource touristique.

En ce qui concerne la valeur de Sidi Bouhlel en tant que ressource touristique et la signification de mettre en œuvre des activités de nettoyage des sites touristiques au travers de la coopération public-privé, nous avons multiplié les débats avec les homologues pendant les sessions du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » en utilisant également les exemples d'autres pays et nous avons partagé la reconnaissance. La campagne a été mise en œuvre aux mois de mars et de novembre 2015 en se centrant autour de l'ONG locale, le comité du festival de Bouhlel, les agences de voyages qui dépendent de la branche de Tozeur de la FRAV ainsi que du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT et en invitant à participer les écoles primaires locales. Lors de la première session qui a eu lieu au mois de mars, le nettoyage a été effectué avec la présence du gouverneur et comme Sidi Bouhlel a été reconnue comme ressource touristique en raison des activités du présent projet par le comité du festival de Bouhlel lors du 6^e LCC qui a eu lieu au mois de janvier 2016, il a exprimé sa reconnaissance parce que Sidi Bouhlel a commencé à sortir sur le devant de la scène avec, par exemple, la venue de bus de groupe anglais.

Comme la mise en œuvre de cette activité se poursuivra même après la fin du présent projet, le « Protocole relatif à la continuation de la campagne de nettoyage » a été signé entre le comité du festival de Bouhlel et le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT le 18 janvier 2016 (document numéro 6). Son contenu est l'accord destiné à favoriser la préservation des ressources touristiques grâce à la mise en œuvre de manière continue de la campagne de nettoyage de Sidi Bouhlel par les deux parties.

(2). Le système de coopération public-privé dans l'ensemble de la Tunisie

En ce qui concerne le système de coopération public-privé, lors de la 1^{re} session de WG, nous avons effectué conjointement une analyse FFOM relative à la situation actuelle du tourisme tunisien à partir des divers points de vue des secteurs public et privé. Au travers de ce genre de travaux, un rodage a été effectué par rapport au contenu des projets pilotes qui ont été mis en œuvre dans le présent projet (la figure 5-9 est un extrait à partir du document

qui a été utilisé pour la 2^e session de WG) et il a permis de mettre en évidence des deux côtés, du secteur public et du secteur privé, « qu'il manque absolument des outils de communication » et « qu'une organisation de coopération public-privé est nécessaire pour un site web et des brochures qui sont continus et mis à jour ».

FIGURE 5-9 LES RESULTATS DE L'ANALYSE FFOM LORS DE LA 1^{RE} SESSION DE WG



En outre, lors de l'évaluation à la fin du projet, des recommandations ont été fournies à la Tunisie et il a été décidé que l'équipe d'experts rédigerait une proposition destinée à la mise en œuvre de manière continue du côté tunisien d'activités de coopération public-privé dans le présent projet. Comme ceci a été proposé au travers de discussions avec le MOTh et l'ONTT, elle a été soumise lors du 6^e JCC qui a eu lieu au mois de janvier 2016 en tant que « proposition relative à la création d'une plateforme de CPP » et le président de l'ONTT ainsi que le chef de l'équipe d'experts ont signé le procès-verbal de réunion (document numéro 5).

Si la fondation de la plateforme CPP avait initialement été prévue en tant que comité de coopération public-privé, comme le nombre de comités a explosé après la révolution en Tunisie et qu'en fait, la plupart ne fonctionnaient pas et comme nous avons reçu de la part du président de l'ONTT l'opinion selon laquelle le système de coopération public-privé dans la région du Sud avait l'image d'une organisation qui était dirigée verticalement par l'administration, il a été décidé de la proposer en tant que « force opérationnelle de la CPP ». Comme l'objectif de cette force opérationnelle est d'utiliser les compétences et les connaissances qui ont été transférées lors du présent projet, ses principales activités sont d'intégrer et d'encourager diverses promotions touristiques qui sont mises en œuvre par le secteur public et le secteur privé au niveau national ainsi qu'au niveau local. Concrètement, il s'agit de déterminer un coordinateur et de mettre en œuvre les activités qui ont été posées dans leurs WG respectifs dans les 3 domaines que sont le marketing et la promotion touristiques, le développement des produits touristiques et la formation du personnel qui ont été mis en place principalement pendant les 3 années du présent projet. Dans le futur,

en Tunisie, en suivant cette proposition, il est prévu que le président de l'ONTT va servir de coordinateur pendant la première année, qu'il va mettre en place la force opérationnelle au travers de discussions avec les organismes concernés et que l'approbation ainsi que la mise en œuvre du contenu et de la planification des activités ainsi que la mise en place des WG seront effectués.

De plus, des discussions ont eu lieu pour le système de communication des informations sur le site web en japonais centrées autour de Karim BEN SALAH en tant qu'activités concrètes relatives au système de coopération dans l'ensemble de la Tunisie qui ont été mises en place pendant la durée du projet. Des discussions ont eu lieu lors des WG à propos de la garantie du budget, par exemple, pour la gestion du site web en coopération avec des organismes du secteur privé comme la FTAV ou la FTH en raison de la proposition selon laquelle elles souhaiteraient qu'il soit également possible dans l'avenir d'y vendre des produits de circuits. D'autre part, en ce qui concerne la coopération avec la FTH, elle a été repoussée parce que comme les hôtels conservent un système qui permet les réservations et les ventes au travers de sites web originaux, ils ne trouvent pas d'avantages à une coopération avec l'ONTT. L'ONTT souhaite faire réussir les activités du système de coopération qui a été approuvé avec la FTAV (document numéro 1) et il souhaite réfléchir à la coopération dans le futur. Ces activités seront étudiées et débattues dans les futurs WG de marketing et de promotion du tourisme de la force opérationnelle de la CPP.

(3). La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais

En ce qui concerne la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais, elle a été élaborée par les responsables de WG et l'équipe d'experts en se basant sur les discussions qui ont eu lieu lors du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme ». Du point de vue de la stratégie de base, le système de suivi ainsi que les normes des services qui sont destinés à attirer les touristes et qui ont été élaborés pour l'aménagement du système de réception des touristes, ainsi que la stratégie de marketing et de promotion touristiques et son plan d'action. En ce qui concerne le plan d'action, il a été déterminé en tant que plan de rétablissement en se basant sur la détérioration de la situation de la sécurité publique en particulier, en Tunisie, en raison des attaques terroristes. Le plan de rétablissement : il s'agit d'un plan d'action qui est destiné à la mise en pratique du marketing et de la promotion touristique à court et à moyen terme face dans l'objectif de surmonter une situation de crise et de s'adapter à cette situation/après avoir surmonté cette situation lorsque la mise en œuvre du marketing et de la promotion touristiques ordinaires est difficile face à une situation de crise. En ce qui concerne le plan d'action sur les normes des services qui sont destinés à attirer les touristes, la proposition de plan de formation a été énoncée en tant que résultat du résultat 2 comme indiqué ci-après. En ce qui concerne les détails, ils sont mentionnés dans la partie « À propos de l'activité 3.1 ».

5.1.3 ACTIVITE 1.3 : ORGANISER DES FORUMS ET DES REUNIONS PERIODIQUES AVEC LES ORGANISATIONS LIEES AU TOURISME POUR RENFORCER LA COOPERATION PUBLIC-PRIVE.

(1). La tenue de réunions et de consultations régulières en Tunisie

Dans le présent projet, 4 WG ont été déterminés en tant que WG par thème : le WG «Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme», le WG «Formation du personnel dans le secteur touristique», le WG «Développement des produits touristiques» et le WG «Marketing et promotion du tourisme», et 9 sessions de WG ont été mises en œuvre pendant 3 ans. En ce qui concerne l'organisation ou les périodes d'ouverture, elles sont déjà mentionnées dans les éléments du système de mise en œuvre du projet du «Tableau 1-10 La composition des groupes de travail (WG)» et le «Tableau 1-11 Les minutes des réunions des sessions de WG par thème».

En outre, en plus de cela, les LCC, qui servent d'assemblée générale des WG par thème en tant que réunions destinées au partage d'informations et à la coopération mutuelle ont eu lieu 2 fois par an. En ce qui concerne la composition de leurs membres ainsi que la date de leur tenue, elles ont déjà été mentionnées dans le «Tableau 1-8 La composition des membres des LCC» et le «Tableau 1-9 Les minutes des réunions des LCC» de la même manière que les WG.

Initialement, il était prévu que les WG et les LCC soient organisés dans le gouvernorat de Tozeur ou le gouvernorat de Kébili dans la région du Sud qui constituent les régions considérées pour le projet cependant, comme la situation politique sur le terrain n'était pas stable, en particulier pendant la première partie du projet, il a été décidé de les organiser dans la région du Nord.

(2). Organisation de séminaires périodiques au Japon

En ce qui concerne les séminaires périodiques au Japon, si leur mise en œuvre a été approuvée dans le présent projet comme l'exposition sur les voyages de la JATA 1 fois par an (à partir de la deuxième année, son nom est devenu exposition TEJ), comme en 2013 un séminaire sur le tourisme en Tunisie a été organisé par l'ambassade de Tunisie au Japon et dans l'objectif également d'apprendre par rapport à la gestion de séminaires et à la coopération avec l'ambassade, il a été décidé que les stagiaires de cette formation au Japon apportent leur aide après des discussions relatives au contenu des présentations lors des sessions de WG. Le séminaire a eu lieu dans le lieu de réunion de l'exposition sur les voyages de la JATA le 13 septembre 2013 (vendredi). La présentation a été effectuée par le ministre du Tourisme ce qui a permis d'attiser l'intérêt des participants.

Lors de la deuxième année, afin de pouvoir mettre en pratique le séminaire lors de l'exposition TEJ, nous avons rendu visite à son bureau Meriem Meddeb, la responsable du marketing asiatique de l'ONTT et qui a participé en tant que stagiaire à la formation au Japon et nous l'avons consulté avant la mise en pratique de la formation au Japon à propos du DVD qui serait diffusé ainsi que du contenu des présentations utilisées lors du séminaire sur le tourisme. En outre, une fois qu'ils sont arrivés comme stagiaires pour la formation au Japon, nous avons effectué des

répétitions pour le séminaire avec 2 stagiaires (Kamel Boubi et Anouar Chetoui) qui ont répété la présentation relative au tourisme dans la région Sud. L'équipe d'experts a fourni des conseils relatifs aux points d'appel lors de la présentation (par exemple, les ressources touristiques à montrer qui intéressent les Japonais ou la manière de présenter les sites touristiques, etc.). Le jour du séminaire, l'équipe de spécialistes a apporté son assistance en prenant contact ou encore en aménageant les places du lieu de réunion afin que celui-ci attire les clients de manière appropriée. Le résultat s'est terminé sur un succès avec la participation d'environ 30 personnes au séminaire.

Lors du séminaire de la troisième année à l'exposition TEJ, la présentation a été effectuée par les stagiaires après qu'ils ont reçu des conseils et les instructions au travers de consultations et de répétitions du contenu de la présentation de la même manière que pour la deuxième année. Il y a eu 3 présentations, la présentation relative au tourisme de la région du Sud dans l'ensemble par Zoubeir LOUHICHI qui était le directeur de l'école hôtelière de Tozeur, la présentation relative aux activités MICE dans la région du Sud par Ahmed HRICHI et Jamel BEN DALY qui participaient en représentant le secteur privé de la région du Sud et la présentation relative au gouvernorat de Kébili par Hamza SOLTANE qui est inspecteur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili et toutes se sont terminées par une réussite, comme celles de l'année dernière.

Au travers de la formation au Japon, grâce au renforcement de la coopération entre l'ONTT et l'ambassade de Tunisie au Japon, l'ambassade de Tunisie au Japon a exprimé le souhait de continuer à présenter un stand à l'exposition TEJ, y compris pour l'organisation de ce genre de séminaire même après la fin du présent projet et elle a contacté l'ONTT à ce propos.

5.2 RESULTAT 2 : DES CONNAISSANCES DU MOTH, DE L'ONTT ET DES ORGANISATIONS LIEES AU TOURISME DANS LES REGIONS CIBLES SONT RENFORCEES POUR LA MISE EN PRATIQUE D'ACTIVITES DE MARKETING ET DE PROMOTION TOURISTIQUES.

5.2.1 ACTIVITE 2.1 : DETERMINER LES BESOINS DE FORMATION EN SE BASANT SUR LES RESULTATS D'ETUDE DE L'ACTIVITE 1.1.

La 1^{re} formation au Japon a été menée en analysant les besoins de formation lors du 1^{er} LCC et de la première session du WG « Développement des produits touristiques » en se basant sur toutes les enquêtes, y compris l'étude de base. Lors de la deuxième formation au Japon, une enquête a été menée dans la continuité et la deuxième formation au Japon a eu lieu en se basant sur l'analyse des besoins de la région du Sud.

Les objectifs de la première et de la deuxième formation au Japon sont les suivants.

- Le renforcement des capacités liées aux services touristiques en commençant par l'hospitalité
- L'encouragement de la compréhension des rôles de l'ONTT/de l'office du tourisme
- Le renforcement des capacités de développement des produits touristiques qui correspondent aux besoins variés des touristes en exploitant les ressources locales
- Renforcement des capacités d'assistance destinées à la formation des guides parlant japonais

Lors de la troisième formation au Japon, en se basant sur l'évolution de la situation, le « Renforcement des capacités

d'assistance destinées à la formation des guides parlant japonais » a été remplacé par « l'élaboration d'un système de coopération public-privé durable ».

En ce qui concerne les conseils et instructions afin de délibérer sur la formation du personnel et sur la méthode du transfert technique, ils ont été effectués en se basant sur les discussions qui ont lieu lors du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique » en se concentrant autour du responsable de ce WG.

5.2.2 ACTIVITE 2.2 : ÉLABORER DES PROGRAMMES, DES MATERIELS PEDAGOGIQUES ET UN PLAN DESTINE A LA MISE EN PLACE DE FORMATIONS ET SEMINAIRES POUR REPONDRE AUX BESOINS IDENTIFIES.

Comme les séminaires de partage des informations sont des formations qui sont destinées à diffuser en Tunisie les connaissances que les stagiaires qui ont participé à la formation au Japon ont acquises, il ne s'agit pas uniquement de partage de connaissances dans un simple séminaire mais, grâce au fait que les stagiaires élaborent eux-mêmes la planification, la préparation et le matériel pédagogique des formations et qu'ils deviennent les instructeurs des séminaires, il s'agit de formations qui deviennent des formations sur le terrain destinées à la mise en œuvre de formations durables en Tunisie.

Par conséquent, les stagiaires qui ont participé à la formation au Japon ont mis en œuvre par eux-mêmes l'élaboration du plan de formation ainsi que l'élaboration du programme et du matériel pédagogique en se basant sur chaque formation au Japon. Lors de chaque formation au Japon, des responsables pour les séminaires de partage des informations ont été sélectionnés parmi les stagiaires et l'équipe d'experts a apporté son assistance par rapport aux plans de formation et aux programmes en se concentrant sur ces responsabilités. En outre, en ce qui concerne le matériel pédagogique, chaque stagiaire a apporté ses suggestions individuelles autant que possible.

Dans l'ensemble, la volonté de participer au présent projet et de s'impliquer activement dans la mise en œuvre des formations en Tunisie était extrêmement élevée chez les stagiaires qui ont participé aux formations au Japon. Ils ont utilisé les documents des formations au Japon ainsi que les documents qui ont été utilisés dans les sessions de WG et comme ils ont commencé spontanément à élaborer le matériel pédagogique des formations sur l'hospitalité ou des formations sur les normes des services, comme ils ont demandé des conseils à ce propos, des conseils et des instructions leur ont également été donnés dans ce but.

En outre, après avoir reçu les recommandations de l'évaluation à la fin, tous les documents qui ont été élaborés par l'équipe d'experts avec les homologues lors des LCC, des sessions de WG ou des formations au Japon ont été imprimés ou reliés et, tout en les partageant lors du 6^e JCC qui a eu lieu au mois de janvier 2016, ces documents ont été compilés par thèmes et ils ont été élaborés et partagés en tant que documents de références plus faciles à utiliser. Ces documents annexes sont de 3 sortes, leurs thèmes respectifs sont « le marketing et la promotion du tourisme », « le développement des produits touristiques » et « la formation du personnel dans le secteur touristique » (documents numéro 10-12).

En outre, lors de ce même 6^e JCC, l'équipe d'experts a élaboré et partagé une proposition afin que ces documents puissent être utilisés après la fin du présent projet. De plus, au mois de décembre 2015, « le mémorandum relatif à la formation du personnel » a été rédigé pour l'ONTT par le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur. Il s'agit

du mémorandum relatif au mode de progression des activités de formation du personnel qui ont utilisé les documents relatifs à la formation des normes des services (document numéro 3). D'autre part, dans « la proposition relative à la création d'une plateforme de la CPP » qui est décrite dans le résultat 1 (document numéro 5), l'utilisation de l'ensemble de ces documents de formation est également mentionnée dans le plan d'action du WG « formation du personnel ».

5.2.3 ACTIVITE 2-3 : METTRE EN PLACE DES FORMATIONS ET SEMINAIRES, FAIRE UN SUIVI REGULIER, REVISER LES PROGRAMMES ET MATERIELS PEDAGOGIQUES.

Les séminaires de partage des informations, fondés sur la formation au Japon et organisés par les homologues tunisiens, ont été tenus à Tunis et à Tozeur en 1^{ère} année d'après leur demande, à Douz en 2^{ème} année et à Tozeur en 3^{ème} année.

Suite à ces séminaires de partage des informations, la demande s'est accrue chez les homologues pour des « formations sur l'hospitalité (*Omotenashi*) » permettant d'apprendre l'esprit de l'hospitalité à la japonaise et, en liaison avec à celles-ci, des formations relatives aux « normes de services pour l'accueil des touristes ». Pour répondre à cette demande, l'équipe des experts a apporté son soutien. Sur la base des matériels de formation au Japon, des séminaires de partage des informations et des « normes de services pour l'accueil des touristes », elle a élaboré la proposition de planification de la mise en pratique de la formation sur l'hospitalité (*Omotenashi*) et de formations sur les « normes de services pour l'accueil des touristes », et des programmes de formation, que les homologues pourront continuer à mettre en œuvre après la fin du projet (documents numéro 13, 14, 19). Quant aux matériels de formations, les Commissariats Régionaux du Tourisme de Tozeur et de Kébili les ont réalisés et l'équipe des experts ont fourni des conseils et des instructions pour leur amélioration (documents numéro 15, 20). Par conséquent, au mois de décembre 2015, la formation sur les normes des services a été mise en œuvre par le Commissariat Régional du Tourisme Tozeur et la formation sur l'hospitalité a été mise en œuvre par le Commissariat Régional du Tourisme Kébili. De plus, nous avons apporté notre assistance pour élaboration et la proposition d'élaboration de l'enquête finale ainsi que pour le test de compréhension de chaque formation en tant qu'assistance pour l'élaboration du système de mise en pratique d'évaluation et de suivi régulier de ces formations. Le test de compréhension a pour objectif non pas d'observer simplement le nombre de bonnes réponses, mais de discuter sur les erreurs fréquentes et d'approfondir encore la compréhension. Et l'enquête à la fin de la formation est destinée à être utilisée comme référence afin d'améliorer les formations mêmes, ce qui a permis de mettre en pratique le système de gestion de la qualité PDCA (planifier, développer, contrôler et agir) du système de la formation (documents numéro 16-18 et 21-23).

5.3 RESULTAT 3 : DES ACTIVITES DE MARKETING ET DE PROMOTION DU TOURISME SONT MISES EN PRATIQUE DANS LES REGIONS CIBLES.

Dans le cadre du Résultat 3, nous avons mis en pratique le marketing et promotion visant le marché japonais, en tant que projet pilote, menant principalement les activités de WG « Développement des produits touristiques » et de WG « Marketing et promotion du tourisme ».

5.3.1 ACTIVITE 3-1 : ÉLABORER LA STRATEGIE DE MARKETING ET DE PROMOTION DU TOURISME BASEES SUR LES RESULTATS DE L'ETUDE DE L'ACTIVITE 1-1.

« Stratégie du tourisme 2016 » examinée dans le cadre des études d'Activités 1.1 prend « Diversification et innovation des offres » telle que l'amélioration de la qualité de service et la diversification des hébergements comme une orientation pour répondre aux besoins de touristes variés, pour animer le marché du tourisme en Tunisie. Cette stratégie prend également « Restructuration des organisations administratives » et « Rétablissement financier » comme des orientations afin de réaliser le premier. En outre, « Marketing et promotion » décrit le renforcement de l'alliance avec les entreprises relatives au tourisme et l'importance de la promotion qui convient aux besoins des touristes de chaque pays, ainsi que l'exploitation du site Internet. En plus, « Stratégie du développement de Tozeur » établie par l'Office de développement du Sud comprend de la possibilité d'exploitation des ressources diverses à Tozeur et elle prend le désert du Sahara et ses oasis comme ressources touristiques prometteuses pour attirer les touristes.

Ces stratégies existantes décrivent les orientations et de la possibilité d'exploitation des ressources, mais ne traitent pas suffisamment les mesures individuelles pour attirer les touristes visant l'augmentation du nombre de touristes. Ainsi, nous avons décidé, par la discussion au 1^e JCC, de proposer la stratégie de base pour attirer les touristes en Tunisie en prenant les touristes japonais comme modèle (« La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais ») dans le cadre du présent projet et avant la fin du projet, afin de diversifier les touristes en exploitant la diversité des ressources touristiques en Tunisie.

Pour la réaliser, l'équipe d'experts japonais a d'abord partagé les informations suivantes lors de la session de partage des informations tenue dans le cadre du 1^e LCC.

- Malgré l'existence de riches ressources touristiques en Tunisie, la compréhension des Japonais étant très faible, une simple augmentation des occasions d'exposition ne suffit pas; il est nécessaire de développer un scénario pour favoriser une compréhension des valeurs.
- Pour le Japon, la Tunisie n'est pas encore une destination arrêtée; la reconnaissance de la Tunisie étant encore faible, une promotion de produits touristiques, excursions, auprès des agences de voyage est nécessaire.

En tenant compte des points ci-dessus, concernant la stratégie de marketing et promotion du tourisme, « Développement d'un scénario pour la compréhension des valeurs », « Conception d'un plan pour une vaste exposition », « Ventes auprès des agences de voyage » ont été présentés comme les trois piliers directeurs. Un accord a été atteint pour les développer dans le cadre du projet pilote sur une période de trois ans. Le contenu concret de la discussion est indiqué dans l'article « 5.1.1. (2) L'organisation de la session de partage des informations ».

En principe, c'est le développement d'un scénario qui favorise la compréhension des valeurs (la stratégie de marque) et la vaste exposition (la stratégie B to C principalement par la promotion de type Push) qui sont importants pour la

promotion chez les pays qui ne sont pas largement reconnus, mais une vaste exposition efficace au Japon requiert souvent un budget exorbitant. Nous avons discuté le budget à l'occasion des sessions de WG et des entretiens individuels et avons étudié avec les homologues les mesures durables et réalistes en considérant le montant concret. À la suite de ces discussions, nous avons décidé de réaliser, dans le cadre du présent projet, une vaste exposition principalement par la communication des informations sur le site Internet en japonais que nous pouvons continuer avec un budget relativement restreint, ainsi que la collection du matériel photo pour le site, qui apporte l'amélioration du matériel promotionnel et les ventes auprès des agences de voyage qui sont hautement rentables (la stratégie B to B principalement par la promotion de type Pull)

Par conséquent, nous avons établi « La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais » et l'avons partagée avec les homologues en 2016. Il est à noter que la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais du présent projet distingue la préparation pour accueillir les touristes de la stratégie de marketing et promotion du tourisme et elle a été établie en intégrant les résultats concernant le Résultat 2 dans la préparation pour accueillir les touristes et les résultats concernant le Résultat 3 dans la stratégie de marketing et promotion du tourisme⁷.

5.3.2 ACTIVITE 3-2 : ÉLABORER DES PLANS D'ACTION DE MARKETING ET DE PROMOTION DU TOURISME COMPRENANT LE DEVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS TOURISTIQUES.

Suite à la formulation de la stratégie marketing et de promotion touristique basée sur les trois axes de « Développement d'un scénario pour la compréhension des valeurs », « Conception d'un plan pour une vaste exposition », « Ventes auprès des agences de voyage », des discussions ont lieu pour déterminer un plan d'action concret. Il a été décidé de poursuivre des discussions en gardant les aspects suivants du plan d'action en tête.

Comme premier plan, le développement d'un scénario sur la compréhension des valeurs. Rédaction de dépliants et de brochures. Établissement d'un site web. Encouragement à la compréhension générale des Japonais.

Comme deuxième plan, conception d'un plan pour une vaste exposition. Effectuer l'achat de médias en considérant l'orientation du groupe ciblé. Aussi, tenir des expositions de photos, promouvoir la sensibilisation sociale.

Comme troisième plan, ventes auprès des agences de voyage. Participer aux foires touristiques, prendre contact avec les agences de voyage. Fournir du matériel photographique potentiellement utilisable aux agences de voyage. Encourager les activités de promotion.

Dans le cadre du présent projet, ces trois plans sont exécutés de façon entrelacée.

Après cela, en tenant compte du plan d'action après la fin du projet ainsi que les expériences de la formation au Japon, beaucoup d'homologues ont présenté leur avis qu'ils voulaient établir un bureau étranger de l'ONTT à Tokyo.

⁷C'est par le fait que Edmund Jerome McCarthy a défini, en 1960, le marketing comme 4P, i.e. Product (produit), Price (prix), Promotion (promotion) et Place (lieu) (cf. E.Jerome McCarthy, 1960, *Basic Marketing*, Richard D.Irwin,Inc.) et depuis, des savants mondialement reconnus tels que Kotler définissent la promotion comme (1) Élargissement du reconnaissance et (2) Motivation. Depuis, les connaissances sur le marketing et promotion ont beaucoup changé mais en principe, la définition du marketing et promotion reste la même.

Cependant, ayant des problèmes du budget restreint et l'attaque terroriste survenue en mars 2015, pendant la troisième année, nous avons partagé les connaissances sur le plan d'action en tant que plan de rétablissement par WG « Développement des produits touristiques » et la formation au Japon.

5.3.3 ACTIVITE 3.3 : METTRE EN PRATIQUE DES ACTIVITES DE MARKETING ET DE PROMOTION DU TOURISME BASEES SUR LES PLANS D'ACTION.

Cette activité peut se diviser en principe en 3 sortes d'activités : « le développement des produits touristiques nouveaux et la promotion de vente » où nous avons partagé les connaissances relatives à la création de produits touristiques nouveaux et de parcours et où nous avons mis en œuvre l'EDUC TOUR ; « l'amélioration des matériels de promotion » où nous avons créé, en particulier, des matériels de promotion touristique, et pour cela nous avons partagé des connaissances et construit un système de coopération ; « la participation aux foires touristiques » où nous avons participé à des foires touristiques et pour cela nous avons partagé des connaissances et construit un système de coopération.

(1). Développement des produits touristiques nouveaux et promotion de vente

L'activité qui concerne le développement des produits touristiques nouveaux et la vente s'est déroulée en principe dans le cadre de discussions au WG « Développement des produits touristiques » et grâce aux conseils et instructions fournis à son responsable. C'est M. Mohamed JERBI, directeur de l'ONTT qui s'était chargé de ce rôle de responsable d'avril 2013 à mars 2014 et M. Anouar CHETOUI, directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili de l'ONTT (muté au Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur à partir du janvier 2016) s'en est chargé d'avril 2014 jusqu'à la fin du projet.

En ce qui concerne le développement et la promotion de nouveaux produits touristiques, les deux axes principaux sont constitués premièrement par l'acquisition des connaissances fondamentales relatives au développement des produits touristiques et deuxièmement par les activités de promotion à destination des agences de voyages qui utilisent des produits touristiques tunisiens au Japon.

En ce qui concerne l'acquisition des connaissances de base sur le développement des produits touristiques, l'équipe des experts a transmis à leurs homologues tunisiens, à travers les sessions de WG « Développement des produits touristiques », les connaissances nécessaires pour inciter les agents de tourisme à créer des produits touristiques et comment les développer, par exemple le choix de la bonne période pour leur développement, du meilleur moment de leur approche commerciale au Japon, l'impact sur la création des produits des agents de tourisme provoqué par les alertes sur les risques émanant du Ministère des Affaires Étrangères japonais, les conditions du transport aérien, etc. Même durant les formations au Japon qui ont été mises en œuvre trois fois, comme les stagiaires ont également effectué la visite d'agences de voyages au Japon qui utilisent des produits de voyage en Tunisie, ils ont reçu des explications relatives aux fonctions de vente en gros, relatives au développement et à la vente de produits touristiques spécifiques pour l'Afrique et relatives au système de vente des voyages destinés aux adhérents. Lorsque les homologues font du lobbying auprès des entreprises qui effectuent le développement des produits touristiques

tunisiens au Japon afin de promouvoir le développement de nouveaux produits touristiques, ces connaissances deviennent les connaissances fondamentales qui leur permettent de connaître les différences des méthodes d'approches pour chaque entreprise. Dans le futur, quand les homologues essaieront de développer de nouveaux produits touristiques en mettant en pratique d'eux-mêmes des EDUC TOURS, nous pouvons dire qu'ils auront pu prendre conscience de l'importance d'inviter les entreprises qui correspondent à leurs objectifs.

En ce qui concerne les activités de promotion de vente, les homologues ont visité effectivement les agences de voyage japonaises qui vendent des produits touristiques à destination de la Tunisie, ont bénéficié des explications, ont eu des échanges de questions et de réponses, ont écouté les exigences de ces agences et ont mené des activités de promotion de vente, au cours des trois formations au Japon. En outre, les activités de promotion de vente se sont déroulées à travers l'EDUC TOUR et les réunions d'affaires B to B ont eu lieu au cours de ce voyage.

L'EDUC TOUR organisé en 1^{ère} année s'est déroulé dans le programme du vendredi 7 au samedi 15 février 2014. Au cours de ces séjours, des ateliers de coordination public-privé ont eu lieu dans le cadre d'événements touristiques le 10 (lundi) à Tozeur et le 13 (jeudi) à Tunis. Le résultat des EDUC TOURS ont reçus des feed-back lors de la 4^e session du WG; les problèmes pour le développement de nouveaux produits touristiques et la formation de personnel ont été présentés. Les agences de voyages participantes, comme indiqué ci-dessous, sont JTB World Vacations, Inc., Club Tourism International, Inc., World Air Sea Service Co., Ltd., The Travelers Guardian Inc. (Dôsojin), HIS et un opérateur de séjours touristiques japonais, des spécialistes d'itinéraires inexplorés de Travelers Guardian (Dôsojin), et une agence se spécialisant dans les voyages individuels à l'étranger, HIS (Tableau 5-19).

Les participants ont reconnu le grand potentiel comme destination touristique de la Tunisie. Plusieurs ont fait part du grand potentiel en fonction de la promotion à venir car la connaissance du marché est encore faible au Japon.

Au cours de cet EDUC TOUR, les réunions d'affaires B to B ont été tenues, à Tozeur et à Tunis, entre les agences de voyage japonaises qui créent et vendent au Japon des produits touristiques à destination de la Tunisie et les agences du pays. Pour ces réunions, les homologues, le directeur de Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et le secrétaire général de la FTAV, se chargeant du rôle de responsables, ont regroupé les agences de voyage tunisiennes. Ces réunions ont donc été organisées par leurs propres soins. Notamment dans la région du Sud, les Commissariats Régionaux du Tourisme de Tozeur et de Kébili ont présenté, grâce à des exposés, leurs régions respectives. Par la suite, certains ont manifesté l'intention d'examiner la possibilité d'être en relation d'affaires directe avec des agences de voyage des régions cibles de ce projet. Ainsi, ces réunions d'affaires B to B ont procuré de nombreux résultats.

À travers ces activités, l'entreprise Dôsojin a développé deux nouveaux parcours et JTB World Vacations, Inc. a ajouté à son répertoire un nouveau parcours avec un séjour à Tozeur, jusqu'en mars 2015. Cependant, à cause de l'attaque du musée national du Bardo, ces voyages organisés étaient suspendus à la date du mois de janvier 2016, à l'exception de ceux de l'entreprise Dôsojin.

Dans la continuation de l'EDUC TOUR de la première année, comme il avait également été prévu de mettre en œuvre un EDUC TOUR pendant la deuxième année, les discussions relatives au parcours de l'EDUC TOUR ainsi que les préparatifs pour les cérémonies sur place et les réunions d'affaires se sont poursuivies cependant, il a été impossible de le mettre en œuvre pendant la deuxième année en raison du fait qu'il a été repoussé successivement à

cause des élections qui ont eu lieu en Tunisie du mois d'octobre au mois de décembre 2014 ainsi que de l'attaque du musée national du Bardo au mois de mars 2015⁸.

Si la mise en œuvre de l'EDUC TOUR pour la troisième année a été étudiée, l'EDUC TOUR a été annulé pour la deuxième fois en raison de l'augmentation du niveau de risque par le ministère des Affaires étrangères du Japon sur l'ensemble de la Tunisie à cause de l'attaque terroriste qui a eu lieu au mois de juin 2015 à Sousse.

Par ailleurs, le parcours de l'EDUC TOUR mis en œuvre en 1^{ère} année est indiqué comme dans le tableau 5-20.

TABLEAU 5-3 AGENCES DE VOYAGE PARTICIPANT A L'EDUC TOUR

Agence de voyage	Produit	Vue d'ensemble de l'agence	Importance de l'agence
JTB World Vacations, Inc	Look JTB	Groupe JTB (environ 150 entreprises, 20 000 employés). Le plus grand <i>Tour Operator</i> au Japon, il offre des voyages à forfaits pour l'étranger. Les produits touristiques sont vendus dans environ 3 000 points de vente du Groupe JTB et les agences affiliées (<i>Travel Agent</i> en Tunisie).	Ventes pour 2012 de ¥241,9 milliards, objectif pour 2013 est de 1,5 million de personnes. Les produits vont des stations balnéaires d'Hawaii ou de Guam aux excursions de luxe en Europe, en Afrique, en Amérique du Sud, etc.
Club Tourism International Inc.	Club Tourism	Ancienne division des ventes aux médias du bureau de Shibuya de <i>Kinki Nippon Tourism</i> devenue indépendante et est devenue une autre agence. Récemment, s'est rapproché de <i>Kinki Nippon Tourism</i> par une intégration de gestion. Les ventes sont faites par catalogues aux membres et les membres sont recrutés par des publicités dans les journaux.	Ventes pour 2002 d'environ ¥150 milliards
H.I.S. Co., Ltd.	impresso	Agence établie en 1980. Au début, les ventes visaient la jeune génération avec des billets économiques et elle a connu une popularité immense et une croissance rapide. Pour la manutention de voyages à l'étranger, elle est la 2 ^e plus grande après JTB. Elle s'occupe principalement de séjours dans les stations balnéaires d'Asie du sud-est, d'Hawaii, de Guam, etc. Récemment, les voyages organisés et accompagnés <i>Impresso</i> destinés aux personnes âgées sont très populaires.	¥431,4 milliards (2012)

⁸ Les grandes agences de voyage japonaises, lorsque le niveau de risque indiqué par le ministère des Affaires étrangères du Japon est plus élevé que 2, annulent sur une base volontaire l'excursion du voyage planifié. Ensuite, comme les produits touristiques de la Tunisie depuis le Japon comprennent impérativement Tunis en raison de son aéroport, comme la présente attaque a fait relever le niveau de risque de Tunis au niveau 2, le développement de presque tous les voyages organisés, y compris des nouveaux produits touristiques, a été suspendu. Il en est de même pour l'EDUC TOUR.

World Air-Sea Service Co., Ltd.	Aucun	<i>Tour Operator</i> de 160 employés, entreprise de taille moyenne se spécialisant dans les voyages à l'étranger. Ses produits sont surtout pour l'Europe, avec des excursions accompagnées, et son destinés aux personnes âgées sur la base d'un système de membres. Trois types de produits pour la Tunisie, un de 11 jours, un de 12 jours et un de 14 jours.	¥10 milliards (2012)
The Travelers Guardian Inc.	Dôsojin	<i>Tour Operator</i> établi en 1979 se spécialisant dans les voyages en Afrique et au Moyen-Orient. En particulier en Afrique sub-saharienne, au Kenya, en Tanzanie; agence de voyage unique en son genre. L'agence a une succursale à Nairobi. Pour les produits en Tunisie, un séjour de 10 jours dans le désert à dos de dromadaire, à partir de Douz jusqu'à Ksar Ghilane, 100 km en 6 jours. L'agence a reçu le prix <i>Tour Grand Prix</i> lors de la foire JATA de 2013.	Inconnu

TABLEAU 5-4 PROGRAMME DU 1^{ER} EDUC TOUR

	Date	Heure	Transport	Programme	Hébergement et restauration
1	7 février	V 22:00	EK319	Départ de Narita par Emirates Airlines	Dans l'avion
2	8 février	S 5:00		Transfert à Dubaï	
		9:10	EK747	Départ de Dubaï	
		12:55		Arrivée à l'aéroport de Carthage à Tunis	
		14:30	Car	Quartier historique de Carthage	Dîner au Dar Zarouk
		14:30	Visite	Visite du quartier historique de Carthage, un des site du Patrimoine mondial, des thermes d'Antonin, la colline de Byrsa, le musée de Carthage, et du village considéré comme le plus beau de Tunisie, Sidi Bou Saïd.	Nuit à l'Hôtel El Mouradi Gammarth
		19:30		Retour à l'hôtel	Tunis
3	9 février	D 7:00	Car	Vol sur une ligne domestique à partir de l'aéroport Carthage de Tunis	Petit déjeuner à l'hôtel

	8:30	UG030	Vol vers Tozeur par Tunis Express	
	9:35		Arrivée à Tozeur, visite de la médina (vieille ville) avec ses briques séchées	
	12:00	Car	Hôtel de charme de Tozeur, déjeuner au Dar Tozeur	Déjeuner : Dar Tozeur
	14:00	4WD	Arrivée à l'hôtel, visite de l'oasis (jardin zoologique, Chak Wak Park), dune de Ong El Jemel (un des sites de tournage des films <i>Le patient anglais</i> et <i>Star Wars</i>)	Dîner : Petit Prince
	17:30		Retour à l'hôtel	Nuit à l'Hôtel Ras El Ain
	19:00		Dîner dans un restaurant touristique	Nuit à Tozeur

4	10 février	L	9:00 – 11:00		Atelier à l'hôtel	Petit déjeuner à l'hôtel
			12:00	Car	Retour à l'oasis, déjeuner	Déjeuner au Chak Wak Park
			13:00		Retour à Tozeur	
			14:30		Visite du plus grand lac salé d'Afrique du Nord, le Chott el-Jérid	
			15:30		Arrivée à Douz	Dîner à l'hôtel
			16:00		Visite d'une excursion de dromadaires à la station des dromadaires de Douz	Nuit à l'Hôtel El Mouradi de Douz
			19:00		Dîner à l'hôtel	Nuit à Douz

5	11 février	M	7:00	Car	Retour à Matmata	Petit déjeuner à l'hôtel
			8:30		Visite dans les habitations troglodytiques. Visite de l'Hôtel Sidi Driss, un des lieux de tournage de <i>Star Wars</i> .	
			9:15		Retour à Gabès, visite d'un souk	
			10:00		Visite de El Jem.	
			12:45		Déjeuner à El Jem	Déjeuner au Bonheur
			14:00		Amphithéâtre romain de El Jem, inscrit sur la liste du patrimoine mondial	
			15:00		Retour à Kairouan	Dîner à l'hôtel
			16:30		Arrivée à Kairouan, enregistrement à l'hôtel	Nuit à La Kasbah
			19:00		Dîner à l'hôtel	Nuit à Kairouan

6	12 février	Me	8:45	Car	Visite de la ville de Kairouan	Petit déjeuner à l'hôtel
					Visite de la médina (vieille ville) de Kairouan, site du patrimoine mondial, de la Grande mosquée, du mausolée Sidi Sahbi	
			10:45		Déplacement vers Dougga	Déjeuner à Dougga
			13:00		Déjeuner au souk de Teboul	
			14:00		Visite du site archéologique romain et byzantin de Dougga du patrimoine mondial	Dîner au Café Vert
			15:30		Retour vers Tunis en passant par l'aqueduc de Zaghuan de l'époque romaine	Nuit au Golden Tulip el mechtel
			18:00		Arrivée à Tunis	Nuit à Tunis
			19:30		Dîner au La Goulette	

7	13 février	J	9:00	-	Atelier à l'hôtel	Petit déjeuner à l'hôtel	
			11:00				
			12:00			Déjeuner à l'hôtel	
			13:00		Car	Visite de la médina (vieille ville) de Tunis, site du patrimoine mondial	
			14:30			Visite de l'exposition de mosaïques du musée Bardo, la plus grande collection au pays	Dîner au Dar El Jerid
			16:00		Retour à l'hôtel	Nuit au Golden Tulip El el mechtel	
			19:00		Dîner dans la vieille ville de Tunis	Nuit à Tunis	

8	14 février	V			Temps libre jusqu'au départ	Petit déjeuner à l'hôtel
			11:00	Car	Vers l'aéroport	Déjeuner libre
			14:30	EK748	Départ pour Dubaï par Emirates Airlines	
			22:55		Transfert à Dubaï	
9	15 février	S	2:55	EK318	Départ pour Narita	
			17:20		Arrivée à Narita	

(2). Amélioration des matériels de promotion

Les matériels de promotion qui ont été améliorés dans ce projet sont de trois sortes : « le site web en japonais », « la

photothèque » et « les brochures, etc. ».

L'activité de transfert de techniques de ces matériels a été réalisée à travers les discussions au sein du WG « Marketing et promotion du tourisme » et le responsable du WG. En particulier, en ce qui concerne le « site web en japonais » et la « photothèque », le transfert a été mis en œuvre autours de M. Karim BEN SALAH responsable du site web en japonais du département de Marketing de l'ONTT.

Quant à l'achat de médias, beaucoup d'offices de tourisme gouvernementaux du monde le pratiquent comme un service sous forme de publicité dans des revues. Dans ce projet, nous avons effectué le partage des connaissances à travers les sessions du WG en 2^{ème} année en vue de le mettre en œuvre en tant qu'une formation sur le terrain. Cependant, il nous a fallu renoncer à la mise en place réelle des publicités dans les médias, car à cause des attentats terroristes ce n'était plus une situation convenable.

1) Site web en japonais

Au cours de la première année, le site web en japonais a été renouvelé par l'ajout de renseignements sur le nord. À la deuxième année, il a été mis à jour avec l'inclusion de renseignements sur le sud et il a été officiellement inauguré le 10 juin.

Au sujet du serveur web et de la gestion du domaine, comme il y a les nombreux aspects techniques déficients de l'actuel site web de l'ONTT, un projet provisoire⁹ est proposé pour le transfert du site sur une plateforme de téléchargement Mega qui est actuellement en cours cependant, le projet lui-même a pris un retard considérable et il est maintenant perçu comme irréalisable.

Au sujet de la mise à jour du contenu, au départ, afin de mettre à jour des nouvelles du site web en japonais en fonction de la fréquence de la mise à jour du site web de l'ONTT (une fois par deux ou trois jours), le côté tunisien avait exprimé le souhait de faire la mise à jour à Tunis. Toutefois, en réfléchissant au budget nécessaire pour la traduction en japonais, il est devenu clair que ce n'était pas réaliste. Ainsi, après des consultations avec Mme Mouna MATHLOUTHIS GHLISS et en faisant une demande de coopération à l'Ambassade du Japon en Tunisie, il a été décidé que la mise à jour serait faite une fois par mois par le personnel japonais de l'ambassade.

En réponse à cette situation, pendant la troisième année, nous avons élaboré un système de collecte et de regroupement des informations en Tunisie ainsi qu'un système de communication des informations au travers de l'ambassade de Tunisie au Japon à partir de l'ONTT.

En ce qui concerne le système de collecte et de regroupement des informations en Tunisie, les informations ont tout d'abord été regroupées dans la région du Sud et un « mémorandum (l'exposé) relatif à la communication des informations touristiques » a été créé en tant que système pour les offrir au responsable du site web en japonais du

⁹ Il s'agit d'un projet de 5 000 000 d'Euro mis sur pied par l'établissement d'une nouvelle société de gestion de l'Union tunisienne de l'industrie, du commerce et de l'artisanat (UTICA) et du ministère de la Technologie. Le site devait être créé avec une plateforme Mega incluant un système de réservation ayant des avantages même pour les entreprises touristiques du secteur privé. En juin 2014, il devait être finalisé pour juillet 2015; le projet a pris un retard considérable et, en janvier 2016/mai 2015, aucune date définitive n'était établie.

département de marketing de l'ONTT qui s'occupe de la communication des informations (document numéro 2). Ce mémorandum définit que le Commissariat Régional du tourisme de Tozeur de l'ONTT fait la synthèse des informations touristiques de Tozeur et de Kébili et les fournit au siège de l'ONTT. Il a été signé par les trois acteurs : l'ONTT, les Commissariats Régionaux du Tourisme de Tozeur et de Kébili de l'ONTT le 4 décembre 2015. Jusqu'en janvier 2016, la fourniture des informations a été effectuée 2 fois et la partie des « actualités » du site a été renouvelée.

Ensuite, dans le cadre du système d'émission des informations en coopération public-privé, la « Convention relative à la communication d'informations touristiques en utilisant le site web en japonais » a été établie (document numéro 1). Cette convention porte sur la coopération public-privé pour diffuser des informations en vue de mettre en valeur le site web en japonais, construit au cours de ce projet et elle comprend l'organisation des réunions de concertation et la procédure pour la synthèse des informations. Concrètement parlant, la FTAV collecte les dernières informations sur le tourisme sur place des FRAVs, sections locales appartenant à son organisation, transmet ces informations à l'ONTT qui ensuite les fournit à l'Ambassade de Tunisie au Japon. En septembre 2015, la FTAV a rédigé le texte du projet initial. L'ONTT a proposé en décembre 2015 la participation de la FTH, mais, en n'ayant pas pu obtenir l'accord de celle-ci, finalement seulement l'ONTT et la FTAV ont signé cette Convention le 27 janvier 2016. Après la fin du projet, il est prévu que l'offre de communication des informations de l'ONTT à la FTAV sera effectuée par le site web en japonais. La coopération avec les autres organisations du secteur privé comme la FTH constitue la prochaine difficulté du côté tunisien.

D'autre part, comme la création de ce genre de système de coopération public-privé en Tunisie a constitué un événement extrêmement marquant par la signature d'un accord entre le président de l'ONTT et le président de la FTAV, de nombreux médias sont venus faire des prises de vue lors du 6^e JCC qui était le lieu où l'accord a été signé. Les informations recueillies ont été diffusées dans les actualités de la Télévision Tunisienne 1 entre autres, et aussi sur beaucoup de sites d'informations, etc.

En ce qui concerne la construction d'un système d'émission des informations de l'ONTT à travers l'Ambassade de Tunisie au Japon, à l'occasion de la 3^{ème} formation au Japon le responsable du site web en japonais a concerté directement l'Ambassade sur la question de coopération. Ainsi, la section touristique de l'Ambassade de Tunisie au Japon diffuse effectivement les informations fournies par l'ONTT.

2) La photothèque

Lors de diverses études, y compris l'étude de base, mentionnée ci-devant dans la section du résultat 1, nous avons découvert que certaines photos que possède l'ONTT touchent le droit d'auteur et qu'il est nécessaire de payer régulièrement le droit d'auteur si les dépliants continuent à utiliser les photos des dépliants en japonais actuels. Par conséquent, lors de « l'étude sur l'état actuel du marketing, de la promotion du tourisme et celui des ressources touristiques » mentionnée ci-devant, ce projet a mené une étude sur terrain avec prise de vue photo, avec également pour objectif de réaliser des photos qui peuvent être utilisées pour la création des dépliants touristiques, le site web en japonais, etc. sans avoir besoin de payer de droit d'auteur. Lors de l'étude sur terrain avec prise de vue photo, nous avons également partagé les connaissances sur le droit d'auteur et le droit de portrait des personnes prises sur

les photos. Ainsi, plus de 2 000 photos ont été prises comme étant celles dont le droit d'auteur a été cédé et elles ont été transférées à l'ONTT (documents numéro 25-26).

La photothèque suit le même calendrier que le site web en japonais pour sa création et sa mise à jour. Par ailleurs, les photos dans la photothèque ont été distribuées sur DVD lors des 1^{ère} et 2^{ème} formations au Japon.

En outre, au moment d'ajouter les photographies du sud, nous avons examiné avec les homologues les questions de la nécessité de faire une classification minutieuse et de faire des notations en anglais. Nous avons effectué avec le matériel examiné les opérations d'ajout de légendes aux photos (environ 1 110 photos) afin de corriger les légendes au mois d'août et nous avons vérifié et corrigé les données des photos stockées. Grâce à ceci, nous pouvons considérer que la commodité d'utilisation des données de la photothèque pour la promotion par les homologues eux-mêmes s'est améliorée.

La photothèque réalisée a été transférée à l'ONTT de même que le site web, et sa gestion et son exploitation sont menées par l'Ambassade de Tunisie au Japon.

3) Brochures, etc.

Nous avons réalisé les dépliants de la région du Nord en 1^{ère} année et celui de la région du Sud en 2^{ème} année. En 3^{ème} année, au lieu de faire la révision des dépliants, etc., nous avons créé une nouvelle carte touristique de la Tunisie après la concertation avec les homologues.

Lors de la réalisation de chaque brochure, etc., nous avons effectué le partage des connaissances relatives à l'établissement de la demande de propositions (RFP). Pour les dépliants, nous avons discuté et partagé des connaissances sur l'inadéquation des photos à insérer et effectivement sélectionné avec les homologues les photos qui peuvent être utilisées dans les dépliants et sur la carte touristique. Nous avons par la suite vérifié avec les homologues les éléments corrigés, la proposition de design. Par la création du dépliant, les homologues ont ainsi pu comprendre comment faire une commande et les caractéristiques des touristes japonais.

Le dépliant et le DVD (comprenant la photothèque) ont été livrés à l'Ambassade de Tunisie au Japon et ont été distribués à la TEJ après une consultation avec les homologues.

(3). Participation aux foires touristiques

La participation aux foires touristiques n'est pas seulement une simple activité de promotion, mais c'est une activité de promotion menée en coopération public-privé, si bien que cette participation a été discutée dans le WG « Marketing et promotion du tourisme » mais aussi dans le WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme ». Et, la discussion et le partage des connaissances ont été articulés surtout autour de la participation à la TEJ, la plus grande foire touristique au Japon. Par conséquent, le responsable de la région de l'Asie de l'Est qui se chargeait effectivement de la présentation d'un stand à la TEJ devenait le sous-responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme » et que les activités de transfert des techniques ont été menées autour de ce sous-responsable.

La participation à la TEJ a été effectuée au mois de septembre en 1^{ère}, 2^{ème} et 3^{ème} années et les formations au Japon ont été mises en œuvre en s'adaptant à ces dates. Le partage des connaissances de base relatives au stand a été effectué dans les WG, et nous avons discuté en coopération public-privé sur les décorations du stand. En outre, les stagiaires aux formations au Japon ont participé effectivement à la promotion au stand, ont observé les situations des autres stands et ont travaillé en coopération avec l'Ambassade de Tunisie au Japon qui se chargeait des activités administratives de la présentation du stand.

À travers ces activités, ils ont compris la nécessité d'un budget pour les décorations du stand, la possibilité de la coopération public-privé, l'importance des dispositifs qui s'adressent aux cinq sens tel que la présentation de la musique folklorique et de la culture culinaire, etc. en plus des décorations, En outre la communication avec l'Ambassade de Tunisie a été améliorée.

5.3.4 ACTIVITE 3.4 : FAIRE UN SUIVI DES ACTIVITES MISES EN PRATIQUE, REVISER LA STRATEGIE ET LES PLANS D'ACTION.

Depuis la révolution qui a eu lieu à la fin de l'année 2010, le nombre de touristes qui avait diminué est resté au même niveau. En outre, en observant également les enquêtes¹⁰ de comparaison de l'orientation des touristes japonais qui ont visité la Tunisie avant et après la révolution, comme nous comprenons que les voyageurs qui s'inquiétaient par rapport à la sécurité ne font plus le voyage depuis le Japon, nous avons initialement décidé d'une stratégie de marketing et de promotion touristiques qui avait pour objectif de restaurer l'image de la sécurité publique cependant, en se basant sur la situation politique due aux attaques terroristes qui ont visé les touristes en 2015, l'achat de médias ainsi que l'EDUC TOUR qui avait été prévus dans le plan d'action pour la stratégie B to C ont été annulés. En nous basant sur cette situation, nous avons changé d'orientation en privilégiant une stratégie B to B pour le plan d'action à partir de la troisième année et, au lieu de créer un volume unique qui regroupe les dépliants de la région du Nord et de la région du Sud comme cela était initialement prévu, il a été décidé, après des discussions avec les stagiaires qui ont participé à la formation au Japon et après des études lors des WG, d'élaborer des cartes touristiques de la Tunisie en japonais qui étaient fortement demandées par les agences de voyages au Japon qui utilisent des produits de voyage en Tunisie. En outre, en ce qui concerne également le plan d'action, comme les activités qui peuvent être mises en œuvre en attendant que baisse le niveau de risque des informations qui concernent la sécurité à l'étranger par le ministère des Affaires étrangères du Japon sont limitées, nous avons changé d'orientation pour déterminer un plan de rétablissement. De plus, lors de la décision initiale de la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais, il avait été prévu d'inclure également des éléments correspondant à l'entretien des infrastructures dans le cadre de l'entretien du système d'accueil des touristes. Cependant, comme le manuel d'inspection qui est actuellement utilisé par les les Commissariats Régionaux du Tourisme de l'ONTT comprend déjà des éléments relatifs aux infrastructures et en raison de l'aggravation de la situation de la sécurité publique et du fait que dans la situation actuelle, le nombre de touristes a considérablement diminué, la stratégie de base a été révisée afin de ne pas inclure d'éléments relatifs à l'entretien des infrastructures parce que du côté tunisien,

¹⁰ Enquête indépendante qui a été menée en 2013 par JTB Corporates Sales Inc.

la marge de manœuvre pour s'occuper de l'entretien du matériel est extrêmement limitée.

D'autre part, en ce qui concerne la révision du plan d'action pendant la durée du projet, nous pouvons invoquer les 3 éléments suivants.

Premièrement, en ce qui concerne la photothèque, les catégories d'affichage ont également été modifiées au mois d'août 2014 à la demande des agences de voyages au Japon qui utilisent des produits de voyage en Tunisie.

Deuxièmement, en ce qui concerne les foires du tourisme qui ont lieu au Japon, lors de la première année, la réception avait été organisée telle quelle sur le lieu du séminaire sur le tourisme en Tunisie cependant, en nous basant sur le fait qu'a surgi le problème selon lequel la promotion du stand était insuffisante pendant la réception, à partir de la deuxième année, la réception a été organisée sur le stand. Grâce à cela, nous avons pu montrer que le stand lui-même était grouillant d'animation en raison de la participation à la réception non seulement des participants au séminaire mais également à la participation de nombreux autres visiteurs.

Troisièmement, en ce qui concerne le système de communication des informations au travers du site web en japonais, les discussions avaient initialement porté sur l'orientation selon laquelle l'ONTT mettait à jour en Tunisie les informations qui avaient été traduites en japonais cependant, en se basant sur les problèmes tels que la difficulté représentée par les dépenses durables qui sont liées aux frais de traduction en japonais, les débats se sont poursuivis dans la direction selon laquelle l'ONTT et l'ambassade de Tunisie au Japon travaillent en coopération et c'est l'ambassade de Tunisie au Japon qui met en œuvre la communication des informations qui ont été collectées par l'ONTT. Pendant la troisième année, une réunion a eu lieu entre le responsable du site web en japonais de l'ONTT qui participait à la formation au Japon avec l'ambassade de Tunisie au Japon et il a été décidé qu'à la fin du projet, la communication des informations serait effectivement réalisée en coopération par l'ONTT et l'ambassade de Tunisie au Japon.

5.4 À PROPOS DE L'ETUDE POUR LA REVISION AU COURS DU PROJET

Il était prévu de mener au cours du projet une étude pour la révision, mais nous avons présenté, selon l'indication de la JICA, la fiche de suivi à la place de cette étude. La fiche de suivi a été partagée et approuvée lors du 4^e JCC par les participants et le bureau de la JICA en Tunisie auprès de madame MATHLOUTHI GHLISS, la directrice du projet et monsieur URUNO, le chef du projet.

5.5 ÉTUDE D'ÉVALUATION A LA FIN DU PROJET

L'évaluation à la fin a été menée par l'équipe de l'évaluation à la fin en novembre 2015. En ce qui concerne la révision de la PDM suite à l'évaluation à la fin, elle sera mentionnée ci-après dans le chapitre sur la modification de la PDM.

La conclusion de l'évaluation à la fin est comme suit.

As the results of the terminal evaluation:

- (1) It has been confirmed that the project purpose is likely to be completed by the end of the project period. In order to achieve the project purpose more visible, the activities 1.2 for Output 1, establishment of an organizational mechanism for strengthening the public and private partnership among relevant organizations in the tourism sector, must be accelerated for the rest of the project period particularly;
- (2) The effectiveness is assessed as relatively high considering the latest visible evidence to ensure prospect for achievement of the project purpose; and
- (3) The sustainability of the Project is assessed as relatively high considering that while political and financial support could be expected continuously, on the premise of the following recommendations will be satisfied by the end of the project period.

In conclusion,

- (a) According to the project purpose, maximum results that the Project can deliver under the current security condition seem to be achieving by the end of the planned project period; and
- (b) The impact is assessed as low considering the time necessary for getting back reliance of the international tourism market even if the social stability in Tunisia will be rehabilitated during short term.

Therefore,

The Project will be terminated as scheduled once at this point.

(Source : « Joint Terminal Evaluation Report on the Project for Strengthening the Capacity of Tourism Promotion in the Republic of Tunisia » (le rapport d'évaluation à la fin commune sur le Projet de renforcement des capacités promotionnelles du tourisme tunisien))

En outre, les propositions suivantes ont été délivrées par l'équipe d'évaluation à la fin par rapport à l'équipe d'experts.

(1) To the Project

The following tasks are expected to be implemented during the remaining project period (by the end of January, 2016).

- A platform for continuing the project activities on tourism marketing and promotion after completion of the project period has to be defined in cooperation with stakeholders from the public and private sector in the target areas;
- All of the training text used at the LCCs, WGs, Knowledge sharing seminars and TOT must be compiled into written document as a training manual to be used by the Tunisian side after the Project has finished;
- The "Basic strategy for attracting Japanese tourists" must be compiled into written document.
- The expert team is now preparing the action plan which would be utilized to continue the Project for further implementation after its termination. In terms of securing the sustainability of the Project, completion of the action plan is essential and crucial. Therefore, the action plan should be made from a feasible and realizable point of view considering sustainability of the Project.

(Source : « Joint Terminal Evaluation Report on the Project for Strengthening the Capacity of Tourism Promotion in the Republic of Tunisia » (le rapport d'évaluation à la fin commune sur le Projet de renforcement des capacités promotionnelles du tourisme tunisien)

L'équipe d'experts doit effectuer la prise en charge des éléments respectifs suivants.

- Afin que les activités du projet continuent même après la fin du projet, une proposition relative à la création d'une plateforme de la CPP qui constituera la directive des futures activités a été délivrée au président de l'ONTT par l'équipe d'experts lors du 6^e JCC qui a eu lieu au mois de janvier 2016 et le président de l'ONTT l'a signée (document numéro 5). En outre, la convention (l'accord) relative à la communication d'informations qui utilisent le site web en japonais a été signée par l'ONTT et la FTAV (document numéro 1).
- En ce qui concerne le 6^e JCC, la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais sous forme de document PowerPoint, les documents de références qui ont été reliés « Développement des produits touristiques », « Marketing et promotion du tourisme », « Formation du personnel dans le secteur touristique » ainsi que les documents de la formation sur l'hospitalité et la formation sur les normes des services pour l'accueil des touristes japonais, les programmes, les tests de compréhension ainsi que les enquêtes, par exemple, ont été distribués ensemble pour les formations (document numéro 30, documents numéro 9 à 23).
- Lors du 6^e JCC, après avoir préparé la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais sous forme de document PowerPoint et obtenu l'approbation des homologues, une version Word a été créée et elle a été distribuée aux homologues au travers du bureau de la JICA en Tunisie (document numéro 31).
- Le plan d'action/plan de rétablissement qui sont inclus dans la stratégie de base précitée ont été créés de manière séparée entre le plan de rétablissement qui peut être mis en œuvre en attendant que le niveau de risque qui est déterminé par le ministère des Affaires étrangères du Japon baisse par rapport à la situation actuelle de la sécurité publique et le plan de rétablissement qui peut être mis en œuvre après la baisse du niveau de risque. En outre, lors des propositions relatives à la création d'une plateforme de la CPP qui a été précédemment citée, l'établissement de WG a également été proposé et des plans d'action pour chaque WG ont été élaborés.

De plus, les propositions suivantes à court terme ainsi que les propositions suivantes à moyen et long terme ont été délivrées par l'équipe d'évaluation à la fin par rapport aux homologues. Les homologues doivent effectuer la prise en charge des éléments respectifs suivants.

(1) To the C/Ps

<Short-term>

(a) Maintenance of Japanese Web-site:

The budget to maintain and to up-date contents of the Japanese Web site shall be secured by the C/P continuously.

(b) Securing PPP platform:

In the course of the Project implementation, the JCC, LCC and WGs have been organized to secure smooth communication and information sharing among the stakeholders for tourism promotion and they have been well functioned as a good example of PPP platform. It is recommended that these functions are expected to be taken over by the Tunisian C/Ps for implementing further tourism promotion and marketing activities to achieve the overall goal of the Project through establishing a concrete PPP platform.

(Source : « Joint Terminal Evaluation Report on the Project for Strengthening the Capacity of Tourism Promotion in the Republic of Tunisia » (le rapport d'évaluation à la fin commune sur le Projet de renforcement des capacités promotionnelles du tourisme tunisien)

- (a) Lors du 6^e JCC, comme l'accord entre l'ONTT et la FTAV relatif à la communication d'information et à la maintenance du site web en japonais dans le futur a été signé, il a été possible d'effectuer les vérifications relatives à la gestion et à l'entretien du site web en japonais dans le futur, y compris la provision budgétaire à partir de 2016 (document numéro 1).
- (b) Lors du 6^e JCC, le président de l'ONTT a signé la proposition qui est destinée à la mise en œuvre durable des activités de coopération public-privé du côté tunisien même après la fin du projet. (document numéro 5). En ce qui concerne le groupe de travail de la première année, il est prévu que le président de l'ONTT va servir de coordinateur, qu'il va mettre en place le groupe de travail au travers de discussions avec les organismes concernés et que l'approbation ainsi que la mise en œuvre du contenu et de la planification des activités ainsi que la mise en place des WG seront effectués.

<Mid-Long-term>

(a) Enhancement of PPP activities:

In order to enhance the PPP platform and activities, it is recommended that inter-regional government and inter-ministry framework will be introduced into the above PPP platform. All the related regional government and ministries from the public sector, and also local NGOs and community from the private sector should be involved so as to build a workable PPP platform.

(b) Enhancement of promotion activities:

Based on the knowledge about tourism marketing and promotion for the Japanese market, it will be expected that the C/Ps will apply those knowledge to similar tourism marketing and promotional activities for the other countries after the termination of the Project

(c) Diversification of Tourism Product:

Regarding the tourism product development implemented during the Project, development of new tour packages for the Japanese tourist have been mainly taken up for transferring its technical know-how which are applicable to attract the other foreign tourist. It is expected for the C/Ps to continue this practice to prepare for the future tourism promotion and marketing.

Apart from the activities mentioned above, after the completion of the Project, it is advised to the C/Ps to develop the other new tourism products with utilizing potential local tourism resources such as agricultural product, nature, cultural heritage, handicrafts and tourism event under public consultation with PPP platform in order to diversify tourism products.

(Source : « Joint Terminal Evaluation Report on the Project for Strengthening the Capacity of Tourism Promotion in the Republic of Tunisia » (le rapport d'évaluation à la fin commune sur le Projet de renforcement des capacités promotionnelles du tourisme tunisien)

- (a) Le mémorandum de la mise en œuvre des activités de coopération public-privé (la communication des informations, la préservation des ressources touristiques, la formation du personnel) dans la continuation du projet de renforcement des capacités de promotion du tourisme à Tozeur par les parties prenantes qui sont situées à Tozeur a été signé par les 3 parties suivantes : le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur, la branche de Tozeur de la FRAV ainsi que la branche de Tozeur-Nefta de la FRH (document numéro 4).
- (b) Le mémorandum dont le contenu est constitué par des informations touristiques de Tozeur et de Kébili qui ont été collectées par le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT et qui ont été partagées avec le siège de l'ONTT a fait l'objet d'un accord entre le siège de l'ONTT, le Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et le Commissariat Régional du Tourisme de Kébili et il a été signé par les 3 parties (document numéro 2).

En outre, tout en signant entre l'ONTT et la FTAV une convention (accord) relative à la communication des informations touristiques en utilisant le site web en japonais (document numéro 1), des propositions relatives aux activités qui se dérouleront dans le plan d'action des futurs WG sur le marketing et la promotion

touristiques ont été données parmi les propositions relatives à la création d'une plateforme de la CPP.

- (c) Parmi les plans d'action des WG sur le développement des produits touristiques des propositions relatives à la création de la plateforme de la CPP qui ont été signées par le président de l'ONTT lors du 6^e JCC, les propositions suivantes ont été émises pour la diversification des produits touristiques : (1) la transformation en produits touristiques des villes, (2) l'excavation des ressources touristiques locales, (3) le développement des produits touristiques qui ne se focalise pas sur les vestiges (la mesure pour un nouveau tourisme), (4) la conversion des produits touristiques individuels des voyages intérieurs en voyages d'affaires (document numéro 5).

6. APERÇU ET RESULTATS DES ACTIVITES RE-SOUS-TRAITEES

Aucune activité concernée dans ce projet.

7. MOYENS DE LA GESTION ET DE LA MISE EN ŒUVRE DU PROJET ET LEÇONS TIRÉES

(1). Modification des conditions externes

1) Surgissement des problèmes de sécurité et prise des mesures

Parmi les conditions externes dans la mise en œuvre de ce projet, il existe une clause qui définit que « la stabilité de la situation politico-économique et de la sécurité des régions cibles doit être maintenue ». Au cours du projet, à cause de l'assassinat du chef de l'opposition et de la grande manifestation provoquée par la suite en février 2013, le 1^{er} JCC prévu en février 2013 a été reporté au mois d'avril de la même année. Pour cette même raison, nous n'avons pas pu, en 1^{ère} année, faire le voyage d'affaire vers la région du Sud, cible de ce projet, et nous avons alors décidé de mener les activités en principe autour de la région du Nord.

Outre cela, en 2^{ème} année, comme les élections législative et présidentielle se sont tenues entre octobre et novembre 2014, on a dû s'abstenir de tout voyage d'affaire pendant environ 2 semaines avant et environ une semaine après l'élection. Ainsi, il a fallu reporter ou réajuster les activités. En 3^{ème} année, de nombreux attentats terroristes ont été commis, à commencer par l'attaque du musée national du Bardo en mars 2015.

A cause de ces situations, tout d'abord, 5 parmi 9 sessions de WG réalisées ont été tenues dans la région du Nord, et les sessions dans la région du Sud, cible originelle du projet, était peu nombreuses. Si bien que la coopération avec des entreprises privées de la région du Sud a pris du retard. En outre, les entreprises privées de la région du Sud qui ont subi encore le dommage des attentats terroristes qui se sont passés au cours de la dernière moitié du projet n'ont pas pu participer activement aux sessions des WG, etc. Concernant les sessions de WG elles-mêmes, comme il y a peu de membres qui ont pu participer aux sessions tenues dans les deux régions du Nord et du Sud, elles ont eu tendance à se dérouler plutôt sous forme de conférence. Afin de remédier à ces problématiques, dans le cadre du projet, chaque WG et les LCC contenaient nécessairement la présentation d'une synthèse du projet en cours de réalisation. Parallèlement, les documents concernant les savoir-faire et les connaissances ont été systématiquement rédigés comme les documents de distribution. Nous avons effectué le suivi individuel en présentant les documents antérieurs en cas échéant. Nous en avons tiré quelques leçons : tout d'abord, on aurait dû conseiller aux homologues de collaborer avec les organismes privés tels que la FTAV ayant les ressources financières permettant de subventionner le frais de voyages des entreprises touristiques privées pour qu'elles puissent y participer.

Ensuite, les projets pilotes destinés au Japon n'ont pas pu être réalisés. Concrètement, un des EDUC TOURS a été annulé, et l'achat de médias n'a pas pu être mis en pratique, si bien que nous nous sommes contentés seulement d'effectuer le partage des connaissances. C'est pourquoi nous avons compilé ces connaissances comme document de référence de travail et l'avons partagé avec tout le monde lors du dernier JCC qui a eu lieu à la fin du projet.

2) Mutation de principaux homologues

Parmi les conditions externes de ce projet, il existe une clause qui stipule « qu'il faut éviter qu'il y ait trop de mutation de membres jouant un rôle principal dans le projet ». Cependant, comme indiqué dans le « tableau 1-2 Composition des homologues », il s'avère qu'il y a eu beaucoup de mutations des membres principaux.

Par conséquent, lorsque les connaissances n'étaient pas partagées de façon homogène entre les homologues nous les avons complétées le plus possible. L'équipe des experts leur a fourni individuellement des historiques et organisé

des concertations, incitant à créer des occasions de partage des informations entre les homologues. Nous considérons que le résultat de ces démarches a été positif, car les homologues ont compris la signification de ce projet et ont manifesté la volonté de continuer des activités à l'occasion des derniers LCC et JCC.

(2). Construction du système de coopération public-privé (CPP)

1) Importance du système de coopération nationale

Jusqu'à présent, la Tunisie n'a quasiment pas eu d'expérience de coopération public-privé (CPP) pour laquelle le public et le privé se partagent un statut égal. Malgré ces circonstances, nous avons réussi à proposer la construction d'une plateforme de CPP en étendant le système de CPP effectif dans la région du Sud à un niveau national. Pour la création du système de CPP, notre activité a pris appui sur les CPP concrètes telles que la collecte et l'émission des informations par le biais du site web en japonais. En effet, dans le cadre de ce projet, l'accord signé entre l'ONTT et la FTAV pour un travail en coopération public-privé qui est égal (gestion du site web en japonais) a été considéré par les médias de masse tunisiens comme un événement qui fait époque : nombreux journalistes se sont réunis lors du dernier JCC de fin du projet durant lequel les signatures d'accord ont été apposées.

Par ailleurs, dans un pays comme la Tunisie, peu connu des pays lointains mais très bien desservi au niveau national, il est utile de promouvoir le tourisme non seulement dans la région concernée mais aussi dans tout le pays. Nous considérons que cette manière de promotion ayant pour objet non seulement de la région concernée mais aussi de la région centrale est nécessaire afin de compléter l'écart social entre le centre de la région et la province, tel que nous pouvons l'observer entre les régions Nord et Sud de la Tunisie. En ce qui concerne le système de CPP, il est également nécessaire de construire un système de coopération interne à la région concernée d'une part, et de construire un système de coopération entre le centre et la province d'autre part. Pour cela, nous avons effectué pour ce projet une collecte de photos et créé des dépliants touristiques non seulement de la région du Sud, région concernée pour ce projet, mais également de la région du Nord. Sur le site web en japonais, nous avons créé respectivement les pages spéciales de la région du Sud et du Nord. Les participants à la formation au Japon n'ont pas été que de membres issus de la région concernée par le projet, mais aussi des membres du siège central de l'ONTT et du CRT de la région du Nord.

Ensuite, en ce qui concerne la mise à jour et la gestion du site web, la section qui en est responsable, provenant elle-même du Nord de la région a été activement incitée à participer au projet du fait qu'il ait eu pour point de départ cette même région. De plus, comme le contenu du site web en japonais a englobé les éléments des deux régions du Sud et du Nord, comme mentionné ci-dessus, cela a entraîné la construction d'un système d'émission des informations plus global en intégrant la coopération des deux régions de l'ONTT et de la CPP en Tunisie.

Ainsi, malgré les situations très malheureuses dues à l'arrivée des problèmes de sécurité, nous avons pu établir les bases pour valoriser la diversité des ressources touristiques, un des grands attraits de la Tunisie, en faisant de la promotion non seulement dans les régions cibles mais aussi dans toute la Tunisie, en intégrant la région du Nord, et grâce au transfert des techniques relatives au marketing et à la promotion du tourisme à travers ces activités.

2) Importance de discussion sur la modalité de coopération entre les régions concernées

Les gouvernorats de Tozeur et de Kébili, régions concernées du projet, sont les gouvernorats limitrophes mais respectivement indépendants en tant que collectivité territoriale. Pour ce présent projet, à l'issu de concertations avec les homologues, nous avons adopté l'expérience du gouvernorat de Tozeur comme modèle de construction de CPP. Ainsi, le gouvernorat de Kébili suivrait le même chemin que son voisin une fois le projet ayant pris fin. Toutefois, le projet s'est déroulé dans une seule zone touristique en ce qui concerne la pratique des activités marketings et promotionnelles de tourisme, de même que pour l'aménagement le système d'accueil des touristes. Au départ dans le gouvernorat de Kébili, un écart géographique et de communication a été observé entre le Commissariat Régional du Tourisme de l'ONTT et les acteurs privés de tourisme au sein du gouvernorat de Kébili, puisque le centre touristique se trouvait en Douz et le centre administratif en Kébili. Mais à la fin du projet, les formations sur l'hospitalité ont été demandées par des acteurs privés de tourisme du gouvernorat de Kébili. A cause d'un emploi du temps serrés, ces formations n'ont pas pu être organisées durant le projet, mais malgré tout, une autre demande, de campagne de nettoyage cette fois, a été également demandée au gouvernorat de Kébili. Ainsi, la plateforme de coopération public-privé dans le gouvernorat de Kébili est en cours de construction. La moyenne totale du temps de séjour touristique dans les gouvernorats de Tozeur et de Kébili entre 2009 et 2011 n'atteint à peine 3 jours (Tableau 5-1). Le mouvement observé au gouvernorat de Kébili est donc susceptible, en vue d'augmenter le nombre des nuitées dans les deux gouvernorats, d'être un élément important pour favoriser l'augmentation du temps de séjour touristique dans les deux gouvernorats du Sud. Ainsi, nous pensons qu'il est important d'organiser la modalité de coopération selon les activités, en discutant avec les homologues sur une forme de coopération inter-régionale, lorsqu'un projet s'étend sur plusieurs collectivités territoriales.

(3). Projet pilote destiné au marché japonais

En ce qui concerne le projet pilote destiné au marché japonais, nous avons dégagé de bonnes idées comme décrites ci-dessous.

Tout d'abord, afin de pouvoir échanger continuellement les informations en japonais qui est une langue très peu parlée en Tunisie, nous sommes parvenus à travailler dans le cadre du projet en étroite collaboration avec l'Ambassade de Tunisie au Japon. Finalement, l'Ambassade de Tunisie au Japon s'est chargée de la mise à jour des contenus du site web en japonais suite à la demande de l'ONTT. Ensuite, en prenant considération la directive de l'ONTT, le projet a permis de proposer la rubrique « News (nouvelles) » sur le site web pour qu'on puisse renouveler les contenus sans avoir de connaissances particulières. De ce fait, nous avons réussi non seulement à économiser sur le frais de traduction japonaise représentant souvent une somme considérable, mais aussi à établir un système de mise à jour de contenus par le personnel du service tourisme de l'Ambassade de Tunisie au Japon à partir des données réunies par l'ONTT.

En ce qui concerne les dépliants touristiques à la langue japonaise que développait la Tunisie à destination du Japon, elles n'étaient pas suffisamment exploitées car il fallait payer le droit à l'image sur les photos à chaque réimpression. Pour remédier à cela, nous avons préparé, dans le cadre du présent projet, des photos ayant obtenues l'autorisation des droits d'auteur et droits à l'image, ainsi que les phrases indiquant le copyright pour que des activités

promotionnelles telles que l'utilisation des photos et la réimpression des dépliants puissent être poursuivies même après la fin du projet. Nous avons également mis à disposition ces photos, par le biais de la photothèque gérée sur l'Internet, aux agences de voyage qui proposent des voyages en Tunisie, et aux médias japonais qui souhaitent mettre en avant la Tunisie.

Plus encore, concernant les matériels de promotion, tel que les brochures, le site web en japonais, la photothèque etc., nous les avons créés de haute qualité en y intégrant aussi la région du Nord plutôt que de se limiter à la seule région du Sud. Afin que désormais la Tunisie puisse effectuer des activités de marketing et de promotion touristique par elle-même, il est nécessaire de mettre en pratique et continuer ces expériences. Pour cela, nous avons échangé nos points de vue pour la commande des matériels et sa mise au point durant les WG, et rédigé un document de référence de travail.

(4). Les ressources touristiques et le développement des produits

En ce qui concerne les ressources touristiques et le développement des produits, nous avons analysé des avantages, des problématiques et de la potentialité sur la région concernée, vu sur l'ensemble de la Tunisie, sans se focaliser sur la région visée du projet. De ce fait, nous avons étudié les ressources touristiques des régions du Nord et du Sud de la Tunisie en plus la région visée du projet et préparé des matériels tels que les photos de l'ensemble du pays.

Par ailleurs, nous avons accordé une attention particulière à la ville de Sidi Bouhlel qui se situe dans le nord-est du gouvernorat de Tozéur, région concernée par le projet. Nous avons insisté non seulement auprès de nos homologues, mais aussi notamment auprès des habitants et des acteurs privés du tourisme que cette région est une ressource par excellence pour le tourisme lié au cinéma. Les habitants n'avaient pas conscience que leur région était digne de ressource touristique, si bien que cette dernière était détériorée car les habitants laissaient sur place leurs déchets notamment après leur pique-nique, etc. Nous avons eu l'idée d'organiser une campagne de nettoyage par la coopération public-privé, invitant le préfet ainsi que des élèves d'écoles primaires dans le but de les intégrer en tant qu'acteurs du tourisme.

De plus, nous avons voulu développer des produits dans ce projet en prenant conscience du marché, notamment les débouchés, c'est pourquoi le projet pilote s'est déroulé autour de produits touristiques. Ce projet pilote a été réalisé en imaginant différents débouchés afin de séduire une clientèle très étendue telles que des agences de voyages dont l'achat de voyage est réservé aux membres, ou des agences de voyage qui organisent et en même temps vendent leurs produits touristiques. Grâce à cette approche, nous avons pu éviter, comme Dôsojin, que la totalité de voyages soient annulés, en nous basant selon le résultat du projet pilote, et ce même après la montée du niveau de dangerosité indiqué par le Ministère des Affaires Etrangères suite aux problèmes de sécurité en Tunisie.

(5). Importance des formations au Japon

Les résultats des formations au Japon mises en œuvre dans ce projet ont été considérables. Les stagiaires ayant participé aux formations au Japon ont dans l'ensemble approfondi leur compréhension des connaissances partagées par l'équipe des experts, grâce aux expériences réelles au Japon, et après leur retour à leur pays, leur désir d'apprendre et de participer au projet s'est accrue. En outre, ils ont pu présenter leurs propres expériences et la mise en application de ces expériences dans les prochaines activités, à l'occasion des séminaires de partage des informations qui ont lieu après leur retour au pays. Les résultats des formations au Japon et des séminaires de partage des informations qui les ont suivies ont permis la mise en œuvre des deux formations (« formations sur l'hospitalité (*Omotenashi*) » et « formations sur les normes de services pour l'accueil des touristes ») en 3^{ème} année, pour lesquelles les homologues ont effectivement assumé le rôle de conférencier.

Nous sommes favorables à la création sur le long terme de formations au Japon, telles que les formations par thème organisées par la JICA, et à les proposer aux acteurs tunisiens de la promotion touristique.

8. MODIFICATION DE LA MATRICE DE CONCEPTION DE PROJET (PDM)

8.1 MODIFICATION DE LA MATRICE DE CONCEPTION DE PROJET (PDM)

La consultation et l'approbation de la PDM et des indicateurs ont eu lieu lors du premier JCC qui s'est tenu en avril 2013 mais en raison de l'évolution de l'étude de base, il manque des données statistiques relatives à plusieurs indicateurs et il est évident que nous ne pourrions pas entrer en possession des indicateurs. De ce fait, nous avons présenté les indicateurs non définis, en même temps que la proposition de redéfinition des indicateurs qui sont conformes à l'état actuel, et ils ont été approuvés par les homologues et par la JICA.

La PDM, qui a redéfini les objectifs du projet et les indicateurs des résultats, a obtenu l'approbation au 2^{ème} JCC tenu le 3 septembre 2013. Cependant, en ce qui concerne les indicateurs de l'objectif global, ils seront validés après le commencement des activités dans le Sud. Ensuite, la redéfinition des indicateurs de l'objectif global a été approuvée lors du 3^e JCC qui a eu lieu le 14 juin 2014.

Nous résumons l'historique de ces modifications dans les sections suivantes.

8.1.1 REVISION EN SEPTEMBRE 2013 ET EN JUIN 2014

(1). À propos des « indicateurs » des « objectifs du projet »

L'objectif du projet est défini comme suit : « les capacités de marketing et de promotion sont renforcées dans les régions cibles par la coopération entre le MOTH, l'ONTT et des organisations liées au tourisme comprenant le secteur privé ». Pour déterminer un indicateur en vue d'atteindre cet objectif, nous avons pensé d'abord qu'il était important de mettre en œuvre la foire touristique en coopération public-privé en moyenne une fois par an au cours du projet. Si bien que nous avons considéré la réalisation de la foire touristique en coopération public-privé au minimum 3 fois pendant le projet de 3 ans, comme étant un indicateur d'amélioration de la capacité à travers la coopération public-privé dans les régions cibles. Ensuite, en ce qui concerne la révision des nouveaux matériels de promotion touristique réalisés dans les régions cibles, nous avons pensé également qu'il était important de les réviser environ une fois par an après leur création. Nous avons également précisé de manière concrète que ces matériels de promotions étaient constitués du site web et des brochures, etc. (dépliants, bordures). Concernant le site web, au début il était prévu de compter le nombre d'accès au site web de l'ONTT, mais cette clause a été supprimée, car il était impossible d'obtenir d'indicateur en raison de la rénovation en cours de ce site web et de ne pas pouvoir intégrer le site web en japonais dans celui de l'ONTT existant à cause des problèmes techniques.

Avant la révision

1. La foire touristique issue de la coopération public-privé est tenue au moins X fois.
2. Le matériel de promotion touristique nouvellement créé par la coopération public-privé pour les régions cibles (site web, brochures, etc.) est révisé au moins X fois durant la réalisation du projet et les informations sur ce matériel sont mises à jour.
3. Le nombre d'accès au site web de l'ONTT augmente de X % par rapport au nombre d'accès lors du démarrage du projet.

Après la révision

1. La foire touristique issue de la coopération public-privé est tenue au moins 3 fois.
2. Le matériel de promotion touristique nouvellement créé par la coopération public-privé pour les régions cibles (site web, brochures, etc.) est révisé au moins 4 fois durant la réalisation du projet et les informations sur ce matériel sont mises à jour.

3. Cet article est supprimé.

(2). À propos des « indicateurs » et des « résultats »

En ce qui concerne le point 1.1 du « résultat 1 », la stratégie de base pour l'essor touristique par la coopération public-privé a déjà été mise en place (« la stratégie touristique 2016 » et « le plan d'action de la stratégie touristique 2016 »), des politiques touristiques s'y conformant ont été mises en œuvre, en outre, comme l'opinion que les besoins des touristes japonais doivent être partagés par l'industrie entière a été entendu ici et là, même pendant les sessions de WG, des indicateurs pour « la stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais par la coopération public-privé est établie avant l'année 2016. » ont été configurés. En ce qui concerne le point 1.2, comme l'essentiel de l'activité des homologues dans ce projet n'est pas le comité touristique mais les groupes de travail par thème, nous l'avons défini dans ce sens. En outre, du fait que le projet a été engagé à la première année dans la région du Nord et le nombre de participants des entreprises touristiques privées de la région du Sud est incertain et que la fixation des membres des WG par proportion peut empêcher leur participation, à travers la concertation, nous l'avons défini non par proportion mais par la participation de membres importants. En ce qui concerne aussi les réunions régulières par la coopération public-privé, nous leur avons donné le nom concret de LCC et les avons définies telles qu'elles doivent se tenir environ 2 fois par an, pendant la première et deuxième partie d'année fiscale, et servir de lieu de partage d'information.

Résultats
Aucune révision
Indicateurs
<u>Avant la révision</u>
1.1 La stratégie de base pour l'essor touristique par la coopération public-privé doit être créée avant l'année 20XX.
1.2 X % du personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme doivent devenir membre du comité touristique et participer aux activités touristiques.
1.3 Les réunions régulières par la coopération public-privé sont tenues au moins X fois par an.
<u>Après la révision</u>
1.1 La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais par la coopération public-privé est établie avant l'année 2016.
1.2 Les membres principaux du personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme participent à chaque travail de groupe par thème.
1.3 Les LCC sont tenues au moins 2 fois par an.

En ce qui concerne le résultat 2, la politique destinée à partager les besoins des touristes asiatiques et des touristes japonais en particulier dans toute l'industrie, tout en prenant en charge le résultat 1, nous favorisons le renforcement des compétences de l'industrie entière par la mise en place 1 fois par an de jalons afin de soutenir le flot constitué par la création des plans de formation, la création des programmes et matériels pédagogiques, la tenue des formations, la création d'un système de suivi régulier et d'évaluation et la révision des programmes et matériels pédagogiques. En outre, sans se limiter aux formations et afin de supposer toutes les industries liées au tourisme, nous avons défini que « 60 % des participants aux formations et aux séminaires doivent obtenir 80 points sur 100 ou

plus lors des tests de compréhension relatifs au marketing et à la promotion touristique. »

Résultats
Aucune révision
Indicateurs
<u>Avant la révision</u>
2.1 En se basant sur le plan créé dans l'activité 2.2, les formations et séminaires destinés au personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme sont tenus plus de X fois par an.
2.2 X % des participants aux formations et aux séminaires obtiennent X points ou plus lors des tests de compréhension relatifs au marketing et à la promotion touristique.
<u>Après la révision</u>
2.1 En se basant sur le plan créé dans l'activité 2.2, les formations et séminaires destinés au personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme sont tenus plus de 1 fois par an.
2.2 60 % des participants aux formations et aux séminaires obtiennent 80 points sur 100 ou plus lors des tests de compréhension relatifs au marketing et à la promotion touristique.

En ce qui concerne le résultat 3, nous avons défini en tant que valeur concrète de l'indicateur celle de la fin du projet en 2016 en outre, nous avons ajouté la mise en place de réunions d'affaires B to B relatives à la région considérée en tant qu'événements touristiques concrets.

Résultats
Aucune révision
Indicateurs
<u>Avant la révision</u>
3.2 L'évènement touristique est organisé dans les régions cibles au moins X fois avant 20XX.
<u>Après la révision</u>
3.2 La réunion d'affaires B to B est organisée dans les régions cibles au moins 1 fois avant 2016.

(3). À propos de « l'objectif global » et des « indicateurs »

En ce qui concerne « l'objectif global », d'après les statistiques de l'ONTT, comme les voyageurs en provenance de l'Asie de l'Est sont presque tous des Japonais ou des Chinois, nous avons modifié « touristes tunisiens et étrangers (asiatiques) » pour « Japonais, Chinois ». En outre, comme il n'y a pas de données relatives à la durée du séjour des touristes et comme il est impossible de compter simplement le nombre de touristes en se limitant au nombre d'arrivées de touristes, « la durée du séjour des touristes » a été modifiée en « nombre de nuits d'hôtel ». En ce qui concerne les valeurs numériques, tant que ne se produisent ni troubles politiques ni révolutions, le nombre de touristes étrangers dans son ensemble présente une tendance à augmenter chaque année d'environ 5 %¹¹ et grâce au

¹¹ D'après les tendances du tourisme mondial de 2013 qui ont été rendues publiques le 23 janvier 2014 par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), durant l'année 2013, le nombre de touristes étrangers en 2013 a augmenté de 52,00 millions de personnes (+ 5 %) par rapport à l'année précédente, atteignant un niveau record de 1,087 milliard de personnes et, en ce qui concerne l'Afrique du Nord, elle a rapporté une augmentation de + 6 %. D'un autre côté, en Tunisie, le nombre d'étrangers qui sont entrés en Tunisie en 2013 était de 6,26 millions de personnes, soit une augmentation de 5,3 % par rapport à l'année précédente. En ce qui concerne les tendances du tourisme de l'année 2014, d'après l'OMT, comme une augmentation globale de 4,0 à 4,5 % est prévue et comme une augmentation de 4 à 6 % est prévue pour l'Afrique, si aucun trouble politique ni aucune révolution ne se produit, une augmentation d'environ 5 % est prévue chaque année, ce qui a l'époque avait été fixé comme valeur préalable dans les valeurs réglées.

renforcement des capacités dû au projet pilote du présent projet, nous prévoyons une progression d'environ 10 % par année pour les touristes japonais. En outre, en ce qui concerne aussi le marché chinois, son dénominateur est encore peu élevé (4 612 personnes en 2010, 11 872 personnes en 2011, 3 771 personnes en 2012, 4 308 personnes en 2013) cependant, comme le marché présente une tendance évolutive avec presque le même taux de croissance du marché japonais et que depuis 2014 un projet de ligne directe reliant Tunis à Pékin a été élaboré, nous avons prévu une augmentation d'environ 10 %. D'après ces deux éléments, par rapport à « la durée de séjour des touristes tunisiens et étrangers (asiatiques) augmente de XX nuits dans les régions cibles », nous avons fixé pour la fin de l'année 2018 l'objectif d'une « augmentation de 7 800 jours du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois dans la région considérée »

En outre, en ce qui concerne « la proportion du nombre de touristes étrangers (asiatiques) par rapport au nombre total de touristes visitant les régions cibles augmente de XX % », tout en clarifiant la définition, nous avons effectué les mêmes calculs et nous avons réglé « une augmentation de 26 % de la proportion du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois par rapport au nombre de nuits d'hôtel des touristes étrangers qui visitent la région considérée ».

Objectif global
Aucune révision
Indicateurs
<u>Avant la révision</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. La durée du séjour des touristes tunisiens et étrangers (asiatiques) augmente de XX nuits dans les régions cibles. 2. La proportion du nombre de touristes étrangers (asiatiques) par rapport au nombre total de touristes visitant les régions cibles augmente de XX %.
<u>Après la révision</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Augmentation de 7 800 jours du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois dans la région considérée. 2. Augmentation de 26 % de la proportion du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois par rapport au nombre de nuits d'hôtel des touristes étrangers qui visitent la région considérée.

8.1.2 REVISION DE LA PDM SUITE A L'ETUDE D'EVALUATION A LA FIN DU PROJET

L'évaluation à la fin a été effectuée par l'équipe de l'évaluation à la fin en novembre 2015. Lors de cette évaluation, l'équipe a signalé qu'il était difficile d'estimer le degré d'atteinte des objectifs car les indicateurs de l'époque étaient ambigus. Par la suite, l'indicateur « augmentation de 16,2 % du nombre total de nuitées de tous les étrangers dans les régions cibles, soit à partir de 506 417 nuitées totales en 2013 à 588 208 nuitées totales en 2020 » a été rajouté parmi les indicateurs de l'objectif global et également la précision « avant la fin du projet » a été apportée à l'indicateur 1.2 du résultat 1 et aux indicateurs 3.1, 3.2, 3.3 du résultat 3. En outre, l'indicateur « la stratégie de base est préparée en coopération public-privé avant la fin du projet » a été rajouté comme indicateur 3.4 du résultat 3.

Indicateurs de l'objectif global
<u>Avant la révision</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Augmentation de 7 800 jours du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois dans

<p>la région considérée.</p> <p>2. Augmentation de 26 % de la proportion du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois par rapport au nombre de nuits d'hôtel des touristes étrangers qui visitent la région considérée.</p> <p>Après la révision</p> <p>1. Augmentation de 7 800 jours du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois dans la région considérée.</p> <p>2. Augmentation de 26 % de la proportion du nombre de nuits d'hôtel des touristes japonais et des touristes chinois par rapport au nombre de nuits d'hôtel des touristes étrangers qui visitent la région considérée.</p> <p>3. Augmentation de 16,2 % du nombre total de nuitées de tous les étrangers dans les régions cibles, soit à partir de 506 417 nuitées totales en 2013 à 588 208 nuitées totales en 2020.</p>
Indicateurs du résultat 1
<p>Avant la révision</p> <p>1.1 La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais par la coopération public-privé est établie avant l'année 2016.</p> <p>1.2 Les membres principaux du personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme participent à chaque WG par thème.</p> <p>1.3 Les LCC sont tenus au moins 2 fois par an.</p> <p>Après la révision</p> <p>1.1 La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais par la coopération public-privé est établie avant l'année 2016.</p> <p>1.2 Les membres principaux du personnel du MOTH, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme participent à chaque WG par thème avant la fin du projet.</p> <p>1.3 Les LCC sont tenus au moins 2 fois par an.</p>
Indicateurs du résultat 3
<p>Avant la révision</p> <p>3.1 De nouveaux matériels de promotion touristique basés sur le plan d'action sont créés.</p> <p>3.2 La réunion d'affaires B to B est organisée dans les régions cibles au moins 1 fois avant 2016.</p> <p>3.3 De nouveaux produits touristiques sont développés conformément au plan d'action.</p> <p>Après la révision</p> <p>3.1 De nouveaux matériels de promotion touristique basés sur le plan d'action sont créés avant la fin du projet.</p> <p>3.2 La réunion d'affaires B to B est organisée dans les régions cibles au moins 1 fois avant la fin du projet.</p> <p>3.3 De nouveaux produits touristiques sont développés conformément au plan d'action avant la fin du projet.</p> <p>3.4 La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais est préparée en coopération public-privé avant la fin du projet.</p>

8.2 PDM DE CE PROJET

Le tableau 8-1 démontre la PDM au début du projet, le tableau 8-2 la PDM redéfinissant l'objet du projet et des indicateurs des résultats, le tableau 8-3 la PDM définissant les indicateurs de l'objectif global et le tableau 8-4 la PDM définitive en répondant à l'évaluation à la fin effectuée en novembre 2015.

TABLEAU 8-1 TENTATIVE PROJECT DESIGN MATRIX: PDM

Project Title:	The Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion	Date of Revision:	October 2012
Project Duration:	January 2013 – December 2015 (3 years)	Version:	1
Target Area:	Tozeur Governorate and Kébili Governorate		
Target Group:	MOT, ONTT and Tourism Related Organizations		

Project Summary	Indicators	Means of Verification	Important Assumptions
<p>[Overall Goal]</p> <p>Tourists are diversified through implementation of tourism marketing and promotion in the target areas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. The number of the nights of domestic/ foreign (Asian) tourists increase by XX in the target areas. 2. The ratio of foreign (Asian) tourists to overall tourists arrival increase by XX in the target areas. 	<p>Statistical data provided by ONTT and other institutions.</p>	
<p>[Project Purpose]</p> <p>Tourism marketing and promotion capacity is strengthened in the target areas through building partnership among MOT, the Tunisian National Tourism Office (ONTT) and other relevant organizations including private sector.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tourism Fair is held at least X times by the end of the Project under the public-private partnership. 2. Developed tourism promotion materials (such as website and brochures) are revised and updated at least X time during the implementation of the Project. 3. The number of hits to the ONTT's website increase by X % compared to the beginning of the Project. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Project Report 2. Project Report, monitoring report 3. Web access report 	<ul style="list-style-type: none"> - Political and economic situations as well as security condition are stabilized. - Tourism industry are not affected caused by the global economic depression
<p>[Output]</p> <p>Output 1 Partnership among MOT, ONTT and other relevant organizations in the target areas is strengthened.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 The strategy on tourism development is developed by the year XXXX. 1.2 X % of staff member of MOT, ONTT and other relevant organizations become a membership of tourism committee and are participated in the tourism activities. 1.3 Forums / regular meetings under the public-private partnership are held X times in a year. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Developed strategy 1.2 Project report 1.3 Project report 	<ul style="list-style-type: none"> - Major tourism policies and strategies are not drastically changed. - Many key members do not leave their positions or are not transferred to outside organizations.

<p>Output 2 Knowledge of MOT, ONTT and other relevant organizations in the target areas is enhanced for implementation of tourism marketing and promotion.</p> <p>Output 3 Activities on tourism marketing and promotion are implemented in the target areas.</p>	<p>2.1 Training/seminars are implemented X time in a year. 2.2 XX% of participants of training/seminars scores X % on the test which checks level of their understanding.</p> <p>3.1 New tourism promotion materials are prepared. 3.2 Tourism events are held at least XX times in the target area by year XXXX. 3.3 Tourism products are developed in accordance with the action plans</p>	<p>2.1 Training and seminar reports, Project report 2.2 Training and seminar reports,(Project report)</p> <p>3.1 Developed tourism materials 3.2 Project report 3.3 Developed tourism products, Project report</p>	
<p>Activities</p> <p>1.1 Study, analyze, and share current situation and challenges on inter-organizational partnership strengthening among MOT, ONTT and other relevant organizations, the present condition of tourism marketing and promotion as well as verify tourism resources in the target areas.</p> <p>1.2 Establishing an organizational mechanism to strengthen public-private partnership among the relevant organizations in the tourism sector (e.g. establishment of tourism committee under the public-private partnership, development of tourism strategy).</p> <p>1.3 Hold forums /regular meetings among the relevant organizations in the tourism sector to strengthen public-private partnership.</p>	<p>Inputs</p> <p>The Tunisian side</p> <p>1. Project members - Project director - Project manager - Technical and administrative staff</p> <p>2. Project office and equipment - Project office - Desks, chairs, cabinet, etc. - Copier, printer, scanner, etc.</p> <p>3. Project costs - Project activity cost - Administrative cost (Internet fee, telephone fee, printing cost, supplies expense, etc.)</p>	<p>The Japanese side</p> <p>1. Experts - Chief Advisor - Project Coordinator - Tourism Marketing - Tourism Promotion - Tourism Product Development - Organizational Coordination</p> <p>2. Project staff - Project assistants, etc.</p> <p>3. Others - Vehicle(s) and other necessary equipment. - Technical training in Japan or 3rd country. - Administrative cost for experts' activities</p>	<p>- The project activities are not significantly affected by severe natural disaster or deterioration of security situation.</p> <p>Pre-conditions</p> <p>- Relevant organizations, including private sector, don't oppose the project concept and activities. - Project members and budgets are sufficiently secured.</p>

<p>2.1 Identify training needs based on the survey results produced by Activity 1.1.</p> <p>2.2 Formulate plans for trainings/seminars and develop curricula as well as teaching materials based on the needs identified by Activity 2.1.</p> <p>2.3 Conduct, monitor training/seminars and revise curricula and teaching materials such as textbooks and guideline for teachers.</p> <p>3.1 Formulate tourism marketing and promotion strategy based on the survey results produced by Activity 1.1.</p> <p>3.2 Develop tourism marketing and promotion activity plans including new tourism product development.</p> <p>3.3 Implement tourism marketing and promotion activities based on the action plans.</p> <p>3.4 Monitor the activities conducted and revise the strategy and action plans.</p>		
---	--	--

Notes:

1. 'Objectively Verifiable Indicators' Means of Verification', 'Important Assumptions' and 'Pre-conditions' will be determined by the first meeting of JCC.
2. PDM will be able to be modified, if necessary, through approval by JCC.

TABLEAU 8-2 PROJECT DESIGN MATRIX: PDM VER.2

Project Title:	The Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion	Date of Revision:	September 2013
Project Duration:	January 2013–January 2016 (3 years)	Version:	2
Target Area:	Tozeur Governorate and Kébili Governorate		
Target Group:	MOT, ONTT and Tourism Related Organizations		

Project Summary	Indicators	Means of Verification	Important Assumptions
<p>[Overall Goal]</p> <p>Tourists are diversified through implementation of marketing and promotion in the target areas under the public and private partnership.</p>	<p>The number of the nights of domestic/foreign (Asian) is to increase by XX nights in the target areas.</p> <p>The ratio of foreign tourists to overall tourists is to increase by XX% in the target areas.</p>	<p>Statistical data provided by ONTT and relevant organizations</p>	
<p>[Project Purpose]</p> <p>Tourism marketing and promotion capacity is strengthened in the target areas through building partnership among MOT, the Tunisian National Tourism Office (ONTT) and other relevant organizations, including the private sector.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tourism Fair is to be held at least three times under the public and private partnership. 2. New materials for promoting tourism to the target areas under the public and private partnership (such as a website and brochure) are to be reviewed and updated at least four times during the implementation period of the project. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Project reports 2. Project reports and monitoring reports 	<ul style="list-style-type: none"> - Political and economic situations as well as security conditions are stabilized in their target areas. - The tourism industry is not affected by a serious global economic recession.
<p>[Output]</p> <p>Output 1 Partnership among MOT, ONTT and other relevant organizations in the target areas is strengthened.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. A basic strategy under the public and private partnership for attracting Japanese tourists is to be prepared by 2016. 1.2. Leading members of MOT, ONTT and other relevant organizations are to participate in ad-hoc working groups. 1.3. LCC is to be held at least twice a year. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.4 Developed basic strategy 1.5 Project reports 1.6 Project reports 	<ul style="list-style-type: none"> - Major tourism policies and strategies are not drastically changed. - Many key members do not leave their positions or are not transferred to outside organizations.

<p>Output 2 Knowledge of MOT, ONTT and other relevant organizations in the target areas is enhanced for implementation of tourism marketing and promotion.</p> <p>Output 3 Activities on tourism marketing and promotion for the target areas are implemented.</p>	<p>2.1 Based on the plans that were devised in Activity 2-2, training courses and seminars are to be held at least once a year for staff of MOT, ONTT and other relevant organizations.</p> <p>2.2 Sixty percent of the participants in training courses and seminars are to score at least 80 points on the test that checks their level of understanding of marketing and promotion in the tourism industry.</p> <p>3.1 Based on the action plans, new tourism promotion materials are to be prepared.</p> <p>3.2 Business conference is to be held in the target areas at least once by 2016.</p> <p>3.3 Based on the action plans, new tourism products are to be developed.</p>	<p>2.1 Training and seminar reports</p> <p>2.2 Training and seminar reports (Project reports)</p> <p>3.1 Developed materials</p> <p>3.2 Project reports</p> <p>3.3 Developed tourism products and Project reports</p>	
<p>Activities</p> <p>1.1. Study and analyze current situation on inter-organizational partnership among MOT, ONTT and other relevant organizations, challenges of strengthening the partnership, and realities of tourism resources and of tourism marketing and promotion. Share the study results with parties concerned.</p> <p>1.2. Establish an organizational mechanism for strengthening the public and private partnership among relevant organizations in the tourism sector.</p> <p>1.3. Hold regular meetings and forums among relevant organizations in the tourism sector under the public and private partnership.</p>	<p>Inputs</p> <p>The Tunisian side</p> <p>1. Project members</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Director (MOT) - Project Manager (ONTT) - Assistant Project Manager (ONTT, ONTT Tozeur and Kebili) - ONTT Tozeur and Kebili technical and administrative staff <p>2. Facilities and equipment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Office - Equipment necessary for Japanese 	<p>The Japanese side</p> <p>1. Specialists</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chief Expert and Deputy Chief Expert - Tourism marketing - Tourism promotion - Tourism product development - Coordination with organizations and operations <p>2. Project staff</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project assistants, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Project activities are not seriously affected by natural disaster or deterioration in safety and security conditions. <p>Pre-conditions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relevant organizations including the private sector do not oppose the project concept and

<p>2.1 Identify needs for training on the basis of the study results in Activity 1.1.</p> <p>2.2 Formulate plans for training courses and seminars and develop curricula as well as teaching materials in response to the needs identified by Activity 2.1.</p> <p>2.3 Conduct training courses and monitor them on a regular basis to revise the curricula and teaching materials.</p> <p>3.1 Formulate tourism marketing and promotion strategies, based on the study results produced by Activity 1.1.</p> <p>3.2 Devise action plans for tourism marketing and promotion including new tourism product development.</p> <p>3.3 Implement the tourism marketing and promotion activities based on the action plans.</p> <p>3.4 Monitor the activities conducted and revise the strategies and action plans.</p>	<p>specialists' activities (desks, chairs, a copier, a printer, etc.)</p> <p>3. Project costs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project activity costs - Administrative costs (Internet fees, telephone fees, printing costs in the office, etc.) 	<p>3. Other</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vehicle(s) and other necessary equipment - Technical training in Japan or a third country - Administrative costs for project activities 	<p>activities.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project members and budgets are sufficiently secured.
--	--	---	--

Notes:

*PDM will be able to be modified, if necessary, through approval from JCC.

TABLEAU 8-3 PROJECT DESIGN MATRIX: PDM VER.3

Project Title: The Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion
 Project Duration: January 2013–January 2016 (3 years)
 Target Area: Tozeur Governorate and Kébili Governorate
 Target Group: MOT, ONTT and Tourism Related Organizations

Date of Revision: June 2014
 Version: 3

Project Summary	Indicators	Means of Verification	Important Assumptions
<p>[Overall Goal] Tourists are diversified through implementation of marketing and promotion in the target areas under the public and private partnership.</p>	<p>1. The number of nights of Japanese and Chinese tourists increases by 7,800 nights in the target areas. 2. The ratio of the number of nights of Japanese and Chinese tourists to the one of overall tourists increases by 26% in the target areas.</p>	<p>Statistical data provided by ONTT and relevant organizations.</p>	
<p>[Project Purpose] Tourism marketing and promotion capacity is strengthened in the target areas through building partnership among MOT, the Tunisian National Tourism Office (ONTT) and other relevant organizations, including the private sector.</p>	<p>1. Tourism Fair is to be held at least three times under the public and private partnership. 2. New materials for promoting tourism to the target areas under the public and private partnership (such as a website and brochures) are to be revised and updated at least four times during the implementation period of the project.</p>	<p>1. Project reports 2. Project reports and monitoring reports</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Political and economic situations as well as security conditions are stabilized in the target areas. - The tourism industry is not affected by a serious global economic recession.
<p>[Output] Output 1 Partnership among MOT, ONTT and other relevant organizations in the target areas is strengthened.</p>	<p>1.1 A basic strategy under the public and private partnership for attracting Japanese tourists is to be prepared by 2016. 1.2 Leading members of MOT, ONTT and other relevant organizations are to participate in ad-hoc working groups.</p>	<p>1.1 Developed basic strategy 1.2 Project reports</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Major tourism policies and strategies are not drastically changed. - Many key members in the project do not leave their positions or are not transferred to outside organizations.

<p>Output 2 Knowledge of MOT, ONTT and other relevant organizations in the target areas is enhanced for implementation of tourism marketing and promotion.</p> <p>Output 3 Activities on tourism marketing and promotion for the target areas are implemented.</p>	<p>1.3 LCC is to be held at least twice a year.</p> <p>2.1 Based on the plans that were devised in Activity 2-2, training courses and seminars are to be held at least once a year for staff of MOT, ONTT and other relevant organizations.</p> <p>2.2 60% of the participants in training courses and seminars are to score at least 80 points on the test that checks their level of understanding of marketing and promotion in the tourism industry.</p> <p>3.1 Based on action plans, new tourism promotion materials are to be prepared.</p> <p>3.2 Tourism events are to be held in the target areas at least once by 2016.</p> <p>3.3 Based on action plans, new tourism products are to be developed.</p>	<p>1.3 Project reports</p> <p>2.1 Training and seminar reports</p> <p>2.2 Training and seminar reports (Project reports)</p> <p>3.1 Developed materials</p> <p>3.2 Project reports</p> <p>3.3 Developed tourism reports and Project reports</p>	
<p>Activities</p> <p>1.1 Study and analyze current situation on inter-organizational partnership among MOT, ONTT and other relevant organizations, challenges of strengthening the partnership, and realities of tourism resources and of tourism marketing and promotion. Share the study results with parties concerned.</p> <p>1.2 Establish an organizational mechanism for strengthening the public and private partnership among relevant organizations in the tourism sector.</p> <p>1.3 Hold regular meetings and forums among relevant</p>	<p>Inputs</p> <p>The Tunisian side</p> <p>1. Project members</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Director (MOT) - Project Manager (ONTT) - Assistant Project Managers (ONTT, ONTT Tozeur and Kebili) - ONTT Tozeur and Kebili technical and administrative staff <p>2. Facilities and equipment</p>	<p>The Japanese side</p> <p>1. Specialists</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chief Adviser and Deputy Chief Adviser - Tourism marketing - Tourism promotion - Tourism product development - Coordination with organizations and in operations 	<p>- Project activities are not affected seriously by natural disaster or a deterioration in safety and security conditions</p>

<p>organizations in the tourism sector under the public and private partnership.</p> <p>2.1 Identify needs for training on the basis of the study results in Activity 1.1.</p> <p>2.2 Formulate plans for training courses and seminars and develop curricula as well as teaching materials in response to the needs identified by Activity 2.1.</p> <p>2.3 Conduct training courses and monitor them on a regular basis to revise the curricula and teaching materials.</p> <p>3.1 Formulate tourism marketing and promotion strategies, based on the study results produced by Activity 1.1.</p> <p>3.2 Devise action plans for tourism marketing and promotion including new tourism product development.</p> <p>3.3 Implement the tourism marketing and promotion activities based on the action plans.</p> <p>3.4 Monitor the activities conducted and revise the strategies and action plans.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Project Office - Equipment necessary for Japanese experts' activities (desks, chairs, a copier, a printer, etc.) <p>3. Project Costs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project activity costs - Administrative costs (Internet fees, telephone fees, printing costs in the office, etc.) 	<p>2. Project staff</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Assistants etc. <p>3. Others</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vehicle(s) and other necessary equipment - Technical training in Japan or a third country. - Administrative costs for project activities 	<p>Pre-conditions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relevant organizations, including the private sector, do not oppose the project concept and activities. - Project members and budgets are sufficiently secured.
---	--	---	--

TABLEAU 8-4 PROJECT DESIGN MATRIX: PDM VER.4

Project Title: The Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion
 Project Duration: January 2013 – January 2016 (3 years)
 Target Area: Tozeur Governorate and Kébili Governorate
 Target Group: Ministry of Tourism and Handicrafts (MOTH),Tunisian National Tourism Office (ONTT) and other relevant organizations in the target areas

Date of Revision: Novembre 2015
 Version: 4

Project Summary	Indicators	Means of Verification	Important Assumptions
<p>[Overall Goal]</p> <p>Tourists are diversified through implementation of marketing and promotion in the target areas under the public and private partnership.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. The number of nights of Japanese and Chinese tourists increases by 7,800 nights in the target areas. 2. The ratio of the number of nights of Japanese and Chinese tourists to the one of overall tourists increases by 26% in the target areas. 3. The number of nights spent by tourists of all nationalities in the target areas (Tozeur and Kébili) will increase from 506,417 in 2013 to 588,208, an increase of 16.2 %, in 2020. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ONTT's statistic report « LE TOURISME TUNISIEN EN CHIFFRES » 	
<p>[Project Purpose]</p> <p>Tourism marketing and promotion capacity is strengthened in the target areas through building partnership among the MOTH, the ONTT and other relevant organizations, including the private sector.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. New materials for promoting tourism to the target areas under the public and private partnership (such as a website and brochures) will be revised and updated at least four times during the project period. 2. Tourism Fair is to be held at least three times under the public and private partnership. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Project reports 2. Project reports and monitoring reports 	<ul style="list-style-type: none"> - Political and economic situations as well as security conditions are stabilized in the target areas. - The tourism industry is not affected by a serious global economic recession.
<p>[Output]</p> <p>Output 1 Partnership among the MOTH, the ONTT and other relevant organizations in the target areas is strengthened.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 A basic strategy under the public and private partnership for attracting 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Project reports 	<ul style="list-style-type: none"> - Major tourism policies and

<p>Output 2 Knowledge of the MOTH, the ONTT and other relevant organizations in the target areas is enhanced for implementation of tourism marketing and promotion.</p> <p>Output 3 Activities on tourism marketing and promotion for the target areas are implemented.</p>	<p>Japanese tourists is to be prepared by the end of the project period.</p> <p>1.2 Leading Members of the MOTH, the ONTT and other relevant organizations in the target areas will participate in ad-hoc working groups.</p> <p>1.3 LCC will be held at least twice a year.</p> <p>2.1 Based on the plans that were devised in Activity 2-2, training courses and seminars are to be held at least once a year for staff of MOT, ONTT and other relevant organizations.</p> <p>2.2 60% of the participants in training courses and seminars will score at least 80 points on the test that checks their level of understanding of marketing and promotion in the tourism industry.</p> <p>3.1 Based on action plans, new tourism promotion materials will be prepared by the end of the project period.</p> <p>3.2 A B-to-B business meeting by inbound tour operators will be held in the target areas by the end of the project period.</p> <p>3.3 Based on action plans, new tourism products will be developed by the end of the project period.</p> <p>3.4 A basic strategy for attracting Japanese tourists will be prepared under the public and private partnership by the end of the project</p>	<p>1.2 Project reports</p> <p>1.3 Project reports</p> <p>2.1 Training and seminar reports</p> <p>2.2 Project reports (Training and seminar reports)</p> <p>3.1 Developed materials</p> <p>3.2 Project reports</p> <p>3.3 Project reports</p> <p>3.4 Document (Basic strategy)</p>	<p>strategies are not drastically changed.</p> <p>- Many key members do not leave their positions or are not transferred to outside organizations.</p>
---	--	---	--

	period.		
Activities	Inputs		
1.1 Study and analyze current situation on inter-organizational partnership among the MOTH, the ONTT and other relevant organizations, challenges of strengthening the partnership, and realities of tourism resources and of tourism marketing and promotion. Share the study results with parties concerned.	<p>The Tunisian side</p> <p>1. Project members</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Director (MOTH) - Project Manager (ONTT) - Assistant Project Managers (ONTT, ONTT Tozeur and Kebili) - ONTT Tozeur and Kebili technical and administrative staff <p>2. Facilities and equipment</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Office - Equipment necessary for Japanese experts' activities (desks, chairs, a copier, a printer, etc.) <p>3. Project Costs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project activity costs - Administrative costs (Internet fees, telephone fees, printing costs in the office, etc.) 	<p>The Japanese side</p> <p>1. Specialists</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chief Adviser and Deputy Chief Adviser - Tourism marketing - Tourism promotion - Tourism product development - Coordination with organizations and in operations <p>2. Project staff</p> <ul style="list-style-type: none"> - Project Assistants, etc. <p>3. Others</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technical training in Japan and third country - Administrative costs for project activities 	<ul style="list-style-type: none"> - Project activities are not affected seriously by natural disaster or a deterioration in safety and security conditions <p>Pre-conditions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relevant organizations, including the private sector, do not oppose the project concept and activities. - Project members and budgets are sufficiently secured.
1.2 Establish an organizational mechanism for strengthening the public and private partnership among relevant organizations in the tourism sector.			
1.3 Hold regular meetings and forums among relevant organizations in the tourism sector under the public and private partnership.			
2.1 Identify needs for training based on the study results in the Activity 1.1.			
2.2 Formulate plans for training courses and seminars and develop curricula as well as teaching materials in response to the needs identified by the Activity 2.1.			
2.3 Conduct training courses and monitor them on a regular basis to revise the curricula and teaching materials.			

<p>3.1 Formulate tourism marketing and promotion strategies, based on the study results produced by the Activity 1.1.</p> <p>3.2 Devise action plans for tourism marketing and promotion including new tourism product development.</p> <p>3.3 Implement the tourism marketing and promotion activities based on the action plans.</p> <p>3.4 Monitor the activities conducted and revise the strategies and action plans.</p>		
--	--	--

LISTE DES DOCUMENTS ANNEXES

1. LES PROCES-VERBAUX DES CONCERTATIONS DE JCC

(1). Le procès-verbal de la concertation du 1^{re} JCC

MINUTES OF MEETING
OF THE FIRST JOINT COORDINATION COMMITTEE (JCC) MEETING
OF
PROJECT FOR STRENGTHENING THE CAPACITY FOR TOURISM PROMOTION

The Expert Team of the Project from Japanese side (hereinafter referred to as "the Team") headed by Toshio URUNO and the authorities concerned of the Government of the Republic of Tunisia represented by the Minister of Tourism conducted the 1st Joint Coordination Committee (hereinafter referred to as "JCC") at the conference room of the Ministry of Tourism (hereinafter referred to as "MOT") in 15th April 2013.

As a result of the discussions, the Team and the MOT agreed the matters referred to in the document attached hereto.

Tunis, Tunisia

15th April 2013



Mr. Toshio URUNO
Chief Advisor
Japan International Cooperation Agency



Mr. Jamel GAMRA
Minister of Tourism
Republic of Tunisia

Documents annexes 1. Les procès-verbaux des concertations de JCC

(1). Le procès-verbal de la concertation du 1^{re} JCC

Attached Document

1. Opening Meeting (Tunisia):

H. E. Mr. Jamel GAMRA, Minister of Tourism, delivered the warmest opening address.

2. Opening Meeting (Japan):

H. E. Mr. Juichi TAKAHARA, Ambassador of Japan in Tunisia, also delivered the warmest speech.

3. Project Objective and Framework:

- Chief Expert Mr. URUNO made a presentation about the Project Objective and Framework based on the summary of the Inception Report.
- Expert for Organizational Coordination Mr. HASEGAWA explained about the Implementation Process of the Project.

4. Main Points Discussed :

- 1) The Team explained that it would be essential to conduct the activities in the North region at an early stage of the Project in cooperation with the Regional Commissionaires in Tozeur and Kebili of Tunisia National Tourism Office (hereinafter referred to as "ONTT") and ONTT Headquarters for the purpose of strengthening the capacity of the counterparts (hereinafter referred to as "C/P").

The Team also explained that Japanese tourists were highly concerned with the circumstances in the South region of Tunisia and emphasized that stabilization of the situation in the South region would be indispensable for the Japanese tourism market.

- 2) The Team explained that it would be important for C/P in the South region, such as ONTT Tozeur and Kebili to understand the present situation of the tourism marketing and promotion not only in the South region but also in the North region and to implement their tasks for aiming at the achievement of the Project and effective result of the Project.

Both sides agreed that expenses of transportation and travel allowances for the ONTT Tozeur, Kebili and other related C/P in the South region would be borne by the MOT and/or ONTT.

- 3) The Team explained that some of the Project activities would be conducted in the North region for the meantime, while the Team would also undertake activities in the South region in the light of the circumstances.
- 4) Both sides agreed that the Greater Tunis would be the target area in the North region for conducting the Project activities under the ONTT Headquarters' responsibility.
- 5) Both sides agreed that the activities of the Project would be implemented and managed by the members of JCC, person in charge of the Local Coordination Committee (hereinafter referred to as "LCC") and the Working Group (hereinafter referred to as "WG").
- 6) Both sides agreed that the Inception Report would be finalized by 30th of April in line with the agreement reached at the first JCC meeting and the Project activities would be commenced promptly after the approval of the Inception Report.

The team addressed that the detailed schedule of the provision of the equipment and the nomination of the 1st trainees to Japan would be discussed after its approval.
- 7) The timing of the commencement of activities in the South region is depending upon the situation. However, it will be discussed and decided at the next JCC meeting and be commenced as early as possible.

5. Closing speech

Mr. Ryuichi TOMIZAWA, Chief Representative of JICA Tunisia, gave a closing address.

END

List of Annex

Annex 1 : List of Attendants

Annex 2 : Agenda

Annex 3 : ICR Summary

Annex 1 : List of the Attendants

Tunisian Side:

• **Ministry of Tourism**

H. E. Mr. Jamel GAMRA Minister of Tourism <Chairperson>
Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS Director of International Cooperation
Mr. Mohamed Moez BELHASSAN Deputy Director
Mr. Karim GHARBI Director General
Mr. Imed REZGANI Consultant of the Minister of Tourism

• **Tunisia National Tourism Office (ONTT)**

Mr. Habib AMMAR Director General <Vice Chairperson>
Ms. Nabih BOUSSETTA Director of Studies and Statistics Department
Mr. Tarak ZAYEN Head of Patrimony Division
Mr. Mohamed JERBI Director
Ms. Amel KALLEL Deputy Director
Ms. Sarra TITAY Director
Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI Manager
Ms. Meriem MEDDEB
Ms. Hajer LONGO
Mr. Aymen RAHMANI

• **ONTT - Tozeur**

Mr. Mohamed ESSAYEM Tourism Regional Commissioner

• **Government of Tozeur**

Mr. Mohamed ben JABER Delegate/Representative in charge of Economic Affairs

• **Hotel school of Tozeur**

Mr. Zouhair LOUHICHI Principal

• **ONTT - Kébili**

Mr. Anouar CHETOUI Tourism Regional Commissioner

• **Government of Kébili**

Mr. Abed El MAJID ABESS General Secretary

Mr. Ryuichi TOMIZAWA	Chief Representative
Mr. Tetsuya TAKIMOTO	Representative
Ms. Hiroko KONNO	Project Formulation Advisor
Ms. Latifa MAMI	Program Officer

• **JICA Expert Team**

Mr. Toshio URUNO	Chief Expert
Mr. Yasuhiro HASEGAWA	Expert for Organizational Coordination
Mr. Gen SAKAMOTO	Expert for Tourism Product Development

Annex 2 : Agenda

JICA Project on the Strengthening of the Capacity for Tourism Promotion in Republic of Tunisia

1st Joint Coordination Committee on 15th April, 2013

Date and Time: 15th April, 2013 10:00~12:00

Place: Conference Room at the MOT

Agenda:

- 10:00-10:10 Opening Speech The opening speech by the Minister of Tourism
- 10:10-10:20 Opening Speech The opening speech by the Ambassador of Japan in Tunisia
- 10:20-10:50 Presentation of Project Framework by Mr. URUNO
- 10:50-11:20 Presentation of the Project Implementation Mechanism by Mr. HASEGAWA.
- 11:20-11:50 Q and A
- 11:50-12:00 The closing speech by Chief Representative of JICA Tunisia office

(2). Le procès-verbal de la concertation du 2e JCC

MINUTES OF MEETING
OF THE SECOND JOINT COORDINATION COMMITTEE (JCC) MEETING
OF
THE PROJECT FOR STRENGTHENING THE CAPACITY FOR TOURISM
PROMOTION

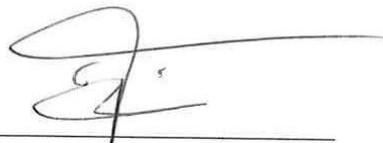
The Japanese Expert Team of the Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion (hereinafter referred to as "the Project") from Japanese side (hereinafter referred to as "the Team") headed by Toshio URUNO and the authorities concerned of the Government of the Republic of Tunisia represented by the Minister of Tourism conducted the Second Joint Coordination Committee (hereinafter referred to as "JCC") at the meeting room of the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis on 3rd September 2013.

As a result of the discussions, the Team and the Ministry of Tourism (hereinafter referred to as "MOT") agreed the matters referred to in the document attached hereto.

Tunis, Tunisia
3rd September 2013



Mr. Toshio URUNO
Chief Expert
Japan International Cooperation Agency



Mr. Jamel GAMRA
Minister of Tourism
The Republic of Tunisia

Attachment

1. Opening Meeting (Tunisia):

H. E. Mr. Jamel GAMRA, Minister of Tourism, delivered the warmest opening address and stated the intermediate situation of the Project.

2. Opening Meeting (Japan):

H. E. Mr. Juichi TAKAHARA, Ambassador of Japan in Tunisia, also delivered the warmest speech.

3. Approval of the Project Design Matrix (hereinafter referred to as "PDM"):

1) Chief Expert Mr. URUNO explained PDM.

The Team redefined the index by the progress of baseline survey. The index of an overall goal will be determined after the activity in the South region begins, and it will be discussed on a constant basis.

2) Both sides agreed the Objectively Verifiable Indicators shown on the PDM.

4. Main Points Discussed

The Team also explained the progress of the Project and both sides agreed on "The project progress report".

1) The implementation of baseline survey was summarized and a list of the collected data was presented.

2) The implementation of coverage exploration and arrangement of the coverage data based on cooperation with CP were explained.

3) The participation in INDABA Travel fair held in Durban in the Republic of South Africa was explained.

4) The outline of the first LCC was presented.

5) The organization of each WG and the detail of WG sessions were explained.

6) The outlines of the results 1-3 were presented based on the PDM.



5. The on-going subjects

- 1) Education tour to Japan
- 2) Preparation of promotion materials

6. Future activity plans

- 1) The number of WG sessions and the concrete target of each WG were shown.

7. Closing speech

Mr. Taro KIKUCHI, Deputy Chief Representative of JICA Tunisia, gave a closing address.

END

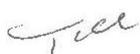
List of Annexes

Annex 1 : List of Attendants

Annex 2 : Agenda

Annex 3 : PDM

Annex 4 : The Project progress report



Annex 1 : List of the Attendants

Tunisian Side:

1. Ministry of Tourism

H. E. Mr. Jamel GAMRA Minister of Tourism <Chairperson>
Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS Director of International Cooperation
Mr. Nidhal JEDDA Director, Protocol of Minister
Mr. Zoubeir JEBABLI Service communication
Ms. Bellelli Rachida

2. Tunisia National Tourism Office (ONTT)

Mr. Habib AMMAR Director General <Vice Chairperson>
Ms. Nebiha BOUSSETTA Director of Studies and Statistics Department
Mr. Mohamed JERBI Director
Ms. Amel KALLEL Deputy Director
Ms. Sarra TITAY Director
Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI Manager
Mr. Riadh DKHILI

3. ONTT - Tozeur

Mr. Mohamed ESSAYEM Tourism Regional Commissioner
Mr. Sassi BOUSSOUDA

4. Governorate of Tozeur

Mr. Mohamed BEN JABER General Secretary

5. Hotel school of Tozeur

Mr. Zoubeir LOUHICHI Director

6. ONTT – Kébili

Mr. Anouar CHETOUI Tourism Regional Commissioner

7. Governorate of Kébili

Mr. Abdelmajid ABBESS General Secretary

8. Ministry of Culture

Ms. Samira BEN BADR

9. Ministry of Development and International Cooperation

Ms. Essia BELKEFI Director

10. Office of South Development

Mr. Fethi FADHLY Central Director



11. ONTT – North Tunis, Bizerte, South Tunis and Zaghouan

Ms. Besma BEN HAMIDA Regional Commissioner of Tourism Zaghouan and Tunis
-Sud

Mr. Fayçal JEBARI Regional Commissioner of Tourism Tunis-Nord

12. Tunisian Federation of Travel Agencies (FTAV)

Mr. Moncef CHETOUI Vice President

Ms. Nadia KTATA General Secretary

Mr. Chokri ZAABANI President FTAV Tozeur

13. Tunisian Federation of Hotel (FTH)

Ms. Fatma BENNOUR

14. Batouta Voyages

Mr. Zouhair MBAREK

Japanese Side

1. Japan Embassy

H. E. Mr. Juichi TAKAHARA Ambassador

Mr. Daisuke SATO First Secretary

2. JICA Tunisia Office

Mr. Taro KIKUCHI Deputy Chief Representative

Mr. Tetsuya TAKIMOTO Representative

Ms. Saori KONAN Project Formulation Advisor

Ms. Latifa MAMI Program Officer

3. JICA Expert Team

Mr. Toshio URUNO Chief Expert

Mr. Yasuhiro HASEGAWA Expert for Organizational Coordination

Ms. Mai OKAWARA Expert for Tourism Marketing

Handwritten signature

Annex 2 : Agenda

**JICA Project on the Strengthening of the Capacity for Tourism Promotion in The Republic
of Tunisia**

2nd Joint Coordination Committee on 3rd September, 2013

Date and Time: 3rd September, 2013 09:15~10:45

Place: Meeting room at the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis

Agenda:

- 1) 09:15-09:25 Opening Speech The opening speech by the Minister of Tourism
- 2) 09:25-09:35 Opening Speech The opening speech by the Ambassador of Japan in Tunisia
- 3) 09:35-10:25 Presentation of the progress of the Project by the Chief Expert of the Project
- 4) 10:25-10:35 Agreement of the progress report of the Project
- 5) 10:35-10:45 The closing speech by the Deputy Chief Representative of JICA Tunisia office



Tableau 1 Matrice de conception de projet (PDM)

Nom du projet : Projet de renforcement des capacités promotionnelles du tourisme tunisien

Durée du projet : De janvier 2013 à janvier 2016 (3 ans)

Emplacement du projet : Gouvernorats de Tozeur et de Kébili

Groupes cibles : Le MOT (ministère du Tourisme), l'ONTT (Office National du Tourisme Tunisien) et les organisations liées au tourisme

Aperçu du projet :	Indicateurs	Moyens de vérification	Conditions externes
<p>« Objectif global » Des touristes sont diversifiés à travers le marketing et la promotion par la coopération public-privé dans les régions cibles.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La durée de séjour des touristes tunisiens et étrangers (asiatiques) augmente de XX nuits dans les régions cibles. 2. La proportion du nombre de touristes étrangers (asiatiques) par rapport au nombre total de touristes visitant les régions cibles augmente de XX %. 	Données statistiques publiées par l'ONTT et les organisations liées	
<p>« Objectif du projet » Les capacités de marketing et de promotion sont renforcées dans les régions cibles par la coopération entre le MOT, l'ONTT et des organisations liées au tourisme comprenant le secteur privé.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La foire touristique issue de la coopération public-privé est tenue au moins 3 fois. 2. Le matériel de promotion touristique nouvellement créé par la coopération public-privé pour les régions cibles (site web, brochures, etc.) est révisé au moins 4 fois durant la réalisation du projet et les informations sur ce matériel sont mises à jour. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rapport de création du projet 2. Rapport du projet, rapport d'avancement du projet 	<ul style="list-style-type: none"> • Maintien de la sécurité et de la stabilité économique et politique des régions cibles. • Qu'une grave crise économique mondiale ne se produise pas.
<p>« Résultats » Résultat 1 : La coopération entre le MOT, l'ONTT et des organisations liées au tourisme est renforcée dans les régions cibles.</p> <p>Résultat 2 : Des connaissances du MOT, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme dans les régions cibles sont renforcées pour la mise en pratique d'activités de marketing et de promotion touristiques.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 La stratégie de base destinée à attirer des touristes japonais par la coopération public-privé est établie avant l'année 2016. 1.2 Les membres principaux du personnel du MOT, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme participent à chaque groupe de travail (WG) par thème. 1.3 Les LCC sont tenus au moins 2 fois par an. 2.1 En se basant sur le plan créé dans l'activité 2.2, les formations et séminaires destinés au personnel du MOT, de l'ONTT et des organisations liées au tourisme sont 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Stratégie de base établie 1.2 Rapport du projet 1.3 Rapport du projet 2.1 Rapport d'exécution des formations et séminaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Que les politiques et stratégies touristiques principales ne changent pas radicalement. • Qu'il n'y ait pas beaucoup de changement de poste des membres ayant un rôle central dans le projet.

<p>Résultat 3 : Des activités de marketing et de promotion du tourisme sont mises en pratique dans les régions cibles.</p>	<p>2.2 60 % des participants aux formations et aux séminaires obtiennent 80 points sur 100 ou plus lors des tests de compréhension relatifs au marketing et à la promotion touristique.</p> <p>3.1 De nouveaux matériels de promotion touristique basés sur le plan d'action sont créés.</p> <p>3.2 La réunion d'affaires B to B est organisée dans les régions cibles au moins 1 fois avant 2016.</p> <p>3.3 De nouveaux produits touristiques sont développés conformément au plan d'action.</p>	<p>2.2 Rapport des formations et séminaires (rapport du projet)</p> <p>3.1 Matériels créés</p> <p>3.2 Rapport du projet</p> <p>3.3 Produits touristiques développés, rapport du projet</p>	
<p>Activités</p> <p>1.1 Etudier et analyser la situation actuelle et des difficultés concernant le renforcement de la coopération entre le MOT, l'ONTT et des organisations liées au tourisme, la situation actuelle des ressources touristiques, la situation liée au marketing et à la promotion touristique et partager ces résultats entre parties prenantes.</p> <p>1.2 Créer des mécanismes pour renforcer la coopération public-privé entre des organisations liées au secteur du tourisme.</p> <p>1.3 Organiser des forums et des réunions périodiques avec les organisations liées au tourisme pour renforcer la coopération public-privé.</p> <p>2.1 Déterminer les besoins de formation en se basant sur les résultats d'étude de l'activité 1.1.</p> <p>2.2 Elaborer des programmes, des matériels pédagogiques et un plan destiné à la mise en place de formations et séminaires pour répondre aux besoins identifiés.</p> <p>2.3 Mettre en place des formations et séminaires, faire un suivi régulier, réviser les programmes et matériels pédagogiques.</p> <p>3.1 Elaborer la stratégie de marketing et de promotion du tourisme basée sur les résultats de l'étude de l'activité 1.1.</p> <p>3.2 Elaborer des plans d'action de marketing et de promotion du tourisme comprenant le développement de nouveaux produits touristiques.</p> <p>3.3 Mettre en pratique des activités de marketing et de promotion du tourisme basées sur les plans d'action.</p> <p>3.4 Faire un suivi des activités mises en pratique, réviser la stratégie et les plans d'action.</p>	<p style="text-align: center;">Apport</p> <p>Du côté tunisien</p> <p>1. Homologues</p> <ul style="list-style-type: none"> - Directeur principal du projet (MOT) - Directeur du projet (ONTT) - Directeur adjoint du projet (ONTT, ONTT Tozeur, ONTT Kébili) - Personnel de l'ONTT Tozeur et Kébili <p>2. Équipements, installations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bureau du projet - Équipements nécessaires aux activités d'experts japonais (tables, chaises, photocopieuse, imprimante, etc.) <p>3. Dépenses liées aux activités du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dépenses liées aux activités du projet - Dépenses courantes (frais d'Internet, de téléphone ou d'impression pour le bureau, etc.) 	<p>Du côté japonais</p> <p>1. Experts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conseiller en Chef - Coordinateur du Projet - Marketing touristique - Promotion touristique - Développement de produits touristiques - Coordination Organisationnelle <p>2. Personnel nécessaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assistants de projet, etc. <p>3. Autres</p> <ul style="list-style-type: none"> - Équipements nécessaires comme des véhicules - Formation au Japon/formation dans un pays tiers - Dépenses liées aux activités du projet 	<ul style="list-style-type: none"> • Que les activités du projet ne subissent pas les effets considérables de catastrophes naturelles ou d'aggravation de la sécurité. <p>Conditions préalables</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que les organisations liées comprenant le secteur privé ne s'opposent pas au concept et aux activités du projet • Que le nombre suffisant de membres et le budget du projet soient garantis

* La matrice de conception de projet (PDM) sera modifiée en fonction des besoins après approbation du JCC.

(3). Le procès-verbal de la concertation du 3^e JCC

MINUTES OF MEETING
OF THE THIRD JOINT COORDINATION COMMITTEE (JCC) MEETING
OF
THE PROJECT FOR STRENGTHENING THE CAPACITY FOR TOURISM
PROMOTION

The Japanese Expert Team (hereinafter referred to as "the Team") of the Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion (hereinafter referred to as "the Project") headed by Toshio URUNO and the authorities concerned of the Government of the Republic of Tunisia represented by the Minister of Tourism conducted the Third Joint Coordination Committee (hereinafter referred to as "JCC") at the meeting room of the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis on 16th June 2014.

As a result of the discussions, the Team and the Ministry of Tourism agreed the matters referred to in the document attached hereto.

Tunis, Tunisia
16th June 2014



Mr. Toshio URUNO
Chief Expert
Japan International Cooperation Agency



Ms. Amel KARBOUL
Minister of Tourism
The Republic of Tunisia

Attachment

1. Opening

(Tunisia)

H. E. Ms. Amel KARBOUL, Minister of Tourism, delivered the warmest opening address and presented the progress report of the Project.

(Japan)

Mr. Atsushi ASANO, Chief Representative of JICA, also delivered the warmest speech.

2. Approval of the Project Design Matrix (hereinafter referred to as "PDM")

1) Chief Expert Mr. URUNO explained PDM.

The Team redefined the index of the overall goal after the activity in the South region last year.

2) Both sides agreed on the Objectively Verifiable Indicators shown on the PDM.

3. Main Points Discussed

The Team presented the following items. Both sides agreed on all items.

1) The previous activities (from September 2013 to June 2014)

- The outline of the second and third LCC
- The organization of each WG and the detail of WG sessions
- The education tour to Japan implemented in September 2013
- The outline of the Knowledge sharing seminar
The seminars were held in Tunis and Tozeur, in November 2013 and February 2014, respectively.
- The education tour from Japan in February 2014
Five tour operators joined the tour and participated in B2B workshops in Tozeur and Tunis.
- The implementation of coverage exploration and arrangement of the coverage data in the South region based on cooperation with CP
- The grand opening of the Japanese website
Chief Expert showed the Japanese promotion website and explained the contents including the recommended itineraries in the South region, the photos

of the dunes from the photo library and so on.

2) The on-going subjects

- Preparation of the booth of Tunisia at the Tourism Expo Japan in September 2014
- Preparation of promotion materials for the Tourism Expo Japan in September 2014

3) Future activity plans

- The WG sessions
 - (1) Strengthening the Partnership among Concerned Parties in the Tourism Sector
 - (2) Human Resources Development in the Tourism Sector
 - (3) Tourism Product Development
 - (4) Tourism Marketing and Promotion
- The Education tour to Japan in September 2014
- The knowledge sharing seminar in November 2014

4. Closing speech

Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS, Director of International Cooperation of the Ministry of Tourism, gave the closing address.

END

List of Annexes

Annex 1 : List of Attendants

Annex 2 : Agenda

Annex 3 : The Project progress report "The action plan of 2014 and approval of PDM"

Annex 1 : List of the Attendants

Tunisian Side

1. Ministry of Tourism	
H. E. Ms. Amel KARBOUL	Minister of Tourism <Chairperson>
Mr. Nabil Bziwech	Chief Secretary of the Ministry of Tourism
Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS	Director of International Cooperation
Mr.Moez Benhassine	Assistant Director
Ms. Bellelli Rachida	
Mr. Sofiane Debbichi	

2-Tunisia National Tourism Office (ONTT)	
Ms. Wahida JAIET	Director General <Vice Chairperson>
Ms. Nebiha BOUSSETTA	Director of Studies and Statistics Department
Mr. Mohamed JERBI	Director Central
Mr. Amine SOUISSI	Head Service of Edition
Ms. Sarra TITAY	Director
Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI	Manager
Mr. Kais Basly	
Ms. Hanen Sassi	
Mr.Amine Souissi	

3. ONTT – Tozeur	
Mr. Mohamed ESSAYEM	Tourism Regional Commissioner
4. ONTT – Kébili	
Mr. Anouar CHETOUI	Tourism Regional Commissioner

5. ONTT –, Bizerte, South Tunis and Zaghouan	
Ms. Besma BEN HAMIDA	Regional Commissioner of Tourism Bizerte
Mr. Lotfi Souissi	Regional Commissioner of Tourism Zaghouan and Tunis -Sud

6. Hotel school of Tozeur	
Mr. Zoubeir LOUHICHI	Director

7. Ministry of Development and International Cooperation	
Ms. Essia BELKEFI	Director
Ms. Manel Nefzi	

8- South Development Office	
Mr. Mohamed Riahi	Director General
Mr. Ali Elbey	Director

Japanese Side

1. Japan Embassy	
Mr. Daisuke SATO	Counselor
Mr. Hiroyuki KUBOTA	Third Secretary
Mr. Mohamed ELARBI RAOUAFI	Assistant in Economic Cooperation Affairs

2. JICA Tunisia Office	
Mr. Atsushi ASANO	Chief Representative
Mr. Yutaro KANEKO	Representative
Ms. Latifa MAMI	Senior Program Officer

3. JICA Expert Team	
Mr. Toshio URUNO	Chief Expert
Ms. Nami TANAKA	Expert of Public and Private Partnership
Ms. Mai OKAWARA	Expert for Tourism Marketing
Mr. Aritsune OKUDA	Expert for Tourism Product Development
Mr. Yasuhiro HASEGAWA	Expert for Organizational Coordination

Handwritten initials: N, TU

3. JICA Expert Team	
Mr. Toshio URUNO	Chief Expert
Ms. Mai OKAWARA	Expert for Tourism Marketing
Mr. Shinnosuke HORIUCHI	Expert for Tourism Promotion
Mr. Aritsune OKUDA	Expert for Tourism Product Development
Mr. Yasuhiro HASEGAWA	Expert for Organizational Coordination

Annex 2 : Agenda

**JICA Project on the Strengthening of the Capacity for Tourism Promotion
in the Republic of Tunisia**

3rd Joint Coordination Committee on 16th June, 2014

Date and Time: 16th June, 2014 09:00~10:30

Place: Meeting room at the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis

Agenda:

- 1) 09:00-09:15 Opening Speech by the Minister of Tourism
- 2) 09:15-09:25 Opening Speech by the Chief Representative of JICA Tunisia office.
- 3) 09:25-10:15 Presentation of the progress of the Project by the Chief Expert of the Project
- 4) 10:15-10:25 Agreement of the progress report of the Project
- 5) 10:25-10:30 The closing speech by the Director of International Cooperation of the Ministry of Tourism

(4). Le procès-verbal de la concertation du 4^e JCC

MINUTES OF MEETING
OF THE FOURTH JOINT COORDINATING COMMITTEE (JCC) MEETING
OF
THE PROJECT FOR STRENGTHENING THE CAPACITY FOR TOURISM
PROMOTION

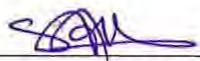
The Japanese Expert Team (hereinafter referred to as "the Team") of the Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion (hereinafter referred to as "the Project") headed by Toshio URUNO and the authorities concerned of the Government of the Republic of Tunisia represented by the Minister of Tourism and Handcrafts conducted the Fourth Joint Coordinating Committee (hereinafter referred to as "JCC") at the meeting room of the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis on 18th May 2015.

As a result of the discussions, the Team and the Ministry of Tourism agreed the matters referred to in the document attached hereto.

Tunis, Tunisia

18th May 2015


Mr. Toshio URUNO
Chief Expert
Japan International Cooperation Agency
(JICA)


Ms. Salma ELLOUMI REKIK
Minister of Tourism and Handcrafts
The Republic of Tunisia

Attachment

1. Opening
(Tunisia)

H. E. Ms. Salma ELLOUMI REKIK, Minister of Tourism and Handcrafts, delivered the warmest opening address.

(Japan)

H. E. Mr. Juichi TAKAHARA, Ambassador of Japan in Tunisia, also delivered the warmest speech.

2. Explanation of LCC

Chief Expert Mr. URUNO stated that the Project progress until January 2015 had been reported and agreed at LCC held in Tunis on 26 February 2015.

3. Approval of the Monitoring sheets

1) Ms. Mouna MATHLOUTHI reported the progress at the intermediate stage of the Project according to the attached document, "Le partage et l'approbation de la fiche de suivi (1)".

2) Chief Expert Mr. URUNO explained the current situation and future plan of the Project according to the attached document, "Le partage et l'approbation de la fiche de suivi (2)".

3) Both sides agreed on the Monitoring sheets.

4. Main Points of each presentation

Ms. Mouna MATHLOUTHI presented the following items.

- 1) Progress of Input
- 2) Progress of Activities
- 3) Achievement of Output
- 4) Achievement of the Project Purpose

Mr. URUNO presented the following items

- 1) Changes of Risks and Actions for Mitigation
 - > Many of the members in the Project have been turned over.
- 2) Delay of Work Schedule and/or Problems
 - > Detail and Cause : The act of Terrorism at the Bardo Museum
 - > Actions to be taken
- 3) Preparation on the side of the Government of Tunisia before the termination of the

Project

5. Comments about the terrorism at the Bardo Museum

The ambassador extraordinary and plenipotentiary of Japan, H.E.Mr.Juichi TAKAHARA, expressed the general anxiety of Japanese to Tunisia in the consequences after the act of terrorism at the Bardo Museum.

Mr.Uruno responded that the rise of alert level resulted from the act did not make a direct impact on the project activities.

6. Closing speech

Mr. Atsushi ASANO, Chief Representative of JICA, gave the closing address.

END

List of Annexes

Annex 1 : List of Attendants

Annex 2 : Agenda

Annex 3 : The documents, "Le partage et l'approbation de la fiche de suivi (1)" and "Le partage et l'approbation de la fiche de suivi (2)"

Annex 1 : List of the Attendants

Tunisian Side

1. Ministry of Tourism	
H. E. Ms. Salma ELLOUMI REKIK	Minister of Tourism and Handcrafts <Chairperson>
Mr. Nabil BZIWECH	Head of Cabinet of the Ministry of Tourism and Handcrafts
Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS	Director of International Cooperation
Ms. Rachida BELLILI	Assistant to International Cooperation
Mr. Sofiane DEBBICHI	Administrator

2. Tunisian National Tourism Office (ONTT)	
Mr. Abdellatif HMAM	Director General <Vice Chairperson>
Ms. Nebiha BOUSSETTA	Director of Studies and Statistics Department
Mr. Mohamed JERBI	Director Central
Mr. Amine SOUISSI	Head Service of Edition
Ms. Meriem MEDDEB	Head service of edition
Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI	Head of Service
Mr. Kais BASLY	Inspectors in Regional Commissioner of Tourism of Tunis south
Ms. Hanen SASSI	Inspectors in Regional Commissioner of Tourism of Tunis south
Mr. Karim BEN SALAH	Head of Service of Communications

tu

8

3. ONTT – Tozeur	
Mr. Mohamed ESSAYEM	Tourism Regional Commissioner
4. ONTT – Kébili	
Mr. Anouar CHETOUI	Tourism Regional Commissioner

5. ONTT – Bizerte, north Tunis and South Tunis and Zaghouan	
Ms. Besma BEN HAMIDA	Regional Commissioner of Tourism Bizerte
Mr. Faycel JABARI	Regional Commissioner of Tourism Tunis north
Mr. Lotfi SOUISSI	Regional Commissioner of Tourism Zaghouan and Tunis -Sud

6. Hotel school of Tozeur	
Mr. Zoubeir LOUHICHI	Director

7. South Development Office	
Mr. Mohamed RIAHI	Director General
Mr. Ali ELBEY	Director

8. Tunisian Federation of Travel Agencies (FTAV)	
Ms. Azza ZAYED	Coordinator FTAV
Mr. Zouhair MBAREK	General Manager of Batouta voyage

TU

8

9. Chott Algérid Tourisme	
Mr. Ahmed HRICHI	General Manager

10. Association CDTOS	
Mr. Nabil GASMI	
Mr. Karim CHERAIT	

Japanese Side

1. Japan Embassy	
H. E. Mr. Juichi TAKAHARA	Ambassador
Ms. Aiko KADO	Second Secretary
Mr. Hiroyuki KUBOTA	Third Secretary

2. JICA Tunisia Office	
Mr. Atsushi ASANO	Chief Representative
Ms. Latifa MAMI	Senior Program Officer

3. JICA Expert Team	
Mr. Toshio URUNO	Chief Expert

Tu

J

Mr. Ko YOSHITAKE	Sub Chief Expert
Ms. Mai OKAWARA	Expert for Tourism Marketing
Mr. Shinnosuke HORIUCHI	Expert for Tourism Promotion
Mr. Yasuhiro HASEGAWA	Expert for Organizational Coordination

Tu

Ⓟ

Annex 2 : Agenda

**JICA Project on the Strengthening of the Capacity for Tourism Promotion
in the Republic of Tunisia
4th Joint Coordinating Committee on 18th May, 2015**

Date and Time: 18th May, 2015 09:15~10:30

Place: Meeting room at the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis

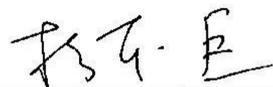
Agenda:

- 1) 09:15-09:25 Opening Speech by the Minister of Tourism and Handcrafts
- 2) 09:25-09:35 Speech by the Ambassador of Japan in Tunisia
- 3) 09:35-09:55 Presentation of the Monitoring sheet of the Project by the Director of International Cooperation of the Ministry of Tourism and Handcrafts
- 4) 09:55-10:10 Presentation of the Monitoring sheet of the Project by the Chief Expert
- 5) 10:10-10:20 Q and A
- 6) 10:20-10:25 Agreement of the Monitoring sheet of the Project
- 7) 10:25-10:30 Closing speech by the Chief Representative of JICA Tunisia office

(5). Le procès-verbal de la concertation du 5^e JCC

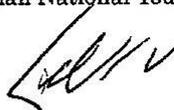
**MINUTES OF MEETING
OF THE FIFTH JOINT COORDINATING COMMITTEE (JCC) MEETING
OF
THE PROJECT FOR STRENGTHENING THE CAPACITY FOR TOURISM
PROMOTION**

**Meeting Room of Golden Tulip El Mechtel Hotel
Tunis, Tunisia
25th November 2015**



Mr. Oki SUGIMOTO
Senior Representative
Tunisia Office
Japan International Cooperation
Agency (JICA)

Mr. Abdellatif HAMAM
Director General
Tunisian National Tourist Office (ONTT)



Mr. Toshio URUNO
Chief Expert
JICA Expert Team

Attachment

1. Opening

(Tunisia)

Mr. Abdellatif HAMAM, Director General of the Tunisian National Tourist Office, delivered the warmest opening address.

(Japan)

Mr. Hiroyuki KUBOTA, the Third Secretary of the Embassy of Japan in Tunisia, also delivered the warmest speech.

2. The result of the JICA Terminal Evaluation

Mr. Akira OHARA, JICA Evaluation Team, explained the Achievement of the project in terms of five evaluation criteria according to the first half of the attached document, Annex 3 "Evaluation Terminale".

Then Mr. Tsutomu NAGAE, JICA Evaluation Team, announced the Recommendations to the Tunisian Government and the Project according to the second half of the attached document, Annex 3 "Evaluation Terminale".

3. Signing of Minutes of Meetings for Terminal Evaluation

The Joint Terminal Evaluation Team and the Tunisian National Tourist Office signed mutually on the Minutes of Meeting for Terminal Evaluation.

4. Comment by the Director General of the Tunisian National Tourist Office

Mr. Abdellatif HAMAM gave his comments on the Project.

Main points are as follows:

- 1) At the beginning of the project, the concept of public and private partnership was new to Tunisia. Through project activities, now we understand the importance and necessity of the partnership among the public and the private sectors. The ONTT needs to establish the infrastructure in cooperation with the Private sectors in order to build up the sustainable Public and Private Partnership.
- 2) Although there are some security issues, the Tunisian side would like to continue its promotion activities towards Japanese markets. To do so, we need a basic strategy towards Japanese market including a recovery plan that will be completed by the end of the project.
- 3) The website on the Tunisian tourism in Japanese is a big achievement of the project and is indispensable to Tunisia. The ONTT has secured the budget for its maintenance and will keep financially supporting its maintenance in the future. The future plan is to integrate the website to Discover Tunisia.com.
- 4) The ONTT acknowledges the necessity of cooperation among the regions especially for developing and promoting regional tourism. Unfortunately, the relationship

between the Central and the Regions has not been adequate up till now and it may take time to resolve this situation.

- 5) Regarding security, Tunisia needs to deal with the damages from negative coverage by the media. The country is basically safe and secure. The government is taking every measure to secure the touristic sites. The ONTT needs to communicate through the media that Tunisia is safe and peaceful to the world. The ONTT would also like to invite Japanese media and journalists to Tunisia so that they can see the real situation and communicate on the project web site.

5. Explanation of the overall progress of the Project

Ms. Mouna MATHLOUTHI reported the Progress and Achievement of the Project during last three years of the Project according to the attached document, "Revue générale du projet and Le rapport sur la progression actuelle et les futures activités".

Main Points of Ms. Mouna MATHLOUTHI presentation are as follows:

- 1) Review of the outline of the Project
- 2) Progress and Achievement of each Output (Leaflets, Website in Japanese etc.)
- 3) Achievement of the Project Purpose (Educ-tour to Japan, Tourism seminar at the Tourism EXPO Japan, FAM Trip from Japan etc.)

6. Explanation and Approval of the progress at the intermediate stage of the third year of the Project

Mr. Toshio URUNO, the Chief Expert of the Project, reported the Progress and Achievement at the intermediate stage of the third year of the Project and it has been approved by the participants.

Main points of Mr. Toshio URUNO's presentation are as follows:

- 1) Progress of Output (Tourist map in Japanese)
- 2) Public and Private Partnership = PPP (MOU & Memorandum among stakeholders)
- 3) Educ-tour to Japan and Activities at the Tourism EXPO Japan

7. Closing speech

Mr. Oki SUGIMOTO, Senior Representative of JICA Tunisia, gave the closing address.

END

List of Annexes

Annex 1 : List of Attendants

Annex 2 : Agenda

Annex 3 : The document, "Evaluation Terminale"

Annex 4 : The document, "Revue générale du projet and Le rapport sur la progression actuelle et les futures activités"

Annex 1 : List of the Attendants

Tunisian Side

1. Ministry of Tourism and Handicrafts	
Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS	Director of International Cooperation <Vice Chairperson>
Ms. Rachida BELLELLI	Administrator
Mr. Sofiane DEBBICHE	Administrator

2. Tunisian National Tourist Office (ONTT)	
Mr. Abdellatif HAMAM	Director General <Chairperson>
Ms. Sarra TITAY	Director Central
Mr. Mohamed JERBI	Director Central, Capacity Development and Quality
Mr. Amine SOUISSI	Head Service of Edition
Ms. Meriem MEDDEB	Head Service of Edition
Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI	Head of Service
Mr. Karim BEN SALAH	Head of Service of Communications

3. ONTT – Tozeur	
Mr. Mohamed ESSAYEM	Tourism Regional Commissioner

4. ONTT – Kébili	
Mr. Anouar CHETOUI	Tourism Regional Commissioner

tu

5. ONTT – Bizerte and North Tunis	
Ms. Besma BEN HAMIDA	Regional Commissioner of Tourism Bizerte
Mr. Faycal JEBARI	Regional Commissioner of Tourism Tunis-nord

6. Hotel school of Monastir	
Mr. Zoubeir LOUHICHI	Director

7. Tunisian Federation of Travel Agencies (FTAV)	
Ms. Azza ZAIED	Coordinator FTAV
Mr. Imen BEJAOU	Coordinator FTAV

8. Regional Federation of Hotels Tozeur (FRH Tozeur)	
Mr. Moncef MAKHLOUF	President
Mr. Adel DHOUBI	General Secretary

9. Chott Aljerid Tourisme	
Mr. Ahmed HRICHI	General Manager

Tu

Japanese Side

1. Japan Embassy	
Mr. Hiroyuki KUBOTA	Third Secretary
Ms. Kinue HATANO	Researcher
Mr. Mohamed ELARBI RAOUAFI	Assistant in Economic Cooperation Affairs

2. JICA Tunisia Office	
Mr. Oki SUGIMOTO	Senior Representative
Mr. Yutaro KANEKO	Representative
Ms. Latifa MAMI	Senior Program Officer

3. JICA Terminal Evaluation Team	
Mr. Tsutomu NAGAE	Evaluation Team Leader/Visiting Senior Advisor, JICA HQ
Ms. Momoko SUZUKI	Evaluation Planner/Deputy Director, Private Sector Development Division 2, JICA HQ
Mr. Akira OHARA	Terminal Evaluation Consultant (Section Manager, INGEROSEC Corporation)

4. JICA Expert Team	
Mr. Toshio URUNO	Chief Expert
Mr. Ko YOSHITAKE	Sub Chief Expert
Ms. Nami TANAKA	Expert of Public and Private Partnership
Ms. Mai OKAWARA	Expert for Tourism Marketing

Mr. Shinnosuke HORIUCHI	Expert for Tourism Promotion
Mr. Yasuhiro HASEGAWA	Expert for Organizational Coordination

T. A

Annex2 : Agenda

**JICA Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion
in the Republic of Tunisia
5th Joint Coordinating Committee**

Date and Time: 25th November, 2015 14:00~16:00

Place: Meeting room at the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis

Agenda:

- 1) 14:00-14:10 Opening Speech by the Director General of the Tunisian National Tourist Office
- 2) 14:10-14:20 Speech by the Third Secretary of the Embassy of Japan in Tunisia
- 3) 14:20-15:00 The result of the JICA Terminal Evaluation
 - The Achievement of the project in terms of five evaluation criteria (Mr. Ohara, JICA Team)
 - Overall comment by co-evaluator (Tunisian C/P)
 - Recommendations (Mr. Nagae, JICA Team)
- 4) 15:00-15:10 Q and A
- 5) 15:10-15:15 Signing of Minutes of Meetings for Terminal Evaluation
- 6) 15:15-15:45 Presentation of the Progress and Achievement of the Project during last three years by the Director of International Cooperation of the Ministry of Tourism and Handicrafts
- 7) 15:45-15:55 Presentation of the Progress and Achievement of the Project during the third year by the Chief Expert of the Project and Approval
- 8) 15:55-16:00 Closing speech by the Senior Representative of JICA Tunisia office

(6). Le procès-verbal de la concertation du 6^e JCC

MINUTES OF MEETING
OF THE SIXTH JOINT COORDINATING COMMITTEE (JCC) MEETING
OF
THE PROJECT FOR STRENGTHENING THE CAPACITY FOR TOURISM
PROMOTION

Meeting Room of Golden Tulip El Mechtel Hotel
Tunis, Tunisia
27th January 2016



Mr. Atsushi ASANO
Chief Representative
Tunisia Office
Japan International Cooperation
Agency (JICA)



Mr. Abdellatif HAMAM
Director General
Tunisian National Tourist Office (ONTT)



Mr. Toshio URUNO
Chief Expert
JICA Expert Team

Attachment

1. Opening

(Tunisia)

Mr. Abdellatif HAMAM, Director General of the Tunisian National Tourist Office, delivered the warmest opening address.

(Japan)

Mr. Daisuke SATO, the Counselor of the Embassy of Japan in Tunisia, also delivered the warmest speech.

2. The Public and Private Partnership between ONTT and FTAV

Ms. Nadia KTATA, the General Secretary of FTAV, expressed the necessity to enhance the Japanese website in conjunction with ONTT, especially to promote the South region. Mr. Karim BEN SALAH in charge of global website in ONTT made a presentation about the history of the Japanese website and the future plan.

3. Signing of the Convention between ONTT and FTAV

Mr. Abdellatif HAMAM, the Director General of the Tunisian National Tourist Office, and Mr. Mohamed Ali TOUMI, the President of the Federation of Tunisian Travel Agencies, both signed the Convention.

4. Signing on MM of the completion of the Project

Since Mr. Abdellatif HAMAM, the Director General of ONTT had to leave the JCC due to another appointment, the signing ceremony has been performed ahead of schedule.

Mr. Toshio URUNO explained the sustainable recommendations for the future which had already been submitted to Mr. Abdellatif HAMAM. Both parties signed the MM.

5. Explanation of the overall progress of the Project

Ms. Mouna MATHLOUTHI presented the Terminal Report of the Project for last three years according to the attached document, "Revue générale du projet (Rapport final) et les Recommandations de l'évaluation terminale".

6. Progress and Achievement of the Recommendations from JCC in November

1) From Tunisian authority

Ms. Mouna MATHLOUTHI explained the Progress and Achievement of the Recommendations.

2) From Japanese Expert Team

Mr. Toshio URUNO reported the Progress and Achievement from the Recommendations showing the educational materials, all documents from LCC, WGS and Educ-tour to Japan.

7. Approval of the Terminal report

The Terminal report has been approved by the participants.

8. Opinions from ONTT directors, directress and chiefs involved in the Project

All ONTT members stated they learned a lot from the Project and would like to continue the activities by themselves.

9. Closing speech

Mr. Atsushi ASANO, Chief Representative of JICA Tunisia, gave the closing address.

END

List of Annexes

Annex 1 : List of Attendants

Annex 2 : Agenda

Annex 3 : The document, "Revue générale du projet (Rapport final) et les
Recommandations de l'évaluation terminale"

Annex 1 : List of the Attendants

Tunisian Side

1. Ministry of Tourism and Handicrafts	
Ms. Mouna MATHLOUTHI GHLISS	Director of International Cooperation <Vice Chairperson>
Ms. Rachida BELLELLI	Administrator
Mr. Sofiane DEBBICHI	Administrator

2. Tunisian National Tourist Office (ONTT)	
Mr. Abdellatif HAMAM	Director General <Chairperson>
Ms. Sarra TITAY	Director Central
Mr. Mohamed JERBI	Director Central, Capacity Development and Quality
Mr. Amine SOUSSI	Head Service of Edition
Ms. Meriem MEDDEB	Head Service of Edition
Mr. Mohamed Mehdi JALLOULI	Head of Service
Mr. Karim BEN SALAH	Head of Service of Communications

3. ONTT – Tozeur	
Mr. Anouar CHETOUI	Tourism Regional Commissioner

4. ONTT – Kébili	
Mr. Mohamed ESSAYEM	Tourism Regional Commissioner

Handwritten signature/initials

5. ONTT– Bizerte and North Tunis	
Mr. Faycal JEBARI	Regional Commissioner of Tourism Bizerte

6. South Development Office	
Mr. Mohamed RIAHI	Director General
Mr. Ali EL BEY	Director
Mr. Mounir BEN KHALED	Administrator

7. Tunisian Federation of Travel Agencies (FTAV)	
Mr. Mohamed Ali TOUMI	President
Ms. Nadia KTATA	General Secretary
Ms. Azza ZAIED	Coordinator
Mr. Imen HEZAMI	Coordinator
Mr. Amen Allah BEN SALAH	Coordinator

Japanese Side

1. Japan Embassy	
Mr. Daisuke SATO	Counselor
Mr. Hiroyuki KUBOTA	Third Secretary
Mr. Mohamed ELARBI RAOUAFI	Assistant in Economic Cooperation Affairs

2. JICA Tunisia Office	
Mr. Atsushi ASANO	Chief Representative
Mr. Yutaro KANEKO	Representative
Ms. Latifa MAMI	Senior Program Officer

3. JICA Expert Team	
Mr. Toshio URUNO	Chief Expert
Ms. Nami TANAKA	Expert of Public and Private Partnership
Ms. Mai OKAWARA	Expert for Tourism Marketing
Mr. Aritsune OKUDA	Expert for Tourism Product Development
Mr. Yasuhiro HASEGAWA	Expert for Organizational Coordination

Annex2 : Agenda

**JICA Project for Strengthening the Capacity for Tourism Promotion
in the Republic of Tunisia
6th Joint Coordinating Committee**

Date and Time: 27th January, 2016 10:00~12:00

Place: Meeting room at the Golden Tulip El Mechtel Hotel in Tunis

Agenda:

- 1) 10:00-10:10 Opening Speech by the Director General of the Tunisian National Tourist Office
- 2) 10:10-10:20 Speech by the Counselor of the Embassy of Japan in Tunisia
- 3) 10:20-10:25 Speech by the President of FTAV
- 4) 10:25-10:30 Signing of the Convention between ONTT and FTAV
- 5) 10:30-10:50 Presentation of the Terminal Report of the Project by the Director of International Cooperation of the Ministry of Tourism and Handicrafts
- 6) 10:50-11:20 Presentation of the Progress and Achievement of the Recommendations from the Terminal Evaluation Report in the 5th JCC by the Chief Expert of the Project and by the Counterpart respectively
- 7) 11:20-11:35 Q and A
- 8) 11:35-11:40 Approval of the Terminal Report
- 9) 11:40-11:50 Signing of M/M on Handing over materials produced during the project period
- 10) 11:50-12:00 Closing speech by the Chief Representative of JICA Tunisia office

2. LA LISTE DES PARTICIPANTS AUX LCC

(1). La liste des participants au 1^{er} LCC

La liste des participants au 1^{er} JCC est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Amel KALLEL	ONTT
Amira ZOUNATI	ONTT
Anouar CHETOUI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Chaouki LATRACHE	ONTT
Faycal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Feriel GADHOUMI	ONTT
Issam KHEREDDINE	Secrétaire général de la FTH (vice-président de la « Formation C »)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Ktata NADIA	Secrétaire générale de la FTAV
Maher OUESLATI	ONTT
Med Oussama BEN YEDDER	ONTT
Med Wajih BELGHITH	ONTT
Meriem MEDDEB	ONTT
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Mohamed JERBI	ONTT
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Rachida BELLELLI	MOTH
Riadh DKHILI	ONTT (département de marketing)
Sarra TITAY	ONTT
Yahiya ABOUDA	ONTT (école hôtelière)
Zoubeida FELAH	ONTT
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Hiroko KONNO	Bureau de la JICA en Tunisie
Saori KONAN	Bureau de la JICA en Tunisie
Leo NAKAMURA	Interprétariat
Ramses KOMURO	Interprétariat
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

(2). La liste des participants au 2^e LCC

La liste des participants au 2^e JCC est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelfattah MLIK	Agence de voyages
Abdelmarek SABOUR	Directeur d'une agence de voyages
Abderazak CHAURIF	Directeur de l'hôtel « Bel Horizon Nefta »
Amira ZOUNALI	ONTT
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Bouali GHARBI	Agence de voyages « TUNISIAN COLORS Travel »
Chaouri LATRACHE	ONTT
Chokri ZAABANI	Représentant de la branche de Tozeur de la FTAV, agence de voyages « Deset Explorer »
Chokri SELRI	Directeur de l'école hôtelière de Tozeur l'Avenir
Dida LA ABIDI	Agence de voyages « Hafsi Travel »
Fehmi KHALED	Hôtel « Palm Beach Tozeur »
Hanene ROUSSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Hrichi AHMED	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Jamel MLIK	Agence de voyages « Caravane du Sahara »
Kamel EL BOUBI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Lazhar MSAADI	Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur de l'ONTT (responsable de service)
Lotfi BOUACCA	Agence de voyages « Au cœur du désert »
Mahjoubi SALHA	Média « TAP »
Martine MAYA	Agence de voyages « TOST »
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed GADDES	Golf « Golf Oasis »
Mohamed JERBI	ONTT
Ridah DKHILI	ONTT (département de marketing)
Sarra TITAY	Représentant de la « Ste. des Loisirs Touristiques », entreprise nationale de l'ONTT
Sassi BOUSSAOUDA	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	École hôtelière de Tozeur

(3). La liste des participants au 3^e LCC

La liste des participants au 3^e JCC est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Adel DHOUBI	TRH Tozeur
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Ali EL BEY	Directeur de l'Office de développement du Sud
Amine SOUSSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional au Tourisme du gouvernorat de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Essia BELKEFI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Fedia ABID	FTAV
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Kais BASLY	ONTT (inspecteur de l'industrie hôtelière)
Lotfi SOUSSI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Manel NEFZI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Moez BELHASSINE	MOTH (directeur adjoint de l'amélioration du tourisme)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mohamed RIAHI	Représentant de l'Office de développement du Sud
Moncef CHETOUI	Représentant adjoint de la FTAV
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Nebiha BOUSSETTA	ONTT (directrice)
Othman ELOUAKDI	ONTT (siège du développement de la qualité et des techniques spécialisées)
Rachida BELLELLI	MOTH
Sarra TITAY	Représentant de la « Ste. des Loisirs Touristiques », entreprise nationale de l'ONTT
Sofiane DEBBICHE	MOTH
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Aritsune OKUDA	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

(4). La liste des participants au 4^e LCC

La liste des participants au 4^e JCC est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Ali ABDELMOUL	Agences de voyages « Ghilane Travel Service Douz »
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Faycal JERBI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Feriel GADHOUMI	ONTT
Rachida BELLELLI	MOTH
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Issam EL MESSASI	Secrétaire général de la FTH (vice-président de la « Formation C »)
Kais BASLY	ONTT (inspecteur de l'industrie hôtelière)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Katsuhiko HIROMATSU	Agence de voyages « Travel Sun »
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mestari RIAHI	Association pour le développement de Medjez el-Bab
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Nebiha BOUSSETTA	ONTT (directrice)
Omar RIAHI	FTAV
Sofiane DEBBICHE	MOTH
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	École hôtelière de Tozeur
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Asuka SHIBUYA	Bureau de la JICA en Tunisie
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Aritsune OKUDA	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

(5). La liste des participants au 5^e LCC

La liste des participants au 5^e JCC est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelmarek SABOUR	Agence de voyages « Gérant Agence la perle du désert »
Adel DHOUBI	Branche de Tozeur de la FRH
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Hamza SOLTANE	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de l'ONTT de Kébili)
Hanene ROUSSI	Agence de voyages « Évasion Voyage »
Jamel BEN DALY	Hôtel « Ras el Ain »
Jamel MLEK	Agence de voyages « Caravane du Sahara »
Kamel EL BOUBI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Khaled TOUIL	Agence de voyages « Touil Travel Tunisia »
Konima HEDFI	Agence de voyages « Nomades »
Lotfi BOUACCA	Agence de voyages « Au cœur du désert »
Med BOUCHIBA	Agence de voyages « Tunisian Family Travel »
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Moncef MAKHLOUF	Représentant de la branche de Tozeur de la FRH
Mouldi SASSI	Agence de voyages « Sassi Tour »
Riadh CHEBBI	Agence de voyages « Overseas Travel »
Sofiane DEBBICHI	Département de la coopération internationale du MOTH
Souheil MERKHI	Hôtel « Sofitel Palm Beach »
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Yasser SOUF	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Yutaro KANEKO	Bureau de la JICA en Tunisie
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA
Nami TAKANA	Équipe d'experts de la JICA
Emiko NIIMURA	Interprétariat

(6). La liste des participants au 6^e LCC

La liste des participants au 6^e JCC est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelatif DAKHALOUI	HÔTEL « Ksar Rouge »
Ali ABDELMOURA	Branche de Douz de la FRAV
Ali BEN ZAIED	Agence de voyages « Zaid Travel Agency »
Amara WARDA	ONTT (inspecteur de l'industrie hôtelière)
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Bechir TOUHAMI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Habib ZAWI	Comité du festival de Bouhlel
Hamza SOLTANE	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Imed ASSAS	« HÔTEL El Mouradi »
Ines ERRACHID	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Kamel EL BOUBI	ONTT (personnel du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Khaled TOUIL	Agence de voyages « Touil Travel Tunisia »
Lassad ZAWI	Comité du festival de Bouhlel
Lotfi BOUACCA	« Agence de voyages du cœur du désert »
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Moez ZARROUK	« HÔTEL El Mouradi »
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme Tozeur)
Mohamed JERBI	ONTT
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Sarra TITAY	ONTT
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Emiko NIIMURA	Interprétariat
Tomoko MICHIGAMI	Coordinatrice
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA
Aritsune OKUDA	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA

3. LA LISTE DES PARTICIPANTS AUX SESSIONS DE WG

(1). La liste des participants à la 1^{re} session de WG

La liste des participants à la 1^{re} session de WG est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Ali ABDELMOUL	Agences de voyages « Ghilane Travel Service Douz »
Amira ZOUNALI	ONTT
Anis BRADAI	ONTT
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Belhabib KAOUTHER	ONTT
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Karim BEN SALAH	ONTT
Karim Chraïet	Comité du festival international des Oasis de Tozeur
Faycal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Feriel GADHOUMI	ONTT
Maher OUESLATI	ONTT
Meriem MEDDEB	ONTT (département de marketing)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mohamed OUSSAMA	Café « BEN YEDDER »
Mounir BEN MILED	Président de la FTH
Nadia KETATA	Secrétaire générale de la FTAV
Ridah DKHILI	ONTT (département de marketing)
Sarra TITAY	ONTT
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »

(2). La liste des participants à la 2^e session de WG

La liste des participants à la 2^e session de WG est la suivante.

Les participants de la session qui a eu lieu le 3 septembre 2013 WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » et WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelmajid ABBESS	Gouverneur de Kébili
Amel KALLEL	ONTT
Anouar CHETOUI	ONTT Commissariat Régional du Tourisme de Kébili
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Chokri ZAABANI	Représentant de la branche de Tozeur de la FTAV
Essia BELKEFI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Fayçal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Fethi FADHLY	Office de développement du Sud
Mohamed BEN JABER	Gouverneur de Tozeur
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Mohamed JERBI	ONTT
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT
Moncef CHETOUI	Représentant adjoint de la FTAV
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Nebiha BOUSSETTA	ONTT
Rachida BELLELLI	MOTH
Sarra TITAY	ONTT
Sassi BOUSSOUDA	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Sofiène BEN SALHINE	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Béja)
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Tetsuya TAKIMOTO	Bureau de la JICA en Tunisie

Les participants de la session qui a eu lieu le 4 septembre 2013 WG « Développement des produits touristiques » et WG « Marketing et promotion du tourisme »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Amel KALLEL	ONTT
Anouar CHETOUI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de l'ONTT de Kébili)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Chokri ZAABANI	Représentant de la branche de Tozeur de la FTAV
Fayçal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Mohamed JERBI	ONTT
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT
Moncef CHETOUI	Représentant adjoint de la FTAV
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Nebiha BOUSSETTA	ONTT
Rachida BELLELLI	MOTH
Sarra TITAY	ONTT
Sassi BOUSSOUDA	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Wajih BELGHITH	ONTT
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Tetsuya TAKIMOTO	Bureau de la JICA en Tunisie

(3). La liste des participants à la 3^e session de WG

La liste des participants à la 3^e session de WG est la suivante.

Les participants de la session qui a eu lieu le 19 novembre 2013 WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » et WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Amira ZOUNALI	ONTT
Azusa WATANABE	Agence de voyages « Travel Sun »
Anouar CHETOUI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Chaouri LATRACHE	ONTT
Chokri ZAABANI	Directeur de la branche de Tozeur de la FTAV
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Kais BASLY	ONTT
Karim BEN SALAH	ONTT
Mafa DURAKTI	ONTT
Mek Oussama BEN YEDDA	ONTT
Meriem MEDDEB	ONTT
Mnif RIDAH	Hôtel « Camp Mars »
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Mohamed JERBI	ONTT
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT
Moncef MAKHLOUF	Directeur de la branche de Tozeur de la FRH
Narjet BOUASKER	Hôtel « Menara Ex hotel Lilas »
Rachida BELLELLI	MOTH
Ridah SHIRI	Représentante de FRIS Écotourisme Bizerte
Sami LABIDI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis)
Sarra TITAY	ONTT
Sofiane BEN SOLHINE	ONTT
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zekri LAMIYA	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Tetsuya TAKIMOTO	Bureau de la JICA en Tunisie
Miyuki HISAMATSU	Bénévole de la JICA

Les participants de la session qui a eu lieu le 20 novembre 2013 WG « Développement des produits touristiques » et WG « Marketing et promotion du tourisme »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Amira ZOUNALI	ONTT
Anouar CHETOUI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Azusa WATANABE	Agence de voyages « Travel Sun »
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)

Chaouri LATRACHE	ONTT
Chokri ZAABANI	Directeur de la branche de Tozeur de la FTAV
Feriel GADHOUMI	ONTT
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Kais BASLY	ONTT
Maher OUESLATI	ONTT
Mek Oussama BEN YEDDA	ONTT
Meriem MEDDEB	ONTT
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT
Moncef CHETOUI	Directeur adjoint des branches de la FTAV
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Rachida BELLELLI	MOTH
Sami LABIDI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis)
Sarra TITAY	ONTT
Sofiane BENSOLHINE	ONTT
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zekri LAMIYA	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Miyuki HISAMATSU	Bénévole de la JICA

(4). La liste des participants à la 4^e session de WG

La liste des participants à la 4^e session de WG est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Amel KALLEL	ONTT
Amira ZOUNATI	ONTT
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Chaouki LATRACHE	ONTT
Faycal JEBARI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Feriel GADHOUMI	ONTT
Issam KHEREDDINE	Secrétaire général de la FTH (vice-président de la « Formation C »)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Ktata NADIA	Secrétaire générale de la FTAV
Lamia ZEKRI	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Maher OUESLATI	ONTT
Med Oussama BEN YEDDER	Café « BEN YEDDER »
Med Wajih BELGHITH	ONTT
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Rachida BELLELLI	MOTH
Riadh DKHILI	Agence de voyages « Overseas Travel »
Sarra TITAY	Représentant de la « Ste. des Loisirs Touristiques », entreprise nationale de l'ONTT
Yahiya ABOUDA	ONTT (école hôtelière)
Zoubeida FELAH	ONTT
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Tetsuya TAKIMOTO	Bureau de la JICA en Tunisie
Leo NAKAMURA	Interprétariat
Ramses KOMURO	Interprétariat
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

(5). La liste des participants à la 5^e session de WG

La liste des participants à la 5^e session de WG est la suivante.

Les participants de la session qui a eu lieu le 16 juin 2014 WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » et WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Adel DHOUBI	TRH Tozeur
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Ali EL BEY	Directeur de l'Office de développement du Sud
Amine SOUSSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Essia BELKEFI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Fedia ABID	FTAV
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Kais BASLY	ONTT (inspecteur de l'industrie hôtelière de l'ONTT)
Lotfi SOUSSI	ONTT (directeur du commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Manel NEFZI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Moez BELHASSINE	MOTH (directeur adjoint de l'amélioration du tourisme)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Mohamed RIAHI	Représentant de l'Office de développement du Sud
Moncef CHETOUI	Représentant adjoint de la FTAV
Nebiha BOUSSETTA	ONTT (directrice)
Othman ELOUAKDI	ONTT (siège du développement de la qualité et des techniques spécialisées)
Rachida BELLELLI	MOTH
Sarra TITAY	Représentant de la « Ste. des Loisirs Touristiques », entreprise nationale de l'ONTT
Sofiane DEBBICHE	MOTH
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Aritsune OKUDA	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

Les participants de la session qui a eu lieu le 17 juin 2014 WG « Développement des produits touristiques » et WG « Marketing et promotion du tourisme »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelfattah MLIK	Agence de voyages
Abdelmarek SABOUR	Directeur d'une agence de voyages
Abderazak CHAURIF	Directeur de l'hôtel « Bel Horizon Nefta »
Adel DHOUIBI	FRH Tozeur
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Ali ABDELMOUL	Média « TAP »
Ali EL BEY	Directeur de l'Office de développement du Sud
Ali ABDELMOUL	Agences de voyages « Ghilane Travel Service Douz »
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Amira ZOUNALI	ONTT
Azusa WATANABE	Agence de voyages « Travel Sun »
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Chaouki LATRACHE	ONTT
Chokri SELRI	Directeur de l'école hôtelière de Tozeur l'Avenir
Chokri ZAABANI	Représentant de la branche de Tozeur de la FTAV, agence de voyages « Deset Explorer »
Dida LAABIDI	Agence de voyages « Hafsi Travel »
Essia BELKEFI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Faycal JERBI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Fedia ABID	FTAV
Feriel GADHOUMI	ONTT
Gharbi BOUALI	Agence de voyages « TUNISIAN COLORS Travel »
Hanene ROUISSI	Agence de voyages « Évasion Voyage »
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Issam EL MESSASI	Secrétaire général de la FTH (vice-président de la « Formation C »)
Jamel MLIK	Agence de voyages « Agence caravane du Sahara »
Kais BASLY	ONTT, inspecteur de l'industrie hôtelière
Kamel EL BOUBI	ONTT, Commissariat Régional au Tourisme de Tozeur de l'ONTT
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Katsuhiko HIROMATSU	Agence de voyages « Travel Sun »
Khaled FEHMI	Hôtel « Palm Beach Tozeur »
Lazhar MSAADI	Commissariat Régional au Tourisme de Tozeur de l'ONTT (responsable de service)
Lamiya ZEKRI	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Lotfi BOUACCA	Agence de voyages « Au cœur du désert »
Lotfi SOUISSI	ONTT (directeur du commissariat Régional au Tourisme de Tunis Sud)
Maha DURAKTI	ONTT
Maher OUESLATI	ONTT
Manel NEFZI	Ministère du Développement et de la Coopération internationale
Maya MARTINE	Agence de voyages « TOST »
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Mek Oussama BEN YEDDA	ONTT

Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mestari RIAHI	Association pour le développement de Medjez el-Bab
Moez BELHASSINE	MOTH (directeur adjoint de l'amélioration du tourisme)
Mohamed JERBI	ONTT
Mohamed RIAHI	Représentant de l'Office de développement du Sud
Moncef CHETOUI	Représentant adjoint de la FTAV
Moncef MAKHLOUF	Représentant de Tozeur de la FRH
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed GADDES	Golf « Golf Oasis »
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Monia GASRI	Membre de l'assemblée du gouvernorat de Kébili
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Narjet BOUASKER	Hôtel « Menara Ex hôtel Lilas »
Nebiha BOUSSETTA	ONTT
Omar RIAHI	FTAV
Othman ELOUAKDI	ONTT (siège du développement de la qualité et des techniques spécialisées)
Rachida BELLELLI	MOTH
Ridah DKHILI	ONTT (département de marketing)
Ridah MNIF	Hôtel « Camp mars »
Ridah SHIRI	Représentante de FRIS Écotourisme Bizerte
Sami LABIDI	ONTT (inspecteur du tourisme du Commissariat Régional du Tourisme de la région de Tunis)
Sarra TITAY	Représentant de la « Ste. des Loisirs Touristiques », entreprise nationale de l'ONTT
Sassi BOUSSAOUDA	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Sofiane BENSOLHINE	ONTT (inspecteur de l'industrie hôtelière)
Sofiane DEBBICHE	MOTH
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Asuka SHIBUYA	Bureau de la JICA en Tunisie
Miyuki HISAMATSU	Bénévole vétéran de la JICA
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Aritsune OKUDA	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

(6). La liste des participants à la 6^e session de WG

La liste des participants à la 6^e session de WG est la suivante.

Les participants de la session qui a eu lieu le 5 mars 2015 WG « Développement des produits touristiques » et WG « Marketing et promotion du tourisme »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelmalek SABOUR	Agence de voyages « La Perle du Désert »
Ahmed ABDELMOULA	Agence de voyages « Défi du Désert Voyage »
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Ali BEN BELGACEM	Agence de voyages « Bédouin Tour »
Ali BEN HAMED	Agence de voyages « Kamel Transhance Tours »
Ali BEN ZAIED	Agence de voyages « Zaied Travel Agency »
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Bechir BEN SLIMAN	Agence de voyages « Les Amis du Sahara Douz »
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Faycal JERBI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Hassen Belgacem	Agence de voyages « Sahara Adventure Tunisia »
Houdou BEN ALI	Agence de voyages « Israa Travel Douz »
Idris ABDELMALEK	Agence de voyages « Vue de Désert Voyage »
Jamel MHASRI	Hôtel « Ksar Rouge »
Kamel BOUBI	ONTT (personnel du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
M'hammed BEN JEDIDI	Agence de voyages « Libre Espace Voyages »
Moez BEN ABDELJELIL	FRAV sud-ouest Douz
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mokhtar BEN FRAJ	Hôtel « Meheri Douz »
Moncef CHETOUI	FTAV DOUZ
Nebiha BOUSSETTA	ONTT (directrice)
Ramzi BEKRI	Agence de voyages « Palm Kebili Travel »
Taher JALILEZR	Agence de voyages « Sahara Tunisie »
Zoubair LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur

Les participants de la session qui a eu lieu le 6 mars 2015 WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » et WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelmoula AHMED	Agence de voyages « Appel-désert »
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Ali BEN HAMED ALI	Agence de voyages « Gerant Kamel Transhuma »
Ali BEN ZAIED	Agence de voyages « Gerant Zaied Travel »
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Barka HAMED	Responsable de l'agence de voyages « Agence Nefzaoua.Voyage »
Belgacem HASSEN	Agence de voyages « Sahara Aventures Tunisia »
Ben Belgacem BACHAR	Agence de voyages « Camping »
Ben Mma MERZOUGI	Agence de voyages « Ksar Ghilane El Biben »
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Faycal JERBI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Kamel EL BOUBI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Jaliler TAHER	Agence de voyages « Sahara Tunisie »
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Moez BEN ABDELJELIL	Responsable de la FRAV
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Moncef CHETOUI	Représentant adjoint de la FTAV
Nebiha BOUSSETTA	ONTT
Ramzi BEKRI	Agence de voyages « Palm Kebili Travel »
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, directeur de l'école hôtelière de Tozeur
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Asuka SHIBUYA	Bureau de la JICA en Tunisie
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Aritsune OKUDA	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA

(7). La liste des participants à la 7^e session de WG

La liste des participants à la 7^e session de WG est la suivante.

Les participants de la session qui a eu lieu le 18 mai 2015 WG « Développement des produits touristiques » et WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Ali ELBEY	Directeur de l'Office de développement du Sud
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Faycal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Lotfi SOUISSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud et de Zaghouan)
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mohamed RIAHI	Représentant de l'Office de développement du Sud
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Nebiha BOUSSETTA	ONTT
Rachida BELLELLI	MOTH
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Zouhair MBAREK	Agence de voyages « Batouta Voyages »
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Ko YOSHITAKE	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA
Emiko NIIMURA	Interprétariat

Les participants de la session qui a eu lieu le 19 mai 2014 WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme » et WG « Marketing et promotion du tourisme »	
Nom	Affiliation, rôle, etc.
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Besma BEN HAMIDA	ONTT (directrice du Commissariat Régional du Tourisme de Bizerte)
Faycal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Hanene SASSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Lotfi SOUISSI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Sud et de Zaghouan)
Nebiha BOUSSETTA	ONTT
Mejda BEN SEDRINE	ONTT (directrice du département de gestion de la qualité)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT Tozeur
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Mouna MATHLOUTHI GHLISS	MOTH
Rachida BELLELLI	MOTH
Sofiane DEBBICHE	MOTH
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur Bureau de la JICA en Tunisie
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Ko YOSHITAKE	Équipe d'experts de la JICA
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA
Emiko NIIMURA	Interprétariat

(8). La liste des participants à la 8^e session de WG

La liste des participants à la 8^e session de WG est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Abdelmarek SABOUR	Agence de voyages « Gérant Agence la perle du désert »
Adel DHOUBI	Branche de Tozeur de la FRH
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Anouar CHETOUI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili, responsable du WG « Développement des produits touristiques »)
Hamza SOLTANE	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Hanene ROUSSI	Agence de voyages « Évasion Voyage »
Jamel BEN DALY	Hôtel « Ras el Ain »
Jamel MLEK	Agence de voyages « Caravane du Sahara »
Kamel EL BOUBI	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Khaled TOUIL	Agence de voyages « Touil Travel Tunisia »
Konima HEDFI	Agence de voyages « Nomades »
Lotfi BOUACCA	Agence de voyages « Au cœur du désert »
Med BOUCHIBA	Agence de voyages « Tunisian Family Travel »
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed JERBI	ONTT (directeur de la formation du personnel, responsable du WG « Formation du personnel dans le secteur touristique »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Moncef MAKHLOUF	Représentant de la branche de Tozeur de la FRH
Mouldi SASSI	Agence de voyages « Sassi Tour »
Riadh CHEBBI	Agence de voyages « Overseas Travel »
Sofiane DEBBICHI	Département de la coopération internationale du MOTH
Souheil MERKHI	Hôtel « Sofitel Palm Beach »
Tomoko MICHIGAMI	Agence de voyages « Travel Sun »
Yasser SOUF	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Yutaro KANEKO	Bureau de la JICA en Tunisie
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA
Nami TAKANA	Équipe d'experts de la JICA
Emiko NIIMURA	Interprétariat

(9). La liste des participants à la 9^e session de WG

La liste des participants à la 9^e session de WG est la suivante.

Nom	Affiliation, rôle, etc.
Ahmed HRICHI	Agence de voyages « Chott Aljerid Tourisme »
Amine SOUISSI	ONTT (responsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Faycal JEBARI	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tunis Nord)
Hamza SOLTANE	ONTT (Commissariat Régional du Tourisme de Kébili)
Karim BEN SALAH	ONTT (responsable du département de marketing et du site web en japonais)
Meriem MEDDEB	ONTT (responsable du département de marketing à destination de l'Asie, coresponsable du WG « Marketing et promotion du tourisme »)
Mohamed ESSAYEM	ONTT (directeur du Commissariat Régional du Tourisme de Tozeur et responsable du WG « Renforcement de la coordination des parties prenantes du secteur du tourisme »)
Mohamed Mehdi JALLOULI	ONTT (chef de service du département de gestion de la qualité)
Moncef MAKHLOUF	Représentant de la branche de Tozeur de la FRH
Zoubeir LOUHICHI	ONTT, école hôtelière de Tozeur
Latifa MAMI	Bureau de la JICA en Tunisie (responsable de projet)
Tsutomu NAGAE	Siège de la JICA
Momoko SUZUKI	Siège de la JICA
Akira OHARA	Consultants de la JICA pour l'évaluation
Emiko NIIMURA	Interprétariat
Hejra BOUSSOU RAYA	Interprétariat
Tomoko MICHIGAMI	Coordinatrice
Mai OKAWARA	Équipe d'experts de la JICA
Shinnosuke HORIUCHI	Équipe d'experts de la JICA
Toshio URUNO	Équipe d'experts de la JICA
Ko YOSHITAKE	Équipe d'experts de la JICA
Yasuhiro HASEGAWA	Équipe d'experts de la JICA
Nami TAKANA	Équipe d'experts de la JICA