

5 PREVISION DE LA DEMANDE POUR 2016

5.1 PERSPECTIVES GLOBALES DU TOURISME TUNISIEN

5.1.1 Tendence globale du marché du tourisme mondial

Avec l'accroissement des revenus disponibles ainsi que les progrès technologiques, le tourisme mondiale enregistre une croissance vigoureuse¹, le chiffre global des arrivées touristiques à travers le monde ayant progressé à un taux moyen annuel de 5,3% entre 1985 à 1998 et a presque doublé en passant de 327 millions d'arrivées en 1985 à 637 millions en 1998. Cette croissance était largement plus rapide que celle de l'économie mondiale, qui s'est située à un taux moyen de 3,3% par an durant la même période.

Bien que la croissance ait quelque peu fléchi récemment (3,9% par an de 1995 à 98) essentiellement en raison d'une croissance lente en Asie du Sud-Est et en région Pacifique², le nombre de touristes européens sortants a augmenté à un taux moyen de 4,6% par an de 1995 à 1998, à peine inférieur à celui de la période 1985-98 (4,9% par an). Le taux de croissance des touristes émanant du marché américain (Américains du Nord et Latino-Américains confondus), second marché émetteur dans le monde après l'Europe, a lui aussi augmenté avec une moyenne de 3,7% par an de 1995 à 1998 et 3,8% en 1985-98. Avec une plus forte croissance économique mondiale et des pays asiatiques qui arrivent à maintenir leur vigoureuse croissance économique, il est raisonnable de s'attendre à ce que le tourisme mondial continue de progresser durant la première décennie du 21ème siècle.

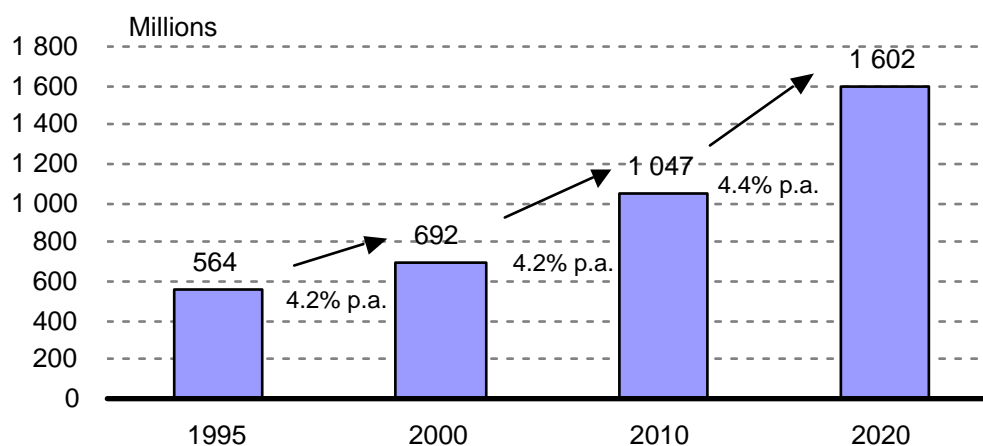
Selon les prévisions de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), les arrivées internationale de touristes dans le monde entier atteindraient un milliard d'ici 2010 et 1,6 milliard vers 2020 (voir le tableau 5.1.1). Ces chiffres représentent un taux annuel de croissance moyen soutenu de 4,2 à 4,4%, largement supérieur à la progression maximale probable de 3% par an, de l'économie mondiale. Et même si l'on prévoit que l'Asie de l'Est et la région du Pacifique contribueraient fortement à cette croissance (voir le schéma 5.1.1 et le tableau 5.1.2), le nombre des touristes européens, qui continueront à représenter le plus important segment du marché tunisien, augmenteront aussi à un rythme soutenu. C'est un schéma plausible, du moins pour les années à venir, à la lumière de l'état de santé de l'économie européenne³ ainsi que du potentiel de croissance prévu des marchés de l'Europe de l'Est, y compris les ex-républiques soviétiques.

¹ Les chiffres cités sont ceux publiés dans « Tourism Highlights » de l'OMT, 1ère Edition, Mars 2000.

² Les touristes sortants au départ de l'Asie de l'est et du Pacifique qui constituent 15 % de l'ensemble du marché, ont progressé à un taux moyen de 2.2 % par an en 1995-98 contre 8.3 % par an en 1985 -98. Cette lenteur est largement attribuée à la récession persistante de l'économie japonaise durant les années 90 et la crise monétaire et économique en Asie du Sud-Est des quelques dernières années.

³ Des prévisions récentes de l'IMF relatives à la croissance du PNB de l'Union Européenne (UE) indiquent une augmentation de 3. 2 % en 2000 et 3% en 2001, par rapport à la moyenne de 2.3 % par an en 1995-99 (Source : IMF, World Economic Outlook Database, Avril 2000). Les prévisions pour l'U.E par l'OECD sont légèrement supérieures, avec 3.4 % de croissance en 2000 et 3.1 % en 2001 (Source : OECD, Economic Outlook N° 67, Juin 2000).

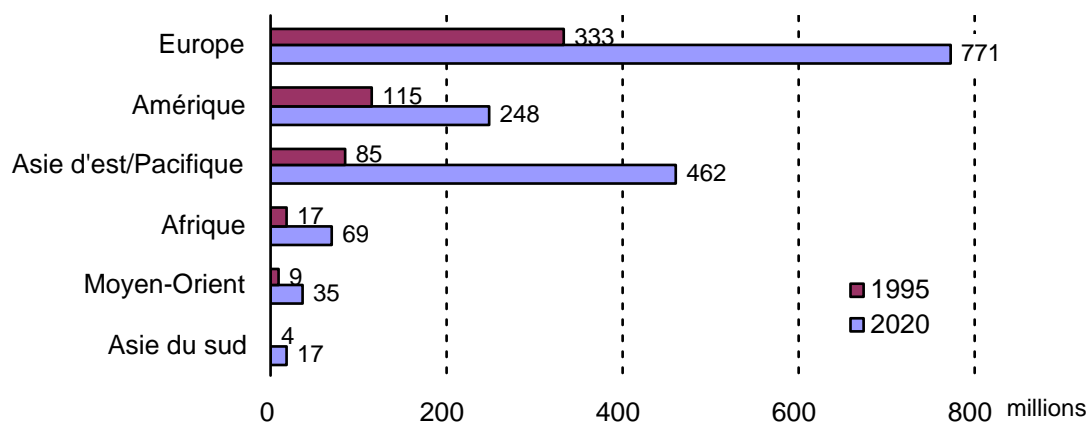
Schéma 5.1.1 Prévissions de l'OMT des arrivées de touristes 1995-2020



N.B. : Les chiffres en 2000, 2010 et 2020 sont prévus tandis que celui de 1999 est réel. Le pourcentage en dessous des flèches constitue les taux de croissance moyens.

Source : OMT, Vision du tourisme 2020, 1997.

Schéma 5.1.2 Prévissions des touristes sortants par région émettrice, 1995-2020



Source : OMT, Vision du tourisme 2020, 1997

Tableau 5.1.1 Prévissions du taux moyen de croissance annuel du nombre de touristes sortants à l'horizon 2020

Europe	Amériques	Asie de l'Est Pacifique	Afrique	Moyen-Orient	Asie du sud	Total Monde
3,4	3,1	7,0	5,7	5,6	5,5	4,3

Unité : % par an

Source : OMT, Vision du tourisme 2020, 1997

5.1.2 Tendances et perspectives globales pour le tourisme tunisien

Le tourisme tunisien s'est bien comporté durant les années 90 pour attirer des visiteurs étrangers, particulièrement au départ de l'Europe. Le tableau 5.1.2 montre la croissance des arrivées enregistrées en Tunisie par région, en comparaison avec la croissance des sorties de touristes à l'échelle internationale, par région émettrice. Le recours aux données de 1998 (plutôt que celles de 1999) s'explique par la disponibilité des statistiques des touristes sortants.

Comme indiqué, les visiteurs Européens qui se rendent en Tunisie ont progressé plus vite que le total de sorties enregistrées en Europe. Toutefois, la croissance du nombre global des entrées en Tunisie était inférieure (quoique encore robuste) à celle des Européens, principalement en raison d'un accroissement du nombre de visiteurs venant des pays du Maghreb. La tendance de croissance pour d'autres pays, bien que ne représentant encore qu'une fraction marginale, n'a pas été particulièrement forte.

Tableau 5.1.2 Croissance récente des sorties internationales contre arrivées de visiteurs étrangers en Tunisie

Région	Taux de Croissance Moyen Annuel (% par an)	
	1990-1998	1995-1998
Sorties touristes par région		
Europe	4,1	4,6
Amériques	2,7	3,7
Asie de l'Est / Pacifique	6,2	2,2
Afrique	3,7	5,1
Moyen-Orient	4,9	6,6
Asie du sud	6,5	4,4
Total mondial	4,2	3,9
Arrivées visiteurs en Tunisie		
Europe	7,1	8,5
Maghreb	1,6	-1,5
Amérique du Nord	10,4	3,9
Autres	4,2	3,8
Total	5,0	4,6

Source: OMT, Tourism Highlights 2000 1ère édition, mars 2000 et ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

Maintenir une solide croissance du nombre d'arrivées en Tunisie dépend largement des efforts que fournira le pays en matière de développement touristique qui devrait en partie reposer sur la solidité de son économie. Les perspectives de l'économie tunisienne sont positives ; il est prévu de réaliser une solide croissance à moyen terme, capable d'assurer une capacité économique globale et des ressources financières qui pourraient correspondre et même accélérer la croissance du nombre des visiteurs étrangers si une partie adéquate de ces ressources est consacrée effectivement à une amélioration de la qualité dont le secteur en a grand besoin. Des prévisions récente du FMI avance le chiffre de

6,1-6,7% par an comme taux de croissance moyen du PNB de 2001 et 2006⁴. De plus, le processus de libéralisation du commerce en cours, basé sur l'Accord d'Association avec l'Union Européenne de 1995, pourrait comme on s'y attend, augmenter le nombre des visiteurs européens, potentiellement en amenant un plus grand nombre d'étrangers disposés à se rendre dans le pays pour le tourisme.

Toutefois, il est à noter que l'environnement du marché entourant la Tunisie est probablement en passe de s'endurcir. La concurrence internationale en matière de balnéaire est si intense qu'il existe un danger potentiel de voir la part de marché de la Tunisie (aussi bien que d'autres pays méditerranéens) s'éroder considérablement, à moins que des efforts appropriés ne soient fournis. Les prévisions de l'OMT indiquent un taux de croissance moyen de 2,8% par an des arrivées en région méditerranéenne sur la période de 1995-2020⁵, par opposition au taux de croissance global de 4,3% par an pour le tourisme mondial. Bien que ces prévisions concernent l'ensemble de la région méditerranéenne, elles devraient être considérées comme alarmantes également pour la Tunisie, surtout que les touristes européens sont de plus en plus nombreux à choisir des destinations en dehors de la région méditerranéenne⁶.

⁴ Source : FMI, Tunisie : Conclusions préliminaires de la mission FMI 2000 Article IV, octobre 2000.

⁵ Source : OMT, Vision du tourisme 2020, 1997. Ces prévisions concernent 21 pays Méditerranéens, y compris ceux d'Europe, d'Afrique du Nord (dont la Tunisie), et du Moyen-Orient.

⁶ En réaction à cette tendance des marchés européens, une publication de l'OMT recommande aux destinations méditerranéennes de l'Europe d'orienter davantage leur produit et leurs efforts de développement du marché vers des destinations lointaines (particulièrement le Japon et les puissances économiques émergentes d'Asie et d'Amérique du Nord et du Sud), signalant que les destinations traditionnelles du marché européen vont devoir s'efforcer de continuer à développer les facteurs de différenciation de leurs produits et marchés. Ceci étant de nature à leur éviter la « banalisation » de leur image de marque. (Source : OMT, Vision du tourisme 2020, 1997).

5.1.3 Tendances récentes et perspectives par segment du marché

Globalement, les performances futures du tourisme tunisien dépendent largement de la taille et de la croissance des marchés émetteurs ? Et à quelle mesure la Tunisie peut accroître sa part de marché dans chacun de ces marchés ? D'où l'intérêt de considérer la tendance enregistrée récemment sur ces marchés comme référence pour les prévisions de la demande.

Le tableau 5.1.3 fait apparaître les parts de la Tunisie dans le nombre total de touristes sortants dans le monde, par marché émetteur (en 1998), la croissance récente par marché des arrivées en Tunisie et la croissance récente du total mondial de touristes sortants par marché. Quoique ces données peuvent ne pas refléter suffisamment l'exacte position de la Tunisie, principalement parce que les sorties de touristes en provenance des marchés émetteurs devraient inclure un certain nombre de voyageurs qui ne concernent pas la Tunisie et la proportion de ces voyageurs sur le total des sorties de touristes peut varier considérablement selon les pays émetteurs⁷, ces données demeurent valables pour fournir des renseignements utiles pour faire des projections. A noter que les pays du Maghreb nécessitent un traitement à part, n'ayant fait l'objet d'aucun effort promotionnel ou de développement du marché, pour plusieurs raisons y compris des raisons politiques.

⁷ Ces voyageurs pourraient inclure plusieurs hommes d'affaires, visites familiales et autres, en plus des vacanciers qui n'auront aucune préférence à se rendre en Tunisie, même si le pays entreprend les actions pour le développement du tourisme conformément aux recommandations de ce rapport.

Tableau 5.1.3 Parts du marché de la Tunisie et tendance récente de la croissance des entrées par pays émetteur

Pays / région	Calcul des parts de marché de la Tunisie en 1998			Taux Moyen de Croissance Annuel			
	Total sorties (milliers)	arrivées en Tunisie (milliers)	Parts de Tunisie (%)	Arrivées visiteurs étrangers en Tunisie			Total Sorties 1995-98
				1990-99	1994-99	1995-98	
Europe de l'Ouest		2 740		7,3%	7,0%	7,5%	
Allemagne	78 932	884	1,1%	8,9%	4,0%	1,8%	1,9%
France	23 628	709	3,0%	7,7%	13,0%	15,1%	8,1%
Italie	18 588	328	1,8%	7,2%	9,1%	10,1%	5,1%
R. Uni	52 726	264	0,5%	3,5%	-0,4%	3,3%	8,0%
Scandinavie	17 273	56	0,3%	-1,9%	0,9%	-2,0%	-0,4%
Autriche	11 222	106	0,9%	15,2%	14,1%	17,7%	-4,0%
Belgique	12 734	115	0,9%	6,6%	11,1%	15,7%	6,8%
Pays Bas	24 848	68	0,3%	-3,7%	-3,0%	-1,1%	8,5%
Suisse	11 347	84	0,7%	9,6%	7,6%	4,2%	2,1%
Espagne	13 685	68	0,5%	11,1%	15,1%	26,9%	2,7%
Europe de l'Est		213		N,A	20,4%	26,5%	
Pologne	7 260	87	1,2%	N,A	41,2%	64,1%	4,9%
Tchéquie	2 577	51	2,0%	50,6%	18,9%	15,8%	17,9%
Hongrie	4 087	17	0,4%	N,A	1,4%	-4,5%	6,5%
Russie	6 877	26	0,4%	26,5%	19,5%	26,2%	4,3%
Europe autres		116		5,3%	1,0%	9,3%	
Amérique du Nord		28		8,9%	2,2%	3,9%	
Autres sauf Maghreb		109		0,4%	-2,5%	3,8%	
Total		4 718		4,7%	4,6%	4,6%	

Source : OMT, le Rapport Economique sur le Tourisme de l'OMT, 1ère édition -1998, 1999 ; et le Tourisme Tunisien en chiffres de l'ONTT

Les principales points tirés à la lumière de ces tendances sont :

- La Tunisie a enregistré une bonne performance en ce qui concerne l'Europe de l'Ouest, particulièrement les marchés français, italien, autrichien et belge comme suggéré non seulement par le taux élevé de croissance des arrivées de visiteurs mais aussi par les parts du marché relativement plus élevées pour ces pays émetteurs.
- La part de la France est particulièrement élevée, suivie par celle de l'Italie, suggérant une préférence accrue des touristes émanant de ces pays pour la Tunisie (que chez les touristes provenant des autres pays émetteurs), pour diverses raisons y compris l'usage du français sa nature est largement répandu dans le pays, leur proximité et familiarité avec la Tunisie. La part dans le marché allemand, qui est encore le principal marché émetteur de la Tunisie, est également relativement élevée. La Tunisie a augmenté le nombre de ses touristes à un rythme rapide au début des années 90, malgré un fléchissement au cours des quelques dernières années qui pourrait être attribué en partie à la baisse du taux de sorties au départ de l'Allemagne.
- Les pays d'Europe de l'Ouest continueront certainement à représenter les principaux marchés émetteurs de la Tunisie. On s'attend à ce marché augmente avec une vitesse régulière. On constate également que les arrivées

de visiteurs d'Europe de l'Ouest généralement en augmentation, à une limite dépendant de plusieurs facteurs, y compris les efforts des secteurs public et privé en matière de développement touristique et de marketing.

- De plus, il y a des marchés d'Europe occidentale qui semblent avoir été sous-exploités (par exemple le Royaume Uni et les Pays Bas, comme le démontre la progression lente de leurs arrivées et des parts relativement plus faibles dans ces pays). Ceci est aussi vrai pour les pays scandinaves pour lesquels la Tunisie enregistre de faibles tendances. Il y a donc un espace pour développer les marchés de manière substantielle dans ces pays.
- Les arrivées provenant de l'Europe de l'Est a augmenté particulièrement vite dans les années 90. Cette région dans sa globalité continuera à se placer parmi les marchés émetteurs pour la Tunisie qui augmentent le plus rapidement, en raison de l'accroissement prévu de leurs revenus qui peuvent intervenir rapidement et qui pourrait tendre à stimuler davantage la demande pour des voyages internationaux.
- Les arrivées en provenance de l'Amérique du Nord et des autres régions (sauf pays du Maghreb) n'ont représenté qu'une petite fraction du total des arrivées en Tunisie. Cette tendance est appelée à perdurer en multiples raisons tels que l'existence de destinations alternatives à des distances plus rapprochées et qui offrent des produit similaires à ceux disponibles en Tunisie. Toutefois, il existe une grande part de potentiel pour accroître considérablement les entrées de touristes de long-courrier (quoique leur nombre sera toujours petit), provenant principalement des grand marchés émetteurs y compris les Etats-unis, le Canada et le Japon ; cela dépendra des efforts du pays en termes de développement du tourisme et de marketing.

S'agissant des pays du Maghreb, la Tunisie n'a pas entrepris d'actions marketing et de promotion pour augmenter le nombre de visiteurs de ces pays. Les arrivées de visiteurs d'Algérie et de Libye en 1999 étaient d'environ 600.000 pour chaque pays, comptant pour près 12% du total, bien qu'une grande partie d'entre eux (probablement venus faire du shopping ou pour visiter les amis et parents pour la plupart) ne séjourne pas dans les hôtels classés.

L'économie algérienne, avec le secteur des hydrocarbures constituant son épine dorsale, a enregistré une bonne et constante croissance au cours des dernières années, à un taux moyen de 3.3% par an de 1995 à 1999, en partie grâce aux progrès de la réforme économique, l'expansion du secteur du gaz et du pétrole et la flambée des prix du brut en 1999. L'inflation a également été maîtrisée au cours des quelques dernières années. Des estimations récentes du FMI indiquent un taux de croissance du PNB de 4,0-4,3% par an au cours de la période 2000-2004⁸. Le gouvernement algérien poursuit également une politique de diversification de l'économie en attirant les investissements nationaux et étrangers ailleurs que dans le secteur de l'énergie.

L'économie libyenne à orientation socialiste dépend fortement du secteur pétrolier dont les revenus combinés à une population peu nombreuse, donnent au pays l'un

⁸ Source : IMF, Algérie : Rapport pour les année 2000, Article IV Consultation, juin 2000.

des plus élevés des revenus par tête d'habitant en Afrique. Son économie a fonctionné au ralenti depuis le début des années 90, bien que les prix du pétrole plus élevés depuis de 1999 a conduit a augmenter les revenus provenant des exportations et a aidé à stimuler cette économie. Suite à la levée en avril 1999, des sanctions de l'ONU imposées depuis 1992, la Libye cherche à attirer davantage de investisseurs étrangers.

Tandis que les perspectives économiques à long terme, pour ces pays (qui tendent à être fortement dépendants des prix mondiaux de l'énergie) semblent encore incertaines, des efforts de développement actif de ces marchés pourraient aboutir à un retournement de situation en ce qui concerne les arrivées de visiteurs au départ de ces pays dans l'avenir. De même qu'il y aurait un potentiel pour augmenter dans l'avenir le nombre de visiteurs d'Egypte et du Maroc avec le développement économique et de la hausse des revenus dans ces pays.

5.2 PREVISION DES ENTREES DE VISITEURS ETRANGERS

5.2.1 Hypothèses pour la prévision

Basée sur une analyse du tourisme mondial sortant par marché émetteur et sur les perspectives globales du tourisme tunisien envisagées ci-dessus ainsi que sur plusieurs considérations et hypothèses décrites ci-dessous, cette projection vise les principaux pays européens et sous-régions de départ ainsi que le Maghreb, l'Amérique du Nord, et autres (Japon, Australie, etc.), et suppose un taux de croissance considéré comme raisonnable pour chaque pays / région.

Plusieurs facteurs affecteront la demande future, comme l'amélioration de l'infrastructure locale, les installations et services, l'intensification du marketing et de la promotion etc. Toutefois, des facteurs moins importants pouvant affecter la demande seront sans doute des facteurs extérieurs comme les situations économiques dans les principaux pays émetteurs et la stabilité politique régionale. Si ces facteurs changent radicalement, s'en suivront des fluctuations substantiels sur la demande. Les projections ont été établies sur l'hypothèse que des facteurs néfastes, comme une récession économique frappant les principaux marchés émetteurs et une instabilité politique dans les pays voisins (Algérie ou Libye), pourraient se produire à une échelle très limitée mais qu'ils ne persisteront pas longtemps.

D'autres hypothèses utilisées sont les suivantes :

- Les entrées de visiteurs en provenance des principaux pays de départ (par exemple l'Allemagne, la France, l'Italie, l'Autriche et la Belgique) augmenteront à un rythme qui reflète la récente tendance à plus court terme en partie en raison des efforts de promotion et de marketing dont on attend qu'ils continuent, alors que le taux de croissance se stabilisera sur un plus long terme pour atteindre approximativement un niveau de 3,0 - 3,5% par an, plus ou moins égal aux estimations de l'OMT pour la croissance du tourisme européen en dehors des frontières (décrit plus haut), et qui sont considérées comme raisonnables.
- Les entrées de visiteurs en provenance d'autres pays de départ importants où un développement significatif du marché peut être atteint (comme le Royaume Uni, les Pays Bas et les pays Scandinaves, pour lesquels la part de la Tunisie dans le nombre total des voyageurs en dehors des frontières est bien moins élevé que dans d'autres pays de départ importants), augmenteront à un rythme plus rapide grâce aux efforts de promotion et de marketing plus agressifs qu'on prévoit (dans le cas de croissance plus élevée tel qu'il est décrit plus loin).
- Les entrées de visiteurs en provenance des pays de l'Est Européen continueront à augmenter rapidement au vu de la tendance récente et du potentiel de croissance économique à long terme de ces pays.
- Le taux de croissance des entrées provenant des pays du Maghreb suivra l'ancienne tendance jusqu'en 2001 en parallèle avec le changement du

climat politique (par exemple, levée graduelle des sanctions imposées à la Libye-une moindre dépendance vis-à-vis de la Tunisie en tant que porte de sortie aérienne), mais finira par augmenter à long terme comme résultat de l'effort marketing et de promotion ainsi que du développement économique de ces pays,

- Bien que numériquement petit, un taux de croissance positif est prévu pour l'Amérique du Nord et les autres (USA, Japon, Australie, etc.) en raison de leur potentiel de marchés et d'un effort d'intensification du développement du marché de la part du secteur du tourisme tunisien.

5.2.2 Prévion des entrées de visiteurs

Le nombre des entrées de visiteurs dépendra de l'importance des efforts déployés pour le développement du tourisme, même si toutes les autres conditions restent inchangées. Dans le présent tome, divers plans (appelés « Plan National ») sont proposés afin d'actualiser et de moderniser le tourisme du pays en vue d'accueillir un plus grand nombre de touristes étrangers. L'on peut donc raisonnablement anticiper que l'application effective et efficace de ces nouveaux plans contribuera à augmenter le nombre des arrivées de touristes étrangers.

Dans cette perspective, deux scénarios de croissance sont ici présentés: la version A et la version B, en fonction respectivement d'une haute croissance avec le Plan national et d'une basse croissance sans ce Plan. Le scénario A est considéré comme réalisable dans le cadre des efforts de développement menés par le Plan National tandis que la version B suppose un minimum d'efforts compte tenu de l'absence d'un tel Plan.

Plus précisément, ces scénarios sont fondés sur les hypothèses suivantes(en dehors de celles présentées dans la section précédente):

- Scénario A : adopte des taux de croissance supérieurs et suppose que la situation extérieure ne changeraient pas de manière radicale dans le court terme et qu'elle et s'améliorera à long terme. Il suppose également que les installations touristiques nationales, les prestations de service, les structures de commodités pour les visiteurs et l'infrastructure de soutien se seront fortement améliorées afin de satisfaire les besoins de touristes de plus en plus avertis en même temps qu'un effort de développement du marché plus agressif basé sur une offre de produits plus attractifs et diversifiés et des approches davantage focalisées sur le marché.
- Scénario B : adopte des taux de croissance inférieurs et suppose que la situation à l'extérieur ne changera pas radicalement à court terme et s'améliorera à long terme. Il suppose de même que les installations touristiques nationales, les prestations de service et l'infrastructure de soutien se maintiendront à un niveau pour au minimum satisfaire l'accroissement de la demande et que le niveau actuel de l'effort de développement du marché actuel sera poursuivi.

En se fondant sur les hypothèses ci-dessus ainsi que sur celles présentées dans la

section précédente, des prévisions sur les entrées de visiteurs en Tunisie ont été réalisées pour ces deux scénarios. Les résultats sont indiqués dans le schéma 5.2.1 et de manière plus détaillée dans le tableau 5.2.1 qui montre les prévisions par source, pays/région.

Avec le scénario A, à savoir le cas d'une croissance supérieure, il est estimé que le total des entrées de visiteurs étrangers atteindra 6,7 millions en 2006, 8,2 millions en 2011 et enfin 10,1 millions en 2016. La moyenne du taux de croissance pour la période de 15 ans allant de 2001 à 2016 calculée d'après les prévisions ci-dessus serait de 4,4 % par an pour le total des entrées de visiteurs, un taux sensiblement équivalent aux prévisions à long terme de l'OMT pour le tourisme international décrit plus haut.

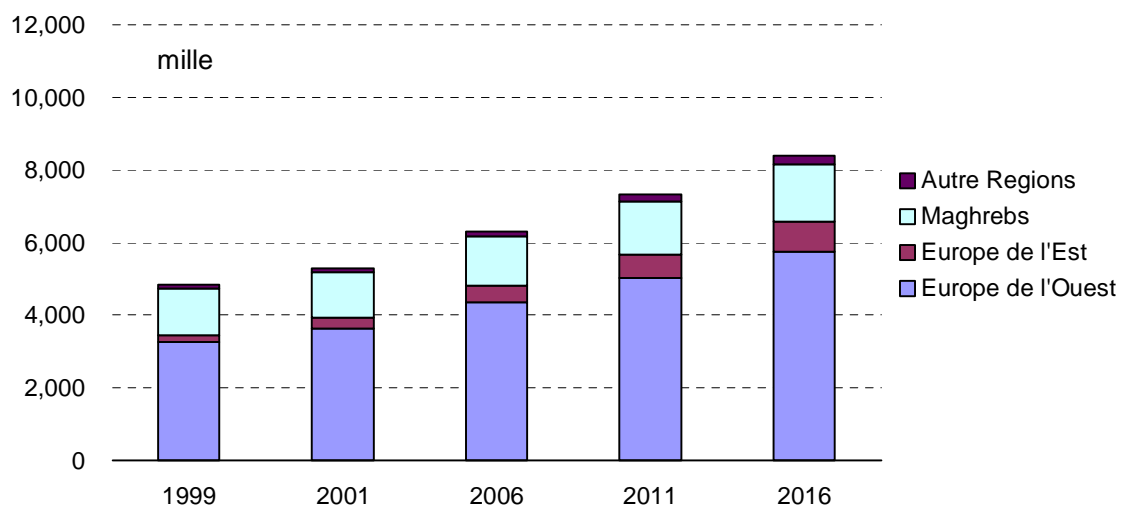
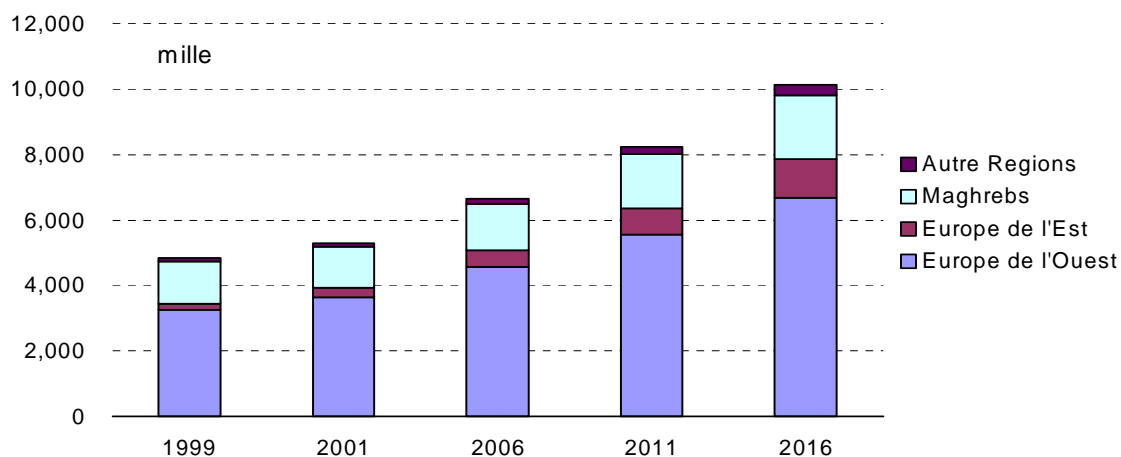
Avec le scénario B, à savoir le cas d'une croissance inférieure, on prévoit que le total des entrées de visiteurs étrangers atteindrait 6,3 millions en 2006, 7,3 millions en 2011 et 8,4 en 2016. La moyenne du taux de croissance prévue avec ce scénario sur une période de 15 ans de 2001 à 2016 serait de 3,1 % par an. De plus, dans ce cas, l'accroissement du total des entrées en provenance d'Europe est estimé à une moyenne de 3,5 % par an au cours de cette même période de 15 ans, un taux sensiblement égal à celui estimés des prévisions à long terme de l'OMT concernant les sorties de touristes européens.

Il est à noter les points suivants concernant la projection du Scénario A dans la période du Xième Plan National :

- Il est prévu une augmentation des arrivées totales de visiteurs étrangers à un taux moyen de croissance de 4,6 % par an en 2001-06, ce qui est égal à celui réalisé en 1994-99, tandis que les prévisions à long terme de l'OMT pour le nombre de touristes européens à destination de l'étranger (décrites plus haut) indiquent un taux moyen de croissance annuel de 3,4 % en 1990-98, 4,6 % en 1995-98, comme décrit plus haut).
- Cette prévision favorable a résulté de l'analyse qui prend en compte l'amélioration importante du tourisme tunisien attendue si des efforts de développements sont faits comme exposé dans le Plan National proposé (décrit plus loin dans ce rapport).
- Si la croissance se réalise comme prévu, un tel résultat peut être jugé comme une bonne performance, en partie si l'on considère le fait que la Tunisie est déjà une destination touristique bien établie et confirmée, où la croissance tend à se stabiliser.

Schéma 5.2.1 Prédiction des entrées de visiteurs en Tunisie par région émettrice

Scénario A : Croissance supérieure (unités : milliers d'entrées)



Scénario B : Croissance inférieure (unités : milliers d'entrées)

Source : Equipe d'étude JICA

Tableau 5.2.1 Prédiction des entrées de visiteurs en Tunisie par région émettrice

Scénario A : Croissance supérieure (Unité: millier entrées)

Région	1999 (Réel)	2001	TCMA 1999-2 001	2006	TCMA 2001-2 006	2011	TCMA 2006-2 011	2016	TCMA 2011-2 016
Total Europe	3 461	3 926	6,5%	5 070	5,2%	6 362	4,6%	7 850	4,3%
Europe de l'Ouest	3 025	3 399	6,0%	4 265	4,6%	5 174	3,9%	6 191	3,7%
Allemagne	1 036	1 117	3,8%	1 332	3,6%	1 567	3,3%	1 817	3,0%
France	894	1 052	8,5%	1 343	5,0%	1 595	3,5%	1 849	3,0%
Italie	355	410	7,5%	548	6,0%	690	4,7%	819	3,5%
R Uni	262	278	3,0%	346	4,5%	463	6,0%	665	7,5%
Scandinavie	65	65	0,0%	75	3,0%	93	4,5%	119	5,0%
Autriche	138	161	8,0%	206	5,0%	244	3,5%	283	3,0%
Belgique	132	156	8,5%	209	6,0%	262	4,7%	312	3,5%
Suisse	110	127	7,5%	166	5,5%	203	4,0%	241	3,5%
Pays Bas	69	69	0,0%	80	3,0%	107	6,0%	154	7,5%
Autres	188	212	6,0%	272	5,1%	343	4,8%	426	4,4%
Europe de l'Est	211	279	15,0%	493	12,0%	793	10,0%	1 166	8,0%
Total Maghreb	1 263	1 263	0,0%	1 429	2,5%	1 656	3,0%	1 967	3,5%
Amérique du Nord	27	32	8,0%	46	8,0%	68	8,0%	100	8,0%
Autres	81	83	1,0%	108	5,5%	152	7,0%	213	7,0%
Total	4 832	5 303	4,8%	6 653	4,6%	8 238	4,4%	10 130	4,2%

Scénario B : Croissance inférieure (Unité: millier d'entrées)

Région	1999 (Réel)	2001	TCMA 1999-2 001	2006	TCMA 2001-2 006	2011	TCMA 2006-2 011	2016	TCMA 2011-2 016
Total Europe	3 461	3 926	6,5%	4 802	4,1%	5 668	3,4%	6 581	3,0%
Europe de l'ouest	3 025	3 399	6,0%	4 061	3,6%	4 691	2,9%	5 381	2,8%
Allemagne	1 036	1 117	3,8%	1 282	2,8%	1 450	2,5%	1 641	2,5%
France	894	1 052	8,5%	1 280	4,0%	1 484	3,0%	1 720	3,0%
Italie	355	410	7,5%	523	5,0%	636	4,0%	738	3,0%
UK	262	278	3,0%	322	3,0%	373	3,0%	433	3,0%
Scandinavie	65	65	0,0%	75	3,0%	93	4,5%	119	5,0%
Autriche	138	161	8,0%	196	4,0%	222	2,5%	251	2,5%
Belgique	132	156	8,5%	199	5,0%	236	3,5%	274	3,0%
Suisse	110	127	7,5%	159	4,5%	184	3,0%	213	3,0%
Pays bas	69	69	0,0%	69	0,0%	73	1,0%	76	1,0%
Autres	188	212	6,0%	258	4,0%	295	2,8%	339	2,8%
Europe de l'Est	211	279	15,0%	450	10,0%	646	7,5%	825	5,0%
Total Maghreb	1 263	1 263	0,0%	1 360	1,5%	1 465	1,5%	1 579	1,5%
Amérique du nord	27	32	8,0%	42	6,0%	57	6,0%	76	6,0%
Total Autres	81	83	1,0%	101	4,0%	128	5,0%	164	5,0%
Total	4 832	5 303	4,8%	6 305	3,5%	7 319	3,0%	8 399	2,8%

N.B. : TCMA = Taux de croissance moyen annuel. Les chiffres en italiques sont des prévisions. Autres en Europe de l'Ouest inclue les pays du sud de l'Europe; (Espagne et Portugal) et autres pays que ceux d'Europe de l'Est (Grèce, Turquie, etc.).

Source : ONTT, Equipe d'étude JICA

5.3 PRÉVISION DES NUITÉES DE VISITEURS ÉTRANGERS

Les projections des nuitées par visiteur sont établies sur la base des prévisions des arrivées faites auparavant ainsi que sur une hypothèse de la moyenne de la durée de séjour. L'analyse se concentrera sur les nuitées par visiteur enregistrées dans les hôtels classés selon les statistiques disponibles au public en Tunisie. Quatre grandes catégories de marchés régionaux ont été utilisées: l'Europe de l'Ouest, l'Europe de l'Est, le Maghreb et autres régions.

Le tableau 5.3.1 montre les hypothèses sur la durée moyenne du séjour (DMS) par région de départ, prenant d'abord en considération ce qui suit :

- Pour l'Europe de l'Ouest, on prévoit un raccourcissement de la DMS au vu de la tendance de la DMS à raccourcir chez les européens. D'une manière générale, ils ont de plus en plus tendance à prendre des vacances plus courtes mais répétées au cours de l'année. D'autre part, la majorité des circuits culturels pour les européens en Tunisie durent en général une semaine. De plus, le développement du tourisme de congrès et la croissance potentielle des vacances de fin de semaine vont raccourcir la DMS globale. Comme le montre le tableau, la DMS des Européens de l'Ouest a raccourci de 0,7 jour de 1994 à 1999. On estime qu'elle se deviendra plus courte, mais à un rythme plus lent qu'au cours de ces dernières années en raison des efforts qu'on prévoit de faire dans le cadre du développement du tourisme dans le pays.
- Pour l'Europe de l'Est, on estime que la DMS ne changera pas (8,8 jours en 1998) étant donné que la tendance à augmenter semble en voie de saturation. On estime aussi que la DMS pour l'Europe de l'Est atteindra, à long terme, celle de l'Europe de l'Ouest.
- Pour les pays du Maghreb, on estime que la DMS va augmenter progressivement avec la croissance économique prévue pour ces pays, permettant de plus en plus aux visiteurs de s'offrir des vacances qui incluent l'hébergement.
- Pour les autres régions, la DMS est estimée au même niveau que 1999, bien plus courte que celle des européens, étant donné que les visiteurs des Autres Régions sont pour la plupart des voyageurs de long courrier et ont tendance à visiter la Tunisie pour le tourisme culturel, ainsi ils ont tendance à rester moins longtemps que les vacanciers balnéaires.
- Les mêmes hypothèses ont été utilisées pour le Scénario A et pour le Scénario B puisque les remarques faites plus haut sont considérées comme valables quel que soit le taux de croissance des entrées de visiteurs.

Tableau 5.3.1 Hypothèses de DMS dans les hôtels par région émettrice

Région	2001	2006	2011	2016
Europe de l'Ouest	9,2	8,9	9,2	8,8
Europe de l'Est	8,8	8,8	9,2	8,8
Maghreb	0,8	1,2	1,5	1,5
Autres Régions	6,7	6,7	6,7	6,7

Tendances récentes de la durée moyenne de séjour dans les hôtels par région émettrice

Région	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Europe Total	9,7	9,4	9,0	9,2	9,1	9,2
Europe de l'Ouest	10,0	9,7	9,3	9,4	9,2	9,3
Europe de l'Est	4,2	6,5	7,6	8,6	8,8	8,6
Maghreb	0,5	0,5	0,7	0,7	0,5	0,6
Autres Régions	4,5	4,0	4,0	4,5	4,8	6,7
Total Etrangers	6,4	5,7	6,2	6,5	6,1	6,9

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, Equipe d'études JICA

Le tableau 5.3.2 présente les projections des nuitées des visiteurs étrangers dans les hôtels par région émettrice. Dans le Scénario A ou cas de figure de croissance supérieure, il est projeté que le total des nuitées de visiteurs étrangers atteindrait 48,0 millions en 2006, 60,0 en 2011 et 74,1 millions en 2016, avec un taux de croissance de 4,6% en moyenne par an à partir de 2001 jusqu'en 2016.

Quant au Scénario B ou cas de figure de croissance inférieure, il est projeté que le total des nuitées des visiteurs étrangers va augmenter jusqu'à atteindre 45,4 millions en 2006, 53,4 millions en 2011 et 61,9 millions en 2016, avec un taux de croissance moyen de 3,3% par an de 2001 à 2016.

Tableau 5.3.2 Prévision des nuitées de visiteurs étrangers dans les hôtels par région émettrice

Scénario A : Croissance supérieure (Unité : millier nuitées)

Région	1999 (actuel)	2001	2006	2011	2016	TCMA 2001-16
Total Europe	31 719	36 006	45 534	56 543	69 084	4,4%
Europe de l'Ouest	29 893	33 547	41 199	49 563	58 827	3,8%
Europe de l'Est	1 826	2 460	4 335	6 981	10 257	10,0%
Maghreb	703	1 010	1 429	1 987	2 950	7,4%
Autres Régions	728	765	1 035	1 472	2 095	6,9%
Total	33 151	37 782	47 997	60 003	74 130	4,6%

Scénario B : Croissance inférieure (Unité : en millier de nuitées)

Région	1999 (actuel)	2001	2006	2011	2016	TCMA 2001-16
Total Europe	31 719	36 006	43 131	50 383	57 915	3,2%
Europe de l'Ouest	29 893	33 547	39 170	44 696	50 657	2,8%
Europe de l'Est	1 826	2 460	3 961	5 687	7 258	7,5%
Maghreb	703	1 010	1 360	1 758	2 368	5,8%
Autres Régions	728	765	957	1 239	1 605	5,1%
Total	33 151	37 782	45 448	53 380	61 888	3,3%

N.B. : Les chiffres en Italiques sont des prévisions.

Source : ONTT, Equipe d'études JICA

5.4 PREVISION DU BESOIN EN NOMBRE DE LITS

Sur la base des prévisions de la demande touristique pour l'ensemble du pays et du plan national du tourisme (décrit dans les chapitres 4 à 8 de ce tome) ainsi que des plans de développement du tourisme régional (présentés dans le Tome II), les objectifs concernant les nuitées par visiteurs et la capacité en termes de lits ont été projetés pour l'année 2016.

- 1 Toutes les projections sont basées sur le scénario A (cas où la croissance est la plus élevée) utilisé pour les projections en termes d'arrivée de touristes, pour lesquelles les efforts de développement du tourisme doivent être conduits au plus tôt.
- 2 La projection a été faite selon le système des 8 régions touristiques de l'ONTT qui a fait ses preuves auparavant.

Il est à noter que les principales recommandations sur l'augmentation de la capacité d'hébergement sont décrites plus loin dans la section 7.2 « Plan de développement du produit touristique »)

5.4.1 Méthodologie

Les phases suivies (détaillées plus loin) pour aboutir à ces projections sont décrites dans le schéma 5.4.1 et résumées comme suit :

Phase 1 : Préviation du nombre total des nuitées par région

Le nombre total des nuitées par touriste prévu par région est calculé en additionnant le nombre des nuitées des résidents et celui des non-résidents. Les prévisions concernant le nombre des nuitées des résidents et des non-résidents sont comme suit :

Phase 1-1 : projection des nuitées des non-résidents par région

Les prévisions des nuitées des non-résidents par région sont calculées sur la base de l'analyse du nombre des arrivées des non-résidents dans les hôtels (le nombre des clients de l'hôtel) et de la durée moyenne de leur séjour par région.

Phase 1-2 : préviation des nuitées des résidents par région

Les prévisions de nuitées des résidents par région sont basées sur l'analyse du nombre des arrivées des résidents dans les hôtels et de la durée moyenne de leur séjour par région.

Phase 2 : Préviation des besoins en matière de capacité en nombre de lits par région

Phase 2-1 : Préviation du taux d'occupation annuel moyen par région

La préviation du taux d'occupation annuel moyen par région a été calculé après examen de la fluctuation saisonnière des nuitées par visiteurs et la

mise en place d'un objectif de taux d'occupation à atteindre pendant la haute saison.

Phase 2-2 : Prévission de la capacité en nombre de lits par région

La capacité en nombre de lits par région a été projetée sur la base des chiffres obtenus au cours des étapes précédentes.

Phase 2-3 : Répartition de la capacité en nombre de lits par catégorie

La répartition sur une base indicative de la capacité en nombre de lits a été projetée sur la base de : la répartition actuelle, le plan du tourisme national, la capacité prévisionnelle en nombre de lits ci-dessus et le plan régional de développement présenté dans le Tome II.

Schéma 5.4.1 Prévion des besoins en nombre de lits par région (1/2)

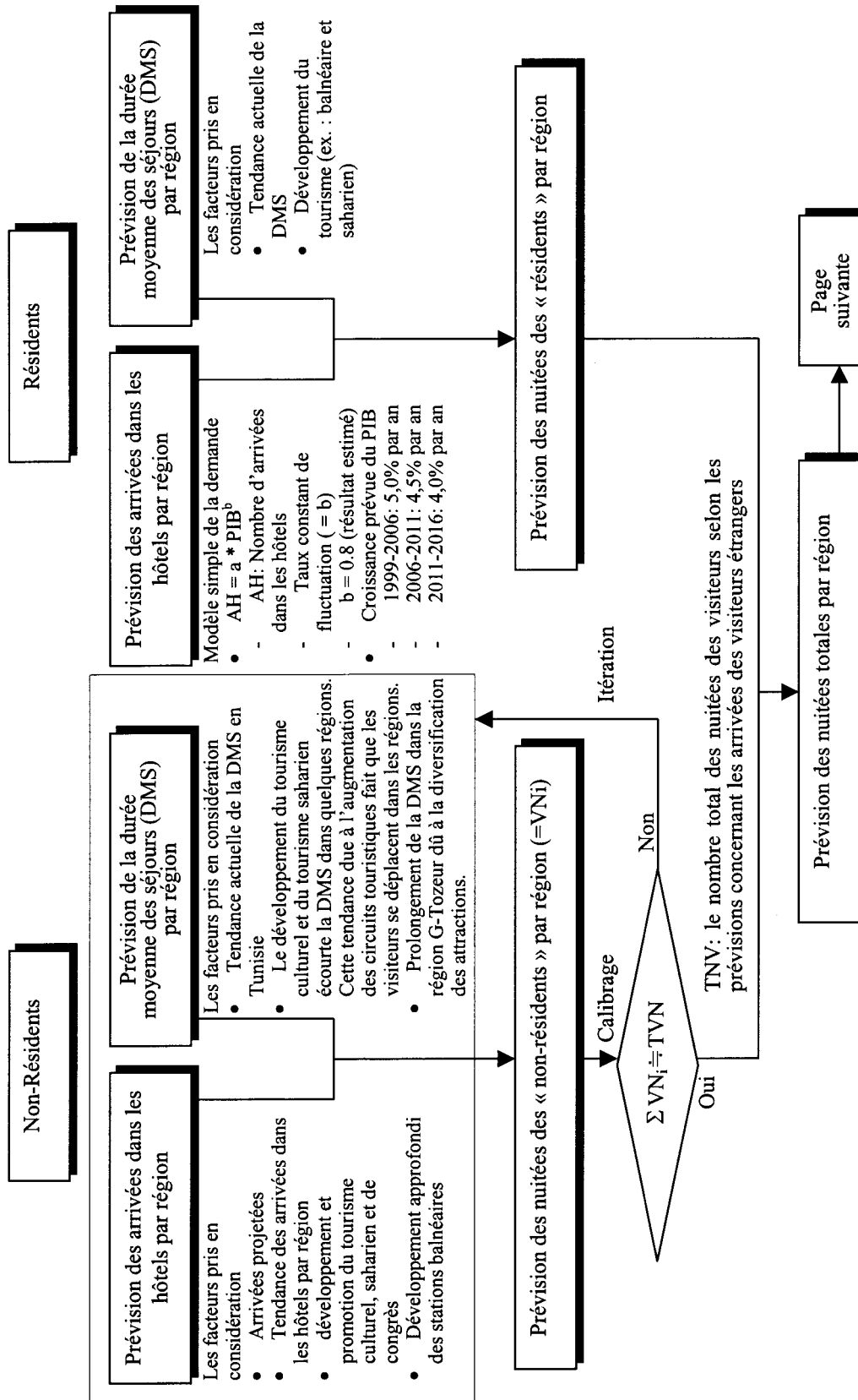
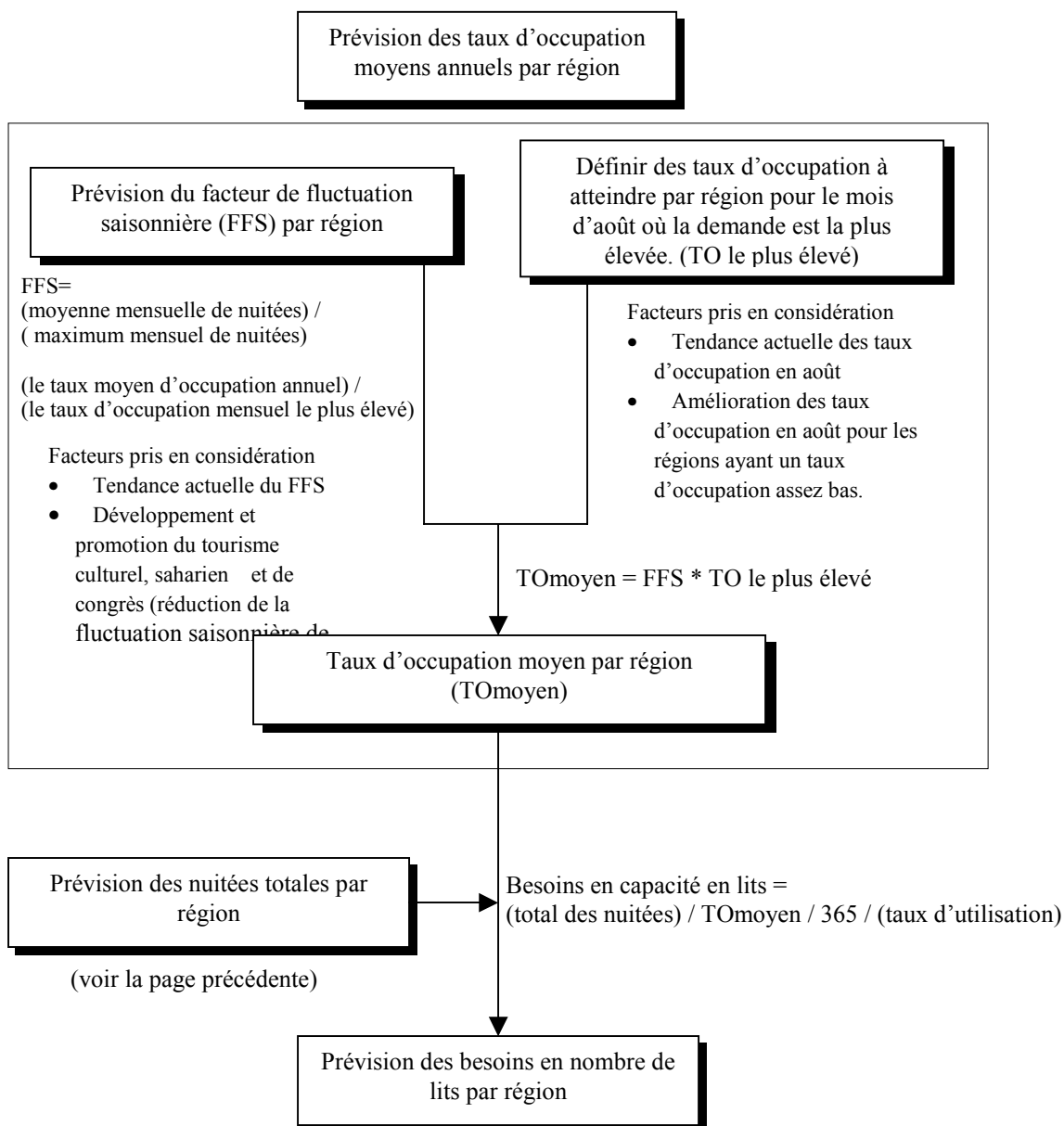


Schéma 5.4.1 Prévion des besoins en nombre de lits par région (2/2)



Source : Equipe d'étude JICA

5.4.2 Préviation des nuitées totales par région

(1) Préviation des nuitées des non-résidents par région

Les prévisions des nuitées des non-résidents par région sont, comme présenté dans le tableau 5.4.1, basées sur les tendances passées, sur les prévisions des arrivées des visiteurs étrangers et sur la durée moyenne des séjours dans les hôtels dans chaque région.

Les hypothèses les plus importantes utilisées sont les suivantes :

- La région de Tunis-Z attirera de plus en plus les visiteurs étrangers et ce après le renforcement de l'attrait de ses monuments culturels et la promotion active du tourisme de congrès.
- Pour les destinations importantes avec des stations balnéaires, le nombre des nuitées des visiteurs augmentera suite au développement de ces stations, mais à augmentation plus lente allant de pair avec les prévisions du nombre total des arrivées des visiteurs étrangers. De plus, le développement du tourisme culturel et du tourisme saharien augmentera le nombre des visiteurs pendant les basses saisons (ce qui améliorera le taux général d'occupation). Tout en ayant tendance à réduire la durée moyenne des séjours dans quelques régions en raison de l'augmentation des circuits pour touristes qui se déplacent d'un endroit à un autre.
- Le développement du tourisme saharien fera augmenter le nombre de visiteurs dans la région G-Tozeur à un taux accéléré ainsi qu'il prolongera la durée des séjours dans les hôtels de la région vu le plus grand nombre d'attractions dans la région.
- La durée moyenne de séjour dans Tunis-Z est par essence courte en raison de facteurs tels que : (i) une plus forte proportion de voyageurs pour affaires dans Tunis-Z, et (ii) le fait que la région soit le passage obligé principal pour les touristes des circuits culturels (qui ont tendance à séjourner à Tunis très peu de temps). Il est prévu que cette tendance se poursuive avec le développement du tourisme culturel et de congrès (comme proposé dans ce rapport), mais la durée moyenne de séjour s'allongerait en partie à cause de la poursuite du développement des stations balnéaires dans cette région.

Les prévisions présentées dans le tableau ci-dessus sont calculées de telle manière que la somme des nuitées des visiteurs dans toutes les régions soit équivalente au nombre total des nuitées des visiteurs obtenu à partir de la projection des arrivées de visiteurs étrangers en Tunisie.

Tableau 5.4.1 Prédvisions des nuitées des non-résidents par région

Région	1999 (actuel)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	1,9	2,0	2,4	2,9	3,6
N-Hammamet	7,7	8,5	10,1	12,1	14,8
Sousse-K	8,0	9,2	11,7	14,6	17,8
Monastir-M-S	5,7	6,6	8,6	10,7	13,1
Jerba-Z	8,3	9,8	12,6	16,1	19,6
G-Tozeur	1,1	1,1	1,8	2,7	4,1
Bizerte-B	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Tabarka-A	0,4	0,4	0,5	0,6	0,8
Total	33,2	37,8	48,0	60,1	74,0

Unité : million de nuitées

N.B. : les taux de croissance du nombre des arrivées dans les hôtels et de la durée moyenne des séjours dans les hôtels sont prévus comme suit :

Taux de croissance annuels du nombre d'arrivées dans les hôtels

Région	Nombre d'arrivées 1999 (millier)	1994-1999 (actuel)	1999-2001	2001-2006	2006-2011	2011-2016
Tunis-Z	612	0,1%	2,0%	2,5%	3,5%	4,0%
N-Hammamet	899	5,5%	5,0%	4,5%	4,2%	4,0%
Sousse-K	949	7,9%	7,5%	6,0%	5,0%	4,0%
Monastir-M-S	702	9,3%	8,0%	6,5%	5,0%	4,0%
Jerba-Z	1 147	8,7%	8,0%	6,5%	5,0%	4,0%
G-Tozeur	752	3,5%	3,5%	4,0%	4,5%	5,0%
Bizerte-B	28	2,1%	2,5%	2,5%	3,0%	4,0%
Tabarka-A	54	4,9%	5,0%	5,0%	5,0%	4,0%
Total	5 142	6,0%	-	-	-	-

Prédvision du nombre d'arrivées dans les hôtels

Région	1999 (millier)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	612	637	720	856	1 041
N-Hammamet	899	991	1 235	1 517	1 845
Sousse-K	949	1 097	1 467	1 873	2 279
Monastir-M-S	702	819	1 122	1 432	1 742
Jerba-Z	1 147	1 338	1 833	2 339	2 846
G-Tozeur	752	806	980	1 222	1 559
Bizerte-B	28	29	33	38	46
Tabarka-A	54	60	76	97	119
Total	5 142	5 775	7 466	9 373	11 477

Durée moyenne des séjours dans les hôtels par région (en nuits)

Région	1994 (actuel)	1999 (actuel)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	3,1	3,1	3,1	3,3	3,4	3,5
N-Hammamet	9,6	8,6	8,6	8,2	8,0	8,0
Sousse-K	9,3	8,4	8,4	8,0	7,8	7,8
Monastir-M-S	8,0	8,1	8,1	7,7	7,5	7,5
Jerba-Z	7,2	7,3	7,3	6,9	6,9	6,9
G-Tozeur	1,2	1,4	1,4	1,8	2,2	2,6
Bizerte-B	7,5	7,1	7,1	7,0	7,0	7,0
Tabarka-A	6,3	6,6	6,6	6,6	6,6	6,6
Total	6,4	6,4	-	-	-	-

Source : Equipe d'étude JICA ; ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

(2) Prévision des nuitées des résidents par région

Les nuitées par visiteur ont été projetées sur la base de l'analyse du nombre d'entrées enregistrées dans les hôtels et la moyenne de la durée de séjour. Les résultats sont présentés dans le tableau 5.4.2. avec les hypothèses utilisées. La méthodologie est décrite ci-dessous.

Le nombre total des arrivées des résidents dans les hôtels ont été projetée selon un modèle simplifié de la demande comme suit :

$$AH = a * PIB^b$$

O  : AH = le nombre total des arrivées des résidents dans les hôtels.

PIB = produit intérieur brut

a : coefficient

b :  lasticit  de la demande

- En utilisant un modèle de régression chronologique, l'élasticité de la demande a été estimée à 0,8, ce qui montre que le total national des arrivées des résidents dans les hôtels a augmenté à un taux moyen égal à peu près à 80% du taux de croissance du PIB. Le taux de croissance par région a été estimé de façon à ce que le total des arrivées dans les hôtels dans toutes les régions soit équilibré avec le total obtenu en utilisant ce modèle de la demande (voir schéma 3.1.1 pour les hypothèses concernant la croissance du PIB).
- La durée moyenne des séjours (DMS) est estimée de manière à suivre la tendance actuelle qui a été plus ou moins stable.

Tableau 5.4.2 Prévision des nuitées des résidents par région

Région	1999 (actuel)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	0,39	0,46	0,52	0,61	0,72
N-Hammamet	0,45	0,52	0,64	0,77	0,90
Sousse-K	0,33	0,37	0,46	0,54	0,64
Monastir-M-S	0,33	0,35	0,42	0,51	0,59
Jerba-Z	0,30	0,34	0,42	0,51	0,59
G-Tozeur	0,16	0,16	0,18	0,24	0,31
Bizerte-B	0,04	0,05	0,07	0,09	0,10
Tabarka-A	0,16	0,18	0,23	0,27	0,32
Total	2,17	2,41	2,94	3,53	4,17

Unité: million nuitées

N.B.: Les projections des enregistrements dans les hôtels et de la durée moyenne des séjours sont estimées comme suit :

Taux de croissance annuels du nombre d'arrivées dans les hôtels

Région	Nombre d'arrivées en 1999 (millier)	1999-2001	2001-2006	2006-2011	2011-2016
Tunis-Z	197	2,5%	2,5%	3,6%	3,2%
N-Hammamet	182	4,5%	4,5%	3,6%	3,2%
Sousse-K	146	4,5%	4,5%	3,6%	3,2%
Monastir-M-S	146	4,0%	4,0%	3,6%	3,2%
Jerba-Z	135	4,5%	4,5%	3,6%	3,2%
G-Tozeur	90	3,0%	3,0%	3,6%	3,2%
Bizerte-B	21	7,0%	7,0%	4,0%	3,2%
Tabarka-A	67	5,0%	5,0%	3,6%	3,2%
Total	985	-	-	-	-

Prévision du nombre d'arrivées dans les hôtels

Région	1999 (millier)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	197	207	234	280	372
N-Hammamet	182	199	248	296	346
Sousse-K	146	159	198	237	277
Monastir-M-S	146	158	192	230	269
Jerba-Z	135	148	184	220	257
G-Tozeur	90	96	111	133	155
Bizerte-B	21	24	34	41	48
Tabarka-A	67	74	94	112	131
Total	985	1 065	1 296	1 547	1 811

Durée moyenne des séjours dans les hôtels dans chaque région (nuits)

Région	Moyenne 1994-1999	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
N-Hammamet	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6
Sousse-K	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
Monastir-M-S	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Jerba-Z	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3
G-Tozeur	1,6	1,6	1,6	1,8	2,0
Bizerte-B	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Tabarka-A	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
Total	2,2	-	-	-	-

Source : Equipe d'étude JICA; ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

(3) Prévion du nombre total d'arrivées dans les hôtels par région

Les prévisions du nombre total d'arrivées dans les hôtels par région est présentée dans le tableau 5.4.3, obtenu comme somme des arrivées des non-résidents et de ceux des résidents.

Tableau 5.4.3 Prévion du nombre total d'enregistrements dans les hôtels par région

Région	1999 (réels)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	809	844	955	1 135	1 368
N-Hammamet	1 081	1 190	1 482	1 812	2 191
Sousse-K	1 095	1 256	1 666	2 110	2 556
Monastir-M-S	848	977	1 314	1 661	2 011
Jerba-Z	1 282	1 485	2 017	2 559	3 103
G-Tozeur	843	902	1 092	1 354	1 714
Bizerte-B	49	53	66	79	94
Tabarka-A	121	134	170	210	250
Total	6 127	6 839	8 762	10 920	13 288

Unité : milliers d'arrivées

Source : Equipe d'étude JICA

(4) Prévion des nuitées totales par région

Les prévisions du nombre total de nuitées par région sont présentées dans le tableau 5.4.4, obtenu comme somme des nuitées des résidents et des non-résidents.

Tableau 5.4.4 Prévion des nuitées totales par région

Région	1999 (actuel)	2001	2006	2011	2016
Tunis-Z	2,3	2,4	2,9	3,5	4,4
N-Hammamet	8,1	9,0	10,8	12,9	15,7
Sousse-K	8,3	9,6	12,2	15,2	18,4
Monastir-M-S	6,0	7,0	9,1	11,2	13,7
Jerba-Z	8,6	10,1	13,1	16,6	20,2
G-Tozeur	1,2	1,3	1,9	2,9	4,4
Bizerte-B	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4
Tabarka-A	0,5	0,6	0,7	0,9	1,1
Total	35,3	40,2	51,0	63,7	78,2

Unité : million nuitées

Source : Equipe d'étude JICA

5.4.3 Prévion du besoin en nombre de lits par région

Les prévisions des besoins en ce qui concerne la capacité en nombre de lits sont faites sur la base des prévisions du nombre total des nuitées et des taux d'occupation annuels moyens.

(1) Prévion des taux d'occupation annuels moyens par région

Les taux d'occupation annuels moyens sont été présentés, comme indiqué dans le tableau 5.4.5 (avec les hypothèses utilisées) selon la méthodologie décrite ci-dessous.

Tableau 5.4.5 Prévion des taux d'occupations moyens annuels par région

Région	1999 (actuel)	2006	2011	2016
Tunis-Z	37,7%	40%	42%	45%
N-Hammamet	56,3%	60%	62%	64%
Sousse-K	61,3%	64%	66%	68%
Monastir-M-S	63,7%	64%	66%	68%
Jerba-Z	63,2%	64%	66%	68%
G-Tozeur	35,9%	49%	62%	68%
Bizerte-B	33,3%	40%	42%	44%
Tabarka-A	40,9%	45%	47%	49%
Total	56,5%	-	-	-

N.B.: Les hypothèses suivantes ont été utilisées :

Taux d'occupation durant le mois de la plus forte demande

Région	1994 (actuel)	1999 (actuel)	2006	2011	2016
Tunis-Z	65,4%	65,4%	66%	68%	70%
N-Hammamet	94,3%	100,5%	100%	100%	100%
Sousse-K	87,4%	97,3%	100%	100%	100%
Monastir-M-S	86,7%	104,2%	100%	100%	100%
Jerba-Z	82,2%	92,2%	100%	100%	100%
G-Tozeur	53,5%	48,3%	65%	80%	87%
Bizerte-B	78,9%	75,3%	100%	100%	100%
Tabarka-A	91,5%	94,2%	100%	100%	100%
Total	84,0%	92,2%	-	-	-

Hypothèse concernant le facteur de fluctuation saisonnière (FFS) par région

Région	1994 (actuel)	1999 (actuel)	2006	2011	2016
Tunis-Z	61,5%	53,7%	60%	62%	64%
N-Hammamet	54,0%	50,8%	60%	62%	64%
Sousse-K	61,8%	59,7%	64%	66%	68%
Monastir-M-S	54,4%	57,8%	64%	66%	68%
Jerba-Z	61,8%	62,4%	64%	66%	68%
G-Tozeur	64,6%	74,3%	76%	77%	78%
Bizerte-B	38,9%	32,8%	40%	42%	44%
Tabarka-A	40,5%	41,0%	45%	47%	49%
Total	57,8%	56,6%	-	-	-

Source: Equipe d'étude JICA; ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

Deux facteurs ont été analysés pour ces prévisions : (i) les objectifs de taux d'occupation pendant la haute saison (mois d'août durant lequel la demande est la plus élevée), et (ii) la fluctuation saisonnière des nuitées visiteurs.

(i) Objectifs de taux d'occupation pour le mois de forte demande :

Les objectifs à atteindre en taux d'occupation pour le mois de forte demande ont été précisés pour chaque région comme suit :

- Pour les principales destinations balnéaires, les hôtels ont été exploités pratiquement à plein régime au cours des dernières années. Cette condition est considérée comme objectif à atteindre pour les régions où sont implantées les stations balnéaires les plus importantes. Avoir pour objectif ces taux élevés permet d'éviter de faire des prévisions optimistes sur les capacités en nombre de lits, dans la perspective du besoin de renforcer la rentabilité de l'industrie hôtelière.
- En ce qui concerne la région G-Tozeur, le taux d'occupation durant la haute saison devrait être amélioré.
- Le taux d'occupation dans la région de Tunis-Z devra augmenter progressivement.

(Note : il faut noter que le taux d'occupation officiellement utilisé est le taux d'occupation en termes de "lit"⁹ (alors que la norme internationale est l'utilisation du taux d'occupation de "chambre"). Pour les hôtels en ville (particulièrement ceux de Tunis, la capitale), l'occupation de lits devrait être faible en raison d'une proportion plus importante de visiteurs en voyage d'affaires que dans les hôtels de villégiature. Les hommes d'affaires occupent normalement un lit par chambre, dans ce cas l'occupation de "lit" est seulement de 50 % (pour les chambres doubles) bien que l'occupation de "chambre" soit de 100 %. D'un autre côté, si le taux d'occupation de "chambre" est le même, l'occupation de "lit" des hôtels de villégiature sera naturellement plus élevée que celle des hôtels dans les villes en raison d'une fréquence d'occupation nettement supérieure dépassant un lit par chambre. Pour cette raison, le taux d'occupation de lit pour la région de Tunis-Z ne peut pas être comparé, sur une base égale, avec celui d'autres régions (qui sont essentiellement des lieux de villégiature). Si on prend comme mesure l'occupation de "chambre", les prévisions d'occupation pour Tunis-Z sont considérées comme non négligeables.)

(ii) Hypothèses concernant « le Facteur de Fluctuation Saisonnière » (FFS) par région :

$$\text{FFS} = \frac{\text{(la moyenne mensuelle des nuitées par visiteur)}}{\text{(le maximum mensuel des nuitées par visiteur)}}$$

$$\cong \frac{\text{(taux d'occupation annuel moyen)}}{\text{(taux d'occupation annuel maximum)}}$$

⁹ Dans les prévisions, l'équipe d'étude a suivi la pratique usuelle en Tunisie et utilisé comme base l'occupation de "lit" en raison de la disponibilité des données ainsi que pour rester cohérent avec les statistiques antérieures.

Le taux d'occupation annuel moyen prévu est donc obtenu en multipliant le FFS par l'objectif de taux d'occupation formulé ci-dessous. Le FFS sera amélioré grâce au développement et à la promotion du tourisme culturel, saharien et de congrès qui feront augmenter le nombre de visiteurs durant la basse saison. Par ailleurs, pour améliorer le FFS, il faut cibler la clientèle qui échappe au circuit de vente classique tour opérateur, sortir d'une façon intelligente de l'emprise des grandes chaînes d'intérêt et offrir un mode d'hébergement approprié au désir du client tels que des appart-hôtels et des hôtels pittoresques... (Voir la section 7.2.4 : « Plans sectoriels - Hébergement » dans le Tome I).

(2) Prédiction des besoins en nombre de lits par région

Les besoins en nombre de lits nécessaires par région ont été projetés comme le montre le tableau 5.4.6 sur la base du total des nuitées et les taux d'occupation annuels moyens obtenus plus haut, ainsi que sur les hypothèses concernant les taux d'exploitation de ces capacités en nombre de lits.

Tableau 5.4.6 Prédiction des besoins en nombre de lits par région

Région	1999 (actuel)	2006	2011	2016
Tunis-Z	18,1	21,8	24,9	29,0
N-Hammamet	45,6	53,4	62,0	72,9
Sousse-K	40,4	56,7	68,4	80,6
Monastir-M-S	29,9	42,2	50,7	59,8
Jerba-Z	41,1	60,8	75,1	88,6
G-Tozeur	10,2	11,7	14,1	19,2
Bizerte-B	2,7	2,2	2,5	2,9
Tabarka-A	3,9	4,8	5,8	6,7
Total	192,0	253,7	303,5	359,6

Unité : milliers

N.B. : le taux d'exploitation de la capacité d'accueil est établi à 92%. Ce taux est plus élevé que la tendance des dernières années (89% en 1999), en estimant que des efforts visant à améliorer la productivité des hôtels seront entrepris par le secteur.

Source : Equipe d'étude JICA

- Les pôles touristiques actuels qui auraient besoin des taux de croissance les plus élevés, en particulier les régions de Sousse-K, Monastir-M-S et Jerba-Z.
- Pour Sousse-K, il est recommandé que la capacité en hébergement à Kairouan soit augmentée en plus de celle des régions côtières, parallèlement aux efforts pour développer le tourisme culturel à Kairouan.
- De même, pour Jerba-Z, il est recommandé que la capacité d'hébergement dans les principales zones touristiques de l'intérieur (particulièrement Tataouine et Matmata) soient augmentées, en plus de celles des zones côtières, parallèlement aux efforts pour développer le tourisme des Ksars/ Ghorfas / Troglodytes.
- Pour G-Tozeur, il est recommandé que l'expansion de la capacité soit suspendue au cours des années à venir (alors que de grands efforts doivent être prodigués pour le développement du tourisme saharien) et cette suspension arrêtée avec l'augmentation des taux d'occupation,

probablement après 2006.

(3) Répartition des capacités en nombre de lits par catégorie

Dans cette section, une prévision à long terme à titre "indicatif" est faite pour la capacité de lits par catégorie ; elle a pour but de suggérer l'orientation considérée comme souhaitable à prendre quant à la composition des hôtels par catégorie plutôt que d'insister sur les prévisions de chiffres elles-mêmes. Pour cette raison, une répartition est présentée à titre indicatif en limitant les prévisions à 2016 et en se basant sur les considérations décrites ci-dessous.

Jusqu'en 1999, à peu près un tiers de la capacité totale en lits de la Tunisie était détenue par les hôtels 5 et 4 étoiles et leur capacité augmentée à un rythme accéléré au cours des dernières années¹⁰. Cette augmentation a été encouragée par le Gouvernement dans le but d'améliorer la qualité de l'hébergement. Ces améliorations semblent en fait avoir été appréciées par le marché touristique¹¹.

Cependant, et en même temps, les coûts de construction plus élevés de ces unités de haut standing, combinés avec des niveaux de tarifs en baisse, les mettent dans une situation financière difficile en raison du poids du remboursement de la dette et des coûts d'entretien plus élevés. Cette situation est rendue évidente par le niveau élevé des frais d'amortissement atteignant une moyenne d'environ 20% du revenu total pour l'ensemble du secteur et celui des charges financières dépassant les 10% en moyenne.

En se basant sur la répartition actuelle indiquée ci-dessus, sur le Plan National pour le développement du tourisme tunisien, sur la capacité en lits prévue ci-dessus ainsi que sur les plans de développement régional du tourisme présentés dans le présent rapport, des prévisions à titre indicatif sur la répartition de la capacité en lits selon les catégories ont été établies pour l'année 2016. Le tableau 5.4.7 présente les résultats de ces projections. Les répartitions pour les années 2006 et 2011 devraient être considérées comme des étapes intermédiaires menant aux prévisions pour l'année 2016.

Parmi les principaux points pris en considération :

- Dans les principales destinations touristiques, une grande part de l'augmentation de la capacité devrait provenir de l'augmentation du nombre d'unités 3 étoiles de haute qualité destinées en premier à un *tourisme de masse de bonne qualité*. Ces unités exigent moins de coûts de capitaux d'investissement que les hôtels de 4 ou 5 étoiles qui sont en augmentation considérable et sont ainsi censés entraîner une performance financière plus saine, permettant ainsi de fournir de meilleurs services. Un tourisme de masse de bonne qualité requiert ce type d'hébergement avec des services de grande qualité. L'augmentation future d'hôtels de type *appart-hôtel* comme

¹⁰ La part du marché partagée entre les hôtels 4 et 5 étoiles a augmenté de 26,1% en 1995 à 34,0% en 1999, tandis que la part des hôtels 2 étoiles a considérablement diminué de 16,2% à 11,8% dans la même période)

¹¹ Quelques tours opérateurs européens interrogés dans le cadre de cette étude pensent que la qualité de l'hébergement s'est nettement améliorée ces dernières années.

il est recommandé plus loin, correspond aussi à une forte demande en unités 3 étoiles. L'augmentation projetée de la part des hôtels 3 étoiles est basée sur ces considérations.

- Au même moment, le nombre d'hôtels de 4 et 5 étoiles devrait augmenter (alors que leur part sera plus faible) essentiellement sur la base des considérations suivantes : l'augmentation prévue de la part du marché des hôtels 4 et 5 étoiles se base essentiellement sur les points suivants :
 - La capacité des hôtels luxueux d'un niveau de classe mondiale devraient augmenter dans les principales stations balnéaires (ex. : N-Hammamet, Sousse-K, Jerba-Z, et Tunis Nord), afin d'offrir un plus grand nombre et une plus grande variété de produits balnéaires pour la clientèle haut de gamme et de repositionner l'image de destination bon marché de la Tunisie.
 - L'augmentation de ces unités contribuera à développer le tourisme de congrès qui devrait être promu avec plus d'agressivité, en particulier dans la région de Tunis-Z.

- Pour les régions de Bizerte-B et de Tabarka-A, les parts par catégories sont supposées rester à peu près au même niveau que celui actuel, au vu de ce qui suit :
 - Il est probable que ces régions continueront principalement à fournir les mêmes produits touristiques que ceux offerts actuellement, et ce pour les dix années à venir ou presque.
 - Ces régions continueront à attirer plus de résidents en termes du nombre total des enregistrements dans les hôtels ou de nuitées que les autres régions, avec une plus grande demande pour une capacité additionnelle en hébergement pas très cher.

- Même s'il ne s'agit pas ici d'un problème de catégories d'hôtels, ajouter la catégorie « Appart-hôtels¹² » (actuellement très peu fournis) dans la capacité d'hébergement nationale a de grandes chances de correspondre aux besoins de certains segments du marché Européen, surtout pour les régions comme N-Hammamet, Sousse-K, Monastir-M-S et Jerba-Z. (Voir le chapitre 7 : Plan Sectoriel, Plan de développement du produits touristique) En termes de catégories d'hôtels, l'augmentation des appart-hôtels correspond à l'augmentation projetée de la répartition des hôtels 3-étoiles.

¹² Les hôtels du type « appart-hôtels » sont classés comme tous les autres types d'hôtels (de 1 à 5 étoiles). Ils sont donc inclus dans les statistiques concernant les capacités d'accueil par région.

Tableau 5.4.7 Prévion à titre indicatif du nombre de lits par catégorie en 2016

Région/Catégorie	5	4	3	2	1	Village	Pension	NC	Total
Tunis-Z	8 121	2 900	11 022	2 030	580	1 595	145	2 610	29 005
N-Hammamet	4 372	15 667	33 885	7 287	729	7 287	1 457	2 186	72 872
Sousse-K	7 257	20 157	42 331	4 838	403	1 209	403	4 031	80 630
Monastir-M-S	5 981	14 952	31 997	2 990	299	598	0	2 990	59 807
Jerba-Z	4 429	22 146	42 520	5 315	886	7 972	886	4 429	88 583
G-Tozeur	1 053	3 831	9 481	958	766	0	192	2 873	19 153
Bizerte-B	0	201	718	632	0	1 005	0	316	2 872
Tabarka-A	0	1 668	3 670	667	67	0	67	534	6 673
Total	31 214	81 523	175 624	24 718	3 730	19 668	3 150	19 970	359 595

N.B.: NC correspond à « Non Classés »

Les parts utilisées, ainsi que la distribution de la capacité d'accueil par région sont présentées ci-après. Une répartition plus récente de la capacité en nombre de lits par catégorie est également présentée plus bas pour comparaison.

Répartition de la prévion du nombre de lits par catégorie en 2016 (%)

Région	5	4	3	2	1	V	P	NC	Total
Tunis-Z	28,0	10,0	38,0	7,0	2,0	5,5	0,5	9,0	100,0
N-Hammamet	6,0	21,5	46,5	10,0	1,0	10,0	2,0	3,0	100,0
Sousse-K	9,0	25,0	52,5	6,0	0,5	1,5	0,5	5,0	100,0
Monastir-M-S	10,0	25,0	53,5	5,0	0,5	1,0	0,0	5,0	100,0
Jerba-Z	5,0	25,0	48,0	6,0	1,0	9,0	1,0	5,0	100,0
G-Tozeur	5,5	20,0	49,5	5,0	4,0	0,0	1,0	15,0	100,0
Bizerte-B	0,0	7,0	25,0	22,0	0,0	35,0	0,0	11,0	100,0
Tabarka-A	0,0	25,0	55,0	10,0	1,0	0,0	1,0	8,0	100,0
Total	8,7	22,7	48,8	6,9	1,0	5,5	0,9	5,6	100,0

N.B.: « V » signifie village, et « P » pension.

Capacité en nombre de lits par région en 1999

Région	5	4	3	2	1	V	P	NC	Total
Tunis-Z	4 441	2 068	5 356	1 344	633	1 524	94	2 605	18 065
N-Hammamet	2 874	9 491	19 449	7 333	851	3 684	448	1 498	45 628
Sousse-K	4 577	13 641	16 125	3 456	190	719	172	1 481	40 361
Monastir-M-S	3 269	7 924	13 276	3 184	356	380	34	1 505	29 928
Jerba-Z	2 366	10 906	15 916	5 659	543	3 397	144	2 178	41 109
G-Tozeur	676	1 784	4 349	791	423	0	164	2 020	10 207
Bizerte-B	0	208	656	606	0	782	0	495	2 747
Tabarka-A	0	1 034	1 890	370	48	0	34	534	3 910
Total	18 203	47 056	77 017	22 743	3 044	10 486	1 090	12 316	191 955

Répartition actuelle de la capacité en nombre de lits par région en 1999 (%)

Région	5	4	3	2	1	V	P	NC	Total
Tunis-Z	24,6	11,4	29,6	7,4	3,5	8,4	0,5	14,4	100,0
N-Hammamet	6,3	20,8	42,6	16,1	1,9	8,1	1,0	3,3	100,0
Sousse-K	11,3	33,8	40,0	8,6	0,5	1,8	0,4	3,7	100,0
Monastir-M-S	10,9	26,5	44,4	10,6	1,2	1,3	0,1	5,0	100,0
Jerba-Z	5,8	26,5	38,7	13,8	1,3	8,3	0,4	5,3	100,0
G-Tozeur	6,6	17,5	42,6	7,7	4,1	0,0	1,6	19,8	100,0
Bizerte-B	0,0	7,6	23,9	22,1	0,0	28,5	0,0	18,0	100,0
Tabarka-A	0,0	26,4	48,3	9,5	1,2	0,0	0,9	13,7	100,0
Total	9,5	24,5	40,1	11,8	1,6	5,5	0,6	6,4	100,0

Source: ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, 1999

(4) Importance de fournir une vision et des orientations

Comme indiqué précédemment, les prévisions ont été formulées sur la capacité en nombre de lits potentiellement nécessaires à l'avenir alors que c'est le secteur privé qui, en fait, prendra les décisions d'investissement à ses seuls risques à des fins de profit. Le tourisme est essentiellement une activité commerciale dont la prospérité est plus réussie lorsque intervient le secteur privé. C'est particulièrement vrai en ce qui concerne la mise en place d'unités d'hébergement, ainsi que la plupart des autres activités touristiques. Ce principe a été depuis longtemps adopté par le tourisme tunisien et la capacité du secteur privé a en fait énormément augmenté. Renforcer ce principe comme le stipule clairement le plan national actuel conduira sans doute à la prospérité du secteur, contribuera de ce fait à l'économie nationale.

D'un autre côté, il est aussi important que le Gouvernement joue un rôle en guidant le secteur, en fournissant une vision et une orientation pour l'expansion future de la capacité d'hébergement, l'orientation qui pourrait contribuer à guider les investissements privés dans les directions qui seraient bénéfiques pour tout le secteur.

On peut estimer que le développement du tourisme de masse en Tunisie a été couronné de succès, par rapport aux autres pays méditerranéens émergents. L'Égypte et la Turquie par exemple ont agrandi leurs capacités d'hébergement à une vitesse très rapide (en particulier sur la Mer Rouge) et surtout avec des unités d'hébergement de luxe¹³. L'augmentation de cette capacité dans ces pays continuera à long terme. Le Maroc, qui, bien que ses produits balnéaires aient été moins développés qu'en Tunisie, programme également d'entreprendre l'aménagement davantage de stations balnéaires en essayant d'exploiter l'expertise internationale. Dans le cadre de cette compétition, il est hautement nécessaire de fournir une vision claire et une direction sage, dont la réalisation ajoutera une dimension compétitive au tourisme tunisien.

Les conseils recommandés sont décrits plus loin dans le chapitre 7 du Tome I (Plan Sectoriel : Plan de développement du produit touristique).

¹³ Même « les hôtels pittoresques » (pour clients haut de gamme) font leur apparition en Turquie. Ce sont des hôtels de taille réduite de type luxueux fournissant des services extra-deluxe soigneusement attentionnés aux clients individuels. L'île de Bali en Indonésie est connue pour ce type d'hôtels. Dans l'île de Bali, les tarifs des « hôtels pittoresques » sont au tour de 500 \$US par nuit ou plus.

6 CONCEPT DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME

6.1 AXES DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME

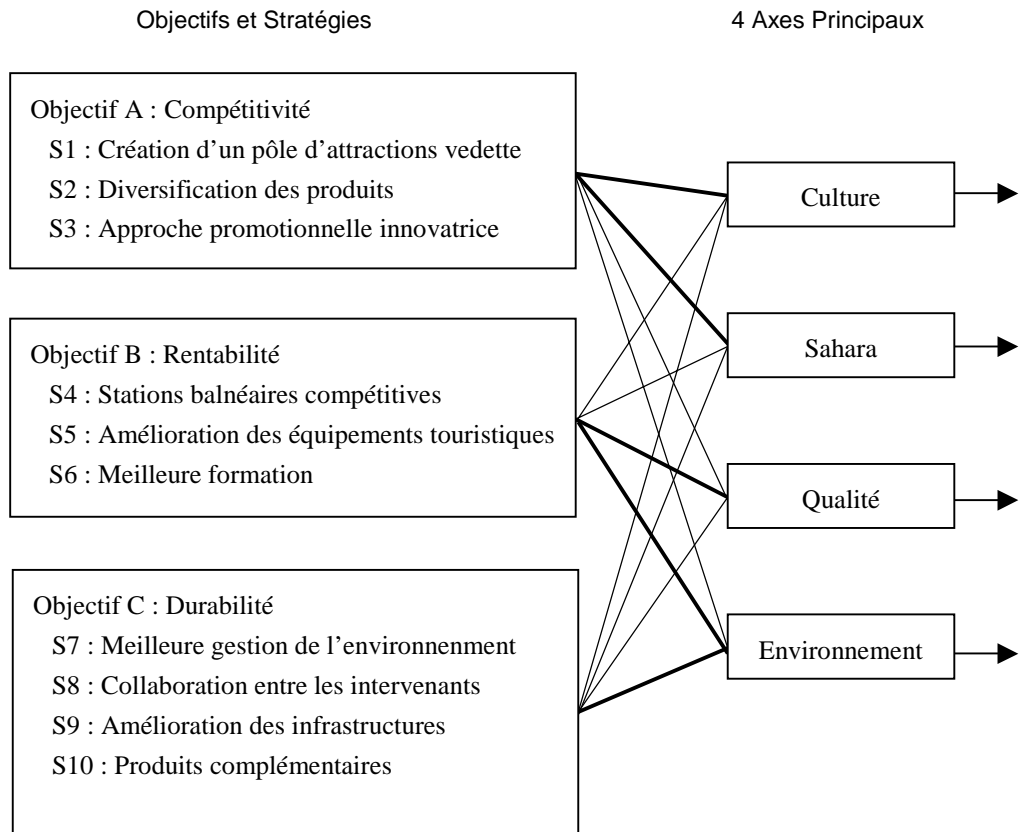
Afin d'élaborer des plans plus spécifiques et plus pragmatiques dans le cadre du développement des objectifs et des stratégies du tourisme traités dans le chapitre précédent, les quatre axes principaux sur lesquels la Tunisie devrait déployer tous ses efforts futurs en matière de développement du tourisme sont les suivants :

- 1 Culture,
- 2 Sahara,
- 3 Qualité,
- 4 Environnement.

Il s'agit de thèmes considérés par l'administration tunisienne du tourisme comme étant les principaux axes sur lesquels il convient de se focaliser en vue d'orienter les futurs efforts en matière de développement du tourisme. Dans l'analyse SWOT effectuée précédemment, ces quatre axes ont également été identifiés comme nécessaires au développement du tourisme tunisien, coïncidant largement avec « des opportunités ».

Le schéma 6.1.1 illustre la relation entre les objectifs et les stratégies en matière de développement du tourisme et les quatre axes cités.

Schéma 6.1.1 Objectifs, stratégies et axes principaux du développement du tourisme



Source : Equipe d'étude JICA

6.2 CULTURE, SAHARA, QUALITE ET ENVIRONNEMENT

Les concepts principaux de développement communs à la formulation de plans de développement du tourisme sur les plans national et régionaux ont été développés en fonction des quatre axes principaux : « Culture », « Sahara », « Qualité » et « Environnement » afin d'orienter systématiquement les efforts de développement et de marketing du produit touristique.

Les pages qui suivent montrent le flux logique dérivant des principaux concepts liés à chaque axe¹. Ces concepts seront utilisés pour l'élaboration des plans sectoriels (dans le chapitre 7 du Tome I « Plans sectoriels ») et les plans régionaux (dans le chapitre 12 du Tome II « Plans des régions sélectionnées») de même que du processus qui en découle pour la sélection des programmes et projets prioritaires.

Les étapes pour aboutir aux principaux concepts de développement montrés dans les schémas 6.2.1 à 6.2.4 se composent des deux parties suivantes :

- 1 Evaluation des conditions actuelles (partie supérieure de chaque schéma)
Pour les trois premiers axes « Culture », « Sahara » et « Qualité », l'équipe d'étude a évalué « le marché », « les pays concurrents » et « l'atout de la Tunisie » concernant chacun des trois axes, basé sur des études d'opinion et des données du marché.

Pour l'axe « environnement », les problèmes liés au tourisme en Tunisie ont été évalués.

Par conséquent, pour tous les axes, les orientations que devrait prendre le développement du tourisme dans le futur ont été indiquées.

- 2 Elaboration des principaux concepts de développement (partie inférieure de chaque schéma)
Basé sur l'évaluation qui précède, les concepts principaux de développement ainsi que l'approche préliminaire de développement ont été élaborés.

Il convient de noter que les concepts de développement élaborés pour la Culture, le Sahara et l'Environnement font partie des éléments essentiels permettant d'améliorer la qualité, en plus de ceux qui ont été élaborés pour la Qualité, qui se concentrent essentiellement sur le produit balnéaire, afin d'éviter toute répétition.

¹ Il convient de noter que ces concepts visaient à constituer les éléments communs à l'élaboration des composantes des plans directeurs nationaux et régionaux pour le développement du tourisme et aux projets et programmes prioritaires, dénommés les concepts *principaux*.

Schéma 6.2.1. Concept principal de développement : CULTURE

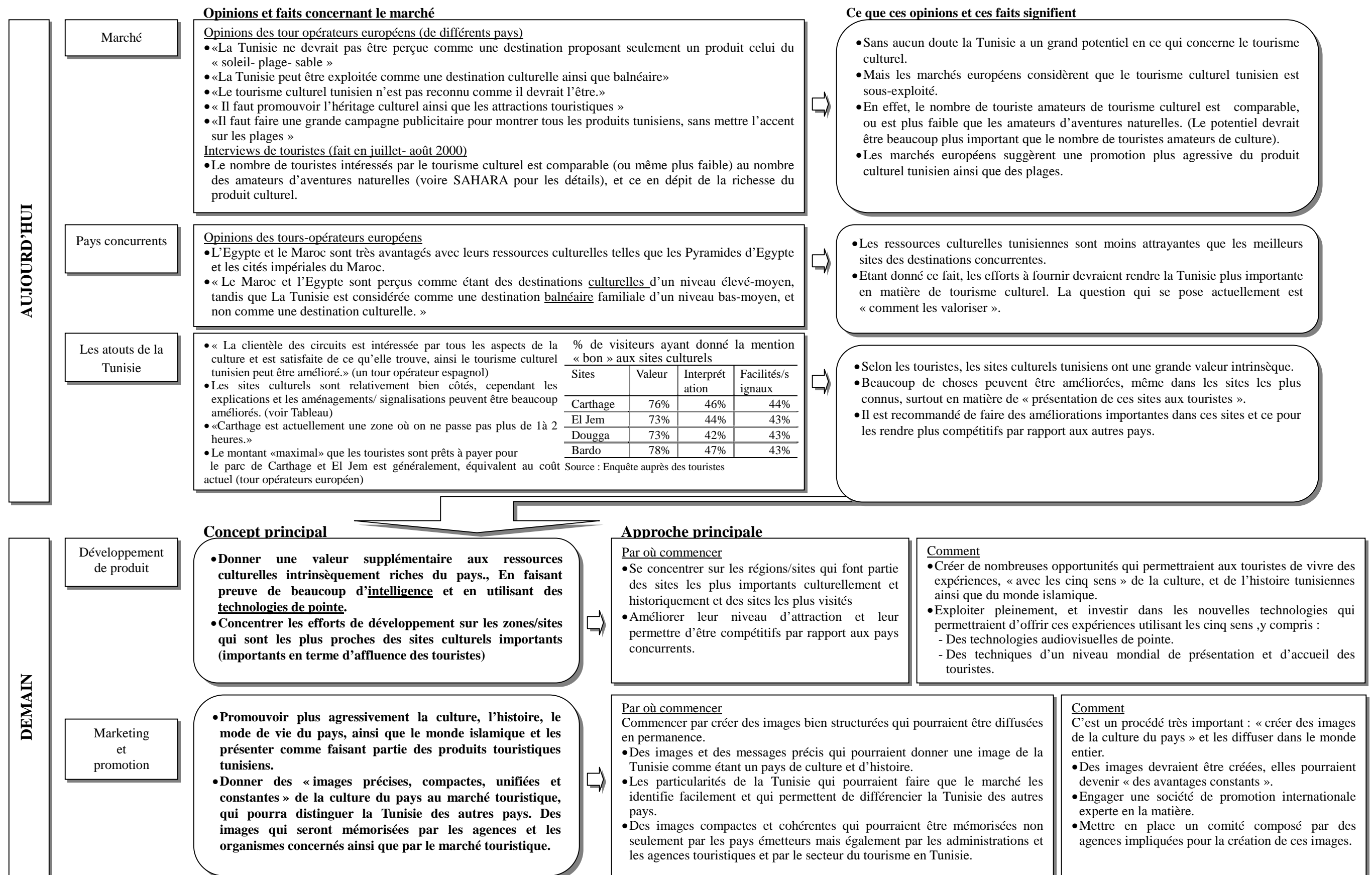


Schéma 6.2.2 Concept principal de développement : SAHARA

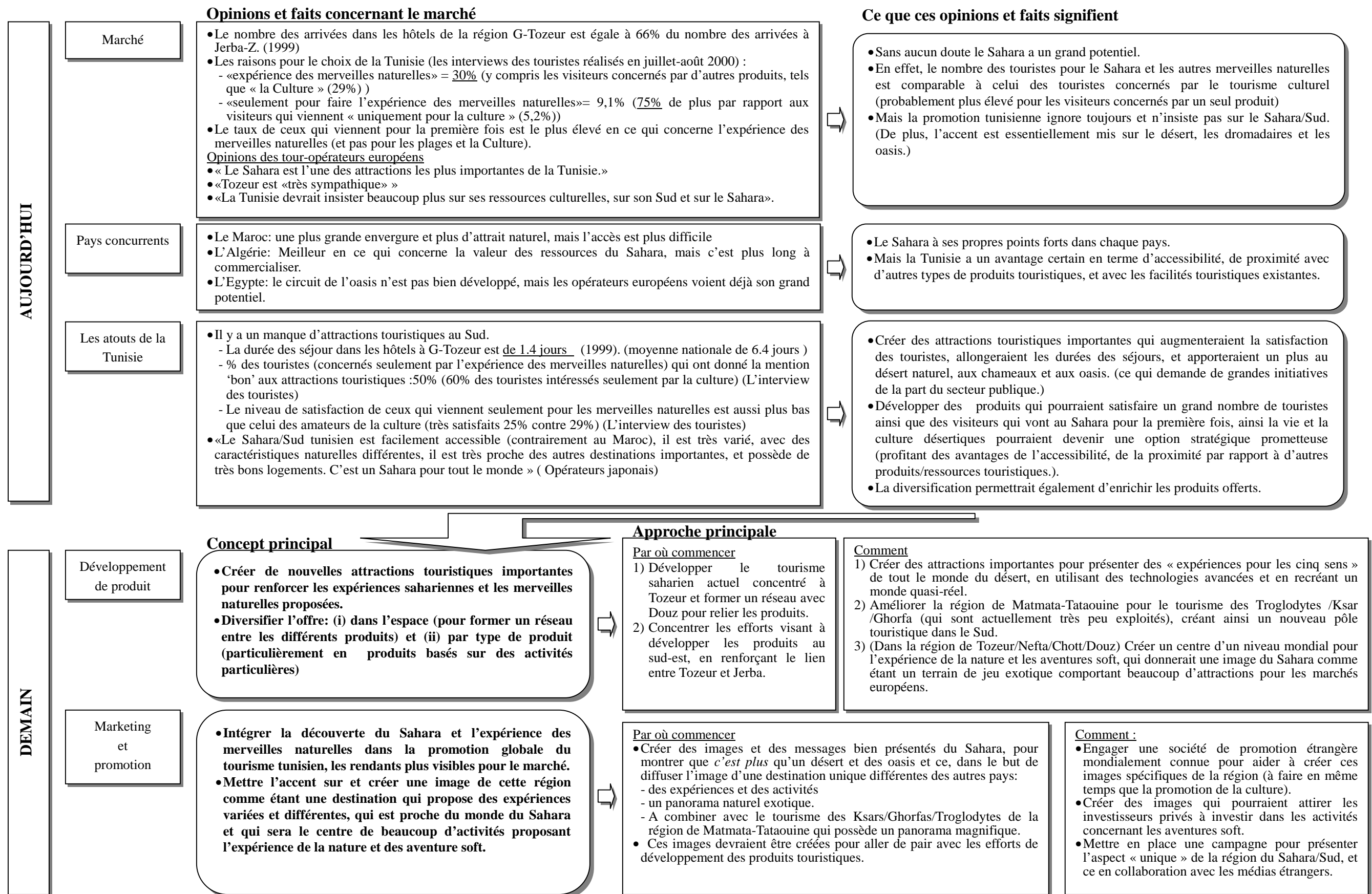


Schéma 6.2.3 Concept principal de développement : QUALITE

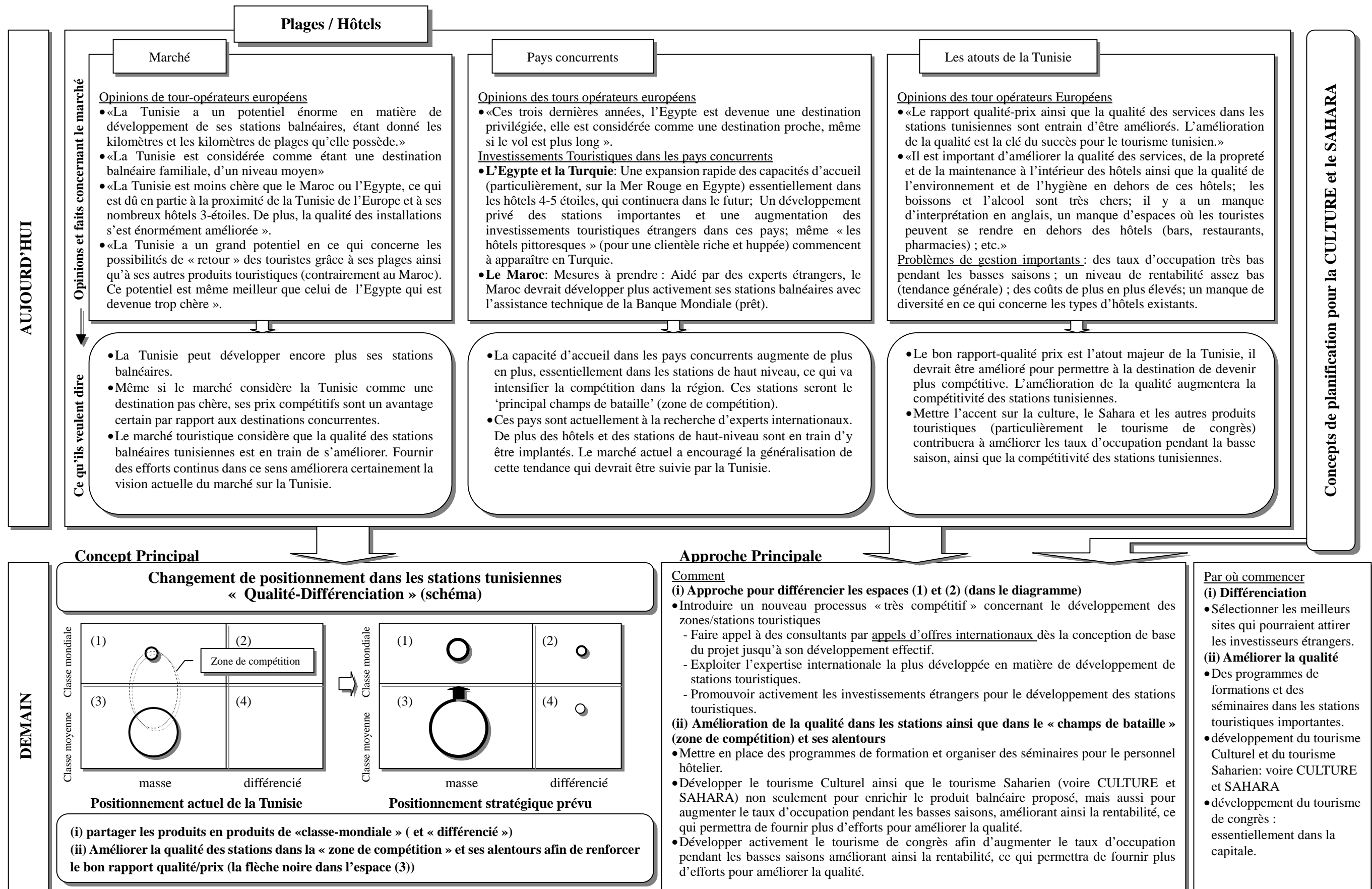
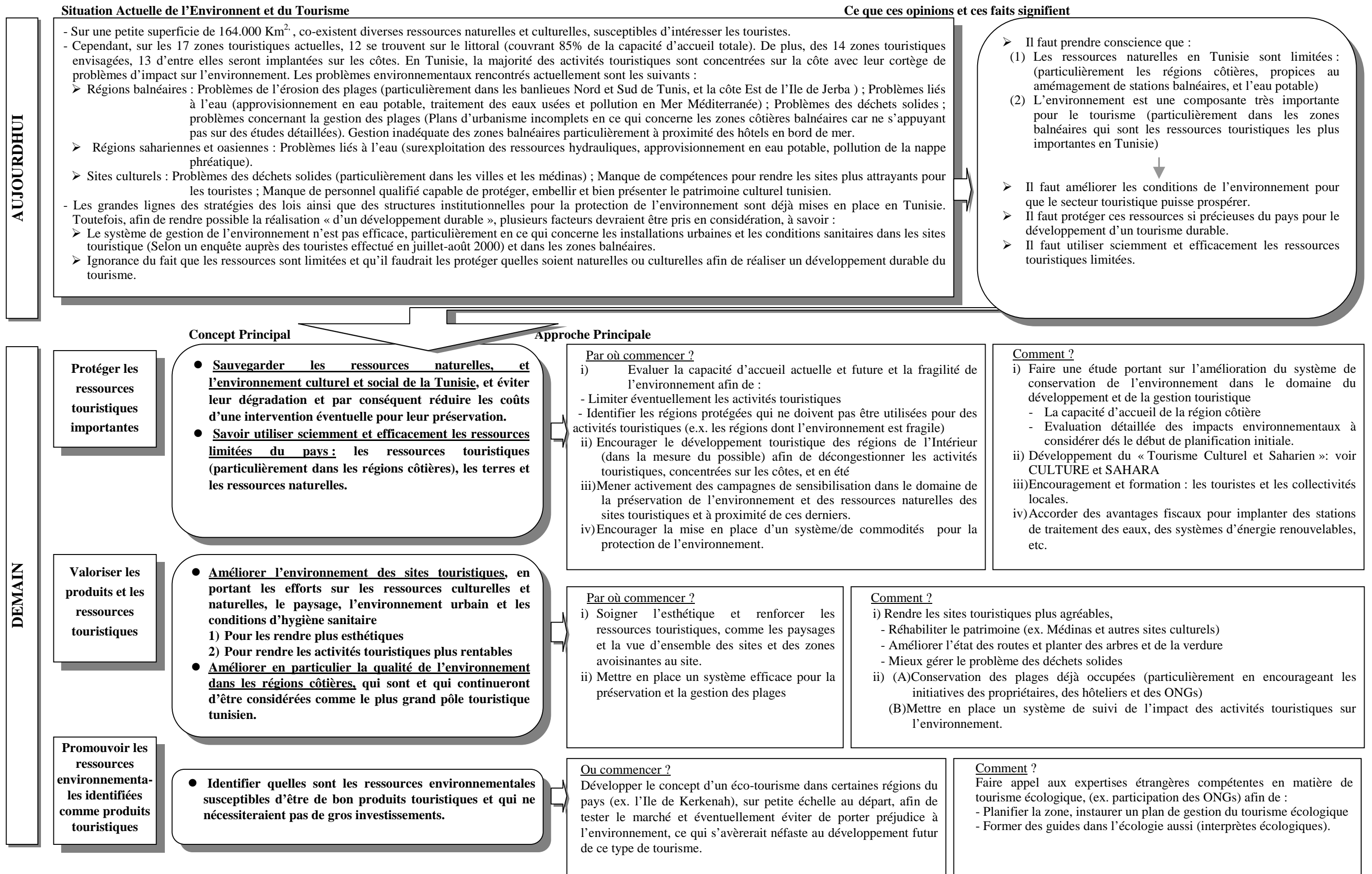


Schéma 6.2.4 Concept principal de développement : ENVIRONNEMENT



6.3 CONCEPT DE DEVELOPPEMENT SPATIAL

6.3.1 Marchés ciblés

Les principaux segments du marché cible ont été identifiés par le biais des éléments suivants :

- L'analyse des données statistiques disponibles sur la demande en matière de tourisme préparée par l'ONTT, l'OMT, etc. (le chapitre A4 du Tome III),
- L'enquête effectuée auprès des voyageurs et des touristes européens visitant la Tunisie (le chapitre 2 du Tome I et le chapitre A4 du Tome III).

Les segments du marché cible ont été classés conformément aux cinq catégories suivantes :

- 1 Tourisme balnéaire,
- 2 Tourisme culturel,
- 3 Tourisme saharien,
- 4 Tourisme de congrès,
- 5 Tourisme axé sur la nature.

Les prévisions indicatives en matière de demande en fonction des cinq catégories ci-dessus pour les années 2006-2016, ont été préparées à la lumière des projections en matière de demande du « nombre total d'enregistrements dans les hôtels par région » (le chapitre 5 du Tome I), en tenant compte des pourcentages existants des segments de visiteurs et les perspectives d'avenir (Voir le chapitre A4 du Tome III). Pour établir une prévision « par région », le nombre d'enregistrements à l'hôtel a été utilisé (plutôt que les arrivées des visiteurs étrangers) étant donné que beaucoup de touristes étrangers visitent plusieurs lieux (plutôt qu'un seul endroit) pendant leur voyage ou séjour en Tunisie.

Table 6.3.1 Prévisions du nombre total des segments cible du marché

Région	2001		2006		2016	
Tunis-Z	844		955		1,368	
N-Hammamet	1,190		1,482		2,191	
Sousse-K	1,256		1,666		2,556	
Monastir-S	977		1,314		2,011	
Djerba-Z	1,485		2,017		3,103	
G-Tozeur	902		1,092		1,714	
Bizerte-B	53		66		94	
Tabarka-A	134		170		250	
Total	6,839		8,762		13,288	
Tourisme balnéaire	65%	4,445	60%	5,258	55%	7,308
Tourisme culturel et saharien	10%	684	10%	876	10%	1,330
Tourisme de congrès	5%	342	10%	876	15%	1,993
Tourisme axé sur la nature	5%	342	5%	438	5%	664
Autres	15%	1,026	15%	1,314	15%	1,993

Unité : milliers visiteurs

N.B. : Le nombre d'enregistrements à l'hôtel ci-dessus représente le total de non-résidents et de résidents..

Source : Equipe d'étude JICA

Les caractéristiques et les perspectives de chaque segment du marché cible sont résumées comme suit :

(1) Tourisme balnéaire

a) Tourisme balnéaire de masse

Le tourisme balnéaire de masse en provenance des pays européens et des marchés émergents d'Europe orientale, séjournant essentiellement dans les zones balnéaires de Nabeul-Hammamet, Monastir-Mahdia-Sfax et Jerba : ce segment du tourisme constitue la principale entrée de touristes en Tunisie. Il est prévu une augmentation modérée en termes de ratio, mais une augmentation significative en termes de chiffres et de rentabilité, à condition que le marché reconnaisse l'importance de l'amélioration de la qualité du service.

b) Tourisme balnéaire haut de gamme

Les touristes de cette catégorie s'attendent à une expérience différente en matière d'activités à valeur ajoutée (golf, bateaux de plaisance, visites de sites culturels, thalassothérapie, etc.) ou souhaitent passer des vacances dans de magnifiques paysages naturels : ce segment de touristes est en croissance dans les marchés émetteurs. Cette catégorie présente un bon potentiel, à condition que la Tunisie déploie plus d'efforts en vue d'attirer ces touristes par le biais d'un développement et d'un marketing de produits touristiques différenciés.

c) Tourisme d'hiver et du troisième âge

Les touristes d'hiver et du troisième âge en provenance d'Europe occidentale : afin d'attirer plus de touristes au cours de la basse saison, il conviendrait de faire valoir le climat tempéré en hiver, tout particulièrement

dans la région Sud, et notamment sur l'île de Jerba. Ce segment est en augmentation et présente un bon potentiel.

(2) Tourisme culturel

a) Tourisme des circuits culturels

Les touristes en provenance des pays de l'OCDE, notamment d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie de l'Est, pour des circuits à thèmes dans les domaines de l'archéologie ou de la culture : ils effectuent des circuits de 10 à 14 jours en moyenne. Ils visitent généralement la Tunisie en voyage organisé. Ce segment du tourisme est en croissance et présente un bon potentiel.

b) Touristes étrangers individuels (FIT)

Les touristes étrangers ne voyageant pas en groupe, intéressés par la culture ou la civilisation : les étudiants et chercheurs font également partie de cette catégorie. Certains d'entre eux effectuent un séjour plus long que ceux qui choisissent les voyages organisés mais ils ont tendance à dépenser moins par jour, du fait qu'ils ont des objectifs spécifiques et que leurs activités touristiques sont limitées. Ce segment de tourisme est actuellement bien inférieur à la catégorie précédente mais il est possible de l'augmenter.

c) Tourisme de week-end

Les touristes de week-end en provenance des pays d'Europe occidentale : ce marché prend de l'importance dans les marchés émetteurs. Comparé aux catégories précédentes, il s'agit d'un segment de touristes qui effectuent un séjour bien plus court. La disponibilité des vols constitue un élément essentiel de la promotion de ce segment qui présente un bon potentiel.

(3) Tourisme saharien

a) Touristes en vacances balnéaires

Les touristes en vacances balnéaires des centres touristiques de Jerba, Sousse et Monastir pour une découverte optionnelle du Sahara : ce segment constitue l'entrée de touristes la plus importante. La possibilité d'une expérience unique en Tunisie par le biais de l'amélioration du produit touristique, pourrait augmenter la valeur des vacances balnéaires en Tunisie et augmenter le chiffre de ce segment.

b) Tourisme d'hiver et du troisième âge

Les touristes d'hiver et du troisième âge en provenance d'Europe occidentale : en tirant le meilleur parti possible du climat tempéré en hiver, la région du Sahara pourrait attirer ces touristes. Ce segment est en croissance et présente un très bon potentiel.

c) Tourisme de circuits thématiques

Les touristes des pays de l'OCDE, notamment d'Europe, d'Amérique du

Nord et d'Asie de l'Est visitants la Tunisie pour des circuits thématiques dans les domaines de l'archéologie et de la culture, effectuant en moyenne un séjour de 10 à 14 jours et passant une ou deux nuits au Sahara. Ce segment du tourisme est en croissance et présente un bon potentiel.

d) Tourisme de vacances au Sahara

Les touristes recherchant une expérience unique dans le Sahara, notamment sports de désert, activités et découverte du désert : ce segment de touristes n'est pas jusque là encore bien exploité. Il est nécessaire de prévoir un développement et une promotion efficaces du produit. Une augmentation modérée est prévue parallèlement au développement des divers produits touristiques.

e) Tourisme de week-end dans le Sahara

Les touristes de week-end en provenance des pays d'Europe occidentale : ce marché prend plus d'importance dans les pays émetteurs. Comme pour la catégorie "Culture", la disponibilité des vols est extrêmement importante pour la promotion de ce segment qui présente un bon potentiel.

(4) Tourisme de congrès

a) Participants aux réunions, conférences et salons

Les visiteurs pour le tourisme de congrès, particulièrement ceux pour les réunions, conférences et salons dans Tunis et autour, en une première étape, puis des centres de Sousse, Tozeur, Jerba, etc. : en deuxième étape, ce segment est extrêmement important. Les organisateurs de séminaires ou de conférences sont très soucieux des activités complémentaires, notamment les excursions dans les sites culturels, le sport, les restaurants, le shopping et les loisirs. Lorsque ces activités auront été développées, la Tunisie présentera un très grand potentiel pour ce segment. Il convient de prévoir une approche marketing innovatrice.

b) Participants aux excursions incentives

Les participants aux excursions incentives : les tours opérateurs de ce segment spécifique recherchent en permanence des destinations séduisantes afin de pouvoir répondre aux objectifs de cette catégorie. Les centres établis de Sousse, Tozeur et Jerba présentent un bon potentiel.

(5) Tourisme axé sur la nature

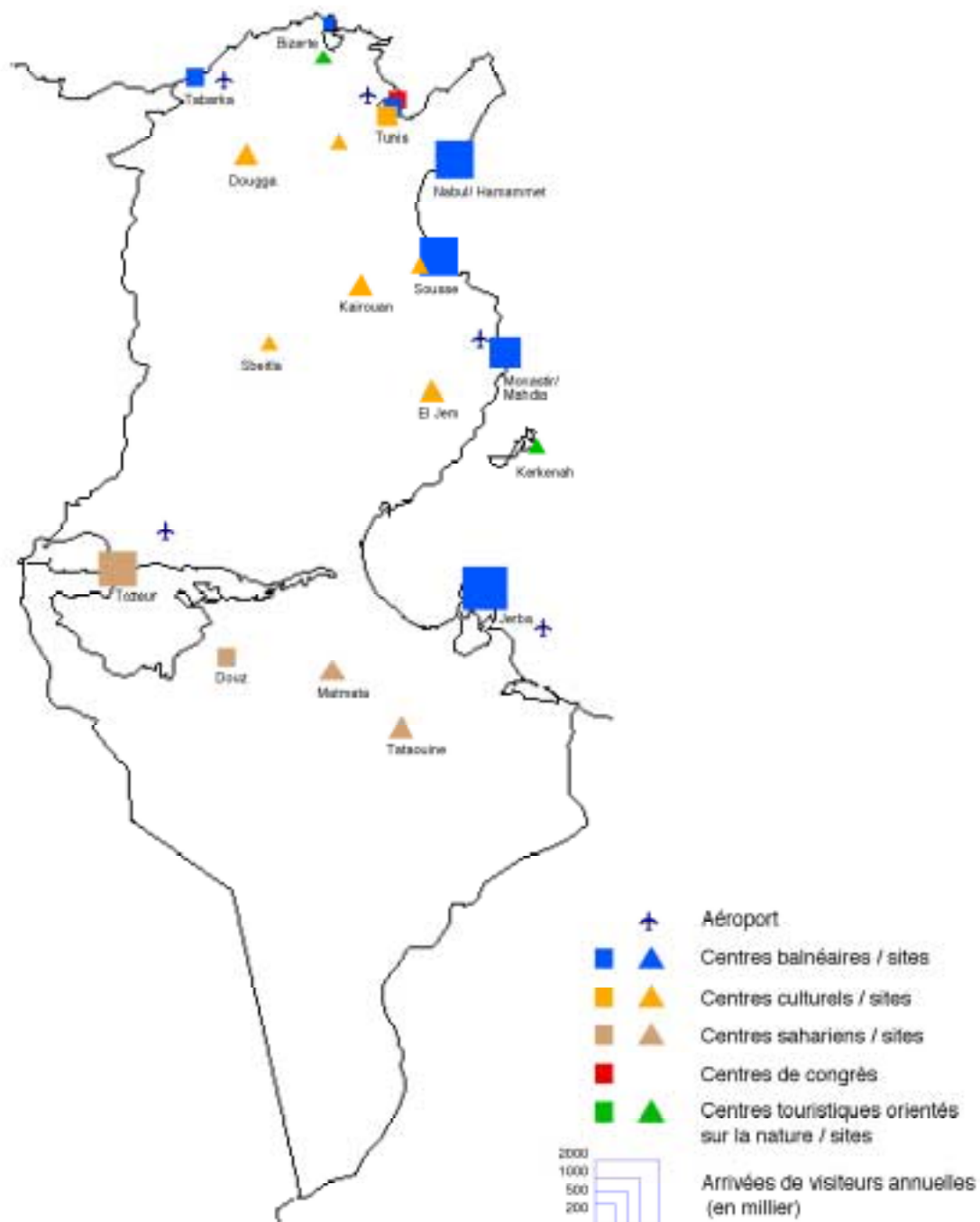
a) Tourisme écologique

Les touristes intéressés par la nature recherchant des paysages uniques et magnifiques en Tunisie : certaines régions spécifiques présentent un bon potentiel, notamment les Iles Kerkennah, le trekking dans le Sahara, etc.

6.3.2 Visions pour un développement spatial du tourisme

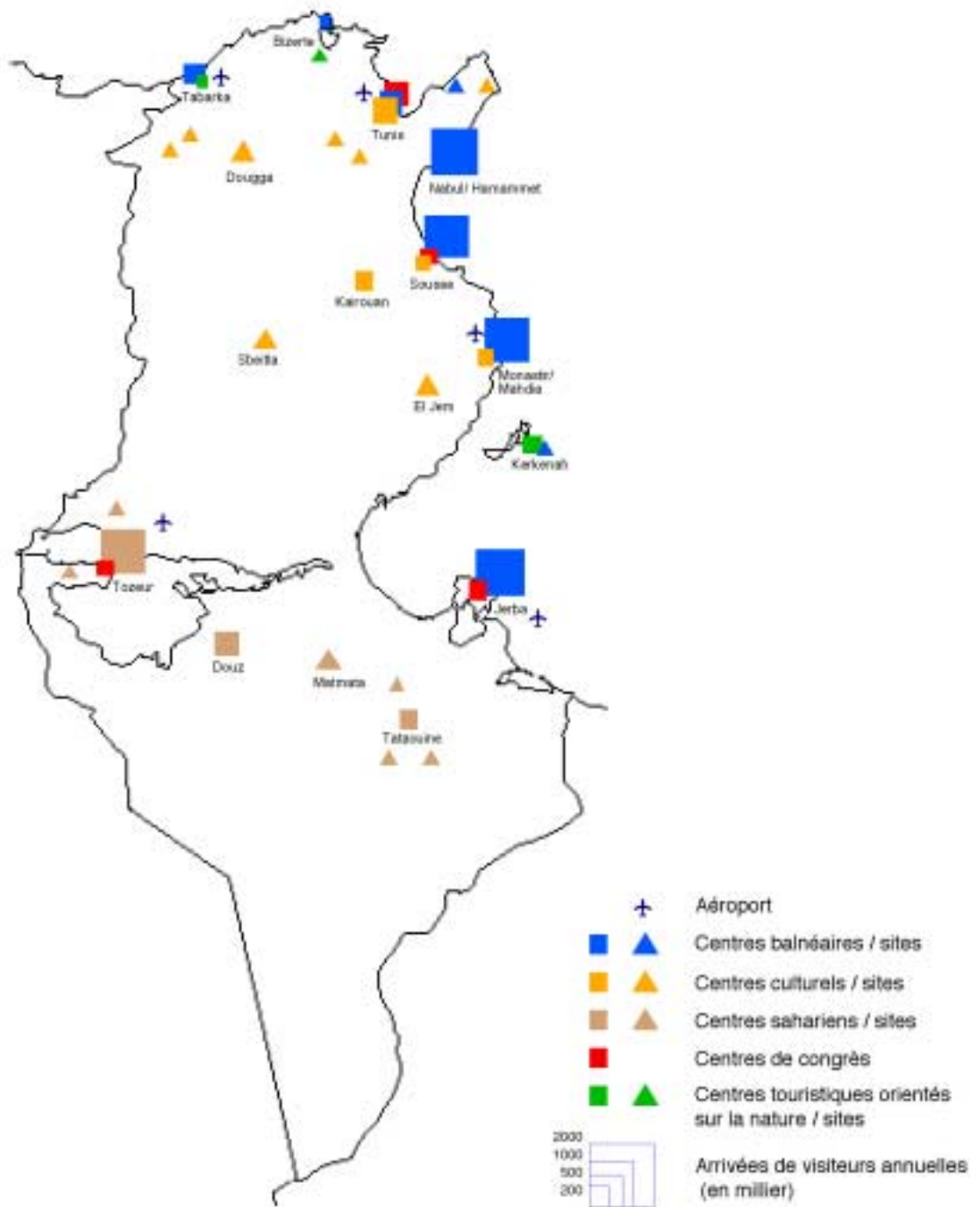
Les schémas 6.3.1 à 6.3.3 qui illustrent le concept de développement spatial pour les années 2001 (actuellement), 2006 et 2016, ont été préparés à la lumière des prévisions des segments du marché ciblés et des caractéristiques de ces segments. Ces schémas indiquent les visions relatives au futur développement du tourisme en Tunisie.

Schéma 6.3.1 Concept pour le développement spatial : situation existante (2001)



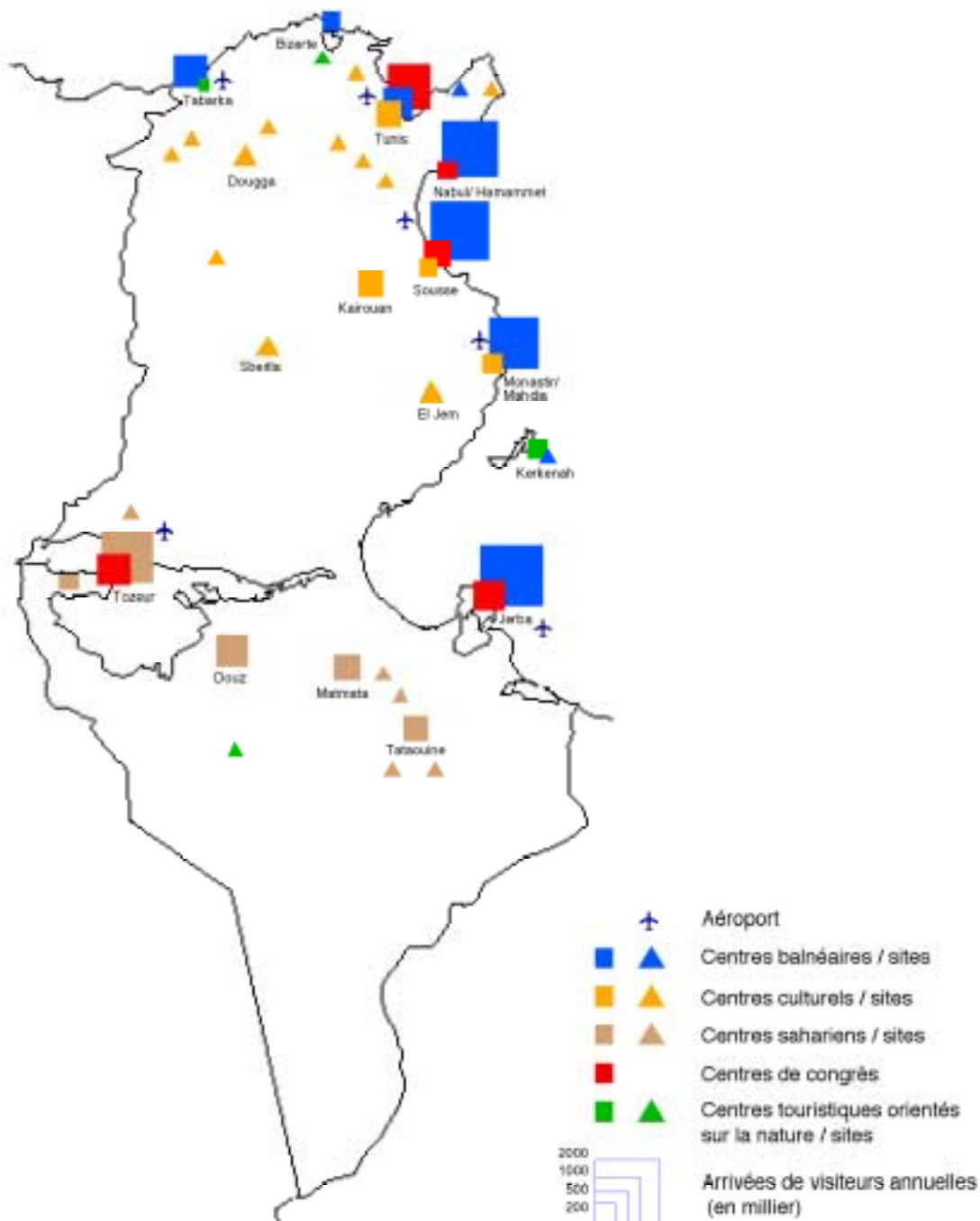
Source : Equipe d'étude JICA

Schéma 6.3.2 Concept pour le développement spatial (2006)



Source : Equipe d'étude JICA

Schéma 6.3.3 Concept pour le développement spatial (2016)



Source : Equipe d'étude JICA