

A4 DEMANDE TOURISTIQUE

A4.1 ARRIVEES DES VISITEURS¹

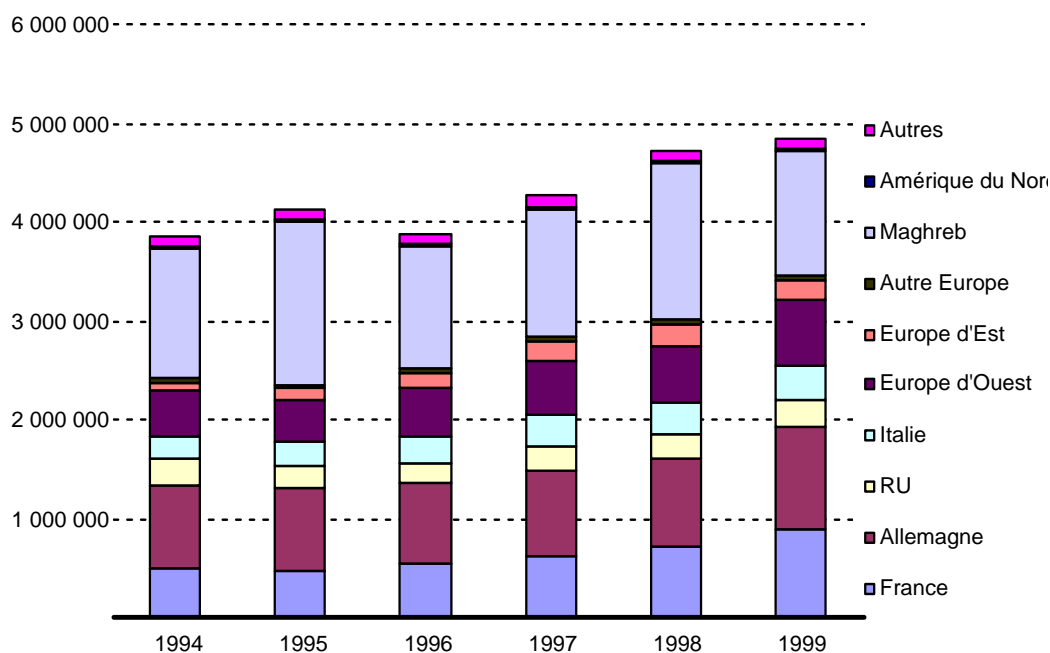
Les caractéristiques de base des tendances d'arrivées de visiteurs sont présentées dans cette section.

(1) Marchés émetteurs

En 1999, la Tunisie a reçu 4,8 millions de visiteurs étrangers² (total des arrivées). Le nombre de visiteurs provenant des pays d'Europe a atteint 3,4 millions en 1999, ce qui représente approximativement 72% du total des arrivées. D'un autre côté, les visiteurs des pays voisins du Maghreb représentent 1,2 million dans la même année, ce qui représentait environ 26% du total des arrivées.

Les visiteurs de ces deux régions émettrices représentent presque 98% du total des arrivées et il y a par comparaison relativement peu de visiteurs venant d'autres régions du monde. Le schéma A4.1.1 montre les récentes tendances d'arrivée de visiteurs étrangers.

Schéma A4.1.1 Tendances des arrivées des visiteurs 1994-1999



N.B. : L'Europe de l'Est inclut : la Pologne, la Tchèque, la Slovaquie, la Hongrie, la Bulgarie et la Russie. L'Europe de l'Ouest inclut : la Scandinavie, la Suisse, la Belgique, les Pays Bas, l'Autriche, l'Espagne, le Luxembourg, la Grèce et l'Irlande

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

¹ Les statistiques du tourisme en Tunisie utilisent des définitions du tourisme différentes de celle de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). Le nombre d'arrivées aux postes frontières n'inclut pas seulement les touristes, mais aussi les visiteurs en transit qui restent moins de 24 heures. Le mot « visiteur » dans cette étude inclut tous ceux qui sont entrés en Tunisie avec des fiches d'immigration, en incluant les visiteurs touristes.

² Si l'on inclut le nombre de Tunisiens résidant à l'étranger, le chiffre s'élève à 5,9 millions.

Parmi les pays européens, les principaux pays émetteurs en 1999 sont : l'Allemagne (1,036 mille), la France (894 mille), l'Italie (355 mille) et le Royaume Uni (262 mille). Les arrivées en provenance de France et d'Allemagne ont atteint plus de 1,9 million ce qui représente environ 40% du total des visiteurs et ceux des quatre pays sources mentionnés ci-dessus représente plus de la moitié du total des arrivées. Le détail des arrivées des visiteurs sont présentés au tableau A4.1.1.

Tableau A4.1.1 Tendances des arrivées de visiteurs 1994-1999

	Nombre de visiteurs						TMCA
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1994-99
Allemagne	852 591	837 116	808 478	858 302	883 944	1 036 262	4,0%
France	484 837	465 103	541 878	619 891	709 023	893 664	13,0%
Italie	229 811	245 933	270 110	314 042	328 256	354 616	9,1%
Royaume Uni	267 223	239 567	206 068	248 010	263 798	261 877	-0,4%
Scandinavie	61 732	59 663	88 352	80 408	56 201	64 699	0,9%
Autriche	71 624	65 036	90 314	114 363	106 174	138 261	14,1%
Belgique	78 132	74 198	87 442	102 659	114 922	132 361	11,1%
Pays Bas	80 364	70 507	71 798	67 347	68 116	69 147	-2,9%
Suisse	76 407	74 539	75 478	86 609	84 247	110 202	7,6%
Espagne	43 071	33 289	43 350	54 422	68 105	86 857	15,1%
Total Europe Ouest	2 287 092	2 207 103	2 321 627	2 589 160	2 739 929	3 202 020	7,0%
Pologne	13 726	19 772	34 617	52 649	87 332	77 135	41,2%
Rép. Tchèque	25 117	32 749	42 598	54 551	50 913	59 733	18,9%
Hongrie	21 693	19 687	18 603	16 979	17 172	23 281	1,4%
Russie	9 039	12 967	31 610	37 823	26 045	22 067	19,5%
Total Europe d'Est	83 425	105 205	147 819	190 302	212 754	211 336	20,4%
Autre pays Europe	45 173	44 934	53 447	66 490	58 700	47 501	1,0%
Total Europe	2 415 690	2 357 242	2 522 893	2 845 952	3 011 383	3 460 857	7,5%
Algérie	672 446	988 608	669 933	605 383	684 221	616 447	-1,7%
Libye	543 973	618 746	526 146	626 393	834 473	603 074	2,1%
Maroc	99 994	26 689	30 881	42 847	45 111	37 785	-17,7%
Mauritanie	6 995	6 367	5 945	6 675	5 744	5 382	-5,1%
Total Maghreb	1 323 408	1 640 410	1 232 905	1 281 298	1 569 549	1 262 688	-0,9%
USA	11 683	11 499	12 775	12 722	12 470	13 627	3,1%
Canada	12 592	13 318	14 170	13 967	15 361	13 423	1,3%
Total Amérique Nord	24 275	24 817	26 945	26 689	27 831	27 050	2,2%
Japon	4 008	3 738	4 706	5 506	8 354	9 314	18,4%
Autres Total	92 173	97 378	101 850	109 168	108 942	81 063	-2,5%
Etrangers Total	3 855 546	4 119 847	3 884 593	4 263 107	4 717 705	4 831 658	4,6%

N.B.: L'Europe de l'est inclut : la Pologne et la république Tchèque, la Slovaquie, la Hongrie, la Bulgarie et la Russie. L'Europe de l'ouest inclut l'Allemagne, la France le Royaume Uni, l'Italie, la Scandinavie, la Suisse, la Belgique, les Pays Bas, l'Autriche, l'Espagne, le Luxembourg, la Grèce et l'Irlande.

TMCA: Taux Moyen de Croissance Annuel

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

(2) Taux de croissance

Comme le montre le tableau A4.1.1, le taux moyen annuel de croissance global des arrivées de visiteurs entre 1994 et 1999 était 4,6%, ce qui est plus important que la moyenne annuelle mondiale de 1994 jusqu'à 1998 (3,4%³). Le nombre de visiteurs en Tunisie semble accroître régulièrement et ce, après une chute brutale durant la Guerre du Golfe en 1991.

Les taux de croissance des principaux pays émetteurs durant la même période sont : l'Allemagne (4,0%), la France (13,0%), l'Italie (9,1%), le Royaume Uni (-0,4%), les pays du Maghreb (-0,9%). Les taux pour le Royaume Uni et les pays du Maghreb ont souffert d'une légère baisse malgré la croissance généralement favorable de la plupart des pays.

Entretemps, des taux de croissance remarquables ont été enregistrés avec les pays d'Europe de l'Est⁴ (20,4%) et spécialement la Pologne (41,2%), le Japon (18,4%) et l'Espagne (15,1%) au cours de la même période. On peut considérer ces pays comme des marchés émetteurs émergents à succès. Cependant, le nombre réel de visiteurs provenant de ces pays est toujours faible.

Le nombre de visiteurs des Pays Bas et de la Scandinavie a connu une baisse malgré une augmentation favorable pour d'autres pays émetteurs.

³ OMT (1999), Livre annuel des statistiques du tourisme Le schéma de 1998 est une étude préliminaire.

⁴ On peut largement l'attribuer à des activités promotionnelles commencées en 1995.

A4.2 SEJOUR DES VISITEURS

Des statistiques précises sur la durée de séjour pour tous les visiteurs en Tunisie, sur la base des fiches d'immigration ne sont pas en ce moment exploitables en Tunisie, ce qui crée un sérieux manque de données. Toutefois, l'ONTT retrace le nombre des visiteurs et de ses nuitées dans les unités d'hébergement officiellement enregistrés, à savoir, essentiellement, les hôtels classés et autres types d'hébergement commercial. La direction de l'hôtel transmet régulièrement des informations statistiques à l'ONTT, sur la situation de son unité enregistrée. Ces informations transmises incluent en plus du pays d'origine des visiteurs les données suivantes :

- 1 lieu de séjour,
- 2 durée de chaque séjour dans les hôtels.

L'équipe d'étude a analysé les données afin de clarifier le comportement programmatique et géographique des visiteurs en Tunisie.

A4.2.1 Tendances des Nuitées de Visiteurs

Le tableau A4.2.1 montre la récente tendance des séjours des visiteurs par nuitée dans les hôtels en provenance des principaux marchés émetteurs.

Le total des nuitées passées par des visiteurs étrangers a atteint un taux de 6,1% moyen depuis 1994. Avec l'exception d'un creux en 1995, le compte des nuitées de visiteurs a augmenté chaque année de concert avec un nombre croissant de visiteurs.

En 1999, le total des nuitées passées par les visiteurs étrangers a atteint 33,1 millions, ce qui ramène la durée moyenne de séjour pour tous les visiteurs à 6,9 nuitées. Beaucoup de visiteurs ne passent même pas une nuit ; parmi lesquels il faut compter les visiteurs du Maghreb avoisinant, et la durée moyenne de séjour pour eux est très courte. Les visiteurs de la plupart des pays d'Europe en vacances en Tunisie tendent à rester plus longtemps (10 à 20 jours ou plus).

Tableau A4.2.1 Tendence des nuitées de visiteurs dans les hôtels

	Nombre de nuitées de visiteurs						TMCA
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1994-99
Allemagne	10 689 547	10 282 862	9 626 019	10 372 738	10 366 531	12 092 699	2,5%
France	3 809 339	3 546 073	4 038 486	4 796 444	5 353 048	6 767 897	12,2%
Italie	1 880 919	1 860 574	1 945 867	2 301 531	2 354 086	2 620 586	6,9%
Royaume Uni	2 672 307	2 303 954	1 914 045	2 246 266	2 480 819	2 637 481	-0,3%
Scandinavie	508 153	478 839	704 234	703 152	445 902	541 411	1,3%
Autriche	612 652	480 437	637 772	898 194	886 069	1 186 971	14,1%
Belgique	761 017	654 794	772 307	984 213	1 047 402	1 253 099	10,5%
Pays Bas	757 804	640 413	615 432	574 977	590 028	579 418	-5,2%
Suisse	722 925	700 424	699 988	819 403	845 377	1 025 070	7,2%
Espagne	336 300	232 448	306 460	416 989	504 142	640 671	13,8%
Europe de l'Ouest Total	22 926 993	21 380 111	21 481 819	24 341 937	25 164 971	29 666 743	5,3%
Pologne	75 507	136 937	283 222	491 754	885 961	752 349	58,4%
République tchèque	226 765	322 677	404 434	579 044	537 911	636 609	22,9%
Hongrie	N/A	110 641	129 759	116 434	93 759	111 352	N/A
Russie	48 701	88 409	259 951	371 438	266 228	202 601	33,0%
Europe de l'Est Total	350 973	686 852	1 117 978	1 639 763	1 871 851	1 826 464	39,1%
Autres Europe	218 575	141 230	210 211	254 253	244 979	226 042	0,7%
Total Europe	23 496 541	22 208 193	22 810 008	26 235 953	27 281 801	31 719 249	6,2%
Algérie	398 405	592 398	543 331	514 997	521 519	445 761	2,3%
Libye	190 821	179 511	210 818	254 613	262 250	198 843	0,8%
Maroc	76 269	50 952	53 687	66 653	64 297	58 387	-5,2%
Total Maghreb	665 495	822 861	807 836	836 263	848 066	702 991	1,1%
USA	65 046	63 406	60 274	53 136	68 819	49 081	-5,5%
Canada	72 485	88 961	90 961	89 014	110 088	130 420	12,5%
Nord Amérique Total	137 531	152 367	151 235	142 150	178 907	179 501	5,5%
Japon	20 726	20 395	24 274	28 991	39 491	53 941	21,1%
Autres pays Total	381 648	330 984	360 881	469 759	478 728	548 989	7,5%
Étrangers Total	24 681 215	23 514 405	24 129 960	27 684 125	28 787 502	33 150 730	6,1%

N.B. : L'Europe de l'Est inclut la Pologne ,la Tchéquie ,la Slovaquie ,la Hongrie, la Bulgarie et la Russie L'Europe de l'Ouest inclut l'Allemagne, la France le Royaume Uni, l'Italie, la Scandinavie, la Suisse, la Belgique, les Pays Bas, l'Autriche, l'Espagne, le Luxembourg, la Grèce et l'Irlande.

TMCA : Taux Moyen de Croissance Annuel

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en Chiffres, diverses années

A4.2.2 Durée du séjour

Le Tableau A4.2.2 montre la tendance récente de la durée moyenne de séjour dans les hôtels classés, selon le principal marché source. Comme indiqué dans le tableau, la durée moyenne de séjour semble être stable, cependant, celle des visiteurs en provenance des pays européens est en légère baisse. Les raisons de ce résultat sont estimées à :

- Vacances multiples et plus courtes,
- Compétition plus dure entre destinations touristiques,

- Diversification accrue des motifs de séjour tel que le tourisme culturel, participations aux congrès et séminaires, etc. qui nécessitent des séjours plus courts, et
- Nouvelle tendance de voyages de week-end en Europe, etc.

Tableau A4.2.2 Tendances de durée des séjours dans les hôtels

	Durée moyenne de séjour						AAGR
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1994-99
Allemagne	12,5	12,3	11,9	12,1	11,7	11,7	-1,42%
France	7,9	7,6	7,5	7,7	7,5	7,6	-0,73%
Italie	8,2	7,6	7,2	7,3	7,2	7,4	-2,02%
Royaume Uni	10,0	9,6	9,3	9,1	9,4	10,1	+0,14%
Pays Scandinaves	8,2	8,0	8,0	8,7	7,9	8,4	+0,33%
Autriche	8,6	7,4	7,1	7,9	8,3	8,6	+0,07%
Belgique	9,7	8,8	8,8	9,6	9,1	9,5	-0,57%
Pays Bas	9,4	9,1	8,6	8,5	8,7	8,4	-2,33%
Suisse	9,5	9,4	9,3	9,5	10,0	9,3	-0,34%
Espagne	7,8	7,0	7,1	7,7	7,4	7,4	-1,13%
Pologne	5,5	6,9	8,2	9,3	10,1	9,8	+12,14%
République Tchèque	9,0	9,9	9,5	10,6	10,6	10,7	+3,37%
Hongrie	N/A	5,6	7,0	6,9	5,5	4,8	N/A
Russie	5,4	6,8	8,2	9,8	10,2	9,2	+11,25%
Total Europe	9,7	9,4	9,0	9,2	9,1	9,2	-1,18%
Algérie	0,6	0,6	0,8	0,9	0,8	0,7	+4,07%
Libye	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	-1,23%
Maroc	0,8	1,9	1,7	1,6	1,4	1,5	+15,17%
Total Maghreb	0,5	0,5	0,7	0,7	0,5	0,6	+2,06%
USA	5,6	5,5	4,7	4,2	5,5	3,6	-8,34%
Canada	5,8	6,7	6,4	6,4	7,2	9,7	+11,04%
Amérique du Nord	5,7	6,1	5,6	5,3	6,4	6,6	+3,21%
Moyen Orient	2,5	2,3	2,3	2,7	2,8	3,6	+7,33%
Afrique	5,3	3,1	2,7	3,0	3,2	4,3	-4,19%
Japon	5,2	5,5	5,2	5,3	4,7	5,8	+2,29%
Autres	5,2	4,5	5,0	6,8	6,6	11,7	+17,71%
Total Autres	4,1	3,4	3,5	4,3	4,4	6,8	+10,34%
Total Etrangers	6,4	5,7	6,2	6,5	6,1	6,9	+1,04%

N.B. : L'Europe de l'Est regroupe la Pologne, la République Tchèque, la Slovaquie, la Hongrie, la Bulgarie et la Russie. L'Europe de l'Ouest regroupe l'Allemagne, la France, le Royaume Uni, l'Italie, les pays Scandinaves, la Suisse, la Belgique, les Pays-Bas, l'Autriche, l'Espagne, le Luxembourg, la Grèce et l'Irlande.

AAGR : Taux de croissance annuel moyen

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres

A4.2.3 Nuitées des visiteurs par région et par marché émetteur

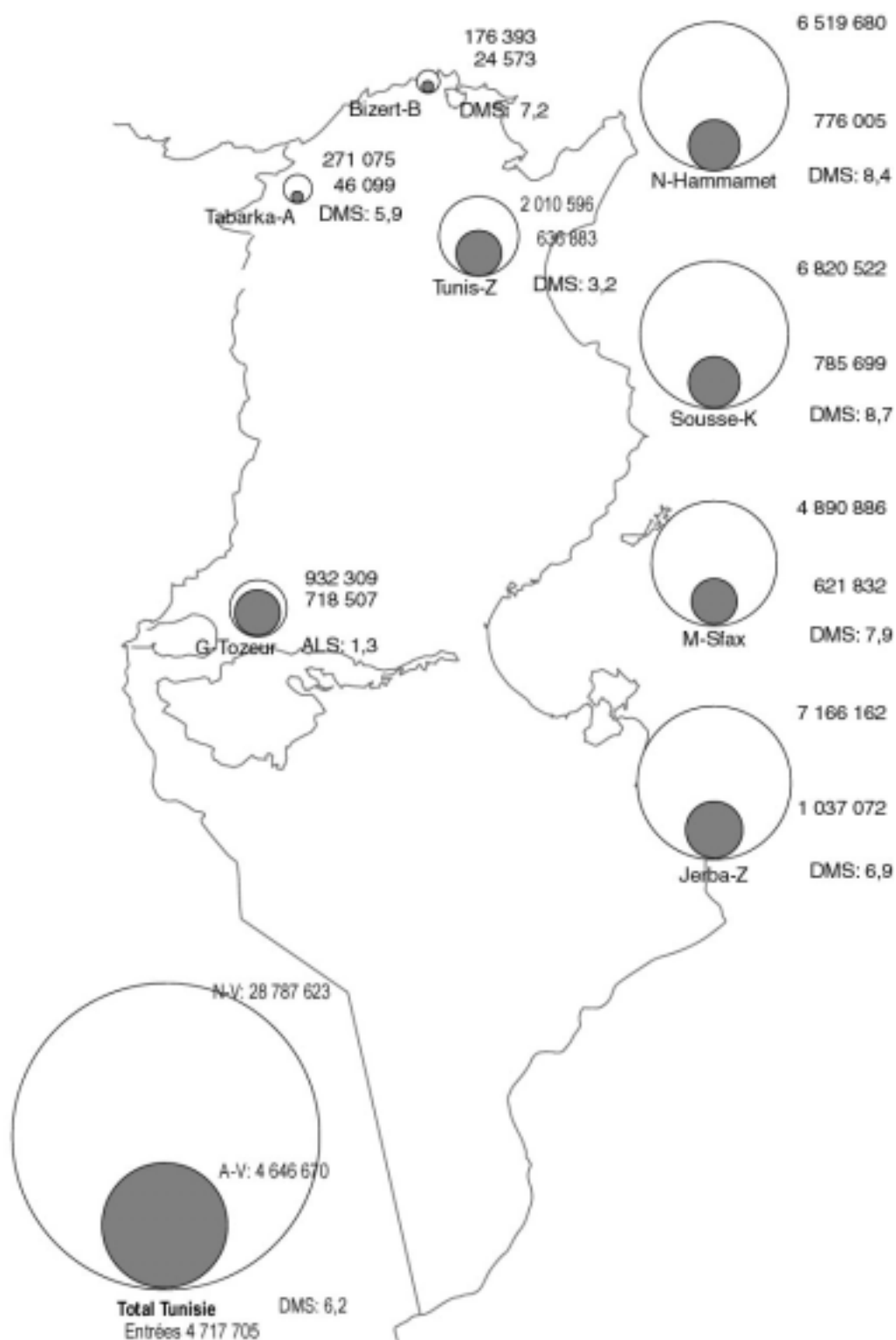
(1) Répartition géographique de l'ensemble des séjours

Le schéma A4.2.1 présente la distribution géographique du nombre des visiteurs et des nuitées de visiteurs pour tous les visiteurs étrangers en 1998 selon les huit régions touristiques définies par l'ONTT.

La différence entre la taille des barres représentant le nombre de visiteurs et de nuitées de visiteurs respectivement se comprend comme l'effet de multiples nuits passées par les visiteurs. Une estimation de la moyenne de séjour pour chaque

région est calculée en divisant le nombre de nuitées par le nombre de visiteurs enregistrés dans les hôtels. Les différents chiffres régionaux indiquent la diversité du comportement des touristes selon les différentes régions touristiques.

Schéma A4.2.1 Répartition géographique du séjour global de visiteurs en 1998



N.B. : A-V: arrivées à l'hôtel, N-V: nuitées de visiteurs, DMS: Durée moyenne de séjour

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, 1998, Equipe d'étude JICA

Le tableau A4.2.3 montre la tendance pour les cinq dernières années du nombre de visiteurs enregistrés dans les hôtels, du nombre de nuitées et de la durée moyenne de séjour, selon les régions touristiques de l'ONTT. On a observé de petits changements dans le pourcentage de chaque région, et ce de 1994 à 1998.

Tableau A4.2.3 Tendence des visiteurs et des nuitées par région touristique

Région touristique	1994		1995		1996		1997		1998		enregistrements hôtel	DMS
	V-N (,000)	Ratio (%)	V-N (,000)	Ratio (%)	V-N (,000)	Ratio (%)	V-N (,000)	Ratio (%)	V-N (,000)	Ratio (%)		
Tunis-Z	1 857	7,5	1 686	7,2	1 592	6,6	1 860	6,7	2 011	7,0	636 883	3,16
N-Hammamet	6 596	26,7	5 897	25,1	5 693	23,6	6 567	23,7	6 520	22,6	776 005	8,40
Sousse-K	6 000	24,3	5 872	25,0	6 124	25,4	6 766	24,4	6 821	23,7	785 699	8,68
Monastir-S	3 581	14,5	3 524	15,0	3 887	16,1	4 749	17,2	4 891	17,0	621 832	7,87
Jerba-Z	5 443	22,1	5 416	23,0	5 692	23,6	6 443	23,3	7 166	24,9	1 037 072	6,91
G-Tozeur	748	3,0	699	3,0	755	3,1	864	3,1	932	3,2	718 507	1,30
Bizerte-B	187	0,8	152	0,6	159	0,7	167	0,6	176	0,6	24 573	7,18
Tabarka-A	268	1,1	270	1,1	227	0,9	268	1,0	271	0,9	46 099	5,88
Total	24 681	100,0	23 514	100,0	24 130	100,0	27 684	100,0	28 788	100,0	4 646 670	6,20

DMS : Durée moyenne de séjour

Source: ONTT, Le Tourisme Tunisien en Chiffres, diverses années

(2) Répartition géographique du séjour des visiteurs par marché émetteur

L'équipe d'étude a par la suite analysé la distribution géographique du séjour des visiteurs selon les marchés émetteurs. Le schéma suivant A4.2.2 présente les résultats des principaux et émergents marchés émetteurs du tourisme tunisien : l'Allemagne, la France, l'Italie, le Royaume Uni, l'Algérie, la Libye, les pays d'Europe de l'Est, l'Espagne, les USA et le Japon. Le tableau A4.2.4 montre la comparaison des nuitées de visiteurs entre 1994 et 1998 pour les marchés émetteurs ci-dessus, à l'exception de deux pays du Maghreb.

Les schémas et le tableau indiquent des préférences ou des comportements différents parmi les marchés émetteurs. Cette différence dans la durée de séjour des visiteurs peut être due à différents facteurs. L'équipe d'étude analysera ces facteurs plus loin dans ce chapitre.

Les principales caractéristiques observées pour chaque marché émetteur sont:

a) Allemagne

- Les quatre principales régions balnéaires, Sousse-K, Jerba-Z, N-Hammamet et Monastir-S sont pratiquement visitées de manière équivalente,
- les Allemands résident plus dans la région de Tabarka-A que les autres visiteurs européens,
- La majorité réside en un lieu fixe.

- b) France
 - N-Hammamet et Jerba-Z sont les plus visitées des régions balnéaires,
 - moins de visites pour Sousse-K,
 - un plus grand nombre de visiteurs à G-Tozeur,
 - des visiteurs relativement plus itinérants.

- c) Italie
 - Jerba-Z est la plus visitée des régions balnéaires,
 - La majorité réside en un lieu fixe.

- d) Royaume Uni
 - La région de Sousse-K est la plus visitée,
 - La majorité réside en un lieu fixe..

- e) Algérie
 - Le nombre total des arrivées des algériens aux hôtels représente qu'un tiers des arrivées.
 - La concentration dans la région de Tunis-Z est probablement due au fait que leurs visites sont liées à leurs affaires dans le capital Tunis.

- f) Libye
 - Peu de séjours dans les hôtels,
 - Concentration dans les régions de Tunis-Z et Jerba-Z probablement à cause des visites d'affaires et de transit.

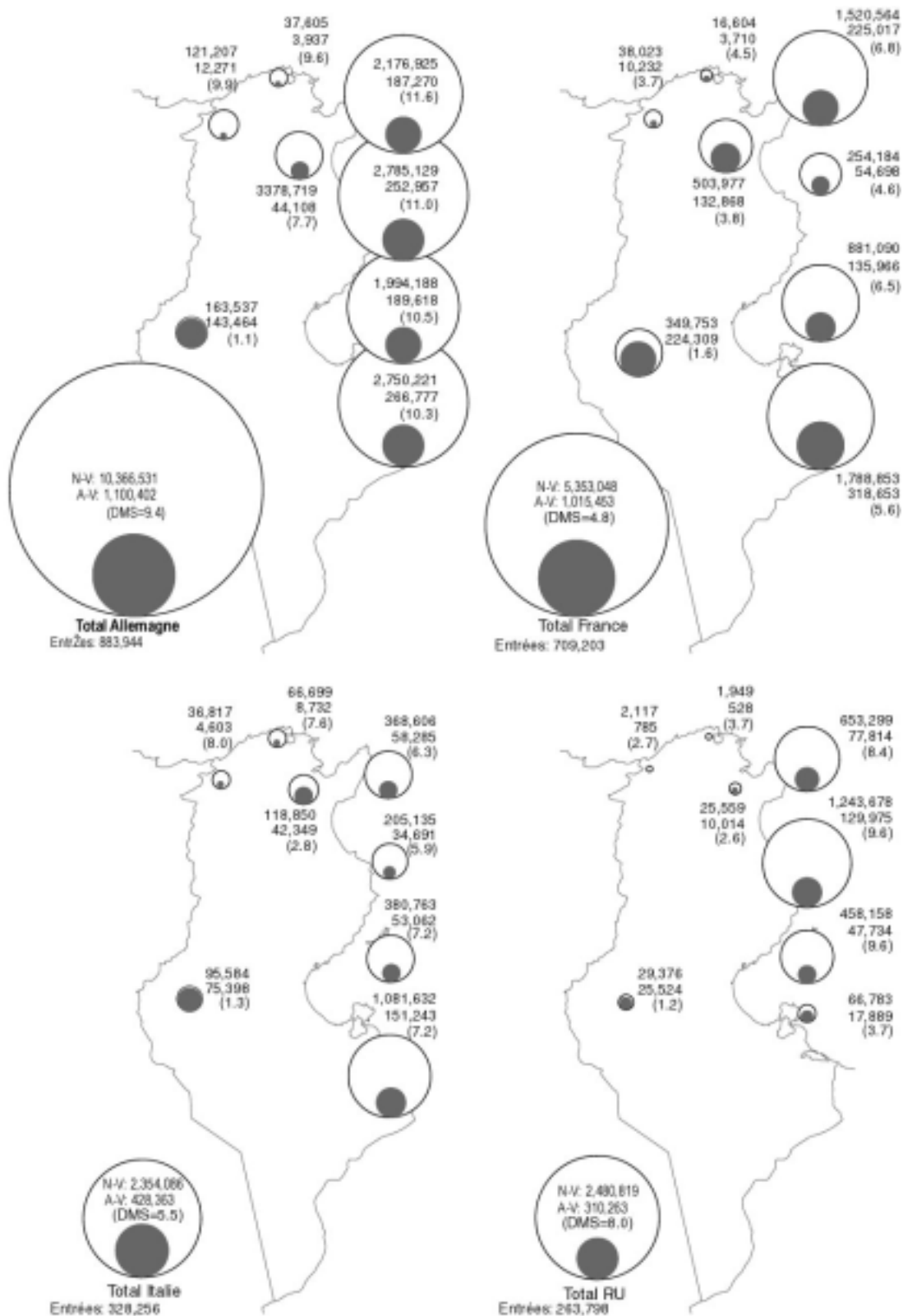
- g) Europe de l'Est
 - N-Hammamet et Sousse-K sont les régions balnéaires les plus visitées, suivies par les régions de Monastir-S et Jerba-Z,
 - La majorité réside en un lieu fixe.

- h) Espagne
 - Les régions Sousse-K et G-Tozeur sont les plus visitées,
 - La majorité sont des visiteurs itinérants.

- i) Etats-Unis
 - N-Hammamet et Monastir-S sont les régions les plus visitées, relativement beaucoup résident dans la région de G-Tozeur,
 - Le nombre total des visiteurs est comparativement très petit.

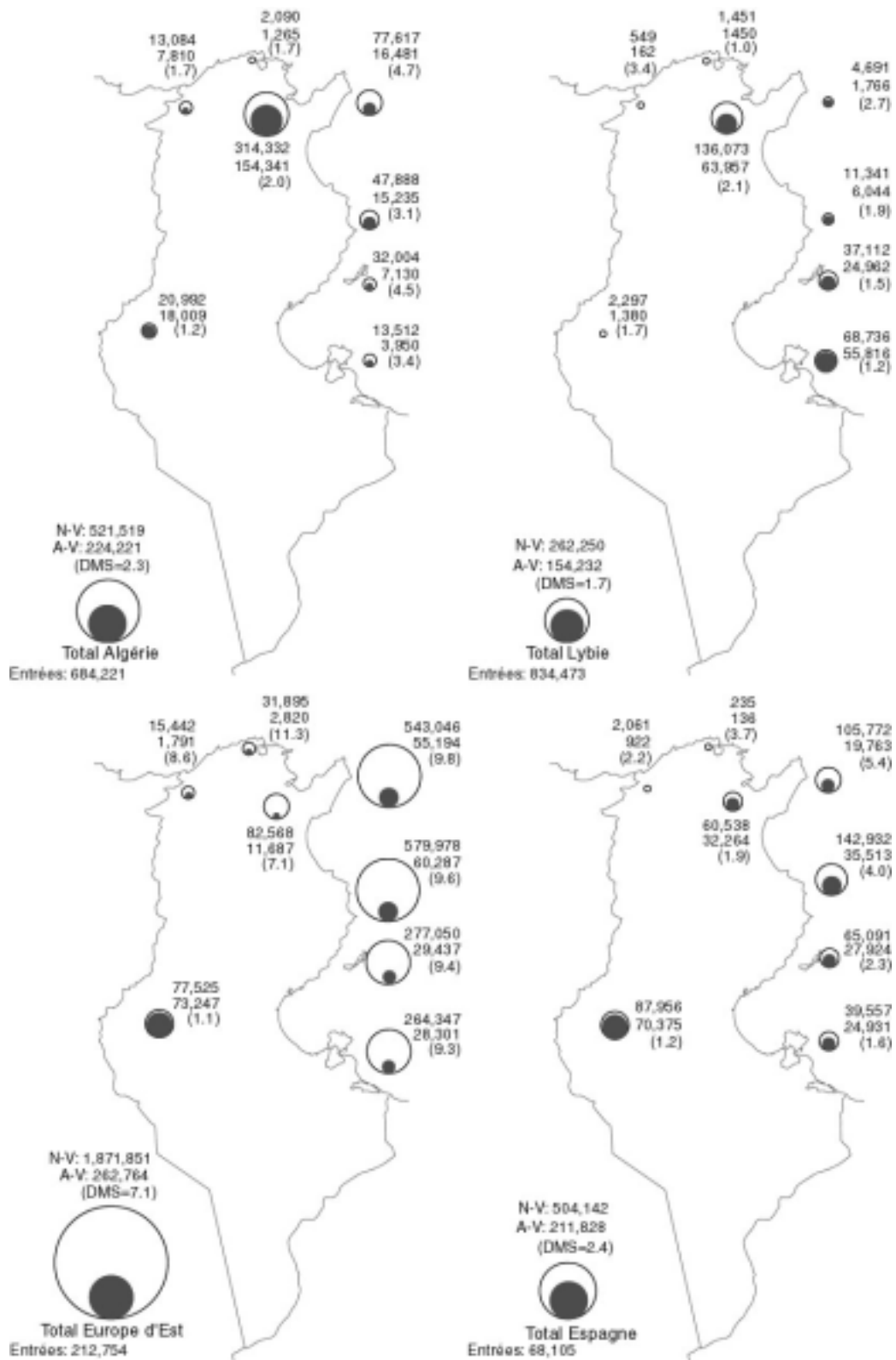
- j) Japon
 - Les régions de Sousse-K, Jerba-Z et G-Tozeur sont visitées de manière égale,
 - La majorité sont des visiteurs itinérants.

Schéma A4.2.2 Répartition géographique des séjours des visiteurs 1998 (1/ 3)



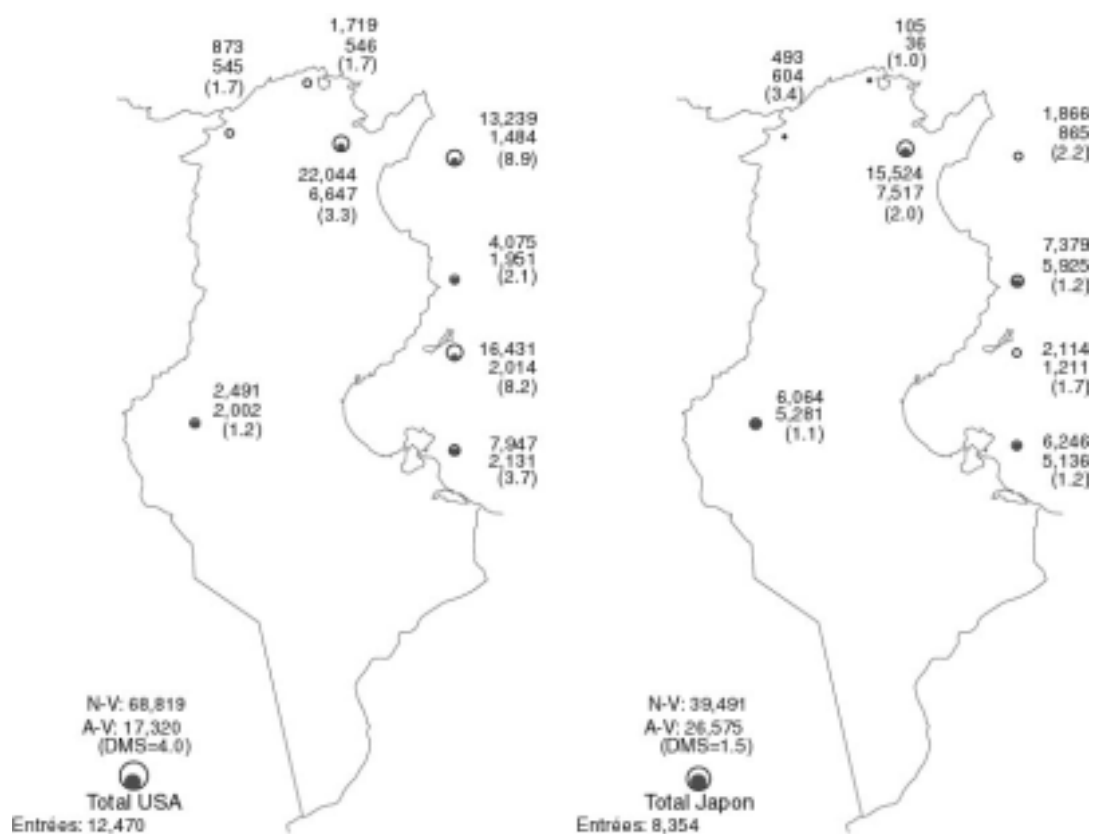
N.B. : A-V: arrivées à l'hôtel, N-V: nuitées de visiteurs, DMS: Durée moyenne de séjour
 Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, 1998, Equipe d'étude JICA

Schéma A4.2.2 Répartition géographique des séjours des visiteurs 1998 (2/3)



N.B. : A-V: arrivées à l'hôtel, N-V: nuitées de visiteurs, DMS: Durée moyenne de séjour
 Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, 1998, Equipe d'étude JICA

Schéma A4.2.2 Répartition géographique des séjours des visiteurs 1998 (3/3)



N.B. : A-V: arrivées à l'hôtel, N-V: nuitées de visiteurs, DMS: Durée moyenne de séjour
 Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, 1998, Equipe d'étude JICA

Tableau A4.2.4 Nombre de nuitées de visiteurs par région touristique et par marché

	Tunis-Z		Hammamet-N		Sousse-K		Monastir-S	
	1994	1998	1994	1998	1994	1998	1994	1998
Français	345 277	503 977	1 019 861	1 520 564	261 433	254 184	805 243	881 090
Allemands	415 892	337 719	2 779 021	2 176 925	2 970 397	2 785 129	1 384 210	1 994 188
Anglais	26 973	25 559	1 141 358	653 299	827 862	1 243 678	610 315	458 058
Italiens	108 046	118 850	418 255	368 606	189 985	205 135	235 914	380 763
Espagnols	43 861	60 538	88 741	105 772	86 784	142 932	36 991	65 091
Américains	23 384	22 044	8 102	13 239	14 384	4 075	6 187	16 431
Japonais	9 555	15 224	1 351	1 866	3 210	7 379	1 227	2 114
TOTAL	1 857 038	2 010 596	6 596 429	6 519 680	6 000 499	6 820 522	3 580 933	4 890 886

	Jerba-Z		G-Tozeur		Bizerte-B		Tabarka-A	
	1994	1998	1994	1998	1994	1998	1994	1998
Français	1 152 094	1 788 853	185 176	349 753	17 004	16 604	23 251	38 023
Allemands	2 678 935	2 750 221	259 467	163 537	49 098	37 605	152 527	121 207
Anglais	38 575	66 783	24 767	29 376	1 469	1 949	988	2 117
Italiens	730 391	1 081 632	107 033	95 584	63 627	66 699	27 668	36 817
Espagnols	25 602	39 557	52 267	87 956	409	235	1 645	2 061
Américains	3 959	7 947	2 521	2 491	5 024	1 719	1 485	873
Japonais	2 799	6 246	1 984	6 064	506	105	94	493
TOTAL	5 443 373	7 166 162	747 835	932 309	187 199	176 393	267 909	271 075

Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en Chiffres

A4.2.4 Mobilité au cours du séjour des visiteurs

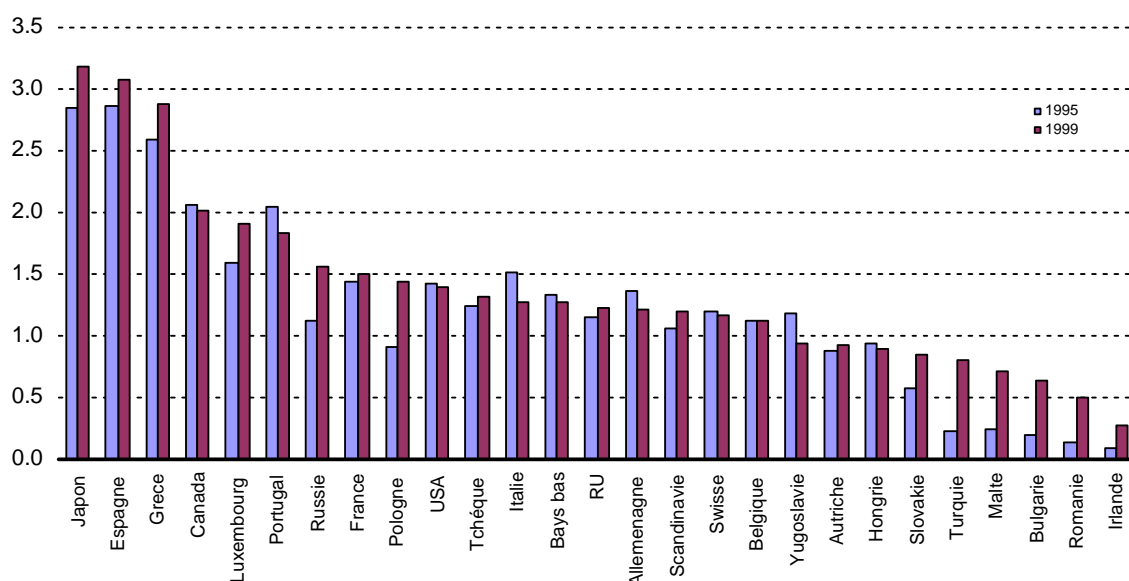
La stabilité ou la mobilité des visiteurs à l'intérieur de la Tunisie est calculée en se référant au schéma A4.2.2. Cette tendance varie selon les marchés émetteurs et peut être définie comme : « coefficient de mobilité » (CM) des visiteurs .

Coefficient de Mobilité (CM)

= [nombre total des visiteurs enregistrés dans les hôtels] / [nombre d'arrivée de visiteurs]

Par exemple, en ce qui concerne les visiteurs allemands, le nombre de visiteurs enregistrés dans les hôtels en 1999 était de 1,258 mille alors que le nombre d'Allemands entrés en Tunisie était de 1,036 mille donc le CM est calculé à 1.2. L'équipe d'étude a calculé ce taux pour tous les pays émetteurs pour les années 1995 et 1999 ; les résultats sont présentés au schéma A4.2.3.

Schéma A4.2.3 Mobilité pendant le séjour pour quelques pays émetteurs



Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en Chiffres, 1995 et 1999

Ce coefficient reflète, jusqu'à un certain point, les caractéristiques ou les types d'activité des visiteurs à Tunis, qui seront utilisés ultérieurement dans un but analytique.

A4.2.5 Fluctuation saisonnière du séjour des visiteurs

Le schéma A4.2.4 montre la fluctuation saisonnière du nombre des visiteurs enregistrés dans les hôtels, selon les régions touristiques de l'ONTT.

D'une manière générale, le mois d'août est la saison la plus haute et le mois de janvier la plus basse. Toutefois, après un examen précis, il est possible de classer les huit régions touristiques qui peuvent être réparties sur quatre groupes différents en termes de modèle de demande saisonnière.

a) Régions de: Hamammet -N, Sousse-K, Jerba-Z et Monastir-S

Ce groupe présente une très grande concentration en été, entre juillet et septembre. Juin et octobre représentent le pic de la saison. Il y a un autre petit pic en avril. La région de Jerba-Z qui est la région la plus au sud, reçoit le plus grand nombre de visiteurs pendant ce petit pic saisonnier. Le différentiel du nombre de visiteurs pour le mois le plus haut et celui le plus bas varie entre 3.2 à 4.5.

La région de Monastir-S qui se situe au Centre Est, reçoit le plus petit nombre de visiteurs sur l'année. Ceci est peut-être dû aux caractéristiques de la région qui seront décrites dans le chapitre suivant.

Il est à noter que, même en hiver, chacune de ces régions reçoit beaucoup plus de visiteurs que les autres régions en été, excepté pour le cas de la région

de Tunis-Z

b) Région de Tunis-Z

La région de Tunis-Z présente une tendance similaire au groupe ci-dessus ; cependant la concentration en été est absolument moins importante. Le nombre mensuel de visiteurs de mai à octobre semble relativement stable.

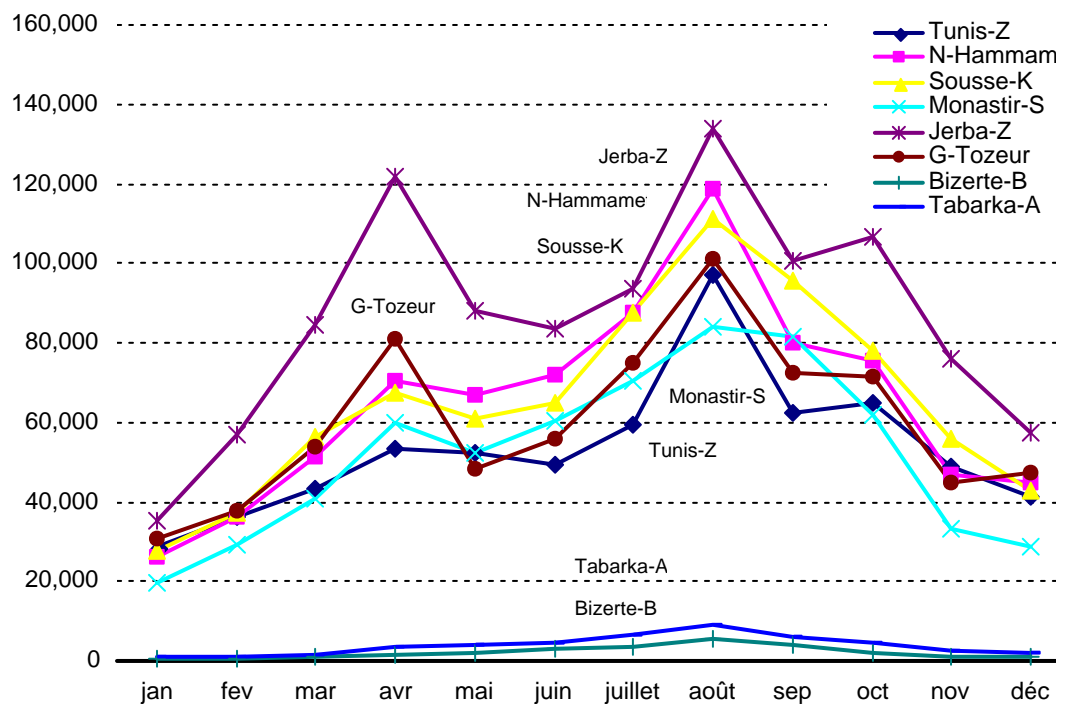
c) Région de G-Tozeur

La région de G-Tozeur est la seule région touristique entièrement localisée à l'intérieur du pays, avant l'application en 2000 de la nouvelle répartition. La basse saison se situe entre mai et juillet.

d) Régions de Bizerte-B et Tabarka-A

Ces régions se situent au Nord et sont des régions où le tourisme est plus récemment développé. Le nombre de visiteurs pour ces régions est encore peu élevé tout au long de l'année, spécialement en hiver, où on observe un volume très bas.

Schéma A4.2.4 Saisonnalité des visiteurs par région touristique en 1998



Source : ONTT, Le Tourisme Tunisien en chiffres, 1998

A4.3 MOTIFS DE VISITE

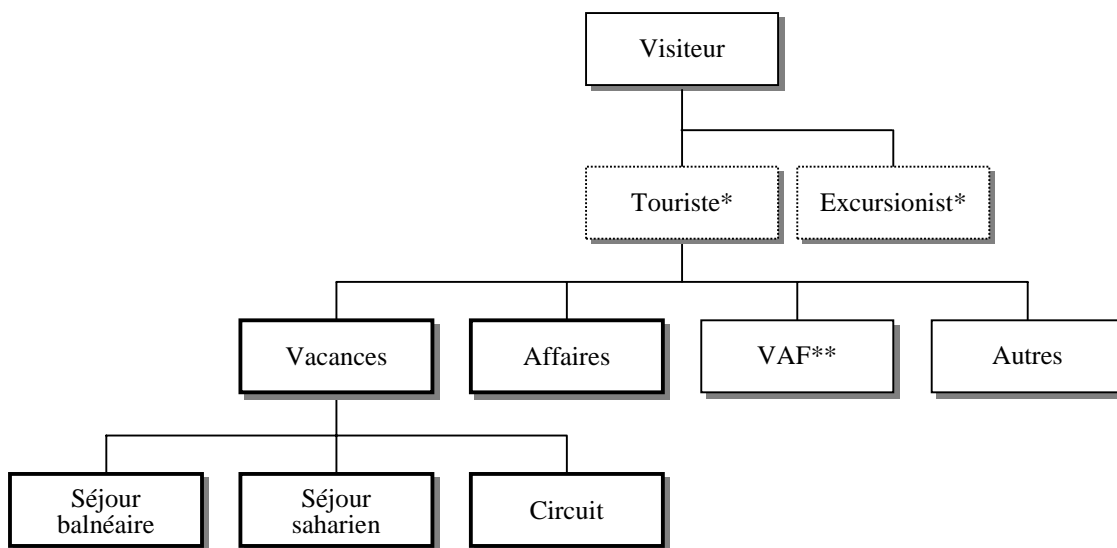
A4.3.1 Types de visiteurs

Afin d’avoir une compréhension plus complète des dynamiques du tourisme en Tunisie, l’équipe d’études a tenté d’examiner les différents types de visiteurs et leur composition. Tous les résultats de la section précédente concernant le comportement des visiteurs : lieu de séjour, durée de séjour, saison, aideront à comprendre la structure de la demande du tourisme tunisien.

(1) Définition des types de visiteurs

Le schéma A4.3.1 montre des principales définitions comportementales pour lesquelles plusieurs organisations touristiques nationales produisent des statistiques. L’équipe d’étude a introduit une petite modification à la définition ordinaire, en prenant en considération les caractéristiques spécifiques du tourisme tunisien.

Schéma A4.3.1 Types de visiteurs en Tunisie



N.B. *: La classification du « touriste » (séjourne plus que 24 heures) et de « l’excursionniste » (séjourne moins de 24 heures) qui a été définie par l’OMT ne peut pas s’appliquer à la Tunisie à cause du manque de données

N.B. **: VAF signifie: « visitant des amis et la famille. ».

N.B. ***: les cases aux lignes épaisses représentent les visiteurs avec dépenses plus élevées.

Source : OMT, Equipe d’étude JICA

(2) Analyse des types de visiteurs

Le groupe d’études a procédé à l’analyse structurelle des visiteurs de la Tunisie, en prenant en considération les caractéristiques comportementales de chaque type de visiteurs et en recourant à la méthodologie et aux hypothèses suivantes :

a) Type VAF et autres

Pour certaines nationalités, si le nombre total de visiteurs enregistrés dans des hôtels est moins important que celui des arrivées de visiteurs en Tunisie, le nombre de visiteurs sans enregistrement à l'hôtel est considéré comme « VAF » incluant la catégorie « Autres ». Ce cas correspond aux pays du Maghreb avoisinants, ce qui est compréhensible, et à quelques pays de l'Est méditerranéen..

b) Type Affaires

Tous les visiteurs du type « Affaires » sont supposés entrer en Tunisie via Tunis et séjourner au moins une nuit à Tunis. Ceci est dû à la difficulté de distinguer les visiteurs pour affaires dans d'autres régions touristiques. Pour ces cas, le nombre de visiteurs du type « Affaires » sont définis en appliquant les pourcentages présumés suivant le nombre de visiteurs enregistrés dans les hôtels de la région Tunis-Zaghouan en tenant compte du niveau de relation d'affaires entre la Tunisie et le pays concerné.

- 20% pour les pays du Maghreb et de la Méditerranée
- 10% pour les pays d'Europe et
- 5% pour les autres pays.

c) Vacances balnéaires

Les visiteurs appartenant à cette catégorie sont supposés rester à un endroit fixe dans la région touristique où la plage est disponible, sauf pour des excursions limitées. Le coefficient de mobilité (CM) respectif est supposé déterminer le pourcentage des visiteurs sous cette catégorie.

- $CM < 1.1$: Tous les visiteurs à l'exception des deux cas mentionnés plus haut (VAF et Affaires) sont classés comme « Vacances balnéaires » ou « vacances sahariennes » (La rubrique « Vacances sahariennes » sera réduite selon une méthode ultérieurement expliquée);
- $CM > 3.0$: Tous les visiteurs sont considérés comme des visiteurs faisant un « Circuit »
- $1.1 < CM < 3.0$: le nombre des visiteurs sous cette catégorie est décidé proportionnellement

L'application de 1.1 et 3.0 pour la définition ci-dessus a été décidée en tenant compte de ce qui suit:

- 1.1: Même les visiteurs de la catégorie « vacances balnéaires » font des excursions limitées vers divers sites touristiques avec une nuit d'arrêt. Le coefficient 0.1 a été ajouté afin d'inclure ce phénomène. Ce ratio est réduit pour être correspondu aux résultats de l'enquête par interviews de touristes entrepris dans le cadre de cette étude.
- 3.0: Comme il sera expliqué plus loin, les visiteurs pour « circuits touristiques » sont supposés résider en au moins trois endroits afin de visiter différents sites touristiques.

d) Vacances Sahara

Parmi les visiteurs classés comme « vacances balnéaires » ou « vacances Sahara », 13.8% des visiteurs enregistrés dans des hôtels de la région Gafsa-Tozeur pour chaque pays émetteur est supposée du type « vacances Sahara ». Ce pourcentage provient également des résultats de l'enquête auprès des touristes et du coefficient des visiteurs séjournant plus de 4 nuits. Le reste était considéré comme visiteurs excursionnistes du type « vacances balnéaires » ou « circuits touristiques ».

e) Circuits touristiques

Les visiteurs en « circuits touristiques » sont supposés séjourner dans plus de trois endroits. En conséquence, les visiteurs ayant un CM supérieur à 3.0 sont considérés comme appartenant à la catégorie « circuits touristiques », excepté pour le type « affaire » qui dérive de la définition citée ci-dessus.

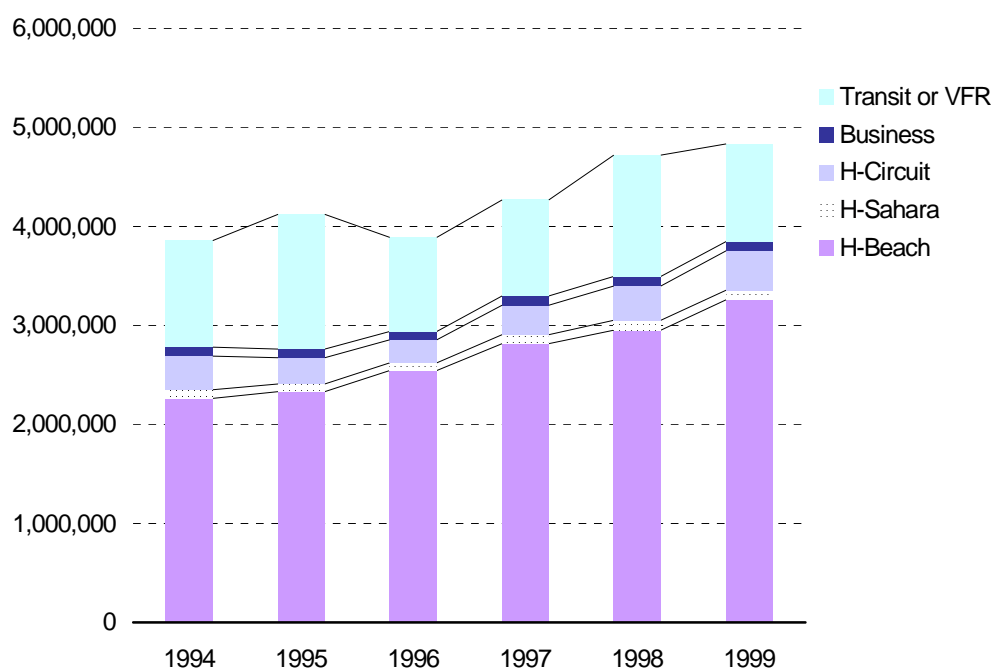
A4.3.2 Entrées des visiteurs par motif estimé

Le résultat de cette analyse est montré dans le schéma A4.3.2 ainsi que dans le tableau A4.3.1. En supposant que ce résultat représente correctement la structure des touristes en Tunisie, les observations suivantes peuvent être formulés :

- Le profil « Vacances balnéaires » est le groupe dominant avec approximativement 70% du total des visiteurs de 1994 à 1999,
- Le profil « VAF » (inclut « Autres ») a une part d'environ 20% du total des visiteurs et se retrouve chez les visiteurs des pays avoisinants du Maghreb,
- Le profil « Vacances Sahara » représente à peu près 2% du total des visiteurs, ce qui est toujours très insuffisant,
- Le profil « Circuits touristiques » occupe environ 8% du total des visiteurs, groupe en constante remarquable.

Afin que le développement futur du tourisme en Tunisie puisse correspondre aux attentes des visiteurs, il est essentiel de comprendre comment les visiteurs passent leurs séjours, quelles sont leurs motivations et qu'est-ce qu'ils s'attendent à faire ou à demander.

Schéma A4.3.2 Tendence projetée des arrivées de visiteurs par motif de voyage



Source: Equipe d'étude JICA

Tableau A4.3.1 Nombre estimé de visiteurs par motif de voyage

	V-Balnéaire		V-Sahara		V-Circuit		Affaires		VAF et autres		TOTAL
1994	2 261	58,7%	87	2,3%	339	8,8%	95	2,5%	1 074	27,9%	3 856
1995	2 329	56,5%	77	1,9%	265	6,4%	87	2,1%	1 363	33,1%	4 120
1996	2 543	65,5%	76	2,0%	235	6,0%	86	2,2%	950	24,4%	3 885
1997	2 816	66,0%	92	2,1%	296	6,9%	94	2,2%	969	22,7%	4 263
1998	2 953	62,6%	99	2,1%	344	7,3%	98	2,1%	1 224	25,9%	4 718
1999	3 257	67,4%	99	2,1%	395	8,2%	98	2,0%	984	20,4%	4 832
Av. %	62,9%		2,1%		7,3%		2,2%		25,6%		100%
TMCA	+7,57%		+2,57%		+3,12%		+0,63%		-1,75%		-

Unité : milliers visiteurs

TMCA : Taux moyen de croissance annuelle

Source : Equipe d'étude JICA

A4.4 TYPES DE VOYAGEURS EUROPEENS SORTANTS

Les voyageurs internationaux sortants de l'Europe, de loin la plus importante région émetteur pour le tourisme tunisien, ont été étudiés selon les types de voyageurs, permettant ainsi la comparaison des visiteurs en Tunisie au sein de la configuration globale des voyageurs européens.

Le tableau 4.4.1 montre les estimations des voyageurs internationaux sortants provenant des principaux pays européens selon le motif du voyage. Ces sept pays ont fourni 82% de tous les visiteurs européens en Tunisie en 1999, et 79% de tous les visiteurs en Tunisie, mis à part ceux des pays du Maghreb.

Tableau A4.4.1 Estimation des voyageurs sortants des principaux pays européens

Pays	Total des voyageurs sortants		Vacances		Affaires		Autres types de loisirs	
	(milliers)	(%)	(milliers)	(%)	(milliers)	(%)	(milliers)	(%)
Allemagne	78 932	100%	63 146	80%	8 683	11%	7 104	9%
France	23 628	100%	15 122	64%	2 835	12%	5 671	24%
Italie	18 588	100%	13 569	73%	3 346	18%	1 673	9%
RU	52 726	100%	40 072	76%	7 909	15%	4 745	9%
Belgique	12 734	100%	10 442	82%	1 146	9%	1 146	9%
Pays Bas	24 848	100%	20 624	83%	2 485	10%	1 739	7%
Espagne	13 685	100%	8 485	62%	3 421	25%	1 779	13%
Total	225 141	100%	171 459	76%	29 825	13%	23 857	11%

N.B. : Le nombre de voyageurs par motif a été calculé à partir du nombre total des voyageurs en partance et la proportion par motif de voyage. Les données par motif de voyage citées dans la publication de l'OMC ci-dessous sont initialement puisées dans le IPK International – World Travel Monitor 1998.

Source : IPK International – World Travel Monitor 1998 ; OMT, Tourism Generating Markets, 1999 ; Base de données de l'OMT

Le tableau A4.4.2 montre l'importance des voyageurs sortants de ces pays européens par type de vacances. Alors que la structure varie d'un pays à l'autre, il est important de remarquer que les voyageurs intéressés par les vacances en ville et les excursions (ainsi que ceux intéressés par le soleil et la plage) constituent une grande part de tous les vacanciers européens. Les excursions sont considérées être, en majorité, des excursions de circuit culturel et des excursions pour découverte de la nature.

Tableau A4.4.2 Types de vacances des principaux pays européens

Pays	Soleil + plage	Vacances en ville	Circuits	Campagne	Montagne	Evènement	Croisière	Sous-total
Allemagne	32%	16%	13%	11%	-	-	-	72%
France	26%	25%	32%	-	-	-	4%	87%
Italie	25%	11%	41%	-	-	5%	-	82%
RU	46%	12%	15%	9%	-	-	-	82%
Belgique	35%	16%	13%	17%	-	-	-	81%
Pays Bas	27%	10%	13%	10%	13%	-	-	73%
Espagne	20%	33%	16%	-	-	9%	-	78%

N.B. : en % de voyageurs pour vacances. Ce sont les proportions des principaux types de vacances, ne totalisant donc pas 100%, le reste correspondant à divers autres types.

Source : IPK International – World Travel Monitor 1998 ; OMT, Tourism Generating Markets, 1999 ; Base de données de l'OMT

Selon les statistiques ci-dessus, les nombres de voyageurs sortants par type de vacances ont été estimés tel que présenté dans le tableau A4.4.3. Le total pour ces pays indique que les voyageurs intéressés par les vacances en ville et les excursions combinées sont approximativement aussi nombreux que ceux intéressés par le soleil et la plage. En plus, le nombre de voyageurs qui demeurent à la campagne à l'étranger est assez important, environ 25% de ceux intéressés par le soleil et la plage.

Tableau A4.4.3 Estimation du nombre de touristes sortants des principaux pays européens

Pays	Soleil + plage	Vacances en ville	Circuits	Campagne	Montagne	Evènement	Croisière	Sous-total
Allemagne	20 207	10 103	8 209	6 946	-	-	-	45 465
France	3 932	3 780	4 839	-	-	-	605	13 156
Italie	3 392	1 493	5 563	-	-	678	-	11 127
UK	18 433	4 809	6 011	3 606	-	-	-	32 859
Belgique	3 655	1 671	1 357	1 775	-	-	-	8 458
Pays Bas	5 568	2 062	2 681	2 062	2 681	-	-	15 055
Espagne	1 697	2 800	1 358	-	-	764	-	6 618
Total	56 884	26 718	30 018	14 390	2 681	1 442	605	132 738

N.B. : Ces chiffres ont été calculés à partir des nombres de voyageurs à partance pour vacances et les proportions par type de vacances, tous les deux montrés dans les tableaux précédents.

Source : IPK International – World Travel Monitor 1998 ; OMT, Tourism Generating Markets, 1999 ; Base de données de l'OMT

La structure estimée des voyageurs à partance provenant de ces pays européens est résumée dans le tableau A4.4.4.

Tableau A4.4.4 Récapitulation des voyageurs sortants des principaux pays européens

Soleil + plage	Vacances				Tous les autres	Total	Affaires	Autres types de loisirs
	Vacances en ville	Circuits	Campagne					
25%	12%	13%	6%	19%	76%	13%	11%	

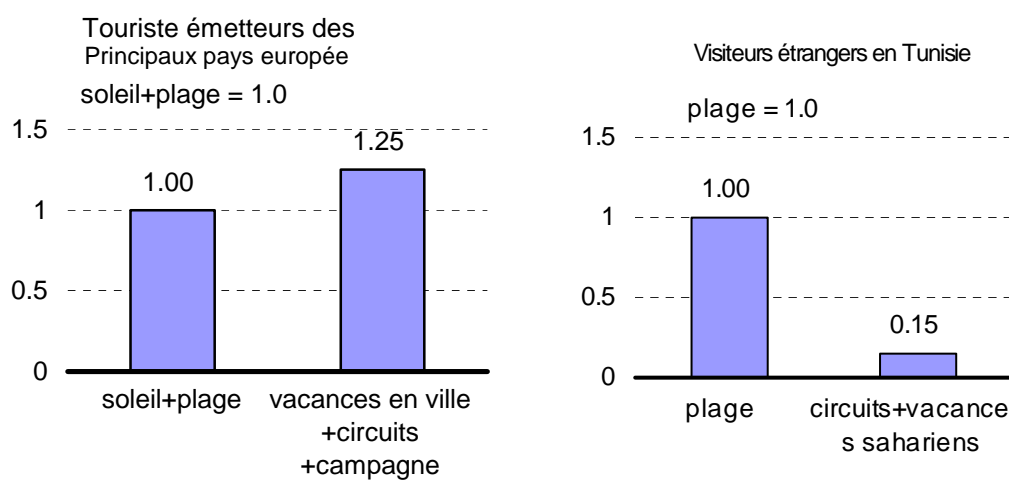
N.B. : Ces pourcentages ont été obtenus à partir des statistiques relatives aux sept pays européens montrées dans les tableaux précédents.

Source : IPK International – World Travel Monitor 1998 ; OMT, Tourism Generating Markets, 1999 ; Base de données de l'OMT

Au total, il est vrai que le type de vacances préféré des Européens est le soleil et la plage. En même temps, il est important de remarquer qu'il y a davantage de touristes que ceux intéressés par le soleil et la plage qui sont en train de voyager à l'étranger pour découvrir le monde (par exemple, découvertes urbaines, excursions de circuits culturels, découverte de la nature, séjour à la campagne, etc.).

Ceci fournit une implication significative pour le futur du tourisme tunisien qui met actuellement beaucoup d'accent sur les produits balnéaires. La figure A4.4.1 met en évidence la différence de types de touristes entre les voyageurs européens sortants et les visiteurs étrangers en Tunisie.

Schéma A4.4.1 Comparaison des voyageurs européens émetteurs et visiteurs en Tunisie



Source : Equipe d'étude JICA, IPK International, OMT, ONTT

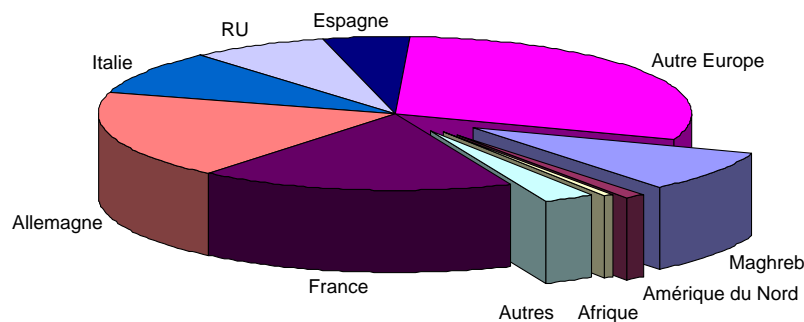
A4.5 RESULTATS DE L'ENQUETE AUPRES DES TOURISTES

L'enquête par questionnaire auprès des touristes a été effectuée en juillet et août 2000 dans les salles d'embarquement des aéroports de Tunis, Jerba, Monastir et Tozeur. Un total effectif de 3.601 entretiens a été réalisé.

(1) Caractéristiques des personnes interrogées

Un même pourcentage d'hommes et de femmes a été interrogé : 48% et 50% respectivement. Leurs groupes d'âges se situent entre 26 et 35 ans (31%), moins de 25 ans (30%), et entre 36 et 45 ans (21%). Les Européens prédominent à 86%, dont 19% d'Allemands, 17% de Français, 9% d'Italiens, 7% de ressortissants du Royaume Uni et 5% d'Espagnols.

Schéma A4.5.1 Composition de l'échantillon par nationalité



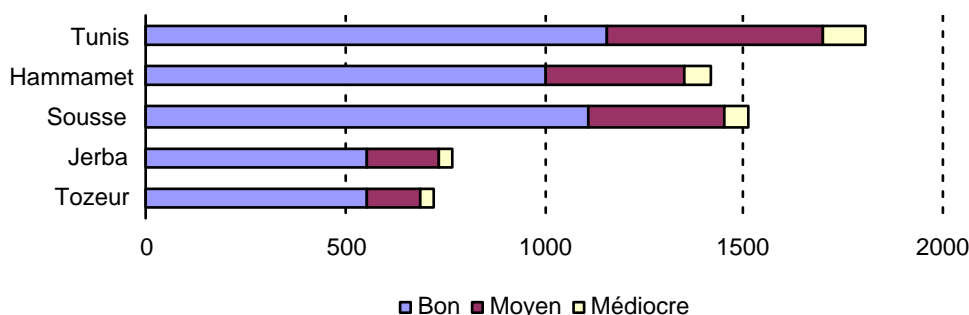
Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000

(2) Développement du tourisme naturel et culturel

a) Les régions touristiques

Tunis a été visitée par la moitié des personnes interrogées, Sousse et Hammamet par à peu près 40% d'entre eux. Un nombre moins élevé de visiteurs sont allés à Tozeur et Jerba. Une mention « bien » a été attribuée à Tozeur (77%), Sousse (73%), Jerba (72%), et Hammamet (71%).

Schéma A4.5.2 Appréciation des régions touristiques visitées



Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000

b) Sites culturels

Les sites culturels en question sont le Musée du Bardo, Carthage et Sidi Bou Said, Dougga, El Jem, les Médinas, Kairouan, Douz, Tozeur, autres sites (non spécifiés).

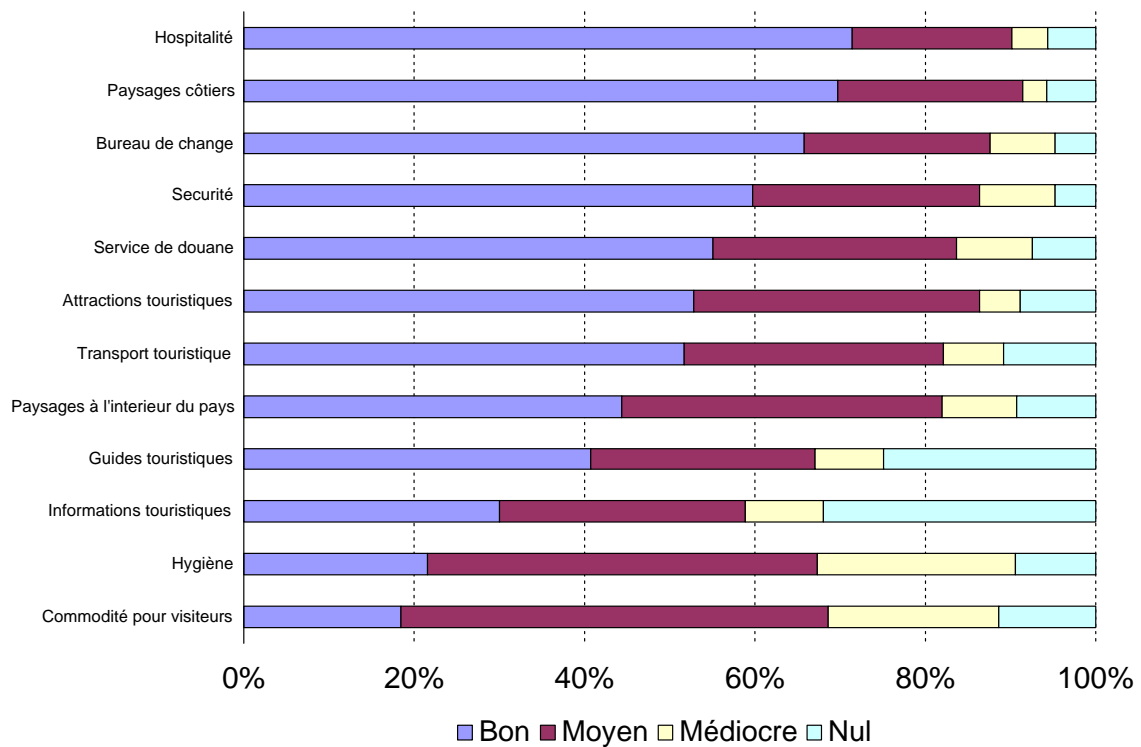
Les Médinas, Carthage et Sidi Bou Said ont été visités par à peu près la moitié des personnes interviewées. Ces sites sont préférés à d'autres parce qu'ils sont proches de Tunis. Les sites à l'intérieur du pays tels que El Jem, Kairouan, Douz, Tozeur ont été visités par beaucoup moins de personnes parmi celles interrogées que les sites aux alentours de Tunis.

La mention « bien » a été donnée par la majorité des personnes interviewées (74%). La note pour « les panneaux explicatifs » et « la signalisation / les installations » est très faible : 4,8%. Seuls les touristes français ont été relativement plus nombreux à donner la mention « bien » pour « les panneaux explicatifs » et « la signalisation / les installations » et ce en raison de l'utilisation largement répandue du français en Tunisie.

c) Appréciation du tourisme tunisien

La mention « bien » a été donnée à deux composantes du tourisme tunisien : « les paysages de bord de mer » (72%) et « la sécurité » (62%). La mention « bien » diminue dans la note concernant « les douanes / formalités à l'aéroport » (55%), « les attractions touristiques » (53%), et « le transport touristique » (52%). La plus faible note et la plus alarmante a été donnée aux « commodités / équipements urbains » (21%) et aux « condition sanitaires » (18%).

Schéma A4.5.3 Notation du tourisme tunisien



Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000

d) Satisfaction

28% des personnes interviewées se sont déclarées « très satisfaites » et 53% « satisfaites » de leur séjour. Le plus alarmant est le pourcentage élevé des personnes « très insatisfaites » (6%) et celles « insatisfaites » (11%).

(3) Gestion des prestations du secteur touristique

a) Hébergement

Plus de la moitié des personnes interviewées ont répondu « bon » pour la plupart des questions. « Les chambres » ont reçu une notation relativement meilleure (59%), suivies par « les services » (55%) et les installations (51%), tandis que « les repas » ont reçu la plus basse notation (49%).

b) Restaurants et Souvenirs

Sur les 62% des personnes interviewées qui ont essayé les restaurants en dehors des hôtels, la majorité a répondu que « la nourriture », « les prix », et « les serveurs/serveuses » étaient « bien ». L'appréciation « médiocre » la plus attribuée concerne les « conditions d'hygiène » (15%), avec (37%) de mention « acceptable » et (48%) de « bon ».

La majorité des personnes interviewées (83%) a acheté des souvenirs en Tunisie. Le souvenir le plus populaire est « le produit artisanal en cuivre et en céramique » (58%); à peu près 30% des personnes interviewées ont acheté des « bijoux », « tissus et broderie d'artisanat », « produits en bois ».

Plus de la moitié des personnes interviewées ayant acheté un souvenir ont donné la notation « bien » à la qualité et au prix. Cependant, cette appréciation en ce qui concerne les « vendeurs » a été plus faible, 38% seulement.

(4) Segmentgation du marché et promotion

a) Circuits

Plus de la moitié des personnes interviewées (60%) ont visité la Tunisie avec un voyage à prix forfaitaire. Parmi les pays européens les plus importants, plus de 80% des Espagnols et des Britanniques ont eu recours à des voyages à prix forfaitaires. Ils sont suivis par 75% d'Italiens, 68% d'Allemands. Seulement 38% des Français ont utilisé ce type de formule, ce qui est probablement dû à la proximité culturelle et économique entre la France et la Tunisie.

b) Motif du voyage

Le motif « vacances » domine à 86%. Le reste est partagé à moins de 10% pour les autres motifs, tels que « les affaires », « les voyages officiels », la combinaison « vacances/ affaires » et la « visite aux amis/ famille ».

c) Accompagnateurs de voyage

L'option « famille » vient en tête de liste avec 36%, suivie par « avec conjoint » (25%) et « avec des amis » (21%).

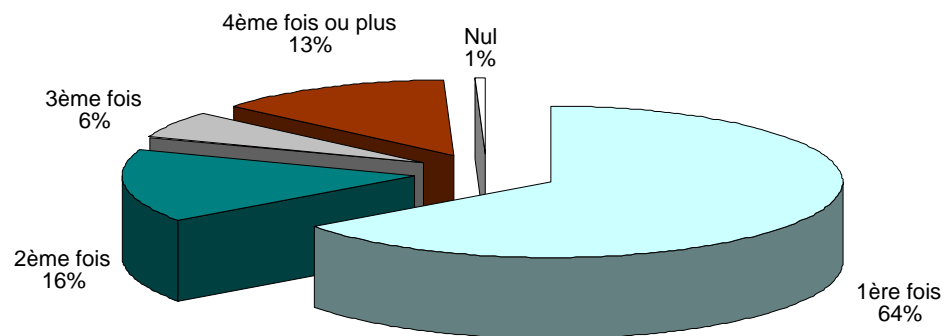
d) Durée de séjour

L'option « de 7 à 14 nuits » vient en premier avec 64%, suivie par « moins de 7 nuits » avec 18% et enfin « plus de 14 nuits » avec 15%.

e) Fréquence des visites en Tunisie

Ceux qui viennent pour la première fois représentent la majorité des personnes interviewées (65%). 16% des personnes interviewées reviennent pour « la 2^{ème} fois », 13% pour la « la 4^{ème} fois ou plus » et 7% pour la « la 3^{ème} fois ». La plupart de ceux qui viennent pour la première fois sont des touristes espagnols (91%) et des touristes britanniques (75%). Cependant, la moitié des visiteurs français sont des revenants, avec 22% de personnes ayant visité la Tunisie plus de 4 fois ce qui atteste de l'importance des visiteurs pour raisons de travail et d'affaires.

Schéma A4.5.4 Fréquence des visites

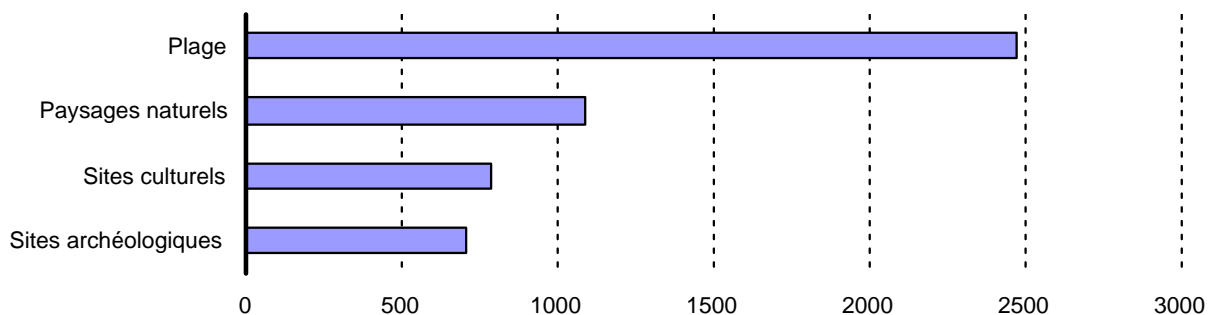


Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000

f) Raisons du choix de la Tunisie

« Les vacances balnéaires » viennent au premier rang avec 69%, suivies par les « les paysages naturels » (30%), « les sites culturels » (22%), et « les sites archéologiques » (20%).

Schéma A4.5.5 Raisons du choix de la Tunisie

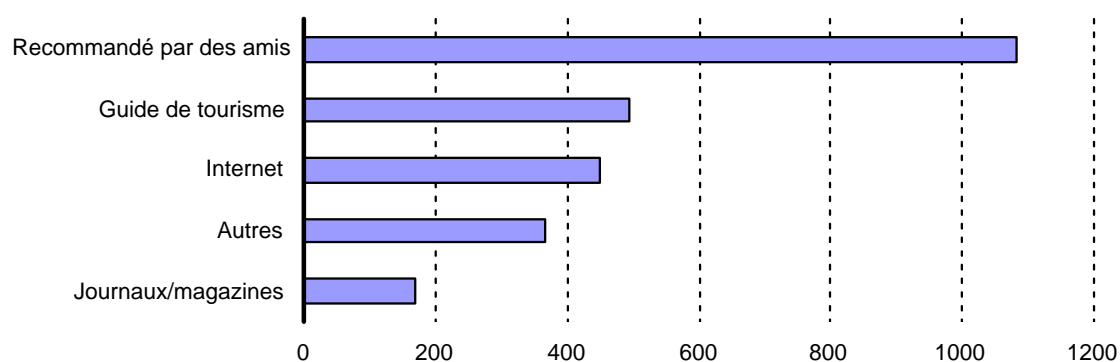


Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000

g) Sources d'information

La source la plus fréquemment utilisée est « des brochures de l'agence de voyages » (51%), suivie par « une recommandation par des amis » (30%). D'autres sources, comme les guides touristiques, Internet et les journaux / magazines ont obtenues de faibles scores. Etant donné que la majorité des personnes interrogées viennent en voyage organisé, les brochures du voyage ont joué un rôle significatif dans la dissémination de l'information.

Schéma A4.5.6 Sources d'information



Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000

h) Informations nécessaires

Des besoins plus importants en informations sont relevés en ce qui concerne « les sites touristiques » (31%), « les lieux de distractions en ville » (25%), « les hôtels » (20%), « la culture tunisienne » (17%), « les transports » (12%), « les cartes routières » (11%) et « les restaurants » (11%).

A5 RESSOURCES ET PRODUITS TOURISTIQUES

Dans cette section, les principaux types de ressources et de produits qui font office de pôles d'attraction du tourisme international sont passés en revue. L'accent est mis sur les produits qui attirent les visiteurs étrangers en Tunisie pour passer du bon temps. Ils sont abordés selon trois grandes rubriques : tourisme balnéaire, tourisme culturel et tourisme urbain. Les installations fonctionnant essentiellement pour les activités récréatives de la population locale ne sont pas envisagées si elles ne sont pas significatives pour le tourisme international.

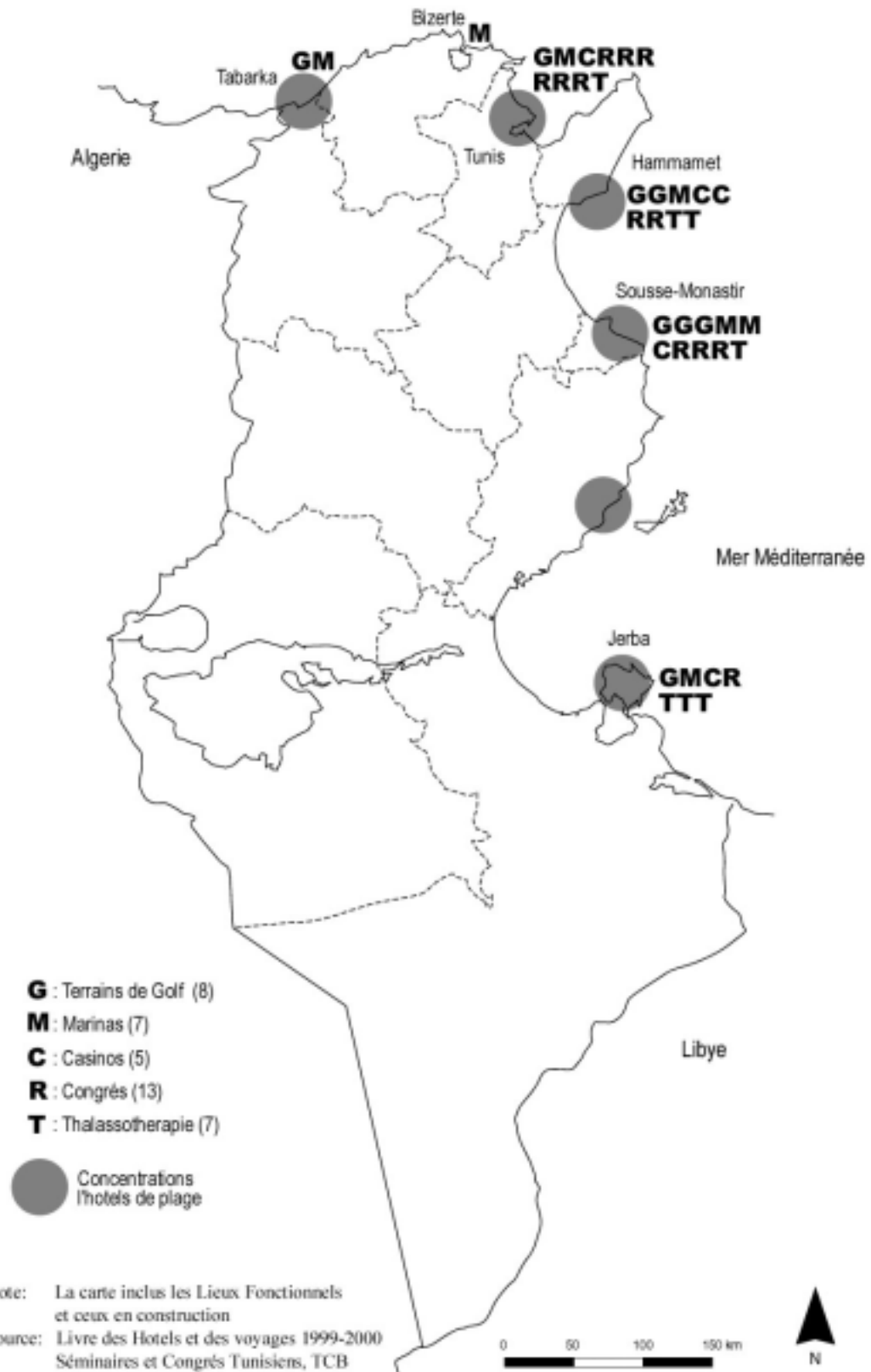
A5.1 TOURISME EN BORD DE MER

Le premier produit qu'offre le pays aujourd'hui est le séjour en bord de mer. Les ressources clés pour ce produit sont le littoral, les plages et le climat doux. En conséquence, l'infrastructure touristique tunisienne, notamment la capacité hôtelière, se concentre d'une manière très dense le long des côtes. C'est ce qui se dégage de la carte des ressources et produits sélectionnés (schéma A5.1.1 ci-dessous) décrivant les ressources clés dont les parcours de golf, les marinas, les casinos, les installations pour conférences et les centres de thalassothérapie. D'une manière générale, il y a une assez bonne variété de ressources naturelles et culturelles pour attirer des touristes étrangers qui ont des préférences différentes dans le domaine des activités. On observe aussi qu'il y a une part importante de propriétaires étrangers et de participation étrangère à la gestion de quelques unes des ressources telles que les hôtels, stations thermales, parcours de golf et casinos, ce qui est un facteur positif pour élever la qualité du produit touristique, essentielle à la *globalisation* de l'industrie.

A5.1.1 Environnement du littoral

La côte tunisienne, ainsi que son environnement modéré, constitue sa ressource clé pour le tourisme et la base de son produit essentiel : les vacances balnéaires. Sur un total de 1.300 km, moins de 200 km ont été aménagés pour les besoins du tourisme, ce qui représente un modèle logique et efficace de développement. D'autres sections de ce rapport donneront en détail la répartition géographique de la capacité de 100.000 chambres à travers le pays et essentiellement le long de ce littoral. Les poches clés de l'aménagement hôtelier sont de toute évidence Tunis-Z, N-Hammamet, Monastir-S et les zones de Jerba-Z. Nulle part le plan de développement ne s'étend d'une façon continue à l'intérieur en partant du littoral. Le plus important de l'infrastructure et des activités d'animation du pays est également concentré dans ces mêmes zones. Les types clés de produits sont présentés ci-dessous.

Schéma A5.1.1 Carte des produits touristiques internationaux



A5.1.2 Parcours de golf

Il y a huit parcours en activité, situés comme suit : un à Tabarka, un à Tunis, deux à Hammamet, un à Kantaoui, deux à Monastir et un à Jerba. Ils sont gérés par des privés. Certains ont été conçus par de célèbres spécialistes étrangers et quelques uns offrent une vue sur mer, ce qui est très prisé par les étrangers. Le golf est une activité secondaire principale pour les visiteurs en vacances balnéaire. Il a été développé comme activité majeure de loisirs pour les visiteurs d'âge moyen et du troisième âge et certains terrains offrent des circuits avec différents degrés de difficulté. La Tunisie réussira à attirer davantage de golfeurs sérieux en voyages organisés axés sur le golf lorsqu'elle créera plus de terrains rapprochés permettant de jouer sur différents terrains d'une même zone. Ceci est maintenant possible dans la zone Hammamet-Monastir où cinq clubs sont situés à une distance de 75 minutes maximum en voiture pour aller de l'un vers l'autre.

Tableau A5.1.1 Principaux parcours de golf

Parcours de golf de Tabarka	Tabarka-Montaza	18+ 9 trous, vues sur mer
Golf de Carthage	Tunis-La Soukra	18 trous , site intérieur
Citrus Golf	Hammamet	(18 + 18 + 9) 45t rous, site intérieur
Parcours de golf Yasmine	Hammamet	18 + 9 trous, site intérieur, gestion Magic Life
El Kantaoui	Hammamet-Sousse	27 trous (extension 9 trous) bord de mer
Flamingo Golf	Monastir	18 trous, vues sur mer
Palm Links	Monastir-Edkhila	18 + 9 trous, site intérieur
Jerba Golf Club	Midoun Jerba	27 trous, bord de mer

Source : Hotel and Travel Book 1999-2000; Tunisia Convention and Congress

A5.1.3 Marinas pour ports de plaisance

Le tableau A5.1.2 énumère les ports de plaisance et de yachts existants, situés à Tabarka, Bizerte, Sidi Bou Said, Kantaoui et Monastir. Ces ports peuvent recevoir des yachts et des bateaux pour usage personnel ainsi que des embarcations à vocation commerciale, ils sont utilisées également pour des excursions le long des côtes et vers les îles pour la plongée sous-marine ou la pêche.

Les ports de plaisance peuvent jouer un rôle de premier ordre comme moyen de distraction revalorisant l'environnement urbain du voisinage en tant que site apprécié pour les activités de détente tant pour les Tunisiens que pour les touristes étrangers. La marina à Sidi Bou Said, étant la seule dans la région de Tunis-Z est semble t-il saturée avec ses presque 400 anneaux largement utilisés. Le Port El-Kantaoui a été développé dès sa conception comme port et projet urbain et il est reconnu comme un exemple de succès de planification d'une nouvelle ville dans l'environnement d'une marina.

Certains de ces ports sont utilisés par des propriétaires de bateaux qui visitent la Tunisie venant de l'Italie et de la France, en voyage individuel ou en régates de compétition. A l'occasion d'un récent séminaire sur les bateaux de plaisance, il a été observé que les formalités appliquées par les autorités tunisiennes pour les

bateaux et les personnes qui s'y trouvent sont un peu pesantes et ont besoin d'être simplifiées si la Tunisie entend encourager la navigation de plaisance par des opérateurs étrangers.

Tableau A5.1.2 Principales marinas en service ou en construction

Cap Tabarka, Montazah Tabarka	100 anneaux
Cap Bizerte, Bizerte	120 anneaux
Sidi Bou Saïd, north of Tunis	380 anneaux
Port El Kantaoui, north of Hammam-Sousse	360 anneaux
Cap Monastir, Monastir	400 anneaux, tous les services
Yasmin Hammamet	(en construction)
Jerba Houmt Souk	(en construction)

Source : Hotel & Travel Book 1999-2000; Tunisia Convention & Congress.

Des marinas offrant l'ensemble des services sont en cours de construction dans deux stations balnéaires de haut standing en Tunisie : Hammamet Sud et Jerba. Intégrées dans l'environnement urbain, elles seront fortement utilisées en tant que structures d'agrément urbain pour la détente et la distraction et serviront comme points de départ pour toutes sortes d'activités maritimes.

Une stratégie possible pour la Tunisie est de promouvoir ses installations de marinas auprès des propriétaires de bateaux de France et d'Italie désireux de visiter la Tunisie voire même d'amarrer leurs embarcations pendant la période d'hiver à des tarifs bien en dessous de ceux pratiqués en France et en Italie. Les personnes qui avancent ces propositions affirment qu'il y a là des opportunités d'affaires pour les ports de plaisance tunisiens en servant à la fois comme ports d'escale pour des bateaux de pêche sportive et de croisière et de ports d'attache pas très chers pendant la période d'hiver. Il y a là besoin d'harmonisation des normes et des formalités si l'on veut encourager la croissance en volumes pour les bateaux de plaisance et de yachts en provenance d'Europe.

A5.1.4 Casinos

Les jeux de casinos constituent une autre activité complémentaire, une sorte de distraction à laquelle les visiteurs étrangers participent. Ils peuvent servir de complément à toutes types de visite. Il existe deux casinos à Hammamet, un à Sousse et un à Jerba (tableau A5.1.3) en 2000. La région de Tunis aura le sien aussitôt que l'hôtel le Palace en aura achevé les travaux dans la zone touristique de Gammarth. Quelques groupes étrangers ont été engagés pour gérer ces casinos étant donné leur expérience dans d'autres pays. Quelques unes de ces unités offrent des possibilités de restauration et de distractions ainsi que des structures pour des réunions et des évènements sans rapport avec le jeu au casino.

Tableau A5.1.3 Casinos en activité ou en cours de construction

Grand Casino de Hammamet Occidental Hammamet Hôtel	Hammamet	Groupe Lucien Barrière
Cléopâtra	Hammamet	Groupe International Cléopâtra
Caraïbes	Sousse	Théâtre à 500 sièges
Pasino	Jerba	Groupe Partouche de France
Hôtel Le Palace	Gammarth (en construction)	Groupe International Cléopâtra

Source : Profession Tourisme : Tunisia Convention and Congress.

L'achèvement prévu pour fin 2000 du casino de l'hôtel le Palace à Gammarth apportera les jeux de casino dans les côtes de Carthage, une des régions où la capacité hôtelière du pays est le plus concentrée. L'ouverture de ce casino stimulera l'offre en activités de loisirs mises à la disposition des touristes dans la région du grand Tunis et devrait représenter un avantage promotionnel assez limité pour le tourisme dans cette zone.

A5.1.5 Thalassothérapie

Une autre activité qui sert d'appoint stimulant pour les produits de base du tourisme tunisien est la thalassothérapie qui comprend non seulement l'immersion et la douche à l'eau de mer mais également des options pour soins personnels tels que le massage, les traitements aux algues, à la boue et autres services de beauté et de bien-être. Des entreprises françaises ont mis au point des programmes élaborés pour ces types de service et exploitent certaines de ces infrastructures en Tunisie. Elles ont tendance à être luxueuses et coûteuses et à la portée seulement du budget des touristes. Ces centres sont principalement situés dans les hôtels de première catégorie. Ils ne sont pas gérés par le gouvernement car il s'agit là d'une activité relevant du secteur privé. Plus de la moitié des centres est située dans la zone de Jerba-Z. Le tableau qui suit donne la liste des principaux centres de thalassothérapie.

Tableau A5.1.4 Principaux centres de thalassothérapie

Thalassoleil The Residence, Hôtel The Résidence	Gammarth
Bio Azur Thalasso, Hotel Royal Azur Et Solazur	Hammamet
Hotel Hasdrubal Palace, Hammamet Yasmine	Hammamet
Hotel Abou Nawas Boujaafar	Sousse
Athénée Thalasso, Hotel Athénée Thalasso	Jerba
Vital Center Thalgo Dar Jerba, 4 hôtels	Jerba
Vital Center Thalgo Marina Beach	Jerba
Hasdrubal Thalassa	Jerba
Odyssée, Hotel Odyssée Resort	Zarzis
Yadis Jerba, Hotel Yadis Jerba	Jerba

Source : Hotel and Travel Book 1999-2000

A5.2 RESSOURCES POUR LE TOURISME CULTUREL

Cette large catégorie réfère à une gamme de ressources produites par l'homme et de ressources naturelles de différentes sortes, y compris :

- Sites archéologiques : Carthage, Utique, Dougga et Bulla Régia comme exemples.
- Quartiers urbains historiques ou Médinas: Tunis, Kairouan, Sousse et Tozeur sont des exemples de développements urbains islamiques dans des environnements tant côtiers que désertiques.
- Musées: Le Bardo; les musées de Carthage, El Jem et Sousse en sont aussi des exemples.
- Sites Berbères: plutôt situés dans des environnements sahariens; Matmata, Chénini et les villages des Ksours en sont des exemples.
- La vie dans le désert : villages - oasis tels Chébika et Tamerza, des paysages incultes et des étendues impressionnantes de dunes.

On pourra trouver quelques informations de base concernant certains sites plus bas dans cette section. L'étude de la Banque Mondiale présentée dans la section A9.1.5 a évalué en profondeur un grand nombre de ressources culturelles du point de vue de leur intérêt international et du tourisme. Ce sont ces ressources qui permettent au tourisme tunisien de se distinguer en procurant des expériences uniques, de grande qualité et mémorables aux touristes séjournant dans des hôtels balnéaires mais qui recherchent du nouveau, du plaisir et pour même pour certains des expériences culturelles. Il existe beaucoup d'intérêt et de curiosité pour les civilisations dans un environnement de désert et pour les civilisations classiques précédant l'Islam, pour la culture islamique et même pour la période coloniale française plus récente, qui a aussi laissé des traces indéniables, particulièrement à Tunis. Le pays offre un intéressant mélange des ressources culturelles qui recèle des aspects fascinants pour le visiteur étranger.

Le milieu désertique du sud de la Tunisie exerce un charme d'un pouvoir particulier sur les touristes des pays à climats tempérés, et ce pour différentes raisons. Les paysages naturels représentent un contraste frappant et intrigant comparés aux espaces verts de l'Europe. La façon dont les populations du désert ont adapté aussi bien l'architecture que les activités économiques à cet environnement est une source d'éblouissement pour le visiteur. Les tours opérateurs tunisiens doivent concevoir des circuits et des expériences capables d'apporter au visiteur le sens derrière les manières de vivre des gens du désert.

Il y a une déficience généralisée en Tunisie dans la manière de présenter ses ressources culturelles en vue de divertir et informer ceux qui visitent ces sites culturels. Dans la plupart des sites culturels, il n'y a pas de documents intéressants et d'une certaine consistance fournissant des éclairages sur les significations du contexte historique de ces sites ; ces documents sont totalement absents dans les langues étrangères. C'est la même situation dans les sites archéologiques et les Médinas. Dans les principaux musées, l'information est dispensée d'une manière

inégal, même d'une section à une autre d'un même musée. C'est dans ce domaine que plusieurs agences sont en train d'œuvrer afin d'améliorer le contenu informationnel et culturel de ces ressources tant pour les tunisiens que pour les visiteurs étrangers.

Il convient de souligner que les sites archéologiques peuvent servir de façon dynamique et élégante comme espaces modernes pour des événements culturels et des productions variées. L'amphithéâtre de Carthage et le colisée d'El Jem peuvent abriter différentes représentations et sont utilisés pour accueillir comme des événements culturels. Ces deux sites sont des exemples pour des exploitations à long terme de ressources historiques de grande valeur tant pour le public tunisien que pour le tourisme international. L'INP et l'AMVPPC sont en train de travailler sur les façons de faciliter l'utilisation d'autres sites culturels de manière durable par le public.

Le tableau A5.2.1 montre une comparaison de divers sites tunisiens évalués par de bons guides publiés dans le monde, le Guide Bleu (français), Lonely Planet (anglais) et Aruki-Kata (japonais). Le schéma A5.2.1 illustre la répartition des sites culturels touristiques.

Un autre type de tourisme à dominante culturelle est le tourisme pour les jeunes et les moins jeunes qui recherchent une formation en langues arabe et berbère, en tradition islamique voire même en certains arts et métiers appartenant à la culture de l'Afrique du Nord et de la culture arabe. Des universités et instituts des régions de Tunis et de Hammamet peuvent contribuer à cette forme de tourisme, qui nécessite particulièrement un long séjour, un hébergement en foyer pour un grand nombre de visiteurs et des dépenses journalières assez réduites. Etant donné l'intérêt croissant en Europe pour le monde Arabe, la Tunisie est toute indiquée pour servir d'hôte et d'éducateur et se doit de ne pas négliger la bonne volonté que ce type de visiteur peut nourrir envers le pays.

Tableau A5.2.1 Evaluation des ressources du tourisme culturel par des guides

Sites Culturels	Guide Bleu (France)	Lonely Planet (Australie, RU, etc.)	Aruki-Kata (Japon)
Carthage	3	21	10
Jerba	3	9	21
Tunis Medina	3	18+R	5
Kairouan	3	14	6
Sousse	3	12	8
Musée du Bardo	3	5+R	3
Dougga	3	8+R	4
Berbère	2	3+R	5
Tozeur	3	9+R	6
Sbeitla	2	8+R	3
Sfax	1	6	4
Bizerte	1	6+R	1
Le Kef	1	8+R	2
Monastir	1	8	4
Mahdia	1	6+R	3
El Jem	2	8+R	2
Bulla Regia	1	8	3
Gabes	1	6	3
Hammamet	2	5+R	4
Nabeul	1	8	2
Nefta	2	5	3
Makthar	1	5	0
Thuburbo Majus	2	5	2
Matmata	1	5	3
Douz	1	6	4
Gafsa	1	2	3
Kerkennah	1	3	2
Sidi Bou Saïd	2	3	3
Tabarka	2	0	3
Tamerza	1	0	4
Zaghuan	1	2	1
Chemtou	0	0	0
Ain Drahim	0	0	1

N.B. : Guide Bleu : 3 = exceptionnel, 2 = très intéressant, 1 = intéressant;
 Lonely Planet : "Nombre de pages" + R (en cas de recommandation)
 Aruki-Kata : Nombre de pages

Source : Guide Bleu Tunisie, Hachette, 2000 ; Lonely Planet Tunisia 1^{ère} édition, Juillet 1998 ;
 Aruki-Kata, Diamond Big, Décembre 1998.

Schéma A5.2.1 Localisations de sites d'intérêt culturel



A5.3 TOURISME DE CONGRES

Une petite partie du tourisme tunisien concerne les villes. Une part du tourisme à vocation culturelle intéresse les villes mais généralement il concerne les circuits au départ de Tunis ou des centres balnéaires avec de brefs arrêts à chaque étape. Les passagers des croisières font généralement des visites rapides aux centres d'attraction du Grand Tunis avant de regagner leurs bateaux pour les départs en fin d'après midi. Ce sont les participants aux conférences et aux conventions qui constituent le segment lucratif du *tourisme d'affaires*, qui préfère les hôtels et les installations de ville. Les plus grands hôtels gèrent la plupart de la capacité fonctionnelle, qui est généralement intégrée dans leurs propres locaux. Les hôtels récemment construits sont pourvus d'équipements appropriés comme chambres pour les retraités, moyens de télécommunications, des lieux publics attrayants et la disponibilité sans limites d'équipements nécessaires pour la plupart des évènements internationaux les plus fréquentés.

Le plus important de la capacité fonctionnelle du pays relative au tourisme de congrès se trouve dans le Grand Tunis et seulement une capacité limitée est disponible dans les hôtels des régions de N-Hammamet et de Sousse-K. Il est intéressant de signaler que les hôtels de la région de Jerba-Z ont une capacité quelque peu limitée en ce qui concerne les grands évènements qui attirent entre 500 et 1000 personnes ou davantage. Il y a d'autres installations dans la régions de Tunis-Z appartenant à des parties politiques ou des syndicats, mais les installations qui sont gérées et commercialisées selon des normes internationales comprennent le Parc du Kram ainsi que les principaux hôtels.

Tableau A5.3.1 Principales installations pour les congrès

		Capacité de la plus grande salle (personnes)
Parc du Kram, région de Tunis	Grand Tunis	3.000 personnes
Hôtel Abu Nawas, Tunis	Tunis	1.000
Palais de Congrès, centre ville Tunis	Tunis	2.500
Centre International de Foires et Commerce	Tunis	
Bourse du Travail, centre ville Tunis	Tunis	600
Groupe Les Orangers	Hammamet	700
Hôtel Riviera	Kantaoui	800
Hôtel Riadh Palm	Sousse	1.000
Hôtel Amir	Mahdia	1.000
Pasino Casino	Jerba	1.200
Palais des Congrès, Hotel Miramar Carthage Palace, Gammarth (en construction)	Grand Tunis	1.200 ; également centres Aqualand & de thalassothérapie.
Grande salle de réunion (en cours d'études)	Kantaoui	1.200
Hammamet Yasmine (en construction)	Hammamet	2.000

Source : Tunisian Convention Bureau

Le fleuron des installations au service des foires en Tunisie est le parc du Kram situé sur le lac dans la ville côtière du Kram, à une commode distance de 15 minutes en voiture du centre de Tunis. Il peut abriter des manifestations jusqu'à 3.000 personnes, mais il programme pour l'avenir quelques manifestations

pouvant atteindre 5.000 personnes.

Quelques hôtels sont affiliés à des compagnies hôtelières étrangères, ce qui sera déterminant pour la commercialisation des hôtels auprès du milieu des affaires internationales pour l'organisation d'évènements. Les environs des Côtes de Carthage comporte une excellente combinaison des ressources adaptées au marché du tourisme de congrès (réunions, incentives, congrès et foires). Les gains majeurs de cette localisation comportent :

- l'accent particulier mis par la Tunisie sur les installations pour les conférences, y compris le Parc du Kram et un certain nombre d'hôtels,
- une capacité hôtelière d'un niveau international allant de Gammarth au nord au Kram au sud, en plus des hôtels de Tunis,
- proximité pratique pour tous les hôtels, entreprises et administrations publiques du Grand Tunis,
- proximité des prestigieuses banlieues fleuries de Carthage, Sidi Bou Said et la Marsa,
- nombreuses activités récréatives : restaurants, terrain de golf, centres de thalassothérapie, night-clubs, musées et sites archéologiques,
- grande proximité de l'aéroport international.

La construction de nouveaux hôtels à Gammarth dotés d'installations pour réunions va faciliter pour la région des Côtes de Carthage à abriter des réunions et des évènements drainant une participation internationale. Cette région va fonctionner en tant que lieu d'accueil entièrement opérationnel et bien orienté pour des évènements ayant un public international. Le projet principal est l'Hôtel Miramar Carthage Palace qui va être doté de son propre centre pour évènements ainsi que d'un centre de thalassothérapie et un parc de loisirs avec des jeux aquatiques. Les nouveaux hôtels vont être équipés non seulement de moyens modernes pour réunions mais aussi pour les activités secondaires sportives, de détente, activités nocturnes, éducatives et similaires.

Un autre récent développement positif est la création de Tunisia Convention Bureau qui agit en tant qu'institution de promotion pour attirer des rencontres et autres types d'évènements vers la Tunisie. C'est une petite entité du secteur privé qui travaille sur contrat et opère à l'échelle internationale afin de faire profiter les sociétés actionnaires autant que le secteur en général. Si elle fonctionne bien, elle adoptera une approche cohérente pour améliorer l'image de la Tunisie auprès des entreprises, associations et organisations.

A5.4 RESSOURCES NATURELLES

A5.4.1 Stations thermales

Trois stations de ce type fonctionnent depuis des années et sont gérées par l'Office National du Thermalisme (étatique). Ils se situent sur les sites suivants:

- 1 Centre thermal de Korbous : à une distance de 45 km à l'Est de Tunis dans le Cap Bon à un emplacement panoramique remarquable en bord de mer et surplombant le Golfe de Tunis, comporte huit sources thermales.
- 2 Centre Thermal de Jebel El Oust : en pleine campagne à 35 km à l'Est de Tunis, avec deux hôtels contigus.
- 3 Centre Thermal de Hammam Bourguiba : près de la frontière algérienne, à l'ouest de Ain Draham dans une région éloignée se situant à une heure en voiture au sud de Tabarka.

Ces structures offrent un hébergement hôtelier, des repas et boissons et autres services médicaux relatifs à des maladies de peau entre autres. La clientèle est presque exclusivement nationale et les services consistent essentiellement à suivre les prescriptions de traitement pour des maladies diagnostiquées par des médecins. Les frais sont abordables pour les bourses tunisiennes. Toutes les trois ont des sites remarquables mais l'emplacement du centre de Korbous, dans un petit village montagneux surplombant le Golfe de Tunis est un endroit de toute beauté, une attraction en elle même pour le touriste de par sa beauté naturelle.

La politique du gouvernement est de privatiser ces structures. Le centre de Korbous est exploité par le secteur privé et un second centre est en voie de privatisation. Le niveau de ces centres ne correspondent pas aux normes internationales et il n'y a pas de véritable promotion auprès des touristes en tant qu'activité complémentaire. En somme, elles sont actuellement ignorées par le tourisme international, s'ils recèlent quelques potentialités.

A5.4.2 Parcs nationaux et réserves

Il y a huit zones protégées en Tunisie ayant le statut de parcs nationaux et plus de 15 autres espaces sont désignés comme réserves pour la protection d'espèces de faune et de flore. Ces ressources sont décrites dans la section 2.3 sur les ressources en environnement et les difficultés. Il n'y a pas une zone en particulier qui se distingue remarquablement ou d'une renommée attirant le tourisme international en des flux conséquents de visiteurs. Ces zones servent d'autres objectifs de préservation de l'environnement et de la biodiversité ainsi qu'aux besoins récréatifs et de divertissement de la population nationale. Cependant, certains emplacements possèdent des aspects particulièrement sous-développés, comme les sources thermales ou les sites archéologiques qui pourraient être dans l'avenir aménagés pour être utilisés par le public des visiteurs. Les installations adaptés aux visiteurs dans les parcs sont généralement très limités.

Les formes actives de tourisme comme les randonnées équestres ou à dos de dromadaire, la marche et le camping sont possibles dans beaucoup de ces endroits, mais il n'y a pas un seul parc qui se distinguerait par de telles activités. Beaucoup d'excursions touristiques à dos de dromadaire par exemple ont lieu dans des zones du désert où aucun parc ou réserve ne sont inclus.

A5.4.3 Parcs marins

Les îles de Zembra, Zembretta et la Galite - pour lesquelles les amateurs de bateaux de plaisance, et de la plongée sous-marine ainsi que les touristes de façon générale ont un intérêt enthousiaste, ont un statut de parcs ou de réserves. Il est possible que dans l'avenir, si elles seront équipées de structures essentielles d'accueil, elles puissent attirer un volume réduit d'activités touristiques axées sur la nature et orientées vers l'observation des environnements naturels, sous-marins et sur terre. Actuellement ces îles n'attirent pas de grands flux de touristes étrangers car elles ne sont pas bien équipées pour les activités.

A5.5 INSTALLATIONS POUR VISITEURS

A5.5.1 Installations sur site¹

L'équipe d'étude a étudié les conditions des structures sur site d'accueil pour visiteurs disponibles dans les principaux sites à patrimoine culturel ; les résultats figurent sur le tableau A5.5.1. Il s'agit de sites qui attirent un grand nombre de visiteurs et qui sont largement traités dans plusieurs guides touristiques. Les moyens évalués comprennent les panneaux indicateurs, les parkings (au service du transport pour les sites) et les installations sur site qu'on pourrait classer comme moyens de présentation (décrivant les sites et permettant aux visiteurs d'évoluer à l'intérieur de ces sites), et les équipements d'agrément (destinés aux besoins accessoires des visiteurs de ces sites). Les résultats préliminaires sont présentés ci-dessous.

Les sites évalués sont ceux placés sous la responsabilité de l'AMVPPC, sauf l'aqueduc de Zaghouan et le patrimoine berbère. En général le niveau des sites du point de vue de la valeur des présentations, sécurité et protection de l'environnement a besoin d'amélioration.

¹ Ce sujet a été largement couvert par l'étude de la Banque Mondiale sur les sites de l'héritage culturel. Il traite du contenu des sites culturels ainsi que de la qualité des structures d'accueil des visiteurs et des facilités d'accès aux principaux sites du pays. Cependant un certain nombre de besoins constatés par les membres de l'équipe sont d'un grand intérêt pour cette étude JICA et sont indiqués dans ce rapport.

Tableau A5.5.1 Evaluation des installations sur site

Site	indications	Parking	Musée	Explications concernant le site			Commodités	
				signalisation	Information	Langues disponibles	Toilettes	Kiosque
Sites archéologiques								
El Jem	réduites	moyennes	aucune	aucune	réduites	aucune	réduites	moyennes
Park of Carthage	réduites	moyennes	bonnes	réduites	réduites	moyennes	moyennes	réduites
Sbeitla	réduites	bonnes	moyennes	moyennes	moyennes	réduites	bonnes	bonnes
Kerkouane	réduites	bonnes	*	réduites	réduites	réduites	moyennes	*
Dougga	réduites	moyennes	aucune	réduites	réduites	réduites	réduites	aucune
Bulla Régia	réduites	réduites	réduites	réduites	aucune	aucune	réduites **	réduites **
Chemtou	réduites	moyennes	bonnes	moyennes	bonnes	moyennes	bonnes	moyennes
Zaghouan	aucune	aucune	aucune	aucune	-	-	aucune	aucune
Médinas								
Kairouan	réduites	réduites	réduites	aucune	aucune	-	réduites	-
Sousse	réduites	moyennes	moyennes	aucune	aucune	-	-	-
Tunis	réduites	aucune	réduites	moyennes	aucune	-	réduites	-
Jerba	réduites	réduites		réduites	aucune	-	réduites	-
Tozeur	réduites	réduites	réduites	réduites	aucune	-	aucune	-
Patrimoine berbère								
Matmata	moyennes	réduites	aucune	aucune	aucune	aucune	réduites	réduites
Tamerza	réduites	réduites	aucune	aucune	aucune	aucune	aucune	réduites
Chenini	réduites	moyennes		aucune	aucune	aucune	réduites	réduites
Musées								
Bardo	réduites	bonnes	-	réduites	réduites	réduites	bonnes	moyennes
Carthage	réduites	bonnes	-	réduites	moyennes	réduites	moyennes	réduites
Sousse	réduites	bonnes	-	moyennes	moyennes	réduites	moyennes	moyennes

N.B. : Les sites sont listés en ordre par nombre des visiteurs, sauf patrimoines berbères
 Les cases vides indiquent les sites où il n'a pas encore été procédé à des enquêtes.
 * impossible d'évaluer à cause de travaux . ** en cours de construction

Source : Equipe d'étude JICA

(1) Sites archéologiques

- la plupart des sites archéologiques ne bénéficient pas d'une présentation adéquate
- les musées sur site se limitent généralement à une simple exposition d'objets archéologiques de première main trouvés dans les parages,
- les explications ne sont pas en général fournies dans plusieurs langues,
- les indications sur les itinéraires ne sont pas disponibles d'une façon appropriée.

Une exception notable, cependant, le musée de Chamtou récemment ouvert qui fonctionne en tant que centre de visite pour le site archéologique, doté de techniques modernes sur site avec équipements d'interprétation afin de donner de manière efficace au visiteur un aperçu historique du site et ses images originelles.

(2) Médinas

Plusieurs médinas manquent de panneaux d'indication adéquats et les touristes trouvent souvent des difficultés à retrouver les endroits qu'ils se proposaient de visiter.

(3) Sites berbères

Ils comprennent des habitations troglodytes à Matmata, les *Ksars* à Tataouine, des villages à Tamerza, etc. Ces sites sont en partie à l'étude pour restauration par l'INP mais pas pour une revalorisation en tant que sites touristiques, ce qui fait qu'ils sont actuellement en dehors de la responsabilité de l'AMVPPC. En général, ils ne sont pas bien conservés ou entretenus et les matériaux utilisés pour les architectures sont très fragiles. Une conservation appropriée serait nécessaire tant pour la sécurité du visiteur que du point de vue archéologique.

(4) Musées

Les principaux musées sont relativement bien pourvus en parking, guichets et toilettes. Cependant ils manquent l'existence des panneaux d'indication pour guider les visiteurs ainsi que les textes explicatifs efficaces procurant des informations utiles à la compréhension par les visiteurs (par exemple : brochures, cartes et textes explicatifs). Les langues utilisées sont généralement arabe, française et parfois allemande, mais très peu la langue anglaise.

A5.5.2 Panneaux indicateurs et parkings

La signalisation dans les principales intersections aux alentours des principaux sites archéologiques du pays fait souvent entièrement défaut ou elle existe seulement en arabe. Les conducteurs étrangers peuvent avoir des difficultés à trouver quelques uns des principaux majeurs, et les groupes de touristes ne peuvent pas non plus retrouver leur emplacement réel.

Les parkings sont généralement assez spacieux sauf autour des médinas mais certains de eux ne sont pas commodes pour les manœuvres d'accès des gros autocars à cause des pentes rigides ou des voies d'accès étroites.

A5.5.3 Commodités pour touristes

Les destinations touristiques devraient aussi posséder un environnement agréable, distrayant et pratique autour des lieux d'hébergement et des endroits touristiques afin d'améliorer la beauté et la commodité de la zone dans son ensemble. La satisfaction du touriste peut être considérablement influencée par pareils environnements ambiants et agencements d'agrément, comprenant une variété d'éléments comme les aires de vente de produits d'artisanat et d'art, les jardins publics, les parcs municipaux, les toilettes publiques et les espaces de repos.

En Tunisie cet environnement et commodités ne sont fournis que pour un nombre

très limité d'espaces touristiques d'importance². Dans beaucoup de destinations touristiques, il manque non seulement un environnement animé mais aussi des aménagements répondant à des besoins élémentaires. Un exemple édifiant est le manque de toilettes publiques bien entretenues, ce qui constitue l'une des plaintes majeures des touristes étrangers. Bien que l'AMVPPC fournisse et entretienne des cabinets de toilette dans les principaux sites culturels touristiques, leur état sanitaire reste encore l'un des problèmes majeurs .

La Direction Environnement et Culture de l'ONTT conduit actuellement une étude nationale sur la possibilité d'édifier dans plusieurs sites touristiques des aménagement d'agrément à vocation multiple, programmés pour procurer au public des toilettes, des cafés, des kiosques de téléphones et de journaux. Leur construction devrait être prise en charge par les municipalités ou les conseils régionaux concernés mais le principal obstacle de mise ne place du projet sera l'absence du personnel pour gérer et entretenir ces structures. Pour cette raison, l'ONTT envisage la possibilité de faire participer le secteur privé pour que cela fonctionne et puisse perdurer.

A5.5.4 Centre d'information pour visiteurs

L'ONTT entretient des centres d'informations dans les aéroports et dans les principales villes dans lesquels les CRT proposent littérature et pourvoient des conseils aux visiteurs qui s'adressent aux guichets pour s'informer. Dans certaines villes l'emplacement de ces centres n'est pas des plus pratiques du point de vue accès et visibilité pour les visiteurs. Généralement, ils n'englobent pas certaines des prestations que les visiteurs cherchent comme les sources d'information pratiques multilingues par affichage mural, les téléphones publics, les appareils ATM, les horaires de transport, les services de bus pour l'aéroport, les cabinets de toilette propres, les supports audiovisuels en langues étrangères présentant les principaux centres d'intérêt dans la région. Procurer ces commodités permet de renforcer la motivation du touriste et constitue une manière de résoudre le problème de l'emplacement.

² Les bons exemples comprennent Sidi Bou Said (à proximité de Tunis , Port El Kantaoui (prés de Sousse) et le centre ville de Tabarka.

A5.6 AMENAGEMENT DES ZONES TOURISTIQUES

A5.6.1 Aménagement antérieur des zones touristiques

Le développement du tourisme dans le pays s'est largement concentré sur les plages à la faveur d'une approche initiale orientée vers le développement des zones touristiques. Cette approche remonte aux années 50 durant lesquelles les zones touristiques de Jerba et de Hammamet ont été créées. En 1975, le Gouvernement a décidé de promouvoir cinq zones touristiques comprenant celles de Tunis, Hammamet, Sousse, Monastir et Jerba-Z. L'aménagement de ces zones a été entrepris avec l'assistance de la Banque Mondiale. En 1985, le gouvernement a insisté sur la nécessité de réévaluer ces zones, ce qui a conduit à les réaménager dans le sens d'une augmentation de leur capacité. Au milieu des années 80 le gouvernement a également commencé à étudier l'aménagement de nouvelles zones touristiques pour aboutir à la création de plusieurs zones additionnelles.

Il y a actuellement 17 zones touristiques à travers le pays, la plupart situées dans les zones côtières et seulement quelques zones ayant été développées à l'intérieur. Le schéma A5.6.1 montre l'emplacement des zones touristiques existantes ainsi que celles à l'étude qui seront décrites plus loin.

En aménageant les zones touristiques actuelles, l'AFT a joué un rôle prépondérant en traçant le plan de la zone, en entreprenant l'aménagement du terrain et de l'infrastructure, en assurant la marketing et la vente de terrains lotis aux promoteurs hôteliers et autres types d'hébergement, d'animation et autres prestations commerciales. Au cours de ces dernières années, cependant, le gouvernement s'est orienté vers une intégration plus active du secteur privé dans l'aménagement des zones touristiques, particulièrement en termes du financement de leur aménagement. A la suite de quoi, le budget de l'AFT pour l'aménagement des terrains et de l'infrastructure a considérablement baissé durant les années 90 bien qu'elle soit toujours responsable de la planification des zones touristiques.

L'AFT a particulièrement contribué à l'expansion de la capacité de l'offre pour le tourisme balnéaire bien qu'il y ait plusieurs difficultés que reconnaît l'administration du tourisme ainsi que les leaders des professionnels du secteur concernant les zones touristiques actuelles. Un problème important est le fait que l'aménagement des zones touristiques s'est excessivement concentré sur l'édification d'unités hôtelières en faisant peu cas aux agencements de commodités touristiques élémentaires (y compris abris, portiques, bancs, arbres et toilettes) ainsi qu'un environnement agréable. En outre, un bon nombre de ces zones manquent d'activités d'animation, de restaurants, de bars en dehors des hôtels, faisant de l'endroit une zone moins attrayante pour les touristes. De plus, les zones touristiques manquent de variété dans les unités hôtelières avec leurs aspects esthétiques relativement monotones et leur structures physiques, comme des immeubles à appartements bon marché.

A5.6.2 Implication du secteur privé dans l'aménagement des zones touristiques

Comme annoncé dans le 9^{ème} Plan de Développement pour le secteur du tourisme, le gouvernement tunisien a commencé à recourir aux fonds du secteur privé pour l'aménagement des zones touristiques. Dans cette perspective, deux sociétés ont été créées selon une approche de partenariat entre secteurs public et privé, l'une pour le développement d'une zone dans la région de Hammamet, nommée Hammamet-Sud (ou Yasmine Hammamet) et l'autre pour une zone à Tabarka. Hammamet-Sud constitue un bon exemple de cette approche puisque l'aménagement foncier et de l'infrastructure a été achevé (à l'exception du port de plaisance qui jusqu'en l'an 2000 était encore en construction) et plusieurs hôtels sont déjà en exploitation.

Pour aménager Hammamet-Sud, une société, appelée Société d'Etudes et de Développement de Hammamet Sud (S.E.D. Hammamet-Sud) a été créée conjointement par des organismes publics et privés, y compris l'AFT, des banques de développement étatiques (BNDT, BDET, BTKD et autres), des banques commerciales et d'autres entreprises privées. Sur la base des plans élaborés par l'AFT, cette société a aménagé le terrain, l'a équipé en infrastructures puis a vendu les terrains lotis aux promoteurs d'hôtels, d'unités résidentielles et de structures d'animation et de commerce. Une partie du terrain aménagé par la société (en sus du terrain acheté à l'AFT qui a initialement acquis la majeure partie du terrain) appartenait à des propriétaires existants à qui par la suite on a fourni, en échange, des lopins de terre lotis (mais plus réduits) dans les zones résidentielles après achèvement des travaux d'aménagement.

Cette zone consiste en 40 unités hôtelières, plusieurs centres d'animation et centres commerciaux, un port de plaisance, une médina, un parc et des espaces résidentiels. Le schéma A5.6.2 montre comment se présente la zone. La surface totale de la zone (à l'exclusion de la marina³) aménagée par la S.E.D. Hammamet Sud est de près de 280 ha avec un coût total de l'aménagement du terrain et de l'infrastructure de 36 millions DT (avant impôts, non inclus l'acquisition de terrain et compensations).

Alors que cet aménagement apporte une capacité supplémentaire à la zone de Hammamet, le plan d'aménagement se caractérise particulièrement par une haute densité et de la monotonie. En plus, il y a une longue distance pour aller à la plage même en partant des hôtels situés sur la façade, sans parler des hôtels de la seconde rangée (par comparaison avec les stations balnéaires standard), obligeant les visiteurs à marcher sur tout le trajet entre le lieu d'hébergement et la plage, ce

³ Le port de plaisance a été aménagé par une autre société (Société d'Etude et d'aménagement « La Marina Hammamet-Sud ») constituée de la même manière que S.E.D. Hammamet Sud, conjointement par l'AFT (étatique), des banques de développement (y compris la BNDT, la BDET et la BTKD...), S.E.D. Hammamet Sud, des banques commerciales et d'autres entreprises privées. Outre la marina, l'aménagement va inclure des appartements, des villas, des centres commerciaux et un centre de congrès. Le coût total des investissements prévu est approximativement de DT 120 millions (DT 50 millions pour le port, le reste pour les autres composantes). La capitalisation de la société (actions plus dettes) est de près de DT 34 millions et une grande part de l'investissement doit provenir des revenus directs des recettes de la vente des appartements, villas et du port de plaisance. Le projet a été retardé à cause principalement du retard des ventes par rapport au programme prévu.

qui cause apparemment beaucoup de déception aux touristes étrangers.

Une raison de cette forte densité dans l'aménagement était la participation des investisseurs privés dans le projet, qui ont voulu s'assurer un niveau raisonnable de profit sur les investissements. En plus, la demande en investissements hôteliers était si élevée que la capacité prévue a été révisée à la hausse.

A5.6.3 Nouvelles zones touristiques

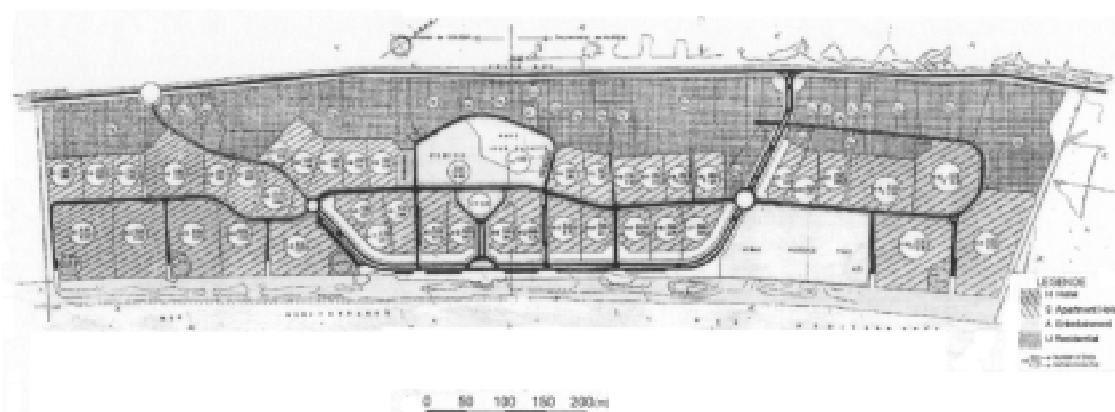
L'AFT est engagée dans la préparation de plans d'aménagement de nouvelles zones touristiques au cours des 10^{ème} et 11^{ème} plans (et probablement aussi pour les années qui suivront). Le tableau A5.6.1 montre la liste des nouvelles zones touristiques à l'étude et une brève description de chaque plan est présentée dans le tableau A5.6.2. Plusieurs d'entre elles sont destinées à être aménagées en stations balnéaires⁴, et quelques unes sont programmées pour un tourisme écologique à base d'eau de mer et d'autres ressources naturelles. Exceptionnellement, une zone est programmée pour le tourisme culturel (Sbeitla). L'AFT a l'intention d'achever tous les travaux d'étude vers la fin de 2001.

⁴ Alors que la raison principale de s'appesantir sur le littoral est de répondre à la forte demande en vacanciers de plage étrangers, il est aussi relativement plus aisé d'acquérir des terrains sur la bande côtière ou de gros morceaux de terrains appartiennent à l'Etat.



Schéma A5.6.1 Localisation des zones touristiques existantes et projetées

Schéma A5.6.2 Plan de la zone touristique « S.E.D. Hammamet Sud »



Source : AFT

Tableau A5.6.1 Liste des nouvelles zones touristiques

Type	Zone	Emplacement	Surface(ha)	Nombre de lits prévus
Balnéaire	Cap Gammarth	Tunis Nord	73	5.000
	Salloum	Entre Hammamet Sud et Hergla	710	18.000
	Hergla	Entre Selloum et Sousse Nord	400	6.000
	Bekalta	Entre Monastir et Mahdia	100	Phase 1: 1.500 Phase 2: 3.500
	Guedhabna	Entre Mahdia et Chebba	350	20.000
	Gabès	Gabès	200	10.000
	Lella Hadhria	île de Jerba	220	4.000
Ecologique	Sidi Foukhal	île de Kerkennah	90	3.000
	Zouaraa	Extension de la zone de Tabarka	100	2.000
Culturel	Sbeitla	Sbeitla	7	Néant
Intérieur (certaines restent à proximité de la mer)	Chaffar	À Sfax	30	1.500
	Roued	Tunis Nord	12	1.000
	Sidi Rais	Tunis Est	30	2.500
	Kalaat El Andalous	Tunis Nord	30	1.500

Note : Ces informations ont été mis à jour grâce à l' AFT : Les Nouvelles Zones Touristiques
Point de Situation : Avril 2000, sur la base d'interviews avec des responsables de l'AFT.

Source : AFT

Tableau A5.6.2 Programmation des nouvelles zones touristiques

Zone	Description du Programme
Cap Gammarth (Tunis Nord)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels de première classe - Un port de plaisance (700 anneaux) - Un centre de congrès (2000 sièges) - Un centre intégré de loisirs et d'animation - Un parc national (140 ha)
Selloum (entre Hammamet et le sud de Hergla)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels et unités résidentielles - Des possibilités d'animation et de loisirs - Un parcours de golf - Gazon et verdure
Hergla (entre Selloum et le nord de Sousse)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels et unités résidentielles - Une station pour yachts - Un parcours de golf - Espace vert
Bekalta (entre Monastir et Mahdia)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels - Produits touristiques répondant aux vœux de la population locale et satisfaisant les besoins des clients
Guedhabna (entre Mahdia et Chebba)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels - Une marina et un port de plaisance - Un centre culturel avec un site archéologique, un théâtre en plein air, un musée et des galeries d'art
Gabès	Non disponible
Lella Hadhria (sur l'île de Jerba)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels et unités résidentielles - Médina artificielle et structures d'animation - Préservation des zones sensibles en matière d'environnement - Un terrain de golf - Approvisionnement en eau
Sidi Foukhal (sur l'île Kerkennah)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels avec architecture adaptée à l'environnement naturel - Trois centres d'animation et de loisirs de grande envergure adaptés aux ressources naturelles (mer et nature) - Infrastructure pour activités socioculturelles - Installations aquatiques, de jeux, sportives et commerciales
Zouaraa (extension de la zone de Tabarka)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels et chalets de luxe - Produits de plage de haut niveau pour touristes préférant un environnement sain, naturel et reposant - Parcs, agencements pour animation et sports ainsi qu'espaces naturels (bosquet, clubs d'équitation, parcs à fleurs etc.)
Sbeitla	Non disponible
Chaffar (à Sfax)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels et unités résidentielles - Un parcours de golf - Activités d'animation et de loisirs de plage, espace commercial
Raoued (nord de Tunis)	<ul style="list-style-type: none"> - Hôtels, unités résidentielles et bungalows -(essentiellement pour les Tunisiens) - Zones pour animation, loisirs et activités commerciales
Sidi Rais (est de Tunis)	<ul style="list-style-type: none"> - Hébergement, avec des unités résidentielles (essentiellement pour les tunisiens) - Zone pour sports et activités commerciales, espaces verts - Aires pour camping
Kalaat El Andalous (nord de Tunis)	Non disponible

N.B. : Ces plans sont sujets à modification selon les résultats des études actuellement en cours pour plusieurs de ces zones.

Source : AFT, Equipe d'étude JICA

Selon l'AFT, les trois premières zones prioritaires sont Cap Gammarth, Selloum et Hergla. Les travaux de planification ont été entamés pour ces trois zones. L'aménagement de Cap Gammarth prévoit un port de plaisance, un centre de congrès, un parc national et des hôtels de classe supérieure. Près du site à aménager, il existe une zone réservée pour l'aménagement de résidences officielles pour les Etats du Maghreb. Apparemment cette zone vise à la fois le haut de gamme des vacanciers de plage et le marché du tourisme de congrès, ce qui est une stratégie judicieuse étant donné les ressources naturelles et celles produites par l'homme disponibles dans et autour de la zone (y compris le littoral, un terrain vallonné, Carthage, Sidi Bou Said et la proximité de Tunis et de l'aéroport international). Actuellement, des travaux de construction et de réparation des routes sont en cours dans la zone de Gammarth.

L'aménagement de Selloum et de Hergla est étroitement lié à l'édification d'un nouvel aéroport à établir dans le voisinage de Hergla. On prévoit l'ouverture de cet aéroport pour la fin de 2004 afin d'assurer plus de capacité à répondre à l'extension du trafic au-delà des capacités des aéroports de Tunis et de Monastir qui ne pourront plus s'étendre à l'avenir. Ces zones peuvent aussi être considérées comme une extension des stations balnéaires existantes qui comprennent Hammamet et Sousse. En particulier, Selloum est relativement proche de Hammamet-Sud là où un énorme chantier est en cours.

En ce qui concerne Selloum, l'AFT est en train d'élaborer un plan de la zone avec le concours d'un bureau de conseil local qui revoit l'ancien programme établi en 1990⁵. Ce nouveau plan concerne une zone de près de 120 ha pouvant recevoir près de 6.000 lits. Au nord de cette zone il existe encore une autre zone que le secteur privé envisage d'aménager en station balnéaire pour 8.000 à 10.000 lits.

Quant à Hergla, le programme actuel a été élaboré en 1991 et doit être révisé vu la construction du nouvel aéroport à édifier à proximité, ce qui très probablement va affecter la partie nord de la zone. Le programme au départ prévoyait la construction d'un canal pour créer un accès où une marina doit être construite ; actuellement, cette zone forme un marécage qui nécessitera probablement des mesures de protection. Le coût total de l'aménagement en 1990 (y compris l'aménagement du terrain et de l'infrastructure, le canal et l'accès, mais pas le port) était estimé à 95 millions DT aux taux de 1990, ce qui devrait être plus coûteux aux prix courants de nos jours. Il faudrait peut-être réviser le plan à la baisse pour éviter les effets négatifs de l'aéroport projeté (en particulier la nuisance sonore). En plus, un plan directeur général a été élaboré (et reste en application) couvrant toute la zone et ses alentours.

⁵ Le plan de la zone a été réduit par rapport au plan de 1990, faisant reculer la ligne de front de la zone de près de 100 mètres par rapport à celle du plan de départ à cause des effets de la marée en hiver. Les limites de la zone de l'autre côté ont été également déplacées et rapprochées de la côte à cause du marécage situé à l'ouest de la zone. En plus, l'aménagement d'une marina prévu par le plan de 1990 ne figure plus dans le plan actuel. A partir de Juillet 2000, l'AFT entreprend de déterminer le plan d'exploitation des terrains selon des choix établis par un bureau conseil. Une fois décidé, un plan plus détaillé comprenant une planification de l'infrastructure et un devis sera élaboré.

A5.7 QUESTIONS CLES

A5.7.1 Ressources touristiques

Les principaux problèmes relatifs aux ressources touristiques figurent comme points forts et points faibles des produits par type de tourisme dans le tableau A5.7.1.

Tableau A5.7.1 Points forts et points faibles du produit tunisien, par type de tourisme

Points forts	Point faibles
Tourisme général - Tourisme de vacances sur plage	
<ul style="list-style-type: none"> - Proximité avec l'Europe et liaisons aériennes en nombre croissant - Sécurité et paix en Tunisie - Plages attrayantes avec des services / structures - Niveau de prix bas et compétitif - Les Tunisiens sont habitués aux Européens et maîtrisent le français - Doux climat en hiver - Bonne infrastructure aéroportuaire, ferroviaire et routière - Tradition d'hospitalité chez les gens en Tunisie 	<ul style="list-style-type: none"> - Problème persistant d'une qualité en dessous des standards des services de base [hébergement nourriture, excursions] y compris mauvais entretien physique des hôtels - Réticence des professionnels du secteur à faire un suivi étroit des stratégies et conditions des destinations adresses - Manque d'une orientation claire de la promotion dans les marchés ciblés - Manque de collaboration entre organismes - Offre limitée activités d'animation sportives, culturelles
Tourisme culturel	
<ul style="list-style-type: none"> - Mélange exceptionnel de patrimoines : classique, berbère arabe, vestiges de l'époque coloniale française - Fascination des Occidentaux pour les civilisation de l'Afrique du Nord 	<ul style="list-style-type: none"> - Absence d'attractions phares pour différencier les perceptions - Manque d'informations, riches et multilingues ou de guides bien formés, dans les musées, sur les sites archéologiques et autres points d'intérêt.
Tourisme de congrès	
<ul style="list-style-type: none"> - Emplacement à la porte de l'Afrique - Capacité hôtelière en expansion à Tunis, Gammarth, Hammamet - Disponibilité croissante d'activités secondaires (golf, stations thermales, casinos, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de structures d'accueil pour manifestations drainant plus de 1.000 personnes - Fonctionnement médiocre et niveau insatisfaisant des salles de réunions à Tunis, Monastir et Bizerte
Tourisme Sahara/désert	
<ul style="list-style-type: none"> - Fascination des Occidentaux pour l'environnement du désert, son architecture, ses traditions 	<ul style="list-style-type: none"> - mauvaise présentation des attractions naturelles (guides, signalisation, prestations pour visiteurs) - longues routes ennuyeuses entre deux lieux de visite d'intérêt

Source: Equipe d'étude JICA

A5.7.2 Installations pour visiteurs

(1) Manque de variété dans les activités d'animation et agencement d'agrément

Dans certaines principales zones touristiques, les options pour une détente nocturne sont réduites, du point de vue de la variété des types de restaurants, night clubs, lieux de shopping en produits d'artisanat et d'art, représentations artistiques, galeries d'art, parcs publics et jardins municipaux. Il semblerait que dans certains endroits il n'y ait pas d'espace disponible pour créer d'espaces commerciales. En plus, plusieurs des destinations touristiques manquent de commodités d'agrément, en particulier des toilettes publiques bien entretenues dont l'amélioration est nécessaire pour mieux servir les touristes.

(2) Qualité insuffisante des explications sur les sites culturels et archéologiques

La valeur éducative qu'offrent la plupart des sites pour les visiteurs étrangers et les Tunisiens est bien faible dans la plupart des sites et la curiosité naturelle qui anime le plus grand nombre des visiteurs n'est pas satisfaite dans les sites archéologiques et dans les musées. Il est nécessaire de prendre des mesures afin d'augmenter l'intérêt éducatif dans au moins un nombre réduit parmi les principaux sites et de les rendre plus sûrs et plus faciles à découvrir pour les visiteurs de tous âges.

A5.7.3 Zones touristiques

Les problèmes relevés dans les zones touristiques aménagées sont:

- une insuffisance dans les agencements de commodités touristiques élémentaires (y compris abris, portiques, arbres et toilettes),
- un manque de paysages agréables,
- un manque de variété dans les unités hôtelières avec leurs aspects esthétiques et leurs structures physiques relativement monotones et
- un manque d'activités d'animation, de restaurants et de bars à l'extérieur des hôtels.

En ce qui concerne les zones récemment aménagées, en particulier Hammamet Sud, il manque à la conception ou au modèle d'exploitation des zones, des mesures qui permettent de renforcer l'attrait de l'endroit, l'accent étant excessivement mis sur l'aspect capacité avec un aménagement de forte densité, ce qui semble être le résultat d'une approche axée sur l'efficacité de l'investissement sous forme d'économies d'échelle. Ces difficultés sont effectivement avérées pour les responsables concernés de l'ONTT et l'AFT.

En aménageant des zones touristiques, il est extrêmement important de fournir des produits capables de répondre aux besoins du marché, en particulier l'aménagement de stations balnéaires qui puissent faire face à une concurrence dure avec plusieurs de destinations à travers le monde. Il est nécessaire d'étudier le marché sérieusement, prenant en compte les préférences des touristes, le degré de leur satisfaction ainsi que les produits offerts par les destinations concurrentes

(ceux qui ont réussi et ceux qui n'ont pas réussi). Sur la base de ces études, des stratégies claires devraient être élaborées lors de la planification de chaque zone touristique ; la planification elle-même devrait être faite en harmonie avec ces stratégies afin de fournir les produits qui pourraient satisfaire les besoins du marché ciblé ; également des directives claires ou des orientations devraient être données aux investisseurs potentiels afin qu'ils créent vraiment l'environnement construit et naturel programmé, avec si possible les compétences internationales disponibles. Cependant, l'Équipe d'Étude note que les pratiques en cours pour ce qui est des pratiques actuelles de planification et d'approbation des investissements concernant l'aménagement des zones touristiques présentent des défaillances à chacun de ces niveaux, l'attention étant trop concentrée sur l'extension de la capacité.