



République Tunisienne

Ministère du Tourisme

Office National du Tourisme Tunisien

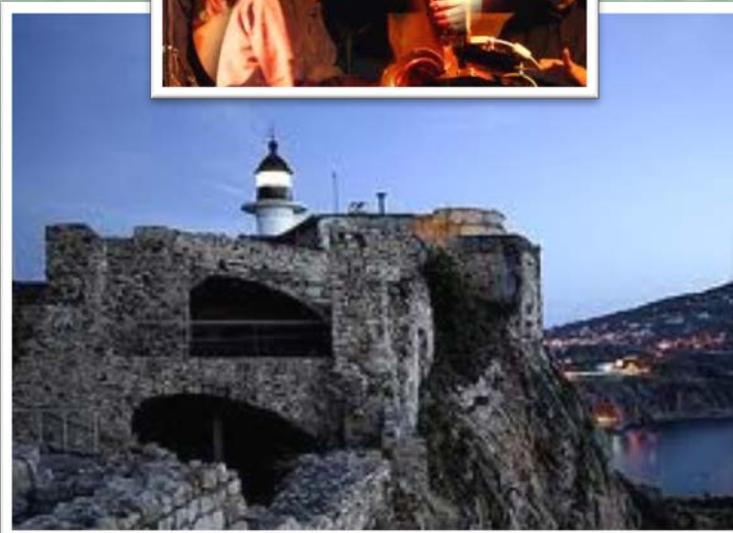
**PARTENARIAT PUBLIC PRIVE DANS
LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR
TOURISTIQUE EN TUNISIE**

Elaborée par : **GAIES Kamel**
Directeur des Investissements et de
l'encadrement des promoteurs

30 Septembre et 1 Octobre 2014

S O M M A I R E

- I - LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME**
- II - INFRASTRUCTURE ET HISTORIQUE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE**
- III- PARTENARIAT ETRANGERE.**
- IV - FORMATION ET RESSOURCES HUMAINES**
- V - PROMOTION DU SECTEUR TOURISTIQUE**
- VI - MISE EN PLACE DE LA STRATEGIE DU DEVELOPPEMENT DU TOURISME.**



I - LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME

La Tunisie investit dans le tourisme depuis plus de cinq décennies et reste une destination incontournable dans une méditerranée, berceau des civilisations.

A) Sur le plan quantitatif, il affiche à son actif :

- ❖ 874 établissements d'hébergement touristique totalisant 247.000 lits
- ❖ 392 restaurants touristiques
- ❖ 6 ports de plaisances.
- ❖ 923 agences de voyage
- ❖ 10 parcours de golf.

❖ **Ainsi, pour l'année 2010**, nous avons enregistré :

- 6,9 millions d'arrivées de non résidents
- 35 millions de nuitées.
- Engendrant un taux d'occupation de 50,7 %.

❖ **Alors que pour l'année 2013**, nous avons enregistré :

- 6,3 millions d'arrivées de non résidents
- 30 millions de nuitées.
- Engendrant un taux d'occupation de 41 %.

B) Qualitativement le secteur représente :

- ❖ **7 % du PIB**
- ❖ **53,8 % de la couverture du déficit de la balance commerciale**
- ❖ **12 à 13 % soit près de 400.000 emplois.**

Le coût global d'investissement s'élève à 8 milliard de dinars, soit 5,3 milliard de dollars.

Ces indicateurs nous renseignent sur l'importance de ce secteur dans l'économie nationale.

Sans oublier ses effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie notamment le transport, l'agro-alimentaire, le bâtiment et l'artisanat.

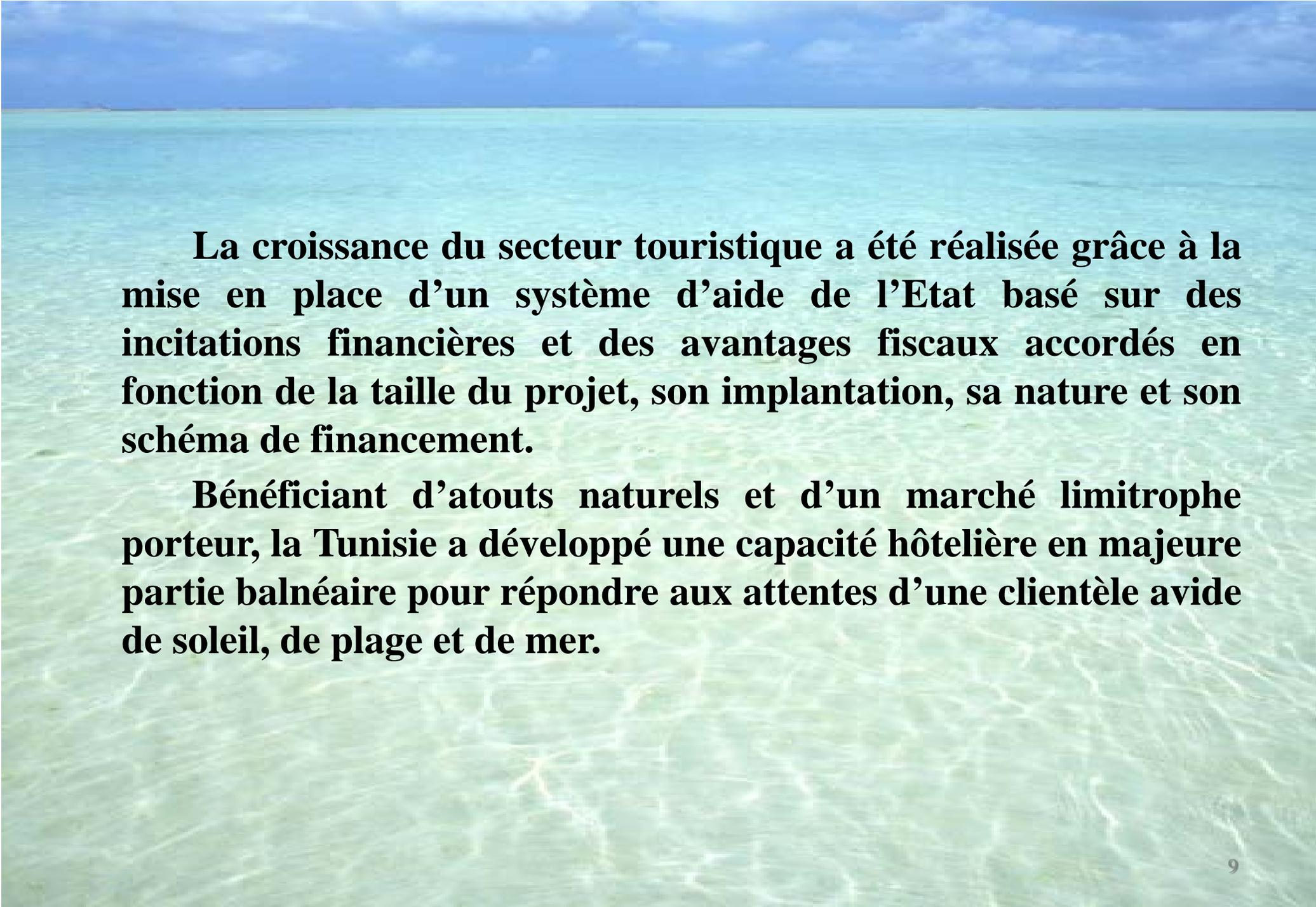
BIZERTE



II – INFRASTRUCTURE ET HISTORIQUE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

La première impulsion dans l'industrie touristique en Tunisie a été donnée par l'Etat en participant directement à la réalisation d'unités hôtelières par le biais de quelques sociétés publiques telle que la S.H.T.T.

L'Etat a ainsi ouvert la voie au secteur privé qui a pris la relève. A titre indicatif l'Etat détenait 95 % de la capacité d'hébergement au moment du lancement du secteur, il n'en détient actuellement que la proportion réservée à la formation hôtelière (Hôtels d'application).

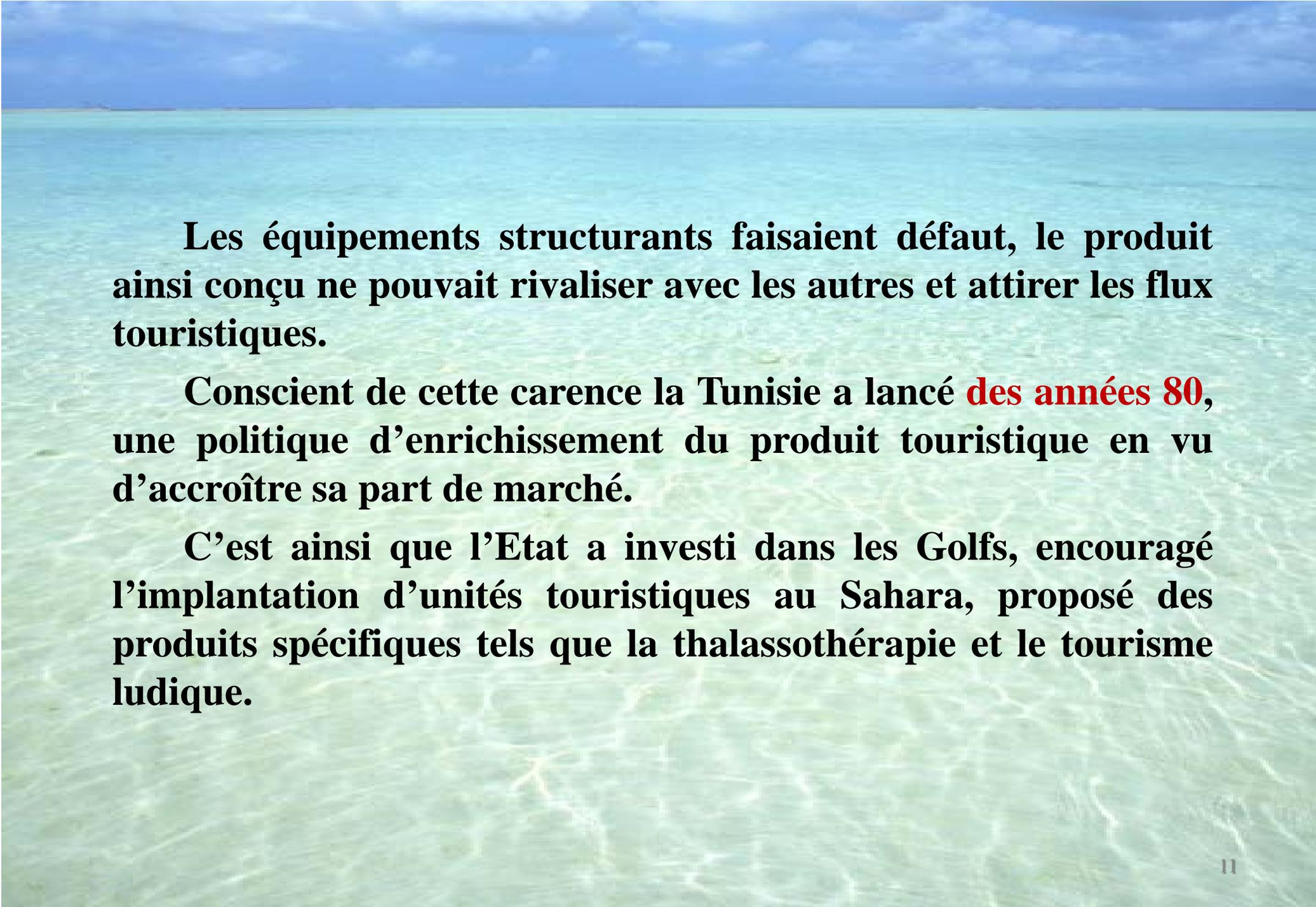


La croissance du secteur touristique a été réalisée grâce à la mise en place d'un système d'aide de l'Etat basé sur des incitations financières et des avantages fiscaux accordés en fonction de la taille du projet, son implantation, sa nature et son schéma de financement.

Bénéficiant d'atouts naturels et d'un marché limitrophe porteur, la Tunisie a développé une capacité hôtelière en majeure partie balnéaire pour répondre aux attentes d'une clientèle avide de soleil, de plage et de mer.

HAMMAMET SUD





Les équipements structurants faisaient défaut, le produit ainsi conçu ne pouvait rivaliser avec les autres et attirer les flux touristiques.

Conscient de cette carence la Tunisie a lancé **des années 80, une politique d'enrichissement du produit touristique en vue d'accroître sa part de marché.**

C'est ainsi que l'Etat a investi dans les Golfs, encouragé l'implantation d'unités touristiques au Sahara, proposé des produits spécifiques tels que la thalasso thérapie et le tourisme ludique.

La diversification du produit touristique touche également à bien d'autres domaines notamment en matière de tourisme de plaisance, de congrès et d'affaires, de loisirs et de nouvelles typologies d'hébergement touristique (appart hôtel, time Share).

Donc après avoir joué le rôle de pionnier et d'éclaireur dans la phase du lancement du tourisme, l'état s'est désengagé progressivement au profit du secteur privé et ce par le biais d'un système d'encouragement et d'incitation à l'investissement.

Ainsi, plusieurs villes touristiques ont vu le jour, nous citons :

TAMERZA



III – PARTENARIAT ET INVESTISSEMENTS ETRANGERS :

Le secteur touristique est un secteur qui se caractérise par la liberté de l'investissement : l'investisseur étranger peut sans autorisation détenir jusqu'à 100% du capital des entreprises touristiques d'où plusieurs pays participent ou investissent dans ce secteur.

Investissements touristiques étrangers (1970-2010)

Participations Européennes

Nom du pays	Nbr. De projets	Capacité	Cout d'investissement ME. (Mille euro)	Nbr. d'emploi
TOTAL	44	21.566	350.000 ME	8293
FRANCE	21	9574	175.000 ME	3577
SUISSE	3	1320	25.000 ME	510
LUXEMBOURG	3	1522	33.000 ME	720

Nom du pays	Nbr. De projets	Capacité	Cout d'investissement	Nbr. D'emploi
ANGLETERRE	5	4192	35.000 ME	1320
ALLEMAGNE	5	2506	37.000 ME	970
AUTRICHE	1	564	11.000 ME	300
BELGIQUE	1	450	70.000 ME	200
ITALIE	3	584	80.000 ME	160
Espagne	1	850	15.000 ME	400
Suède	1	-	2.000 ME	180

Participation Arabe

Nom du pays	Nbr. De projets	Capacité	Cout d'investissement	Nbr. d'emploi
TOTAL	35	18647	400.000 ME	7745
Arabie Saoudite	9	4141	105.000 ME	2045
Koweit	15	8343	120.000 ME	3690
Lybie	8	3249	160.000 ME	910
Emirat Arabe Unies	3	2914	18.000 ME	1100

Participation Asiatique

Nom du pays	Nbr. De projets	Capacité	Cout d'investissement	Nbr. d'emploi
TOTAL	4	489	31.000 ME	605
Singapore	3	361	22 .000 ME	355
Japon	1	508	9.000 ME	250

GAMMARTH



III – FORMATION ET RESSOURCES HUMAINES

Dans le but du développement du secteur touristique et pour satisfaire le besoin en ressource humaines spécialisés et qualifiées, 10 centres de formation en était créer sous tutelle du Ministère du tourisme dont un institut qui permet l'obtention d'une licence, d'un magistère et même et doctorat d'Etat.

En plus de 18 centres de formation professionnelle sous tutelle du Ministère de l'Education et 25 branches de formation dans les universités tunisienne qui vise le secteur touristique.

La capacité de formation actuelle dans le secteur est de l'ordre de 5750 avec 15 spécialités.

IV – PROMOTION ET MARKETING

Un budget de marketing et de publicité de l'ordre de 60 millions de dinars (25 million d'Euro) annuelle consacre l'Etat pour la promotion du secteur touristique.

1) Marchés Européens :

Avec un renforcement des programmes de promotion sur les grands marchés Européens comme la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Angleterre, Russie....

2) Marchés local et régional :

Des campagnes publicitaires sur les marchés Algériens et Lybien. Renforcement du tourisme intérieur afin d'encourager les agences de voyages locales à commercialisés les destinations tunisienne.

3) Soutien des compagnies aériennes :

en 2015 le Ministère du Tourisme, contribuera avec un montant de 6 milliards de dinars, (2,5 million).

SOUSSE - EL KANTAOUI



V – MISE EN PLACE DE L'ETUDE STRATEGIQUE DU DEVELOPPEMENT DU TOURISME

Essoufflements, crises, pertes d'attractivité, fragilisation, concurrence, manque à gagner, manque de rentabilité, perte d'investissements...sonnent le glas de la rupture avec l'attentisme et signent l'amorce avec l'action.

Le Ministère du Tourisme entame la mise en place d'une étude stratégique du développement du tourisme en association avec les professionnels (la Fédération Tunisienne de l'Hôtellerie, la Fédération Tunisienne des Agences de Voyages et l'Association Tunisienne des Restaurants Touristique...).

Cette étude s'intitule vision 3 + 1 et qui vise une perspective 2020 :

- 12 millions de touristes.**
- 56 millions de nuitées**
- Doubler les recettes par touriste et par jour.**

Diversification de l'offre / régions	Qualité et Formation	Branding
Offres majeures	Qualité de l'accueil	Marketing Ciblé
Offres alternatives	Qualité de l'offre produit	Image de marque
Régions touristique	Qualité de l'environnement	Tourisme Digital
	Qualité transport	Desserte aérienne
	Label qualité national	
	Formation	

Modernisation du secteur
Gouvernance / Cadre institutionnel
Financement du secteur
Observatoire tourisme
Nouveau programme de mise à niveau des unités hôtelières.