

التسويق المجالي وجاذبية قطاع السياحة بالجنوب التونسي

معطيات عامة

تاريخ الإصدار: مارس 2009

هيكل التنفيذ: ديوان تنمية الجنوب بالتعاون مع خبراء في إطار مشروع " دعم قدرات المؤسسات وهيكل التنمية الجهوية في مجال النهوض بالاستثمار الخاص"، برنامج دعم تنفيذ اتفاقية الشراكة بين تونس والاتحاد الأوروبي (P3A).

الهيكل المستفيد: ديوان تنمية الجنوب ومختلف الفاعلين الجهويين

طبيعة الوثيقة:

✓	دراسة استراتيجية
✓	دراسة قطاعية
	بحث
	وثيقة عمل / تقرير

أهم المجالات التي تطرقت إليها الوثيقة:

- تشخيص المجال
- أنواع السياحة بالجنوب
- استراتيجية ومحاور تنمية قطاع السياحة
- التسويق المجالي والجاذبية فيما يتعلق بقطاع السياحة

الملّخص:

■ عناصر التشخيص :

1. أهداف الدراسة
2. النتائج المنتظرة
3. مجال الدراسة
4. أسئلة للدراسة / الإجابة
5. التشخيص المجالي (إقليم الجنوب، السياحة بالجنوب)
6. تحليل طبقا لمنهجية نقاط القوة والضعف، الفرص والمخاطر
7. إستراتيجية ومحاور التنمية
8. برنامج التدخل

■ أهم الإستنتاجات:

استناداً إلى تحليل نقاط القوة والضعف، الفرص والمخاطر، تم وضع أهداف التنمية الإستراتيجية لقطاع السياحة في

منطقة الجنوب وتحديد رؤية إستشرافية تقوم على:

- 1 - تحسين القدرة التنافسية لإقليم الجنوب التونسي في قطاع السياحة.
- 2 - تحسين مردودية قطاع السياحة.
- 3 - ضمان استدامة التنمية السياحية في الجنوب.
- 4- إعادة تموقع صورة الجنوب التونسي كوجهة متعدد المنتجات المتوسطة والعالية الجودة.

ولقد تم تطوير هذه الرؤية وفق المحاور التالية:

المحور الأول: تطوير المنتجات الثقافية.

المحور الثاني: تطوير المنتجات الصحراوية.

المحور الثالث: تحسين جودة الخدمات (المعايير).

المحور الرابع: الإدارة المستدامة للموارد (الجوانب المتعلقة بالبيئة).

المحور الخامس: برنامج ترويجي، مبتكر وفعال.

■ التوصيات:

- ضرورة التزام الدولة ببذل مجهود اكبر في دعم الاستثمارات فيما يتعلق بالمنتجات السياحية من النوع الصحراوي، الثقافي والتاريخي والبيئي أو الاستكشافي خصوصا خلال مرحلة الانطلاق؛
- الحاجة لبرامج التدريب والمساعدة التقنية لمعالجة نقص الخبرات في مجالات التنظيم والإدارة والترويج (الفنادق، والمنتجعات، والجولف، ...) والنقص في التجميع والتسويق للمنتجات السياحية الجذابة (المنتجات الصحراوية، والاكتشاف الثقافي والتاريخي، أو السياحة البيئية)؛
- يجب تكوين لجنة قيادة للتسيير والمتابعة على المستوى الوطني والجهوي والإقليمي، من أجل خلق دينامية حقيقية بين جميع المشاريع المقترحة.
- يجب تبني إستراتيجية جهوية للتواصل التي تأخذ بعين الاعتبار ارتفاع نسبة الطلب في القطاع السياحي، وذلك بالاستناد على خطة تسويق مع آليات وتقنيات تسويق جديدة التي يجب أن تخصص لها الميزانية اللازمة لتغيير صورة الجنوب التونسي من وجهة لمنتج أحادي (السياحة الساحلية) إلى وجهة مختلفة المنتجات (السياحة الصحراوية، البيئية، الثقافية، الاستشفائية،...)