

Marketing Territorial et Attractivité

Cas du Tourisme au Sud Tunisien

Données Générales :

Date d'édition : Mars 2009.

Structure de mise en œuvre : Office de Développement du Sud et experts dans le cadre du projet « Renforcement des Capacités institutionnelles des organismes de développement régional en matière de promotion de l'investissement privé », Programme d'Appui à la mise en œuvre de l'Accord d'Association (P3A) entre la Tunisie et l'Union Européenne.

Structure bénéficiaire : Office de Développement du Sud et les acteurs régionaux et nationaux.

Nature de l'étude :

Etude stratégique	X
Etude sectorielle	X
Recherche	
Document de travail/Rapport	

Les principaux domaines couverts par l'étude :

- Les différentes formes du tourisme et problématique de développement
- Les stratégies et programmes de développement
- Marketing territorial et attractivité en relation avec le tourisme

Résumé :

Les éléments de diagnostic :

1. Objectifs de l'étude;
2. Résultats attendus;
3. Champ de l'étude;
4. Questions à étudier / répondre ;
5. Diagnostique territorial ;
6. Analyse SWOT ;
7. Stratégie et axes de développement ;
8. Programme d'actions ;

Les conclusions les plus importantes :

En se basant sur l'analyse SWOT, les objectifs stratégiques de développement du secteur touristique dans la région du Sud ont été fixés, donnant ainsi une vision prospective basée sur:

- 1- Amélioration de la compétitivité du territoire de sud Tunisien dans le domaine du tourisme.
- 2- Amélioration de la rentabilité du secteur touristique.
- 3- Assurer la durabilité du développement touristique au Sud.
- 4- Repositionnement de l'image du Sud Tunisien en tant que destination multi produits de moyen et haut de gamme.

Cette vision a été développée aux axes suivants :

- 1ère axe : Développement des produits culturels.
- 2ème axe : Développement des produits sahariens.
- 3ème axe : Amélioration de la qualité des prestations (normes).
- 4ème axe : Gestion durable des ressources (aspects liés à l'environnement).
- 5ème axe : programme promotionnel innovant et agressif.

Les recommandations les plus importantes :

- Il faut que l'Etat s'engage par un grand effort d'investissement en faveur des produits touristiques de type saharien, culturel, historique, écologique ou de découverte surtout durant leur phase de démarrage ;
- La nécessité de faire des programmes de formation et d'assistance technique pour combler le manque de savoir faire dans les domaines d'organisation, de gestion et de promotion (hôtels, thalassothérapie, golf,...) et l'insuffisance de savoir faire dans le montage et la commercialisation de produits attractifs (produits saharien, de découverte culturelle et historique, on d'écotourisme) ;
- Pour créer une réelle dynamique l'ensemble des projets proposés devraient être portés et suivi par un COPIL au plan régional et au grand sud ;
- Il faut adapter une stratégie régionale de communication qui tient compte de l'évolution de la demande en s'appuyant sur un plan de marketing avec des nouveaux outils et techniques de commercialisation qui lui faut réserver le budget nécessaire pour qu'elle puisse changer l'image du sud tunisien comme étant une destination mono-produit à une destination multi-produits.