



Le secteur du tourisme en Tunisie

Avril 2009

© MINEIE – DGTPE

Prestation réalisée sous système de management de la qualité certifié AFAQ ISO 9001

Introduction

Chiffres clés en 2007 :

Entrées : 7 millions

Nuitées : 38 millions

Recettes : 3330.6 millions €

Le secteur du tourisme en Tunisie connaît depuis 2004 un renouveau, qui s'est confirmé en 2006 ; les événements survenus en 2001 et 2002 (attentats du 11 septembre et de Djerba) faisant désormais partie du passé.

Le secteur retrouve ainsi peu à peu son rôle moteur dans l'économie tunisienne, battant tous ses records en 2005 et 2006, que ce soit au niveau des entrées, des nuitées et des recettes.

La politique actuelle des autorités en matière de tourisme s'articule autour de deux grands axes : la diversification de l'offre, et la mise à niveau du secteur.

Situation du secteur

Une reprise qui se confirme

Répartition des touristes

étrangers en 2008:

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------------------------|------|------|------|
| Entrées (millions) | 6,5 | 6,7 | 7 |
| Nuitées (millions) | 36,8 | 37,3 | 38 |
| Recettes (milliards TND) | 2,7 | 3 | 3.2 |

Un secteur économique majeur

Alors qu'elle avait tendance à diminuer ces dernières années, la place du tourisme dans l'économie tunisienne se renforce à nouveau depuis 2005.

En 2008, la Tunisie a ainsi accueilli **plus de 7 millions de visiteurs** (+ 4,4% par rapport à 2007), ce qui en fait la seconde destination du continent après l'Afrique du sud. Le secteur contribue à hauteur de **6% au PIB national et 12% des recettes courantes totales. Il représente 14% aux exportations de bien et services et emploie 382 400 personnes (emploi directs et indirects).**

D'un point de vue général, les hausses constatées en 2006 sont plus modérées qu'en 2004 et 2005, qui avaient permis de rattraper le retard pris en 2002 et 2003. Les taux de croissance à deux chiffres (+20% pour les nuitées et recettes en 2004 par exemple) n'ont pas pu être reconduits.

Une clientèle touristique diversifiée

Le tourisme tunisien classé 34ème mondial (sur 130 pays), selon le World Economic Forum. Elle se démarque clairement de ses principaux concurrents à savoir la Turquie, l'Égypte et le Maroc qui sont respectivement classés 54ème 66ème et classé 67ème.

Les trois principaux pays émetteurs de touristes sont la **Libye** (1,7 million, +13 par rapport à 2007), la **France** (1,3 million, + 4.5 % par rapport à 2007) et l'**Algérie** (968 000), ces trois pays représentant à eux seuls plus de la moitié des entrées en Tunisie.

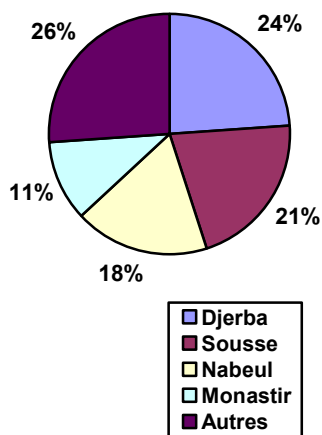
La clientèle touristique européenne reste globalement en tête (plus de 4 millions en 2007), dominée par la France, puis, loin derrière, l'Allemagne (521750) et l'Italie (444 8918).

Le marché maghrébin est également important puisque les 4 pays concernés représentent près de 38% du volume global des entrées (soit 2,5 millions de touristes).

Enfin, bien que marginal pour le moment, les marchés lointains (Amériques, Asie...) ne sont pas à négliger, notamment dans une optique de

Principales régions par nuitées en 2006

(derniers chiffres connus)



Le taux d'occupation n'a pas évolué entre 2006 et 2007, stagnant à 51,6%.

diversification des pays émetteurs.

Des nuitées et recettes en progression

Forts de cette hausse des entrées, les chiffres des nuitées et recettes ont également connu une légère augmentation.

Les **nuitées** ont ainsi dépassé les **38 millions** en 2007, soit une hausse de 1,4% par rapport à 2006.

Les trois principales régions enregistrant le plus de nuitées sont Djerba-Zarzis, Sousse et Nabeul-Hammamet, représentant 63% des nuitées totales.

Les **recettes** générées par le secteur ont enregistré durant l'année 2007 plus de **3,2 milliards de dinars** soit une progression de 7,96%. Cette augmentation doit cependant être relativisée : l'inflation a été plus importante que prévu (4%), et le dinar a continué à se déprécier face à l'euro (4,5% pour l'année 2007).

En dépit de ces chiffres encourageants, la Tunisie souffre toujours d'un faible taux de rentabilité, notamment comparé à certains de ses voisins : les dépenses moyennes par nuitée sont par exemple 6 fois supérieures au Maroc (un peu moins de 240€ contre 40€ en Tunisie). Une situation qui explique en grande partie la volonté des autorités tunisiennes de diversifier leur offre touristique et ne pas tout miser sur le produit balnéaire.

Le produit touristique

La Tunisie reste essentiellement une destination balnéaire, l'offre d'hébergement étant en grande partie située sur les zones côtières.

L'abondance de l'offre dans ce domaine a pour conséquence d'attirer une clientèle au pouvoir d'achat limité et sensible avant tout aux prix attractifs.

Un leitmotiv : la diversification

La Tunisie mène actuellement une politique de diversification de ses produits, et met notamment l'accent sur :

Le tourisme intérieur

Alors que certains pays (l'Espagne par exemple) peuvent s'appuyer sur un tourisme intérieur très développé, de gros efforts doivent encore être réalisés en Tunisie : il ne représente en effet en moyenne qu'environ 10% du nombre total des nuitées, se situant ainsi en 5ème position derrière les marchés traditionnels du pays.

Le ministère du Tourisme fonde certains espoirs dans ce créneau et a pour ambition de doubler la part du tourisme intérieur dans le nombre global des nuitées d'ici 10 ans. La mise en place en juillet 2006 d'une centrale tunisienne de réservation hôtelière, dénommée Amadeus, va dans ce sens.

La thalassothérapie et le thermalisme

Conformément à la stratégie tunisienne de diversification du produit touristique, le gouvernement tunisien a pour ambition de développer un tourisme de santé grâce à la thalassothérapie et au thermalisme.

Aujourd'hui, deuxième destination du monde thalassothérapeutique (derrière la France), la Tunisie accueille environ 250 000 curistes par an dont 50% d'européens.

Commercialisée dans le pays depuis une dizaine d'années, la thalassothérapie est une activité en plein essor : le nombre de structures est passé de 28 centres en 2007 à 40 en 2008. Deux sites, Hammamet et Djerba concentrent plus que 50% des centres.

A ce jour, le pays compte 12 centres en cours de construction et 10 centres en cours d'étude.

À la fin de 2010 on devrait compter 60 centres de Thalassothérapie en Tunisie.

Aujourd'hui, les investisseurs privés dans le secteur thermal

Les centres thermaux, second créneau porteur du tourisme de santé est sujet à un développement dans les années à venir. En effet, la Tunisie a une réelle

sont uniquement tunisiens, le secteur recherche des investisseurs étrangers tant pour le financement des projets que pour la formation et la qualité du produit et du service.

Les autorités tunisiennes s'intéressent également à d'autres produits, tels que le tourisme résidentiel, culturel ou environnemental.

Une journée nationale du tourisme saharien se tient chaque année.

L'activité de plaisance existe aussi en Tunisie, qui compte 6 ports de plaisance, d'une capacité globale d'un peu plus de 2000 anneaux accueillant environ 2500 bateaux par an. Deux nouveaux projets de ports sont à l'étude, l'un à Sfax, l'autre à Djerba.

Restructuration et dynamisation du secteur touristique

Ce programme sera l'occasion de nombreux investissements, notamment dans :

- . L'équipement spécialisé (cuisine, thalassothérapie...)
- . L'électroménager
- . L'audiovisuel
- . L'ameublement/décoration
- . La formation

volonté de développer ce secteur. Une étude pour le développement du thermalisme à l'horizon 2016 vient d'être achevée. L'un des objectifs fixés est de doubler la demande en tourisme de santé et de relancer les investissements et partenariats avec les investisseurs étrangers.

Un programme pilote de mise à niveau des stations thermales est en cours afin d'améliorer la qualité des services fournis.

Le golf

A travers la promotion de ses terrains de golf, au nombre de 11 aujourd'hui, les autorités souhaitent attirer une nouvelle catégorie de touristes, jouissant d'un certain pouvoir d'achat. Le dernier parcours en date, se situe à Gammarth.

En 2007, le pays a accueilli 255 000 greens fees, contre 249 000 en 2006.

Ce produit dispose encore d'une forte marge de progression, les 60 000 golfeurs accueillis en moyenne par an pouvant être largement dépassés.

Le tourisme saharien

Disposant de nombreux atouts (climat, paysages...), le sud du pays mise sur le tourisme saharien pour se développer. Ainsi, grâce à la mise en place de plusieurs liaisons aériennes directes avec l'Europe, le nombre de touristes visitant cette région a augmenté d'environ 8% en 2007.

Le tourisme de croisière

L'objectif des autorités tunisiennes est de porter ce chiffre à 1 million d'ici quelques années.

Pour l'année 2006, les croisiéristes sont au nombre de 626 278 et environ 680 000 en 2007. Une grande majorité des bateaux accostent au port de La Goulette, et, dans une moindre mesure, de Bizerte, Tabarka (Nord), Sousse (Centre) et Gabès (Sud).

Les défis pour 2008/2011

Plan de Mise à Niveau Hôtelier

Le Programme de Mise à Niveau Hôtelier (PMNH), destiné aux établissements touristiques tunisiens, suit actuellement son cours. Disposant d'un budget total de 1,25 milliard d'euros (dont 50 M€ de la part de l'AFD pour la phase pilote), il doit permettre d'améliorer la qualité des services proposés.

Plusieurs objectifs sont recherchés à travers ce plan: restaurer (au niveau matériel et immatériel) les établissements hôteliers participants, assainir leur situation financière et enfin améliorer leur communication ainsi que leurs circuits de commercialisation. A terme, le programme devrait toucher plus de la moitié des 800 établissements que compte le pays.

L'Accord franco-tunisien de coopération en matière de tourisme.

Signé le 30 avril 2008, lors de la visite présidentielle, cet accord est la continuité de l'Accord franco-tunisien de coopération en matière touristique de 2003.

En effet, il reprend et approfondit les thèmes suivants: formation professionnelle, qualité, aérotourisme, ports de plaisance et de croisière et mise à niveau hôtelière.

L'objectif de cet accord étant de diversifier le produit touristique tunisien afin d'offrir un produit touristique pour toutes les saisons. Cette stratégie permettra ainsi de faire face à une concurrence internationale et de garantir un secteur touristique stable.

Adresse utile

Office National du Tourisme Tunisien (ONTT)

1, avenue Mohamed V, 1001 Tunis-Tel : (216) 71 341 077 Fax : (71) 350 997

Nos publications

Guides-répertoire

Ces publications sont disponibles au sein de la Mission Economique de Tunis et à la Librairie du Commerce internationale d'Ubifrance.

Les grands projets d'infrastructures en Tunisie

Ce guide répertoire, par secteur, les grands projets d'infrastructure en Tunisie. Il s'adresse aux entreprises françaises souhaitant se positionner sur le marché tunisien.

Répertoire de filiales, succursales et bureaux de représentations de sociétés françaises en Tunisie

Répertoire des 280 filiales françaises et bureaux de représentation présents en Tunisie.

La Collection

Exporter en Tunisie

Cet ouvrage apporte des repères utiles, avec notamment une vue d'ensemble du pays, pour développer des relations d'affaires en Tunisie.

Elles peuvent être commandées en ligne sur le site

<http://www.ubifrance.fr/infos-marches/librairie.asp>

S'implanter en Tunisie

Un guide pour appréhender l'environnement juridique et fiscal de vos investissements à l'étranger et pour préparer efficacement vos projets d'implantation.

Nos prestations

Passez à l'action

Adressez vos demandes d'abonnement à notre Lettre mensuelle à l'adresse suivante : tunis@missioneco.org

Mission de prospection

Vous souhaitez rencontrer directement les interlocuteurs décisifs dans votre secteur d'activité ? La Mission économique organise votre programme de rendez-vous avec des contacts ciblés. Elle vous fournit les informations nécessaires à la bonne préparation de vos entretiens et à la réalisation de votre prospection.

Prestation sur devis au temps passé, de 1 100 € à 3 300 €, TVA 19,6%

Testez les réactions du marché

Découvrez le catalogue des produits à l'adresse : <http://www.missioneco.org/tunisie/missioneco.asp>

Test sur l'offre

Vous souhaitez évaluer la réaction des contacts locaux à votre offre de produits ou de services ? Pour vous, la Mission économique sélectionne les prospects potentiels et leur présente votre offre commerciale. Elle réalise ensuite une synthèse des réactions générées pour confirmer l'adéquation de votre produit au marché et le potentiel décelé.

Prestation sur devis au temps passé, de 1 100 € à 3 300 €, TVA 19,6%

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique (adresser les demandes à).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Mission Economique de Tunis
1 Place de l'Indépendance – 1000 Tunis
Rédigée par : Aïda HAMROUNI
Revue par : Pascal Coste

Version originale du 06/03/2008

***Ce document est disponible gratuitement sur le site de la Mission Economique
<http://www.missioneco.org/Tunisie> et ne peut être revendu***