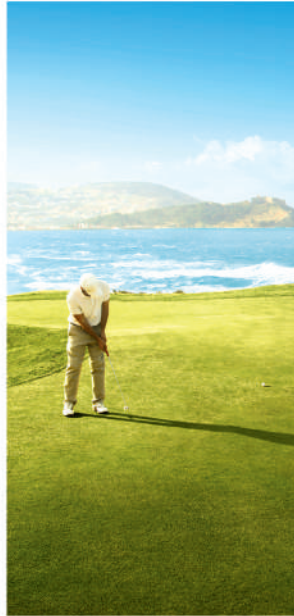


République Tunisienne

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat
Office National du Tourisme Tunisien

INSPIRING
Tunisia



Rapport Annuel 2016



SOMMAIRE

PRÉFACE	06
PRESENTATION DE L'ONTT	09
CONJONCTURE TOURISTIQUE	11
LE PRODUIT TOURISTIQUE	13
• 1. L'Inspection	13
• 2. Révision des textes réglementaires	14
L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE	17
• 1. Ouverture des établissements touristiques	17
• 2. Accords de principe	17
• 3. Les projets en cours	17
• 4. Aide de l'Etat et avantages financiers	18
LA FORMATION TOURISTIQUE	21
• Dispositif de la formation	21
• Nombre des apprenants pour l'année de formation en cours	21
• Qualité de la formation	21
• formation et coopération internationale	22

LA QUALITE 25

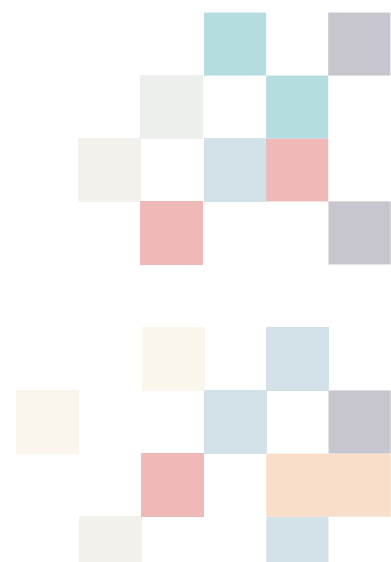
- 1. La qualité dans le secteur du Tourisme 25
- 2. La qualité dans l'administration 26

LE TOURISME ALTERNATIF 29

- Ecotourisme et conservation de la diversité biologique desertique en tunisie 29
- Projet culturas PS2.2.04 «culture et tourisme actif et soutenable» 29
- Rapport sur le devloppement du tourisme alternatif au Cap Bon 30
- Rapport sur le devloppement touristique dans la région du kef et Siliana 31

LA PROMITION 33

- Les Marchés Touristiques 33
- La Publicité Nationale 35
- L'Edition 36
- La communication et les relations publiques 36





PRÉFACE

Le tourisme tunisien a subi de plein fouet les retombées néfastes des nombreux incidents survenus au cours des dernières années, en particulier en 2015. En dépit de tous ces accidents de parcours, l'année 2016 a réussi à dégager des signes potentiels de reprise dans ce secteur ; laissant croire qu'un prompt rétablissement de l'activité touristique est prévu prochainement. Les chiffres enregistrés en 2016 l'attestent clairement avec l'arrivée de 5.724.021 touristes, soit une croissance de l'ordre de 6,8% par rapport à l'année 2015. Cette croissance s'est accompagnée par une évolution de 10,5% du nombre des nuitées, soit un total de 17 .877.047.

Cette amélioration des indicateurs touristiques a été rendue possible grâce à la multiplication des efforts déployés à plusieurs niveaux et touchant divers aspects du secteur. Une stratégie volontariste a été à ce titre mise en place pour redorer l'image de la destination Tunisie et restaurer la confiance auprès des partenaires et des clients. Pour ce faire, une multitude de moyens et supports ont été mobilisés.

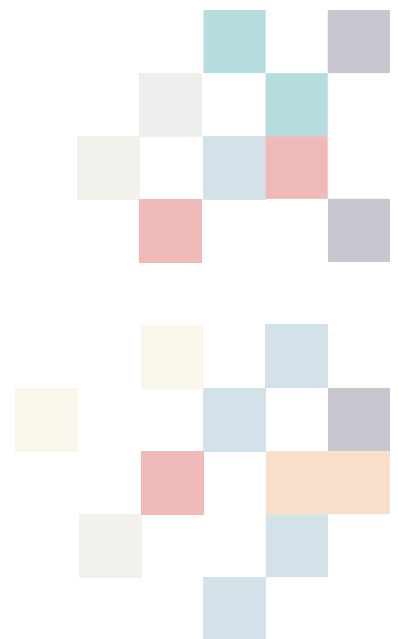
Concrètement, des actions promotionnelles intensifiées, des participations aux foires et salons ciblées, une communication à fort impact médiatique intense et intelligente pour assurer une présence, une visibilité, et une proximité de la destination Tunisie auprès de ses marchés actuels et potentiels.

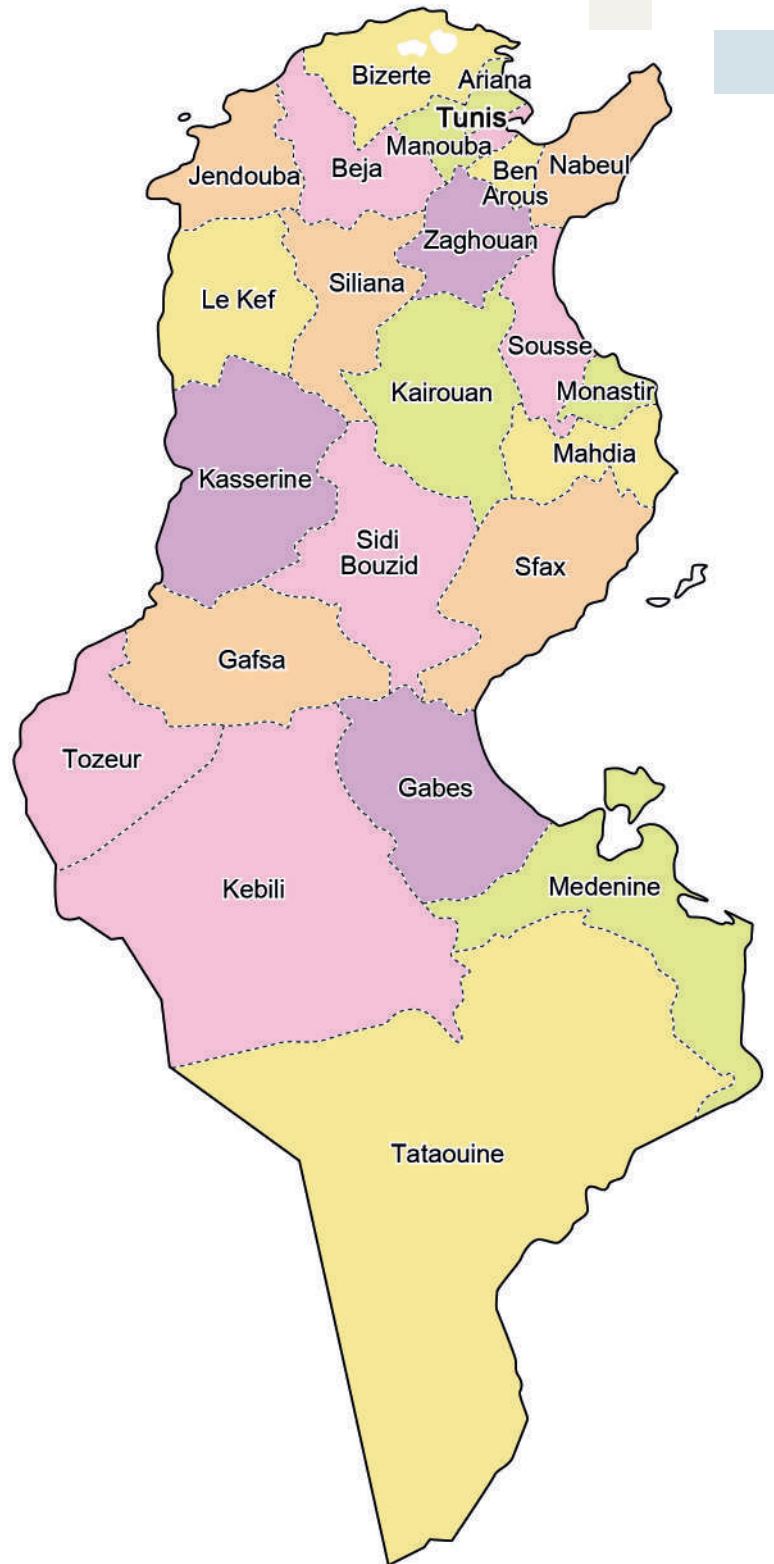
L'effort de communication entrepris est notable dans la mesure où l'accent a été mis sur tout ce qui est digital aussi bien en matière de publicité institutionnelle qu'en matière de relations publiques. Un ciblage particulier des réseaux sociaux et des nouveaux influenceurs tels que les blogueurs, les youtubeurs et les instagrameurs a marqué la stratégie de communication pour l'année 2016.

Parallèlement à ces efforts promotionnels, l'investissement touristique et la promotion du produit ont été au coeur des priorités de l'administration du tourisme. De nouveaux projets touristiques, en particulier ceux relevant du tourisme alternatif, ont fait l'objet de plusieurs accords de principe et ont bénéficié des avantages financiers et fiscaux relatifs à ce type d'investissement.

En outre, des actions de taille ont ciblé la diversification de l'offre, le développement et la promotion des régions, et la formation touristique. La question de la qualité des produits et services est à l'ordre du jour avec le projet du label « Qualité Tourisme Tunisien » réalisé en partenariat avec l'union européenne ; et dont l'entrée en vigueur est prévue pour Septembre 2017.

A l'issue de l'année 2016, il est permis de rappeler que le Tourisme Tunisien dispose du savoir-faire requis pour relever les différents défis auxquels il fait face. Un savoir-faire soutenu par une volonté de hisser la Tunisie au rang des destinations les plus prisées au monde dans les années à venir.





PRESENTATION DE L'ONTT

RAISON SOCIALE

Office National du Tourisme Tunisien
 Siège social : 1, Av. Mohamed V-1000 – Tunis
 Tél: (216) 71 341 077
 Fax: (216) 71 341 145
 E-Mail : ontt@ontt.tourism.tn
 Site Web: www.discovertunisia.com
 Facebook : Discover Tunisia

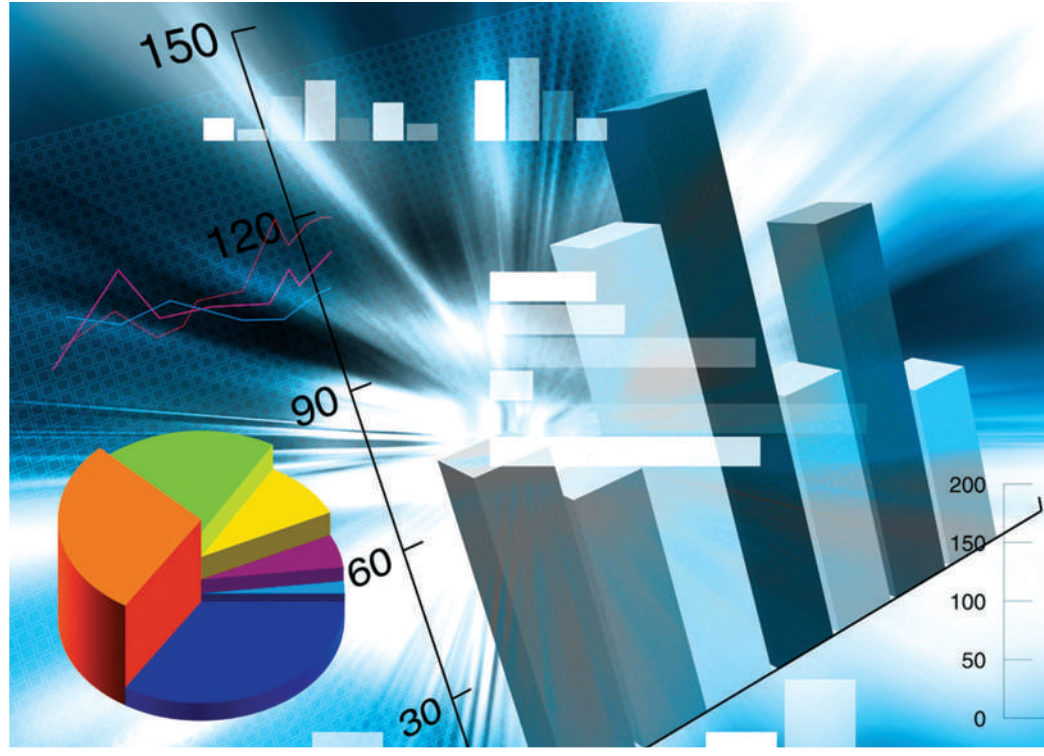
Le secteur touristique occupe une place importante dans l'économie Tunisienne. Il est de plus en plus considéré comme un secteur stratégique qui accompagne le développement économique.

Le tourisme met en jeu des investissements considérables de capitaux, génère des revenus substantiels et crée des emplois importants. Ainsi, il est une source indispensable de devises.

L'Office National du Tourisme Tunisien est un acteur principal dans le secteur du tourisme en Tunisie. Il a pour mission essentielle de mettre en œuvre la stratégie de l'État en matière touristique, de développer, de réglementer et de contrôler l'activité touristique, d'assurer la formation hôtelière et touristique et de promouvoir le produit « Tunisie », aussi bien au niveau national qu'à l'étranger.

Etant un établissement public à caractère non administratif doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière. L'ONTT est placé sous la tutelle du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et administré par un conseil d'entreprise, présidé par le Directeur Général et structuré comme suit :

- Direction Générale
- 04 Directions Centrales
- 17 Directions dont 5 rattachées à la Direction Générale et 12 réparties sur les Directions Centrales
- 17 Commissariats Régionaux au Tourisme et 26 bureaux de renseignement.
- 15 Représentations implantées à l'étranger
- 08 Etablissements de formation professionnelle



CONJONCTURE TOURISTIQUE



CONJONCTURE TOURISTIQUE

Malgré la stabilité relative de la Tunisie au niveau sécuritaire, le tourisme tunisien n'a pu décoller de manière significative durant le 1er semestre 2016. Les attentats du musée du Bardo et celui de la plage de "Port-El Kantaoui" en 2015 notamment, ont laissé des séquelles considérables sur la notoriété de la destination.

Le bilan chiffré du premier semestre 2016 fait état d'un recul de 38% des recettes touristiques, de 37% des nuitées globales et de près de 20% des arrivées aux frontières. Malgré cette crise, une grande prise de conscience s'est installée en motivation permanente pour amorcer le virage nécessaire au bon décollage du tourisme tunisien. Il fallait agir vite et bien et surtout réussir. Les actions décidées et mises en place sont autant variées qu'indispensables et avaient pour vocation la création d'une dynamique nouvelle et profonde et leur escompter le succès maximum.

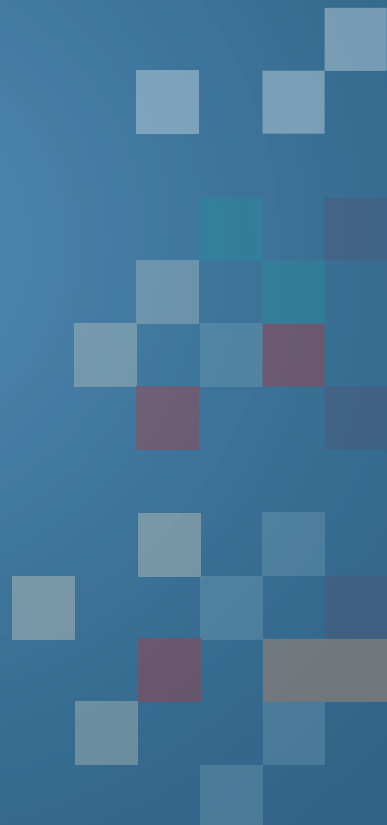
D'ailleurs c'est seulement, grâce aux grands efforts de promotion de la destination et la volonté des professionnels de sauver la saison touristique et faire revenir en Tunisie les touristes, qu'une reprise s'est amorcée durant le second semestre comme en témoignent les chiffres annuels mentionnés dans le tableau ci-dessous :

	2014	2015	2016	2016/2015
Arrivées aux frontières des non-résidents	7.163.437	5.359.309	5.724.021	6,8%
Nuitées globales	29 107 239	16 170 341	17.880.034	10,5%
Nuitées des non-résidents	24 787 850	11 170 341	12.779.497	10,5%
Nuitées des résidents	4 319 389	5 007 215	5.100.537	1,9%
Recettes touristiques MD	3 625,6	2 414,7	2.322,9	-3,8





LE PRODUIT TOURISTIQUE



LE PRODUIT TOURISTIQUE

C'est un axe primordial car étant angulaire à une bonne reprise. Il fallait augmenter les capacités d'accueil et ouvrir de nouvelles unités tout en s'assurant qu'elles répondent convenablement aux exigences et aux attentes. À cette fin, deux niveaux d'action ont été montés. En premier lieu, au niveau de l'inspection et en second lieu, au niveau du cadre juridique et l'effort consenti à légiférer.

1. L'Inspection :

C'est, sans conteste aucune, l'un des volets où les efforts s'avèrent plus concentrés. Reconnaisant l'impact de l'inspection sur le produit, sur le niveau de la prestation et sur le niveau d'adhésion des acteurs du secteur ; les services d'inspection de l'ONTT ont assuré 13232 visites d'inspection durant l'année 2016, réalisant ainsi une augmentation de 10 % par rapport à l'année 2015. Il est à noter aussi que l'année 2016 a été marquée par plusieurs actions de contrôle à l'échelle nationale portant prioritairement sur la sécurité et de la sûreté au sein des établissements touristiques et de l'environnement, la qualité des services, ainsi qu'une opération de ratissage ciblant les restaurants touristiques.

Ces inspections sont réparties comme suit :

- 1639 visites d'inspection des Hôtels.
- 944 visites d'inspection des Restaurants.
- 1554 visites d'inspection du respect des Conditions d'hygiène et sécurité alimentaire.
- 3124 visites d'inspection des Mesures de sûreté et de la sécurité.
- 616 visites d'inspection de la Qualité des services.
- 1232 visites d'inspection des Agences de voyages.
- 1191 visites d'inspection des Circuits touristiques et croisières.
- 797 visites d'inspection de Guides de Tourisme.
- 853 visites d'inspection de l'Environnement touristique.
- 1183 visites d'inspection des Activités Touristiques.
- 69 visites d'inspection de Classement.
- 30 visites dans le cadre de la commission d'octroi de la licence de boissons alcoolisées.





2. Révision des textes réglementaires :

- Dans le cadre du projet de la refonte du système de classement des hôtels de tourisme, des contacts ont été faits avec le département de la coopération technique au sein de l'Organisation Mondiale du Tourisme ayant pour fin la demande d'accompagnement dans ledit projet. Un expert en matière de classification a été mandaté par l'O.M.T pour une mission d'évaluation des démarches entreprises par l'administration.
- Un projet de coopération Tuniso-Allemande entre le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et la chambre Tuniso-Allemande du commerce et de l'industrie A.H.K, portant sur la sûreté touristique, à travers la révision de l'annexe 7 de l'arrêté ministériel relatif aux normes minimales de classement des hôtels de tourisme, ainsi que la formation d'inspecteurs formateurs en matière de sûreté touristique.
- Dans le cadre du projet de la coopération Tuniso-Suisse portant sur la mise en place d'une structure de management de région « DMO », des négociations ont été faites avec le bureau « swisscontact » chargé de la mise en œuvre du projet, afin d'ajouter un appui en matière de révision des textes règlementaires essentiellement en relation avec le tourisme alternatif.
- Accord pour l'obtention de 600 panonceaux de classement des restaurants touristiques.





L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE



L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE

c'est l'axe nodal par excellence de par son impact majeur sur l'activité touristique mais surtout parce qu'il est indispensable à la bonne reprise. Trois paliers ont été au centre de l'intérêt de l'ONTT et ont bénéficié d'une attention particulière.

En effet, l'Office National du Tourisme Tunisien a continué à soutenir les promoteurs à travers l'encadrement des intentions d'investissement en vue de réaliser l'objectif de diversification du produit touristique. C'est d'ailleurs ce qui a permis :

1. Ouverture des établissements touristiques:

L'année 2016 a connu la mise en exploitation de:

- 18 établissements d'hébergement d'une capacité totale de 2055 lits.
- 7 projets d'animation avec un coût total de 18 400 millions de dinars.

2. Accords de principes:

Au courant de cette même année, **151** accords de principe ont été octroyés aux promoteurs touristiques pour la réalisation de différents projets touristiques répartis comme suit :

- 14 accords de principes accordés dans les zones touristiques aménagées
- 137 accords de principe en dehors des zones touristiques aménagées

3. Les projets en cours:

Le nombre de projets en cours est de 51 projets. Avec un coût d'investissement global qui s'élève à **261.000 millions de dinars** répartis comme suit :

- **238,000 millions de dinars** pour l'hébergement.
- **23,000 millions de dinars** pour l'animation.

Parmi ces importants projets on cite:

- Marina Cap 3000 à Bizerte.
- Hôtel Laico 5* à Tunis.
- Hôtel Fours Seasons 5* à Gammarth.
- Hôtel 4* au centre urbain nord, société Mango.
- Hôtel Port Prince 4* à Korbous.
- Hôtel Garden Park Palace 5* à Sousse Kantaoui.
- Hôtel IBIS 3* à Sfax.
- Complexe touristique Qatari Diar.



4. Aide de l'Etat et avantages financiers:

Avantages financiers :

Le budget alloué aux avantages financiers, s'élève à 8.500 millions de dinars, dont un montant de 8,331 millions de dinars a été dépensé répartis comme suit :

- Bonification d'intérêt : 6,009 millions de dinars
- Primes d'investissement : 2,322 millions de dinars

Avantages fiscaux :

La valeur des biens d'équipements bénéficiant des incitations fiscales de l'année en cours a atteint un montant de 18.5 million de dinars.





LA FORMATION TOURISTIQUE



LA FORMATION TOURISTIQUE

Considérée comme condition sine qua non pour la réussite des prochaines années, la formation a fait l'objet d'un effort de collaboration et de coopération autant nationale qu'internationale, avec des acteurs multiples et ce pour l'arrêt des programmes, des axes et des outputs. En même temps, et vu sa valeur ajoutée intrinsèque, la formation a ciblé le dispositif, la population des apprenants bénéficiaires et enfin la qualité dispensée.

Dispositif de la formation :

Le dispositif de la formation hôtelière et touristique de l'Office National du Tourisme Tunisien est actuellement constitué de :

- 01 Institut supérieur professionnel de Tourisme El Kantaoui à Sousse (ISPT)
- 03 Centres de formation Touristique et hôtelière (Hammamet, Nabeul, et Djerba)
- 04 Ecoles de formation hôtelière et Touristique (Sousse, Monastir, Tozeur et Ain Drahem)

Nombre des apprenants pour l'année de formation en cours :

Le nombre total des apprenants est de 1237 dont :

- 135 en CAP
- 752 en BTP
- 350 en BTS

Qualité de la formation :

- Les programmes sont élaborés et actualisés en concertation avec le Centre National d'Ingénierie de Formation et la Formation des Formateurs (CENAFIF).
- Les compétences, les spécialités et le mode de formation sont négociés avec la Fédération Nationale de l'Hôtellerie, un de nos principaux partenaires.
- Les dossiers de la formation des formateurs et de développement des compétences professionnelles des administrateurs sont puisés à l'échelle nationale, à travers des bureaux d'études nationaux, et à l'échelle internationale, par le biais des conventions de partenariat ou de jumelage entre l'ONTT et des organismes étrangers spécialistes dans le domaine .
- Le parcours des apprenants est une responsabilité commune (centres de formation et siège) là où tous les intervenants veillent sur une bonne formation, un bon emplacement dans les hôtels, un suivi régulier pendant les stages en Tunisie et une attention particulière pour multiplier les opportunités de stage à l'étranger.



Formation et coopération internationale

1. Centre de Formation Touristique Kerkouane

- Institutions en jumelage :

- L'Institut National de Tourisme et d'hôtellerie de Tizi Ouzou / Algérie

- Domaines de coopération :

- Echange d'expertise
- Formation des Formateurs
- Stages des apprenants
- Suivi de formation (niveau BTS)

2. Institut Supérieur Professionnel Touristique Bulla Régia

-Institutions en jumelage :

- L'Institut National de Tourisme et d'hôtellerie de Bousaada/ Algérie

- Domaines de coopération :

- Echange d'expertise
- Formation des Formateurs
- Stages des apprenants
- Suivi de formation (niveau BTS).

- Ningxia Industrie and Commerce Vocational Institute/ Chine

- Domaines de coopération :

- Echange d'expertise
- Formation des Formateurs

- Campus des Métiers et des Qualifications Tourisme, Hôtellerie, Restauration (France)

- Domaines de coopération :

- Echange d'expertise
- Formation des Formateurs



INSPIRING Tunisia



www.youtube.com/c/discovertunisia **You** **Tube**



LA QUALITÉ



LA QUALITE

La qualité en tant que culture d'organisme et d'entreprise est l'une des composantes majeures de la culture de management que l'ONTT s'efforce d'instaurer en son sein et s'active avec ses partenaires d'en faire autant et durablement aux niveaux multiples du secteur. Elle est considérée comme gage de réussite quant aux capacités concurrentielles du Tourisme Tunisien. Elle est à juste titre d'ailleurs le socle du positionnement sur les nouveaux marchés et de la promotion de nouveaux produits. Quant à son impact sur l'image de marque de la destination, il n'est plus à démontrer d'autant plus que la notoriété du produit y est fortement impliquée. L'ONTT, avec l'INNORPI en tant que principal partenaire, s'est lancé dans un programme à champs d'action multiples :

1. La qualité dans le secteur du Tourisme:

- Suite à la publication de la norme ISO 17680 «thalassothérapie –exigences de service» issue de la norme Tunisienne NT 126.05, une convention a été conclue entre l'ONTT et l'ONTH et avec la participation de l'INNORPI, un programme a été établi axé sur:

- La communication sur la nouvelle Norme Internationale
- La formation de parties prenantes
- Etude des mécanismes d'incitation pour la mise en place des normes

- La participation aux travaux du comité miroir de l'INNORPI relatifs aux projets de certification.
- Dans le cadre du renforcement du partenariat avec l'union Européenne et du programme d'appui à l'accord d'association à la transition »P3AT, un projet de jumelage institutionnel Label Qualité Tourisme Tunisie (LQTT) a été lancé entre la Tunisie et l'union Européenne (France- Autriche), pour la mise en place d'un système de promotion de la qualité.

Les travaux ont porté sur:

Le diagnostic des méthodes et des outils exploités au niveau national, afin d'identifier les faiblesses de fonctionnement et proposer des recommandations visant l'amélioration des systèmes de conformité, la promotion de la qualité, ainsi que l'identification des besoins pour le renforcement des capacités.





Un atelier de travail a été organisé afin de valider les choix des référentiels qui a porté sur les filières touristiques suivantes:

- Les agences de voyages
- Les chambres d'hôtes et gîtes ruraux
- Les restaurants touristiques
- Les lieux de visite
- L'hôtellerie / Hôtels de charme

Quant aux destinations pilotes, lieux de l'expérimentation de la démarche qualité, la sélection a porté sur trois zones au regard de leur attractivité touristique. Il s'agit de:

- Djerba qui s'inscrit dans un espace logique comme insulaire et bénéficie d'une image de marque internationale.
- Hammamet et le Sahel: espace littoral s'inscrivant dans un espace logique et balnéaire.
- Tunis et Bizerte s'inscrivant dans un espace logique de tourisme d'affaires.

2. La qualité dans l'administration:

Elle s'imprègne de la culture de l'approche du management qualité tout en étant polymorphique. En effet, elle s'est opérée à des niveaux multiples qui sont :

A. La mise à niveau des bureaux d'accueil et d'information Touristiques:

- Dans le cadre de la réhabilitation des bureaux d'accueil et d'information touristique de l'ONTT, le réaménagement du bureau de Douz-Kebili a été programmé.
- La réalisation d'un compte-rendu relatif à l'intervention de chaque Direction et unité de l'ONTT pour la promotion des prestations d'accueil touristique, et d'un programme de formation orienté aux agents d'accueil.

B. La qualité dans les établissements de formation professionnelle et touristique de l'ONTT:

Dans le cadre d'une convention de partenariat avec l'ATFP pour l'encadrement et l'assistance afin de mettre en place un système management qualité ISO 9001 version 2008 dans les centres de formation professionnelle touristique, les actions suivantes ont été réalisées:

1. A l'Institut Supérieur de formation Touristique de Sousse Kantaoui:

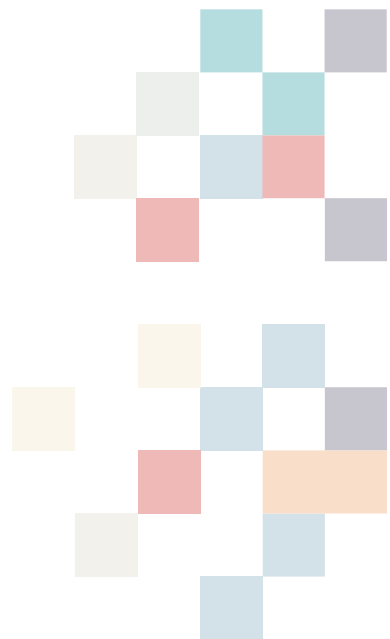
- Finalisation des missions d'assistance et d'encadrement
- réunions de Comité de pilotage
- Finalisation des cycles de formation portant sur le SMQ (Système Management Qualité)

2. Au centre de formation Touristique de Hammamet

Le suivi de l'opération de l'implantation du système ISO 9001, suivant un plan d'action comme suit :

- Missions d'assistance et d'encadrement
- Cycles de formation portant sur le SMQ
- Réunions Comité de pilotage

L'INNORPI a été chargé de la mission de la certification conformément à l'ISO 9001 pour les deux centres de formation.





LE TOURISME ALTERNATIF



LE TOURISME ALTERNATIF

Conscient de l'importance des changements de la demande et des mutations structurelles du marché international, l'ONTT s'efforce de se repositionner en innovant au niveau du produit offert. Les études de marché, les expertises et les rapports des instances internationales font montrer clairement que des changements de fond sont entrain de s'opérer et de nouvelles tendances, de nouvelles attentes et de nouveaux goûts ont pris déjà forme. L'« écologique » est le fait marquant de toutes ces mutations. Les politiques nouvelles de l'ONTT se basent non seulement sur la prise de conscience de ces changements, mais surtout de les intégrer en tant que variables majeurs et croisées essentielles, dans les nouveaux projets touristiques. En fait, il y va de la pérennité des capacités concurrentielles de ce secteur. Dans cet esprit des choses, des projets de grande importance sont menés. Il s'agit de :

▪ ECOTOURISME ET CONSERVATION DE LA DIVERSITE BIOLOGIQUE DESERTIQUE EN TUNISIE :

Ce projet est géré par la Banque Mondiale pour un coût total de 9.05 million de dollars US y compris un don de 4.27 million de dollars US accordé par le Fonds Mondial pour l'Environnement FEM. Le projet a démarré en Mai 2013 pour une durée de mise en œuvre de 5 ans, sur la base d'un partenariat entre la Direction Générale de l'Environnement et de la Qualité de la Vie, la Direction Générale des Forêts, les Commissariats Régionaux de Développement Agricole de Sidi Bouzid, Tozeur et Kébili, et l'Office National du Tourisme Tunisien.

Le projet a pour but de contribuer à la préservation de la biodiversité désertique dans les parcs nationaux de BOUHEDMA (Sidi Bouzid), DGHOUMES (Tozeur) et JEBIL (Kébili),

Une convention de partenariat a été établie le 16 Décembre 2013, entre la Direction Générale de l'Environnement et de la Qualité de la Vie et l'Office National du Tourisme Tunisien pour la réalisation de la formation et de la stratégie de promotion et de commercialisation de l'écotourisme et ce en collaboration avec les commissariats régionaux de tourisme de Tozeur, Kébili et Sbeitla. Cette action englobe la supervision de la mise en œuvre des activités au niveau régional.

L'Office National du Tourisme Tunisien a pris en charge la réalisation d'un atelier de sensibilisation et de réflexion autour des aspects juridiques de l'écotourisme en Tunisie, ainsi que la réalisation d'une étude sur «l'Elaboration d'une stratégie marketing pour la promotion de l'écotourisme en Tunisie».

L'ONTT est en cours de préparation d'un Atelier de travail qui sera tenu à Tunis pour la présentation des résultats de la stratégie marketing pour la promotion de l'écotourisme en Tunisie et de son cadre juridique.

▪ PROJET CULTURAS PS2.2.04 «CULTURE ET TOURISME ACTIF ET SOUTENABLE»

« Culturass » est un projet financé par le Programme « Instrument Européen de Voisinage et de Partenariat IEVP », et ce dans le cadre de la coopération transfrontalière Italie-Tunisie 2007-2013, pour un coût total de 1.301.176 ,71 euros. La signature du contrat de subvention le 16 Aout 2013 a donné le coup d'envoi du projet pour une durée de 2 ans et prolongée par la suite jusqu'au 31 Décembre 2016.



C'est un partenariat transfrontalier entre, le Département du Patrimoine Culturel et de l'Identité de la Région Sicilienne, le Département du Tourisme et du Sport de la Région Sicilienne, la Province de Trapani, et entre, l'Institut National du Patrimoine et l'Office National du Tourisme Tunisien.

Le projet vise à contribuer à l'amélioration de l'efficacité des politiques régionales et à la réalisation des actions concrètes pour la protection et la valorisation économico-touristique transfrontalière du patrimoine culturel. Il consiste à identifier de nouveaux modèles de valorisation touristique du patrimoine archéologique, à travers l'expérimentation d'un projet pilote impliquant l'expansion du patrimoine culturel et la spécialisation du système de l'offre touristique transfrontalière sur deux segments spécifiques du marché du tourisme dans les gouvernorats de Jendouba, Bizerte et Nabeul; celui de la plongée sous-marine et celui du cyclisme.

Afin de pouvoir réaliser les composantes du projet, L'ONTT, avec l'appui d'un bureau d'études, a effectué une enquête de terrain pour identifier les différents sites archéologiques des régions concernées, en même temps qu'une étude marketing dans le but de définir l'offre et la demande potentielles des deux segments (la plongée sous-marine et le cyclisme) dans ces trois gouvernorats.

Un concours d'idées a été lancé dans le cadre du projet pour l'initiation de micro-projets ainsi que la création des réseaux d'opérateurs locaux et ce pour garantir la durabilité du projet.

L'ONTT a achevé la réalisation des résultantes du projet qui consistent à déterminer, réaliser et baliser des circuits touristiques en vélo dans les régions de Tabarka, Bizerte et Kélibia-Haouaria et aussi éditer les brochures et roadbook appropriés à chaque circuit et ceci en 4 langues à savoir le français, l'anglais, l'allemand et l'italien.

▪ **RAPPORT SUR LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ALTERNATIF AU CAP BON**

Pour répondre à des objectifs tant de diversification que d'optimisation de l'activité touristique au Cap Bon ; l'ONTT a créé en Janvier 2016 une unité chargée d'élaborer un rapport portant sur le développement touristique dans la région. Ce rapport a examiné d'une manière approfondie les objectifs spécifiques suivants :

- Identifier les opportunités et les contraintes liées à l'investissement et à la réalisation des projets touristiques.
- Déterminer les organisations et les institutions publiques et privées intervenant dans le développement touristique dans la région.
- Identifier les composantes du produit touristique au niveau de l'offre et de la demande.
- Proposer un plan d'action pour le développement stratégique du tourisme dans la région.
- Etudier dans quelle mesure la création d'un Commissariat au Tourisme peut contribuer au développement touristique dans la région.

En se basant sur ces objectifs, un rapport méthodologique a été préparé et a examiné les différents axes stratégiques de développement touristique dans la région. Les principaux résultats de ce rapport, qui ont été présentés aux membres du conseil de l'Entreprise de l'ONTT le 26 décembre 2016, ont abouti à la proposition de créer un commissariat au tourisme qui veillera au développement du tourisme alternatif dans la région du Cap Bon, région dotée de potentialités écologiques, thermales et culturelles avérées et authentiques.

■ **RAPPORT SUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DANS LA REGION DU KEF ET SILIANA**

Les deux gouvernorats, Kef et Siliana, disposent d'importantes potentialités touristiques : culture, nature et eaux thermales. Elles sont en mesure de devenir des destinations touristiques privilégiées pour un tourisme vert et alternatif.

Les atouts de ces territoires méritent une valorisation institutionnelle à travers la création d'un Commissariat Régional au tourisme. Ce dernier veillera à l'encadrement du développement de ces produits, ainsi qu'au renforcement de l'investissement et la promotion des spécificités touristiques culturelles, écologiques et thermales.

En fait, les bases fondamentales pour le développement de cette forme du tourisme dans la région du Kef et Siliana sont :

- La mise en œuvre de la stratégie de développement touristique par les pouvoirs publics, les acteurs locaux et les professionnels régionaux.
- La valorisation des ressources culturelles, naturelles et thermales, leur protection et leur mise en valeur.
- L'adhésion de la population locale, des organisations de la société civile, des associations, des coopératives et des entreprises locales aux principes de développement durable.
- L'amélioration continue de la qualité de l'offre touristique et sa diversification.
- La sensibilisation des visiteurs au respect des espaces.
- La formation du personnel.
- Le développement des infrastructures.
- Le développement des produits touristiques.
- La gestion du tourisme et sa promotion.



LA PROMOTION



LA PROMOTION

Promouvoir la Tunisie en tant que destination Touristique et lui assurer une plus grande visibilité reste un des objectifs stratégiques. Ceci exige la mise en place d'un ensemble d'actions, au niveau national et international, et la mobilisations des moyens nécessaires à même d'assurer l'atteinte des objectifs tracés.

Les Marchés Touristiques

L'Office National du Tourisme Tunisien a réalisé un programme promotionnel marqué principalement par:

- La participation aux 98 foires et salons touristiques internationaux principalement les grands salons (FITUR Madrid, BIT Milan, ITB Berlin, MITT Moscou, Top Résa Paris, WTM Londres, le salon SITEV Alger, BITE Pékin), 18 salons thématiques et 56 salons régionaux.
- La participation aux 04 salons et foires en Tunisie dont principalement le salon MIT et la Foire Internationale de Tourisme à Sousse.
- La participation à la 84^{ème} édition de la Foire Européenne de Strasbourg en tant que pays partenaire avec un pavillon Tunisie de 1000 m².
- La participation à la manifestation Paris plage avec un village artisanal, exposition de photos, bibliothèque virtuelle et spectacles artistiques, et une séance de dégustation de plats tunisiens.
- La participation à la compétition internationale de planche à voile INDOOR DE FRANCE qui s'est déroulée à L'ACCORHOTELS ARENA. Un challenge de stand up paddle « inflatable » a été organisé, opposant les champions français aux champions du reste du monde. Cet événement a été traité comme étant un événement sportif et un show spectaculaire et a porté le nom de « INDOOR DE FRANCE » précédé de la mention « L'office National du Tourisme Tunisien soutient »
- La célébration du 20^{ème} anniversaire de la création du bureau de l'ONTT à Varsovie en présence d'une délégation tunisienne présidée par Mme la Ministre du Tourisme et de l'Artisanat.
- La participation au Festival International Streetfood Cologne en collaboration avec le CEPEX, la FIPA et l'association Tunis -cologne.
- La promotion des nouvelles lignes aériennes directes en collaboration avec les compagnies aériennes Tunisiennes.
- La signature d'un protocole d'accord avec Alltrip la plateforme de tourisme online et filiale du géant chinois des ventes en ligne ALIBABA pour le développement des ventes online de la destination Tunisie.
- Le déplacement d'une délégation officielle tunisienne présidée par Madame la Ministre du Tourisme et de l'Artisanat à Madrid pour rencontrer les professionnels du tourisme en Espagne (RIU, Vincci, Iberostar, Melia, Pullmantur, Vueling, FEAV, Globalia, Barceló, Logitravel) et les principaux medias de la place.
- La réalisation d'une campagne d'accueil au profit des touristes algériens aux départs des aéroports d'Alger et d'Oran



- L'organisation de plus de 93 opérations spéciales (semaines tunisiennes, soirées tunisiennes, sponsorship de tournois de golf...)
- L'organisation en collaboration avec les tours opérateurs partenaires de 65 Eductours et Mégatours au profit de 2961 Agents de voyages.
- L'organisation de 131 voyages de presse en faveur de 754 journalistes de différents supports médiatiques sur tous les marchés touristiques.
- La réalisation en collaboration avec la société Réal Time de huit épisodes de l'émission «Safariat» diffusées sur la chaîne algérienne ELchourouk TV et ce dans le cadre de la promotion des régions touristiques sur le marché algérien.
- Le renforcement du partenariat avec le réseau de vente et de programmation en vue de stimuler les ventes sur la destination et ce par la réalisation de campagnes publicitaires et promotionnelles.
- Le soutien à l'aérien en faveur des compagnies aériennes et des tours opérateurs pour les inciter à maintenir leur programme charter vers la Tunisie.
- Le soutien financier aux agences de voyage Tunisiennes qui commercialisent les régions du Sud-ouest et du Nord-ouest pendant la basse saison.



La Publicité Nationale

3 campagnes de publicité institutionnelle ont été programmées durant l'année 2016

A. Campagne Institutionnelle sur le marché Européen :

Son objectif principal est de résorber la crise engendrée par les événements terroristes survenus en Tunisie au cours de l'année 2015 et d'atténuer les impacts négatifs engendrés. Elle a été réalisée en 03 phases :

- la première est la campagne transversale : il s'agit d'une campagne 100% digitale articulée autour des réseaux sociaux et des moteurs de recherche qui jouent désormais un rôle prépondérant dans la promotion des destinations touristiques.
- la deuxième est la campagne locale visant le soutien à la campagne transversale en tenant compte des spécificités de chaque marché.
- enfin la troisième est la campagne spéciale menée autour du concept « **Event live** ». Elle consistait en une transmission directe des scènes de la vie quotidienne des tunisiens sur des écrans digitaux installés dans les cinq principales capitales européennes (Paris, Londres, Bruxelles, Milan et Berlin).

Trois lieux de tournage ont servi à cette campagne, à savoir, Sidi Bou Saïd, Hammamet et Tozeur. Notons au passage que cette campagne a enregistré un grand succès auprès de notre public cible.

B. Campagne Institutionnelle sur le Marché Algérien :

La campagne au niveau du marché algérien a été renforcée par la diversification de l'offre touristique et à travers la promotion des produits de niche comme la thalassothérapie, les festivals et le shopping.

La campagne a été réalisée en trois vagues :

- une première vague durant la période de réservation pour les vacances de printemps.
- la deuxième vague durant la période de réservation pour les vacances d'été.
- enfin la troisième vague pendant la période de réservation pour les vacances de fin d'année et les vacances d'hiver.



C. Campagne Institutionnelle sur le Marché Intérieur :

Objectif : inciter le citoyen Tunisien à planifier ses vacances suffisamment à l'avance et à réserver auprès des agences de voyages spécialisées pour bénéficier des meilleurs tarifs.

Pour atteindre cet objectif, quatre vagues publicitaires ont été réalisées tout au long de l'année :

- Première vague pendant les vacances de printemps (Mars)
- Deuxième vague au cours de la saison estivale (Mai)
- Troisième vague au rappel de saison estivale (Juillet)
- Quatrième vague pendant les vacances d'hiver (Décembre)

Il convient de signaler qu'une autre campagne publicitaire a été réalisée durant l'année en plus de celle initiée par l'ONTT. Il s'agit en effet d'une campagne cofinancée par le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) pour la promotion des régions du Nord-Ouest (Tabarka et Ain Drahem) et du Sud-Ouest (Tozeur et Douz).

L'Edition

- Conception et engagement de l'impression de la nouvelle ligne de brochures de l'ONTT : une nouvelle brochure générale et 15 nouvelles brochures produits thématiques en huit langues (Arabe, Allemand, Français, Anglais, Espagnol, Italien, Russe et Chinois).
- Réalisation d'un reportage photos (régions, produits et thématiques touristiques) à diffuser auprès de nos différents bureaux à l'étranger

La communication et les relations publiques

- Les manifestations qui ont fait l'objet de soutien de l'ONTT et ont bénéficié de ses prestations organisationnelles, sont les suivantes :
 - le festival International du Sahara (Douz), le Festival des Oasis (Tozeur), le Festival Aoussou (Sousse), le Festival de la Musique Symphonique (El Jem), le Festival gastronomique *Cook and Share* (Monastir), le Festival d'Ulysse (Djerba), le Festival de Testour, le Festival *Sound of Sahara*, Rallye du Chott (Sud-ouest), Tunisian Open Golf (Sousse), Nana Trophée (Tunis), le Festival des Montgolfières (Sousse, Hammamet et Tunis).

- L'organisation des événements quelle qu'en soit la nature (voyages de presse, éductours, voyages de prospection, foires, salons, festival, etc.) en assurant les différents maillons de la logistique de la réservation des prestations (hébergement, restauration et transport) à l'encadrement de l'opération.
- La communication et la promotion en matière de relations publiques auprès de journalistes, opérateurs, prescripteurs et influenceurs. C'est dans le cadre d'événements à caractère culturel et/ou sportif ayant été initiés, co-organisés ou sponsorisés par l'ONTT que l'activité communicationnelle et promotionnelle a été menée. L'objectif visé était la consolidation de la notoriété et le renforcement de l'image de marque de la destination en optimisant les ressources disponibles. L'action s'est concentrée sur la plateforme digitale afin de renforcer le relais avec le site web officiel de l'ONTT (www.discovertunisia.com) via les réseaux sociaux.



