



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

INSPIRING
Tunisia

Rapport Annuel

2017





SOMMAIRE

PREFACE	04
PRESENTATION DE L'ONTT	07
CONJONCTURE TOURISTIQUE	08
LE PRODUIT TOURISTIQUE	10
• L'inspection	11
• L'hôtellerie et la restauration	11
• Les agences de voyages, les guides et les activités touristiques	13
L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE	16
• Les options	17
• La commission technique des établissements de tourisme	18
• Attestations de dépôt de déclaration et autorisation préalable	18
• Aide de l'Etat	18
LA QUALITE	20
• La qualité dans le secteur du tourisme	21
• La qualité dans l'administration	22

LE TOURISME ALTERNATIF 24

- Ecotourisme et conservation de la diversité biologique désertique en Tunisie 25
- Projets financés dans le cadre de la coopération transfrontalière 26
- Promotion du tourisme naturel et culturel 27

LA PROMOTION 28

- Les marchés touristiques 29
- La publicité nationale 32
- L'édition 33
- La communication et les relations publiques 34



PREFACE

L'année 2017 a été celle de la consolidation des indices de performances, reflets de la reprise de l'activité touristique qui a été amorcée en 2016. Avec plus de 7 millions de visiteurs étrangers, la Tunisie a réussi à l'issue de 2017 à retrouver ses couleurs et à se repositionner sur l'échiquier de l'industrie touristique mondiale.

Ce retour en grâce se doit, d'une part, à la stabilisation de la situation globale du pays, et d'autre part, à la mobilisation des acteurs de l'Administration et de la Profession touristique ; ces derniers, en parfaite synergie, ont collaboré en perspective des objectifs fixés de 10 millions de touristes étrangers à atteindre à l'horizon de 2020.

Dans ce contexte, l'Office National du Tourisme Tunisien a mis en œuvre une stratégie globale axée autour d'une série de leviers prioritaires liés à l'activité touristique, couvrant à la fois, le produit, l'investissement, la promotion et la communication. Cette orientation stratégique, rendue opérationnelle par un plan d'actions devait corriger la baisse de la fréquentation touristique, tout en garantissant à long terme la pérennité du développement de l'activité touristique.

Dans cet esprit, la diversification et la régionalisation de l'offre basées sur l'amélioration de la qualité étaient au cœur de la stratégie du produit. Dans ce sens, des actions articulées autour d'un double objectif ont permis de mettre à niveau l'offre en termes qualitatif et d'étaler la saison touristique sur toute l'année. Une attention particulière a été, par ailleurs, portée au développement de l'écotourisme et du tourisme alternatif, ainsi qu'à l'implémentation du Label Qualité Tourisme Tunisien.



Pour accompagner cette démarche, dont les effets ne peuvent être ressentis qu'au moyen terme, des incitations à l'investissement sous forme de soutien financier et de facilitation des procédures ont également été mises en place.

Concernant le volet promotionnel, l'approche adoptée avait pour but d'entretenir le regain de confiance qu'enregistre le secteur ; et ce, moyennant un repositionnement attractif et compétitif de la destination. Des actions de publicité institutionnelle et de relations publiques ont permis d'assurer la visibilité de l'offre touristique tunisienne, en particulier sur les marchés à fort potentiel, l'Algérie, la Russie et la Chine.

De surcroît, un renforcement du digital a marqué la stratégie de communication en 2017. Le développement d'un brand content approprié et l'invitation d'influenceurs spécialisés ont contribué à augmenter le taux d'attractivité de la destination et la mise en avant de ses atouts distinctifs.

Finalement nul ne peut contester, qu'au-delà de sa dimension économique et technique, le tourisme occupe une place prépondérante à l'échelle nationale et est le reflet des mutations qui opèrent dans le pays. Autant de signes qui augurent d'un regain de confiance en la destination Tunisie chez nos partenaires étrangers et nos visiteurs.

Un regain de confiance que nous sommes appelés à consolider en 2018, en particulier par le renforcement de notre stratégie pour un tourisme raisonné digne de la culture et du rayonnement de notre histoire à l'échelle mondiale.



TUNISIE





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 : info@discovertunisia.com

Site Web: www.discovertunisia.com

Facebook : Discover Tunisia

Considéré comme secteur stratégique, le tourisme accompagne le développement économique de la Tunisie et constitue une importante source de devises étrangères. Il le fait de par ses capacités intrinsèques à mettre en jeu des investissements considérables, à générer des revenus substantiels et à créer d'importants emplois.

A ce niveau, l'Office National du Tourisme Tunisien, acteur principal dans le secteur du tourisme, a pour mission essentielle de mettre en œuvre la stratégie de l'Etat en matière touristique. Il est appelé à développer, à réglementer et à contrôler l'activité touristique tout en s'attendant à la promotion du produit «Tunisie», aussi bien au niveau national qu'international.

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

- Direction Générale
- 03 Directions Centrales
- 16 Directions dont 6 rattachées à la Direction Générale et 10 réparties sous les Directions Centrales
- 17 Commissariats Régionaux au Tourisme et 26 bureaux de renseignement.
- 15 Représentations implantées à l'étranger



01

CONJONCTURE TOURISTIQUE

CONJONCTURE TOURISTIQUE

Le tourisme tunisien a démontré une grande résilience face aux crises qui ont secoué ces derniers temps, non seulement le pays mais aussi plusieurs régions dans le monde.

En effet, depuis 2016, le secteur du tourisme enregistre une reprise qui s'est consolidée en 2017. Les taux de performance encourageants ont été atteints grâce à la mise en place d'une stratégie ambitieuse qui a pour objectif principal la relance du tourisme tunisien à court terme et des perspectives de développement à moyen et long termes.

Les résultats globaux enregistrés par le secteur du tourisme attestent que l'année 2017 est l'année de l'espoir et de détermination vers une reprise durable du tourisme en Tunisie et ce en dépit des réalisations sur les marchés émetteurs traditionnels, notamment les marchés européens, qui restent encore, légèrement en-deçà des attentes, en raison, bien évidemment, des restrictions de voyages émises à l'encontre de la destination tunisienne par les ministères des affaires étrangères de certains pays européens.

Les chiffres annuels mentionnés dans le tableau ci-dessous témoignent d'un regain de dynamisme de l'activité touristique à un rythme encourageant :



	2014	2015	2016	2017	2017/2016
<i>Arrivées aux frontières des non-résidents</i>	7.163.437	5.359.309	5.724.021	7.051.813	23,2%
<i>Nuitées globales</i>	29 107 239	16.170.341	17.880.034	22.042.523	23,3%
<i>Nuitées des non-résidents</i>	24 787 850	11.170.341	12.779.497	15.727.799	23,1%
<i>Nuitées des résidents</i>	4 319 389	5.007.215	5.100.537	6.314.724	23,8%
<i>Recettes touristiques MD</i>	3 625,6	2 414,7	2 373,4	2 831,0	19,3%



02

LE PRODUIT TOURISTIQUE

LE PRODUIT TOURISTIQUE

L'environnement concurrentiel des destinations touristiques et les changements profonds des profils de la clientèle conjugués aux exigences et attentes chaque fois renouvelées de la demande, exigent que le produit proposé et le service offert soient capables de répondre convenablement aux spécificités tant endogènes qu'exogènes du marché touristique. L'hôtellerie, la restauration, la sécurité, l'hygiène et le traitement des réclamations, sont autant de champs d'action où l'ONTT et le reste des acteurs du secteur ont, conjointement et de concert, fourni les efforts nécessaires afin d'assurer au produit touristique la compétitivité nécessaire à sa réussite.

Soucieux de l'amélioration de la qualité du produit et des services ainsi que la bonne conduite des activités touristiques, l'ONTT a mené une série d'actions orientées autour des axes suivants :

1. L'INSPECTION

Durant l'année 2017, les services d'inspection de l'ONTT ont assuré 13 413 visites d'inspection réalisant ainsi une légère augmentation de 2% par rapport à l'année 2016. Il est à noter aussi que l'année 2017 a été marquée par plusieurs actions de contrôle à l'échelle nationale portant prioritairement sur la qualité des services, la sécurité et la sûreté au sein des établissements touristiques et de l'environnement.

2. L'HOTELLERIE ET LA RESTAURATION :

Classement des Hôtels :

Au total, 34 dossiers ont été traités par la Commission de Classement des Hôtels qui s'est réunie à trois occasions

Classement des Restaurants :

La commission de classement des restaurants touristiques s'est réunie 08 fois, et a étudié 76 dossiers.

La commission de classement des établissements touristiques avec animation musicale s'est réunie 6 fois et a étudié 40 dossiers.

Le Contrôle de la Qualité des Services :

Un programme de visite pour évaluer la qualité des services a été organisé durant juin



et juillet 2017. Cette action avait pour objectif d'évaluer le niveau des prestations offertes à la clientèle. L'opération a touché 303 hôtels répartis comme suit :

- 12-18 juin 2017 (mois du Ramadan) : 132 hôtels ont été visités durant la rupture du jeûne et le petit déjeuner.
- 24-31 juillet 2017 : 171 hôtels ont été visités durant les services de petit déjeuner, déjeuner et dîner.

Les mesures restrictives :

- 15 hôtels ont été fermés par décision ministérielle pour non-conformité à la réglementation.
- 01 décision de déclassement d'un hôtel.
- 94 décisions d'annulations de classement de restaurants touristiques.
- 27 décisions de déclassements de restaurants touristiques

Les hôtels fermés (rénovations, extensions et autres):

Les hôtels fermés sont au nombre de 163 unités soit 20% du nombre total d'hôtels, soit en réduction de 5% par rapport à l'année 2016. La capacité d'hébergement est de 64154 lits, soit 26 % de la capacité totale en lits. Il est à noter qu'une baisse de 6 % est enregistrée par rapport à l'année 2016.

Agrément des Directeurs : 25 cahiers de charges ont été signés.

Traitement des réclamations :

Durant l'année 2017, les services de l'ONTT ont enregistré 21 réclamations qui ont été traitées.

Les autorisations de vente des boissons alcoolisées :

Durant l'année 2017, le comité chargé de l'étude des demandes des dossiers relatifs aux autorisations de vente des boissons alcoolisées dans les établissements touristiques a fait l'objet de 29 visites des lieux.



HYGIENE ET SECURITE ALIMENTAIRE, SURETE ET ENVIRONNEMENT :

- 178 visites d'inspection des piscines ont abouti à l'attribution de 05 avertissements, 34 mises en demeure et 33 blâmes avec délais pour l'exécution des travaux demandés.
- 88 visites d'inspection des piscines couvertes.
- 1371 visites d'inspection du système de maîtrise de la sûreté dans les établissements touristiques, qui ont abouti à l'attribution de 16 avertissements, 52 mises en demeure, 40 blâmes avec délais pour l'exécution des travaux demandés et 03 propositions de fermeture.
- 156 visites d'inspection des établissements touristiques (hôtels et restaurants) pour le contrôle des conditions de livraison et de stockage des denrées alimentaires d'origine animale.
- 92 visites d'inspections des circuits de l'eau froide, de l'eau chaude et de la climatisation pour la prévention de la maladie de la légionellose dans les établissements hôteliers.
- 103 visites d'inspection générale en matière d'hygiène et sécurité alimentaire, qui ont abouti à la mise en demeure de 04 hôtels défectueux.
- Suivi de la situation sécuritaire de 110 établissements touristiques qui ne possèdent pas de certificat de protection civile.

3. LES AGENCES DE VOYAGES, LES GUIDES ET LES ACTIVITES TOURISTIQUES :

Nombre total en exploitation 2017 : 1075

- Catégorie A : 863
- Catégorie B : 212

Nombre d'agences créées en 2017 : 120

- Catégorie A : 77
- Catégorie B : 43

Sanctions et décisions de réouverture :

- 36 fermetures temporaires.
- 07 décisions de réouverture.



Voyage à l'étranger

- Nombre de programmes : 4390
- Nombre de participants : 24014

Programmes des visas pour le pèlerinage à la Mecque (Omra) :

Après étude des dossiers des programmes Omra, le service concerné a délivré 182 visas.

Les guides de tourisme

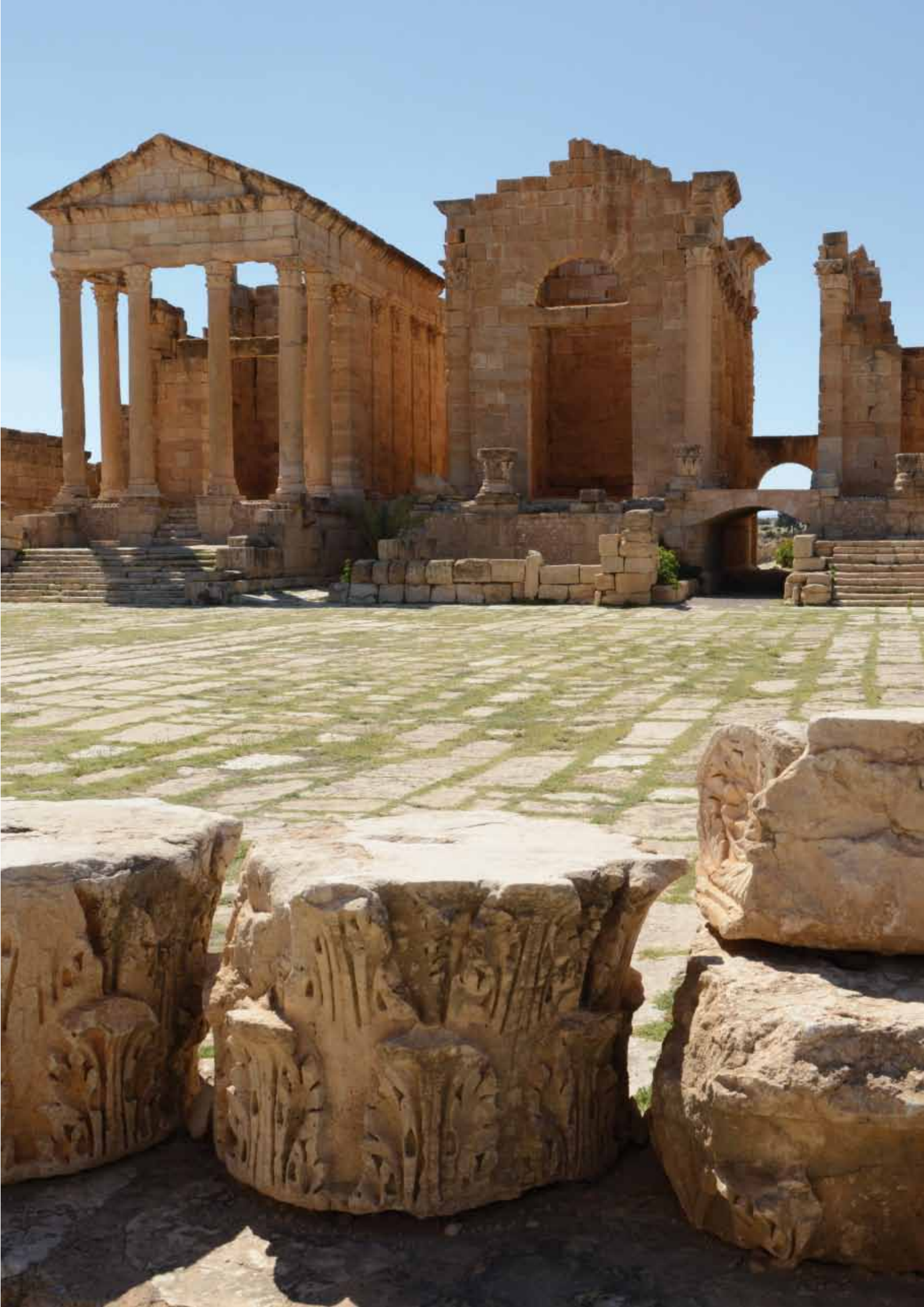
Le nombre total des guides opérationnels arrêté à ce jour est de 1100 guides et accompagnateurs sahariens.

Avantages fiscaux pour l'acquisition de nouveaux matériels roulants

- Etude de 67 dossiers pour l'attribution de privilèges fiscaux lors de nouvelles acquisitions :
- 29 voitures tout terrain
- 43 microbus
- 60 minibus
- 48 bus

Réclamations : 40 réclamations réglées

Litiges financiers : 03 litiges réglés.





03

L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE

L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE

Conscient de l'impact stratégique de l'investissement sur l'amélioration de l'attractivité du produit touristique ; l'Office National du Tourisme Tunisien a continué tout au long de l'année 2017 à soutenir les promoteurs à travers l'encadrement des intentions d'investissement en vue de réaliser l'objectif de diversification du produit touristique. Ce soutien est une articulation centrale de l'effort déployé en vue d'encourager et accompagner les investisseurs à tous les niveaux et paliers pour répondre aux besoins ressentis. Cette démarche vise notamment à dégager les entraves potentielles et à créer une dynamique à même d'attirer l'investissement, le tout en harmonie avec les choix stratégiques du secteur.

1- LES OPTIONS :

Au cours de cette année, 106 accords de principe ont été octroyés aux promoteurs touristiques pour la réalisation de différents projets touristiques répartis comme suit:

- Les options accordées dans les zones touristiques aménagées (10) :

La répartition par type d'activité est la suivante :

ACTIVITE	NOMBRE
Hébergement	03
Animation	06
Résidence touristique	01
TOTAL :	10

- Les accords de principe en dehors des zones touristiques aménagées (96) :

Hébergement		Animation	
Projet	Nbre	Projet	Nbre
Hôtel	07	Centre d'animation	17
Pension de famille	08	Restaurant touristique	12
Chambre d'hôte	27		
Appart-hôtel	05		
Gîte rural	13		
Hôtel de charme	04		
Campement	01		
Môtel	01		
Complexe touristique	01		
TOTAL :	67	TOTAL :	29



2 - LA COMMISSION TECHNIQUE DES ETABLISSEMENTS DE TOURISME :

Durant l'année 2017 la commission technique des établissements de tourisme a tenu 16 réunions pour l'examen de 306 dossiers techniques relatifs à toutes sortes de projets touristiques.

Par ailleurs, la capacité supplémentaire approuvée s'élève à 2904 lits.

3 - ATTESTATIONS DE DÉPÔT DE DÉCLARATION ET AUTORISATION PRÉALABLE:

- 134 attestations de dépôt de déclaration ont été délivrées pour la réalisation de programmes d'investissements dont le coût s'élève à 394 millions de dinars.
- 42 autorisations préalables ont été délivrées dont le coût s'élève à 823 M.D.

4 - AIDE DE L'ETAT :

Avantages fiscaux :

La valeur des biens d'équipements bénéficiant d'incitations fiscales au cours de cette année a atteint un montant de 30 million de dinars, répartis sur 73 listes.

SITUATION DES INVESTISSEMENTS

Les principales réalisations :

Le coût d'investissement global réalisé au cours de l'année 2017 s'élève à 445 millions de dinars répartis comme suit :

- 420 millions de dinars pour l'hébergement.
- 25 millions de dinars pour l'animation.

1 - HEBERGEMENT :

La capacité mise en exploitation :

L'année 2017 a connu la mise en exploitation de 2454 lits relatifs à 21 établissements hôteliers répartis selon la typologie ci-dessous :

- Hôtels : 8 unités avec une capacité de 2324 lits

Catégorie	Nombre d'unité	Capacité additionnelle	Capacité en réouverture	Capacité global
5*	03	1228	694	1922
4*	0	0	0	0
3*	02	98	20	118
2*	03	258	26	284

- Hôtel de charme : 1 unité avec une capacité de 18 lits.
- Chambre d'hôtes: 8 unités avec une capacité de 71 lits.
- Gites ruraux : 4 unités avec une capacité de 41 lits.

2 – ANIMATION :

L'année 2017 a connu la mise en exploitation de 9 projets d'animation :

- 7 nouveaux projets de restaurants touristiques.
- 1 extension de restaurant
- 1 extension de centre d'animation touristique





04

LA QUALITE

Il n'est plus à démontrer l'impact de la qualité pour atteindre des objectifs tracés. Nul doute ne persiste que l'approche qualité dans laquelle s'est inscrit le secteur touristique, soit devenue condition *sine qua non* pour le maintien d'une offre attractive et concurrentielle. Plus, tout est fait pour que l'approche qualité ne soit pas restreinte uniquement à un ensemble de procédures et d'actions mais qu'elle soit étroitement liée à une culture de plus en plus diffusée et à laquelle tous les acteurs du secteur sont appelés à adhérer. C'est dans cette optique que les actions et mesures suivantes ont été menées :

1- LA QUALITE DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE:

La mise en œuvre du projet de jumelage institutionnel Label Qualité Tourisme Tunisie entre la Tunisie et l'Union Européenne, et ce, pour appuyer la mise en place d'un système de promotion de la qualité.

Les actions mises en œuvre sont:

- La réalisation des actions de sensibilisation au profit de 20 établissements touristiques implantés dans trois zones pilotes.
- L'organisation de séminaires d'information et de sensibilisation en partenariat avec les fédérations professionnelles dans le secteur du tourisme.
- L'élaboration du logo du Label Qualité «LQTT», et son enregistrement à l'INNORPI.
- La conception de panneau «LQTT» des enseignes du LQ (établissements labellisés).
- Le démarrage pour la conception d'un portail dédié au «LQTT».
- L'élaboration des cinq référentiels relatifs aux activités touristiques, validés par les experts de l'Union Européenne.
- La participation à un cycle de formation en France relative à la gestion du Label.
- L'organisation d'un séminaire de clôture au projet de jumelage institutionnel entre l'ONTT et l'UE, le 05 Septembre 2017, et ce suite à la publication officielle du «LQTT».
- L'élaboration du rapport final du projet de jumelage institutionnel et la validation des cinq référentiels.
- La préparation du cadre législatif réglementant le LQ dans le secteur touristique.



La participation au congrès annuel du Comité technique International TC/ISO/228 (Mai 2017 au Panama):

- La présentation des travaux du groupe de travail International WG2 du tourisme de santé, et en l'occurrence le projet de la Norme Internationale ISO/NP 22525 relative au tourisme médical, initié par la Tunisie,
- La participation aux travaux du comité miroir avec l'INNORPI pour l'avancement du processus de l'élaboration de l'ISO 22525

2- LA QUALITE DANS L'ADMINISTRATION:

Programme de mise à niveau des bureaux d'accueil et d'information touristique de l'ONTT:

- La réalisation des études architecturales de deux (2) bureaux d'accueil et d'information touristique à Gabès et Matmata (avec une conception thématique inspirée de la région).
- La réalisation de travaux de réaménagement du bureau de Matmata conformément à la projection architecturale afin d'assurer plus d'attraction au point d'information suite au choix du bureau comme étant un point stratégique de destination Dhafer (Djerba, Gabes, Tataouine).
- La Coordination avec «Swiss contact» pour l'ameublement du bureau de Matmata avec un décor et des équipements inspirés de la région.
- L'organisation de cycles de formation itinérante en techniques de communication / patrimoine culturel sud Tunisien au profit des agents d'accueil, en partenariat avec «Swiss contact».

La qualité dans les centres de formation touristique:

Dans le cadre de la convention entre l'Agence Tunisienne de la Formation Professionnelle (ATFP) et l'ONTT, relative à la mise en place du système management qualité (SMQ) selon la norme ISO 9001 dans les centres de formation touristique, des travaux ont été achevés en collaboration avec des experts de l'ATFP au profit de l'Institut Supérieur Professionnel du Tourisme de Sousse et du Centre de Formation Touristique de Hammamet.

- **Le centre de formation touristique de Hammamet :**

Après la réalisation de l'audit initial de la certification par l'Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle, le centre de formation touristique de Hammamet a obtenu la certification **ISO 9001 (Version 2008)** relative au système de management de la qualité en tant que premier centre de formation touristique obtenant la norme internationale de la qualité.

- **L'Institut supérieur professionnel du Tourisme à Sousse - Port El Kantaoui :**

L'Institut National de la Normalisation et de la Propriété Industrielle a réalisé l'audit de certification initiale de l'ISPT Sousse au mois de décembre 2017 selon la nouvelle **version 2015** de la norme internationale **ISO 9001**.





03

LE TOURISME ALTERNATIF

LE TOURISME ALTERNATIF

La diversification du produit touristique s'impose comme condition pour le maintien de la compétitivité du secteur touristique. Dans cette optique, le développement et la promotion de l'écotourisme comme tourisme alternatif, sont appelés à booster l'activité touristique et lui procurer une valeur ajoutée certaine. En outre, cette approche contribue à la mise en exergue de la richesse naturelle et participe à instituer une culture citoyenne et civique respectant l'écologie, l'environnement et la biodiversité. C'est sous cet angle qu'a été monté le projet suivant :

ECOTOURISME ET CONSERVATION DE LA DIVERSITE BIOLOGIQUE DESERTIQUE EN TUNISIE:

L'écotourisme et la conservation de la biodiversité biologique désertique en Tunisie est un projet phare du tourisme tunisien car au cœur de l'effort d'innovation et de diversification du produit. C'est l'aboutissement d'un partenariat multipartite entre différentes directions (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) et dont le coût total de 9.05 million de dollars US (y compris un don de 4.27 million de dollars US) est accordé par le Fonds Mondial pour l'Environnement (FEM) et géré par la Banque mondiale.

En fait, ce projet a pour but principal de contribuer à la préservation de la biodiversité désertique dans les parcs nationaux de BOUHEDMA (Sidi Bouzid), DGHOUMES (Tozeur) et JEBIL (Kébili), et ce comme indiqué par la convention de partenariat 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.

Un autre objectif visé par cette convention est celui relatif à 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 au Tourisme de Tozeur, Kébili et Sbeitla. Cette action englobe la supervision de la mise en œuvre des activités au niveau régional.

Soucieux de voir cette démarche aboutir, l'Office National du Tourisme Tunisien a organisé 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'élaboration d'une stratégie marketing pour la promotion de l'écotourisme en Tunisie».



En outre, en Janvier 2017, lors d'un atelier organisé conjointement, l'ONTT et la Direction Générale de l'Environnement et de la Qualité de la Vie ont restitué les résultats de la stratégie marketing pour la promotion de l'écotourisme en Tunisie et de son cadre juridique.

Suite aux résultats de l'étude relative à l'élaboration d'une stratégie marketing pour la promotion de l'écotourisme en Tunisie, l'ONTT et la Direction Générale de l'Environnement et de la Qualité de la Vie ont lancé une manifestation d'intérêt, suite à laquelle une liste des entreprises soumissionnaires a été arrêtée et ce afin de présenter leurs offres techniques et financières pour la réalisation des projets suivants: un documentaire, un spot publicitaire, un album photos, des brochures, des dépliants et des road book.

PROJETS FINANCES DANS LE CADRE DE LA COOPERATION TRANSFRONTALIERE:

Le soutien au développement de projets touristiques cadrant avec la promotion des produits naturels et culturels et ce en participant en tant que partenaire dans des projets qui seront soumis à un appel à proposition et financés par l'U.E dans le cadre de la coopération transfrontalière:

I) Programme IEV CTF Bassin Maritime Méditerranée 2014 - 2020.

- Action Méditerranéenne de promotion de l'éco-tourisme équestre au profit des populations locales - (MED-Tourisme Equitable).
- All Year Round Alternative Tourism in Multi-dimensional Mediterranean Areas (365 Alter Routes).
- Hostingme.com - Hospitality, Shared services, Traditions and Innovation for a new way of visiting Mediterranean Communities (Hostingme.com).
- Cinema Booster of local sustainable tourism (CINEBOOSTOURISM).
- Complete leverage of tourism policies and instruments for a more sustainable coastal tourism in the Mediterranean Area (MARE NOSTRUM).
- Valorization of Heritage, Energy, Engineering and tourism; HEERO.
- CO-Evolve4BG.
- Mediterranean Diet Districts for the sustainable enhancement and deseasonalization of touristic areas - (Med Districts).

II) Programme Italie - Tunisie 2014 - 2020.

- La numérisation du patrimoine Culturel: un nouveau mode d'innovation durable, d'accès à la culture (CONNAÎTRE).
- Cours de formation professionnelle facilitant l'entrepreneuriat et l'employabilité des jeunes dans le «Tourisme culturel intelligent» (CURSUS E 2.0).
- Méthodologies d'économie durable pour les déchets côtiers utilisables des plages.

PROMOTION DU TOURISME NATUREL ET CULTUREL:

1- Participation avec la DGF (Direction Générale des Forêts) à l'élaboration du règlement d'appel à manifestation d'intérêt pour la réalisation de la gestion des téléphériques projetés dans la région de Ain Draham - Tabarka Gouvernorat de Jendouba et à Jbel Zaghouan Gouvernorat de Zaghouan, pour la valorisation du patrimoine forestier en tant qu'outil de développement des activités touristiques.

2- Suivi du projet «Développement intégré au désert» annoncé par le président du Gouvernement et hébergé au Ministère de l'Énergie, des Mines et des Energies renouvelables afin de promouvoir plusieurs secteurs dans l'impulsion du tourisme culturel et naturel dans les régions désertiques.

3- La signature de la convention avec un bureau pour le lancement d'une étude pour l'aménagement d'un parcours touristique dans l'oasis de Ksar Ghilane.





03

LA PROMOTION

LA PROMOTION

S'inscrivant dans la continuité de la reprise affichée l'année précédente, le volet promotion s'est donné comme objectif central d'asseoir la notoriété du produit, l'amélioration de l'attractivité de la destination et soigner l'image de marque de l'institution touristique. Pour ce faire, un ensemble d'actions ciblées prenant en compte les spécificités de chacun des marchés, a été réalisé et ce en étroite association complémentaire avec l'organisation d'événements où s'est opéré un choix de communication adéquate et de publicité ciblée.

LES MARCHES TOURISTIQUES

Au 31 décembre 2017, les entrées touristiques se sont élevées à 7,051 millions touristes, enregistrant ainsi une nette amélioration de 23,2% par rapport à l'année 2016.

Ce bilan positif s'explique essentiellement par les efforts déployés aussi bien par l'administration que la profession et ce par la mise en place d'une stratégie promotionnelle adéquate et un plan de relance sur plusieurs marchés touristiques notamment les marchés classiques européens.

Les réalisations ont été comme suit :

- Marchés Européens : +20% (1,69 million de touristes) Marché français +46%, Marché allemand +40,5%, Marché italien ; +21,7%, Marché belge +120%.
- Marché maghrébin : +30% (3,88 millions de touristes).
- Marchés du Golf & Moyen Orient : +17,4%.
- Marché d'Amérique du Nord : +27,7%.
- Marchés africains & lointains : +26,9%.

1. Foires et Salons :

Dans l'objectif de garantir une bonne visibilité de la destination Tunisie, l'Office National du Tourisme Tunisien a intensifié sa présence à l'étranger en participant à 89 salons et foires touristiques-internationaux et régionaux grands publics et thématiques dont ci-après les plus importants:

- Le salon international du tourisme FITUR qui s'est déroulé à Madrid du 18 au 22 janvier 2017.



- Le salon international du tourisme ITB Berlin, qui s'est tenu du 8 au 12 mars 2017; la Tunisie y a remporté le prix du meilleur stand du continent africain.
- Le MITT, salon international des voyages et du tourisme, qui s'est tenu à Moscou, en Russie, du 14 au 16 mars 2017.
- Riyadh Travel Fair qui a eu lieu du 07 au 10 avril 2017 à Riad.
- Le salon international du tourisme et voyages FWTS à Shanghai, qui s'est tenu du 20 au 23 avril 2017.
- Le salon du tourisme de séniors à Paris, du 20 au 23 avril 2017.
- Le salon Golf & Welness en Allemagne, du 20 au 27 juin 2017.
- Le salon international des voyages et du tourisme TOP RESA, qui s'est tenu à Paris, du 26 au 29 septembre 2017.
- Le salon international du tourisme TTG Incontri Rimini qui s'est déroulé en Italie du 12 au 14 octobre 2017.
- Le salon international du tourisme et voyages WTM à Londres, qui s'est tenu du 06 au 08 novembre 2017.
- La foire touristique TTWarsaw à Varsovie, du 23 au 25 novembre 2017.
- Le salon du tourisme nautique à Paris, du 03 au 11 décembre 2017.

2. Opérations Spéciales :

L'année 2017 a vu la réalisation de 103 opérations promotionnelles spéciales sur différents marchés et destinations touristiques:

- **Suède:** l'organisation le 17 février 2017 d'une journée promotionnelle en collaboration avec la compagnie aérienne Nouvelair et ce à l'occasion du lancement du 1er vol régulier (Tunis-Stockholm-Tunis).
- **France:** l'organisation d'un évènement spécial sous le thème « Traji sur Scène » et ce, en vue de créer le buzz à travers un évènement sportif.
- **Tchéquie:** l'organisation d'une soirée tunisienne à Prague conjointement avec le T.O Best Reisen avec l'invitation d'une centaine de prescripteurs (VIP, journalistes et Agents de voyages).
- **Tunisie:** l'organisation du 2ème tournoi du GOLF qui s'est déroulé à Sousse, Hammamet et Tunis, du 25 au 30 mars 2017 en faveur de six marchés émetteurs représentés par des médias.

- **Pologne:** le lancement d'un vol spécial Varsovie – Djerba au profit de 170 invités polonais (agents de voyages, Vip et journalistes) afin de promouvoir l'île de Djerba et ce du 26 au 29 octobre 2017.

3. Publicité Conjointe :

Dans le cadre de la relance des marchés touristiques et le lancement des opérations conjointes avec ses partenaires, l'ONTT a soutenu 39 T.O par le financement de campagnes publicitaires lancées en faveur de la destination Tunisie.

4. Soutien à l'aérien :

Grâce au mécanisme de soutien à l'aérien visant le renforcement de la programmation de la destination Tunisie, le (FDCST) Fond de Développement de la Compétitivité du Secteur Touristique a soutenu 966 vols charters opérés par 33 TO, répartis sur 17 marchés.





LA PUBLICITE NATIONALE

Trois grands marchés ont été concernés par les campagnes de publicité institutionnelle au cours de l'année 2017 et ce, comme suit :

A. MARCHE EUROPEEN :

Ayant comme objectif principal de donner de la valeur au tourisme tunisien et améliorer la perception de la destination Tunisie, l'ONTT a réservé un budget de 7.300.000 € pour la réalisation des campagnes publicitaires sur 10 marchés européens (France, Belgique, Allemagne, Autriche Suisse, Espagne, Portugal, Italie, Russie et Ukraine).

Toutes les campagnes ont été réalisées en une seule vague basée sur l'affichage digital et accompagnée par des campagnes publicitaires en ligne ainsi qu'une campagne radio à l'exception du marché espagnol où 02 vagues ont été réalisées.

B. MARCHE ALGERIEN :

Une attention particulière a été accordée au marché algérien au cours de l'année 2017 au vu des bonnes performances enregistrées. La campagne publicitaire relative à ce marché a été basée sur la TV et le digital, et réalisée en deux vagues :

- Première vague : durant la période de réservation pour les vacances d'été (du mois de juin au mois de septembre).
- Deuxième vague : durant la période de réservation pour les vacances de fin d'année et les vacances d'hiver (les mois de novembre et décembre).

C. MARCHE INTERIEUR :

L'objectif de la campagne relative à la promotion du tourisme intérieur est de replacer le citoyen tunisien au centre de l'industrie des loisirs. Il s'agissait de l'inciter à adopter un nouveau comportement en tant que client et de l'inviter à planifier ses vacances à l'avance et à anticiper les réservations auprès des agences de voyages spécialisées. L'idée était de lui démontrer qu'une telle démarche impacterait positivement son enveloppe financière en lui permettant de bénéficier de meilleurs tarifs. Pour s'assurer de la réussite de cette campagne, trois vagues publicitaires ont été réalisées tout au long de l'année 2017 :

- Première vague : vacances de printemps (mars) – campagne radio et digitale
- Deuxième vague : saison estivale (juin et juillet) – campagne TV, radio et digitale
- Troisième vague : vacances d’hiver (décembre) – campagne digitale

L’EDITION

- Nouvelle conception et impression de trois formats de sacs promotionnels cartonnés et d’un porte document.
- Préparation des termes de références et lancement d’un appel d’offres pour la réalisation d’un film promotionnel de 15 minutes valorisant les atouts et les identités de nos régions et produits touristiques.
- Réalisation de deux films en 3D (durée 4 minutes chacun) pour la promotion de la région de Sbeitla et Ain Drahem, à l’occasion du forum Tuniso-arabe pour l’investissement touristique, qui s’est tenu à Tunis les 19 et 20 octobre 2017.
- Lancement d’un appel d’offres 2017 pour la réimpression de la nouvelle ligne de brochures de l’ONTT.





LA COMMUNICATION ET LES RELATIONS PUBLIQUES

Durant l'année 2017 les efforts se sont concentrés sur les sept volets majeurs suivants :

1. Le renforcement du soutien accordé aux événements initiés par la société civile et ayant pour caractère économique, culturel, artistique et sportif dont l'objectif repose sur la valorisation des produits de niche et les atouts touristiques des régions de l'intérieur (tourisme d'affaires, tourisme équestre, tourisme saharien, etc.).
2. La consolidation du soutien accordé aux grandes manifestations périodiques qui se reproduisent annuellement et ayant principalement un caractère culturel et sportif (Festivals de Douz, des Oasis, des Ksour, Festival de Jazz à Carthage, Aoussou, Mouldia à Tunis et à Kairouan, etc.).
3. L'ingénierie de circuits de voyages à thèmes adaptés aux attentes de la communauté internationale, et notamment des blogueurs spécialisés en voyages, lifestyle, gastronomie, shopping/artisanat et night-life.
4. Le développement d'un contenu audio-visuel spécifique aux réseaux sociaux, notamment à l'occasion des manifestations thématiques et régionales (Rallye Moto Tour, festival des montgolfières, pèlerinage de la Ghriba, Carnaval Yasmine-Hammamet, etc.).
5. L'alimentation du portail discovertunisia.com en contenu informatif (agenda culturel, manifestations sportives, etc.) décliné dans les langues du site web.
6. L'adoption d'une démarche participative avec l'Office National de l'Artisanat Tunisien concrétisée par une convention de partenariat pour la promotion conjointe des produits artisanaux et des régions touristiques à l'étranger (foires, salons, soirées, ...)
7. L'amorce d'une approche promotionnelle via le 7ème art ayant



pour objectif de positionner la Tunisie en tant que plateau de tournages cinématographiques (cf. sur les traces de Star Wars, Le patient anglais, L'Or noir, ...) ; et la création d'une synergie lors du Festival de Cannes avec le Ministère de la Culture et le Centre National de l'Image et du Cinéma (CNIC).

En effet, plusieurs actions de relations publiques ont été réalisées :

- L'organisation de 170 voyages de presse en faveur de 1174 journalistes issus des différents médias (écrits, audio et visuel).
- L'organisation de 104 Eductours en faveur de 2031 Agents de voyages et tour - opérateurs.
- Sur un total de 105 dossiers le soutien de l'ONTT a été réservé en faveur de 64 associations et Comités (61%) liés à l'organisation de manifestations à caractère économique, touristique, culturel, sportif et qui visent la promotion de la Tunisie à l'échelle régionale, nationale et internationale.



