



SECOND MEETING OF THE PROJECT "THE Umayyad ITINERARY"
2th-5th DECEMBER 2013



Stratégie de communication pour la mise en œuvre d'un Tourisme Culturel en Tunisie

Une autre approche du Tourisme Tunisien

3 December 2013



Sommaire



- Introduction
- Vision
- Stratégie de communication
- Produit type
- Projet Tourisme pour Tous
- Conclusion

• • • • • • • • • •



Introduction

- Les demandes de la révolution :
 - Travail
 - Liberté
 - Dignité nationale
- Situation de crise
 - Récession
 - Pas de plan de sauvetage (convainquant)
- Rôle de la société civile
 - Vision
 - Catalyseur pour une renaissance d'un autre tourisme

• • • • • • • • • •



Notre vision

- Quel tourisme pour la Tunisie ?
 - - Basé sur le Balnéaire !
 - - Orientation Islamique !
 - - Ou bien Tunisien !





Notre vision (suite)



Vision : Le saviez-vous ?



- Les anciennes églises de la Grande Carthage ont donné 3 Papes à la chrétienté :
 - Victor 1^{er} (189 à 199)
 - Miltiade (311-314)
 - Gélase (492-496)
- Le dogme du christianisme fut établi par Saint Augustin le carthago-berbère et fut compléter par Saint Fulgence qui convertit la Sardaigne.
- Rome ne fut chrétienne qu'à la fin du règne de Constantin 1^{er} (306-337).



• • • • • • • • • •

Vision : Le saviez-vous ?

- **La Loutre** (*Lutra lutra*) en est un des plus curieux et des plus menacés. Avec peut-être, les cours d'eau de l'extrême Nord-Ouest tunisien, l'Oued el Abid est le dernier site où vivent les loutres.



Vision : Le saviez-vous ?

2.162 espèces
de végétaux
réparties en
Tunisie



Orchidée
« Ophrys eleonora »

Vision : Le saviez-vous ?



- Fille de Marc Antoine et Cléopâtre, Cléopâtre Séléné II a régné sur le royaume carthaginois de Maurétanie qui incluait une partie de la Tunisie (de Gafsa au Kef), au côté de son mari le Roi berbère Juba II.
- Son règne dura de 20 av. J.-C date de son mariage, jusqu'à sa mort en l'an 5 de notre ère.
- Elle est enterrée près de Tipaza en Algérie.



Vision : Richesses

- Tourisme saharien



Vision : Richesses

- Tourisme de santé
- Les produits développés
 - Thalasso (2^{ème} au monde)
 - Chirurgie esthétique
 - Soins : libyens, anglais
- -Des produits à développer
 - Médecine traditionnelle
 - Traitements par les herbes



Vision : Richesses



Géo-tourisme

- La couche K/T (référence mondiale), inversion de relief (El Kef), Fossiles (Jerissa), sites (table de Jugurtha), diapir (Jebel Debadib), les grottes du Jebel Serj, etc.

• • • • •

Vision : Richesses

Tourisme Historique

- 1 - La préhistoire
 - Le Paléolithique : Sidi Zin, Koum El Majen (de - 200.000 à - 100.000 ans)
 - Le néolithique : Kef El Faria (Kesra), les abris sous roche (El Kef), les escargotières (Kalaat)
 - Grottes rupestres (Zaghouan)



Vision : Richesses

Tourisme Historique

- 2 - La civilisation numide (Protohistoire)



- Le mégalitisme (Ellès, Thigibba, Makthar, etc.)
- Les temples (Kbour Klib, Chemtou)
- Les vestiges des Kalaa-Citadelles (Kalaat Senam, Gharn El Faya, Jebel Meza Mahjouba)



Vision : Richesses

Tourisme historique

- 3 - L'Antiquité : El Kef, Bulla Regia, Chemtou, Makthar, Haïdra, Mustis, Mdeïna, Zanfou, Hammam Malleg



Vision : Richesses



Tourisme historique

- 4 – La civilisation arabo-musulmane
 - Les grands Marabouts sont nombreux : Sidi Amor (El Kef), Sidi Abdeljaoued (Kalaat Esnam), Sidi Zoughlami – Sidi Ali Azzouz (Zaghouan), Sidi Chafaï (Thala), Sidi Elkantaoui (HSousse-Alicante), etc.
 - Les confréries musulmanes: Aissaouia, Rahmania, Kadriya, Tijania, Chadlia, etc.

Vision : Richesses



Tourismes sportifs

- randonnées,
- escalades,
- parapente,
- nautiques,
- etc.



Vision : Richesses

- Tourisme de Chasse
- Tourisme de pêche





Vision : Richesses



Réserve nationale de Jebel Saadine

Le tourisme vert

Agro
et
agri-tourisme,





Vision

- **Tourisme par les tunisiens pour les tunisiens**
Tourisme naturel et non artificiel
 - (Tourisme intérieur : 40% du CA du secteur)
- **Permettra aux tunisiens de retrouver et de vivre leur vraie identité :**
 - Multiculturelle
 - Tolérante
 - Et d'ouverture sur les autres civilisations
- **Offrir aux étrangers des produits touristiques authentiques propre à la Tunisie.**





Stratégie de Communication

- Maîtrise d'œuvre :
 - La Société Civile (catalyseur)
- Cibles :
 1. Le Tunisien
 2. La société civile
 3. Les opérateurs
 4. L'Administration
- Plan de communication
- Produits :
 - Circuits à Thème



العمل التشاركي
دعم
للتنمية المستدامة

www.tunisiaforall.org

Le Maître d'ouvrage

- Commission Culture – Tourisme – Environnement
- **Limite du Tourisme de masse (balnéaire)**
- Mise en œuvre d'autres tourisms
 - Culturel
 - Ecologique
 - Géo
 - Sportif
 - Thématique, etc.
- **Rentable et Répondant à l'attente du citoyen**



Le Maître d'ouvrage (Obstacles)

- Professionnels du tourisme « trop frileux »
- Sites importants inconnus du public
- Sites non mis en valeur
- Sites en dégradation continue car non protégés



Le Maître d'ouvrage (Objectif)

- Sauvegarde des sites
- Elaboration de circuits
 - Ciblant une région
 - A thème
- Sensibilisation des autochtones à l'importance de la mise en place de petites structures d'accueil



Inventorier - Etudier - Informer





Cible 1 : Le Tunisien

- Sensibiliser le citoyen :
 - Connaître sa localité afin qu'il se réapproprie son histoire et retrouve la fierté de son appartenance à sa terre.
 - Connaître les différentes facettes de sa patrie afin de l'inciter à la découvrir et à enrichir sa propre histoire et élargir ses frontières.
 - Connaître les nouvelles opportunités économiques qu'offre l'exploitation des richesses de sa région.

Prise de conscience → nouvelle mentalité





Cible 2 : La société civile

- Quelques milliers d'associations locales en panne d'idées concrètes de projet de développement.
- Idées de projet :
 - Faire connaître les richesses de leur région aux autochtones.
 - Disposer d'arguments pour impliquer la population pour la sauvegarde de leur richesse (sites, traditions etc.)
 - Inciter les jeunes à entreprendre de microprojets rentables.

Vecteur d'amplification et de pérennisation





Cible 3 : Les opérateurs

- Agences de voyages, TO, Hôtels . . Cherchent des produits rentables et ne posant pas de problèmes.
- Nous essayons de leur offrir des Produits :
 - De qualité
 - Eprouvés
 - Exploitablement directement
- Mutation dans la relation B to C, émergence de nouveaux métiers s'appuyant sur les TIC...

• • • • • • • • • •



Cible 4 : L'Administration

- On continuera à frapper à la porte de l'Administration pour :
 - Améliorer l'infrastructure de base et les services sociaux.
 - Mettre en place des mécanismes de soutien aux initiatives de mise en valeur du patrimoine tunisien.
 - Former et encadrer les intervenants (guides-conférencier, moniteurs, etc.)
 - adoption et Application de règles régissant ces nouvelles activités (qualité, sécurité).
 - Mise en place des mécanismes d'information sur les richesses existantes.





Plan de Communication

Actions	Description	Cible
Création des Bases de données	Création de listes exhaustives	•2: Société civile •3: Opérateurs
E-mailing	Envois réguliers de Newsletters	•2: Société civile •3: Opérateurs
Relation Presse	Diffusion de communiqué de Presse dans les médias de Masse et les médias régionaux pour atteindre la cible	•1: Tunisiens
Marketing Direct	Création de journées spéciales, animations de stand, organisation de conférences pour attirer les cibles	1: Tunisiens 2: Société civile
Marketing Direct IT	Lancement d'un site web dédié et d'applications téléchargeables (informations de service instantanées) utilisant les dernières technologies - GPS - Réalité augmentée etc.	Toutes



Un circuit à thème : exemple

Influence de la culture andalouse ou morisque:

- Urbanisme.
- Architecture.
- Matériaux de construction : carreaux de faïence, poterie et tuile verte, etc.
- Techniques de construction.
- Textile : tissage de la soie, fabrication de la chéchia, etc.
- Agriculture.
- Philosophie et sciences.
- Arts : musique, culinaire, etc. .



Un circuit à thème: exemple





Produit type : Un circuit à thème

- **Définir le thème**
- **Faire l'étude Exhaustive :**
 - Sites et monuments
 - Patrimoine culinaire et vestimentaire
 - Traditions
 - Les apports culturels et techniques
- **Concevoir un produit complet**
 - Contenu
 - Logistique





Un circuit à thème

Préalables

- Implication des associations locales pour Informer et sensibiliser
- Identifier des volontaires pour les initier au métier de guide du site
- Identifier les fournisseurs de produits de l'artisanat ou du terroir
- Journée, Week-end ou long weekend

• • • • • • • • • •



Un circuit à thème

Mise en Œuvre

- **Conférence de présentation**
- **Dépliant à remettre aux participants**
- **Encadrement lors de la sortie**
- **Nourriture en rapport avec le thème ou la région**
- Nb : 1 & 2 téléchargeables

• • • • • • • • • •



Le Projet Tourisme pour Tous

La commission « culture – tourisme – environnement »
a décidée de confier la mise en œuvre de ce volet à
une structure de projet :

« Tourisme pour Tous ».

Plus d'efficacité dans la conception et la mise en
œuvre.

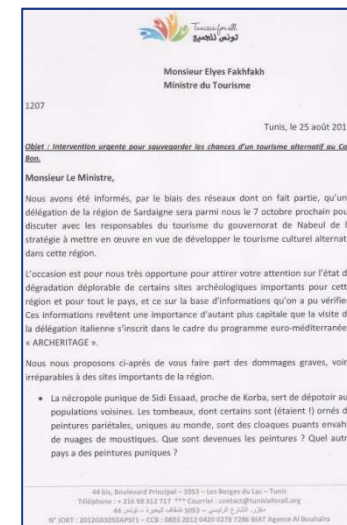
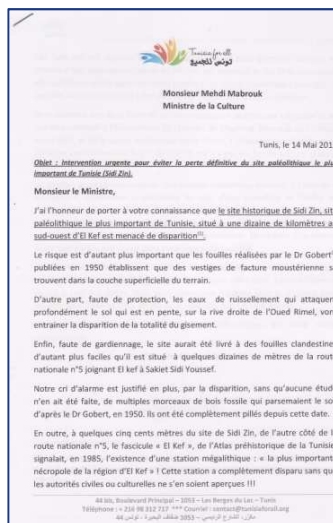
- Conception par circuit
- Test et validation du circuit
- Mise œuvre du circuit

• • • • • • • • • •



Le Projet Tourisme pour Tous

- Sauvegarde des sites :
 - Sidi Zin
 - Couche K/T El Haria
 - Sites du circuit écologique du Cap Bon





Le Projet Tourisme pour Tous

- **Les circuits**

- La route de l'ouest, de l'eau, des orchidées, sur les pas de Scipion
- Le circuit des sites préhistoriques, Le circuit des Mégalithes
- Les sites berbéro-romains, andalous (Kalaat Al Andlous, Medjez El Bab, Ghar El Melh, Testour, Zaghouan..).
- Le tour du Haut Tell grenier de Rome
- La spéléologie à Zaghouan
- La faune et la flore du Cap Bon
- etc .





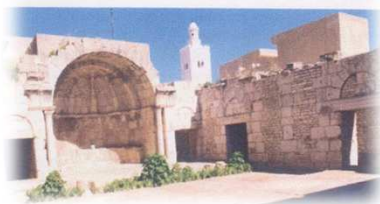
Le Projet Tourisme pour Tous



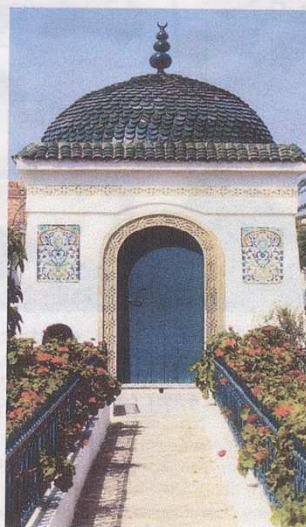
EL KEF
CIRTA
SICCA VENERIA



ANTIQUE CAPITALE NUMIDE



NABEUL - NEAPOLIS



LABEURS, COULEURS,
SENTEURS & SAVEURS
DU CAP BON



ELLÈS



LES RALLYES
DES
MÉGALITHES





Le Projet Tourisme pour Tous

- **2013 : Préparation et test**
- **2014 : Mise en œuvre :**
 - 12 circuits (1/mois)
 - Démarrage des actions définies dans la stratégie de communication points
 - Conception et démarrage d'un programme de eLearning destiné au « guides de site ».





Conclusion

- Nécessité socio-économique de mettre en place une filière « tourisme alternatifs » pour initier un autre développement régional basé sur une utilisation optimale du patrimoine local et des richesses naturelles, améliorer l'offre des structures d'hébergement régionales existantes et à créer.
- Mettre un terme la fluctuation saisonnière due à un positionnement 'mono-produit' (chômage partiel).

**Le tourisme intégral au service
du développement régional.**





Conclusion

- **Retrouver origines et authenticité**
- **Permettra aux tunisiens de retrouver et de vivre leur vraie identité :**
 - **Multiculturelle**
 - **Tolérante**
 - **Et d'ouverture sur les autres civilisations.**
- **Et de répondre aux exigences de la révolution**
 - **Travail (une filière d'avenir, peu d'exode)**
 - **Liberté (se défaire des chaînes de l'ignorance)**
 - **Dignité (identité retrouvée)**

• • • • • • • • • •



Conclusion

Un esprit d'équipe partageant les mêmes valeurs de liberté, de justice, d'égalité et de défense des droits de l'homme au niveau politique, économique et social, et de protection de sa dignité dans une société cohésive et solidaire, qui croit au dialogue et à la coexistence pacifique et renonce à la violence et l'extrémisme.





Merci pour votre attention

