

# Tourisme

Préface : Jean-Pierre POUILLAIN

Introduction : Habib KAZDAGHIB, Colette ZYNICKI, Driss BOUMEGGOUTI, Alai VALERO

## Aux origines du tourisme au Maghreb

Abdelhamid L'ARGUECHE - De la *Spahia* mystique à la *Spahia* touristique : itinéraires, des motifs et des formes

Arnaud BERTHONNET - Le tourisme en Algérie (de 1850 aux années 1940) : une histoire à partir de Claire HANES - L'administration du protectorat face au tourisme en Tunisie

Driss BOUMEGGOUTI et Alai VALERO - Les pratiques touristiques françaises et espagnoles au Maroc sous le protectorat

Lezzad DANDANI - Les Origines du tourisme automobile dans la Tunisie coloniale (de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle au milieu du XX<sup>e</sup> siècle)

## Images et imaginaires touristiques coloniaux

Colette ZYNICKI - L'invention des sites touristiques dans la Tunisie pré-coloniale et coloniale

Jacques ALEXANDROPOULOS - Tourisme et antiquités chez Camille Mulsant : les voyages touristiques de la Tunisie

Genevieve GUIRON - Archéologie et tourisme : visiter les ruines de l'Ancien Régime à Carthage

Khaloua BENZARTI - Une des sources de la littérature touristique : Les notices des itinéraires de voyageurs dans la Tunisie coloniale (fin XIX<sup>e</sup> siècle - début XX<sup>e</sup> siècle)

Serges LABARBERA - Tunisie, entre l'histoire et le présent : représentations métropolitaines de la Tunisie à travers le développement du tourisme de 1930 à 1950

Genevieve GOUSSAUD - Les premiers touristes en Tunisie (1881-1931) : itinéraires, voyages, guides touristiques et itinéraires

Habib KAZDAGHIB - L'exploration touristique de la Tunisie au début de l'établissement du protectorat français

## Quelques formes du tourisme post-colonial au Maghreb

Rafael CALITO - Tourisme et syndicalisme : les syndicates d'ouvriers du tourisme et les pratiques locales et circulation de représentations à l'échelle nationale

Chantal BODES-BENAYOUN - Tourisme et imaginaires du retour dans la Tunisie post-coloniale

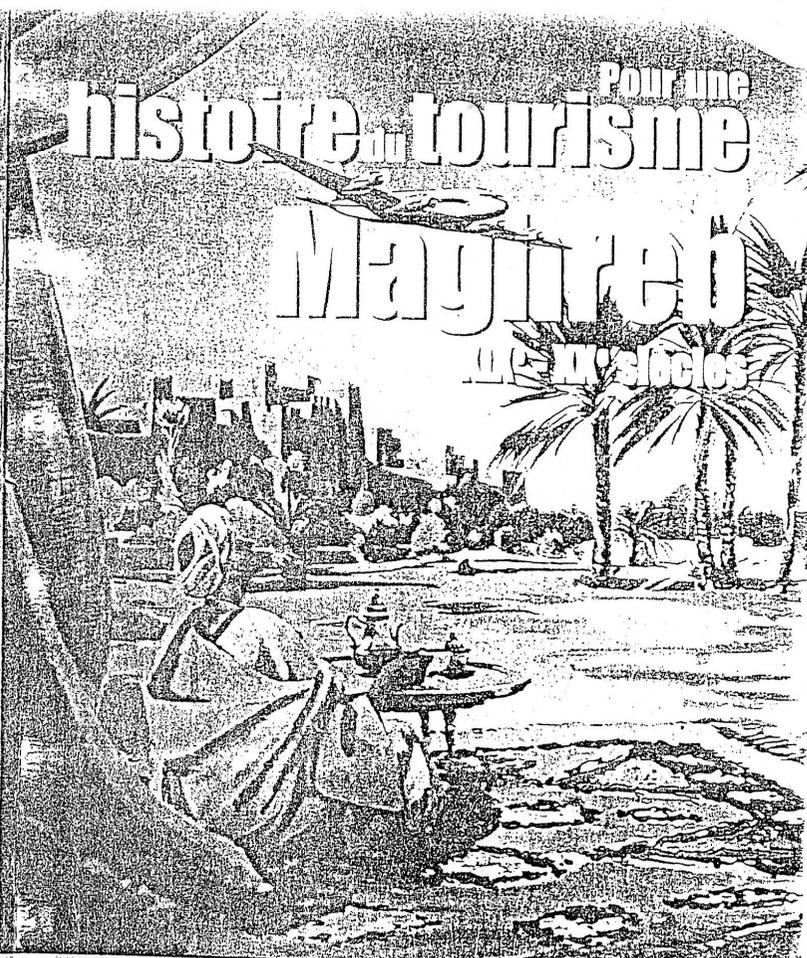
Abdellah GABSI - Le développement du tourisme contemporain au Maghreb : l'exemple de la Tunisie, pays de la Méditerranée

Illustration : Mohamed El Ghannouchi

# Pour une histoire du tourisme

# Maghreb

des XIX<sup>e</sup> siècles



Pour une histoire du tourisme au Maghreb / Pour une histoire

NUMÉRO 15

NUMÉRO 15

# Tourisme

## TOURISME

Revue fondée en 1982 par Jean FROIDURE.  
Doyen Honoraire de la Faculté de Langues de  
l'Université de Toulouse Le Mirail

Directeur : Jean-Pierre POULAIN

Directeurs honoraires : Jean FROIDURE, Jean LOZES, Aimé MUCCI et Gilbert MOREAU

Directeurs scientifiques : Jean FROIDURE et François VELLAS

Coordinateurs : Driss BOUMEGGOUTI et Laurence TIBERE

### Comité de Rédaction et de Lecture :

Gilles ALLAIRE (INRA Toulouse), Michel Balfet (Université Toulouse II), Serge BELLUZZO (Université Toulouse I), Jacinthe BESSIERE (Université Toulouse II), Driss BOUMEGGOUTI (Université Toulouse II), Georges CAZES (Université Paris I), Jesus CONTRERAS (Université de Barcelona, Espagne), Jean Pierre CORBEAU (Université de Tours), Bruno CLAVERIE (Université Toulouse II), Jean FROIDURE (Université Toulouse II), Guy FONTAINE (Université de la Réunion), Pierre FRUSTIER (Université de Nantes), Mimoun HILLALI (ISITT Tanger, Maroc), Louis JOLIN (Université du Québec, Montréal, Canada), André LAFFORGUE (Université Toulouse II), Noël LE SCOUARNEC (Direction du Tourisme), Jean LOZES (Université Toulouse II), Siobhan LYNCH (Bord Failte, Dublin Irlande), Aimé MUCCI (Université Toulouse I), Gilbert MOREAU (Université Toulouse II), Nair VIKNESWARAN (Taylor's College, Malaisie), Rossana PACHECO PROENCA (Université Fédérale de Santa Catarina, Brésil), Sandro PEZZOLI (Université de Florence, Italie), Jean-Pierre POULAIN (Université Toulouse II), Remy RAFFI (Université Toulouse II), Carlos SANTOS (Université de Madère, Portugal), Alet VALERO (Université Toulouse II), François VELLAS (Université Toulouse I).

### Correspondants à l'étranger :

Brésil : José Humberto VIANA LIMA (Université Fédérale de Juiz de Fora), Canada : Louis JOLIN (UQAM), Espagne : Jesus CONTRERAS (Université de Barcelona), Malaisie : Punar PRADEEP NAIR (Taylor's College), Maroc : Mimoun HILLALI (ISITT Tanger), Pologne : Kristo SIKORA (Académie Poméranienne de Tourisme de Bydgoszcz), Norvège : Virginie AMILIEN (National Institute for Consumer Research, Oslo), Vietnam : VO SANG Xuan Lan (Université Van Lang).

### Correspondance

Revue Tourisme

ERITA Pavillon de la Recherche

5, allées Antonio Machado - Université de Toulouse le Mirail  
31058 Toulouse cedex 9

Tél. : 05 61 50 35 54 / Fax : 05 61 50 38 81

Mail : [erita@univ-tlse2.fr](mailto:erita@univ-tlse2.fr)

## SOMMAIRE

<b>Préface</b> : Jean-Pierre POULAIN.....	7
<b>Introduction</b> : Habib KAZDAGHLI, Alet VALERO, Colette ZYTNIICKI et Driss BOUMEGGOUTI.....	9
<b>Aux origines du tourisme au Maghreb</b>	
Abdelhamid LARGUECHE : De la Siyaha mystique à la Siyaha touristique. Itinéraires des mots et des formes .....	17
Arnaud BERTHONNET : Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940) : une histoire à écrire .....	21
Claire LLANES : L'administration du protectorat face au tourisme en Tunisie .....	41
Driss BOUMEGGOUTI et Alet VALERO : Les stratégies touristiques françaises et espagnoles au Maroc sous le protectorat .....	49
Lassaâd DANDANI : Les origines du tourisme automobile dans la Tunisie coloniale (de la fin du XIX <sup>ème</sup> siècle au milieu du XX <sup>ème</sup> siècle) .....	75
<b>Images et imaginaires touristiques coloniaux</b>	
Colette ZYTNIICKI : L'invention des sites touristiques dans la Tunisie pré-coloniale et coloniale .....	87
Jacques ALEXANDROPOULOS : Tourisme et antiquité chez Camille Maclair : les douces beautés de la Tunisie .....	99
Clémentine GUTRON : Archéologie et tourisme : visiter les ruines de Tunisie avec le Docteur Carton .....	111
Khaoula BENZARTI : Une des sources de la littérature touristique : les notices des officiers des bureaux arabes dans la Tunisie coloniale (Fin XIX <sup>ème</sup> siècle, début XX <sup>ème</sup> siècle) .....	123
Serge LA BARBERA : Tunisie utile / Tunisie d'agrément : représentations métropolitaines de la Tunisie à travers le développement du tourisme de 1930 à 1950.....	129

**Geneviève GOUSSAUD-FALGAS** : Les premiers touristes en Tunisie (1881-1931). Récits de voyages, guides touristiques et mémoires privés .....141

**Habib KAZDAGHLI** : L'exploration touristique de la Tunisie au début de l'établissement du protectorat français .....153

*Quelques formes du tourisme post-colonial au Maghreb*

**Barbara CAPUTO** : Pour un tourisme des hybridations culturelles. Le loisir à Sidi Bou Sa'ïd entre pratiques locales et circulation de représentations à l'échelle globale .....163

**Chantal BORDES-BENAYOUN** : Tourisme et imaginaire du retour dans la diaspora judéo-marocaine .....175

**Abdallah GABSI** : Le développement du tourisme contemporain au Maghreb. L'exemple de la Tunisie, cœur de la Méditerranée .....187

Evasion



OFFICE NATIONAL ISRAËLIEN DE TOURISME

Retour

Préparez votre voyage

Découvrez Israël

Promos pour sélections

Conventions congrès

Manifestations culturelles

Lieux

Événements

Les offices de tourisme israéliens dans le monde

Choisir le pays -

Accès réservés

Agences de voyages

Tours épiques

Presse

Info

Le climat

Quelques mots d'Israël

Votre voyage vers Israël

Se déplacer en Israël

Formalités vaccinales

Passage aux frontières

Haut

**Promotions voyages, notre sélection**

**» Votre choix :**

**FORFAIT BABA SALE**  
 Destination : NETANYA  
 Ville de départ : Paris  
 Formule : Vols + séjours  
 Hébergement : hôtel 3 étoiles : RESIDENCE  
 Offre valable : du 29/01/2006 au 05/02/2006  
 Prix : 560 € H.T.  
 Thème : PELERINAGE

Le forfait comprend :

- prix par personne chambre double
- en 1/2 pension
- le vol A/R
- l'hébergement
- les transferts

Commentaire  
 FORFAIT BABA SALE  
 VOL + HOTEL RESIDENCE EN DEMI PENSION + TRANSFERTS  
 PELERINAGE BABA SALE ET NETIVOT  
 PELERINAGE DES TSADIKIM  
 AUTRE HOTEL NOUS CONSULTER

**AMITOURS VOYAGES**      Tél. : 0148010123  
 21 RUE BERGERE      Fax : 0142461895  
 75009 PARIS

Site web : [AMITOURS.VOYAGES.COM](http://AMITOURS.VOYAGES.COM)      Contact : [INFOS@AMITOURS.VOYAGES.COM](mailto:INFOS@AMITOURS.VOYAGES.COM)

**» Retour à votre sélection**

**» Effectuer une autre recherche**

Le voyageur est le seul responsable de la mise à jour des produits sur le site.  
 En aucun cas, l'Office National Israélien de Tourisme ne pourra être tenu responsable d'un outil, d'une offre non valide ou d'une erreur quelconque.

## LE DEVELOPPEMENT DU TOURISME CONTEMPORAIN AU MAGHREB

*L'exemple de la Tunisie, cœur de la Méditerranée.*

Abdallah GABSI

Université de Toulouse le Mirail

*« Là où la culture et la paix se retrouvent, là où l'intelligence et la modernité s'allient au respect des peuples, le commerce et les échanges se multiplient et les richesses affluent. Un tourisme soucieux des hommes et de leur milieu y contribue, plus encore dans l'espace lumineux de la Méditerranée. Le miracle touristique méditerranéen se poursuit ».*

Conférence euro-méditerranéenne sur le tourisme et le développement durable

Hyères-Les-Palmier.

21-22-23 septembre 1993.

L'époque où le tourisme existait en tant qu'activité marginale est tout à fait révolue. Il est aujourd'hui, pour diverses raisons, non seulement sorti de la marginalité mais il est également devenu une véritable industrie dont la place de choix ne fait que se confirmer à travers tous les indicateurs, quantitatifs et qualitatifs, actuels ou prévisionnels. Le tourisme constitue donc de nos jours un phénomène économique et social d'une très grande importance, sur tous les plans, qu'ils soient social, culturel, environnemental, éducatif et surtout économique.

Le tourisme se présente-t-il réellement toutefois comme l'industrie de l'avenir ? Il semblerait que ce soit le cas : l'activité liée au tourisme et aux voyages se place en effet au premier rang des activités internationales. D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), elle a généré pour l'année 2002<sup>1</sup> 463 milliards de dollars US de recettes (contre 321 en 1993), soit une

<sup>1</sup> En 1997 les recettes en devises étaient de 443 225 milliards de dollars US (contre 321 032 en 1993) soit une augmentation de 38 %. Le nombre de touristes reçus en 1997 était de 612 millions (contre 518 millions en 1993) soit une augmentation de 18 %. Ces chiffres n'ont fait qu'augmenter au fil du temps. Le secteur touristique continue sa croissance. Les prévisions demeurent optimistes : le nombre de voyageurs internationaux dépassera un milliard en 2010.

augmentation de 45 % et 693 millions arrivées touristiques (contre 518 millions en 1993), soit une augmentation de 34 %. Ces chiffres seront revus à la hausse compte tenu des prévisions optimistes : le nombre de voyageurs internationaux dépassera un milliard en 2010, le double de celui de 1993.

Cette activité gagne de plus en plus de poids dans l'économie des pays qui l'ont choisi et par voie de conséquence dans l'économie mondiale, dès lors que des pays qui ont toujours éprouvé une réticence au tourisme (l'Algérie, Cuba, Libye, etc.) se lancent à leur tour dans cette activité. La constatation de l'importance du tourisme ne fait que se généraliser. Aussi, lisons-nous dans la déclaration de Manille sur le tourisme international : « *Le tourisme s'entend comme activité essentielle à la vie des nations, en raison de ses effets directs sur les secteurs sociaux, culturels, éducatifs et économiques des sociétés nationales et sur leurs relations internationales partout dans le monde* ».

C'est dans ce contexte que l'on peut replacer l'exemple tunisien. Depuis des décennies en effet, la Tunisie a fait le choix de développer le tourisme ; elle participe à sa manière à l'essor du tourisme international. Reste à savoir selon quelles modalités et au terme de quelles politiques dépendant en grande partie des décisions étatiques.

**1. Le tourisme : activité méditerranéenne, activité mondialisée.**

Les pays méditerranéens ayant opté pour le développement<sup>2</sup> de cette activité, et parmi eux la Tunisie, enregistrent une amélioration croissante du chiffre d'affaires et des entrées en devises générées par le tourisme. Avec 34 % des flux du tourisme mondial et plus de 250 millions de visiteurs nationaux et internationaux, le bassin méditerranéen dispose à l'évidence d'un capital touristique considérable et constitue la première région touristique mondiale. Créant déjà un peu plus du dixième des emplois dans le monde, le tourisme deviendra, par les échanges économiques qu'il suscite entre les nations, une des industries dominantes des prochaines décennies. Dans le bassin méditerranéen, il est donc considéré comme l'un des secteurs économiques les plus dynamiques et demeure sans doute la plus importante activité en termes de chiffres d'affaires et de nombre d'emplois. Il constitue un des facteurs principaux du développement socio-économique sur les deux rives de la Méditerranée produisant environ 8 % du PNB des pays de la zone et 79 milliards de dollars US de recettes en 1995 (source OMT). Néanmoins, du fait de la mondialisation des marchés et face à la concurrence de certaines destinations émergentes, pour conserver leur première place dans le domaine du tourisme, les États de la Méditerranée sont appelés à multiplier les efforts de coopération multilatérale.

<sup>2</sup> Aventure Jacques, *Introduction au développement économique*, Paris, P.U.F., 1997.

TABLEAU N° 1 : POIDS ET PERSPECTIVES DE LA PREMIERE INDUSTRIE MONDIALE : LE TOURISME

INDICATEURS	TUNISIE	EUROPE	ETATS-UNIS	CHINE	VIETNAM	CUBA	ILE MAURICE	MONDE
Nombre de Touristes	5 millions	403 MILLIONS 89 % sont originaires d'Europe	50,9 Millions (Clientèle de proximité) + 50 % viennent du Canada et du Mexique	31,2 Millions	2,33 Millions 27 % de Chine	1 774 000	660 318	693 Millions
Estimation 2002	Moins 25 à 30 %	+ 1 ou 2 %	+ 0,4			Moins 5 %	680 000	+ 3 à 4 %
Emploi direct	85 000	20 millions	7,8 millions	33,5 millions		100 000	19 9444	207 millions
Tourisme x 100 PIB	7 %	7 %	5,1 %	2,4 %	2,2 %	4,7 %	13 %	8 % de la population active mondiale 10 %

Source : Office Mondial du Tourisme et Figaro Economie du mardi 27 août 2002, p 30.

**2. La Tunisie à la recherche de sa voie économique et sociale : les raisons du choix du tourisme.**

La Tunisie, le plus petit des pays du Maghreb<sup>3</sup>, près de 10 millions d'habitants, a connu, en l'espace de quelques années, un essor remarquable de l'activité touristique, un secteur récent dans l'économie nationale.

Développer ou non le tourisme est une décision éminemment politique. Un petit nombre des pays ayant peu ou pas de problèmes de devises (pays pétroliers) ont misé sur le développement de l'industrie en rejetant tout à fait le tourisme (secteur non prioritaire) : le développement issu de tourisme était considéré comme "fictif". D'autres, qui définissent et amorcent une politique de développement industriel et/ou agricole, ont adopté le tourisme comme simple moyen d'importation des devises nécessaires à l'équilibre de la balance des paiements : le tourisme est considéré alors comme secteur "d'appoint"<sup>4</sup>. Enfin, d'autres encore ont fait du tourisme le facteur fondamental du développement de l'économie nationale<sup>5</sup>.

La Tunisie a privilégié deux de ces choix qui se traduisent dans les grandes orientations de sa politique économique. Un bref historique des politiques successives qui ont orienté le développement du secteur, replacé dans le contexte économique général, nous paraît indispensable pour comprendre l'évolution récente du tourisme dans le pays.

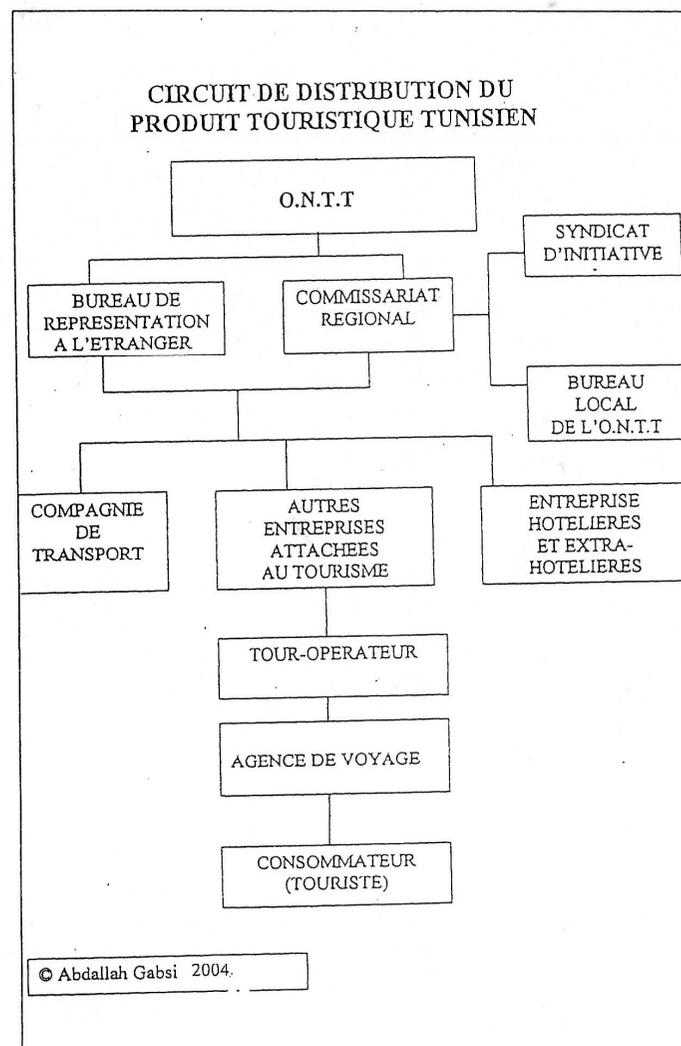
Dès la fin des années cinquante et le début des années soixante, on a vu naître l'idée d'une "politique touristique". Nous avons retenu l'année 1962 comme le point de départ de cette politique même si la mise en place des premiers instruments de cette politique remonte à 1959. C'est à cette date que l'on a créé Société Hôtelière Touristique de Tunisie - S.H.T.T et l'Office National Touristique de Tunisie - O.N.T.T. Il ne faut toutefois pas oublier que le tourisme existait déjà à l'époque protectorale mais à une plus petite échelle. On a misé prioritairement sur la coopération agricole et le tourisme étant conçu, quant à lui, comme un moyen secondaire d'apport en devises étrangères indispensables à l'équilibre de la balance des paiements.

<sup>3</sup> On lit dans « Les Clés de l'Actualité n°53, 1992, p. 3 « Les destinations africaines sont sinistrées. Selon l'Organisation mondiale du tourisme, l'Afrique n'a représenté en 1992 que 2 % des recettes du tourisme international. Dans ce petit pourcentage, les pays du Maghreb se taillent la part du lion avec 1,2 % de ces recettes. Les voyageurs français spécialisés dans le séjour en Afrique (Africator) estimaient que la région la plus fréquentée par les touristes est le Sénégal ».

<sup>4</sup> Parmi ces pays nous pouvons citer l'Algérie, la Libye, Cuba...

<sup>5</sup> La Tunisie dans la phase de lancement.

<sup>6</sup> La Tunisie juste après l'échec enregistré pour le système coopératif relevant de la politique de Ahmed Ben Salah.



En fait, les réalisations ont largement dépassé les prévisions. En 1970, cette constatation amène le successeur de Ahmed BEN SALAH, Hédi NOUIRA, partisan du capitalisme libéral, à opter pour une nouvelle politique faisant du tourisme le secteur privilégié de l'économie tunisienne. Les firmes étrangères à la recherche du plus grand profit se sont alors intéressées principalement à deux secteurs : le tourisme et le pétrole (que l'on retrouve au sud du pays et tout précisément à El-Borma. Le premier se caractérise par une rentabilité à court terme : le délai de récupération du capital qui varie d'une alternative à une autre demeure généralement inférieur à dix ans. Certains hôteliers (principalement Tunisiens) se sont très rapidement trouvés propriétaires de plusieurs établissements répartis dans les principales zones touristiques. Les perspectives de substantielles rentrées de devises, destinées à stimuler l'activité d'autres secteurs et d'autres régions dépourvues de potentialités touristiques et pétrolières, ont justifié la priorité qu'on a accordé à ces deux secteurs.

L'assimilation du tourisme à une industrie explique l'importance que les pouvoirs publics tunisiens lui ont accordée. Ils ont en effet pensé que le développement d'une véritable industrie touristique en Tunisie favoriserait l'insertion du pays au sein des nations industrialisées. Le tourisme de séjour, prépondérant parmi les formes touristiques recensées (tourisme de séjour sportif ou spécialisé, itinérant, linguistique, religieux,...) est alors localisé sur le littoral, là où la majorité de l'infrastructure a été mise en place. La concentration des activités dans des zones privilégiées définies en 1966 par le Commissariat Général au Tourisme et au Thermalisme (Hammamet - Nabeul, Sousse - Monastir, Djerba - Zarzis, Tunis - Banlieue, Bizerte - Tabarka et Gafsa - Tozeur) a entraîné des inégalités entre ces régions et le reste du territoire. Aussi, dans le cadre des politiques de développement et de croissance, s'est-on attaché à rétablir un certain équilibre intersectoriel et interrégional.

L'entrée en compétition avec d'autres pays riverains de la Méditerranée à tradition touristique beaucoup plus ancienne (Italie, Grèce, Espagne...) a poussé la Tunisie à définir sa propre stratégie, de manière à trouver sa place parmi les nations concernées par cette activité. Pour ce faire, l'État a tout d'abord créé, dans le courant de 1959, deux organismes publics :

- l'Office National du Tourisme tunisien (O.N.T.T.) : il s'agit d'un organisme étatique dont le rôle est de participer activement au développement de ce secteur. Ayant un caractère commercial et industriel et demeurant financièrement autonome, l'O.N.T.T. permet à l'État d'exercer concrètement son contrôle dans ce secteur. Il dépend du Ministère de l'Économie Nationale. Ses attributions sont diverses et visent à doter le secteur touristique de potentialités susceptibles d'assurer sa croissance et son développement : l'O.N.T.T. joue par exemple un rôle important dans la réalisation des travaux d'infrastructures (routes, aérodromes, ports, télécommunications, adductions d'eau, électricité...).

- La Société Hôtelière Touristique Tunisienne (S.H.T.T.) : l'État, qui s'est fait alors investisseur et producteur a créé les premières unités hôtelières pour

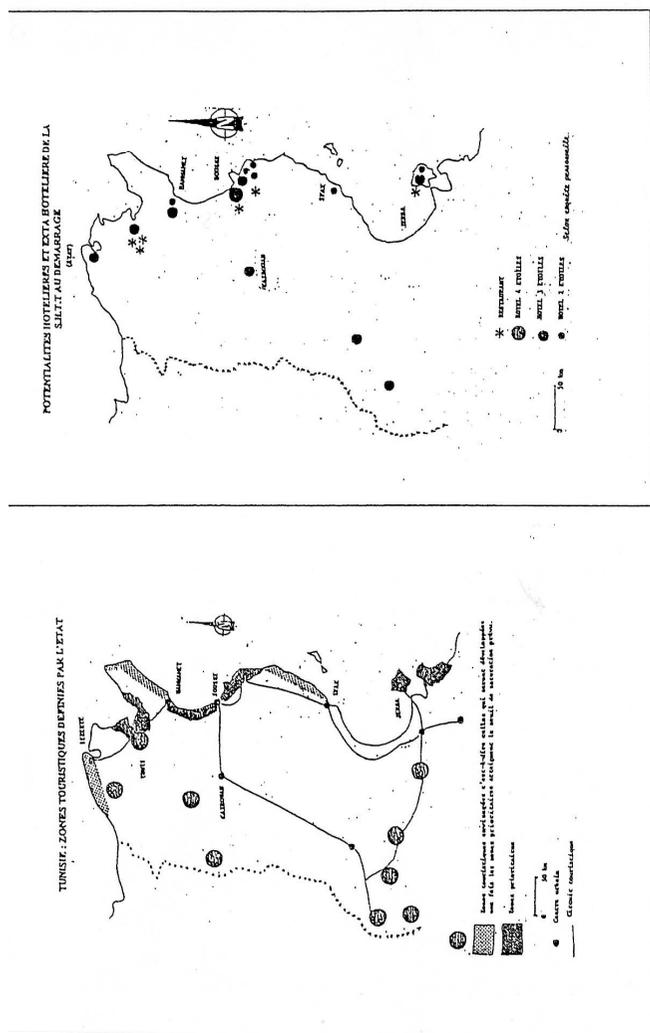
attirer les investisseurs privés en leur montrant les différentes possibilités d'exploitation dans un secteur jusqu'ici largement sous-exploité. Il s'agit donc d'une société para-étatique constituant un véritable organe d'application de la politique gouvernementale dans le domaine du développement hôtelier. Son rôle est majeur, notamment en ce qui concerne :

- la construction mais aussi la gestion d'un certain nombre de centres d'hébergement (hôtels, villages de vacances...) dans les principales zones touristiques;

- l'aide aux promoteurs appartenant au secteur privé lors de la prospection et de l'acquisition du matériel nécessaire à l'équipement de leurs établissements. Cette société peut aussi apporter éventuellement son assistance en matière de gestion pour les unités nouvellement créées et son soutien à celles qui se trouvent en phase de croissance ou de maturité.

- la stimulation des investisseurs en leur démontrant les dispositions du pays en matière de tourisme. Outre ces différentes démarches effectuées par la S.H.T.T., représentant l'État, l'intervention et l'aide de ce dernier peut se matérialiser par la prise en charge d'une partie plus ou moins importante des investissements (infrastructures spécifiques au tourisme par exemple) et par l'action de crédits à taux d'intérêt réduit...

Pour la période quadriennale 1977-1981, ces deux organismes entrent respectivement pour 80 % et 20 % de l'ensemble des investissements réalisés par les entreprises publiques. Il est à noter que les investissements des entreprises d'État représentent 13 % des investissements totaux de la branche tourisme. Pour faciliter le financement des unités touristiques, l'État tunisien, par un accord avec la Société Financière Internationale (S.F.I.), filiale de la Banque Internationale de Reconstruction et de Développement (B.I.R.D.), a soutenu en 1969 la création de la Compagnie Financière et Touristique (COFITOUR) devenue par la suite la COFIT. Elle a fini par disparaître à la suite d'une opération d'absorption.



### 3. L'évolution de la politique touristique et de ses résultats : La recherche de la diversification.

L'analyse de cette évolution passera par le calcul des investissements annuels que l'on déduit des investissements cumulés se rapportant aux différentes périodes qui se sont succédé depuis l'indépendance, périodes caractérisées par des politiques distinctes. Auparavant, il convient de rappeler le bilan des potentialités touristiques (capacité d'accueil), dont disposait la Tunisie avant l'amorce de l'activité touristique.

*Situation en 1963 : le tourisme traditionnel.*

Au début de 1962, période où aucune politique économique n'avait été encore définie en matière touristique, les hôtels comportant en moyenne 27 chambres se situaient dans la métropole et dans les grandes villes importantes comme Sousse, Sfax, Gabès, Bizerte, Gafsa, Nabeul et Hammamet... Au seuil de l'indépendance, le nombre de ces hôtels s'élevait à 96. Le départ des Français, après 1956, avait causé la réduction progressive de l'offre, par la disparition ou la transformation de ces centres d'hébergement à d'autres fins<sup>7</sup>. Au début de 1963, c'est-à-dire avant que le développement touristique ne soit amorcé, le nombre d'hôtels s'élevait à 74. Selon le secrétariat au Plan et à l'Économie générale, la répartition de ces hôtels, par catégorie, s'établissait ainsi :

TABLEAU N° 2 : STRUCTURE DES HOTELS EN 1963

	1 <sup>ère</sup> Catégorie	2 <sup>ème</sup> Catégorie	3 <sup>ème</sup> Catégorie	4 <sup>ème</sup> Catégorie	Total
Lits	1 257	1 072	1 067	685	4 077
Hôtels	12	15	22	25	74
Nombre moyen de lits par établissement.	104	71	48	27	55

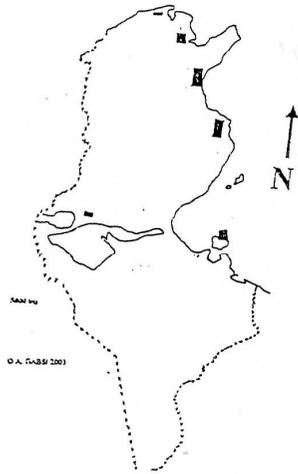
Source : Annuaire statistique du Secrétariat au plan et à l'économie générale. 1965.

Ce tableau reflète le degré de développement du tourisme à la période qui précède le véritable démarrage de ce secteur. Au début de 1963, les potentialités touristiques répondaient aux besoins de l'époque : 4 077 lits pour un pays de 5,9 millions d'habitants recevant un nombre considérable de visiteurs étrangers (coopérants, touristes, hommes d'affaires).

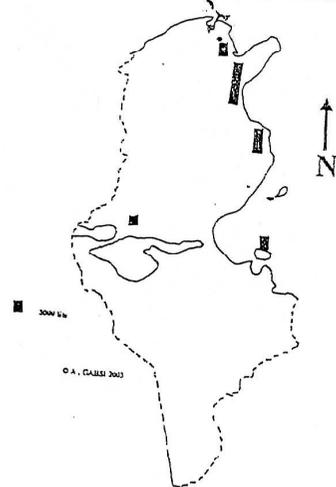
<sup>7</sup> L'hôtel de France d'Hammamet par exemple est devenu le siège de la Mairie.

HOTELS CONSTRUITS EN TUNISIE SELON LES PERIODES  
1962-1969, 1970-1979, 1980-1989 et 1990-2004

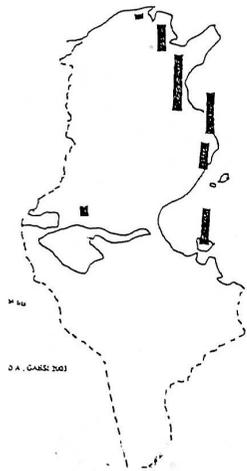
CAPACITE D'ACCUEIL EN LITS PAR REGION EN 1969



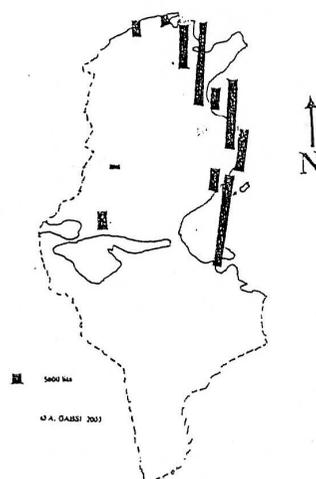
CAPACITE D'ACCUEIL EN LITS PAR REGION EN 1979



CAPACITE D'ACCUEIL EN LITS PAR REGION EN 1989



CAPACITE D'ACCUEIL EN LITS PAR REGION EN 2003



Présentation générale des quatre périodes allant de 1963 à nos jours

Après 1963, on peut découper l'évolution du tourisme en Tunisie en quatre périodes successives. De 1963 à 1969, Ahmed BEN SALAH s'efforça de développer le système coopératif où il intégrait le commerce et l'agriculture ; le tourisme relevait alors du système libéral. Les capitaux fuyant le collectivisme se sont donc orientés vers le secteur privé jugé plus prometteur et plus particulièrement, les activités hôtelières et extra-hôtelières. Mais c'est Hédi NOUIRA qui, à partir de 1970 et jusqu'en 1979, a fait du tourisme le pilier de l'économie tunisienne. Le libéralisme dans son sens strict est appliqué à tous les secteurs. La même voie est adoptée par ses successeurs (Mohamed M'ZALI-Rachid Sfar) pour la période 1980 à 1988 puis par Hamed El Karroui et Mohamed Ghannouchi pour la période qui va de 1989 à nos jours. Ce découpage chronologique permet une comparaison objective des situations<sup>8</sup>. En effet, les différentes politiques ont des objectifs communs, obtenus toutefois selon des modalités diverses :

- dynamiser l'activité économique dans son ensemble par les effets d'entraînement de cette activité sur les autres ;
- lutter contre le chômage par la création d'emplois directs et induits du tourisme ;
- favoriser l'équilibre intersectoriel et interrégional ;
- permettre à la Tunisie de se procurer les devises nécessaires au rééquilibrage de la balance des paiements ;
- réaliser une plus forte expansion de l'économie et une progression du niveau de vie de la population tout en maintenant la stabilité financière et contribuer ainsi au développement de l'économie nationale et internationale (le tourisme dynamise l'échange de la Tunisie avec le reste du monde).

Période 1963 – 1969 : la naissance du tourisme de masse.

Le développement du secteur touristique s'est tout d'abord appuyé sur la valorisation des ressources naturelles et l'exploitation des patrimoines tant historiques (musées nationaux comme celui du Bardo, le plus riche en mosaïques du monde entier) que géographique (des kilomètres de plages...). Ahmed BEN SALAH, instaurateur du système coopératif en Tunisie considérait le tourisme comme un moyen parmi d'autres de se procurer les devises nécessaires à la réduction du déficit de la balance des paiements. Dans ce système, le développement du secteur touristique devait se faire au moindre coût, en limitant

<sup>8</sup> Durant toute la période 1956 à nos jours, la Tunisie n'a connu que deux Présidents de la république : Habib Bourguiba de 1956 à 7 novembre 1987 et depuis Zine El Abidine Ben Ali.

### *L'exemple de la Tunisie, cœur de la Méditerranée*

Volume des importations spécifiques à ce secteur (matériel d'équipement et exploitation pour les différents départements hôteliers, comme par exemple le matériel de cuisine). On donnait ainsi la priorité aux produits nationaux, même si ceci n'offrait qu'un niveau réduit de confort. Les objectifs poursuivis étaient "faire tourner" les autres secteurs de l'économie et, en pratiquant des prix compétitifs à l'échelle du marché touristique international, de faire de la Tunisie, destination privilégiée des individus et des groupes attachant beaucoup plus d'importance à la modicité des prix qu'au confort. Ce moyen tendait à favoriser la déflation du tourisme et à stimuler son caractère de masse.

Par cette stratégie, ce système se proposait :

- d'accroître le nombre d'emplois qui est fonction du nombre de lits installés. Cet accroissement concerne le secteur touristique mais pas uniquement puisque à tout emploi dans le tourisme correspond un emploi indirect dans les autres secteurs ;
- d'augmenter le taux d'occupation en saison et hors saison ; autrement dit, de prolonger la durée d'utilisation de la capacité d'accueil ;
- de réduire le coût de création d'emploi par l'abaissement des coûts des investissements liés à l'utilisation des produits nationaux moins sophistiqués et moins chers, et par l'accroissement du nombre d'emplois créés et liés au grand nombre de touristes reçus ;
- d'augmenter la recette annuelle en devises par l'amplification du nombre d'entrées des touristes en Tunisie ; une fois sur place, le touriste est appelé à satisfaire des besoins suscités par l'environnement et le contexte ;
- de développer les secteurs liés au tourisme comme l'artisanat, la construction, l'agriculture, la pêche, etc..

*Période 1970 - 1979 : le tourisme, pilier de l'économie tunisienne.*

Hédi NOUIRA, qui déclarait en 1971 vouloir faire du tourisme « le pilier de l'économie tunisienne » se proposait, quant à lui, des objectifs comparables à ceux de son prédécesseur. Où résidait donc la différence d'intervention entre les deux responsables ?

Alors que le premier cherchait à donner la prépondérance au système coopératif, premier pas vers l'économie collectiviste qui s'est achevée en 1969 par un échec dont les causes sont multiples et sur lesquelles il n'y a pas lieu de revenir ici, le second optait pour le retour au capitalisme libéral. Si les objectifs étaient les mêmes, la différence porte sur les stratégies adoptées et notamment sur les moyens destinés aux réalisations envisagées. L'étude de l'évaluation des investissements annuels et des investissements moyens par établissement et par lit permettra de vérifier cette constatation.

Les investissements touristiques ont connu une évolution accélérée. Sur la période de quinze ans, allant de 1963 à 1977, l'investissement annuel est de

13 364 800 dinars. Pendant la phase de développement 1970-1979, l'hôtellerie tunisienne s'oriente vers un caractère plus luxueux et plus confortable où le coût moyen par établissement est de 1 264 000 dinars contre 689 000 dinars pour la période de Ben SALAH soit un accroissement de l'ordre de 83 %.

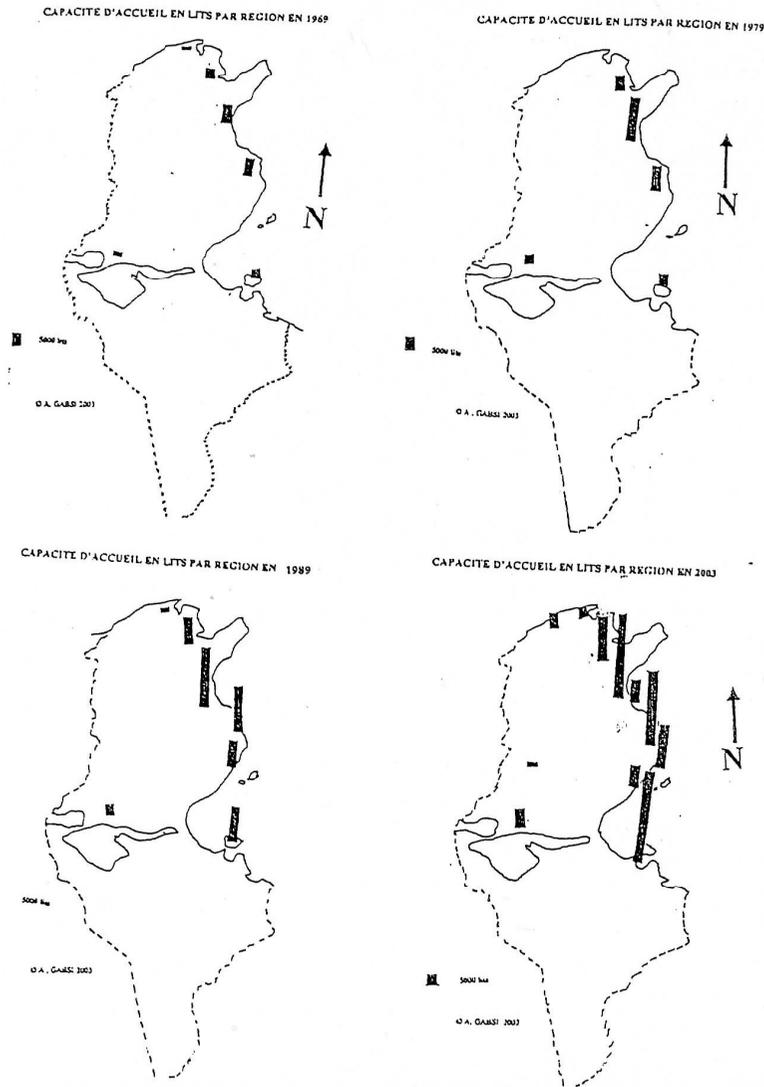
*Période 1980-1989 : la persistance pour le développement du tourisme.*

Durant cette période, le gouvernement fut dirigé par Mohamed MZALI, l'un des premiers ministres qui est resté le plus longtemps à ce poste. Un investissement d'une valeur de 621 781 000 dinars a été à l'origine de la création de 159 établissements contre 92 établissements pour la période précédente. L'intérêt pour le tourisme en tant que facteur de développement se confirme. Comme ses prédécesseurs, il a continué à faire du tourisme un secteur clé de l'économie tunisienne. Il a toujours rappelé, comme le faisait Hédi Nouira, son attachement au tourisme, considéré comme un véritable tremplin pour le développement global. La Tunisie qui dispose d'atouts dans le domaine (soleil, des kilomètres de plages, des potentialités historiques...) voulait suivre l'expérience de l'Espagne.

*Période 1990 A NOS JOURS : la mondialisation du tourisme.*

C'est au cours de cette période, considérée comme étant celle du boom touristique, que l'on assiste à la création du plus grand nombre d'établissements : 292 sur les 762 établissements inaugurés depuis 1962, soit près de 40 %. Le tourisme tunisien entre alors dans l'ère de la mondialisation. Depuis 1999, l'évolution est constatée tant sur le plan quantitatif que qualitatif. En 12 ans, on a réalisé 292 établissements contre 470 établissements en 28 ans. L'aspect qualitatif apparaît tant au niveau du coût moyen des établissements qu'à la nature des établissements nouvellement construits et des matériaux utilisés (marbre, bois rustique,...) importés pour une grande partie des pays réputés pour la qualité de leurs produits, notamment l'Italie pour le marbre. Hammamet, berceau et capitale du tourisme tunisien, constitue, pour nous, une véritable monographie, illustrant bien au niveau local, le développement des activités hôtelières et extra-hôtelières au niveau national. Le complexe touristique de Hammamet Sud est un exemple type de cette évolution qualitative et quantitative. Le caractère luxueux se manifeste aussi bien dans les établissements hôteliers qu'extra-hôteliers (boîtes de nuit, restaurants, bars, cafés...). En conséquence, le coût de création d'emplois n'a fait qu'augmenter. Des investissements lourds ont permis de valoriser l'environnement physique de la région d'Hammamet (espace d'eau, port de plaisance « Marina », espace vert, aménagement et propreté des plages). On a tenté d'éviter les erreurs commises auparavant dans la zone de Hammamet Nord où l'accès direct à la mer a été rendu difficile. C'est ainsi que les hôtels de Hammamet Sud, contrairement à ceux de Hammamet Nord, ne sont pas construits sur le front de mer. Un espace public a pu être préservé au profit de toutes les populations et non seulement des touristes. Pour préparer l'entrée de la Tunisie dans l'ère de la mondialisation, une mise à niveau des infrastructures et une privatisation des entreprises hôtelières ont été nécessaires pour faire face à la

HOTELS CONSTRUITS EN TUNISIE SELON LES PERIODES  
1962-1969, 1970-1979, 1980-1989 et 1990-2004



Présentation générale des quatre périodes allant de 1963 à nos jours

Après 1963, on peut découper l'évolution du tourisme en Tunisie en quatre périodes successives. De 1963 à 1969, Ahmed BEN SALAH s'efforça de développer le système coopératif où il intégrait le commerce et l'agriculture ; le tourisme relevait alors du système libéral. Les capitaux fuyant le collectivisme se sont donc orientés vers le secteur privé jugé plus prometteur et plus particulièrement, les activités hôtelières et extra-hôtelières. Mais c'est Hédi NOUIRA qui, à partir de 1970 et jusqu'en 1979, a fait du tourisme le pilier de l'économie tunisienne. Le libéralisme dans son sens strict est appliqué à tous les secteurs. La même voie est adoptée par ses successeurs (Mohamed M'ZALI-Rachid Sfar) pour la période 1980 à 1988 puis par Hamed El Karroui et Mohamed Ghannouchi pour la période qui va de 1989 à nos jours. Ce découpage chronologique permet une comparaison objective des situations<sup>8</sup>. En effet, les différentes politiques ont des objectifs communs, obtenus toutefois selon des modalités diverses:

- dynamiser l'activité économique dans son ensemble par les effets d'entraînement de cette activité sur les autres ;
- lutter contre le chômage par la création d'emplois directs et induits du tourisme ;
- favoriser l'équilibre intersectoriel et interrégional ;
- permettre à la Tunisie de se procurer les devises nécessaires au rééquilibrage de la balance des paiements ;
- réaliser une plus forte expansion de l'économie et une progression du niveau de vie de la population tout en maintenant la stabilité financière et contribuer ainsi au développement de l'économie nationale et internationale (le tourisme dynamise l'échange de la Tunisie avec le reste du monde).

Période 1963 – 1969 : la naissance du tourisme de masse.

Le développement du secteur touristique s'est tout d'abord appuyé sur la valorisation des ressources naturelles et l'exploitation des patrimoines tant historiques (musées nationaux comme celui du Bardo, le plus riche en mosaïques du monde entier) que géographique (des kilomètres de plages...). Ahmed BEN SALAH, instaurateur du système coopératif en Tunisie considérait le tourisme comme un moyen parmi d'autres de se procurer les devises nécessaires à la réduction du déficit de la balance des paiements. Dans ce système, le développement du secteur touristique devait se faire au moindre coût, en limitant

<sup>8</sup> Durant toute la période 1956 à nos jours, la Tunisie n'a connu que deux Présidents de la république : Habib Bourguiba de 1956 à 1987 et Zine El Abidine Ben Ali de 1987 à 2011.

: volume des importations spécifiques à ce secteur (matériel d'équipement et exploitation pour les différents départements hôteliers, comme par exemple le matériel de cuisine). On donnait ainsi la priorité aux produits nationaux, même si eux-ci n'offraient qu'un niveau réduit de confort. Les objectifs poursuivis étaient de "faire tourner" les autres secteurs de l'économie et, en pratiquant des prix compétitifs à l'échelle du marché touristique international, de faire de la Tunisie, destination privilégiée des individus et des groupes attachant beaucoup plus d'importance à la modicité des prix qu'au confort. Ce moyen tendait à favoriser la socialisation du tourisme et à stimuler son caractère de masse.

Par cette stratégie, ce système se proposait :

- d'accroître le nombre d'emplois qui est fonction du nombre de lits installés. Cet accroissement concerne le secteur touristique mais pas uniquement puisque à tout emploi dans le tourisme correspond un emploi indirect dans les autres secteurs ;
- d'augmenter le taux d'occupation en saison et hors saison ; autrement dit, de prolonger la durée d'utilisation de la capacité d'accueil ;
- de réduire le coût de création d'emploi par l'abaissement des coûts des investissements liés à l'utilisation des produits nationaux moins sophistiqués et moins chers, et par l'accroissement du nombre d'emplois créés et liés au grand nombre de touristes reçus ;
- d'augmenter la recette annuelle en devises par l'amplification du nombre d'entrées des touristes en Tunisie ; une fois sur place, le touriste est appelé à satisfaire des besoins suscités par l'environnement et le contexte ;
- de développer les secteurs liés au tourisme comme l'artisanat, la construction, l'agriculture, la pêche, etc..

*Période 1970 - 1979 : le tourisme, pilier de l'économie tunisienne.*

Hédi NOUIRA, qui déclarait en 1971 vouloir faire du tourisme « le pilier de l'économie tunisienne » se proposait, quant à lui, des objectifs comparables à ceux de son prédécesseur. Où résidait donc la différence d'intervention entre les deux responsables ?

Alors que le premier cherchait à donner la prépondérance au système coopératif, premier pas vers l'économie collectiviste qui s'est achevée en 1969 par un échec dont les causes sont multiples et sur lesquelles il n'y a pas lieu de s'arrêter ici, le second optait pour le retour au capitalisme libéral. Si les objectifs sont les mêmes, la différence porte sur les stratégies adoptées et notamment sur les moyens destinés aux réalisations envisagées. L'étude de l'évaluation des investissements annuels et des investissements moyens par établissement et par lit permettra de vérifier cette constatation.

Les investissements touristiques ont connu une évolution accélérée. Sur une période de quinze ans, allant de 1963 à 1977, l'investissement annuel est de

13 364 800 dinars. Pendant la phase de développement 1970-1979, l'hôtellerie tunisienne s'oriente vers un caractère plus luxueux et plus confortable où le coût moyen par établissement est de 1 264 000 dinars contre 689 000 dinars pour la période de Ben SALAH soit un accroissement de l'ordre de 83 %.

*Période 1980-1989 : la persistance pour le développement du tourisme.*

Durant cette période, le gouvernement fut dirigé par Mohamed MZALI, l'un des premiers ministres qui est resté le plus longtemps à ce poste. Un investissement d'une valeur de 621 781 000 dinars a été à l'origine de la création de 159 établissements contre 92 établissements pour la période précédente. L'intérêt pour le tourisme en tant que facteur de développement se confirme. Comme ses prédécesseurs, il a continué à faire du tourisme un secteur clé de l'économie tunisienne. Il a toujours rappelé, comme le faisait Hédi Nourira, son attachement au tourisme, considéré comme un véritable tremplin pour le développement global. La Tunisie qui dispose d'atouts dans le domaine (soleil, des kilomètres de plages, des potentialités historiques...) voulait suivre l'expérience de l'Espagne.

*Période 1990 A NOS JOURS : la mondialisation du tourisme.*

C'est au cours de cette période, considérée comme étant celle du boom touristique, que l'on assiste à la création du plus grand nombre d'établissements : 292 sur les 762 établissements inaugurés depuis 1962, soit près de 40 %. Le tourisme tunisien entre alors dans l'ère de la mondialisation. Depuis 1999, l'évolution est constatée tant sur le plan quantitatif que qualitatif. En 12 ans, on a réalisé 292 établissements contre 470 établissements en 28 ans. L'aspect qualitatif apparaît tant au niveau du coût moyen des établissements qu'à la nature des établissements nouvellement construits et des matériaux utilisés (marbre, bois rustique, ...) importés pour une grande partie des pays réputés pour la qualité de leurs produits, notamment l'Italie pour le marbre. Hammamet, berceau et capitale du tourisme tunisien, constitue, pour nous, une véritable monographie, illustrant bien au niveau local, le développement des activités hôtelières et extra-hôtelières au niveau national. Le complexe touristique de Hammamet Sud est un exemple type de cette évolution qualitative et quantitative. Le caractère luxueux se manifeste aussi bien dans les établissements hôteliers qu'extra-hôteliers (boîtes de nuit, restaurants, bars, cafés...). En conséquence, le coût de création d'emplois n'a fait qu'augmenter. Des investissements lourds ont permis de valoriser l'environnement physique de la région d'Hammamet (espace d'eau, port de plaisance « Marina », espace vert, aménagement et propreté des plages). On a tenté d'éviter les erreurs commises auparavant dans la zone de Hammamet Nord où l'accès direct à la mer a été rendu difficile. C'est ainsi que les hôtels de Hammamet Sud, contrairement à ceux de Hammamet Nord, ne sont pas construits sur le front de mer. Un espace public a pu être préservé au profit de toutes les populations et non seulement des touristes. Pour préparer l'entrée de la Tunisie dans l'ère de la mondialisation, une mise à niveau des infrastructures et une privatisation des entreprises hôtelières ont été nécessaires pour faire face à la

concurrence : telles sont les lignes de conduite qui caractérisent cette période d'ouverture sur le reste du monde.

#### 4. Les conséquences des politiques touristiques

Afin de saisir les retombées concrètes des politiques touristiques, il est nécessaire de mesurer l'activité touristique et son évolution au niveau national et régional, de jauger la rentabilité des investissements publics et privés de ce secteur et de déterminer la corrélation qui existe entre le développement du tourisme et celui de l'économie dans son ensemble.

L'effort en matière d'investissements publics et privés a permis de porter la capacité d'hébergement en lits<sup>9</sup> de 5 743 en 1963 à 64 097 en 1977, à 100 456 en 1987, à 178 176 en 1997 et à 191 955 en 1999 et à 226 153 en 2004 et le nombre d'emplois dans le tourisme de 2 297 à 25 639, à 40 182, à 71 270, à 76 782 et à 90 461 pour la même période. Cet accroissement est considérable. Le passage du tourisme tunisien du stade "artisanal" au niveau industriel se manifeste avec éclat par l'évolution rapide de la moyenne de lits par établissement: 283 lits en 2004 contre 269 lits en 1997, 226 lits en 1987, 222 lits en 1977 contre 68 lits en 1963. Certains des grands hôtels atteignent le chiffre de 1 000 lits. Ces établissements se regroupent d'ailleurs essentiellement dans les zones prioritaires définies par les pouvoirs publics dans le cadre d'une politique d'aménagement du territoire.

Mais l'évolution de "l'industrie touristique" peut aussi se mesurer à l'ampleur croissante du nombre d'entrées des non-résidents : de 104 731 en 1963, l'effectif est passé à 4 831 658 en 1999 (48 % de la population tunisienne) et 5 997 929 en 2004 réalisant 30 664 500 contre 8 117 577 nuitées en 1977, soit respectivement une moyenne de séjour égale à huit jours et 5,1 jours et un taux d'occupation égal à 51 % et 48,7 %. Lorsque nous observons les réalisations effectuées dans "l'industrie touristique" et les prévisions établies pour les prochaines années, nous constatons la confirmation constante de la place du tourisme dans l'économie tunisienne. Une simple observation des statistiques officielles témoigne de l'importance de ce secteur : le tourisme retient à lui seul 10 % des investissements globaux réalisés en Tunisie et rapporte 2 290 000 millions de dinars en 2004 contre 1 565 300 millions de dinars en 1997 et 139 439 millions de dinars en 1977 représentant respectivement 14,7 % et 17,1 % des devises provenant de l'exportation des biens et services. La valeur ajoutée mesurant l'apport productif du tourisme représentait 3,7% pour l'année 2004 contre 4,4 % en 1999 et 3,21 % en 1977 du produit intérieur brut.

<sup>9</sup> De 104 731 en 1963, l'effectif est passé à 1 015 966 en 1977, à 1 874 734 en 1987 à 4 263 107 en 1997 et à 4 831 658 en 1999 (48 % de la population tunisienne) réalisant 33 150 730 contre 8 117 577 nuitées en 1977, soit une moyenne de séjour égale à huit jours.

EVOLUTION DU COÛT DE CREATION D'UN ETABLISSEMENT  
TOURISTIQUE POUR LA PERIODE 1962-2002

ANNEE	COÛT D'INVESTISSEMENT en DT	NBRE D'ETABLISSEMENTS	COÛT DE CREATION D'UN ETABLISSEMENT en D.T
1962	10 141 000	74	137 041
1963	6 631 000	10	663 100
1964	12 864 000	7	1 837 714
1965	11 039 000	-6	-1 839 833
1966	10 362 000	33	314 000
1967	11 110 000	31	358 387
1968	16 995 000	24	708 125
1969	14 892 000	23	647 478
1970	14 496 000	16	906 000
<b>1962-1970</b>	<b>108 530 000</b>	<b>212</b>	<b>511 934</b>
1971	17 800 000	14	1 271 429
1972	23 700 000	16	1 481 250
1973	24 400 000	12	2 033 333
1974	13 200 000	8	2 200 000
1975	8 300 000	13	638 462
1976	9 500 000	12	791 667
1977	10 500 000	3	3 500 000
1978	17 200 000	2	8 600 000
1979	10 000 000	16	625 000
<b>1971-1979</b>	<b>134 600 000</b>	<b>94</b>	<b>143 191 5</b>
1980	31 628 000	13	2 432 923
1981	33 660 000	17	1 980 000
1982	43 000 000	14	3 071 429
1983	74 500 000	13	5 730 769
1984	113 210 000	8	14 151 250
1985	98 992 000	48	2 062 333
1986	85 000 000	14	6 071 429
1987	63 000 000	9	7 000 000
1988	78 791 000	22	3 581 409
<b>1980-1989</b>	<b>621 781 000</b>	<b>158</b>	<b>3 935 323</b>
1989	109 107 000	11	9 918 818
1990	118 768 000	32	3 711 500
1991	125 000 000	24	5 208 333
1992	253 655 000	31	8 182 419
1993	326 500 000	8	40 812 500
1994	397 800 000	12	33 150 000
1995	449 100 000	29	15 486 207
1996	416 955 000	29	14 377 759
1997	353 300 000	21	16 823 810
1998	307 000 000	30	10 233 333
1999	324 683 000	30	10 822 767
2000	322 454 000	14	23 032 429
2001	330 889 000	19	17 415 211
2002	353 303 000	22	16 059 227
<b>1989-2002</b>	<b>3 864 322 000</b>	<b>312</b>	<b>12 385 647</b>
<b>TOTAL 1962-2001</b>	<b>4 729 233 000</b>	<b>776</b>	<b>6 094 372</b>

© A. GABSI 2002

Source : calculs effectués à partir des statistiques de l'ONTT et de la BC de Tunisie, 2002.

A l'examen de la demande touristique, il s'avère que la quasi-totalité des visiteurs sont originaires des pays de l'Europe de l'Ouest, 71 % ayant réalisé 96 % des nuitées en 1999. Avec 30 % de la clientèle européenne, les Allemands occupent la première place, suivis des Français 26 %. Rappelons qu'en 1977, les Français étaient les plus nombreux (38 %) ; les Allemands venaient au second rang (15 % du nombre total d'entrées). Mais pour 2001, à la suite des événements du 11 septembre, le nombre des touristes allemands a réellement chuté : les Français sont alors arrivés en première position et suivis des Libyens. Aussi avons-nous, ici, un exemple du conditionnement de la structure de la clientèle, conditionnement provoqué par les événements politiques mondiaux. On ne peut toutefois pas ignorer les problèmes soulevés par le tourisme, surtout dans un pays comme la Tunisie où il joue un rôle important dans l'économie. Il faut par exemple évoquer les questions inhérentes à l'extension urbaine (modification du domaine foncier ou immobilier), celles se rapportant aux transformations de la structure socioculturelle et professionnelle de la population des localités touristiques telle que Hammamet induites par le tourisme.

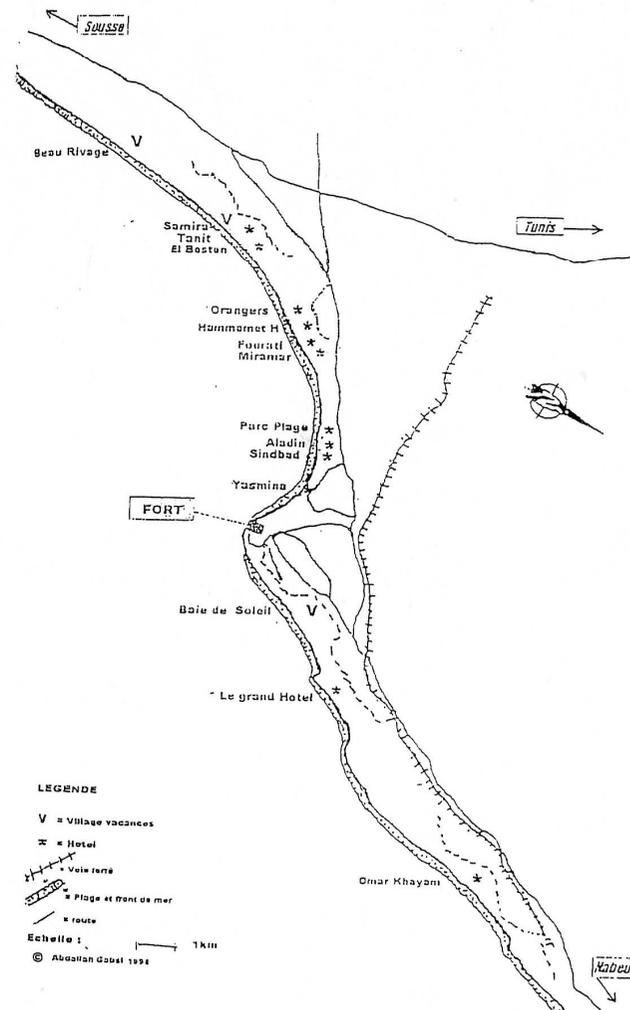
Celui-ci implique pour son développement que l'on s'intéresse de très près aux exigences du système international. Aussi, le Secrétaire général de l'OMT appelle-t-il au soutien d'un régime d'assurance mutuelle dans le secteur du transport aérien. Cette préoccupation ne peut qu'intéresser les décideurs tunisiens s'ils souhaitent apparaître comme partenaires du développement touristique mondial.

Cette activité favorise l'échange inter-branches mais aussi les échanges intra-branches. En effet, pour se développer, le tourisme adresse une demande croissante aux autres secteurs d'activité (effets induits et effets d'entraînement du tourisme sur les autres secteurs ou branches). Les pays touristiques apparaissent à la fois comme émetteurs et récepteurs de touristes.

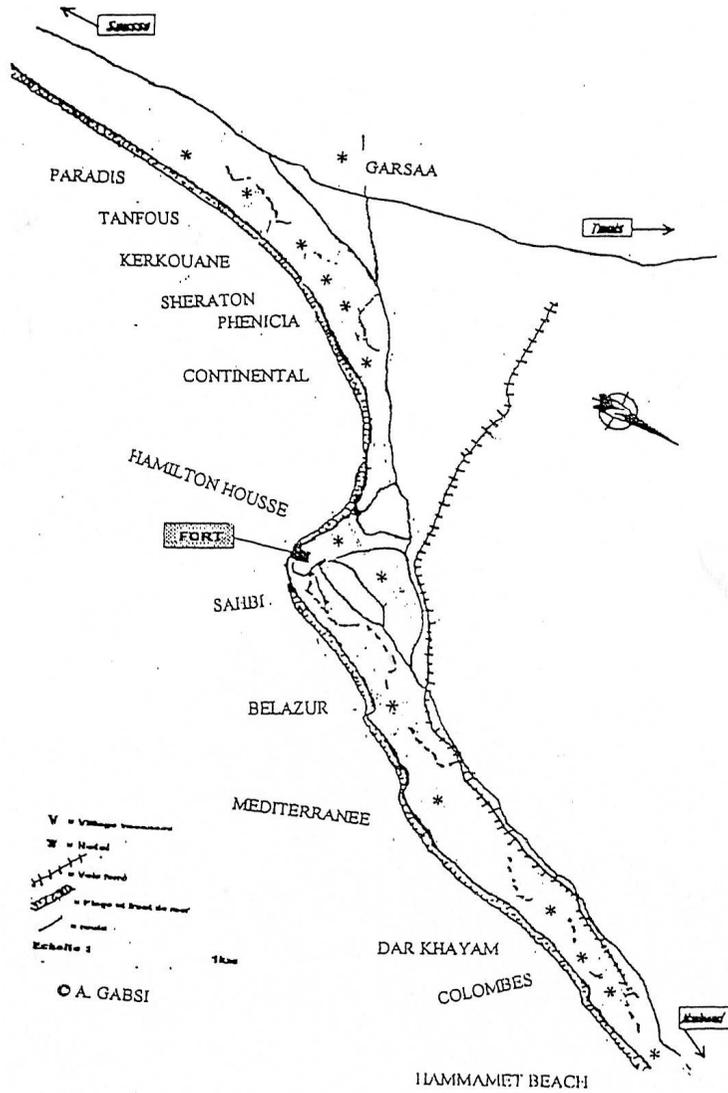
Pour conclure, il est à remarquer que le tourisme s'adresse à une clientèle nationale et internationale. La demande, essentiellement étrangère, fait du tourisme un secteur aléatoire et fragile. Ce secteur demeure tributaire de l'évolution de la conjoncture économique et politique nationale et internationale. Pour les pays en développement ayant répondu aux recommandations de la B.I.R.D et du F.M.I en faisant le choix du tourisme en tant que secteur de croissance, de développement et de progrès, on note que cette activité reste essentiellement destinée à une clientèle étrangère dont l'apport en devises est nécessaire au rééquilibrage de la balance des paiements.

Toutefois, pour la Tunisie, le désir de voir dans le tourisme un facteur de croissance s'avère, comme l'illustrent bien les différents résultats, une réalité. Si l'État est apparu dès le départ, comme le guide ou le moteur du développement du tourisme tant au niveau de l'investissement qu'à celui de l'exploitation ou de la production, avec la mondialisation, la privatisation s'est généralisée, rendant plus que jamais le secteur privé prédominant et influent.

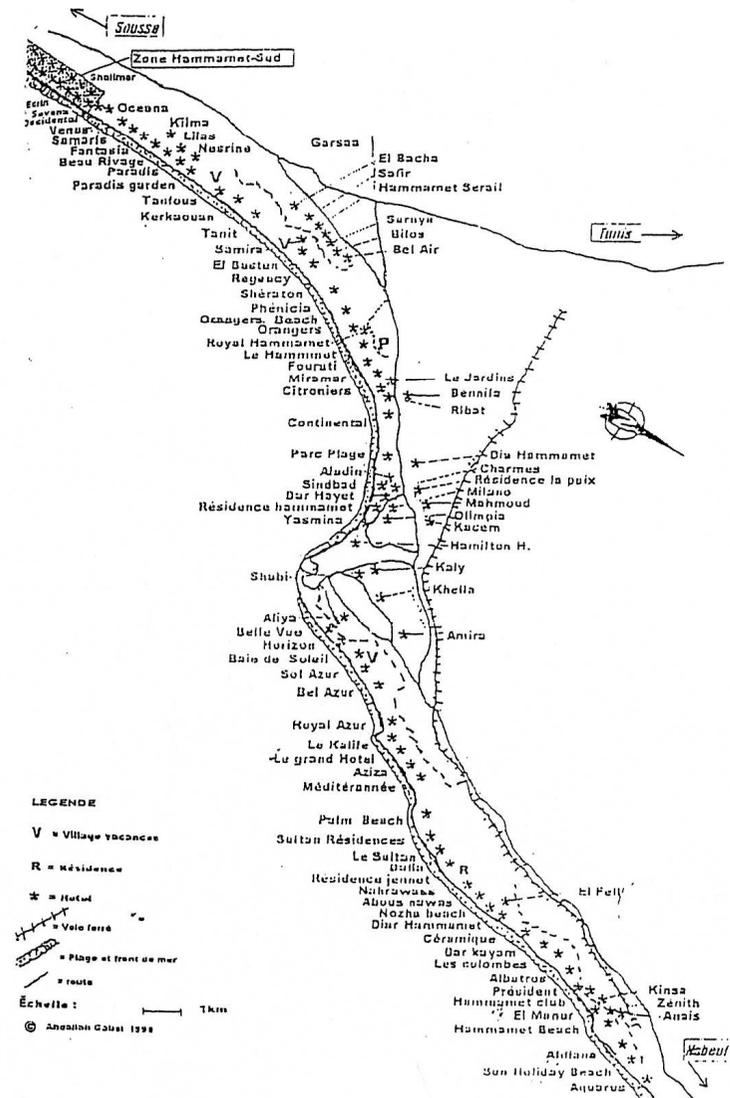
HOTELS CONSTRUITS A HAMMAMET DE 1959 A 1970



HOTELS CONSTRUITS A HAMMAMET DE 1970 A 1980



HOTELS CONSTRUITS A HAMMAMET DE 1959 A 2004



**BIBLIOGRAPHIE**

- R. Baretje, P. Defert, *Aspects économiques du tourisme*, Paris, Berger Levrault, 1970.
- G, Beaurepaire, J. Hureau, « L'Afrique a-t-elle besoin des touristes ? » *Jeune Afrique*, n° 500, 1970, p.12-18.
- Lilia Ben Salem « Aspects humains du développement du tourisme dans le Cap Bon. » *Revue tunisienne de sciences sociales*, n°20, Cerès, 1970.
- Miche Balfet, *L'audit marketing touristique*, Paris, Économica. 1997.
- Driss Boumezzout, *Le tourisme international au Maroc, espaces et produits touristiques*, Thèse de Doctorat, Université de Paris I, 1995.
- Marc Boyer, *Le tourisme de l'an 2000*, Presses universitaires de Lyon, Lyon, 2000.
- Abdelwaheb, Bouhdiba « Le tourisme, une rencontre manquée ? Les effets culturels du tourisme moderne », *Courrier de l'Unesco*, février 1981, p. 4-8.
- Ridha Boukraa, *Le tourisme en Afrique de l'Ouest : panacée ou nouvelle traite ? Dossier africain*, Paris, Maspéro, 1978.
- Georges Cazes, *Les colonies de vacances – le tourisme international à la conquête du tiers-monde*, Paris, Editions l'Harmattan, 1989.
- Bernard Clauzel et Pascal Cuvelier, *Anciennes et nouvelles formes de tourisme*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- Béatrice de la Rochefoucauld, *L'économie du tourisme*, Paris, Ed. Bréal. 2002.
- Patrick Denoux, *Les modes d'appréhension de la différence, Thèse d'habilitation. Psycho. Université Toulouse Le Mirail, 1992.*
- Jean Michel Dewailly et Emilie Flament, *Le Tourisme*, Paris, Editions SEDES, 2000.
- Jean Louis Falcos, *Investir dans le tourisme*, Paris, Le Moniteur, 1999.
- Abdallah Gabsi, *L'analyse socio-économique et spatiale du tourisme en Tunisie de 1962 à 1982. L'exemple de Hammamet*, Thèse de Doctorat. Université Toulouse Le Mirail, Tome I et II, 1984.
- Abdallah GABSI, « La coopération France-Tunisie rencontre interculturelle », *Cahier du CERESI*, N°2-3, 1989, pp, 169-175.
- Jean-Michel Hoerner, *Traité de tourismologie : pour une nouvelle science touristique*, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan, 2002.
- Tourisme et technologies de l'information et de la communication. Le futur est déjà là.* Paris, La documentation française, 2000.
- Jean-Marie Miossec, « Un modèle de l'espace touristique ». *L'espace géographique*, 1977 n°1, pp. 41-48.
- Jean-Marie Miossec, *Le tourisme en Tunisie, un pays en développement dans l'espace touristique international*, Thèse d'Etat, Université de Tours, 1333 pages. 1996.
- Claude Origet du Cluzeau, Patrick Vicriat, *Le tourisme des années 2010 : la mise en futur de l'offre*, Paris, La documentation française, 2000.
- Jean-Pierre Pasqualini, Bruno Jacquot, *Tourismes en Europe : action touristique*, Paris, Dunod, 1992.
- Alain Sabatier, « Expérience exemplaire, celle de la Tunisie », *Le Monde Diplomatique*, Août, 1980, p.21.
- Jean-Pierre Poulain, « Identité régionale et tourisme vert à l'heure de l'Europe ». *Tourisme* n°2, 1993, pp. 83-98.
- François Vellas, *Le Tourisme mondial*, Paris, Economica. 1996.

**BIBLIOGRAPHIE**

- R. Baretje, P. Defert, *Aspects économiques du tourisme*, Paris, Berger Levrault, 1970.
- G, Beaurepaire, J, Hureau, « L'Afrique a-t-elle besoin des touristes ? » *Jeune Afrique*, n° 500, 1970, p.12-18.
- Lilia Ben Salem « Aspects humains du développement du tourisme dans le Cap Bon. » *Revue tunisienne de sciences sociales*, n°20, Cerès, 1970.
- Miche Balfet, *L'audit marketing touristique*, Paris, Économica, 1997.
- Driss Boumeggouti, *Le tourisme international au Maroc, espaces et produits touristiques*, Thèse de Doctorat, Université de Paris I, 1995.
- Marc Boyer, *Le tourisme de l'an 2000*, Presses universitaires de Lyon, Lyon, 2000.
- Abdelwaheb, Bouhdiba « Le tourisme, une rencontre manquée ? Les effets culturels du tourisme moderne », *Courrier de l'Unesco*, février 1981, p. 4-8.
- Ridha Boukraa, *Le tourisme en Afrique de l'Ouest : panacée ou nouvelle traite ? Dossier africain*, Paris, Maspero, 1978.
- Georges Cazes, *Les colonies de vacances – le tourisme international à la conquête du tiers-monde*, Paris, Editions l'Harmattan, 1989.
- Bernard Clauzel et Pascal Cuvellier, *Anciennes et nouvelles formes de tourisme*, Paris, L'Harmattan, 1998.
- Béatrice de la Rochefoucauld, *L'économie du tourisme*, Paris, Ed. Bréal, 2002.
- Patrick Denoux, *Les modes d'appréhension de la différence, Thèse d'habilitation. Psycho. Université Toulouse Le Mirail, 1992.*
- Jean Michel Dewailly et Emilie Flament, *Le Tourisme*, Paris, Editions SEDES, 2000.
- Jean Louis Falcos, *Investir dans le tourisme*, Paris, Le Moniteur, 1999.
- Abdallah Gabsi, *L'analyse socio-économique et spatiale du tourisme en Tunisie de 1962 à 1982. L'exemple de Hammamet*, Thèse de Doctorat. Université Toulouse Le Mirail, Tome I et II, 1984.
- Abdallah GABSI, « La coopération France-Tunisie rencontre interculturelle », *Cahier du CERESI*, N°2-3, 1989, pp, 169-175.
- Jean-Michel Hoernér, *Traité de tourismologie : pour une nouvelle science touristique*, Perpignan, Presses universitaires de Perpignan, 2002.
- Tourisme et technologies de l'information et de la communication. Le futur est déjà là*. Paris, La documentation française, 2000.

Jean-Marie Miossec, « Un modèle de l'espace touristique ». *L'espace géographique*, 1977 n°1, pp. 41-48.

Jean-Marie Miossec, *Le tourisme en Tunisie, un pays en développement dans l'espace touristique international*, Thèse d'Etat, Université de Tours, 1333 pages. 1996.

Claude Origet du Cluzeau, Patrick Viceriat, *Le tourisme des années 2010 : la mise en futur de l'offre*, Paris, La documentation française, 2000.

Jean-Pierre Pasqualini, Bruno Jacquot, *Tourismes en Europe : action touristique*, Paris, Dunod, 1992.

Alain Sabatier, « Expérience exemplaire, celle de la Tunisie », *Le Monde Diplomatique*, Août, 1980, p.21.

Jean-Pierre Poulain, « Identité régionale et tourisme vert à l'heure de l'Europe », *Tourisme* n°2, 1993, pp. 83-98.

François Vellas, *Le Tourisme mondial*, Paris, Economica, 1996.

*REVUE TOURISME*  
*APPEL A CONTRIBUTION*  
*COMMUNICATION TOURISTIQUE :*  
*QUI FAIT QUOI EN EUROPE ?*

La communication touristique a connu ces dernières années une évolution rapide et profonde. L'avènement de nouvelles technologies de l'information et de la communication conjugué aux mutations qualitatives et quantitatives du secteur du tourisme ont amené les acteurs de cette activité à développer des stratégies de plus en plus novatrices et adaptées. Si la communication est avant tout un échange d'informations entre un émetteur et un récepteur, pour se concrétiser elle a besoin de supports écrits, audiovisuels ou informatiques. A l'heure où l'Europe ouvre à plus de 400 millions de touristes potentiels, l'accès à 25 destinations, la revue *TOURISME* souhaite faire un état des lieux des modes de communication des richesses touristiques de chacun des états concernés.

Le principal objectif de ce numéro est de dresser un panorama de la communication touristique dans les pays de la Communauté Européenne. Plusieurs dimensions doivent être abordées dans un tel travail: inventaire des acteurs, outils utilisés, poids économique de l'activité.

1- Inventaire des acteurs

Faire le panorama de la communication touristique en Europe, c'est d'abord tenter d'identifier les acteurs du processus de mise en communication des territoires.

Ainsi, en France, on peut repérer des acteurs publics et des acteurs privés avec des tâches plus ou moins définies. Côté public, l'Etat, avec les Maisons de la France, a la charge de l'image de la France à l'étranger; les Régions et les Départements assurent la promotion de leurs territoires, tout comme les pays et les communes grâce à des structures spécifiques (CRT, CDT, OTSI). Côté privé, les entreprises produisent la communication touristique individuelle mais elles peuvent aussi se regrouper dans des groupes locaux de promotion (associations des hôteliers de...) ou des chaînes (gîtes de France...).

L'organisation des acteurs du tourisme influence la quantité et la diversité des communications. Il importe donc d'abord de savoir comment est organisé le tourisme de chacun des états et quel est le rôle de chacun des acteurs dans la communication.

2- Les outils utilisés

Chacun des acteurs identifiés dans l'axe n° 1 intervient de façon différente dans le milieu du tourisme.

- De quelle communication est-il en charge ?
- Quels outils utilise-t-il ?

En communication écrite : dépliants, brochures, catalogues, affiches...

En communication audiovisuelle : films, vidéos...

En numérique : Cd-Rom, sites Web...

Il est intéressant de recueillir des informations sur le poids respectif de chacun de ces outils (voir axe n° 3). Mais il sera aussi intéressant de savoir quelle est la place du tourisme dans la communication générale, et en particulier dans les médias :

- Inventaire de la presse papier spécialisée
- Inventaire de la presse papier professionnelle
- Existence de rubriques spécialisées "tourisme" dans d'autres types de presse papier (quotidiens, magazines...).
- Chaînes et/ou émissions spécialisées radio ou Tv
- Nombre de sites Web spécialisés
- Existence d'une association de journalistes spécialisés (comme en France l'Association des Journalistes du Tourisme : [www.ajt.net](http://www.ajt.net)).

3- Evaluation du poids de l'activité communication

L'évaluation du poids de l'activité communication est un indicateur du poids du tourisme dans l'économie du pays concerné. Ainsi, on peut :

- Evaluer la quantité de documents édités par chacun des acteurs identifiés. Cela montre leur place, au niveau national, et leur potentiel international;
- Mesurer la quantité de publications touristiques dans les différents supports de communication : affichage, publicité presse écrite ou audiovisuelle (n'oublions pas que la publicité touristique était encore interdite de petit écran en France il y a quelques années);
- Analyser la quantité et la fréquentation des sites web, marchands et non marchands...

D'autres critères peuvent compléter cette évaluation :

- l'existence d'agences de communication spécialisées en tourisme;
- l'existence de formations spécialisées en communication touristique.

*Les propositions de contribution doivent parvenir aux coordinateurs avant le 15 octobre 2006.*

Les propositions en Anglais sont aussi les bienvenues

Pour tout contact ou toute proposition de contribution

Pierre FRUSTIER

Driss BOUMEGGOUTI

CETIA / UTM

5, allées Antonio Machado 31058 Toulouse cedex 1  
Tél. : 05 61 50 49 00 - fax : 05 61 50 41 28 -

Email : [frustier@iut-laroche.univ-nantes.fr](mailto:frustier@iut-laroche.univ-nantes.fr)

[boumeggouti@univ-tlse2.fr](mailto:boumeggouti@univ-tlse2.fr)