Tourisme et developpement

Prof. Dr. A. Kagermeier
Freizeit- und Tourismusgeographie / Géographie du Tourisme et du Loisir
Universität Trier / Université de Trèves

Présentation

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines / Département de la Géographie

Université de Sfax

7 octobre 2008

Agenda

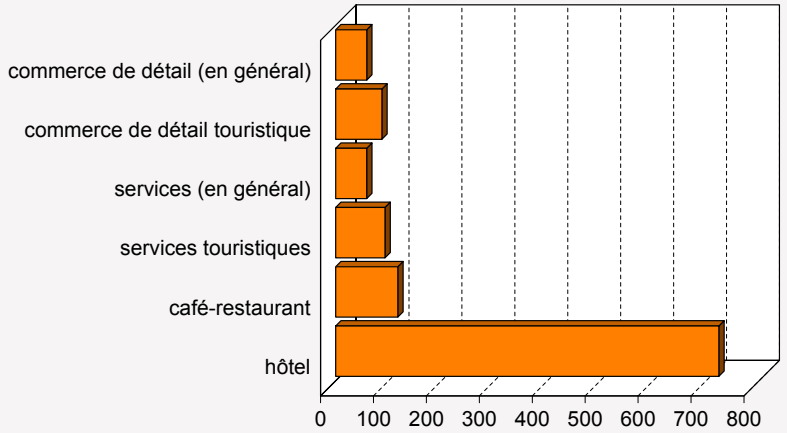
1) **Tourisme et développement: les réponses d´avant-hier**
2) **Le 11 septembre 2001 et la situation du tourisme en Tunisie**
3) **Les réponses d´aujourd´hui**
4) **Les perspectives d'avenir**
5) **Implications**

Le tourisme (réponses d´avant hier)

1) **Créateur d´emploie**
2) **Raison pour l´amélioration d´infrastructure**
3) **Source des devises**

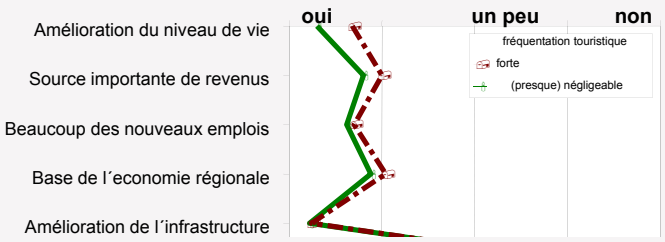
=> Moteur de la développement

Emplois dans le secteur touristique à Tabarka



source: enquêtes personnelles (N=329)

Notion des effets du tourisme à Tabarka

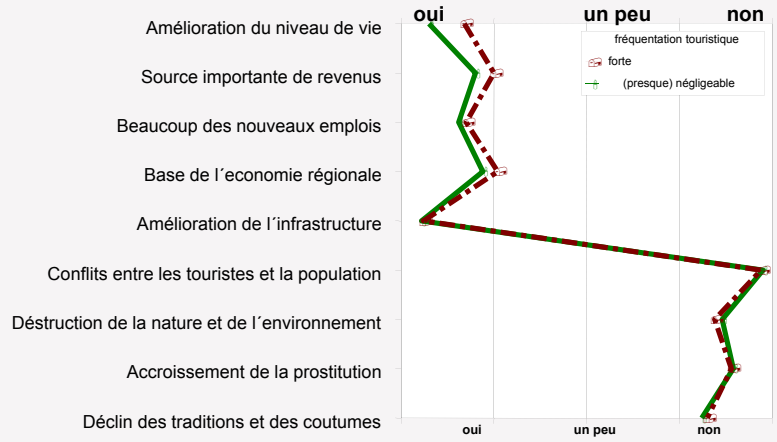


source: enquêtes personnelles (N=303)

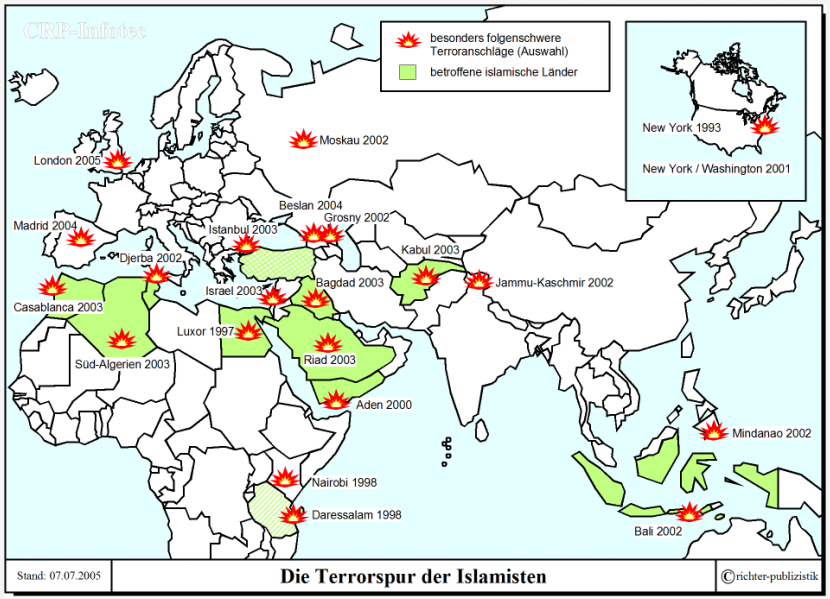
La critique de la touristification

1) **Exploitation des ressources (surtout en eau)**
2) **Conflits avec des autres activités (agriculture)**
3) **Destruction de l´environnement**
4) **Impacts sociaux negatif**
5) **Neo-colonialisme**
6) **Perpetuation de la dépendance d´exterieur**
7) **.....**

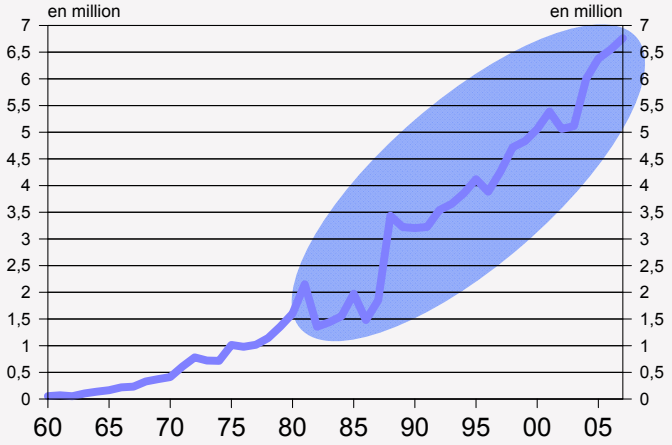
Notion des effets du tourisme à Tabarka



source: enquêtes personnelles (N=303)

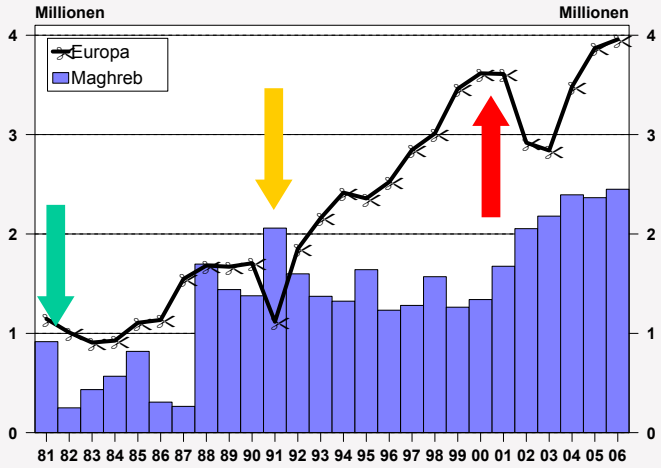


Évolution de la demande internationale: arrivées des non-résidents



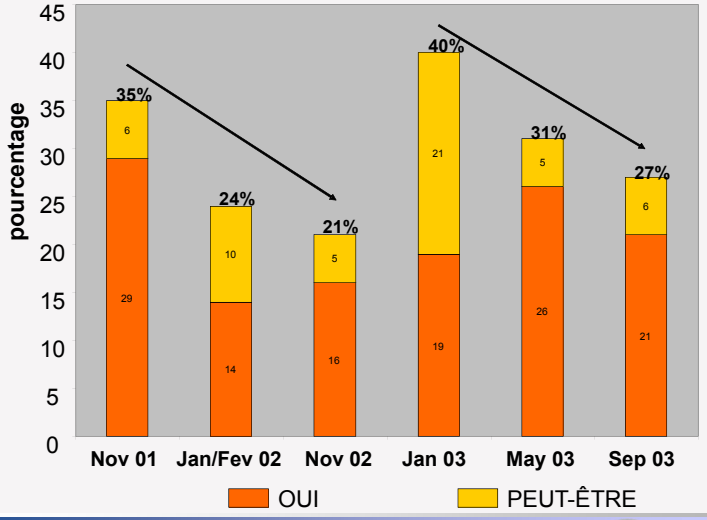
Source: Le tourisme tunisien en chiffres

Arrivées annuelles des non-résidents européens et maghrébins



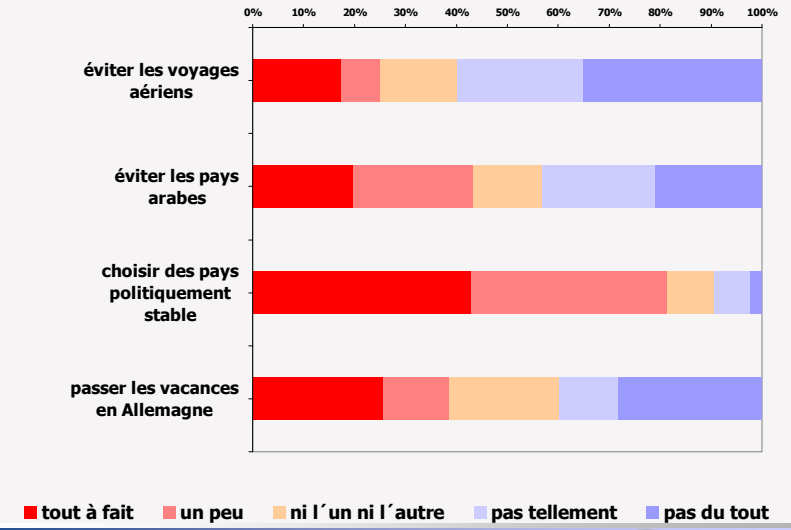
Quelle: Le tourisme tunisien en chiffres (div. Jahrgänge)

L´influence des activités terroristes sur l´attitude des voyageurs potentiels



Source: F.U.R.

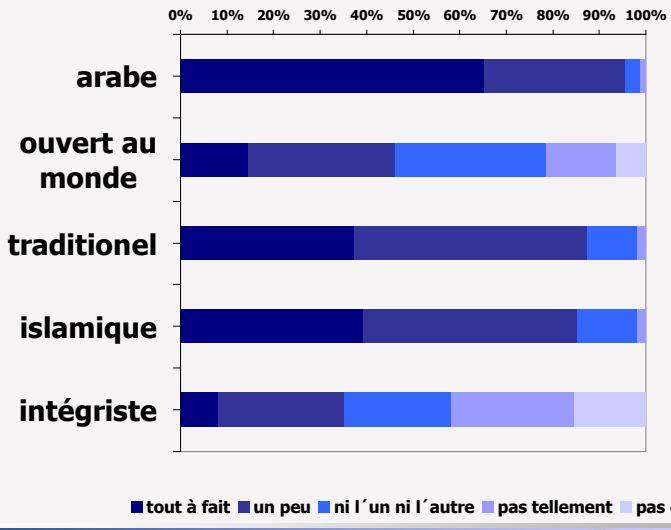
Réactions des touristes allemands en Tunisie envers les attentats terroristes



N= 200; Source: équipe universitaire FTG 2006

Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

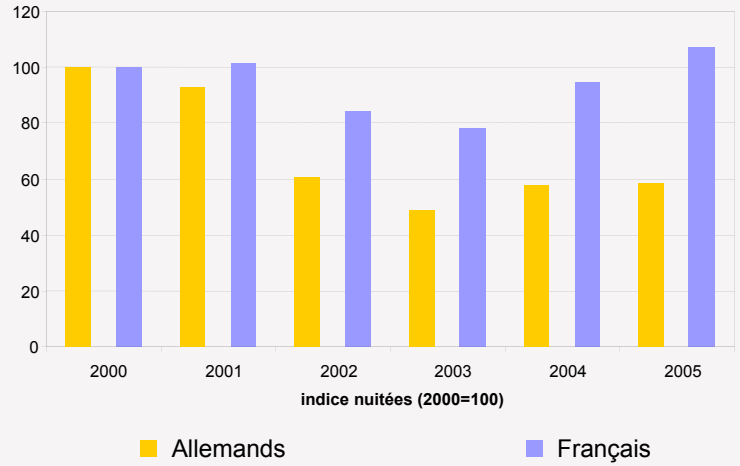
Perceptions de touristes allemand en direction de la Tunisie



N= 200; Source: équipe universitaire FTG 2006

Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

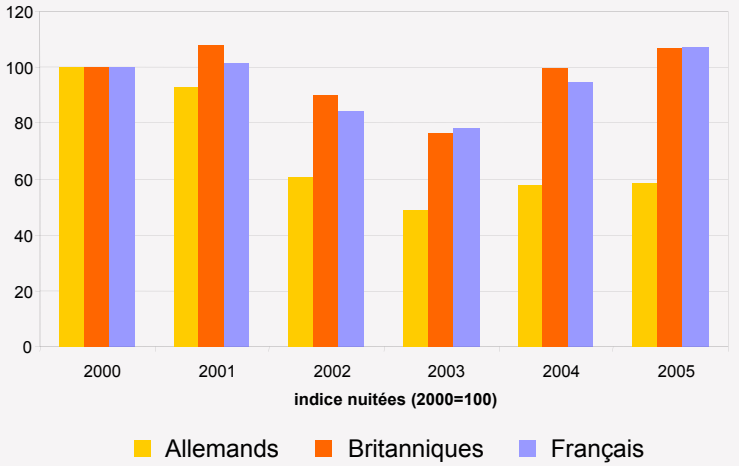
Index des nuitées des marchés d´origine principaux en Europe



Source: INS 2006

Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

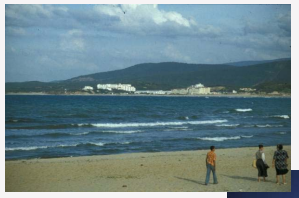
Index des nuitées des marchés d´origine principaux en Europe



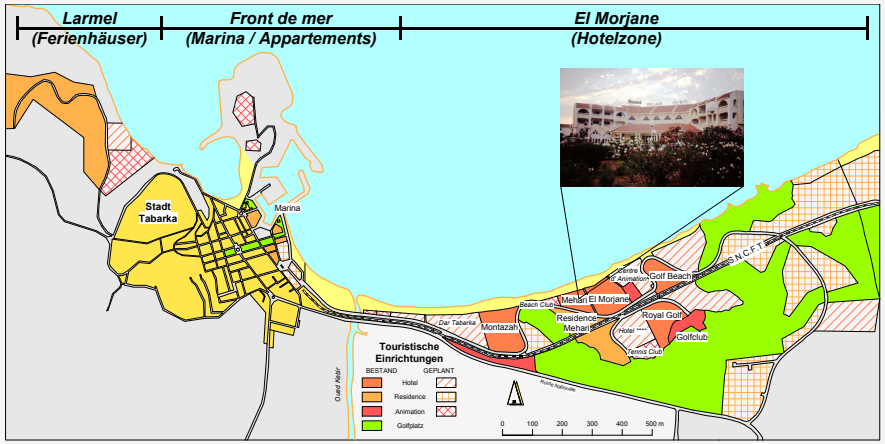
Source: INS 2006

Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

L´image allemande de la Tunisie : c´est balnéaire



L´image allemande de la Tunisie : c´est balnéaire

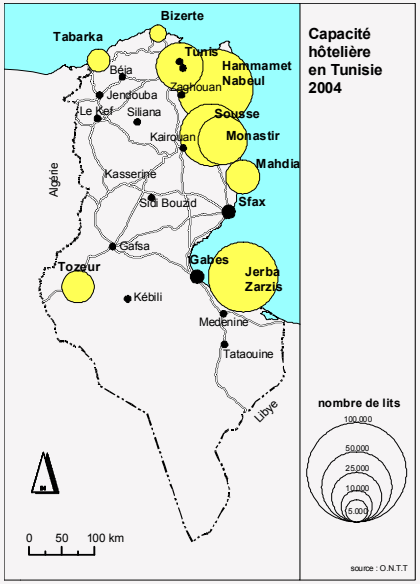


Kartographie A. Kagermeier

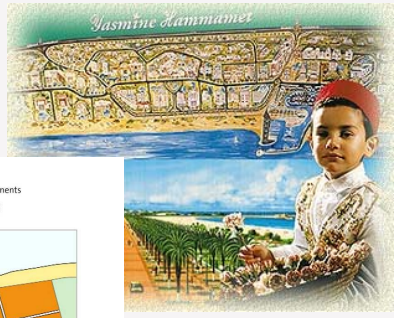
Essais de la diversification du produit : le Golf

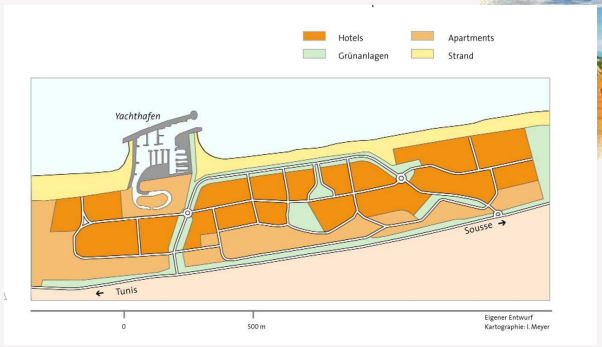
Essais de la diversification du produit : le Désert

Répartition de la capacité hôtelière en Tunisie



La formule appliquée : continuer dans la même direction





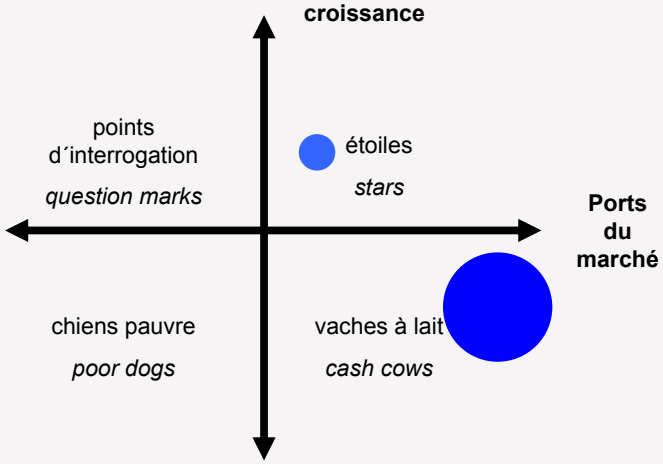
Toujours plus de produits similaires

Politique de développement touristique pour le marché allemand:
Points faibles

Sun & Beach:

Profil spécifique non développé jusqu´ à présent
→ aucune Unique Selling Proposition (USP)

Analyse du portfolio



Le principe du tourisme tunisien

1) **Des zones touristiques délimitées**
2) **Des investissements d´exterieur**
3) **Concentration sur la construction des hôtels (préponderance immobilier)**
4) **Dépendance des promoteurs externes**
5) **Produit à la fin de son cycle de vie**

=> Manque d´enracinement dans la societé local et régional

Quoi faire?

Eléments classiques de stratégie pour l´augmentation de la compétitivité du tourisme

- USP => profil unique
- « branding » (création d´une marque/label)
- marketing, coopération
- diversification du produit
  → diversification des groupes cibles

Quoi faire?

Les réponses d´aujourd´hui

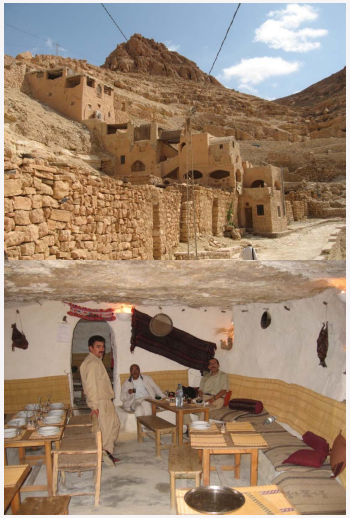
Potentiel culturel enorm

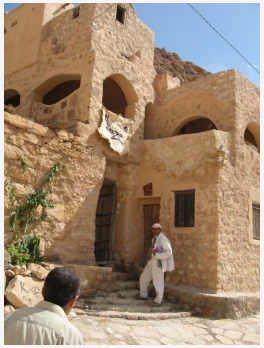
… mais souvent delaissé

Des prémièrs initiatives

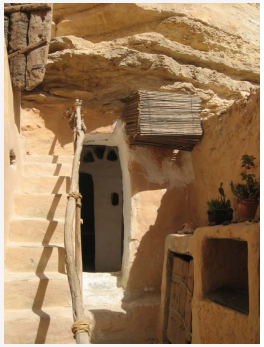
semi-professionnelles et pas vraiment performantes

Des prémièrs initiatives



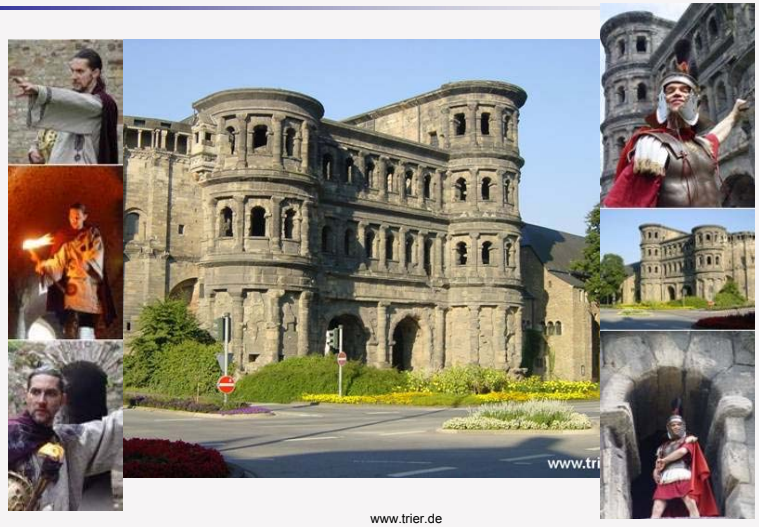


isolées et difus



Parc d´attraction traditionnel : mise en scène artificiel

Valorisation du patrimoine



www.trier.de

la réinvention du tourisme en industrie du rêve : des visites spectacles à thèmes

www.trier.de

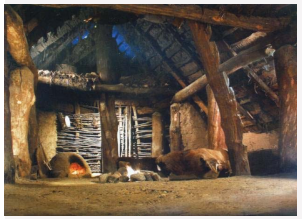
Event performance:
Betrayal in the Imperial Baths

The story ...

- It is AD 367 ... Uncertain times! The borders of the Roman Empire are constantly being threatened. The inner workings of the Empire are also in turmoil. Uprisings and attempts to overthrow the Emperor occur frequently - intrigues are the order of the day.
- Emperor Valentinian delegates his veteran tribune Mallobaudes to a secret mission to Trier. For he knows that only a Frankish nobleman like Mallobaudes has the influence to divert the conspirators from their plan. A suicide mission! When the secret mission is leaked, Mallobaudes is branded as a traitor by his enemies at court. And that can be dangerous for the Emperor as well.Experience a fascinating epoch live with the Tribune Mallobaudes during the tour through the Imperial Baths in which Trier moves into the center of Roman global politics. It is a time of radical change and insecurity foreboding the approaching end of Roman power.

Mallobaudes will take us along on the thrilling journey into the past ...

Mise en scène animée



Mise en scène « interactive »

Give the visitor an added value.	Give him a non exchangeable adventure.	Give him wow-effects as much as possible.
Combine high tech with high touch.	Use staff and people of your town as an attraction.	Even if people cannot understand the historical background of your performances, they should enjoy the entertaining components.
The visitor should fill a role.	Effect should be transmitted to the visitor immediately.	**Combine smells, music, eating and drinking with information.**
Illustrate the rooms by functions not by explications.	Integrate ceremonies, rites and folklore in the city.	**Invite people to a time travel at authentic places.**
Integrate animals.	Use unusual transport systems.	Use information systems by iPod and Mobile.
Give the buildings a chance to tell their stories themselves.	**Give visitors from other cultures the chance to understand the local history (of the past and the present).**	Give visitors a reason to stay overnight.

Source: Hodes 2006, p. 89

absorption

entertainment

educational

passive participation

active participation

Invite people to a time travel at authentic places.

The visitor should fill a role.

Give the buildings a chance to tell their stories themselves.

Combine smells, music, eating and drinking with information.

Invite people to a time travel at authentic places.

Quoi faire?

Les perspectives pour demain: Côte demand

Deux tendances principales à venir

1) Tendance vers la vie spirituelle et au fond de soi

2) Recherche des expériences uniques dans des destinations symboliques

L´enjeu : élaborer une offre en réponse à ces tendances:
Mis en scène des potentiels (souvent culturels)
- Authenticité maximale

Tendance « Age sensuel »

„Sensual Age"

- Dominance des valeurs mentales: spiritualité
- Tendances de la marginalisation: Recherche du sens de la vie
- Retour des nostalgies, de l´enfance et du passé
- Recherche d´un sentiment de securité, compensant des craintes
- Recherche de la tranquillité à travers la méditation (Lessness)

Evolution des valeurs et des structures de la consommation

Société survivante : années 50

Société de prospérité économique: années 60

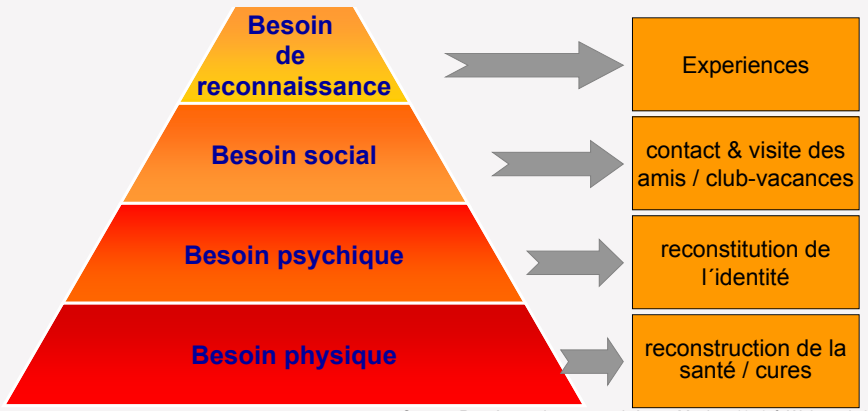
Société post-matérialiste : années 70 et début années 80

Société des experiences : *fin des années 80 et années 90*

Source: d´après Quack 2001

Société des sens / sensorielle ?

La pyramide des besoins d´après Maslow



Source: Représentation propre d´ àpres Maslow 1943 & Weiermair 2006

La réinvention du tourisme en industrie du rêve

- La qualité des services ne suffit plus à satisfaire des touristes
- Ils veulent vivre des expériences uniques
- Pour répondre à cette aspiration nouvelle il faut:
  - Redécouvrir ou réinventer les attractions touristiques existantes
  - Les repositionner comme « icônes » au marché
- La destination doit être présentée comme une expérience unique

La réinvention du tourisme en industrie du rêve

- Le Tourisme a encore beaucoup à faire pour offrir des produits adaptés à cette nouvelle tendance baseé sur l´expérience
- C´est le gestionnaire culturel moderne qui a le mieux cerné ce besoin de réinterpréter les monuments et les événements culturels
- Donner une valeur nouvelle aux ressources touristiques traditionnelles
- Les stéréotypes ancrés dans la tête servent de point de départ
- Utilisation de techniques théâtrales

FTG Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

Tendances

Land fleesensee
Ganz nah, weit weg.

- Balance travail & plaisir
- Retour aux sources, desaccélération
- Bien-être de l´âme (Soul-Wellness)
- « Esthétisation » (de la vie)
- Destination „Moi"

Land fleesensee: tres proche, loin d´ici

Pour se reposer il ne faut pas aller très loin, mais gagner distance

Images: www.fleesensee.de

FTG Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

Almdorf Seinerzeit („Jadis")

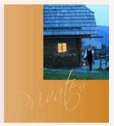
LE MONDE EST UN VILLAGE - UN VILLAGE de PÂTURAGE
LE LUXE : PRENDRE CONSCIENCE

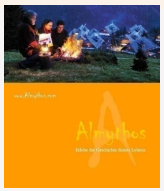
En passant un séjour au village de Jadis, l'objectif doit être la prise de conscience.

La croûte qui se dépose sur le quotidien est une charge pour nous.

C'est un jeu des sens.

www.almdorf.com





FTG Freizeit-Tourismus-Geographie.de Universität Trier

Almdorf Seinerzeit („Jadis")

LE MONDE EST UN VILLAGE - UN VILLAGE de PÂTURAGE
LE LUXE : PRENDRE CONSCIENCE

QU'EST-CE QUE LE VILLAGE de PÂTURAGE Seinerzeit (Jadis)?

PRINCIPALEMENT UNE PLACE DE BIEN-ÊTRE, POUR SE DELASSER.

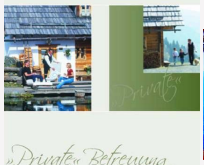
*UN **CHEZ-SOI** A TEMPS COURT.*

TOUT CE QUI REND LE REFUGE DE HAUTE MONTAGNE SI PARTICULIER EST ICI REUNI AU CONFORT D´ UN GRAND HOTEL.

*VIVRE ICI, C´EST VIVRE UNE **REDECOUVERTE DES SENS** ET DE **L´IMPORTANCE DES CHOSES SIMPLES**.*

CA SENT LE FOIN, VOUS VOYEZ ET POUVEZ SENTIR LE FEU, PALPER L´AIR, ET GOUTER AUX PRODUITS DES AGRICULTEURS DE LA REGION;

*VOUS **RETROUVEREZ LE REPOS QUI SE PERD SI SOUVENT DANS LA VIE QUOTIDIENNE** ET VOUS POUVEZ POURREZ VOUS **SENTIR SIMPLEMENT VOUS MEME**, HOMME.*



www.almdorf.com

Les attractions traditionnelles du tourisme culturel

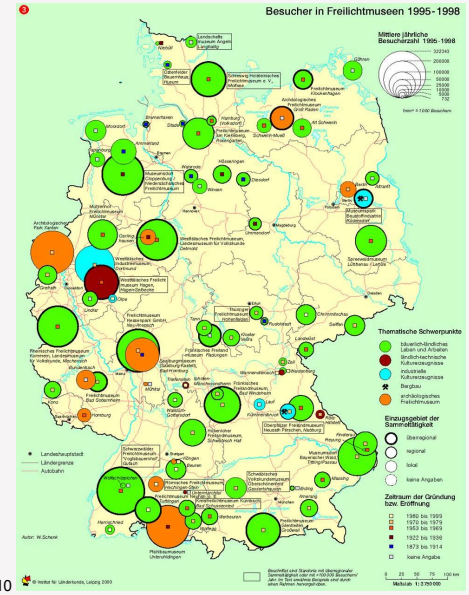
www.greecetravels.no

www.sights-and-culture.com

www.stadt-koeln.de

www.tourismtunisia.com

Musées en plein air



Source: Atlas national de la RFA, 10

Patrimoine mondial en Tunisie

www.schwarzaufweiss.de

www.kirikou.com

www.80traveltales.com

www.tourismtunisia.com

TUNISIE

- L´Amphitéâtre d´El Djem (1979)
- Ruines de Carthage (1979)
- Médina de Tunis (1979)
- Parc National d´Ichkeul (1980)
- Médina et Necropole de Kerkouane (1985)
- Médina de Sousse (1988)
- Médina de Kairouan
- Ruines de Dougga (1997)

www.municipalite-carthage.tn

www.edunet.tn

www.tunesien-informationen.de

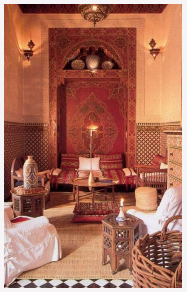
www.tourismtunisia.com

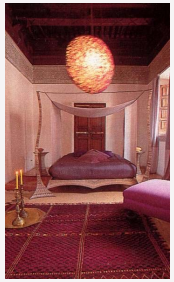
Tourisme rural comme option

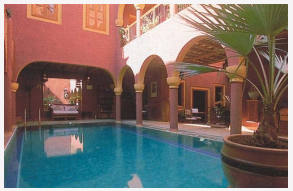
Quelle: O.M.T. Berriane 2003

Tourisme rural haut de gamme

Riads comme des oasis exclusives

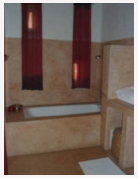






Quelle: geo saison

… des oasis de la silence et du sens



On peut même penser même de ca

Source: Moumni Kassah Mars 2006

Mais ...

QUELLE RELATION AVC LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL / LOCAL?

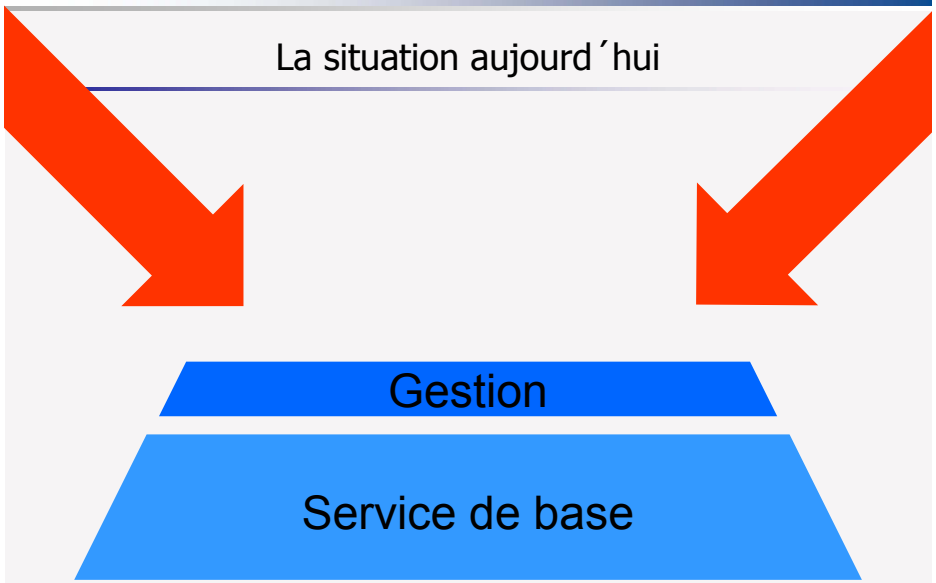
Conditions

- ✓ Pas des grands unités
- ✓ Pas des grands investissements
- ✓ Ressources locaux
- ✓ Intensité de main d´oeuvre

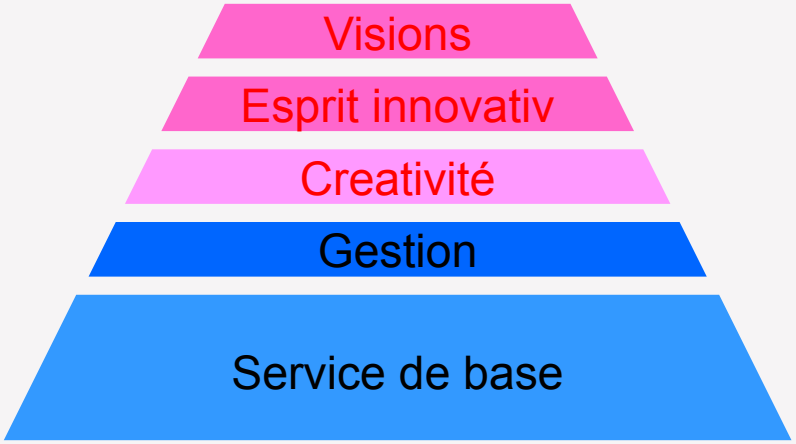
Mais:

- ➢ Savoir faire sophistiqué
- ➢ Empathie
- ➢ Coopération
- ➢ Concertation

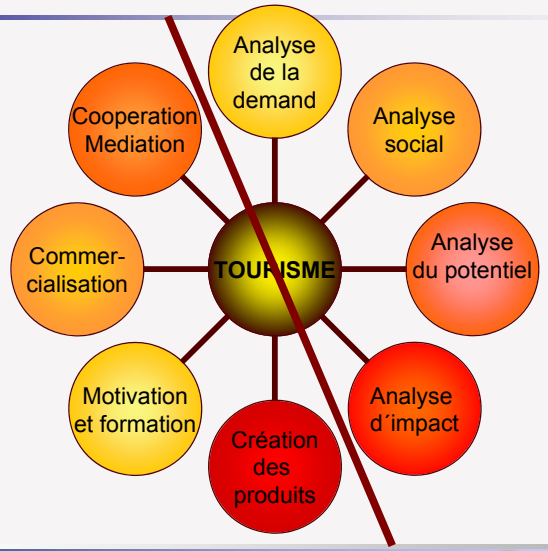
La situation aujourd´hui



Les nécessités de demain



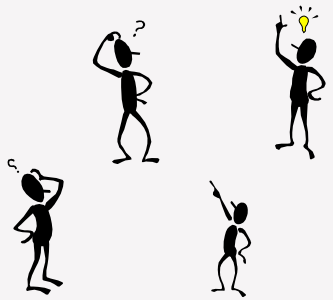
Qualifications clés pour le tourisme dans l´avenir

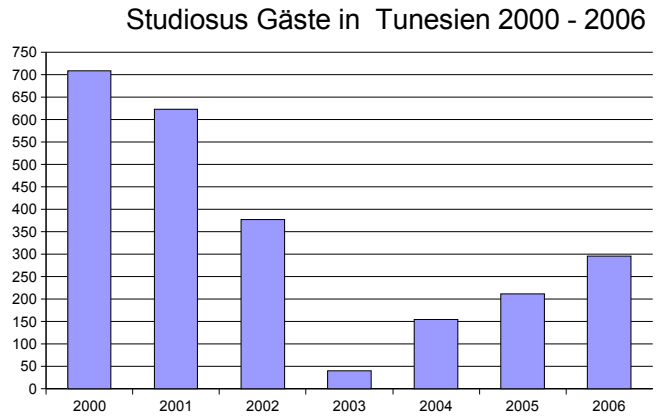


Partie analytique

Partie appliqué

Merci pour votre attention …



… et j´attend une discussion animée

Deutsch-tunesischer Tourismus - Quo vadis?