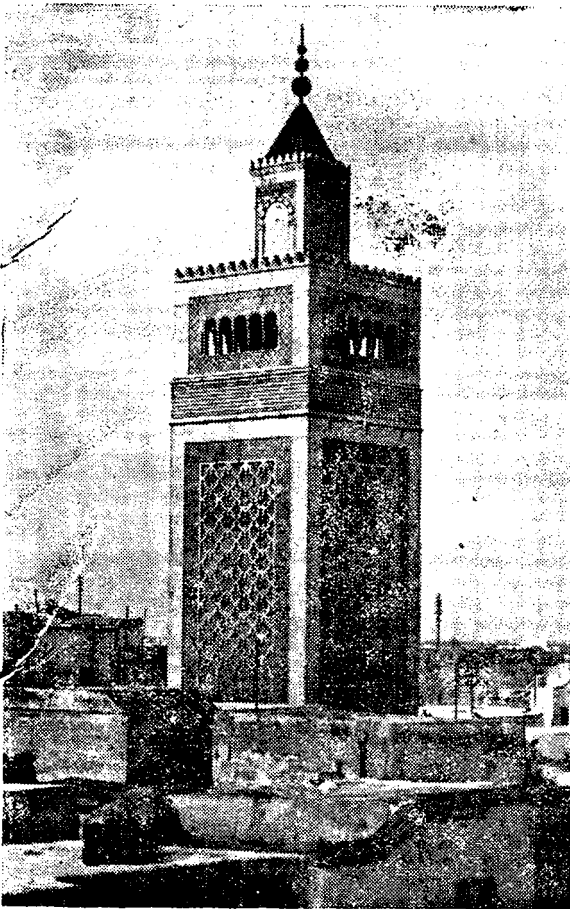


LA TUNISIE DANS LE TOURISME INTERNATIONAL



MINARET DE LA GRANDE MOSQUEE DE TUNIS
(Photo J. L. Combès)

térêt exceptionnel, une grande variété et, facteur particulièrement important, sont très faciles d'accès.

La Tunisie est, à cet égard, peut-être mieux placée que l'Algérie, dont les oasis sont très éloignées des ports d'embarquement et que le Maroc beaucoup moins rapproché de la France et des différents pays d'Europe dont les touristes les plus nombreux proviennent à l'heure actuelle.

A un autre point de vue, l'étude attentive des caractères du tourisme international d'après-guerre laisse apparaître un certain nombre de différences essentielles avec le tourisme de 1939.

Le « tourisme de luxe » et le « tourisme de séjour » tendent très nettement à disparaître au profit du « tourisme moyen de passage » et du

Mis à part, ou laissé pour un prochain Bulletin, le tableau des richesses touristiques les plus notables de la Tunisie, le problème essentiel que pose le tourisme pour les Pouvoirs Publics est celui de savoir si la Tunisie peut espérer raisonnablement faire de cette activité une industrie nationale susceptible d'être exploitée dans des conditions rationnelles et de contribuer au redressement du déficit de la balance commerciale du pays et d'une façon générale au développement de son activité économique.

L'examen objectif de la situation démontre que la Régence dispose à ce point de vue d'un certain nombre d'atouts grâce auxquels on peut espérer qu'une partie des grands courants touristiques mondiaux, qui s'amorcent ou se confirment à l'heure actuelle, pourront passer par ce pays.

En effet, ses richesses touristiques (art musulman — oasis du Sud — ruines antiques) présentent un in-

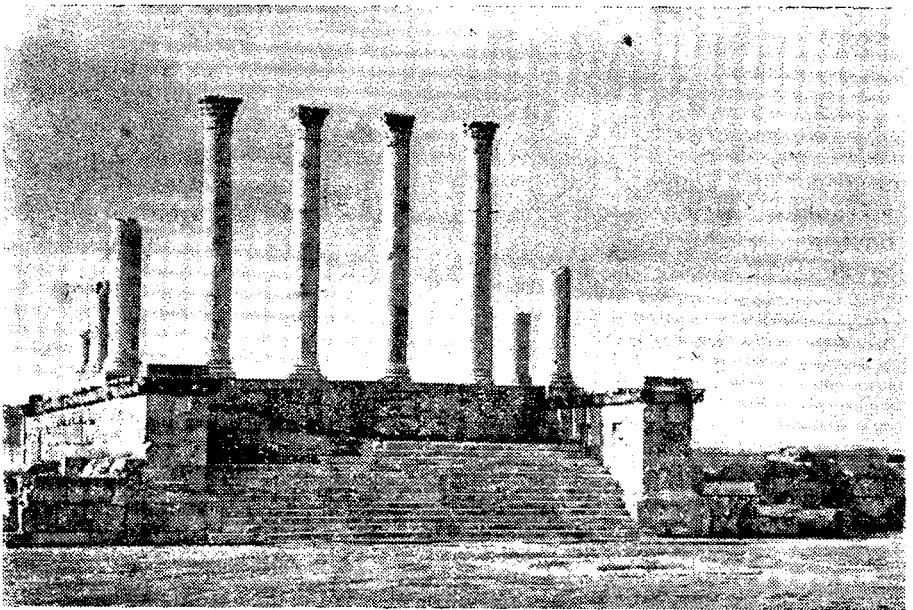
« tourisme populaire », tous deux beaucoup plus rapides que les précédents (étape quotidienne moyenne : 300 km.) et beaucoup plus modestes.

Cette évolution est due, il va de soi, à la diminution générale du pouvoir d'achat dans le monde qui oblige chaque candidat au voyage à prendre de plus en plus l'habitude d'établir à l'avance son budget de dépense, ce que le touriste riche d'autrefois ne faisait pas, et à l'établir sur des bases parfois étonnamment limitées. Cette observation, qui ne souffre guère d'exception et qui est valable même pour les touristes originaires des États-Unis d'Amérique, doit conduire à fixer un nouveau type d'équipement touristique qui soit adapté à cette conjoncture.

Cet équipement doit tendre à l'abandon progressif des installations de luxe au profit d'une infrastructure de très bonne qualité mais d'un standing moins élevé susceptible de satisfaire cependant le touriste-type qui ne dispose en général, comme le prouvent les courbes de fréquentation, que d'une dizaine de jours pour accomplir le voyage de son choix.

A condition de ne pas s'écarter des données qui viennent d'être exposées, on peut affirmer que la Tunisie peut attirer à elle un nombre croissant de touristes de toutes nationalités dont il faut espérer que certains s'intéresseront à la Tunisie non seulement à titre de simples visiteurs mais parfois comme clients ou même éventuellement pour y effectuer des placements de fonds.

Quelques chiffres illustrent d'ailleurs d'une façon saisissante tout ce que la Régence peut espérer du développement du tourisme étranger sur son territoire. On peut citer comme exemple le fait qu'une simple escale de 24 heures d'un bateau de touristes américains a récemment apporté au pays une somme de 45.000 dollars. Par ailleurs, il est établi que chaque caravane organisée, comprenant chacune une trentaine de personnes, laisse régulièrement à l'artisanat local une somme oscillant entre 200 et 300.000 francs.



CAPITOLE DE THUBURBO MAJUS

(Photo J. L. Combès)



OASIS DE L'EXTREME SUD-TUNISIEN

(Photo J. L. Combès)

L'intérêt du tourisme sur ce plan du développement de l'activité économique générale est, pour la Tunisie, particulièrement grand. Sans parler des secteurs qui, dans ce pays comme partout ailleurs, vivent du tourisme (hôtels, agences de voyage, guides, etc...), il faut noter que la Tunisie possède un artisanat resté très actif dont les produits sont le type même de ceux qu'achète le touriste : à cet égard le développement du tourisme doit permettre de maintenir en vie cette branche importante, tant au point de vue économique que social, de l'économie tunisienne, qui se heurte actuellement à certaines difficultés pour l'écoulement de ses produits.

La contrepartie des avantages qui viennent d'être énumérés réside dans l'obligation absolue qu'il y a pour la Tunisie à s'équiper, le plus tôt possible, de façon convenable, pour recevoir ses hôtes dans des conditions

qui ne sauraient être inférieures au standing international et qui exigent, aussi bien des pouvoirs publics que des entreprises privées, un effort considérable qui devra porter essentiellement, et en tout premier lieu, sur la construction de nouveaux hôtels et sur la réfection et la modernisation de ceux qui existent déjà.

En outre, il paraît certain que le climat psychologique d'accueil est dans ce pays inférieur à ce qu'il devrait être; il y a là toute une éducation qui reste encore à faire.

Mais le but à atteindre est tel que les difficultés auxquelles il faudra nécessairement faire face ne devront en aucune façon rebuter ceux qui, de plus en plus nombreux, comprennent l'ampleur de la tâche à accomplir et la nécessité absolue d'une réussite.

J. L. FERRATON,
Commissaire au Tourisme.