

Waldemar Cudny

Stan obecny i perspektywy rozwoju turystyki przyjazdowej w Tunezji

Wstęp

Usługi turystyczne to sektor dynamicznie rozwijający się. Jego rozwój następuje na skutek wzrostu zamożności społeczeństw, zwiększenia ilości wolnego czasu, rozwoju infrastruktury i stopniowej liberalizacji stosunków międzynarodowych (Szwichtenberg 2000). Spośród wielu regionów turystycznych na świecie, jednym z najlepiej zagospodarowanych i najczęściej odwiedzanych przez turystów jest region basenu Morza Śródziemnego. Najważniejszymi i tradycyjnymi destynacjami turystycznymi na tym obszarze są kraje europejskie na czele z Francją, Hiszpanią czy Włochami. Od dłuższego czasu obserwuje się także zainteresowanie turystów południową częścią tego basenu, tj. krajami położonymi w Afryce Północnej. Ten wzrost zainteresowań pozaeuropejskimi destynacjami turystycznymi wynika z kilku przyczyn. Przede wszystkim kraje te posiadają istotne walory turystyczne, coraz lepsze warunki życia oraz rozwiniętą infrastrukturę turystyczną i transportową. Wyróżniają się także sentymentem wśród mieszkańców wielu krajów europejskich, których były koloniami. Tunezja obok Egiptu oraz Maroka stanowi jeden z najważniejszych celów podróży w północnej Afryce. Z uwagi na rosnącą rolę tego kraju w światowej turystyce interesujące wydaje się przedstawienie stanu i przewidywanych kierunków rozwoju turystyki przyjazdowej na jego obszarze.

Wiadomości ogólne

Republika Tunezyjska ma powierzchnię 163 tys. km², położona jest nad Morzem Śródziemnym. Graniczy z Algierią i Libią (Rys. 1), a stolicą jest Tunis. Większość obszaru Tunezji zajmują niziny i niewysokie

wyżyny. Jedynie w północno-zachodniej części kraju występują obszary górskie – sięgają tutaj wschodnie krańce gór Atlas¹.



Rys. 1. Położenie Tunezji w basenie Morza Śródziemnego

Fig. 1. Situation of Tunisia on the Mediterranean Sea

W Tunezji występują dwie strefy klimatyczne. Na północnym i wschodnim wybrzeżu panuje klimat śródziemnomorski. W tej części kraju skupiają się najważniejsze tereny rolnicze, tutaj też występuje największa gęstość zaludnienia. W regionie wybrzeża północno-wschodniego znajdują się również główne centra turystyczne. W głębi kraju i na obszarach położonych dalej na południe występuje klimat pustynny (Warszyńska 1995).

Tereny dzisiejszej Tunezji związane są z największymi cywilizacjami basenu Morza Śródziemnego. Do 146 r. p.n.e. były one pod władaniem Kartaginy, następnie podbite zostały przez Imperium Rzymskie. Po upadku Rzymu obszar ten opanowali Wandalowie, a następnie Bizantyjczycy, w VII w. n.e. zajęli go Arabowie. Po osłabieniu wpływów arabskich pod koniec XVI w. ziemie te wcielono do Imperium Osmańskiego. Wpływy europejskie na tym terenie sięgają XIX w. Wówczas to po osłabieniu Turcji doszło do rozpadu jej imperium. Wykorzystała to Francja i w 1881 r. przekształciła ten teren w swój protektorat.

Dzisiejsza Republika Tunezyjska jest państwem młodym, które poja-

¹ Do realizacji niniejszego opracowania wykorzystano materiały uzyskane z Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki – przedstawicielstwo w Polsce.

wiło się na mapie świata jako niepodległy kraj dopiero w 1956 r. Wówczas to francuski protektorat uzyskał formalnie niepodległość. Rok później wprowadzono w Tunezji funkcjonujący do dzisiaj ustrój republikański z silną władzą prezydencką (Gardner i in. 1994).

Spośród 9,5 mln mieszkańców kraju 98% stanowią Arabowie i zarabizowani Berberowie. Są oni wyznawcami islamu. Inne, poza Berberami, mniejszości narodowe to m.in. Francuzi, Włosi, Maltańczycy oraz Żydzi. Tunezyjczycy są narodem tolerancyjnym i otwartym na przybyszów z zagranicy, a zagrożenie terrorystyczne jest znikome. Poza urzędowym arabskim powszechnie znane i używane są języki europejskie, takie jak francuski, angielski czy niemiecki (Bińkowski 2003).

W przypadku zorganizowanego wjazdu turystycznego do Tunezji nie są wymagane wizy, wystarczy okazanie *voucheru*². Nie są też potrzebne szczepienia profilaktyczne. Pewną niedogodnością jest zakaz wwożenia lokalnej waluty (dinarów). Powoduje to konieczność przywożenia ze sobą dewiz i ich wymiany po zawyżonym kursie na miejscu. Innym wyjściem jest korzystanie z kart płatniczych, co jednak często jest obciążone różnego rodzaju opłatami manipulacyjnymi.

Dostępność komunikacyjna kraju jest bardzo dobra. Długość lotu z większości państw europejskich nie przekracza 4 godzin. Lotniska międzynarodowe są zlokalizowane w Tabarce, Tunisie, Monastirze, Djerbie i w Tozeur. W planach jest powstanie kolejnego lotniska międzynarodowego w miejscowości Hammamet.

Do Tunezji można dostać się również podróżując samochodem. Należy w takim przypadku skorzystać z promów wypływających z Marsylii, Genui, Sycylii lub Sardynii. Drogi na terenie Tunezji są dobrze rozwinięte. Występuje tutaj gęsta sieć autostrad i dróg szybkiego ruchu. Za ich pośrednictwem skomunikowane są najważniejsze miejscowości turystyczne na wybrzeżu oraz miasta i regiony leżące w głębi kraju.

Zróżnicowana i dobrze rozwinięta jest w Tunezji infrastruktura turystyczna. Funkcjonują tu różnorodne hotele, z których wiele jest własnością dużych, europejskich sieci i łańcuchów (Warszyńska 1995). W 1993 r. liczba miejsc noclegowych w Tunezji wynosiła ok. 144 tys., natomiast w 2002 r. – już ponad 214 tys. W ciągu 10 lat nastąpił więc wzrost liczby miejsc noclegowych o ok. 50% (*Le tourisme Tunisien...* 2002).

² Turysta zobowiązany jest posiadać wizę jedynie w przypadku przyjazdu indywidualnego.

Główne regiony turystyczne

Tunezja posiada szereg różnorodnych walorów turystycznych. Głównym celem przyjazdów turystycznych jest jednak korzystanie z walorów wypoczynkowych. Szczególnie istotne dla turystyki jest nadmorskie położenie kraju w strefie ciepłego klimatu. Najważniejszym dla turystyki regionem jest wschodnie wybrzeże, od Tunisu poprzez Półwysep Bon na północy, po wyspę Djerba na południu (Rys. 2). Niezwykle pozytywnie oddziałuje tutaj na turystykę obecność bardzo szerokich, piaszczystych plaż. Łącznie na ten obszar w 2002 r. przypadało ok. 94% ogółu przyjazdów turystycznych. Region ten charakteryzuje się także najlepszym poziomem rozwoju infrastruktury turystycznej i największą jej różnorodnością. To właśnie na jego terenie znajduje się 92% ogółu miejsc noclegowych w kraju. Tutaj zlokalizowane są również główne porty lotnicze i najlepiej rozwinięta jest sieć połączeń drogowych.

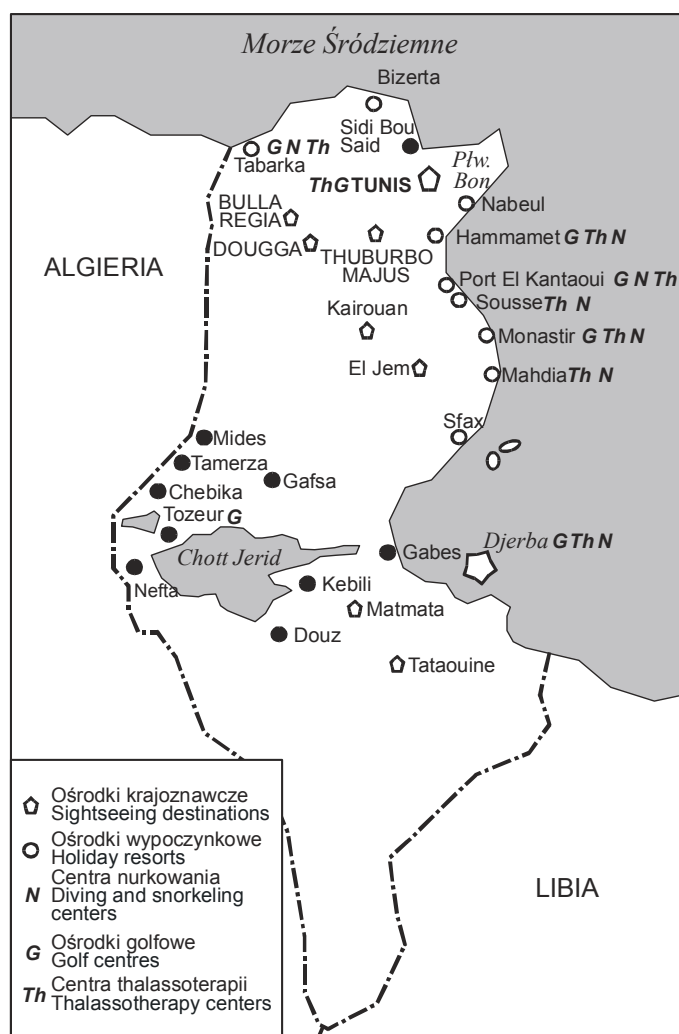
Mniej atrakcyjne i zdecydowanie rzadziej odwiedzane, głównie z uwagi na gorsze warunki naturalne, jest północne wybrzeże Tunezji. Ten obszar odwiedzany był w 2002 r. przez niecałe 2% turystów zagranicznych, a przypadało nań ok. 6% miejsc noclegowych. Z kolei regiony w głębi kraju odwiedziło nieco ponad 3% turystów, przypadało na nie zaś 2% dostępnych w Tunezji miejsc noclegowych (*Le tourisme Tunisien...* 2002). Istotną przeszkodą w rozwoju turystyki poza wybrzeżem wschodnim Morza Śródziemnego jest więc, jak widać, niedostateczna baza turystyczna w pozostałych regionach. Ich aktywizacja będzie więc wymagała dużych inwestycji w rozwój bazy materialnej turystyki.

W okolicach Tunisu oraz w głębi kraju, niejako „na zapleczu” wybrzeża, znajduje się szereg miejscowości o bogatych walorach krajoznawczych. Stanowią one cel wycieczek pobytowo-objazdowych, a także krótkich fakultatywnych objazdów oferowanych turystom spędzającym urlop nad morzem. Znajdujące się w nich obiekty mają zróżnicowaną genezę.

Najstarsze zabytki występują w rejonie stolicy kraju – Tunisu. Znajdziemy tutaj zrekonstruowany kartagiński port, nekropolie i sanktuarium. W okolicach Tunisu położone są także ruiny miasta, które wybudowali Rzymianie po zdobyciu i zniszczeniu Kartaginy. W Tunisie znajduje się także największe w kraju muzeum etnograficzne Bardo i pochodzącą z okresu panowania arabskiego *medina* (Warszyńska 1995).

Na południowy zachód od Tunisu znajdują się kolejne ruiny rzymskich budowli. Pochodzą one z okresu, gdy po wygranych wojnach punickich ziemie dzisiejszej Tunezji stały się rzymską prowincją o nazwie *Africa*. Ruiny zabudowań rzymskich stanowią ważne atrakcje turystyczne takich

miejsowości, jak Bulla Regia, Thuburbo Majus czy Dougga (Rys. 2). Kolejny obiekt pochodzący z okresu panowania rzymskiego to amfiteatr w miejscowości El Jem (Rys. 2). Jest on trzecim co do wielkości amfiteatrem rzymskim na świecie, zachowanym zresztą do dzisiaj w bardzo dobrym stanie.



Rys. 2. Główne ośrodki turystyczne w Tunezji (opracowanie własne na podstawie materiałów Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki)

Fig. 2. Main tourist centers in Tunisia (author's own elaboration based on data from the Tunisian National Tourism Office)

Poza obiektami zabytkowymi z okresu kartagińskiego i rzymskiego istotne są również zabytki powstałe w trakcie panowania arabskiego, które w Tunezji rozpoczęło się w VII w. n.e. Na zachód od Monastiru leży miejscowość Kairouan słynąca z meczetu będącego jednym z najświętszych miejsc islamu. Miejscowość ta została założona w 670 r. jako baza wypadowa dla ekspansji islamu w północnej Afryce. Dzisiaj jest to ważne sanktuarium religijne i cel licznych pielgrzymek wyznawców tej religii.

Niezwykle interesujące są także starówki miast arabskich, czyli tzw. *mediny*, występujące obecnie w większości miast tunezyjskich zarówno na wybrzeżu, jak i w głębi kraju (Warszyńska 1995). Stare miasto arabskie było zazwyczaj położone na wzgórzu i otoczone murami obronnymi. Wąskie i kręte uliczki stanowiły miejsce handlu i produkcji rzemieślniczej. Tradycyjne dzielnice rzemieślniczo-handlowe nazywano *sukami*. Dzisiaj *mediny* stanowią swoiste orientalne bazy. Są one miejscem handlu, którego zasady różnią się zdecydowanie od standardów przyjętych w Europie. Spacer i zakupy w *medinie* mogą stanowić okazję do zetknięcia się z odmienną od europejskiej kulturą i zwyczajami jakże egzotycznymi dla turysty ze „Starego Kontynentu”.

Kolejnym ważnym regionem turystycznym jest Tunezja środkowa i południowa. Obszar ten znajduje się pod wpływem klimatu pustynnego i stanowi część Sahary. Jego unikatowość stanowi jednocześnie jeden z jego niezaprzeczalnych walorów. Dla europejskiego turysty już sam przejazd przez pustynię jest niezwykle wyjątkowym wydarzeniem. Niecodzienne warunki klimatyczne i malowniczy krajobraz pustyni oraz występujących na jej obszarze piaszczystych i skalistych oaz to jeden z najważniejszych walorów regionu.

Wachlarz dodatkowych atrakcji jest jednak niezwykle szeroki. Lokalne biura turystyczne oferują m.in. wycieczki nad Chott Jerid – największe w Afryce Północnej słone jezioro (Rys. 2). Ważną atrakcją regionu są przejażdżki na wielbłądach czy też możliwość odbycia tzw. *jeep safari*. Jest to szaleńcza jazda samochodem terenowym przez piaszczyste wydmy pustyni. Ostatnio pojawiły się też oferty lotów balonem nad pustynią.

Istotną atrakcją turystyczną jest także kultura zamieszkujących ten obszar Berberów. Dla turystów organizowane są m.in. wieczory berberyjskie połączone z pokazami walk na szable i degustacją tradycyjnej kuchni regionalnej.

Bardzo atrakcyjne są też dwie miejscowości położone na południowym wschodzie kraju: Matmata i Tataouine (Rys. 2). Pierwsza z nich słynie z tzw. „domów troglodytów”, wydrążonych w skale i zamieszkiwa-

nych niegdyś przez Berberów. Jeszcze dzisiaj na potrzeby grup turystycznych organizowane są tutaj folklorystyczne pokazy obejmujące zwyczaje berberyjskie i ich styl życia.

Kolejną ważną miejscowością jest Tataouine. Miasto jest „stolicą” regionu *ksarów*, czyli obronnych zabudowań służących magazynowaniu żywności na pustyni. Same *ksary* mają niezwykle malowniczą architekturę i m.in. dlatego posłużyły za scenerię filmu „Gwiezdne wojny”. Okolice Tataouine nazywane są niekiedy tunezyjskim Hollywood. Poza „Gwiezdnymi wojnami” powstało tu bowiem jeszcze kilka innych dużych amerykańskich produkcji filmowych. Kręcono tutaj m.in. zdjęcia do „Poszukiwaczy zaginionej Arki” czy „Angielskiego pacjenta”. Dla wielu miłośników kina miejsce to stanowi niezwykle atrakcję turystyczną.

Noclegi na pustyni nie stanowią problemu, podobnie jak komunikacja w regionie. W wielu oazach pustynnych znajduje się bowiem szereg nowoczesnych, niedawno wybudowanych hoteli. W 2002 r. na region południowej Tunezji przypadało ok. 5% krajowej liczby miejsc noclegowych. Był to udział większy niż np. regionu wybrzeża północnego (*Le tourisme Tunisien...* 2002). Jednocześnie dobrze rozwinięta jest tutaj także infrastruktura transportowa. Występuje dość gęsta sieć dróg, a w oazie Tozeur znajduje się nawet międzynarodowe lotnisko.

Region środkowo-południowej Tunezji, w porównaniu ze wschodnim wybrzeżem zagospodarowanym już od lat 60. XX w., dopiero niedawno został odkryty dla turystyki. Mimo to już teraz prezentuje dość dobry poziom zagospodarowania turystycznego.

Ruch turystyczny i jego rola w gospodarce kraju

Tunezja jest jednym z najszybciej rozwijających się pod względem turystyki państw w basenie Morza Śródziemnego. Rozwój turystyki rozpoczął się w latach 60. XX w., wraz ze znacznym zwiększeniem inwestycji w tym sektorze. W 1989 r. Tunezję odwiedziło ok. 3,3 mln turystów (Warszyńska 1995). W latach 1993–2004 liczba przybywających do Tunezji wzrosła o ok. 64% i osiągnęła w 2004 r. poziom ok. 6 mln.

Tak znaczny wzrost liczby przyjeżdżających turystów był możliwy m.in. dzięki zróżnicowanej i dobrze rozwiniętej infrastrukturze turystycznej. Korzystna jest także dobra zewnętrzna i wewnętrzna dostępność komunikacyjna. Kolejnym czynnikiem decydującym o sukcesie turystyki tunezyjskiej jest intensywna promocja walorów turystycznych. Korzystna jest stabilność rządów i gospodarki, znikome zagrożenie terrorystyczne oraz przyjazny stosunek do turystów. Ważnym czynnikiem rozwoju

turystyki w Tunezji jest również powszechna znajomość języków obcych, głównie francuskiego, angielskiego i niemieckiego.

Przybywający do Tunezji turyści pochodzą przede wszystkim z Europy. Na drugim miejscu uplasowali się turyści z regionu Maghrebu³. Liczba osób przyjeżdżających z obu tych obszarów wykazywała w latach 1993–2004 tendencję rosnącą (Tab. 1).

Tabela 1. Ruch turystyczny na terenie Tunezji w latach 1993–2004

Table 1. Tourist turnout in Tunisia in 1993–2004

Region	Liczba turystów w roku Number of tourist in					Indeks zmian 1993–2004 (w %) Change dynamics in 1993– 2004 (%)
	1993	1996	1999	2002	2004	
Ogółem Total	3 655 698	3 884 593	4 831 658	5 063 538	5 998 449	+ 64
	100%	100%	100%	100%	100%	
Europa Europe	2 158 851	2 522 893	3 460 857	2 918 526	3 481 752	+ 61
	59,1%	64,9%	71,6%	57,6%	58,0%	
Maghreb Maghreb	1 372 970	1 232 905	1 262 688	2 053 695	2 394 794	+ 74
	37,6%	31,7%	26,1%	40,6%	39,9%	
Ameryka Północna North America	20 182	26 945	27 050	21 920	28 997	+ 43
	0,6%	0,7%	0,5%	0,4%	0,5%	
Pozostałe Others	103 695	101 850	81 063	69 397	92 906	- 10
	2,7%	2,7%	1,8%	1,4%	1,6%	

Źródło: *Le tourisme Tunisien en chiffres* 1995, 1996, 2001, 2002, dane z Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki – przedstawicielstwo w Polsce.

Source: *Le tourisme Tunisien en chiffres* 1995, 1996, 2001, 2002, data taken from Tunisian National Tourism Office – agency in Poland.

W całym badanym okresie najliczniej reprezentowani byli Francuzi. W 2004 r. stanowili oni ok. 17% ogółu przyjeżdżających do tego kraju. Kolejne miejsca zajmowali Niemcy (9,5%), Włosi (7,4%) oraz Brytyjczycy (4,5%)⁴.

³ Do regionu Maghrebu wliczane są, poza Tunezją, także Algieria, Libia, Maroko i Mauritania.

⁴ Dane Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki – przedstawicielstwo w Polsce.

Tunezja posiada istotne walory turystyczne i położona jest blisko wielkiego rynku podaży, jakim jest Europa. Poza tym otoczona jest dużymi krajami arabskimi, w których sektor turystyczny nie jest tak dobrze rozwinięty. Te właśnie przyczyny wydają się kształtować strukturę ruchu turystycznego w Tunezji. Istotny wpływ na ruch turystyczny wywiera także historia kraju. Tunezja z uwagi na swoją przeszłość kolonialną jest silnie powiązana historycznie i gospodarczo z Francją, co tłumaczy m.in. dominację Francuzów w turystyce przyjazdowej. Znaczna liczba Brytyjczyków, Niemców i Włochów odwiedzających Tunezję wynika zapewne także z historycznych powiązań tych krajów z Afryką.

Po 1989 r. doszło do istotnej zmiany w strukturze ruchu turystycznego w Tunezji. Do grupy turystów pochodzących z Europy dołączyli także obywatele dawnych państw komunistycznych. Szczególnie ważną grupą są tutaj turyści z Czech, Rosji, Polski i Węgier. Obywatele tych krajów stanowili w 2002 r. łącznie ok. 3,4% ogółu turystów odwiedzających Tunezję, a ich liczba wykazywała w latach 90. wyraźną tendencję wzrostową⁵.

Bardzo istotne znaczenie w turystyce tunezyjskiej odgrywają także przyjazdy osób z krajów północnej Afryki, czyli z regionu Maghrebu. Ich liczba rośnie, a udział w ruchu turystycznym plasuje się na poziomie ok. 40%. Turyści z Algierii, Libii, Maroka czy Mauretanii nie odwiedzają jednak Tunezji dla egzotycznych walorów turystycznych. Przyczyn tak częstych przyjazdów tej grupy turystów należy raczej upatrywać w bliskości tunezyjskich obszarów wypoczynku, dobrym rozwoju infrastruktury turystycznej oraz różnorodności i wysokim poziomie usług.

Dochody z turystyki w Tunezji wykazywały w latach 90. XX w. wyraźną tendencję rosnącą (Rys. 3). W 2002 r. wynosiły one ok. 2 mld dinarów⁶ i stanowiły ok. 14% dochodów Tunezji z eksportu. Jednocześnie turystyka po 2000 r. dostarczała ok. 7% produktu krajowego brutto Tunezji i umożliwiła pokrycie ponad 50% deficytu handlowego kraju (*Promocja krajów...* 2005a).

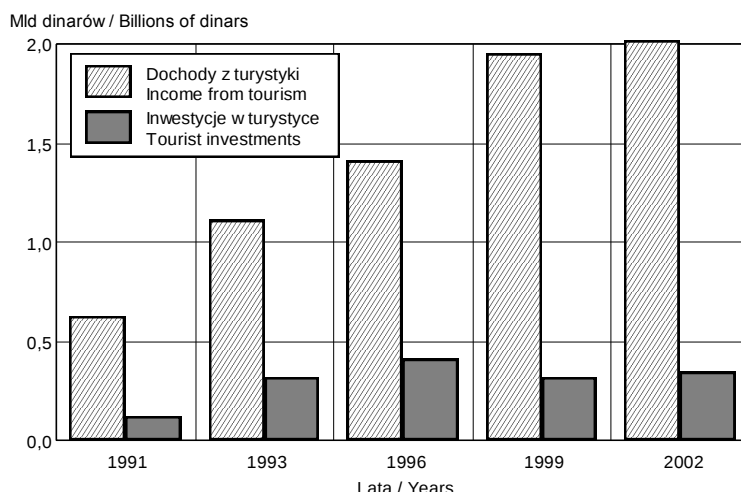
O wadze tego sektora świadczy fakt, że dochody z działalności turystycznej przekroczyły w 2002 r. wpływy ze sprzedaży ropy naftowej. Jednocześnie były one zbliżone do dochodów z eksportu fosforytów, które są jednym z głównych bogactw naturalnych Tunezji (*Le tourisme Tunisien...* 2002).

Wydatki na inwestycje w turystyce pozostawały w latach 1993–2002

⁵ Dane Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki – przedstawicielstwo w Polsce.

⁶ Przybliżony kurs dinara tunezyjskiego wynosi ok. 1 dolara amerykańskiego.

na zbliżonym poziomie rzędu 300 mln dinarów rocznie⁷ (*Le tourisme Tunisien...* 2002). W 2002 r. stanowiły one ok. 16% dochodów z turystyki tunezyjskiej. Liczba miejsc pracy wykreowana dzięki turystyce w 2000 r. wynosiła ok. 320 tys.



Rys. 3. Dochody z turystyki i inwestycje turystyczne na terenie Tunezji w latach 1991–2002 (*Le tourisme Tunisien...* 2002).

Fig. 3. Income from tourism and tourist investments in Tunisia in 1991–2002 (*Le tourisme Tunisien...* 2002).

Wszystko to sprawia, że tunezyjska turystyka jest jednym z najważniejszych sektorów krajowej gospodarki. W administracji rządowej powołano nawet specjalny Tunezyjski Urząd ds. Turystyki – ONTT (*Office National du Tourisme Tunisien*). Jego celem jest kontrola rozwoju turystyki, promocja Tunezji za granicą i dbałość o jakość usług turystycznych.

Nowe elementy w strategii rozwoju turystyki tunezyjskiej

Od roku 2000 wdrażane są w Tunezji nowe wytyczne dla strategii turystycznej kraju. Zostały one sformułowane m.in. jako odpowiedź na zmiany w globalnych trendach rozwoju turystyki. Są to przede wszystkim elementy strategii innowacji oraz rozwoju rynku, opracowane i wdrażane

⁷ Interesujące byłoby także przedstawienie wielkości wydatków poniesionych na promocję turystyczną Tunezji, jednak dane te nie są udostępniane przez Tunezyjski Urząd ds. Turystyki.

przez Tunezyjski Urząd ds. Turystyki. Pierwszym *novum* jest wprowadzana dywersyfikacja produktu turystycznego. Dotychczas dominowała masowa turystyka wypoczynkowa skoncentrowana w strefie nadmorskiej. Jedynie niewielka część turystów korzystała dotąd z oferty wypoczynkowej i krajoznawczej obszarów położonych w głębi kraju. Rynek ten jest więc rozwojowy i słabo spenetrowany.

Promowanie Tunezji jako destynacji o charakterze czysto wypoczynkowym, której atrakcjami są jedynie piaszczyste plaże oraz ciepły klimat, powinno się zmienić. Podejmowane są próby dywersyfikacji produktu turystycznego Tunezji poprzez włączenie do niego szerszego wachlarza walorów krajoznawczych i rozwój nowych regionów wypoczynkowych. Rozbudowie podlega infrastruktura turystyczna, silniej promowane są walory krajoznawcze i wypoczynkowe środkowej i południowej Tunezji. Skutkiem tej działalności ma być bardziej równomierne rozmieszczenie turystów na obszarze Tunezji. Dzięki temu praktycznie cały kraj ma być w równym stopniu przygotowany do przyjęcia i obsługi przyjeżdżających turystów (*Promocja krajów...* 2005b).

Dzięki dywersyfikacji i rozwojowi produktu turystycznego Tunezji ma także nastąpić odejście od masowej i taniej turystyki na rzecz turystyki niszowej, oferującej produkty dla bardziej wymagających klientów. Oferta tania skutkuje bowiem obniżeniem standardu usług i pogorszeniem się wizerunku kraju jako destynacji turystycznej. Jednocześnie obserwowane jest na światowym rynku turystycznym stopniowe zniechęcenie podróżnych do standardowych ofert wypoczynkowych.

Przykładem takich działań może być budowa szeregu ośrodków golfowych. Ewenementem w skali światowej jest m.in. budowa jednego z pól golfowych na terenie pustynnej oazy Tozeur. Urozmaicenie oferty turystycznej realizowane jest także poprzez rozwój licznych centrów nurkowania i thalassoterapii⁸ (Rys. 2). Dzięki tym działaniom Tunezja w ostatnich latach stała się jednym z większych światowych centrów thalassoterapii. Kolejnym elementem różnicowania i poszerzania propozycji dla turystów jest opracowanie oferty dla turystyki biznesowej. Realizowane jest to m.in. poprzez zwiększenie liczby hoteli z salami konferencyjnymi i dostępem do nowoczesnych mediów elektronicznych (*Promocja krajów...* 2005b).

Planowany jest także dalszy, bardziej równomierny rozwój infra-

⁸ W 2004 r. na terenie Tunezji ośrodki golfowe i centra nurkowania znajdowały się w 7 miastach, natomiast centra thalassoterapii w 8 (materiały Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki – przedstawicielstwo w Polsce).

struktury turystycznej i transportowej. Powstać ma m.in. wspomniane już kolejne międzynarodowe lotnisko w miejscowości Hammamet. Nowa strategia turystyczna Tunezji zakłada także wzrost inwestycji pochodzących z sektora prywatnego. Planowana jest ściślejsza kooperacja pomiędzy agencjami rządowymi, prywatnymi przedsiębiorcami, władzami samorządowymi i ośrodkami szkoleniowymi w celu rozwoju turystyki.

Ważnym celem jest dalszy rozwój rynku turystyki przyjazdowej. Ma on nastąpić poprzez utrzymanie silnej pozycji na tradycyjnych rynkach Europy Zachodniej, m.in. we Francji, Niemczech czy Wielkiej Brytanii. Poza tym planowane jest zwiększenie wysiłków promocyjnych na obszarze Europy Środkowo-Wschodniej. Turyści z tego regionu odgrywają bowiem coraz większą rolę w turystyce tunezyjskiej. Większy nacisk położony ma być również na rozwój rynków turystyki przyjazdowej w krajach arabskich – Afryki Północnej i Zatoki Perskiej. Kolejnym elementem rozwoju rynku jest spenetrowanie bardziej odległych regionów Ameryki Północnej, m.in. Stanów Zjednoczonych, Kanady oraz Dalekiego Wschodu, tj. Japonii i Chin (*Promocja krajów...* 2005a).

Rozwój turystyki przyjazdowej ma nastąpić na skutek zwiększenia liczby zagranicznych przedstawicielstw Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki⁹ i wzmożenia prowadzonych przez nie akcji promocyjnych. Organizowane są m.in. telewizyjne kampanie promocyjne oraz liczne podróże studialne. Na *study tour* zapraszani są dziennikarze, agenci turystyczni i inne osoby z branży turystycznej.

Tunezja jest niewątpliwie krajem o wysokich walorach turystycznych. Szczególnie istotne są tutaj walory wypoczynkowe. Równie atrakcyjne, choć niewątpliwie mniej znane masowemu turyście są walory krajoznawcze, a także walory specjalistyczne. Dzięki działaniom Rządu Tunezyjskiego prowadzonym za pośrednictwem Urzędu ds. Turystyki również te walory przyciągają obecnie coraz większą liczbę turystów. Na skutek prowadzonych działań promocyjnych oraz rozwoju infrastruktury turystycznej ma w przyszłości nastąpić istotna zmiana struktury rynku turystyki przyjazdowej w Tunezji. Kraj postrzegany obecnie jako typowa destynacja wypoczynkowa ma przyciągać coraz więcej turystów zainteresowanych zwiedzaniem, aktywnym wypoczynkiem oraz korzystaniem z produktu uzdrowiskowego. Jednoczenie na skutek tego powinny rozwinąć się nowe regiony turystyczne położone w głębi kraju.

⁹ Liczba zagranicznych przedstawicielstw Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki zwiększyła się w okresie 1995–2002 z 19 do 28 (materiały Tunezyjskiego Urzędu ds. Turystyki – przedstawicielstwo w Polsce).

Ma to doprowadzić do polepszenia warunków życia i rozwoju infrastruktury w biednych regionach środkowej i południowej Tunezji. Odzwierciedleniem tych dążeń i działań jest wdrażana w ostatnich latach strategia rozwoju turystyki tunezyjskiej. Jest ona niewątpliwie dobrym przykładem długofalowego planu rozwoju, którego nowe cele odzwierciedlają przemiany zachodzące na globalnym rynku turystycznym.

Literatura

- Bińkowski A., 2003, *Almanach państw świata*, Książka i Wiedza, Warszawa.
- Gardner P., Scott A., Scott Rohan M., Schackelton A., 1994, *Geografia państw świata*, Muza S.A., Warszawa.
- Le tourisme Tunisie en chiffres*, 1995, Office National Du Tourisme Tunisie, Republique Tunisienne.
- Le tourisme Tunisie en chiffres*, 1996, Office National Du Tourisme Tunisie, Republique Tunisienne.
- Le tourisme Tunisie en chiffres*, 2001, Office National Du Tourisme Tunisie, Republique Tunisienne.
- Le tourisme Tunisie en chiffres*, 2002, Office National Du Tourisme Tunisie, Republique Tunisienne.
- Promocja krajów i regionów – Tunezja*, 2005a, Rynek Podróży, 5.
- Promocja krajów i regionów – Tunezja*, 2005b, Rynek Podróży, 6–7.
- Szwichtenberg A. (red.), 2000, *Podstawy Turystyki*, Wyd. Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin.
- Warszyńska J. (red.), 1995, *Geografia turystyczna świata*, cz. 2, PWN, Warszawa.

Current condition and prospects of tourist industry in Tunisia

Summary

Tunisia is one of most popular tourist destinations in northern Africa. The country boasts considerable tourist assets owing to favourable natural conditions and long and turbulent history. Major holiday resorts are situated along the eastern coast. Sightseeing destinations of historical, cultural or religious interest (e.g. ruins of Roman cities, picturesque Berber villages, Islamic pilgrimage centers) are to be found in the interior and southern section of the country.

The tourist turnout in Tunisia has been gradually increasing with as many as 6 million tourists registered in 2004. Most of them come to the seaside regions for coastal recreation. Nevertheless, in recent years some changes have been implemented in the Tunisian tourism development strategy oriented toward, among others, diversification of the tourist product.

The tourist infrastructure in the interior is being developed and the promotional actions have been undertaken to popularize cultural attractions. Totally new tourist products e.g. golf courses, thalassotherapy centres, yachting and diving centres.

At the same time, efforts are continued to maintain or even increase the number of foreign tourists in Tunisia. This promotion is implemented e.g. through representative offices of the Tunisian National Tourism Office abroad, numbering 28 in different parts of the world. The promotion aims to keep high arrival figures from the traditional tourist source countries such as France, Germany, Great Britain. On the other hand, endeavors are being made to capture new tourist markets, among others from Central-Eastern Europe, the Far East and North America.

Possessing unquestionable tourist assets, Tunisia provides an example of appropriate development of tourist sector. Of particular importance here is the role of the Tunisian government, which pursues a coordinated policy of tourist promotion.

Translated by Wojciech Leitloff