



## **5ème Prix des Sommets du Tourisme 2005**

### **PROJET**

**«Chebika : un projet de développement  
communautaire pour une destination écotouristique  
de choix»  
TUNISIE**

[Hgafsi@wanadoo.fr](mailto:Hgafsi@wanadoo.fr)

# **CHEBIKA : Un projet de développement communautaire pour une destination écotouristique de choix.**

- Introduction
- Le PAOTIC
- Chébika: le domaine d'action
- Un projet réfléchi aux objectifs modestes
  - ✓ La démarche
  - ✓ Des actions cohérentes pour un objectif global de développement écotouristique communautaire
- Stratégie touristique et concept marketing
- La démarche qualité
- Quelques obstacles demeurent
- Conclusions
- Résumé
- Bibliographie

PAOTIC – Novembre 2005

## **CHEBIKA : Un projet de développement communautaire pour une destination écotouristique de choix.**

### **INTRODUCTION**

La Tunisie est une destination touristique parmi les plus fréquentées du bassin méditerranéen (5 millions de touristes en 2000). Le développement touristique y a été orienté vers un tourisme de masse, que les spécialistes qualifient de non-structuré et hyper concentré sur le littoral, mais qui jusque récemment mobilise encore de la clientèle. De plus en plus, l'attention des clients et des fournisseurs de service est attirée par nouvelles destinations et de nouveaux produits. Une situation de concurrence s'est installée, secondée par une veille écologique et environnementale qui a fait réfléchir les autorités des pays de destination. La Tunisie n'est pas

épargnée de ce mouvement de changement où il est question de diversifier les services et d'adapter les produits à des clients de plus en plus exigeants. Proposer la découverte de l'intérieur du pays, aux potentiels remarquables, est une idée qui s'est imposée. Elle est en phase avec une nouvelle logique qui prône un développement touristique responsable : l'écotourisme. Un tourisme qui se veut local et aux acquis durables.

Du nord au sud de la Tunisie, plusieurs contrées originales, authentiques et riches peuvent faire l'objet de projets de développement écotouristique. Les oasis de montagne du sud-ouest tunisien comptent parmi ces endroits. L'oasis de Chébika célèbre pour ses paysages, son histoire,...., sa culture dispose d'un potentiel qui mérite d'être valorisé sans, toutefois, le compromettre.

Le projet que nous présentons ici concerne une des oasis de montagne du sud-ouest tunisien : il s'agit de Chébika. Il est considéré comme pilote en matière de développement local et d'écotourisme en Tunisie. Le PAOTIC a choisi de s'engager dans ce défi et compte sur la mobilisation de la communauté de Chébika et de l'ensemble des acteurs locaux, régionaux et nationaux du développement pour le gagner. Cela suppose nécessairement la pleine implication de la communauté dans le développement des produits et des services, l'optimisation de l'utilisation des ressources patrimoniales locales et l'organisation de la population pour qu'elle soit à même de porter le projet, de le réaliser et d'assurer la pérennité de ses acquis.

### **Le PAOTIC : Programme d'Appui aux Organisations de base en Tunisie d'Intercoopération.**

**Nous :** Le PAOTIC, Programme d'Appui aux Organisations de base en Tunisie d'Intercoopération (Fondation suisse), financé par la coopération suisse, accompagne depuis 1998 des initiatives locales et communautaires sur l'ensemble du territoire tunisien.

Depuis 2003, le programme concentre son action dans trois sites aux caractéristiques sociales, économiques et géographiques spécifiques: la zone forestière de Jebel Bargou à Siliiana, la médina oasienne de Gafsa et les oasis de montagne du Sud Ouest, Chébika et Tamaghza, où il soutient des dynamiques de développement endogènes et favorise le développement des potentialités économiques des populations locales. Il est relayé sur place par des acteurs locaux et des organisations communautaires dont il favorise le renforcement pour plus d'autonomie.

Le PAOTIC est géré à Berne par la Fondation Intercooperation et en Tunisie par la responsable du programme, Henda Gafsi. Le projet d'appui à l'écotourisme communautaire à Chébika est coordonné par **Aïda Tarhouni**, socio économiste, membre de l'équipe du PAOTIC.

**Notre choix :** Le modèle de développement que nous privilégions se veut communautaire. Il place la population locale au centre du dispositif de réflexion, de planification et d'action. C'est pour nous une manière de reconnaître les compétences de la communauté et d'essayer de les valoriser en partant de ce qu'ils sont, de ce qu'ils savent et de ce qu'ils ont. Leur participation à toutes les étapes du processus de développement est sollicitée.

### **Notre approche : Une population locale organisée, un dispositif multi-acteurs et une approche itérative de concertation.**

La démarche entreprise, dans le cadre du projet, est axée sur trois éléments fondamentaux que sont : la **population cible**, le réseau de partenaires et la manière de les mettre en mouvement pour qu'ils agissent ensemble. Le souci de concertation, de compromis et de durabilité place la population au centre du dispositif et lui attribue un rôle capital dans le processus. Aucune restriction n'est faite a priori et tous les membres de la communauté sont appelés à devenir acteurs du développement de leur village.

Autour de la population est constitué un **réseau de partenaires** qui ont envie d'agir ensemble, se concertent, se respectent et se motivent mutuellement.

La confiance installée entre les acteurs vise à donner à la démarche entreprise un caractère **participatif** et partenarial qui garantirait aux acquis du projet la durabilité recherchée.

Un aspect **itératif** et de remise en cause permanente des idées développées, des méthodes employées, voire même des partenaires à impliquer a permis plus d'efficacité quant à l'action en adaptant les solutions aux situations rencontrées, en impliquant les partenaires les plus actifs et en respectant les rythmes d'assimilation et de réflexion de chacun (Figure n°1).

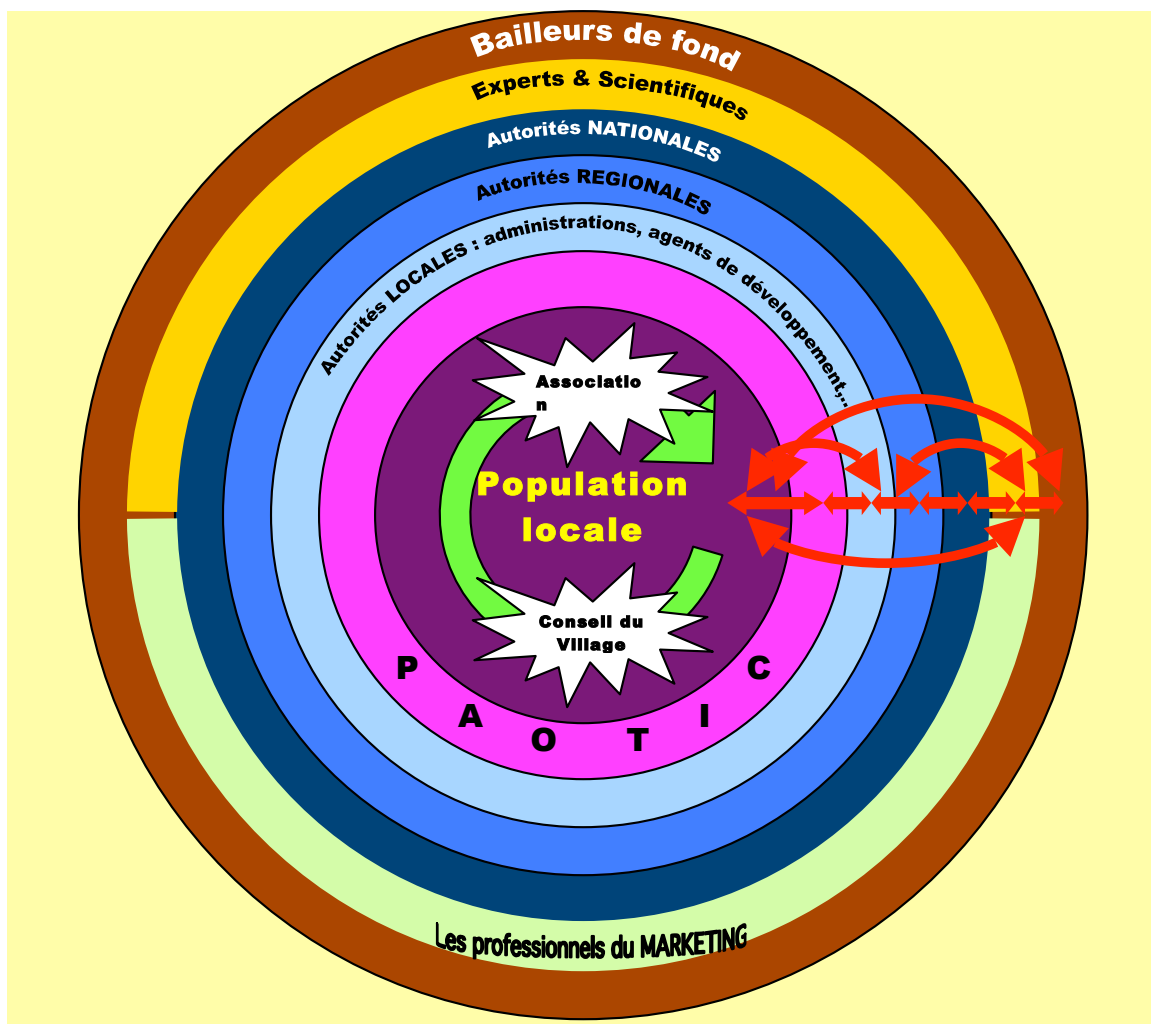


Figure 1 : Une approche de concertation itérative à la recherche du compromis

La figure précédente fait le point sur l'ensemble des partenaires impliqués dans notre projet Chébika. Dans la catégorie autorités locales, régionales et nationales, nous regroupons une diversité d'acteurs dont l'implication est sollicitée ou non selon la nature de l'action en question. Par souci d'efficacité, une adaptation action/partenaires a été recherchée.

### **CHEBIKA : LE DOMAINE D'ACTION**

#### **CHEBIKA : une oasis de montagne originale aux potentiels considérables**

Chébika est une oasis de montagne située dans le sud-ouest tunisien. Elle est à 60 Km de Tozeur et de son aéroport international. Son oasis s'étend sur environ 23 ha. Pour multiples raisons d'origines économiques, sociales, naturelles,...., les activités agricoles y sont de plus en

plus délaissées au profit d'activités plus lucratives et ce malgré la très forte dépendance qui existe entre le village de Chébika, sa source et son oasis. Cet espace qui a constitué le passé, le présent et l'avenir des femmes et des hommes de Chébika se meurt. Il est engagé dans une dynamique régressive qui menace même son existence.

De plus, la population de Chébika est parmi les plus défavorisées de la région. Les mutations sociales et économiques subies par cette communauté déstructurée aggravent chaque jour davantage sa dépendance d'un tourisme de masse « avare » qui non seulement ne lui rapporte pas suffisamment mais en plus en exclut une grande majorité du circuit imposé. En effet, le taux de chômage y est parmi les plus importants du pays. Il touche particulièrement les jeunes.

D'après Duvignaud (1990), «Chébika est devenue un produit de consommation urbaine et elle n'a plus autre choix que de jouer, pour elle-même et pour les citadins, le rôle que ces derniers lui suggèrent, à porter les figures et les images que l'élite du pays et l'étranger du nomadisme touristique veulent voir en elle». Les 700 habitants qui vivent à Chébika n'acceptent pas ce constat. Ils tiennent à leur histoire, à leur culture et à leur pays et pensent qu'ils existent d'autres alternatives que celle qu'ils ont décidée pour eux ceux qui veulent faire de leur territoire simplement une aire de récréation.

Face à cette situation pour le moins préoccupante, faut-il céder à la fatalité ou bien motiver la communauté de Chébika, l'aider à s'organiser et la responsabiliser pour agir en faveur d'un changement équitable et durable auquel elle aspire?

Le potentiel de Chébika est remarquable. Les habitants, leur histoire, leur culture,..., la nature sont autant d'atouts qui laissent à penser qu'un développement est encore possible. Duvignaud (1990), qualifiait cette contrée de : «coin calme et tranquille, un coin de paradis où l'on peut respirer l'air frais, se distraire et jouir de la beauté splendide d'une nature vierge ». Le guide touristique du Royal Tours disait, en parlant de Chébika et de son oasis : « véritable paradis suspendu, ancien poste de garde et d'observation romain,..., devenu depuis des années, lieu de prédilection des plus grands cinéastes,... ».

Compte tenu de ces atouts mais aussi de ces défis, les hommes et les femmes de Chébika ont choisi de se battre. Ils ont opté pour un développement qu'ils veulent communautaire et durable. Pour les mêmes raisons, nous avons choisi de nous associer à cette population jeune et dynamique afin de transformer Chébika d'une aire de récréation à une destination qui s'impose.

### **CHEBIKA : des femmes et des hommes dynamiques, conscients et responsables**

Contrairement au rôle social très actif que jouent les femmes de Chébika, leur contribution à la vie économique du village est faible et souvent limitée. Cette situation a fait défaut au développement de Chébika qui se trouve ainsi privée d'un acteur qui a des compétences qu'il veut exprimer. Ceci est d'autant plus justifié que ces femmes ont, très tôt, manifesté une grande volonté d'action. Leur maîtrise d'un savoir faire incontestable et facilement valorisable a été un sérieux précurseur à leur intégration dans le dispositif de développement tel que nous l'avons imaginé et dessiné avec elles.

### **UN PROJET REFLECHI AUX OBJECTIFS MODESTES**

Le choix de l'écotourisme en tant qu'alternative pour le développement de Chébika, a été le fruit d'une longue discussion, orchestrée et modérée par le PAOTIC, qui s'est déroulée en plusieurs étapes avec la population locale et l'ensemble des partenaires. De ces discussions est née l'idée d'un écotourisme communautaire. L'engouement actuel à l'idée de l'écotourisme n'est certainement pas étranger à ce choix, mais le potentiel naturel, social, culturel et historique de Chébika se prête parfaitement à la voie retenue. La population locale est suffisamment consciente de l'enjeu et désire participer activement à cette entreprise.

Les objectifs de ce projet sont simples. Ils sont le fait d'une jonction logique entre les objectifs de la communauté et celles du PAOTIC. Il s'agit, en effet, pour la population de vouloir mettre en valeur leur patrimoine pour qu'ils puissent en vivre sans toutefois le compromettre. Le PAOTIC, adhère parfaitement à ces attentes mais a un souci de pérennisation des actions qu'il compte atteindre en s'appuyant sur les organisations de base existantes ou à créer.

Cet objectif global est ainsi décliné en un ensemble d'objectifs secondaires qui s'intègrent dans un ensemble cohérent.

### LA DEMARCHE DU PROJET

Sur le plan technique la démarche est classique. Son originalité tient au rôle actif de « driver » que joue le PAOTIC dans la sensibilisation et la mobilisation de tous les acteurs et la place primordiale, au coeur du dispositif, accordée à la population locale. Les étapes de la démarche consistent à identifier les partenaires du projet ; organiser la population ; prioriser les attentes ; connaître les potentiels ; planifier les actions à entreprendre ; agir, mobiliser ; orienter, accompagner, et relayer). Les limites de l'étape qui vise l'organisation sociale de la population de Chébika ont été, de plus en plus, définies au fil du cheminement technique. Ceci explique l'esprit avec lequel a agit le PAOTIC à vouloir accompagner et respecter la volonté de changement de la communauté locale et le rythme avec lequel ils ont choisi d'agir. Le but étant d'initier une organisation de base et de l'aider à se doter des compétences et de l'autonomie nécessaires pour pouvoir assumer pleinement, un jour, le rôle de relais qui lui sera confié (figure n°2).

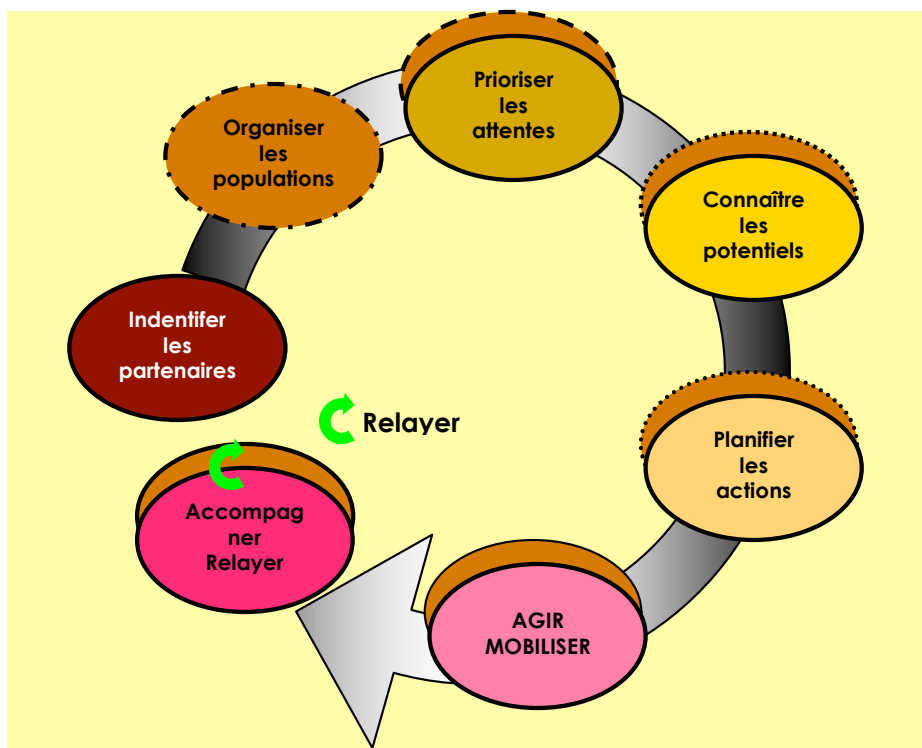


Figure n°2 : démarche technique

### DES ACTIONS COHERENTES POUR UN OBJECTIF GLOBAL DE DEVELOPPEMENT ECOTOURISTIQUE COMMUNAUTAIRE

L'idée d'un projet de développement écotouristique s'est très vite imposée lors des séances de concertation avec l'ensemble des partenaires. C'est l'une des voies nouvelles qui puisse garantir une implication forte de la population locale.

Avec un potentiel écotouristique remarquable sur les plans naturel (paysages, faune, flore), historique, culturel, social et économique, Chébika dispose de tous les éléments qui peuvent justifier le projet. Un projet qui a été décliné en un certain nombre d'actions qui ont été planifiées selon un ordre logique de mise en œuvre qui tend à respecter les habitudes et les

rythmes d'évolution d'une population locale qui a été rarement sollicitée et donc peu dynamique.

La concertation, l'échange et le compromis ont été les règles de fonctionnement. En effet, il était question d'accompagner le changement sans heurter ni bouleverser les équilibres existants.

Les choix qui ont été faits par les hommes et les femmes de Chébika sont donc le fruit de concertations menées collectivement, par petits groupes et quelques fois individuellement. Elles ont débouché sur les actions qui sont présentées dans ce qui suit :

#### **a - L'Organisation de Base : préparer le relais pour garantir la durabilité**

**Les objectifs de l'action :** Initier une organisation de base et favoriser son autonomie d'en faire un outil de relais : le garant de la pérennisation des acquis.

**Les produits :** Une Association de développement local et de promotion de l'écotourisme ASPHADT-Chébika (**Voir planche photos**).

*Pour pouvoir contourner les difficultés administratives, continuer à travailler et créer une organisation de base qui puisse accompagner le projet, l'adopter et lui servir de relais, le comité qui s'est créé pour cette action a choisi de s'appuyer sur une association existante qui se trouve à 18km de Chébika. Il s'agit de l'ASPHADT Tamaghza pour laquelle une antenne à Chébika a été créée. Néanmoins, le projet de création d'une association locale à Chébika n'est toujours pas abandonné.*

**Les partenaires :** les femmes et les hommes de Chébika, le PAOTIC, les autorités locales, régionales et nationales.

**L'implication de la population cible** dans l'ASPHADT est réelle. *Les membres de l'association sont élus. Elle est constituée de l'essentiel des catégories sociales et professionnelles qui existent sur la place. Ceci aidera l'association à se dégager d'un caractère simplement « para-public » souvent reproché aux associations de développement.*

**Aujourd'hui :** l'ASPHADT Chébika est dans l'action. Elle a pour missions de superviser, sensibiliser, dynamiser et rassembler. Le plan d'action qu'elle a négocié et qui est actuellement en application prévoit : la formation et l'accompagnement des acteurs locaux ; assurer l'appui économique et technique, favoriser la promotion de l'écotourisme.

**Quelques repères :** L'ASPHADT Chébika est initiée depuis 2003. Elle est officiellement créée en 2005. Elle dispose actuellement d'un compte bancaire et gère un budget de 24.740DT<sup>1</sup>. Pour mieux agir, elle a recruté un agent de développement permanent qui assure son rayonnement.

**A l'avenir :** plus d'autonomie technique et financière, plus d'initiative, plus d'engagement, plus d'ouverture.

#### **La volonté de pérennisation**

- A la fois une diversité et une complémentarité entre les membres de l'Association. Une volonté de vouloir dissocier sinon privilégier les aspects développement et politiques.
- La création d'un local maintenu ouvert : un point de rencontre et d'échange.
- La participation du représentant de l'ASPHADT à toutes les réunions de travail afin de l'impliquer dans le processus et de le crédibiliser auprès des partenaires.

#### **b - Unité de tissage et de vannerie : l'artisanat local**

**L'objectif de l'action :** redynamiser, réhabiliter et moderniser l'activité artisanale, plusieurs fois centenaires dans la région.

---

<sup>1</sup> . D.T : Dinar Tunisien – 1 D.T. est l'équivalent de 0.63 Euros et 0.66 \$ U.S.

**Les produits :** des ustensiles de cuisine, des cartables, des descentes de lits, ...., utilisant des produits locaux : laine de mouton, polis de chameau, bois du palmier, feuilles de plamier, terre **(Voir planche photos).**

**Les partenaires :** les femmes artisanes, le PAOTIC, les guides, les formateurs, les visiteurs, les autorités locales (FIAP), la Chambre de commerce et d'industrie, l'office de l'artisanat, le bureau de l'emploi.

**L'implication de la population cible,** est ici matérialisée à travers une participation au paiement du loyer du local qui abrite la maison de l'artisanat et ce pendant 4 mois pour l'unité de tissage et 6 mois pour l'unité de vannerie : *« les femmes considèrent cet espace comme un refuge où elles peuvent se retrouver, parler, s'organiser, et gagner dignement leur vie ».*

**Aujourd'hui :** les femmes sont formées, motivées et tiennent à maintenir et à faire évoluer leur activité. Les produits qu'elles proposent sont originaux, diversifiés et de qualité. De nouveaux articles ont fait leur apparition. La demande est satisfaite. De nouveaux débouchés sont à explorer. Les femmes sont actives dans ce domaine. Le PAOTIC et l'ASPHADT accompagnent et appuient les femmes dans leurs recherches. De nouveaux partenaires, essentiellement commerciaux, sont démarchés.

En dépit de leur authenticité et de leur originalité, il est admis par les professionnels du secteur que les produits de l'artisanat local de Chébika ont atteint un niveau de qualité qui leur permet de s'imposer sur un marché très concurrenté.

**Quelques repères :** Quarante femmes participent à la valorisation et le perfectionnement du savoir-faire artisanal local. Les produits sont vendus au niveau local et régional.

**A l'avenir :** plus de technicité, de la qualité, meilleure adéquation avec le marché.

#### **La volonté de pérennisation**

- La formation : Les femmes artisanes ont accepté de se former.
- Les femmes ont participé au paiement du loyer afin de maintenir ouverte la maison de l'artisanat.
- Les visites, les créations nouvelles, la recherche de nouveaux débouchés.
- La mise en réseau des femmes avec des commerçants.
- Elargir le champ partenarial : le PAOTIC a initié une collaboration entre l'ASPHADT Chébika et la chambre de commerce et d'industrie de Gafsa (ville proche connue pour la qualité de ses produits artisanaux), l'Office de l'artisanat, le bureau de l'emploi.
- L'ASPHADT Chébika s'engage dans l'action.

### **c - Unité de transformation des dattes : les délices de l'oasis**

**Les objectifs de l'action :** valoriser autrement le premier produit de l'oasis : les dattes. La diversité variétale dont est dotée l'oasis de Chébika est unique dans la région. Il existe en effet, plus d'une quarantaine de variétés de palmiers dattiers qui produisent chacune des dattes aux utilisations et aux qualités organoleptiques diverses. Les habitants de Chébika connaissent ces variétés, les cultive, les consomme et les transforme selon des procédés anciens qui méritent d'être mis en valeur et améliorés.

**Les produits :** des gâteaux à base de dattes, des confitures et des jus de dattes « rob » **(Voir planche photos).**

**Les partenaires :** les femmes, les hommes, le PAOTIC, les guides, les formateurs, les visiteurs, les autorités locales (FIAP), la Chambre de commerce et d'industrie, l'office de l'artisanat, le bureau de l'emploi.

**L'implication de la population cible** dans cette action se matérialise à travers l'attachement continu qu'ont les femmes pâtissières à ce qui est devenu leur outil de travail et d'intégration. Leur motivation est d'autant plus grande qu'elles savent qu'elles seront parmi les rares pâtissières à proposer des produits à la fois authentiques et originaux.

**Aujourd'hui :** L'action est appropriée par les bénéficiaires qui gardent espoir de pouvoir placer une unité de vente de leurs produits sur la place du village (baraque).

Les contacts nécessaires ont été déjà été entrepris dans ce sens. La baraque est en construction et l'emplacement est déjà réservé.

**Quelques repères :** La diversité variétale des dattes de Chébika (plus d'une quarantaine) fournit aux femmes pâtissières de la matière première.

**A l'avenir :** plus de technicité, d'originalité, de créativité, de la qualité, meilleure adéquation avec le marché.

**La volonté de pérennisation**

- La formation : Sept jeunes pâtissières ont été formées à la transformation de dattes. La formation a été assurée au sein du CTAD par une association qui est active dans le pays (ASAD)<sup>2</sup>, et qui a été mobilisée pour l'occasion.
- Occuper l'espace commercial du village en installant un point de vente permanent.
- Multiplier les partenaires et les engager dans une voie active.
- L'ASPHADT Chébika s'engage dans l'action.

**d - Susciter la création d'une unité de cuisine du terroir : les saveurs de Chébika.**

Les femmes de Chébika sont réputées bonnes cuisinières. Elles ont hérité d'un acquis culinaire typique au Sud-Ouest Tunisien. Le couscous, les ragoûts à base de légumes et de viandes, le pain 'kesra' et bien d'autres mets dont elles tiennent le secret de la préparation, constituent l'essentiel de la richesse culinaire de Chébika. L'originalité de ces plats tient autant à la qualité des ingrédients utilisés qu'à la manière de les préparer.

Vouloir créer une unité de cuisine du terroir est une action importante qui fait partie intégrante du projet d'écotourisme. Les femmes veulent, comme nous, que l'action se concrétise et devienne opérationnelle comme l'ont été les autres actions. Cette idée qui au départ, a rencontré une réticence de la part des hommes est actuellement en train de faire son chemin. Pour instaurer l'idée, sans heurter les sensibilités, des opérations ponctuelles de restauration ont été essayées avec succès. Elles ont eu lieu au sein de l'oasis et ont été réalisées au profit d'étudiants (tunisiens et étrangers) que nous avons invité afin de les sensibiliser à la problématique de la région. D'autres actions sont envisagées dans l'avenir pour ancrer l'idée et passer à la création de cette unité tant attendue par les femmes cuisinières. **(Voir planche photos)**

A la suite de ces expériences ponctuelles, il a été jugé nécessaire de rappeler ou d'apprendre aux femmes cuisinières certaines règles d'hygiène et de sécurité alimentaire. Pour ce faire, un programme de formation a été organisé à leur intention. Six d'entre-elles l'ont suivi. La qualité du service s'est nettement améliorée.

**e - Aménagement paysager et embellissement du village**

**Les objectifs de l'action :** réaménager la place du village, le parking et les boutiques de manière intelligente, efficace et pratique.

**Les produits :** une place bien aménagée, plus de boutiques et un parking qui dégage la place centrale et propose d'autres entrées pour l'oasis et le village.

**Les partenaires :** Le comité du village, le conseil régional de suivi du projet « cadre de vie », les autorités locales, le PAOTIC, les guides, les visiteurs.

**L'implication de la population cible :** avec l'appui du PAOTIC le comité du village a porté et défendu le projet auprès des autorités locales et régionales du développement. Il a obtenu un financement dans le cadre du programme national « qualité urbaine de vie ». Pour exprimer son engagement avec le PAOTIC au profit du

---

<sup>2</sup> . ASAD/CTAD : Association de soutien à l'auto-développement / Centre de Transformation Alimentaire des Dattes – Tozeur.

projet, le comité a décidé de contribuer au financement de l'action. Le PAOTIC a engagé une aménagiste/Paysagiste qui a proposé un plan d'aménagement qui a reçu l'approbation des partenaires impliqués dans l'action.

**Aujourd'hui :** L'action est bouclée. La réalisation est prévue pour décembre de l'année en cours.

**Quelques repères :** La contribution du comité du village au financement de l'opération est arrêtée à 7000DT. Quatre nouvelles boutiques seront implantées sur la place. Leur gestion sera attribuée à des gens de Chébika.

**A l'avenir :** des infrastructures plus intelligentes qui rendent la place plus belle, le parking plus pratique et les boutiques plus nombreuses et plus accessibles aux visiteurs. L'occasion sera saisie pour que les produits de l'artisanat local garnissent les étalages de ces magasins. La finalité du nouvel aménagement est de vouloir donner d'autres accès à l'oasis (un espace jusqu'ici occulté par la source) permettant de la valoriser davantage.

#### **La volonté de pérennisation**

- L'installation de jeunes commerçants sur la place du village,
- L'implication de plusieurs partenaires et particulièrement le comité du village.

#### **f - les circuits écotouristiques : une action fédératrice**

Jusque récemment Chébika s'est imposée comme une aire de récréation par laquelle 500 à 700 touristes passent chaque jour en direction du désert. Depuis les années 1980, l'Oasis de Chébika, sa source, son système d'irrigation,... et l'ancien village font l'objet de visites guidées par certains enfants du pays (guides). Des vendeurs de pierre installés de manière illicite sur le chemin proposent des produits pour le moins mal présentés. Ces services proposés répondent, certes, à une demande mais leur qualité mérite d'être nettement améliorée. Des améliorations qui peuvent être apportées soit par des actions simples qui consistent à mieux présenter certains produits aux visiteurs ou alors par des actions plus complexes comme la modification pure et simple des circuits écotouristiques proposés par les guides. Tous les acteurs locaux sont conscients de la situation et veulent que l'image de Chébika « *aire de récréation* » se transforme en Chébika « *une destination* » que les gens visitent, apprécient et où ils restent et, pourquoi pas, reviennent.

#### **- Les coffres-présentoirs pour les vendeurs de pierres**

**Les objectifs de l'action :** fournir aux visiteurs un service de meilleure qualité.

**Les produits :** Un coffre-présentoir en bois et des connaissances vérifiées sur les produits à vendre (**Voir planche photos**).

**Les partenaires :** L'ASPHADT, les vendeurs de pierre, le PAOTIC, les artisans menuisiers de la région, l'office du tourisme.

**L'implication de la population cible :** Le désir de vouloir améliorer le service rendu est une preuve d'implication de la part des vendeurs. Pour mieux s'impliquer et parfaire leur travail, ils ont participé à un module de formation sur la géologie, organisé par le PAOTIC et assuré par des spécialistes universitaires, qui leur a permis de mieux connaître leurs produits pour bien les vendre.

**Aujourd'hui :** Deux années sont passées et les coffres-présentoirs sont encore utilisés. Les propriétaires prennent en charge les réparations et l'entretien. Les vendeurs, qui sont pour l'essentiel très peu éduqués voire analphabètes, tiennent aujourd'hui un discours, sur la géologie de leur pays, de gens avertis qui intéresse et force le respect.

**Quelques repères :** Une douzaine de vendeurs de pierres ont participé à l'action, suivi la formation en géologie et se servent aujourd'hui des coffres-présentoir pour exposer leurs produits.

**A l'avenir :** Avec les vendeurs, travailler davantage le volet « packaging » afin de proposer un produit original, léger, petit, discret qui présente un échantillon de la richesse géologique de la région et que tout visiteur peut être tenté de se procurer et de transporter sans encombres.

### **La volonté de pérennisation**

- L'installation de manière officielle et permanente des vendeurs de pierres aux abords de l'allée principale qui longe l'oasis et mène à la source.
- La prise en charge par les vendeurs des dépenses relatives aux réparations et à l'entretien de ce qui est devenu leur outil de travail : les coffres-présentoirs.

### **- Deux nouveaux circuits**

Le circuit souvent proposé aux visiteurs par les guides locaux est relativement court. C'est une boucle qui part de la place du village, longe l'oasis sans la pénétrer, atteint la source et rejoint la place en passant par l'ancien village. Ce circuit, qui se fait en une demi-heure, cultive l'image (déjà signalée) de Chébika « aire de récréation » contre laquelle toute la communauté veut se battre.

Pour concrétiser cette volonté, deux nouveaux circuits écotouristiques ont été explorés, dessinés, renseignés et prêts à être commercialisés. Le premier, un circuit de trekking, relie à pied, Chébika à une autre oasis de montagne célèbre pour ses chutes : l'oasis de Tamaghza. Il met en valeur un patrimoine naturel (paysage, géologie, faune, flore) insoupçonné. Le second, le circuit de l'eau, est fortement inspiré du circuit classique (la boucle). Il s'en distingue par le fait qu'il intègre l'oasis et met en valeur les hommes et les femmes de Chébika, l'eau, le palmier dattier, ...., et l'histoire de ces terroirs.

### **Le circuit de trekking :**

**Les objectifs de l'action :** Mettre en valeur le patrimoine naturel de Chébika à travers une action fédératrice : le circuit.

**Les produits :** Un circuit écotouristique de trekking long de 18Km qui relie deux oasis de montagne et qui est à la portée de tous (**Voir planche carte**).

**Les partenaires :** l'ASPHADT, les guides locaux, les vendeurs de pierre, le PAOTIC, les femmes artisanes, les femmes pâtissières, les commerçants de la place, l'office du tourisme, les experts et scientifiques, les spécialistes du marketing.

**L'implication de la population cible :** Parmi les guides présents sur place un groupe de guides montagnes, constitué de six personnes, s'est fait connaître. Ils ont participé au module de formation sur la géologie et estiment avoir amélioré leur connaissance, déjà très bonnes, de leur pays et de ses curiosités. Des discussions sont en cours avec de nouveaux partenaires (sécurité civile) pour dispenser à ces guides une formation en secourisme.

**Aujourd'hui :** Le circuit est testé et validé. Une brochure publicitaire, faite par des infographistes professionnels, est en cours de préparation. Sa diffusion sera confiée à l'ensemble des partenaires de l'action et plus particulièrement l'ASPHADT et les guides. D'autres voies de diffusion sont recherchées. Le public visé est le plus large possible. La place du guide dans la réalisation de ce circuit est indiscutable. Leur connaissance du milieu et leur niveau de professionnalisation les rend incontournables.

**Quelques repères :** Six guides locaux ont adopté le circuit de Trekking et se présentent déjà comme des spécialistes de la montagne. Ce sont eux qui ont participé à la formation en géologie pour parfaire leurs connaissances.

Le circuit est constitué de huit arrêts. Les discours des guides sont pour l'essentiel tirés de leurs connaissances du milieu. Ils ont souvent été complétés voire corrigés lors de la validation avec les spécialistes.

**A l'avenir :** Il est souhaité par les guides locaux que ce premier circuit de trekking soit une étape vers un circuit plus complet, qui serait celui des oasis de montagne, reliant ainsi Chébika à Midès en passant par Tamaghza. L'idée commence à faire son chemin. La concertation est déjà engagée.

### **La volonté de pérennisation**

- L'implication de l'ASPHADT, des guides et des autres partenaires dans le travail publicitaire qui doit être fait pour l'action.
- La disponibilité affichée de ces partenaires à assumer ce rôle.
- La participation des guides à la formation sur la géologie et le fait d'accepter de tester leurs connaissances, par des spécialistes, et de les remettre en cause prouve qu'ils veulent partager avec leurs clients un savoir vérifié.

### **Le circuit de l'eau :**

**Les objectifs de l'action :** transformer le circuit classique (la boucle) en un circuit plus lent qui valorise l'oasis et donne plus de temps aux visiteurs pour apprécier Chébika. Rendre l'activité agricole dans l'oasis plus attrayante pour les gens du pays et contribuer ainsi à conserver une richesse considérable qui risque de tomber dans l'oubli.

**Les produits :** « Le circuit de l'eau » : un circuit écotouristique qui met en valeur l'eau, les hommes et l'oasis. Un dépliant pour faire la publicité du produit.

**Les partenaires :** l'ASPHADT Chébika, les guides locaux, les vendeurs de pierre, le PAOTIC, les femmes artisanes, les femmes pâtissières, les femmes cuisinières, les commerçants de la place, l'office du tourisme, les experts et scientifiques, les professionnels du Marketing.

**L'implication de la population cible :** Les guides sont en autoformation continue. Les échanges qu'ils ont avec les clients améliorent leurs connaissances. Ils ont manifesté la volonté de vouloir mettre en commun les connaissances qu'ont les uns et les autres de l'histoire, de la culture, des activités des hommes et des femmes qui ont fait Chébika.

**Aujourd'hui :** Le circuit proposé est validé et commercialisable. Un dépliant de promotion est en cours de préparation.

**Quelques repères :** Le circuit dure environ deux heures. La durée peut être prolongée selon la saison et les activités oasiennes auxquelles les visiteurs peuvent assister ou alors participer.

**A l'avenir :** profiter du réaménagement du parking pour créer une nouvelle entrée dans l'oasis qui constituerait le point de départ du circuit de l'eau. L'arrivée se fera à la place du village en passant la source, l'ancien village et le clepsydre. La restauration chez l'habitant est à envisager.

#### **La volonté de pérennisation :**

- L'implication de l'ASPHADT Chébika, des guides et des autres partenaires dans le travail publicitaire qui doit être fait pour l'action.
- La disponibilité affichée de ces partenaires à assumer ce rôle.
- L'autoformation des guides et le partage des connaissances.

## **STRATEGIE TOURISTIQUE ET CONCEPT MARKETING**

La démarche marketing adoptée dans le cadre du projet vise essentiellement la promotion des produits et services que les actions entreprises ont permis de créer. Compte tenu de l'ambition du projet qui vise à modifier l'image de Chébika en la transformant d'une aire de récréation à une destination écotouristique, il est judicieux d'adopter :

- **Une stratégie touristique souple** pour faire face à une demande qui change constamment et une clientèle de plus en plus exigeante. Il est alors question de diversifier les produits et les services, de les adapter aux besoins et d'améliorer la qualité. L'adéquation entre la demande et l'offre a été approchée à travers des

enquêtes qui ont été réalisées en Mars 2003<sup>3</sup> auprès des visiteurs, des guides et des agences de voyage. A titre d'exemple, les résultats des enquêtes nous ont permis de hiérarchiser les actions et ainsi de privilégier la valorisation du savoir faire des femmes avant les circuits écotouristiques.

- **Un concept marketing multi-vecteurs** qui valorise et fait la promotion non seulement des produits et services que les actions entreprises ont permis de créer mais aussi celle des acteurs et du projet. Les vecteurs de promotion employés sont :
  - ✓ **Installation de pancartes et signalisations** qui indiquent la maison de l'artisanat, le local des pâtisseries, le siège de l'association,
  - ✓ **Dépliants** : trois dépliants sont en cours de réalisation. Deux d'entre-eux sont destinés à promouvoir les circuits écotouristiques. Le troisième fait le point sur les actions du projet et les produits et services qui ont été créés. La réalisation de ces dépliants est confiée à des professionnels. Leur diffusion est prévue pour un large public. Indépendamment des circuits classiques de diffusion : Office du Tourisme, Agences de voyages, ONG, etc, tous les partenaires du projet seront invités pour participer à l'opération. Un répertoire des destinataires des dépliants est en cours de préparation mais la liste reste ouverte.
  - ✓ La voie du « commerce équitable » nous semble importante à explorer. Elle est dans l'esprit du projet et nous cherchons à établir des contacts afin de pouvoir profiter de cette expérience voire même coopérer pour mieux vendre les produits et services de Chébika.
  - ✓ **Livre d'or** : Outil de promotion publié en Tunisie et destiné à un public de commerciaux et de consommateurs avertis qui sont l'affût des produits authentiques, originaux et de qualité pour construire, équiper et décorer «les maisons intelligentes». Un livre publié en milliers d'exemplaires et diffusé à un public régional, national et international. Une page y est réservée pour le projet et les produits de Chébika.
  - ✓ **Visites organisées et journées promotionnelles** : plusieurs visites ont été organisées à l'intention des scientifiques, des professionnels du tourisme et des étudiants. Pour ne citer que trois parmi ces visites : une faite à l'intention des chercheurs de l'IPGRI<sup>4</sup> en 2003 et deux faites au profit d'étudiants Tunisiens en BTS écotourisme et d'élèves ingénieurs en agronomie de France et de Tunisie en 2004.
  - ✓ **Site Web** : cette opération est prévue. Le PAOTIC dispose actuellement d'une base de données documentaire, cartographique et photographique très riche sur Chébika. Elle a été capitalisée le long du projet et peut être hébergée dans le site pour être consultable à distance.

## LA DEMARCHE QUALITE

Pour que la nouvelle image, que les hommes et les femmes de Chébika veulent donner de leur village, puisse s'instaurer, s'imposer et surtout demeurer, il faut qu'elle soit méritée. Pour la mériter, il faut que tous les acteurs du projet et essentiellement la population locale puisse soigner la qualité des produits et services qu'elle propose aux visiteurs. Là encore c'est un changement au niveau des mentalités qui est demandé. La tâche n'est pas facile. Le PAOTIC et ses partenaires ont le mérite d'avoir commencé à sensibiliser les populations à cette approche qualité qui semble s'instaurer, mais doucement. La forte participation des membres de la communauté de Chébika aux divers programmes de formation,

---

<sup>3</sup> . PAOTIC – 2004. Processus et résultats du projet écotourisme communautaire à Chébika. Le bilan d'une année.

<sup>4</sup> . IPGRI : International Plant Genetic Resources Institut.

l'acceptation des guides à parfaire leurs connaissances sur leur pays, l'adoption des vendeurs de pierre des coffres-présentoirs ne sont-elles pas des preuves que l'adhésion des gens de Chébika à cette nouvelle culture qualité est effective ? Le chemin est encore long, mais il faut tenir le cap.

### **QUELQUES OBSTACLES DEMEURENT**

A l'occasion de ce projet, la population locale et l'ensemble de ses partenaires, on s'est rendu compte que plusieurs normes et législations viennent parfois contrecarrer les actions et empêcher le mouvement de dynamique engagé. Si nous avons ressenti ces normes comme étant des freins au développement, les législateurs les considèrent comme la limite minimale nécessaire pour viser une meilleure qualité des services rendus.

Quelques fois, c'est le vide juridique qui empêche ou du moins ralentit certaines actions. La restauration chez l'habitant est un exemple qui illustre bien ce phénomène. N' y a-t-il pas ici un décalage entre l'évolution des attentes d'une communauté en mouvement qui innove et change et une législation qui met du temps pour asseoir le cadre juridique nécessaire.

Par ailleurs, certaines craintes de natures environnementales, socio-culturelles voire foncières demeurent. L'abandon partiel des activités agricoles dans les oasis est un signe qui confirme ces craintes. La population locale en est consciente, mais elle est naturellement tentée par l'argent du tourisme. Intégrer l'oasis, ses activités et ses artisans dans un projet de circuit écotouristique « le circuit de l'eau » vise à réhabiliter cet espace, raviver son histoire et le rendre attrayant et rentable.

Les changements ont certes été difficiles à obtenir, compte tenu du poids socio-culturel qui pèse sur cette société conservatrice où la place de l'homme est incontestable. Il n'était pas toujours facile d'obtenir, de la part de ces hommes, des compromis autour d'idées qu'ils qualifient de nouvelles. Néanmoins, la confiance mutuelle installée, la motivation qui les anime et les résultats probants déjà obtenus les encourage à accepter de faire certaines concessions qui étaient inconcevables, il y a quelques temps. D'autres changements leur seront demandés, mais la concertation reste de mise.

L'action relative aux délices de l'oasis rencontre encore quelques problèmes d'ordre technique relatifs, particulièrement, aux modes de conservation du produit. Des efforts sont aussi à faire en matière de présentation et d'emballage des produits. Les contacts déjà entrepris par les femmes pâtissières et l'ASPHADT avec les professionnels du secteur agroalimentaire pourraient résoudre ces difficultés.

Pour que le capital phytogénétique relatif aux palmiers dattiers dont est riche l'oasis de Chébika puisse être sauvegardé, protégé et valorisé, l'idée de créer une parcelle biodiversité nous a semblé être une première étape à entreprendre. Pour cela, des contacts ont été établis : avec un propriétaire qui a accepté le principe de consacrer sa parcelle à l'opération et une institution de conservation génétique (IPGRI) qui a déjà été sensibilisée à l'action dans le cadre d'une journée promotionnelle et qui envisage d'apporter l'expertise nécessaire pour que l'opération se réalise. L'année 2006 est annoncée, reste à convaincre l'agriculteur propriétaire de l'intérêt écologique de l'action et de son éventuelle rentabilité économique. Des idées sont déjà à l'étude. On cite, à titre d'exemple l'organisation de visites guidées (payantes et faites par l'agriculteur en personne) à l'intention des touristes, mais aussi des étudiants et élèves et ce pour une fin d'éducation environnementale.

### **CONCLUSIONS**

#### **Chébika : Une société mise en mouvement.**

L'Organisation de Base -ASPHADT-Chébika- existe. Elle devient responsable, définit des plans d'action, gère son budget, traite avec ses partenaires et cherche à élargir son champ d'action.

L'élargissement du champ partenarial et sa spécialisation selon les actions entreprises ont été faits dans un souci d'efficacité. La motivation des partenaires et leur implication réelle à chacune des étapes de l'action détermine leur participation au réseau.

Les femmes artisanes, les femmes pâtissières et les femmes cuisinières croient et tiennent à leur outil de travail, d'intégration et d'autonomie. Pour le faire vivre, elles acceptent de se former pour mieux connaître le marché, améliorer leurs produits et les diversifier. La mise en réseau ne leur fait pas peur, bien au contraire, des nouveaux partenaires (industriels, commerciaux) sont activement recherchés.

Les hommes commencent à accepter les changements effectués à Chébika. Dans cette société hautement conservatrice « Devignaud », n'est-ce pas extraordinaire que de voir aujourd'hui les femmes tenir seules une maison de l'artisanat, envisagent d'ouvrir une boutique sur la place du village et servir des repas dans l'oasis à des visiteurs étrangers ?

A leur tour, les guides ont participé à la conception de leur outil de travail : les circuits écotouristiques. Ils ont une connaissance appréciable de leur pays. Néanmoins, ils ont accepté de se former, de remettre en cause leurs connaissances, d'apprendre pour mieux informer, bref de se professionnaliser.

Les circuits écotouristiques dessinés ou redessinés constituent des outils fédérateurs qui intègrent dans une activité homogène la plupart des actions entreprises dans le cadre du projet. En effet, n'est-il pas plus bénéfique pour tous que de proposer à celui qui visite Chébika un produit complet qui lui permet de la découvrir et de la partager.

Faire évoluer les produits et améliorer les services pour répondre à une demande touristique en changement constant est un garant de la durabilité des acquis permis par le projet. La formation assurée, par des spécialistes, au profit des vendeurs de pierre, des guides et des femmes artisanes est un pas vers plus de professionnalisme et plus de qualité.

La communauté de Chébika et l'ASPHADT sont actuellement en mouvement. Elles y ont été engagées pour que la dynamique amorcée par le projet continue de les motiver et de les maintenir dans une logique d'incitation mutuelle nécessaire pour générer des idées de projets profitables à la population locale.

### **Pour que la dynamique amorcée s'étende et se généralise**

Etendre le projet à d'autres Oasis de montagne qui ont la même problématique et qui présentent une certaine homogénéité et cohérence sur les plans social, culturel, historique et aussi naturel est parfaitement justifié. Il s'agit des oasis de Tamaghza et Midès qui sont respectivement à 18 et 25 Km de Chébika. Ces oasis présentent chacune ses spécificités mais aussi des éléments de complémentarité économiques, naturelles, ....., culturelles qui sont justifiées à plus d'un titre. Certaines actions sont déjà engagées à Tamaghza : unité de tissage d'elflij (tapis de tentes) et une autre unité de valorisation du bois du palmier dattier. L'ASPHADT-Tamaghza supervise ces actions et en envisage d'autres.

**RESUME :** Une multitude de menaces aux origines diverses pèsent sur l'oasis de Chébika. La plus récente d'entre-elles tient au développement d'un tourisme de masse que les hommes et les femmes de Chébika subissent. Cette situation est d'autant plus préjudiciable à cette localité que sa communauté croit et veut agir pour en faire une destination qui intéresse et attire les visiteurs pour ses qualités sociales, culturelles, historiques et naturelles. Face à cette situation, la voie d'un développement écotouristique communautaire qui intègre la population, l'implique et compte sur sa volonté pour valoriser ces potentiels s'est imposée. C'est aussi la voie dans laquelle nous avons choisi de les accompagner. La démarche employée a été construite, avec la population et l'ensemble des acteurs, au cours des réflexions, de l'action et du suivi. C'est une démarche qui a le mérite d'être simple, souple et itérative. Seulement trois années après le lancement du projet, des résultats probants et

encourageants sont obtenus. Chébika est maintenant engagée dans une dynamique constructive autour de créneaux porteurs qu'il faut continuer à soutenir.

### **BIBLIOGRAPHIE**

**http://www.journaldumaghreb.com**

**Duvignaud J. – 1990** : « Chébika ». Editions Plon.

**PAOTIC – 2004** : Processus et résultats du projet écotourisme communautaire à Chébika. Le bilan d'une année.