

# Golf en Tunisie : un potentiel négligé

Si on a pu dire que l'hôtellerie tunisienne était victime d'un développement trop rapide, le golf tunisien, lui, souffre d'une sorte de "retard de la croissance staturale" comme on en voit chez certains enfants dont la croissance est anormalement lente. En effet, depuis son lancement il y a une vingtaine d'années, le golf tunisien n'affiche pas plus de dix parcours. Insuffisant pour bâtir une politique ou fidéliser une clientèle gourmande de variété. La crise actuelle n'a fait qu'aggraver la situation en divisant l'activité par deux (passant de 215 000 green fees en 2010 à seulement 119 000 en 2011). Pourtant, la Tunisie pourrait prendre sa part d'un marché qui représente 65 millions de golfeurs, dont 7 en Europe. (voir **le marché du golf en Europe**)

Désigné au début des années 90 comme "produit de diversification" au même titre que la thalassothérapie, le golf tunisien n'a depuis cessé d'attendre un développement du nombre de parcours qui tarde à venir. En effet, si la thalassothérapie a pu bénéficier d'investissements privés, hissant la destination parmi les premières au monde en permettant le lancement d'une cinquantaine de centres, le golf, lui, dépend d'une politique publique d'équipement. Aussi peine-t-il à atteindre un nombre minimum de parcours pour espérer rivaliser avec des concurrents dont les équipements golfs se comptent en centaines (Espagne : près de 350) ou en dizaines (Portugal 80, Maroc 35).



*The Residence Golf Course. Photo de une : Golf Citrus.*

Durant les dix dernières années, quand nous n'avons construit que deux parcours (Tozeur et Gammarth), on en construisait 15 en Turquie, et plus de 150 en Espagne, même s'il s'agissait parfois d'alibis pour des programmes immobiliers. Avec dix parcours éparpillés sur cinq régions, la Tunisie ne pouvait prétendre attirer ni les T0 spécialisés, ni les golfeurs, qui recherchent une destination régionale leur offrant une variété de terrains et lui restent volontiers fidèles.

L'effort de promotion décidé cette année par l'ONTT, avec l'allocation d'un budget de 450 000 dinars, ne peut à lui seul résoudre les problèmes structurels de ce marché : l'absence d'incitations à l'investissement et le manque de liaisons directes sur les principaux marchés, comme c'est le cas pour le marché des quatre pays scandinaves (voir **entretien avec Omar Cherif**, président de l'Association des managers de golf). Cet effort est sans comparaison avec celui de certains concurrents. Ainsi, l'Espagne lançait en 2009 un plan de développement du golf en 800 actions pour un budget d'investissement de 88 millions d'euros afin d'améliorer la rentabilité du secteur golf. Mais il est vrai aussi que les enjeux du secteur dans les deux pays sont eux-mêmes sans comparaison possible. En effet, alors que le golf

espagnol réalise un chiffre d'affaires de 1 376 millions d'euros, soit une moyenne de 3 millions d'euros par parcours (chiffre 2009), chez nous, les revenus du golf ne dépassent guère les 15 millions d'euros, puisque le chiffre d'affaires moyen d'un parcours tunisien se situe entre un et deux millions d'euros en 2010.

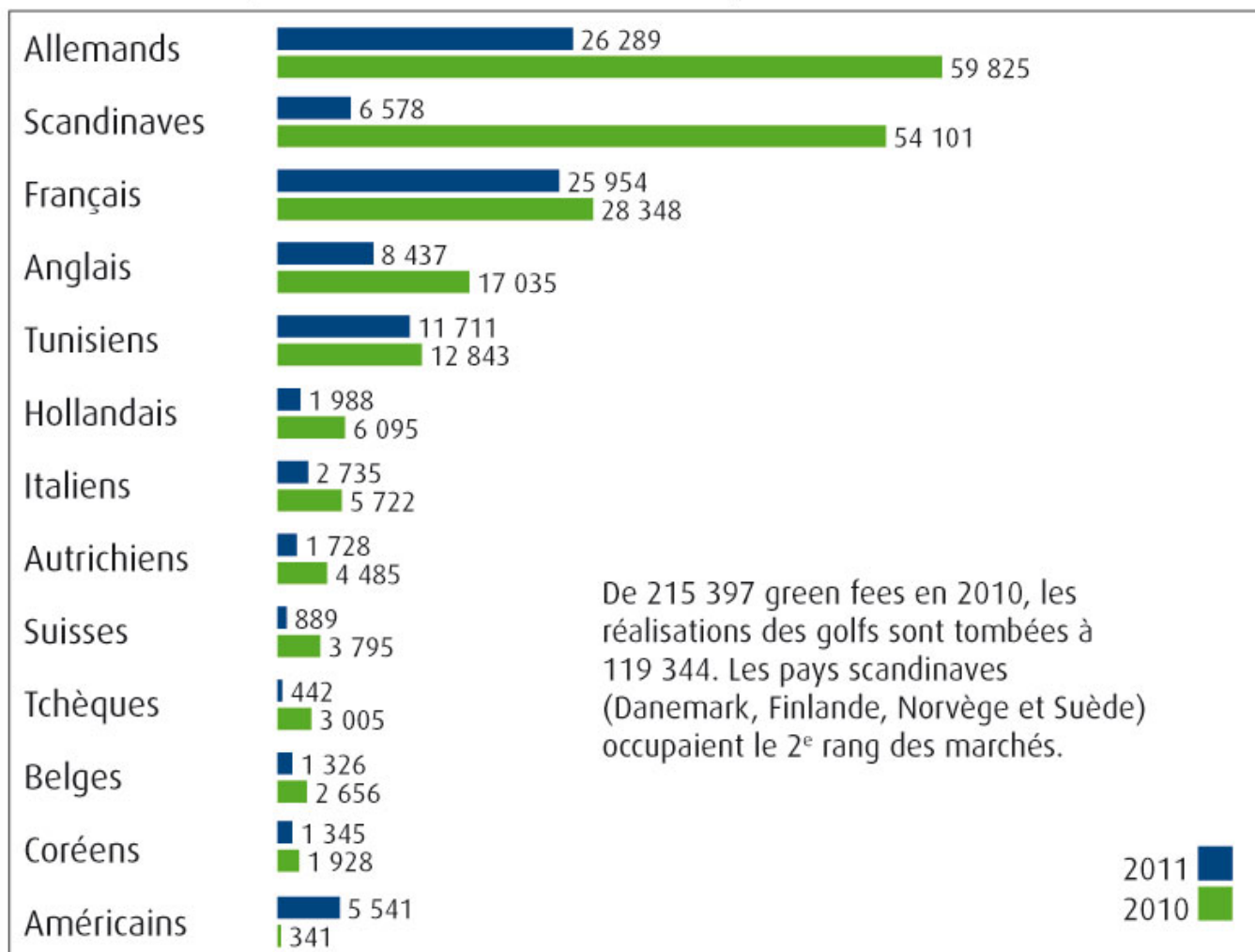
En attendant, les golfs tunisiens déploient leurs efforts pour se développer et rester au top niveau (**lire l'article**).

## Green Fees par golf en 2010/2011



source ONTT

## Green Fees par nationalité en 2010/2011



source ONTT