Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

RÉPUBLIQUE TUNISIENNE · GOUVERNORAT DE SOUSSE · COMMUNE DE SOUSSE

MASTERPLAN

Tourisme Durable de la Ville de Sousse

Document stratégique à l'horizon 2035

« Sousse, destination méditerranéenne durable : la Médina comme cœur, le territoire comme expérience, la région révélée. »

MAÎTRE D'OUVRAGE	FINANCEMENT	PARTENAIRES ACADÉMIQUES
Municipalité de Sousse	**SECO** **MISE EN ŒUVRE** **Helvetas Swiss Intercooperation**	**HES-SO Valais-Wallis (Suisse)** **Université de Sousse**

2026

Sommaire

Glossaire des acronymes et des institutions 1

Résumé 3

1. Introduction 5

1.1 Le projet Destination Durable Tunisie et le volet Sousse 5

1.2 Objet, portée et destinataires du Masterplan 5

1.3 Note méthodologique et périmètres de l'analyse 6

2. État des lieux 9

2.1 Diagnostic régional : une croissance réelle mais vulnérable 9

2.2 Diagnostic municipal : un territoire contrasté 10

2.3 Les défis spécifiques de la Médina 13

2.4 Analyse SWOT de la destination 13

2.5 Convergences et divergences avec les stratégies existantes de la ville 14

2.6 Synthèse : des six familles d'enjeux aux six axes stratégiques 16

3. La stratégie 17

3.1 Cadre stratégique du Masterplan 17

3.2 Identité et valeurs de Sousse 18

3.3 Vision touristique 2035 19

3.4 Principes directeurs 19

3.5 Publics-cibles et segments prioritaires 20

3.6 Les six axes stratégiques 21

3.7 Les circuits thématiques : de la stratégie à l'expérience 23

3.8 Contribution aux Objectifs de Développement Durable 24

4. Mise en œuvre 25

4.1 Architecture et lecture du plan d'actions 25

4.2 Le plan d'actions détaillé : les 30 mesures 26

4.3 Conditions de réussite 33

4.4 Gouvernance de la mise en œuvre 34

4.5 Suivi et gestion des risques 35

5. Conclusion 37

5.1 Une stratégie pour transformer un potentiel en destination durable 37

5.2 Prochaines étapes 38

6. Sources et références 39

7. Annexes 40

Glossaire des acronymes et des institutions

Pour faciliter la lecture, en particulier celle des tableaux de mesures qui y renvoient, les acronymes et les institutions mentionnés dans le document sont repris et explicités ci-dessous.

Sigle	Dénomination complète et rôle
AMVPPC	Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle : établissement public en charge de la gestion et de la valorisation des sites et monuments.
ANGED	Agence Nationale de Gestion des Déchets : établissement public compétent en matière de gestion des déchets.
ASM	Association de Sauvegarde de la Médina (de Sousse) : structure dédiée à la protection et à la réhabilitation du tissu ancien.
B2B	Business to Business : relations commerciales entre professionnels (par exemple entre la destination et les tour-opérateurs).
CHU	Centre Hospitalier Universitaire : pôle hospitalier et universitaire de santé.
CRT	Commissariat Régional au Tourisme (de Sousse) : représentation régionale de l'ONTT, productrice des données touristiques régionales.
DDT	Destination Durable Tunisie : projet cadre financé par le SECO et mis en œuvre par Helvetas.
DGF	Direction Générale des Forêts : administration compétente sur les espaces forestiers et naturels.
FTAV	Fédération Tunisienne des Agences de Voyages : organisation professionnelle des agences et voyagistes.
FTH	Fédération Tunisienne de l'Hôtellerie : organisation professionnelle des hôteliers.
HES-SO	Haute École Spécialisée de Suisse occidentale (Valais-Wallis) : partenaire académique suisse du projet.
IBA	Important Bird Area, soit zone importante pour la conservation des oiseaux : label international de BirdLife.
INP	Institut National du Patrimoine : établissement en charge de la recherche et de la protection du patrimoine.
KPI	Key Performance Indicator, soit indicateur clé de performance : mesure de suivi d'une action.
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions : tourisme d'affaires et événementiel professionnel.
ODD	Objectifs de Développement Durable : les dix-sept objectifs de l'Agenda 2030 des Nations unies.
ONA	Office National de l'Artisanat : établissement public d'appui et de promotion de l'artisanat.
ONTT	Office National du Tourisme Tunisien : autorité nationale du tourisme.
PDUI	Programme de Développement Urbain Intégré de la ville de Sousse (2018-2022 / 2023-2028) : document de planification urbaine porté par la ville.
Ramsar (RSIS)	Convention de Ramsar sur les zones humides et son service d'information sur les sites (Ramsar Sites Information Service).
SDVS	Stratégie de Développement de la Ville de Sousse (2013) : document stratégique de référence de la ville.
SECO	Secrétariat d'État à l'économie (Suisse) : bailleur du projet DDT.
SONEDE	Société Nationale d'Exploitation et de Distribution des Eaux : opérateur public de l'eau potable.
UNESCO	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, gestionnaire de la Liste du patrimoine mondial.

Remerciements

L'élaboration de ce Masterplan a bénéficié de la mobilisation de nombreuses institutions et parties prenantes, dont la contribution est ici chaleureusement remerciée. La Municipalité de Sousse, maître d'ouvrage, a porté la démarche et en a défini les orientations. Le Secrétariat d'État suisse à l'économie (SECO), bailleur, et Helvetas Swiss Intercooperation, en charge de la mise en œuvre avec l'appui de son partenaire technique la HES-SO Valais-Wallis, ont rendu ce travail possible dans le cadre du projet Destination Durable Tunisie. L'Université de Sousse a apporté son concours scientifique et méthodologique à l'ensemble de la démarche.

La démarche remercie également le Commissariat régional au tourisme de Sousse et l'Office national du tourisme tunisien pour les données et l'expertise partagées, ainsi que l'Agence de mise en valeur du patrimoine et de promotion culturelle, l'Institut national du patrimoine, l'Association de sauvegarde de la Médina et l'Office national de l'artisanat pour leur contribution patrimoniale et artisanale. Elle exprime enfin sa reconnaissance aux fédérations professionnelles, la Fédération tunisienne de l'hôtellerie et la Fédération tunisienne des agences de voyages, ainsi qu'aux artisans, aux opérateurs privés et aux représentants de la société civile qui ont animé les ateliers participatifs et nourri ce document de leur connaissance fine du territoire.

Résumé

Sousse, deuxième pôle touristique du Sahel tunisien, a accueilli en 2025 près de 1,34 million d'arrivées et 6,27 millions de nuitées, en progression respective de 14,4 % et 19,3 % (source : Commissariat régional au tourisme de Sousse, données 2025). Cette performance ne doit pas masquer la nature du modèle qui la produit. La destination repose sur un produit dominant, le séjour balnéaire en formule *all inclusive*, et sur des marchés de proximité dont la volatilité s'est brutalement manifestée au début de l'année 2026 : sur les deux premiers mois, les arrivées reculent de 17,2 % et les nuitées de 11,9 %. Une croissance forte mais adossée à un produit unique et à des clientèles instables ne constitue pas une position acquise ; elle traduit une exposition au risque.

Dans le même temps, la ville dispose d'un actif que peu de destinations méditerranéennes possèdent et qu'elle n'exploite pas pleinement : une médina inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1988 (bien n° 498, critères iii, iv et v). Ceinte de remparts édifiés au IXe siècle, elle abrite plus de trente monuments classés, un musée archéologique qui détient la deuxième collection de mosaïques romaines de Tunisie, ainsi qu'un patrimoine immatériel vivant : carnaval Aoussou, artisanat, gastronomie, dialecte et musique soussiens. Le problème de Sousse n'est donc pas un déficit de ressources, mais un déficit de mise en tourisme de ces ressources.

Fondé sur une démarche participative mobilisant les institutions, l'université, le secteur privé et la société civile, à travers des ateliers participatifs, des entretiens semi-directifs avec les parties prenantes locales et de séances de travail, le présent Masterplan définit une stratégie de tourisme durable à l'horizon 2035. Il s'organise autour de l'identité du territoire, d'une vision commune et d'un plan d'actions de trente mesures opérationnelles organisées autour de six axes stratégiques.

Trois priorités stratégiques

- **Activer le patrimoine comme premier produit.** Rendre la Médina lisible, parcourable, racontable et économiquement productive, grâce à des circuits balisés, à la mise en tourisme du bâti, à deux centres d'interprétation complémentaires et à un événement identitaire structurant.
- **Diversifier pour réduire l'exposition.** Élargir l'offre au-delà du balnéaire vers le culturel, l'hébergement alternatif en médina, l'animation du front de mer et les circuits expérientiels de la région.

- **Construire la capacité de faire.** Installer un pilotage collaboratif de la destination, qualifier les acteurs et organiser l'offre artisanale, sans quoi aucune des autres mesures ne dispose d'un maître d'ouvrage effectif.

La priorité à l'échelle communale

La mise en œuvre privilégie délibérément le territoire communal avant tout élargissement régional. Ce choix ne traduit pas un repli, mais une exigence d'efficacité. Dix-huit des trente mesures sont pilotées par la Municipalité de Sousse, soit 60 % du plan ; ce sont celles sur lesquelles la collectivité dispose réellement des leviers, et donc celles qui peuvent produire des résultats vérifiables à court terme. Les mesures à portée régionale ou intercommunale ne sont pas abandonnées : elles sont séquencées dans un second temps, une fois la gouvernance installée et la crédibilité opérationnelle établie.

Le document se veut opérationnel plutôt qu'exhaustif : il fixe le cadre, hiérarchise, attribue et rend mesurable. Les analyses détaillées qui le fondent (note méthodologique, diagnostics régional et municipal, analyse de convergence, résultats des deux ateliers) sont jointes en annexes et en constituent la base de support.

1. Introduction

1.1 Le projet Destination Durable Tunisie et le volet Sousse

C'est la Municipalité de Sousse qui a émis le souhait de développer une stratégie de tourisme durable pour la ville, dans un contexte où le SECO est déjà actif dans le développement urbain intégré (projet PDUI-Sousse). C'est à partir de cette demande que le travail sur le Masterplan a débuté fin 2025, dans le cadre du projet Destination Durable Tunisie, financé par le SECO et mis en œuvre par Helvetas Swiss Intercooperation avec l'appui de son partenaire technique, la HES-SO Valais-Wallis.

Le présent Masterplan s'inscrit dans le projet Destination Durable Tunisie (DDT), initiative financée par le Secrétariat d'État suisse à l'économie (SECO) et mise en œuvre par Helvetas Swiss Intercooperation, en partenariat avec l'Université de Sousse et la HES-SO Valais-Wallis, pour la période 2025 à 2028. Le projet poursuit trois résultats complémentaires : renforcer l'attractivité durable des destinations pilotes, renforcer les compétences des acteurs du tourisme, et améliorer le cadre législatif favorable au tourisme alternatif. Un axe transversal traverse ces trois résultats : l'appui à une gouvernance collaborative des destinations, considérée comme le facilitateur local de la transition vers un modèle durable.

Cette architecture emporte une conséquence pour Sousse. À Sousse, le projet se traduit par une stratégie de développement du tourisme durable de la ville, agissant à deux niveaux indissociables. Le niveau stratégique correspond au présent Masterplan, qui fixe l'horizon 2035, l'identité, la vision et les axes. Le niveau opérationnel correspond à la traduction concrète de cette stratégie, sous la forme de circuits touristiques, d'animation urbaine et de projets pilotes, qui produit les réalisations visibles pour la ville, ses habitants et ses visiteurs.

1.2 Objet, portée et destinataires du Masterplan

Ce document constitue le cadre stratégique de référence pour le développement touristique durable de la ville de Sousse. Il est destiné à la Municipalité de Sousse, maître d'ouvrage de la démarche. Il remplit trois fonctions distinctes qu'il importe de ne pas confondre : il établit un diagnostic partagé, il fixe une orientation stratégique explicite, et il organise une mise en œuvre attribuée, phasée et mesurable.

La portée retenue est celle de la ville de Sousse. Certaines orientations, en particulier les circuits vers la région du Sahel, s'inscrivent délibérément dans une perspective intercommunale ; elles sont identifiées comme telles et relèvent d'un second temps de mise en œuvre. Réciproquement, le Masterplan ne se

substitue ni au Programme de développement urbain intégré de la ville de Sousse (PDUI), ni aux compétences des autorités régionales et nationales du tourisme : il s'y articule.

1.3 Note méthodologique et périmètres de l'analyse

La stratégie repose sur une démarche participative et itérative associant l'ensemble des parties prenantes du territoire, selon une logique de quadruple hélice qui réunit les institutions publiques, le monde académique, le secteur privé et la société civile. Elle s'appuie sur une analyse documentaire approfondie, complétée par dix entretiens semi-directifs menés auprès d'acteurs clés du territoire afin d'enrichir et de consolider le diagnostic. Deux ateliers participatifs en constituent l'ossature : l'atelier 1, tenu le 19 mai 2026 avec 20 participants, a été consacré au diagnostic partagé, à la matrice identitaire et à la vision tandis que l'atelier 2, tenu le 25 juin 2026 avec 39 participants, a été consacré aux ressources, aux projets et aux circuits. Des séances de travail dédiées ont ensuite structuré le document et le plan d'actions.

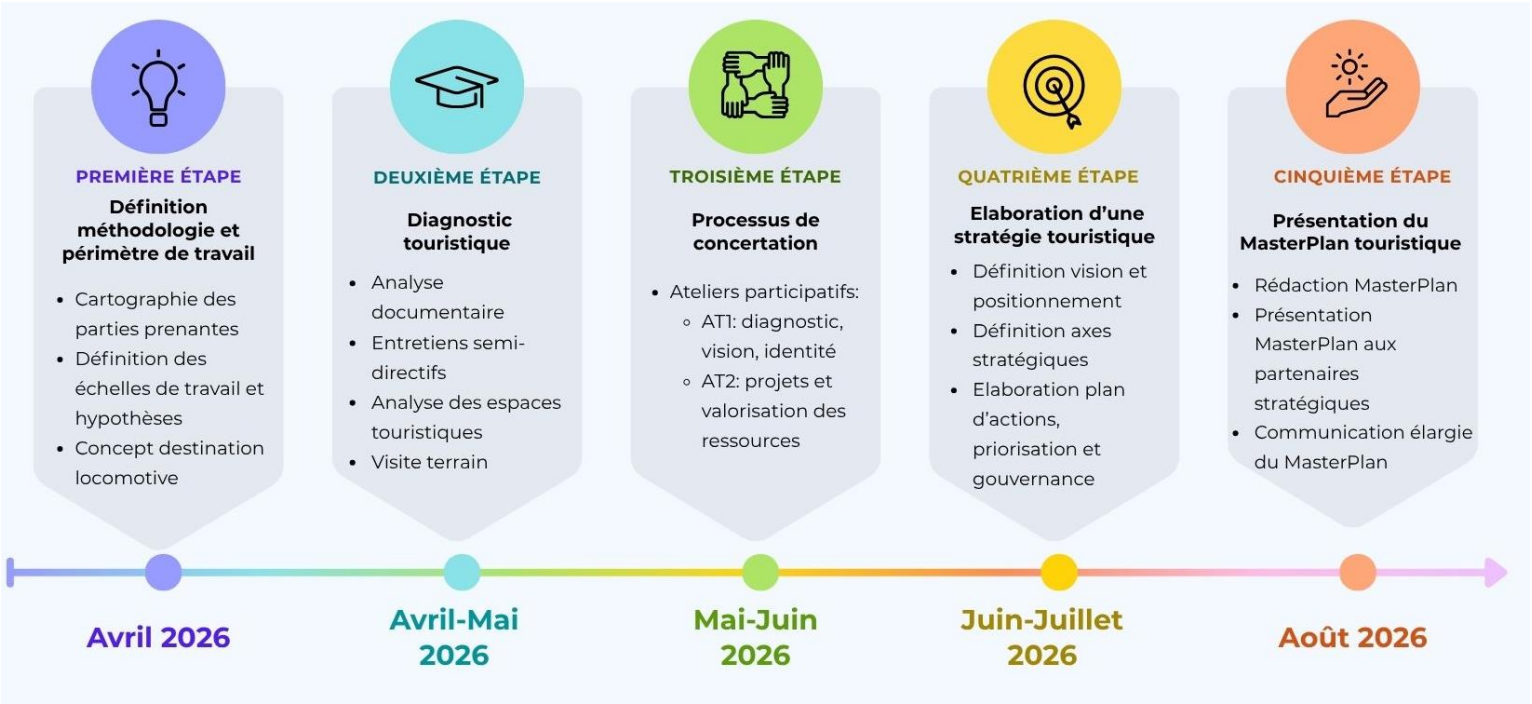


Figure 1. Illustration des étapes et calendrier de travail.

Echelles de travail

Trois niveaux d'analyse ont été articulés pour garantir la robustesse du raisonnement. Une lecture régionale d'abord, indispensable pour situer la commune dans le système touristique qui la porte et la contraint. Une hypothèse directrice ensuite : la ville de Sousse comme destination locomotive culturelle

de la région, c'est-à-dire comme le lieu où se joue la différenciation du Sahel. Un recentrage opérationnel enfin sur le périmètre communal, en cohérence avec les documents de planification existants.

Le diagnostic s'appuie sur le cadre théorique des trois espaces de la destination touristique développé par Mansfeld (1999), qui qui distingue les ressources du territoire, leurs modalités de valorisation et les perceptions qu'elles suscitent. Ce cadre analyse ainsi l'espace géographique et physique (ressources et offre), l'espace fonctionnel (acteurs et pratiques) et l'espace perçu (images et représentations). Cette distinction est opératoire, car elle montre que l'écart principal de Sousse ne se situe pas dans le premier espace, où la ressource existe, mais entre le premier et les deux autres.

Les ateliers ont recouru à des méthodes d'intelligence collective éprouvées, choisies pour leur capacité à produire à la fois du volume d'idées et de la hiérarchisation : le brainwriting 6-3-5 pour la production d'idées en série, la priorisation de type MoSCoW pour le tri des mesures, une posture créative en trois temps (rêveur, réaliste, critique) et une approche par le parcours du visiteur pour la conception des circuits. Cette ingénierie garantit que les orientations présentées sont à la fois ancrées dans l'expertise et légitimées par les acteurs qui devront les mettre en œuvre.

L'analyse repose sur une combinaison de données documentaires, statistiques, d'entretiens et d'ateliers participatifs. Certaines limites liées à la disponibilité ou à l'actualisation des données ont été identifiées ; elles sont précisées ci-après afin de contextualiser les résultats et les orientations proposées :

- **Données de fréquentation.** Les chiffres mobilisés proviennent du Commissariat régional au tourisme de Sousse (données 2025) et portent sur le gouvernorat. Les raisonnements municipaux sont qualitatifs et devront être consolidés par un dispositif d'observation dédié (mesure 5.2).
- **Absence de valeurs cibles.** Les indicateurs du plan d'actions sont définis, mais aucune valeur de référence ni cible chiffrée n'est encore établie.

Tourisme de santé : hors périmètre de l'analyse

Bien que Sousse dispose d'un pôle de santé reconnu associant établissements de soins, offre de thalassothérapie et centre hospitalier universitaire (CHU), le tourisme de santé et le tourisme médical n'ont pas fait l'objet d'une analyse approfondie dans le cadre du présent Masterplan. Les données nécessaires à l'évaluation de ce segment, principalement détenues par les autorités sanitaires, n'étaient pas accessibles au moment de l'étude. Ce domaine constitue ainsi un champ d'investigation

complémentaire qui pourrait faire l'objet d'une analyse spécifique en partenariat avec les acteurs du secteur de la santé et du tourisme.

2. État des lieux

2.1 Diagnostic régional : une croissance réelle mais vulnérable

La compréhension de la destination communale suppose de la resituer dans le système régional qui la porte. Selon le Commissariat régional au tourisme de Sousse (données 2025), le gouvernorat a enregistré en 2025 des résultats en forte hausse : 1 338 247 arrivées, soit une progression de 14,4 % par rapport à 2024, et 6 270 773 nuitées, en hausse de 19,3 %, pour une durée moyenne de séjour de 4,7 nuits. La progression plus rapide des nuitées que des arrivées indique un allongement de la durée de séjour, signe favorable qu'il convient toutefois d'interpréter avec prudence : dans un modèle dominé par la formule *all inclusive*, l'allongement du séjour ne se traduit pas mécaniquement par une augmentation des retombées pour l'économie locale située hors de l'hôtellerie.

Une offre étoffée mais structurellement concentrée

L'offre régionale comprend une centaine d'établissements d'hébergement classés, dont environ 80 en activité, 63 restaurants touristiques classés, 354 agences de voyages, plus de 32 monuments historiques et culturels, 10 centres de thalassothérapie, un parcours de golf et 24 bases nautiques (source : Commissariat régional au tourisme de Sousse, 2025). La connectivité s'est nettement renforcée : selon la même source, l'aéroport international d'Enfidha-Hammamet a accueilli 1 461 000 passagers en 2025, en hausse de 20 %, tandis que le port de Sousse a enregistré 7 escales de croisière pour 2 191 croisiéristes, soit une progression de 247 %.

Ces deux derniers indicateurs appellent une lecture nuancée. La croissance spectaculaire de la croisière s'exerce sur des volumes très faibles : 2 191 croisiéristes représentent environ 0,16 % des arrivées régionales. Ce segment n'est pas un relais de volume ; il constitue en revanche un excellent révélateur de la capacité de la ville à capter une clientèle d'excursion à temps court, exactement le profil que les circuits patrimoniaux doivent servir. Il doit donc être traité comme un segment de test, et non comme un pilier.

Un tourisme alternatif en émergence

Un signal faible mérite d'être souligné : 24 projets d'hébergement alternatif ont été recensés dans la région (16 hébergements familiaux, 7 résidences rurales et 1 hôtel de charme), dont 9 sont réalisés, pour 8,236 millions de dinars d'investissement (source : Commissariat régional au tourisme de Sousse, 2025). Rapporté à la capacité hôtelière régionale, ce volume est marginal. Rapporté à sa dynamique, il est significatif : il témoigne d'une demande nouvelle pour l'authenticité et les petites unités, et surtout d'une capacité d'investissement privé local. C'est précisément le type de dynamique qu'une politique publique peut orienter à coût très faible, par la seule qualité du cadre réglementaire.

Une fragilité structurelle avérée

La dynamique demeure fragile, et le début de l'année 2026 l'a démontré. Sur les mois de janvier et février, les arrivées reculent de 17,2 % et les nuitées de 11,9 %. Le détail par marché est plus éclairant encore : marché interne en baisse de 22,5 %, marché algérien de 32,2 %, marché libyen de 67,1 %, marché français de 22 % et marché allemand de 18,8 % (source : Commissariat régional au tourisme de Sousse, données de début 2026). Le recul est donc simultané sur les marchés de proximité et sur les marchés européens historiques ; il ne s'agit pas d'un accident sur un marché isolé, mais d'une manifestation de la sensibilité générale du modèle à la conjoncture.

Cette observation fonde une part importante de la stratégie. Une destination dont l'offre est concentrée sur un produit unique et dont la demande dépend de quelques marchés corrélés cumule deux fragilités qui se renforcent. La diversification n'est donc pas un enrichissement optionnel de la gamme : c'est une stratégie de réduction du risque.

2.2 Diagnostic municipal : un territoire contrasté

Quatre délégations, quatre vocations

Le territoire communal de Sousse s'appuie sur quatre délégations aux profils complémentaires qui contribuent chacune à l'attractivité et au fonctionnement de la destination. Sousse Médina concentre les principaux atouts patrimoniaux et touristiques, avec la médina inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO et le front de mer de la Corniche Boujaafar. Sousse Riadh affirme son positionnement résidentiel et technologique autour de Novation City, offrant des perspectives de développement pour le tourisme d'affaires (MICE) et d'innovation. Sousse Jawhara accueille une part importante de la capacité

hôtelière de la destination, tandis que Sousse Sidi Abdelhamid constitue un pôle industriel et logistique structurant, articulé autour de la zone industrielle et du port de commerce.

Cette organisation spatiale met en évidence un enjeu majeur de connexion entre les différents pôles du territoire. Les lieux de séjour, les zones d'activité et les principaux sites d'intérêt touristique demeurent aujourd'hui insuffisamment articulés, limitant les retombées économiques et la diffusion des flux au sein de la destination. Le renforcement de l'accessibilité, de la mobilité et de la signalétique apparaît ainsi comme une condition essentielle pour favoriser la mise en réseau des ressources du territoire et optimiser la valorisation de son patrimoine.



Sources : découpage administratif de la commune de Sousse ; diagnostic municipal DDT (ateliers 2026).

Figure 2. Illustration des délégations de la ville de Sousse et leur rôle.

Les 3 espaces touristiques

L'espace réel : une offre riche et inégalement valorisée

L'espace géographique et physique conjugue un patrimoine bâti d'exception (médina, Ribat, Grande Mosquée, Kasbah abritant le musée archéologique, catacombes, remparts, tour Khalef), une façade balnéaire structurante autour de la Corniche Boujaafar et de la plage urbaine, une hôtellerie étoffée, une offre de thalassothérapie, un pôle de santé reconnu et des équipements universitaires. La richesse de cet espace contraste avec le faible degré de mise en tourisme structurée du patrimoine : les monuments sont ouverts, mais peu interprétés ; la médina est traversée, mais non parcourue selon une logique de découverte.

L'espace fonctionnel : un tourisme à rediriger

L'espace fonctionnel révèle un tourisme effectif dominé par le séjour balnéaire et par une clientèle maghrébine de proximité, une conversion insuffisante des flux existants en visites patrimoniales structurées, et plusieurs dynamiques émergentes qu'il appartient à la stratégie de consolider : l'essor des maisons d'hôtes, la vitalité du carnaval Aoussou, les initiatives artistiques locales et la structuration progressive de l'artisanat. Le fait marquant est ici que la ressource et le flux coexistent sans se rencontrer: des centaines de milliers de visiteurs séjournent à quelques kilomètres d'un site inscrit au patrimoine mondial sans qu'un dispositif organisé ne les y conduise.

L'espace perçu : trois images à réconcilier

L'espace perçu fait coexister trois représentations concurrentes : une image balnéaire, principalement européenne, associée au rapport qualité-prix ; une image urbaine et commerçante, maghrébine, associée aux souks et à la vie de ville ; et une image patrimoniale UNESCO, réelle mais faiblement activée. Une carence marquée de la vie nocturne, l'animation se concentrant dans les hôtels et sur le front de mer tandis que le cœur de ville et la médina sont désertés le soir, limite l'expérience et prive l'économie locale d'une part significative de la dépense. Réconcilier ces images autour d'un récit patrimonial dominant constitue l'enjeu central du positionnement.

2.3 Les défis spécifiques de la Médina

La médina constitue un patrimoine vivant dont l'attractivité touristique repose autant sur ses qualités patrimoniales que sur le maintien de ses fonctions résidentielles, commerciales et sociales. Son développement touristique implique dès lors de concilier valorisation, fréquentation et qualité de vie des habitants. Cette exigence appelle une approche intégrée mobilisant les dimensions patrimoniales, urbaines, commerciales, culturelles et événementielles. Le présent Masterplan traduit cette ambition à travers l'articulation des axes dédiés au patrimoine, à la qualité urbaine et à la mobilité, ainsi qu'au suivi de la population résidente comme indicateur stratégique de vitalité de la médina.

2.4 Analyse SWOT de la destination

La synthèse stratégique du diagnostic, validée lors de l'Atelier 1 (19 mai 2026), se présente comme suit.

Forces	**Faiblesses**
• Médina inscrite à l'UNESCO et plus de 32 monuments • Patrimoine immatériel vivant (Aoussou, artisanat, gastronomie) • Diversité du produit (balnéaire, santé, culturel, affaires) • Hospitalité et capital humain ; université et recherche • Accessibilité (Enfidha, autoroute, rail) et façade maritime	• Mono-produit balnéaire en formule all inclusive • Patrimoine sous-exploité ; absence de circuits structurés • Vie nocturne déficitaire en cœur de ville et en médina • Mobilité, stationnement et signalétique touristique • Gouvernance fragmentée ; offre digitale éclatée ; faible certification
Opportunités	**Menaces**
• Métropolisation du Grand Sousse ; tourisme urbain et city-breaks • Hébergement alternatif et maisons d'hôtes en médina • Agrotourisme et circuits de la région • Transition digitale, données et certifications de durabilité • Bailleurs internationaux et coopération (projet DDT, SECO)	• Greenwashing et perte de crédibilité • Surfréquentation localisée et éviction des habitants • Pression sur les ressources : eau, électricité, littoral • Concurrence par les prix ; volatilité des marchés sources • Banalisation et perte d'identité du territoire

Tableau 1. Forces, faiblesses, opportunités et menaces pour la destination Sousse.

L'analyse croisée de cette matrice met en évidence un constat central : les principaux atouts de Sousse reposent sur la richesse de son patrimoine, de ses ressources humaines et de son identité territoriale, tandis que les principaux défis relèvent de l'organisation de la destination, de sa gouvernance et de sa lisibilité. L'enjeu n'est donc pas tant de créer de nouvelles ressources que de mieux structurer, connecter et valoriser celles qui existent déjà.

2.5 Convergences et divergences avec les stratégies existantes de la ville

Pour garantir sa cohérence avec les cadres existants, la stratégie a été croisée avec les deux documents de référence de la ville : la Stratégie de développement de la ville de Sousse (SDVS, 2013), socle porté par dix fiches de développement et 152 défis, et le Programme de développement urbain intégré de la ville de Sousse (PDUI, 2018-2022 puis 2023-2028), centré sur le métropolisation du Grand Sousse, le littoral et la mobilité. Le croisement de ces documents avec les résultats de l'Atelier 1 fait émerger sept axes de convergence, d'intensités variables.

Axe de convergence	Niveau	Ce que recouvre la convergence
Patrimoine et Médina	Fort	Conservation, mise en valeur et mise en tourisme du patrimoine bâti et immatériel.
Diversification touristique	Fort	Sortie du mono-produit balnéaire, montée en valeur, nouveaux segments.
Gouvernance et synergie	Fort	Coordination des acteurs, sortie des silos, marque de destination.
Littoral et environnement	Partiel	Qualité du front de mer, espaces publics, durabilité environnementale.
Mobilité et accessibilité	Partiel	Desserte interne, stationnement, mobilité douce, transport collectif.
Marchés et compétitivité	Partiel	Positionnement concurrentiel, marchés sources, qualité de l'offre.
Communication et marketing	Émergent en 2026	Mise en récit, visibilité et commercialisation, quasi absentes antérieurement.

Tableau 2. Axes de convergences entre le diagnostic et les stratégies existantes de la ville de Sousse.

Ces convergences présentent un double intérêt. Elles confirment d'abord la pertinence du diagnostic en mettant en évidence la permanence de plusieurs enjeux identifiés de longue date. Elles soulignent ensuite l'inscription de la stratégie proposée dans la continuité des orientations déjà portées par la ville, dont elle vise désormais la traduction opérationnelle. Ce constat met en lumière l'importance des conditions de mise en œuvre, qui constituent un facteur déterminant pour la concrétisation des objectifs poursuivis.

L'analyse révèle toutefois aussi plusieurs divergences entre le diagnostic touristique et les documents stratégiques de référence :

- **Un diagnostic stable, une action en retard.** La sortie de la formule *all inclusive*, souhaitée dès 2013, reste largement à concrétiser. La permanence du diagnostic constitue un signal d'alerte sur la capacité d'exécution collective.

- **Un PDUI qui ne traite pas explicitement du tourisme.** Ce silence justifie l'élaboration d'un Masterplan touristique dédié, mais impose de veiller à la compatibilité des deux documents, notamment sur la mobilité et le littoral. Cette veille de cohérence est explicitement confiée au comité de pilotage (section 4.4), afin d'identifier les synergies opérationnelles et budgétaires possibles et d'éviter tout double pilotage.
- **Des émergences propres à 2026.** Le numérique, les certifications de durabilité, le marketing territorial et les exigences environnementales des marchés européens n'étaient pas anticipés par les documents antérieurs.
- **Des arbitrages non tranchés.** L'extension portuaire et le développement de la croisière, l'articulation avec les communes voisines du Grand Sousse et les priorités d'investissement relèvent du comité de pilotage, et non du présent document.
- **Une donnée municipale manquante.** L'absence de statistiques touristiques à l'échelle communale empêche aujourd'hui de mesurer l'effet propre des politiques de la ville. C'est une lacune structurelle à combler : sa résorption constitue l'une des premières tâches confiées au comité de pilotage et au dispositif d'observation (mesures 5.1 et 5.2), dès 2026 et 2027, afin que la ville se dote progressivement de sa propre base de mesure.

2.6 Synthèse : des six familles d'enjeux aux six axes stratégiques

Le diagnostic et les ateliers convergent vers six familles d'enjeux, qui ont été traduites en six axes stratégiques opérationnels. Cette correspondance garantit la traçabilité entre ce que les acteurs ont exprimé et ce que la stratégie engage.

Famille d'enjeux (diagnostic)	Axe stratégique (action)	Traduction opérationnelle
F1 : patrimoine, identité et conservation	A1 : valorisation et conservation du patrimoine	Circuits, mise en tourisme du bâti, centres d'interprétation, événement identitaire
F2 : qualité urbaine, environnement, résilience	A2 : amélioration du territoire touristique	Espaces publics, animation, encadrement, eau, sensibilisation
F3 : modèle économique et diversification	A3 : diversification touristique	Montée en gamme, offre culturelle, hébergement alternatif, Corniche, circuits

F4 : mobilité, infrastructures, accessibilité	A4 : mobilité et infrastructures touristiques	Marchabilité, petit train, mobilité douce, stationnement, rénovation hôtelière
F5 : gouvernance et synergie institutionnelle	A5 : élaboration d'un pilotage touristique	Comité de pilotage, plateforme, cadre légal, réseau d'artisans, formation
F6 : communication, promotion et marketing	A6 : positionnement et commercialisation	Visibilité, offres B2B, guide, plateforme digitale, marque de destination

Tableau 3. Traduction des enjeux du diagnostic en axes stratégiques

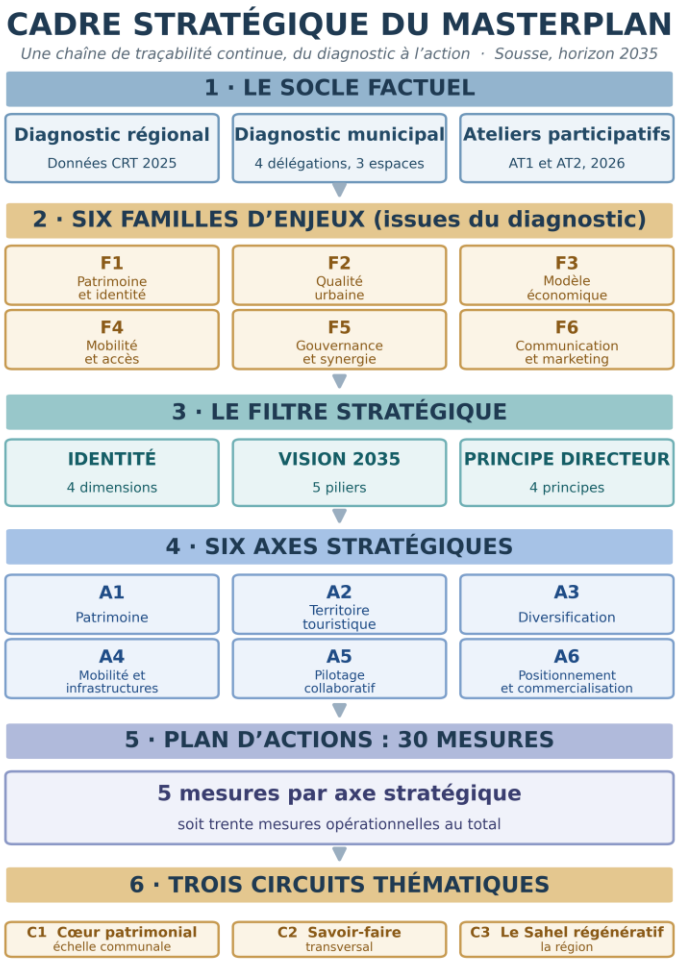
Les six familles d'enjeux identifiées lors du diagnostic constituent le socle de la stratégie présentée dans le chapitre suivant. Celle-ci traduit les principaux défis du territoire en une vision à horizon 2035, six axes d'intervention et un plan d'actions opérationnel.

3. La stratégie

3.1 Cadre stratégique du Masterplan

La stratégie s'appuie sur les enseignements du diagnostic et sur les contributions recueillies tout au long de la démarche participative. La stratégie s'articule autour de trois composantes complémentaires : une identité territoriale qui fonde la différenciation de la destination, une vision à horizon 2035 qui fixe la direction à suivre, et six axes stratégiques qui structurent l'action. L'ensemble est décliné dans un plan d'actions opérationnel et des circuits thématiques destinés à rendre la stratégie visible et concrète.

Figure 3.



Cadre stratégique du Masterplan : l'enchaînement logique.

3.2 Identité et valeurs de Sousse

Le premier atelier a permis d'élaborer une matrice identitaire du territoire en quatre dimensions, qui constitue le socle de différenciation de la destination et le fondement de son positionnement touristique.

Dimension	Nature	Éléments identitaires
Symboles	Éléments structurants déjà reconnus	Corniche Boujaafar, Médina, Ribat, Kasbah, remparts, Grande Mosquée, catacombes, Takrouna

Valeurs	Éléments propres aux habitants	Hospitalité, ouverture et respect, générosité, attachement et fierté, authenticité, savoir
Identité profonde	Éléments intangibles du territoire	Aoussou et carnaval, mer, habits traditionnels, héritage aghlabide, Étoile du Sahel, musique et dialecte soussiens, couscous
Ressources	Ressources de base du territoire	Patrimoine historique, terroir (bssissa, huile d'olive, feuilles de brick), potentiel agricole, artisanat, main-d'œuvre qualifiée, la mer

Tableau 4. Matrice identitaire du territoire de Sousse.

Deux enseignements se dégagent de cette matrice. D'abord, l'identité soussienne est majoritairement immatérielle : sur les quatre dimensions, trois relèvent du vivant, du récit et du savoir-faire. Ensuite, la mer figure dans l'identité comme un élément constitutif, non comme un produit comme l'hôtellerie balénaire. Cette nuance autorise à requalifier le rapport au littoral sans renier l'identité maritime de la ville.

3.3 Vision touristique 2035

À l'horizon 2035, Sousse ambitionne de devenir une destination méditerranéenne durable et différenciée, reconnue pour son patrimoine vivant autant que pour la qualité de son cadre urbain. Cette vision, formulée collectivement, se décline en cinq piliers :

- **Une ville intelligente, verte et propre.** Mobilité durable et fluide, espaces verts et publics de qualité, centre-ville apaisé et marchable.
- **Une ville cosmopolite et animée.** Une diversité d'expériences réparties sur l'année et sur la journée, y compris en soirée.
- **Un tourisme multiple.** Un balnéaire plus durable et monté en gamme, une offre culturelle et authentique, un hébergement diversifié.
- **Un patrimoine valorisé.** Un patrimoine matériel et immatériel mis en récit par des circuits et des lieux d'interprétation.
- **Une image internationale renforcée.** Une destination identifiée et différenciée dans le bassin méditerranéen.

Cette vision traduit une évolution du modèle touristique de la destination. Il ne s'agit pas de renoncer à l'atout balnéaire qui constitue l'un des fondements de l'économie touristique locale, mais de l'inscrire dans une offre plus diversifiée, davantage fondée sur le patrimoine, les expériences culturelles et la qualité du cadre de vie.

3.4 Principes directeurs

Les travaux de diagnostic et les ateliers participatifs font émerger plusieurs orientations stratégiques qui guideront le développement touristique de Sousse à l'horizon 2035. Ces orientations traduisent la volonté de renforcer la valorisation du patrimoine, de réduire la dépendance à un mono-produit ainsi que de promouvoir un développement équilibré du territoire dans une perspective de durabilité.

Quatre principes directeurs encadrent la mise en œuvre de cette stratégie :

- **La durabilité comme critère de décision, et non comme argument de communication.** Chaque projet est évalué à l'aune de ses effets environnementaux, sociaux et économiques, et rendu vérifiable par des indicateurs.
- **Le patrimoine comme facteur de différenciation.** La Médina et le patrimoine immatériel fondent l'identité de la destination et sa valeur ajoutée.
- **La priorité à l'échelle communale.** Agir d'abord là où la collectivité dispose des leviers, avant d'élargir le périmètre.
- **L'inclusion des habitants.** Garantir l'acceptabilité sociale et le partage équitable de la valeur, en particulier dans la Médina.

3.5 Publics-cibles et segments prioritaires

Le plan d'actions identifie quatre publics, dont la répartition révèle les intentions stratégiques du dispositif.

- **Touristes individuels, cible de valeur.** City-breakers, clientèle culturelle et expérientielle, clientèle des maisons d'hôtes. Segment le moins saisonnier, le plus contributif à l'économie locale, et le plus sensible à la qualité du récit et de l'expérience.

- **Excursionnistes, cible de conversion.** Clientèle balnéaire en excursion depuis les zones hôtelières et croisiéristes. Volume important, temps de visite court, dépense unitaire faible : c'est le gisement immédiat que les circuits et la billetterie doivent capter.
- **Habitants, cible de légitimité.** Premiers usagers des espaces publics et de l'animation, ils conditionnent l'acceptabilité sociale de la stratégie et assurent la fréquentation hors saison des équipements.
- **Tours organisés, cible de volume.** Agences et tour-opérateurs, indispensables à la mise en marché rapide, mais vecteurs de dépendance : ils sont traités comme un canal de distribution, et non comme une stratégie.

La lecture croisée de ces segments donne la séquence commerciale de la stratégie : convertir d'abord les flux déjà présents (les excursionnistes), fidéliser ensuite une clientèle de valeur (les individuels), négocier enfin des volumes structurés (les tours organisés), le tout avec l'adhésion des habitants.

3.6 Les six axes stratégiques

La vision et les principes directeurs se traduisent en six axes stratégiques, en correspondance directe avec les six familles d'enjeux.

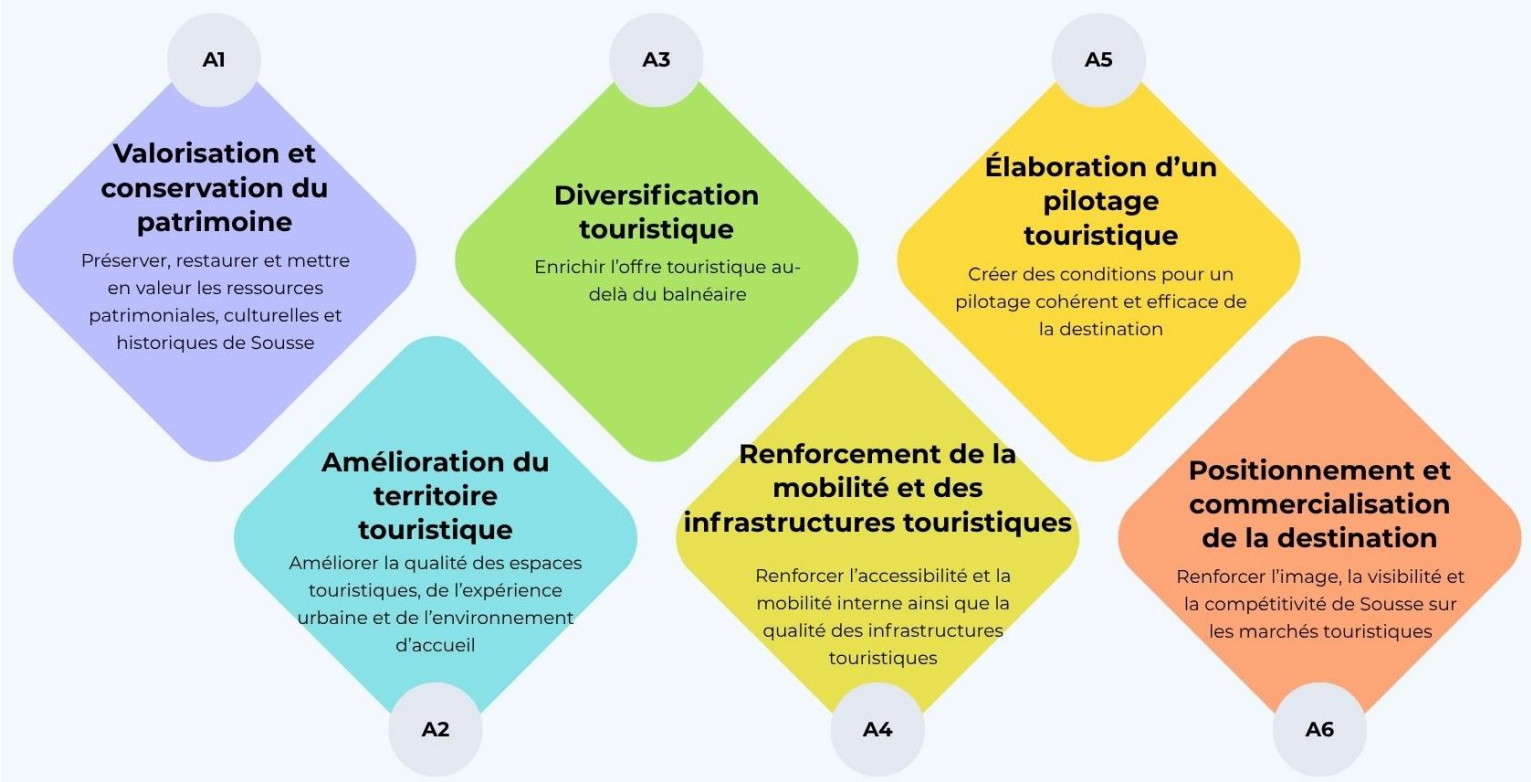


Figure 4.. Les 6 axes stratégiques et leur objectif

Chaque axe est présenté ci-dessous par son ambition et par sa logique d'intervention ; le détail des mesures par exe figure au chapitre 4.

Axe 1 : Valorisation et conservation du patrimoine

Ambition. Préserver, restaurer et mettre en valeur les ressources patrimoniales, culturelles et historiques de Sousse.

Logique d'intervention. La logique consiste à franchir les quatre étapes qui transforment une ressource patrimoniale en produit touristique : la rendre lisible (signalétique et interprétation), parcourable (circuits balisés), racontable (médiation et storytelling) et économiquement productive (billetterie, tarification, retombées pour les artisans).

Axe 2 : Amélioration du territoire touristique

Ambition. Améliorer la qualité des espaces touristiques, de l'expérience urbaine et de l'environnement d'accueil.

Logique d'intervention. La qualité de l'expérience touristique repose directement sur celle du cadre urbain. Le visiteur ne distingue pas l'espace touristique de l'espace public. L'axe combine donc la requalification du support physique, la production d'usages par l'animation, l'encadrement des activités informelles, la gestion de la ressource en eau et la mobilisation des comportements.

Axe 3 : Diversification touristique

Ambition. Enrichir l'offre touristique au-delà du balnéaire.

Logique d'intervention. La diversification vise à accroître les retombées du tourisme pour l'économie locale tout en renforçant la résilience de la destination. L'axe traite simultanément de l'existant (lien avec le tourisme *all-inclusive*) et du nouveau (culture, hébergement alternatif, front de mer, circuits régionaux).

Axe 4 : Renforcement de la mobilité et des infrastructures touristiques

Ambition. Renforcer l'accessibilité et la mobilité interne ainsi que la qualité des infrastructures touritiques.

Logique d'intervention. La mobilité constitue une condition essentielle à la mise en réseau des sites touristiques. Cet axe vise à mieux relier les sites touristiques par des solutions de mobilité durables, accessibles et adaptées au contexte communal. L'amélioration des cheminements et des infrastructures touristiques doit renforcer la lisibilité des parcours, réduire la dépendance à la voiture et améliorer l'expérience des visiteurs et des habitants

Axe 5 : Elaboration d'un pilotage touristique

Ambition. Créer des conditions pour un pilotage cohérent et efficace de la destination

Logique d'intervention. Cet axe constitue le fondement de la mise en œuvre du Masterplan. La réussite des autres axes repose sur une gouvernance coordonnée, une information partagée, des acteurs qualifiés et une offre locale structurée. L'enjeu n'est pas de créer de nouvelles structures, mais de renforcer la coordination entre les acteurs en clarifiant les rôles, les responsabilités et les modalités de pilotage.

Axe 6 : Positionnement et commercialisation de la destination

Ambition. Renforcer l'image, la visibilité et la compétitivité de Sousse sur les marchés touristiques

Logique d'intervention. La valorisation du patrimoine ne produit pleinement ses effets que si elle s'accompagne d'une communication et d'une commercialisation adaptées. Cet axe vise à accroître la visibilité de Sousse sur les marchés ciblés, à renforcer sa présence en ligne et à construire un récit de destination cohérent, fondé sur la richesse de son patrimoine matériel et immatériel.

3.7 Les circuits thématiques : de la stratégie à l'expérience

Les circuits constituent le volet opérationnel emblématique de la stratégie : ils matérialisent le passage de la ressource au produit et rendent la stratégie visible pour le visiteur comme pour l'habitant. Les ateliers participatifs ont servi de base pour la proposition de 3 circuits touristiques.

Proposition de circuit	Composition et ancrage	Échelle
C1 : Sousse, cœur patrimonial	Médina UNESCO, patrimoine bâti et immatériel : Kasbah et musée archéologique, remparts, Ribat, Grande Mosquée, souks, Dar El Bey, catacombes, Kobba, Sidi Abd Essalem	Communale : medina/centre-ville
C2 : Savoir-faire et terroir	Artisanat, gastronomie et transmission des savoir-faire, adossés au réseau d'artisans et au centre du patrimoine immatériel	Communale : medina/ centre-ville
C3 : le Sahel régénératif	Hergla (Horrea Caelia), forêt d'El Medfoun, site Ramsar de Sebkhet Halk El Menzel et Oued Essed, agrotourisme, avec déclinaisons écologique et hydrologique	Intercommunale : la région

Tableau 5. Propositions de circuits thématiques pour la destination Sousse..

Le circuit patrimonial urbain constitue le circuit pilote : il relève entièrement de la compétence communale, s'appuie sur des actifs existants, fonctionne toute l'année et porte la différenciation UNESCO. Le circuit de savoir-faire l'enrichit progressivement, au fur et à mesure de la constitution du réseau d'artisans. Le circuit régional, dont le potentiel de différenciation est élevé, suppose en revanche une gouvernance intercommunale, des aménagements et des garanties de protection des milieux : il relève d'un second temps.

3.8 Contribution aux Objectifs de Développement Durable

La stratégie s'inscrit dans les principes de l'Agenda 2030 des Nations unies et contribue à plusieurs Objectifs de développement durable (ODD). Le tableau suivant met en évidence les principales correspondances entre les orientations du Masterplan et les objectifs de développement durable auxquels elles participent.

Objectif de développement durable	Contribution de la stratégie

ODD 8 : travail décent et croissance économique	Diversification de l'offre, montée en gamme, revenus complémentaires pour les habitants, formation et qualification des acteurs
ODD 11 : villes et communautés durables	Conservation du patrimoine, qualité des espaces publics, marchabilité et mobilité douce, maintien de la fonction résidentielle de la Médina
ODD 12 : consommation et production responsables	Circuits courts et produits locaux, gestion durable de l'eau dans l'hôtellerie, gestion des déchets, certifications
ODD 14 : vie aquatique	Protection du littoral, sensibilisation, valorisation encadrée des zones humides (site Ramsar de Sebkhet Halk El Menzel et Oued Essed)
ODD 17 : partenariats pour la réalisation des objectifs	Gouvernance multi-acteurs de la destination, coopération internationale, partenariats public-privé

Tableau 6. Contribution de la stratégie aux Objectifs de Développement Durable.

4. Mise en œuvre

4.1 Architecture et lecture du plan d'actions

Le plan d'actions opérationnalise les six axes stratégiques à travers trente mesures structurées selon trois logiques d'intervention : la structuration et communication de l'existant, le développement de nouvelles offres et la réalisation de grands projets impliquant des ressources humaines et financières plus conséquentes et la mobilisation de plusieurs acteurs. Chaque mesure précise son niveau de priorité, ses publics cibles, les responsabilités de pilotage et de coordination, les partenariats associés ainsi que les indicateurs de suivi. Des exemples de bonnes pratiques, sources d'inspiration ou remarques sont mentionnés lorsque cela est pertinent.

Cette combinaison d'actions de court, moyen et long terme vise à concilier résultats rapides et transformation durable de la destination. Il est rappelé que l'entité responsable assure le pilotage et la coordination, non nécessairement la mise en œuvre, celle-ci étant partagée avec les partenaires mentionnés pour chaque mesure.

Le tableau ci-dessous illustre l'architecture du plan d'actions.

MESURES	TYPOLOGIE	PRIORITÉ	PUBLIC CIBLE	RESPONSABILITÉ / COORDINATION MESURE	PARTENAIRE(S)	IMPACT	SOURCES D'INSPIRATION / REMARQUES	ETAT D'AVANCEMENT

Description de la mesure	Développement / Innovation	1	Tours organisés	Entité en charge du pilotage/coordination de la mesure	Partenaires stratégiques/ opérationnels et techniques	Impact sur le territoire - justification	Exemples de bonnes pratiques existantes	pas démarré
	Structuration / Communication	2	Touristes individuels				Précisions sur les mesures	en cours
	Grand projet	3	Habitants					terminé
			Excursionnistes					

Figure 5. Architecture du plan d'actions

4.2 Le plan d'actions détaillé : les 30 mesures

Axe 1 : Valorisation et conservation du patrimoine

Les mesures de l'axe 1 s'articulent de manière complémentaire afin de transformer le patrimoine de Sousse en une expérience touristique structurée. Elles portent sur la création de circuits, la mise en tourisme des sites patrimoniaux, le développement de lieux d'interprétation dédiés au patrimoine matériel et immatériel, ainsi que sur le renforcement du carnaval Aoussou comme événement identitaire majeur.

Mesure	P	Public cible	Pilotage	Partenaires	Indicateurs de suivi (KPIs)
1.1 Concevoir et aménager des **circuits touristiques urbains** valorisant le patrimoine bâti (Médina), immatériel (artisanat, gastronomie, histoire), matérialisés par un tracé au sol	1	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Tours organisés	Municipalité de Sousse	AMVPPC ; ASM ; INP ; ONTT ; guides ; artisans	Nombre de circuits balisés ; linéaire de tracé au sol (km) ; nombre de visiteurs ; recettes de billetterie
1.2 **Mettre en tourisme le patrimoine bâti** (Catacombes, Dar El Bey, Sidi Abd Essalem) et les quartiers historiques (Gabadgi) : signalétique touristique unifiée, carte des points d'intérêt, QR codes/audioguide, storytelling et panneaux didactiques, visites guidées, stratégie de tarification.	1	Touristes individuels ; Excursionnistes Tours organisés	AMVPPC	Municipalité de Sousse ; INP ; ASM ; guides	Nombre de sites équipés (panneaux/QR) ; fréquentation par site ; recettes de billetterie
1.5 **Renforcer et promouvoir le Carnaval d'Aoussou** comme festival phare ainsi que les autres festivals valorisant les traditions	2	Habitants ; Touristes individuels ; Excursionnistes	Municipalité de Sousse	Ministère du Tourisme ; CRT ; ONTT ; associations culturelles	Édition annuelle tenue (O/N) ; nombre de participants/spectateurs ; retombées médiatiques

locales (musique, habits et pratiques traditionnelles)					
1.3 Créer un **centre de présentation du patrimoine** adossé au musée archéologique de Sousse pour renforcer la valorisation des ressources patrimoniales locales.	3	Touristes individuels ; Tours organisés ; Habitants	AMVPPC	Ministère des Affaires culturelles ; INP ; Municipalité de Sousse	Ouverture du centre (O/N) ; fréquentation annuelle ; taux de report vers les circuits
1.4 Créer et animer un **centre du patrimoine immatériel** autour du musée el Kobba dédiés aux produits du territoire et à l'artisanat (expériences gastronomiques, ateliers, espaces de démonstration et de transmission des savoir-faire).	3	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	ONA ; ASM ; AMVPPC ; associations culturelles	Ouverture (O/N) ; nombre d'ateliers/démonstrations par an ; fréquentation

Points de vigilance. La mesure 1.4 devra s'articuler avec les activités culturelles déjà installées dans le musée el Kobba afin d'éviter toute redondance d'usage. La montée en fréquentation de la Médina appelle par ailleurs une réflexion sur la capacité de charge et la gestion des flux, notamment dans les quartiers traditionnels identifiés lors du travail de terrain, comme le quartier Gabadgi.

Axe 2 : Amélioration du territoire touristique

Les mesures de l'axe 2 combinent l'amélioration du cadre urbain, le renforcement de l'animation, la valorisation des activités économiques locales et la transition vers des pratiques plus durables. Elles agissent à la fois sur les espaces publics, les usages du territoire, l'intégration des circuits courts, la préservation de la ressource en eau et la sensibilisation des acteurs aux enjeux environnementaux.

Mesure	P	Public cible	Pilotage	Partenaires	Indicateurs de suivi (KPIs)
2.2 **Structurer l'offre d'animation actuelle et renforcer l'animation** diurne et nocturne au cœur de ville et dans la Médina tout au long de l'année (programme d'animation culturelle)	1	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	Opérateurs culturels ; ASM ; artisans ; restaurateurs ; CRT	Nombre d'événements par an ; fréquentation nocturne du cœur de ville
2.1 **Aménager des espaces publics** verdis (ville-jardin) et des zones piétonnes, afin de créer des lieux de rencontre entre habitants et touristes.	2	Habitants ; Touristes individuels ; Excursionnistes	Municipalité de Sousse	Services techniques municipaux ; ASM ; ANGED ; urbanistes	Surface végétalisée (ha) ; linéaire de voies piétonnes (ml)
2.3 **Encadrer l'offre de street food et les activités des marchands ambulants** dans les zones touristiques (Corniche Boujaafar, plages), afin de favoriser les produits locaux et circuits courts	2	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	Fédérations de commerçants ; ONA ; services d'hygiène ; ANGED	Cadre réglementaire adopté (O/N) ; nombre d'emplacements labellisés

2.4 **Promouvoir le programme Wave of Change** auprès des hôteliers et les accompagner dans la mise en place d'une gestion durable de leur consommation d'eau (workshops, tableaux de bords partagés)	3	Touristes individuels ; Habitants	CRT	FTH (hôteliers) ; SONEDE ; ANGED ; programme Wave of Change ; Municipalité	Nombre d'hôtels engagés ; réduction de la consommation d'eau (%)
2.5 **Sensibiliser et mobiliser** les prestataires touristiques, touristes et les habitants autour des **enjeux environnementaux** (gestion des déchets, préservation de l'eau et protection du littoral) à travers des campagnes et actions collectives de nettoyage des plages et espaces publics.	3	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	ANGED ; associations environnementales ; CRT ; établissements scolaires	Nombre d'actions par an ; nombre de participants ; indice de propreté

Points de vigilance. L'animation nocturne doit être conçue en concertation avec les riverains pour prévenir les conflits d'usage. D'autre part, l'encadrement de la *street food* doit éviter l'exclusion des petits vendeurs liée à des contraintes administratives et budgétaires (licence, mise aux normes d'hygiène, redevance d'emplacement). Le dispositif doit prévoir des autorisations accessibles, un accompagnement à la mise aux normes et des emplacements réservés aux vendeurs déjà présents, afin d'intégrer l'existant au lieu de le remplacer. Enfin, les mesures 2.3 et 2.5 s'articuleront avec les dispositifs municipaux existants de gestion des déchets et des espaces publics, en partenariat avec l'ANGED, afin de mutualiser les moyens et d'éviter tout double pilotage.

Axe 3 : Diversification touristique

Les mesures de l'axe 3 accompagnent la diversification de la destination en agissant à la fois sur l'offre existante et sur le développement de nouveaux produits. Elles favorisent une meilleure connexion entre le tourisme balnéaire et les ressources du territoire, renforcent les capacités d'accueil au sein de la médina, valorisent le potentiel du front de mer et développent des synergies avec la région à travers des circuits et expériences régionales.

Mesure	P	Public cible	Pilotage	Partenaires	Indicateurs de suivi (KPIs)
3.2 **Développer et structurer une offre touristique hors balnéaire** fondée sur le patrimoine, la culture et les arts, en valorisant notamment d'initiatives artistiques locales (musée Dar Am Taieb)	1	Touristes individuels ; Excursionnistes Tours organisés	CRT	AMVPPC ; opérateurs culturels ; agences ; ONTT	Nombre de produits créés ; nombre de clients ; part de l'offre hors balnéaire
3.4 **Animer et valoriser la Corniche Boujaafar** par une programmation culturelle et artistique dans l'espace public, incluant des expositions temporaires (sculpture,	1	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	Opérateurs culturels ; artistes ; CRT ; associations	Nombre d'événements/expositions par an ; fréquentation de la Corniche

photographie), spectacles et événements ponctuels.					
3.1 **Connecter l'offre de tourisme de masse avec les expériences culturelles et patrimoniales** du territoire en mettant en relation les hôtels et prestataires locaux.	2	Tours organisés ; Touristes individuels	CRT	FTH ; Ministère du Tourisme ; ONTT ;	Nombre d'établissements promouvant des expériences patrimoniales ; nombre de réservations
3.3 **Soutenir et encadrer le développement des maisons d'hôtes et des hébergements alternatifs**en accord avec le Plan de Gestion de la Medina en cours.	2	Touristes individuels ; Habitants	Municipalité de Sousse	Ministère du Tourisme ; ONTT ; propriétaires ; ASM ; agences	Nombre de projets agréés ; nombre de lits alternatifs créés
3.5 **Concevoir et développer des circuits touristiques participatifs et expérientiels**, fondés sur la nature, les paysages et la culture de la région (Hergla, Sabkhet)	3	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Tours organisés	CRT	Communes de la région (Hergla) ; Ministère de l'Agriculture ; DGF ; associations environnementales ; INP	Nombre de circuits opérationnels ; nombre de visiteurs encadrés

Points de vigilance. L'hébergement alternatif en médina relève du régime d'autorisation de l'Institut national du patrimoine (INP) : tout permis de bâtir en médina et à ses abords y est soumis à approbation, les constats étant effectués aussi bien depuis l'intérieur des bâtiments, ce qui encadre étroitement les interventions sur le bâti. La mesure se fera en accord avec le Plan de Gestion de la Medina. Enfin, les circuits de la mesure 3.5 concernent des sites protégés au titre de la convention de Ramsar (zones importantes pour la conservation des oiseaux, ou IBA) et relèvent d'une gouvernance intercommunale : leur fréquentation doit être strictement encadrée.

Axe 4 : Renforcement de la mobilité et des infrastructures touristiques

Les mesures de l'axe 4 agissent sur la mobilité et les infrastructures touristiques. Elles visent à renforcer la marchabilité et l'accessibilité des principaux sites, à développer des solutions de mobilité durable, à mieux organiser le stationnement et à améliorer les équipements d'accueil des visiteurs. L'ensemble doit favoriser une expérience touristique plus fluide et plus durable, tout en conciliant les besoins des visiteurs, des habitants et des activités économiques.

Mesure	P	Public cible	Pilotage	Partenaires	Indicateurs de suivi (KPIs)
4.1 Améliorer **l'accessibilité et de la marchabilité de la Médina et du centre-ville** en renforçant le confort, la sécurité et la lisibilité des cheminements	1	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	ASM ; AMVPPC ; services techniques ; police municipale	Linéaire de cheminements traités ; nombre de panneaux/jalons ;

piétons (en cohérence avec la signalétique définie dans l'axe 1)					taux de couverture des sites
4.2 **Optimiser et étendre l'offre du petit train touristique** : élargissement du circuit (vers la Médina), horaires élargis et adaptés aux flux touristiques	2	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Tours organisés	Municipalité de Sousse	Exploitant du petit train ; CRT	Nouveau tracé mis en service (O/N) ; nombre de passagers par an
4.3 **Relier les principaux points d'intérêt par des solutions de mobilité douce** (navettes touristiques, itinéraires piétons, parcours cyclables).	2	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	Opérateurs de transport ; services techniques ; associations vélo	Km d'itinéraires doux aménagés ; nombre de navettes / usagers
4.4 **Structurer l'offre de stationnement** en fonction des flux touristiques et résidentiels (parkings satellites, connexions avec le centre-ville et les points d'intérêt).	2	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Habitants	Municipalité de Sousse	Services techniques ; gestionnaires de parkings ; police	Nombre de places créées ; taux d'occupation
4.5 **Renforcer les infrastructures publiques touristiques dans les zones à forte fréquentation** (aménagement de points d'information, signalétique, mobilier urbain, sanitaires publics, poubelles, etc.)	3	Touristes individuels; Excursionnistes; Habitants	Municipalité de Sousse	FTH ; ONTT ; Ministère du Tourisme ; banques / bailleurs	Nombre de sites équipés avec infrastructures publiques; nombre de sites avec signalétique directionnelle; indice de propreté des sites

Points de vigilance : Les mesures de mobilité et d'aménagement doivent être mises en œuvre de manière coordonnée afin d'assurer à la fois l'accessibilité des sites touristiques, la qualité de vie des habitants et le bon fonctionnement des activités économiques. En effet, la piétonnisation et l'apaisement du centre ne sont acceptables pour les commerçants que si l'offre de stationnement de report est organisée simultanément.

Axe 5 : Elaboration d'un pilotage touristique

Les mesures de l'axe 5 créent les conditions nécessaires à la mise en œuvre du Masterplan en renforçant la gouvernance, la coordination entre les acteurs et les capacités d'action du territoire. Elles s'appuient sur un pilotage collaboratif, une meilleure circulation de l'information, la mobilisation des partenaires, la structuration des réseaux professionnels et le développement des compétences.

Mesure	P	Public cible	Pilotage	Partenaires	Indicateurs de suivi (KPIs)

5.1 Mettre en place un **comité de pilotage touristique** (CRT, municipalité, fédérations) avec un cahier des charges précisant les responsabilités de chaque partie prenante, les modalités de pilotage et les actions de représentation auprès des instances politiques (défense des intérêts)	1	Habitants	Municipalité de Sousse	CRT ; FTAV ; FTH ; Université de Sousse ; ONTT	Comité installé (O/N) ; nombre de réunions par an ; feuille de route adoptée
5.3 **Communiquer** et mobiliser autour de la **nouvelle stratégie touristique** les parties prenantes locales et les instances touristiques nationales.	1	Partenaires touristiques; Instances politiques, Habitants	Municipalité de Sousse	Ministère du Tourisme ; fédérations ; CRT ; partenaires touristiques	Nombre de séances d'informations organisés; nombre de publications (web/presse) sur la stratégie; taux de participation des parties prenantes aux séances d'informations
5.4 Structurer et animer **un réseau d'artisans et de prestataires touristiques** afin d'en faire un interlocuteur collectif pour les projets patrimoniaux et culturels des autres axes	2	Habitants ; Touristes individuels	ONA	Comité de pilotage ; ASM ; chambres de métiers ; Municipalité ; CRT	Nombre d'artisans et prestataires membres ; nombre d'actions collectives par an
5.5 **Former et qualifier les acteurs touristiques et les guides** afin de renforcer leurs compétences (accueil, médiation patrimoniale, durabilité, expérience visiteur) et favoriser la mise en œuvre de la nouvelle stratégie..	2	Habitants	Université de Sousse	ONTT ; Ministère du Tourisme ; CRT ; fédérations ; guides	Nombre de personnes formées ; nombre de guides certifiés
5.2 Mettre en place et administrer une **plateforme de partage documentaire**, centralisant les documents stratégiques touristiques et accessible à l'ensemble des parties prenantes	3	Habitants	Municipalité de Sousse	CRT ; Université de Sousse ; services municipaux	Plateforme opérationnelle (O/N) ; nombre de documents partagés ; nombre d'utilisateurs

Points de vigilance. La question des ressources humaines et financières affectées par mesure doit être traitée dès le départ.

Axe 6 : Positionnement et commercialisation de la destination

Les mesures de l'axe 6 visent à renforcer la visibilité, la lisibilité et la commercialisation de l'offre touristique de Sousse. Elles combinent la promotion des atouts patrimoniaux et culturels de la destination, le développement d'offres commercialisables, l'amélioration de l'information à destination des visiteurs, la structuration de la

présence numérique et la construction d'un récit de destination cohérent fondé sur l'identité et le patrimoine soussiens.

Mesure	P	Public cible	Pilotage	Partenaires	Indicateurs de suivi (KPIs)
6.1 **Renforcer la visibilité de l'offre hors balnéaire, du label UNESCO/villes apprenantes** et des produits différenciants (culture, patrimoine, santé) sur le web et les réseaux sociaux.	1	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Tours organisés	CRT	ONTT ; agences digitales ; hôteliers	Audience (abonnés / portée) ; nombre de publications ; taux d'engagement
6.2 Concevoir et commercialiser des **offres et de packages touristiques culturels (B2B)**, adaptés à des publics-cibles définis (touristes culturels, balnéaires, croisiéristes ou voyages organisés, etc.) .	2	Tours organisés ; Touristes individuels	CRT	FTAV (agences / TO) ; agences réceptives ; hôteliers ; ONTT	Nombre de packages commercialisés ; nombre de TO partenaires
6.3 Concevoir, éditer et diffuser un **guide de la Médina** présentant les points d'intérêt, produits et artisanat typiques, distribué via les partenaires (hôtels, lieux touristiques).	2	Touristes individuels ; Excursionnistes	Municipalité de Sousse	ASM ; AMVPPC ; artisans ; éditeurs ; hôtels (distribution)	Guide publié (O/N) ; nombre d'exemplaires distribués / téléchargements
6.4 Créer et déployer une **plateforme digitale officielle de la région,** centralisant les offres touristiques, les hébergements et les points d'intérêt, incluant une carte interactive.	2	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Tours organisés	CRT	ONTT ; prestataires digitaux ; hôteliers ; Municipalité	Plateforme en ligne (O/N) ; nombre de visites par an ; nombre d'offres référencées
6.5 Définir et déployer une **stratégie de branding territorial** positionnant Sousse autour de la Médina, du patrimoine et de l'identité culturelle locale avec la création d'un label ou d'une marque «Sousse».	3	Touristes individuels ; Excursionnistes ; Tours organisés ; Habitants	Municipalité de Sousse	CRT ; ONTT ; agence de branding ; acteurs privés ; ASM	Charte de marque adoptée (O/N) ; nombre d'acteurs utilisant le label

Points de vigilance. Le risque principal de cet axe est l'écart entre la promesse et l'expérience effective : une communication en avance sur la réalité du produit génère des avis négatifs durables. Par ailleurs, l'articulation entre les différentes outils d'information, communication et promotion doit être définie pour éviter la concurrence entre les supports.

4.3 Conditions de réussite

Interdépendance des axes

Le Masterplan repose sur une logique intégrée dans laquelle les six axes stratégiques se complètent et se renforcent mutuellement. Leur mise en œuvre ne doit donc pas être envisagée comme une succession d'actions indépendantes, mais comme un ensemble cohérent. Quatre relations structurantes méritent à cet égard une attention particulière :

- **A5 conditionne l'ensemble.** Sans gouvernance installée, aucune mesure ne dispose d'un pilote effectif ni d'un suivi. C'est le premier chantier à engager, et le moins coûteux.
- **A1 et A4 sont interdépendants.** Un circuit patrimonial sans cheminements praticables ni jalonnement ne fonctionne pas ; réciproquement, améliorer la marchabilité sans contenu à découvrir ne produit aucune valeur touristique. Les mesures 1.1, 1.2 et 4.1 doivent être conduites ensemble.
- **A6 dépend de A1, A2 et A3.** La commercialisation ne peut précéder l'existence du produit, sauf à exposer la destination à un écart entre la promesse et la réalité.
- **A2 est transversal.** La qualité urbaine et la durabilité conditionnent la performance de tous les autres axes, sans être attribuables à un produit particulier.

Il est préconisé d'engager d'abord la gouvernance, puis le triptyque patrimoine, mobilité et animation qui produit l'expérience, et enfin la diversification et la commercialisation de l'offre.

Synergies avec les dispositifs municipaux existants

Plusieurs mesures du Masterplan s'appuient sur des projets, compétences ou dispositifs déjà portés par la Municipalité ou ses partenaires. Les principales complémentarités identifiées sont présentées ci-dessous.

Mesures concernées	Thème d'articulation	Dispositif municipal ou volet du PDUI à mobiliser
2.1	Espaces publics, verdissement et piétonnisation	Aménagement urbain communal et volet espaces publics du PDUI
2.5 et 4.5	Propreté, gestion des déchets et sensibilisation	Services municipaux de propreté et de gestion des espaces publics, en partenariat avec l'ANGED
4.1, 4.3 et 4.4	Mobilité, marchabilité et stationnement	Voirie et mobilité communales et volet mobilité du PDUI
3.4	Front de mer, Corniche et littoral	Volet littoral et espaces publics du PDUI
5.1	Gouvernance touristique	Arrêté municipal

1.1, 4.1	Signalétique et lisibilité des parcours	Signalétique urbaine communale et volet espace public du PDUI

Tableau 6. Identification des synergies possibles entre les mesures du plan d'actions et le dispositif municipal en place.

4.4 Gouvernance de la mise en œuvre

La mise en œuvre du Masterplan repose sur un pilotage stratégique collaboratif associant les principaux acteurs du territoire, sans nécessiter la création d'une nouvelle structure dédiée. Cette gouvernance sera assurée par un comité de pilotage réunissant la Municipalité de Sousse, maître d'ouvrage de la démarche, le Commissariat régional au tourisme, les fédérations professionnelles, l'Université de Sousse ainsi que des représentants du secteur privé. Un cahier des charges précisera sa composition, son fonctionnement, les rôles de chacun et les modalités de décision.

Le comité assurera le pilotage stratégique du Masterplan, la coordination et le suivi des mesures, l'animation de la concertation avec les acteurs locaux, ainsi que le développement du dispositif d'observation touristique. Il veillera également à la cohérence entre le Masterplan et les autres documents de planification, notamment le Programme de développement urbain intégré (PDUI), afin de favoriser les synergies opérationnelles et d'éviter les doublons.

L'identification des ressources humaines et financières nécessaires à la mise en œuvre, ainsi que des sources de financement mobilisables, relèvera de ses missions. Le comité sera chargé d'évaluer les besoins, d'explorer les opportunités de financement et de coordonner les démarches auprès des partenaires institutionnels, financiers et privés.

L'enjeu principal réside moins dans la création d'une nouvelle instance que dans la capacité à assurer un pilotage régulier, fédérateur et orienté vers les résultats tout au long de la mise en œuvre du Masterplan.

4.5 Suivi et gestion des risques

Indicateurs stratégiques

Le pilotage du Masterplan repose sur un dispositif de suivi permettant d'apprécier les progrès réalisés, d'évaluer les résultats obtenus et d'identifier les principaux risques susceptibles d'affecter sa mise en œuvre. Les indicateurs associés à chaque mesure seront consolidés dans un tableau de bord piloté par la structure de gouvernance et actualisé régulièrement. Au-delà du suivi opérationnel des actions, cinq indicateurs stratégiques permettront d'évaluer la trajectoire globale de la destination.

Indicateur stratégique	Ce qu'il mesure	Sens attendu
Part des nuitées hors formule *all inclusive*	Diversification effective du modèle économique	Hausse
Répartition mensuelle des arrivées	Désaisonnalisation de la demande	Lissage
Recette moyenne par visiteur et par nuitée	Montée en valeur plutôt qu'en volume	Hausse
Fréquentation des sites et des circuits patrimoniaux	Conversion du flux en visites structurées	Hausse
Population résidente de la Médina	Maintien de la fonction résidentielle et du patrimoine vivant	Stabilité

Tableau 7. Indicateurs stratégiques permettant une évaluation globale de la stratégie.

Parmi ces indicateurs, l'évolution de la population résidente de la Médina revêt une importance particulière. Elle constitue un indicateur de l'équilibre entre développement touristique, qualité de vie et préservation du patrimoine vivant.

La première étape du dispositif de suivi consistera à établir une situation de référence pour l'année 2026 et à définir des valeurs cibles à l'horizon 2028 puis 2035. Ces références permettront de mesurer les résultats obtenus et, le cas échéant, d'adapter les modalités de mise en œuvre de la stratégie.

Atténuation des risques

Le suivi régulier des indicateurs contribuera également à anticiper les difficultés de mise en œuvre et à orienter les mesures correctives nécessaires. Les principaux risques identifiés à ce stade ainsi que les mesures d'atténuation associées sont présentés ci-dessous.

Risque	Portée	Mesure d'atténuation
Dispersion des moyens sur trente mesures	Élevée	Hiérarchisation annuelle par le comité de pilotage, concentration sur les huit mesures de priorité 1, circuit pilote
Concentration de 60 % du plan sur la Municipalité	Élevée	Renforcement de l'ingénierie communale, délégation explicite à des partenaires, calendrier réaliste
Volatilité des marchés émetteurs	Élevée	Diversification des produits et des clientèles, désaisonnalisation, développement du marché individuel
Pression sur les ressources : eau, électricité, littoral	Élevée	Gestion durable de l'eau et de l'électricité dans l'hôtellerie, intégration systématique du risque dans chaque projet
Absence de données et de valeurs cibles	Élevée	Établissement d'une situation de référence 2026, dispositif d'observation, partenariat avec l'Université
Discontinuité du portage politique	Moyenne	Feuille de route formalisée et adoptée, cahier des charges du comité, jalons publics

Greenwashing et perte de crédibilité	Moyenne	Indicateurs vérifiables, recours à des certifications reconnues, publication des résultats
Éviction des habitants de la Médina	Moyenne	Cahier des charges de l'hébergement alternatif, encadrement des acteurs locaux, suivi de la population résidente

Tableau 8. Identification des risques freinant la mise en œuvre de la stratégie et son impact positif.

5. Conclusion

5.1 Une stratégie pour transformer un potentiel en destination durable

Le diagnostic réalisé dans le cadre de ce Masterplan met en évidence la nécessité d'engager une évolution du modèle touristique de Sousse. Si la destination bénéficie d'une fréquentation importante, une part significative des retombées demeure concentrée autour du produit balnéaire, tandis que le patrimoine, les savoir-faire locaux et les ressources du territoire restent encore sous-exploités. L'enjeu est désormais de mieux connecter ces ressources à l'expérience touristique afin d'accroître la valeur créée localement et de renforcer la résilience de la destination.

Cette réflexion intervient dans un contexte de profonde évolution du secteur touristique. Les visiteurs recherchent aujourd'hui des expériences plus authentiques, davantage centrées sur la culture, les savoir-faire, le patrimoine, les rencontres et la qualité des lieux visités. Parallèlement, les enjeux liés au changement climatique, à la préservation des ressources naturelles et à l'acceptabilité sociale du tourisme invitent les destinations à faire évoluer leurs modèles de développement.

Le présent Masterplan répond à cette double réalité. Son ambition est d'accompagner l'évolution du modèle touristique de Sousse vers un tourisme plus résilient, plus inclusif et davantage créateur de valeur pour le territoire. Cette transformation pourra générer des bénéfices économiques à travers la diversification des activités et l'augmentation des retombées locales, tout en contribuant à la préservation du patrimoine, à la transmission des savoir-faire, à l'amélioration du cadre de vie et à la protection des ressources environnementales qui fondent l'attractivité de la destination.

À l'horizon 2035, l'enjeu ne sera pas seulement d'accueillir davantage de visiteurs, mais d'améliorer la qualité de leur expérience, de renforcer les retombées économiques locales, de préserver les ressources patrimoniales et environnementales, et de garantir que le développement touristique contribue également à la qualité de vie des habitants. Le maintien du caractère vivant de la Médina, la réduction de la dépendance au seul produit balnéaire et la diffusion des bénéfices du tourisme à l'ensemble du territoire constituent à cet égard les principaux marqueurs de réussite de la stratégie.

5.2 Prochaines étapes

L'adoption du présent Masterplan ouvre désormais une nouvelle phase : celle de la mise en œuvre.

La priorité consiste à mettre en place les conditions de pilotage de la stratégie, à confirmer les responsabilités des différents partenaires et à définir les ressources nécessaires à la concrétisation des mesures proposées. Cette étape permettra également d'établir les données de référence, de préciser les modalités de financement et de confirmer le séquencement des actions dans le temps.

La stratégie privilégie une montée en puissance progressive. Les premières actions devront permettre de produire rapidement des résultats visibles, de démontrer la pertinence de la démarche et de renforcer la mobilisation des acteurs autour d'une vision commune. Cette dynamique est essentielle pour créer les conditions favorables à la mise en œuvre des projets les plus structurants et à l'atteinte des objectifs fixés à l'horizon 2035.

Ce Masterplan constitue avant tout un cadre d'action collective. Sa réussite dépendra de la capacité de la Municipalité de Sousse, des institutions publiques, des professionnels du tourisme, du monde académique, de la société civile et des partenaires de développement à porter ensemble une ambition partagée et à l'inscrire dans la durée.

La stratégie proposée ne vise pas uniquement à développer le tourisme. Elle vise à faire du tourisme un levier de valorisation du patrimoine, de développement économique, d'amélioration du cadre de vie et de rayonnement territorial. C'est à cette condition que Sousse pourra affirmer durablement son identité de destination patrimoniale, culturelle et méditerranéenne tournée vers l'avenir.

6. Sources et références

Les données et les faits mobilisés dans le présent document proviennent des sources suivantes.

- **Statistiques touristiques.** Commissariat régional au tourisme de Sousse (organe régional de l'Office national du tourisme tunisien), données 2025 et de début 2026, communiquées dans le cadre du projet DDT : arrivées, nuitées, durée de séjour, offre d'hébergement et de services, trafic de l'aéroport d'Enfidha-Hammamet, escales de croisière, hébergement alternatif et évolution par marché.
- **Patrimoine mondial.** UNESCO, Centre du patrimoine mondial : Médina de Sousse, bien n° 498, inscription en 1988, critères (iii), (iv) et (v), avec modification mineure des limites en 2010.
- **Zones humides.** Convention de Ramsar, service d'information sur les sites (RSIS) : Sebkhet Halk El Menzel et Oued Essed, site n° 2006, ainsi que les sites voisins de Sebkhet Sidi El Hani et de Sebkhet Kelbia.
- **Patrimoine archéologique de Hergla.** Institut National du Patrimoine et travaux de valorisation du site de Horrea Caelia.
- **Documents de planification de la ville.** Stratégie de développement de la ville de Sousse (2013) et Programme de développement urbain intégré de la ville de Sousse (2018-2022 puis 2023-2028).
- **Productions participatives.** Ateliers du projet DDT des 19 mai et 25 juin 2026, séances de travail associées et plan d'actions des trente mesures.

Les données de fréquentation émanant du Commissariat régional au tourisme sont des données administratives régionales ; leur reprise précise dans le rapport final devra citer le bulletin statistique correspondant. Les faits patrimoniaux et environnementaux ont été vérifiés auprès des sources officielles mentionnées ci-dessus.

7. Annexes

Les présentations détaillées produites tout au long de la démarche sont jointes au présent document comme base de support ; elles en constituent le socle analytique et documentaire.

- **Annexe A : note méthodologique.** Démarche participative, étapes de travail, niveaux d'analyse et méthodes d'animation.
- **Annexe B : diagnostic régional et municipal.** Gouvernorat de Sousse et commune de Sousse, données du Commissariat régional au tourisme.
- **Annexe C : analyse de convergence et de divergence.** SDVS 2013, PDUI 2022 et résultats de l'Atelier 1.
- **Annexe D : résultats de l'Atelier 1.** Diagnostic partagé, matrice identitaire, vision 2035 et familles d'enjeux.
- **Annexe E : résultats de l'Atelier 2.** Projets priorisés par axe et par échelle, propositions de circuits.
- **Annexe F : plan d'actions.** Tableau des trente mesures par axe, avec typologie, priorité, public cible, responsabilité, partenaires, impact, sources d'inspiration, état d'avancement et indicateurs.