

دراسة حول إستراتيجية تسويق مجالي لولاية تطاوين

المعطيات العامة

- تاريخ الإصدار
- هيكـل المنفذ
- الهيكل المستفيد
- وضعية الوثيقة (منجزة، بصدد الانجاز، ...)
- منجزة
- نوعية الوثيقة

X	دراسة استراتيجية
X	دراسة قطاعية
	بحث
	وثيقة عمل/ تقرير

- أهم المجالات التي تتطرق إليها الوثيقة
- إعداد استراتيجية تسويق مجالي للجهة.
- ضبط مخطط عمل للفترة 2014-2016

الملخص

- أهم عناصر التشخيص
 - مراحل التسويق المجالي والذي يتم على ثلاثة مستويات:
 - التشخيص.
 - اعداد استراتيجية التسويق.
 - ضبط برنامج تدخل.
 - تقديم تصوّر للتموقع التسويقي للجهة: (Tataouine coffre fort du sahara) وذلك من خلال:
 - موروث جيولوجي هام بالجهة،
 - ثروات طبيعية متنوعة خاصة المواد الانشائية،
 - موارد نفطية وغازية هامة،
 - إمكانيات سياحية متنوعة،
 - النتائج المنتظرة من هذا التموقع على مختلف الفاعلين الاقتصاديين:
 - على المستوى البحث العلمي خاصة في مجال البحوث الاثرية والجيولوجية،
 - على المستوى الاقتصادي: الصناعات المتعلقة بالمواد الانشائية،
 - على مستوى الخدمات المتعلقة باستغلال الثروات النفطية: امكانية تطوير، قطاع الخدمات المتعلقة بالشركات العاملة في هذا المجال،
 - على مستوى السياحة البديلة: الافاق الواعدة للاستثمار في هذا المجال،

– على مستوى القطاع الفلاحي: امكانيات واعدة تنتظر الاستثمار.

أهم الاستنتاجات

■ لمزيد تعزيز جاذبية المجال لولاية تطاوين اقترحت الدراسة التركيز على محورين:

المحور الأول: التموقع التسويقي من خلال بعض القطاعات الواعدة:

- تطوير استغلال المخزون الهام من المواد الانشائية،
- تطوير قطاع الخدمات المتعلقة بالأنشطة البترولية والغازية بالجهة،
- التركيز على دعم السياحة البديلة من خلال الاستغلال الأمثل لخصوصيات الجهة،

المحور الثاني: المنتج المحلي والخبرة:

- تشجيع مبادرات التسويق الجماعي،
 - العمل على ادخال خدمات ذات قيمة مضافة في سلسلة الانتاج لتحسين جودة المنتج المحلي وملائمته لمتطلبات السوق وانتظارات الحرفاء.
- وضع مخطط عمل لتنفيذ استراتيجية التسويق المجالي للجهة من خلال:
- تقديم التمشي المتبع في إعداد مخطط،
 - أهم عناصر مخطط العمل للمرحلة 2014-2016 وبرنامج 2014.

أهم التوصيات (المقترحات، ...)

ملاحظات أخرى
